



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO” DE MANABÍ

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DE DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

TÍTULO

**“Análisis del nivel de satisfacción del usuario de la Cooperativa de Transporte
Público Montecristi, período julio – diciembre 2017”**

AUTORA:

BETSY CARLOTA LUCAS MERO

**Facultad de Ciencias Administrativas
Carrera de Administración de Empresas**

MANTA – MANABÍ – ECUADOR

Marzo, 2018

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor **Ing. Otto Wagner Macías Catagua** de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total de 18 horas, bajo la modalidad investigación cuyo tema del proyecto es “**Análisis del nivel de satisfacción del usuario de la Cooperativa de Transporte Público Montecristi período julio - diciembre 2017**”, el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo CERTIFICO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado, corresponde a la señora Betsy Carlota Lucas Mero, estudiante de la carrera de Administración de Empresas período académico 2017 (2), quien se encuentra apta para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 5 de marzo de 2018

Lo certifico,

Ing. Otto Wagner Macías Catagua
Docente Tutor(a)
Área: Ciencias Administrativas

APROBACIÓN DEL TRABAJO

El Tribunal de Grado, aprueba el trabajo de graduación, sobre el tema: **“Análisis del nivel de satisfacción del usuario de la Cooperativa de Transporte Público Montecristi período julio - diciembre 2017”**. Elaborado por **Betsy Carlota Lucas Mero**, estudiante de la carrera de Administración de Empresas el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas.

Presidente del Tribunal

Miembro Tribunal

Miembro Tribunal

DEDICATORIA

Al creador mi dios por haberme permitido llegar a este momento tan especial de mi vida, dándome salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mi madre por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, por su tiempo y dedicación constante que me han permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor infinito.

A mi padre, que me guio, cuidó y apoyo en cada instante de su vida, sin ninguna duda, sé que desde el cielo se siente orgulloso de verme convertida en madre y profesional.

A mis pequeñas hijas Emily y Renata son el mejor regalo que haya podido recibir de parte de mi dios, son mi mayor tesoro y mi fuente más pura de inspiración, agradezco por cada momento de felicidad en mi vida, el cual muy seguramente se ve reflejado hoy en día.

A mi esposo por su constante apoyo moral, por su sacrificio, esfuerzo, y tiempo, por darme una carrera para nuestro futuro y por creer en mi capacidad, que hoy en día se ven plasmados en la culminación de este proyecto.

Betsy Carlota Lucas Mero

RECONOCIMIENTO

A Dios por darme la inteligencia, sabiduría, paciencia, entendimiento y la capacidad para ejercer este proyecto por permitirme llegar hasta esta etapa de satisfacción en mi vida.

A mi madre Betsy Mero, que dedicó su vida a lo largo del camino para, formar a una persona de bien y lograr ser una madre, esposa y profesional, mi agradecimiento infinito por su perseverancia y su amor incondicional.

A mis hijas Emily y Renata son mi motor que me inspira a seguir día a día, sin duda alguna fueron ellas mi fuente de motivación, ser madre y estudiante es difícil, muchas veces sacrifique el tiempo para con ellas pero, hoy puedo agradecer esa paciencia y ese amor que tuvieron para lograr esta felicidad que la comparto con ellas y para ellas.

A mi padre Oswaldo Lucas Delgado ejemplo a seguir de, el herede que el estudio es lo único que será tuyo por el resto de la vida, sin duda alguna desde el cielo celebra conmigo la alegría de verme convertida en una profesional.

A mi esposo Jorge Bolaños Benítez amigo, padre, compañero de vida, que supo guiarme y apoyarme en los momentos más duros y críticos de mi carrera y elaboración de este proyecto, así como en los más felices agradezco por sus consejos y por todos los aportes a el desarrollo de este proyecto eres mi vida, inspiración y motivación.

A mi tutor Ing. Otto Macías Catagua, que sin su apoyo, guía no habría podido realizar mi proyecto de investigación.

A todas aquellas personas que directa e indirectamente estuvieron presentes de alguna manera en mi carrera profesional y en este último proceso de titulación agradezco infinitamente por todo el apoyo brindado.

Betsy Carlota Lucas Mero

ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA	1
CERTIFICACIÓN.....	ii
APROBACIÓN DEL TRABAJO.....	iii
DEDICATORIA	iv
RECONOCIMIENTO	v
ÍNDICE DE CONTENIDO	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	x
RESUMEN EJECUTIVO	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. DISEÑO TEÓRICO	2
1.2. Formulación del problema	2
1.2.1. Objeto	3
1.2.2. Campo	3
1.2.3. Objetivos	3
1.2.3.1. Objetivo general	3
1.2.3.2. Objetivos específicos.....	3
1.2.4. Hipótesis	4
1.2.5. Variables:	4
1.2.5.1. Variable dependiente:.....	4
1.2.5.2. Variable independiente:	4

1.2.5.3. Operacionalización de variables	4
1.3. Diseño Metodológico	7
1.3.1. Tipos de Investigación.....	7
1.4. Métodos de Investigación	7
1.5. Población de estudio	9
1.6. Muestra	10
2. MARCO TEÓRICO.....	12
2.1. ANTECEDENTES	12
2.1.1. Reseña Histórica del Cantón Montecristi.....	12
El nombre de Montecristi	13
2.1.2. Reseña Histórica de la Cooperativa de Transporte Público Montecristi.....	13
2.2. BASES TEÓRICAS	15
2.2.1. NIVELES DE SATISFACCIÓN	15
2.2.2. SATISFACCIÓN DEL USUARIO	16
2.2.2.1. Cómo comprender la voz del usuario	16
2.2.3. EXPECTATIVAS DEL USUARIO CON RESPECTO AL SERVICIO	19
2.2.3.1. Factores que influyen en las Expectativas del Usuario	19
2.2.4. ELEMENTOS QUE CONFORMAN LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO	20
2.2.5. FÓRMULA PARA DETERMINAR EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO	22
2.2.6. CALIDAD EN EL SERVICIO	22
2.2.7. COMPONENTES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO	23
23	
2.2.8. IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL USUARIO	24
3. DIAGNOSTICO DE CAMPO	25

4.	DISEÑO DE LA PROPUESTA.....	35
5.	CONCLUSIONES.....	44
6.	RECOMENDACIONES	45
7.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	46
8.	ANEXOS	47
	ANEXO 1. Cronograma de actividades.....	47
	ANEXO 2. Modelo de encuesta	48
	ANEXO 3. Fotografías de encuesta.....	50
	ANEXO 4. Autoridades De La Cooperativa De Transporte Montecristi	51
	ANEXO 5. Secretarias De La Cooperativa De Transporte Montecristi.....	52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de la variable dependiente: La calidad del servicio	5
Tabla 2. Operacionalización de la variable independiente: Nivel de satisfacción del usuario.....	6
Tabla 3 Parámetro para aplicación de Encuestas	8
Tabla 4.Población Rutas Montecristi - Manta	9
Tabla 5. Reglas para la Satisfacción Total del Usuario	20
Tabla 6. Porcentaje de personas que utilizan el servicio de transporte público Montecristi	25
Tabla 7. Percepción de los usuarios sobre el servicio de la Cooperativa de transporte Montecristi	26
Tabla 8. Percepción sobre la atención al usuario.....	27
Tabla 9.Porcentaje de cumplimiento de horarios y frecuencias.....	28
Tabla 10. Facilidades de acceso al autobús	29
Tabla 11. Seguridad que brinda la Cooperativa de transporte público Montecristi	30
Tabla 12. Porcentaje de satisfacción en cuanto a frecuencias de recorrido	31
Tabla 13. Porcentaje de satisfacción de la calidad de información de los servicios que ofrece la Cooperativa.....	32
Tabla 14. Porcentaje de usuarios que recomendaría el uso de la Cooperativa de transporte Montecristi	33
Tabla 15. Factores que deben mejorar la Cooperativa de Transporte Público Montecristi	34
Tabla 16. Plan de capacitación conducción responsable y transporte seguro.....	36
Tabla 17. Plan de Capacitación Calidad en el Servicio y atención al usuario.....	37
Tabla 18. Cronograma de capacitación Conducción responsable y transporte seguro	38
Tabla 19. Cronograma de ejecución plan de capacitación	39
Tabla 20. Variables a Medir propuesta para evaluación de capacitación	41

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Población Rutas Montecristi- Manta.....	9
Ilustración 2. N° de encuestas aplicadas en cada parroquia en base a N° población. 11	
Ilustración 4. Niveles de Satisfacción.....	15
Ilustración 3. Componentes de la calidad del servicio.....	23
Ilustración 5. Porcentaje de personas que utilizan el servicio de transporte público Montecristi	25
Ilustración 6. Percepción de los usuarios sobre el servicio de la Cooperativa de transporte Montecristi	26
Ilustración 7. Percepción sobre la atención al usuario	27
Ilustración 8. Porcentaje de cumplimiento de horarios y frecuencias	28
Ilustración 9. Facilidades de acceso al autobús	29
Ilustración 10. Seguridad que brinda la Cooperativa de transporte público Montecristi	30
Ilustración 11. Porcentaje de satisfacción en cuanto a frecuencias de recorrido	31
Ilustración 12. Porcentaje de satisfacción de la calidad de información de los servicios que ofrece la Cooperativa	32
Ilustración 13. Porcentaje de usuarios que recomendaría el uso de la Cooperativa de transporte Montecristi	33
Ilustración 14. Tabla 14. Factores que debe mejorar la Cooperativa de Transporte Público Montecristi.....	34

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se realizó a los usuarios de la Cooperativa Montecristi con el objeto de identificar los niveles de satisfacción de los servicios ofertados por la cooperativa de transporte público en el cantón Montecristi, para lo cual se utilizó la metodología descriptiva y de campo, se empleó como técnica de investigación la encuesta a través de un cuestionario de 10 preguntas determinantes de calidad tales como la comodidad, seguridad, accesibilidad, movilidad, atención al usuario, con el propósito de conocer cuán efectivo está siendo el servicio de transporte público en satisfacer las expectativas del usuario.

Como principales resultados se ha determinado que el 57% de usuarios consideran que el servicio ofrecido por la Cooperativa de Transporte Público Montecristi es regular, en cuanto a la atención al usuario el 45% percibe a este rubro también como regular, es importante señalar que los usuarios creen conveniente que se ponga énfasis en el mejoramiento de factores como la atención al usuario, el confort, la seguridad en la conducción y la adquisición de unidades nuevas.

Los resultados del análisis de la encuesta sirven como instrumento de mejora continua de la Cooperativa de Transporte Montecristi, además como parte de esta investigación se propone un plan de capacitación dirigido a directivos personal administrativo, propietarios de las unidades, choferes y controladores para mejorar la calidad del servicio ofrecido por la cooperativa de transporte.

Palabras Clave: Niveles de satisfacción, Usuario, Calidad en el servicio, Transporte Público.

ABSTRACT

The present investigation was made to the users of the Montecristi Cooperative in order to identify the levels of satisfaction of the services offered by the public transport cooperative in Montecristi canton, for which a descriptive and field methodology was used, the survey was used as a research technique through a questionnaire of 10 quality determining questions such as comfort, security, accessibility, mobility, user attention, with the purpose of to know how effective the public transport service is in satisfying the user's expectations. As main results it has been determined that 57% of users consider that the service offered by the Montecristi Public Transport Cooperative is regular, in terms of customer service 45% perceive this item as regular, it is important to note that the Users believe it is convenient to put emphasis on the improvement of factors such as customer service, comfort, driving safety and the acquisition of new units. The results of the analysis of the survey will serve as an instrument for continuous improvement of the Montecristi Transport Cooperative, and as part of this research, a training plan is proposed for managers, administrative personnel, and owners of the units, drivers and controllers to improve the quality of the service offered by the transport cooperative.

Keywords: Levels of satisfaction, User, Quality, Public Transport.

INTRODUCCIÓN

La Cooperativa de transporte Montecristi es una organización que brinda servicios de transporte público a la población, en el cantón Montecristi y Manta, fue creada en el año de 1970 debido a la necesidad de las personas de transportarse de un lugar a otro.

El principal problema que enfrenta esta organización es la carencia de un estudio sobre la satisfacción de los usuarios que reciben los servicios de esta organización.

Es por ello que esta investigación tiene como objetivo determinar los niveles de satisfacción de los usuarios que reciben el servicio de la Cooperativa de Transporte Público Montecristi en el período julio – diciembre 2017, cuyos resultados coadyuvan a diseñar una propuesta la misma que contribuye al mejoramiento de los servicios que brinda la cooperativa en beneficio de la población.

Es muy importante señalar que las empresas deben conocer el nivel de satisfacción de sus usuarios pues la voz del usuario, sus apreciaciones y/o sugerencias representan información valiosa para realizar los cambios que sean necesarios en busca de la calidad en el servicio.

Para cumplir con el objeto de la investigación se contempla aspectos importantes tales como, los objetivos, la hipótesis y las variables de la investigación, el estudio se desarrolla en base al método descriptivo y de campo, con la utilización de técnicas de investigación como la encuesta, así mismo la investigación está fundamentada pues consta el marco teórico como sustento del trabajo investigativo, finalmente se presenta los resultados obtenidos, mismos que sirven de base para establecer acciones en el mejoramiento continuo de la Cooperativa de Transporte, basadas en las percepciones, expectativas y necesidades de los usuarios ya que la satisfacción va de la mano con la calidad en el servicio, comprometiéndose la cooperativa a aplicar dicha propuesta de mejora en busca del beneficio de sus usuarios.

1.1. DISEÑO TEÓRICO

1.2. Formulación del problema

La Cooperativa de Transporte Público Montecristi es una organización que presta servicios de transportación a la comunidad de Montecristi hace 51 años, el problema que enfrenta esta organización es la carencia de datos que permitan realizar un análisis de satisfacción de sus usuarios es decir escuchar la “voz del usuario”, con el fin de conocer el grado de satisfacción o insatisfacción en busca de acciones de mejora continua.

Problema Principal:

¿Cuáles son los factores que permiten el análisis del nivel de satisfacción del usuario de la Cooperativa de Transporte Público Montecristi.?

Problemas Específicos

- a) ¿Cuáles son los requerimientos de la población a estudiar en relación al servicio de transporte?
- b) ¿La población de la localidad conoce los servicios de la Cooperativa de Transporte Público Montecristi?
- c) ¿El servicio ofertado de la Cooperativa de Transporte Público Montecristi cumple con las expectativas de sus usuarios?

1.2.1. Objeto

Investigación de los niveles de satisfacción de los Usuarios.- El objeto de este estudio es realizar un análisis de los niveles de satisfacción de los usuarios de la Cooperativa de Transporte Público Montecristi en el período julio – diciembre de 2017 y presentar una propuesta de mejora en sus servicios, ya que es fundamental que la cooperativa de transporte comprenda cuáles son las expectativas del usuario para dar respuesta a sus necesidades.

1.2.2. Campo

La Cooperativa de Transporte Montecristi ubicada en el cantón Montecristi. Es una organización que brinda servicios de transporte público a la población para que se puedan movilizar.

1.2.3. Objetivos

1.2.3.1. Objetivo general

Analizar el nivel de satisfacción de los usuarios de la Cooperativa de Transporte Público Montecristi a través de un estudio investigativo del período julio - diciembre del 2017, que permita la elaboración de una propuesta de mejora para los servicios que brinda.

1.2.3.2. Objetivos específicos

- Analizar las teorías y antecedentes científicos respecto a la temática del nivel de satisfacción del servicio para la fundamentación del trabajo investigativo.
- Ejecutar el análisis de la satisfacción del servicio en los usuarios de la Cooperativa de Transporte Público Montecristi a través de una encuesta de percepción de la calidad del servicio.

- Elaborar una propuesta técnica y estratégica en base a los resultados del estudio de campo que contribuya al mejoramiento de los niveles de satisfacción de los usuarios de la Cooperativa de Transporte Público Montecristi.

1.2.4. Hipótesis

¿La calidad del servicio es el factor principal que influye sobre el nivel de satisfacción de los usuarios de la Cooperativa de Transporte Público Montecristi?

1.2.5. Variables:

1.2.5.1. Variable dependiente:

La calidad del servicio.

1.2.5.2. Variable independiente:

Nivel de satisfacción del usuario

1.2.5.3. Operacionalización de variables

1.3. Diseño Metodológico

1.3.1. Tipos de Investigación

Investigación de campo

La presente investigación es de campo implica la relación directa del investigador con las fuentes de información no documentales.

Identifica dos tipos de contacto que caracterizan la investigación de campo: 1) global, que implica una aproximación integral al fenómeno a estudiar, identificando las características naturales, económicas, residenciales y humanas del objeto de estudio; y, 2) individual, que implica la aproximación y relacionamiento con las personalidades más importantes del grupo (identifica los líderes de los distintos niveles como los más importantes proveedores de información. (Egg, 2012, pág. 36)

1.4. Métodos de Investigación

El método empleado para la investigación es descriptivo, “comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente” (Tamayo y Tamayo, 2003). Se establece este método porque trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta de los resultados obtenidos.

Técnicas

La Técnica empleada para la recolección de información es la encuesta aplicada mediante un cuestionario a los usuarios del servicio de transporte de la Cooperativa Montecristi en el período julio – diciembre 2017.

Encuesta

Las encuestas fueron ejecutadas en el Cantón Montecristi y parte de Manta, mediante un cuestionario estructurado de objetivo claro, obtenido fundamentalmente a partir de los objetivos de la investigación, aplicadas a las personas usuarias del Servicio de Transporte de la Cooperativa Montecristi con el objeto de conocer el nivel de satisfacción del servicio brindado.

Esta técnica permite obtener información de gran importancia sobre la percepción del servicio ofertado por la Cooperativa en estudio.

Tabla 3 Parámetro para aplicación de Encuestas

• Geográfica: Cantón Montecristi.
• Sistema de elección o Tipo de Muestreo: Probabilístico.
• Estudio Cuantitativo: Encuesta (Muestreo).
• Tipo de investigación: Descriptiva.
• Definición Técnica: En el Cantón Montecristi y parte de Manta encuesta a los usuarios del servicio.
• Objetivo: Analizar el nivel de satisfacción de los usuarios de la Cooperativa de Transporte Público Montecristi.
• Integrantes: Usuarios del servicio.
• Muestra: Población Hombres y Mujeres, Cantón Montecristi – Manta
• Población total: 111067 habitantes.
• Confiabilidad: 90%
• Encuestadora: Betsy Carlota Lucas Mero.

Fuente: Trabajo de investigación

Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.

1.5. Población de estudio

Para esta investigación se ha tomado en consideración la población que se encuentra relacionada con las rutas de trasportación de la Cooperativa de Transporte Montecristi como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 4. Población Rutas Montecristi - Manta

NOMBRE DEL CANTÓN	NOMBRE DE LAS PARROQUIAS	POBLACIÓN	PORCENTAJE	Nº ENCUESTAS
MONTECRISTI	LEONIDAS PROAÑO	22540	20%	28
	GENERAL ELOY ALFARO	11286	10%	14
	EL COLORADO	5597	5%	7
	ANÍBAL SAN ANDRÉS	7609	8%	10
	MONTECRISTI	24983	22%	31
	LA PILA	2460	2%	3
POBLACIÓN MONTECRISTI		74475	67%	93
MANTA	ELOY ALFARO	19239	17%	23
	LOS ESTEROS	17353	16%	22
POBLACIÓN MANTA		36592	33%	45
POBLACIÓN RUTAS MONTECRISTI- MANTA		111067	100%	138

Fuente: GAD. Municipal Cantón Montecristi / CNE Consejo Electoral
Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.

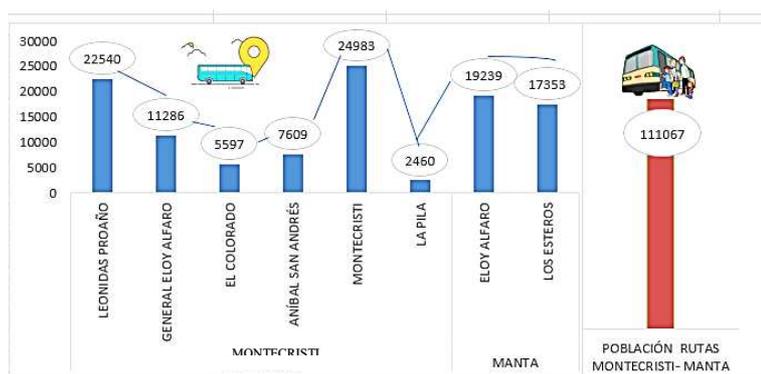


Ilustración 1. Población Rutas Montecristi- Manta

Fuente: GAD. Municipal Cantón Montecristi / CNE Consejo Electoral
Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.

Se ha tomado en consideración las parroquias tanto del Cantón Montecristi como del cantón Manta, por donde transitan las unidades de la Cooperativa de Transporte Público Montecristi, ya que ésta población constituye el objeto de estudio para conocer los niveles de satisfacción de los usuarios del servicio de transporte, es así que el universo de investigación es de 111067 habitantes.

1.6. Muestra

Para la determinación de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{NE^2 + Z^2 pq}$$

N=	111.067	POBLACIÓN RUTA MONTECRISTI-MANTA
z=	1,96	VALOR ESTANDARIZADO QUE RESULTA DEPENDIENDO DEL ERROR (E) DISPUESTO
p=	0,9	PROBABILIDAD DE ÉXITO
q=	0,1	PROBABILIDAD DE FRACASO
E=	0,05	ERROR DISPUESTO A COMETER

$$n = \frac{1,96^2 * 0,9 * 0,1 * 111067}{111067 * 0,05^2 + 1,96^2 * 0,9 * 0,1}$$

$$n = \frac{3,84 * 0,09 * 111067}{111067 * 0,0025 + 3,84 * 0,09}$$

$$n = \frac{3,84 * 9996}{277,67 + 0,346}$$

$$n = \frac{38400,75}{278,0132}$$

$$n = 138$$

Aplicada la fórmula se determina la aplicación de 138 encuestas de la siguiente manera:

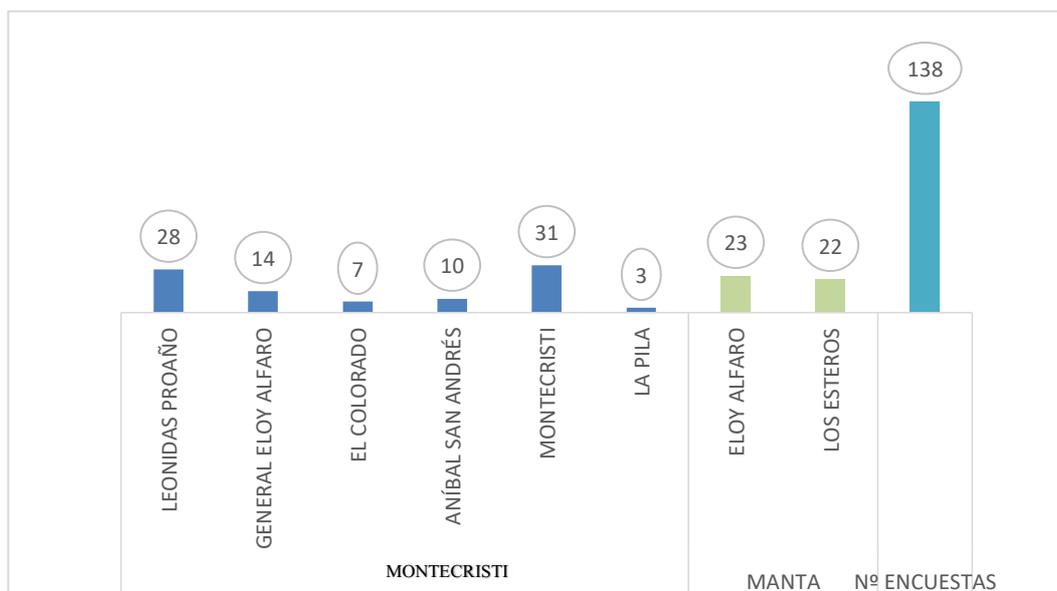


Ilustración 2. Nº de encuestas aplicadas en cada parroquia en base a Nº población

Fuente: GAD. Municipal Cantón Montecristi / CNE Consejo Electoral

Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1. Reseña Histórica del Cantón Montecristi

De acuerdo al Gobierno Autónomo Descentralizado del Catón Montecristi (GAD. C. MONTECRISTI, 2018) Se dice que Fernando Montecristi se formó durante los primeros años de conquista Española, posiblemente entre 1536 y 1537, con pobladores de Manta, que abandonaron su pueblo huyendo de los ataques piratas.

Montecristi fue cuna del más grande revolucionario liberal que ha tenido el Ecuador, una de las principales ciudades que plegó a la revolución del 9 de Octubre de 1820. Sus habitantes encabezados por el Teniente Francisco Cuadros, proclamaron su independencia el 23 de Octubre del mismo año. El 25 de junio de 1822 alcanzó la categoría de Cantón. El territorio de Montecristi llegaba hasta Atacames, pero el 18 de Octubre de 1826 la Ley le quita ese derecho.

Según el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Manabí (GAD. P Manabí, 2018) Montecristi es un cantón de la provincia de Manabí en Ecuador, está ubicado al sur oriente de la provincia manabita; cuya población está comprendida por 74475 habitantes. Al ser este un cantón con historia y tradición, su más grande figura histórica es el general Eloy Alfaro Delgado, uno de los mayores revolucionarios del país. Cuenta con playas, siendo la más visitada la de San José. Sus artesanías elaboradas en paja toquillas, mimbre, plástico y madera son reconocidas en todo el país y fuera del él. Su identidad está en los sombreros finos de paja toquilla, reconocidos en el mundo como "Panamá Hat".

Desde el 29 de noviembre de 2007, fue la sede de la Asamblea Constituyente; gracias a esto Montecristi pudo renacer con un desarrollo económico, turístico y social. (Largacha, 2007) Con la restructuración urbana realizada, el comercio en Montecristi tuvo un gran escenario, llegaron a invertir en el sector comercial, hotelero y turístico comerciantes de las distintas provincias del país, asentándose y apostando por

obtener ganancias significativas que se obtuvieron desde el momento de la Asamblea Constituyente hasta la actualidad.

El nombre de Montecristi

La ciudad de Montecristi tiene aspecto de una pequeña aldea. Su enorme y brumoso cerro semeja un viejo guardián de las tradiciones manabitas.

Se dice que Montecristi se formó durante los primeros años de la conquista española, posiblemente entre 1536 y 1537, con pobladores de Manta que abandonaron su pueblo huyendo de los ataques piratas.

Entre los primeros pobladores aparece un señor de apellido “Criste”, quien habría construido su casa en la cima del monte, por eso se cree que el lugar adquirió el nombre de Montecriste, que luego, por facilidad idiomática, terminó llamándose Montecristi.

2.1.2. Reseña Histórica de la Cooperativa de Transporte Público Montecristi

Según Cooperativa de Transporte Montecristi (CTM, 2017) En la ciudad de Montecristi el 13 de julio de 1996, unos prestigiosos ciudadanos se reunieron en casa del Sr. Álvaro Edilberto Barcia Delgado ubicada en la calle 6 de diciembre, este grupo de personas conversaron acerca de la necesidad que tenía el cantón Montecristi de contar con una cooperativa de transporte, para que la población pueda trasladarse de Montecristi a Manta y de Manta a Los Bajos.

En presencia del Señor Jefe político del cantón Sr. Don José Santana y el Sr. Gilberto Espinoza, procedieron a organizar un comité formado con las siguientes personas, Álvaro Barcia Delgado, José Reyes, Manuel Anchundia, Félix Pico, Manuel Chávez, Carlos Barcia, Pedro Delgado, Jorge Barcia Delgado, Carlos Pico, Antonio Anchundia, Bolívar Barcia Flores, José Alvia, Carlos Homero Barcia, de este comité se elige la directiva el mismo que queda integrada de la siguiente manera, Presidente Álvaro Barcia Delgado, Tesorero Carlos Barcia y secretario José Reyes.

Esta tarea no fue fácil ya que hubo oposición de la cooperativa Jipijapa, pero el comité no se quedó de brazos cruzados y solicitó ayuda a las autoridades de Portoviejo, quienes apoyaron esta iniciativa.

Es así que en el año de 1970 con la ayuda del Sr. Víctor Veliz Macías, tesorero del consejo provincial de Manabí se aprobó la creación de la cooperativa Montecristi. Don Bolívar Barcia y Don Gustavo Campuzano en ese entonces socio de la cooperativa fueron en comisión al municipio de Montecristi a hablar con el presidente de la Municipalidad, Sr. Ramón Isac Zambrano Mendoza para solicitarle un cuerpo de terreno para hacer a sede de la Institución petición que fue aprobada en presencia del Dr. Hugo Vargas Rodríguez en calidad de Síndico Municipal y como abogado y síndico de la Cooperativa Montecristi el Sr. Alberto Macías Zabalú.

Los dirigentes de la Cooperativa procedieron a enviar la documentación respectiva al general Bolívar Jarrín, Ministro de Gobierno y Municipalidades el Oficio N° 105 con fecha 3 de abril de 1970 donde se le hacía saber la creación de la sede de la Cooperativa de transporte Montecristi.

Para la constitución de la sede facilitaron el dinero Don Bolívar Barcia y Don Gustavo Campuzano, constituyéndose así la primera edificación donde se reúnen los socios a la asamblea. Después de algunos años con la colaboración de todos los socios se terminó de construir la segunda parte de la edificación.

A lo largo de estos 40 años de servicio a la colectividad la Cooperativa Montecristi ha contado con los siguientes socios: Álvaro Edilberto Barcia Delgado, Jorge Cristóbal Barcia Delgado, Bolívar Eloy Barcia Flores, Carlos Gilberto Barcia Flores, José Gregorio Reyes Quijije, Félix Alberto Pico Anchundia, Ceferino Delgado Castillo, Esteban Pico, Manuel Cedeño Chávez, Antonio Lucas, Manuel Anchundia, Homero Barcia Delgado.

La cooperativa de transporte Montecristi en la actualidad cuenta con 24 unidades al servicio de la colectividad.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. NIVELES DE SATISFACCIÓN

Luego de realizada la prestación del servicio los usuarios experimentan uno de los tres posibles niveles de satisfacción del usuario.



Ilustración 3. Niveles de Satisfacción

Fuente: (Kotler, 2016)

Elaborado por: Betsy Lucas. Ulearn.2018.

Dependiendo del nivel de satisfacción del usuario, se puede conocer el grado de lealtad hacia una marca o empresa, por ejemplo: un usuario insatisfecho cambiará de marca o proveedor de forma inmediata (deslealtad condicionada por la misma empresa). Por su parte, el usuario satisfecho se mantendrá leal; pero, tan solo hasta que encuentre otro proveedor que tenga una oferta mejor (lealtad condicional). En cambio, el usuario complacido será leal a una marca o proveedor porque siente una afinidad emocional que supera ampliamente a una simple preferencia racional (lealtad incondicional).

Por ese motivo, las empresas inteligentes buscan complacer a sus usuarios mediante prometer sólo lo que pueden entregar, y entregar después más de lo que prometieron.

(Kotler, 2016, pág. 41)

2.2.2. SATISFACCIÓN DEL USUARIO

“La satisfacción del usuario depende del desempeño percibido del producto / servicio, en relación con las expectativas del usuario. Si el desempeño del producto/ servicio no cubre las expectativas, el usuario se sentirá insatisfecho. Si el desempeño coincide con las expectativas, éste estará satisfecho. Si el desempeño excede las expectativas, se sentirá muy satisfecho o incluso encantado” (Kotler y Armstrong, 2012, pág. 40).

Las compañías que tienen un marketing exitoso hacen casi cualquier cosa por mantener satisfechos a sus usuarios importantes. La mayoría de los estudios muestran que los niveles de satisfacción del usuario más elevados producen usuarios más leales, lo que a su vez resulta en un mejor desempeño de la compañía.

Las empresas inteligentes buscan deleitar a los usuarios prometiendo tan sólo lo que son capaces de dar, y luego entregando más de lo que prometieron. Los usuarios encantados no sólo vuelven a comprar, sino que también se convierten en socios de marketing y en “evangelistas” que transmiten a otros sus buenas experiencias. Para las compañías interesadas en deleitar y sorprender a sus usuarios, un valor y un servicio excepcionales se vuelven parte de su cultura general. (Kotler y Armstrong, 2012, pág. 40)

2.2.2.1. Cómo comprender la voz del usuario

Para alcanzar la excelencia en el nivel de satisfacción que las empresas ofrecen a sus usuarios “es necesario disponer de una información precisa sobre ellos, la infraestructura necesaria para analizarla, proporcionarla a las personas que saben cómo utilizarla y actuar de acuerdo a ello. Estos datos y la infraestructura que permite su análisis son la auténtica voz del usuario, que es la mejor guía con que cualquier empresa puede contar” (Denove y Power, 2006, pág. 7).

Recopilar la información. Una empresa posee información relevante sobre sus usuarios si está en condiciones de responder afirmativamente a estas cuatro cuestiones:

- ¿Cuál es el grado de satisfacción de sus usuarios si se compara con el de la competencia? Esta es una pregunta fácil de responder para las grandes compañías de sectores como el automovilístico, hotelero o aéreo, ya que existen mecanismos predeterminados para medirlo (sondeos, encuestas, etc.) y muchos datos son públicos. El reto consiste en saber usarlos de manera efectiva.
- ¿Puede determinar en qué medida cada uno de sus departamentos tiene conformes a los usuarios? Se trata de una cuestión especialmente destacada para las empresas de servicios que están en contacto directo, a través de sus empleados, con sus usuarios. La calidad del servicio depende de la calidad del trato, lo cual introduce la variabilidad, o lo que es lo mismo, la enemiga de la satisfacción del usuario. Por tanto, la medición y reducción de la variabilidad se erige en una de las prioridades: saber qué departamentos se pueden dejar funcionando tal y como están, cuáles necesitan algunos retoques y cuáles deben ser sometidos a una completa reestructuración.
- ¿Conoce las necesidades de sus usuarios (lo que les satisface, les impulsa a comprar o les entusiasma)? Es el interrogante básico y esencial que cualquier empresa debe formularse. La comprensión de las necesidades del usuario ha de ser el tamiz a través del cual la empresa filtra todas y cada una de sus decisiones (el desarrollo de un nuevo producto o servicio, sus características, las opciones disponibles, la estrategia de precios, etc.)
- ¿Es consciente de hasta qué punto la satisfacción de sus usuarios afecta a los beneficios de su empresa, a la lealtad hacia la marca, a la imagen del negocio, etc.? La satisfacción no es un fin en sí mismo, sino una inversión cuyo rendimiento debe ser sometido constantemente a evaluación.
(Denove y Power, 2006, pág. 7)

El análisis. A menudo sucede que toda la información mencionada está recopilada y disponible pero no sirve para mejorar una gestión, bien porque no ha sido analizada, bien por no haberse transmitido a quienes saben cómo hacer un uso eficaz de ella. Por ese motivo, es fundamental, antes de iniciar una recogida de

datos, determinar para qué será útil esa información en concreto y qué decisiones habrán de tomarse a partir de ella, nunca al revés.

Otra cuestión al respecto de la ignorancia sobre el uso de la información es desconocer quién la necesita en la empresa: puede que algunos ejecutivos están desesperados por tenerla para poder iniciar decisiones de calado. Por ello es recomendable que una empresa estructure la difusión de esta información en torno a dichas decisiones y a quienes las toman. La magnitud del problema existente, más la descoordinación entre los que saben y los que necesitan saber suele ser directamente proporcional al tamaño y la complejidad de una organización.

(Denove y Power, 2006, pág. 8)

La actuación. Dado que los beneficios corporativos están directamente ligados a la satisfacción del usuario, y la satisfacción que se convierte en entusiasmo sólo se puede conseguir superando las expectativas del consumidor, esas expectativas han de conocerse antes de emprender cualquier iniciativa.

Actuar basándose en la voz del usuario no es síntoma de debilidad, sino de eficacia. Incluso los líderes con brillantes ideas que han transformado sus organizaciones, no las han concebido desde la nada: en su gestación mediaba un conocimiento previo del usuario y de sus requerimientos.

(Denove y Power, 2006)

2.2.3. EXPECTATIVAS DEL USUARIO CON RESPECTO AL SERVICIO

Las expectativas del usuario “son actitudes que éste asume con respecto a la organización. Para satisfacer tales expectativas, es necesario brindar una adecuada atención al usuario, proceso en el cual destacan las siguientes herramientas: la Motivación, la Comunicación Efectiva y las Relaciones Humanas.” (Estrada, 2007, pág. 15).

2.2.3.1. Factores que influyen en las Expectativas del Usuario

- a) **Eficiencia:** ¿Se le proporciona al solicitante exactamente aquella información o acción que está buscando?
- b) **Confianza:** ¿La gente que hace una consulta o una solicitud, confiere autoridad a la persona con quien habla?
- c) **Servicialidad:** La Servicialidad es una añadidura. Se da cuando al solicitante se le brinda asistencia en su consulta, con sugerencias, información y acciones posiblemente relevantes que son mayores o más detalladas que la respuesta o la acción particularmente buscada.
- d) **Interés personal:** Cuando se demuestra interés personal al responder a una consulta del usuario, la relación cambia. Inicialmente esta es una relación de ellos y nosotros; con el **interés personal**, se convierte en una relación de aprecio.
- e) **Confiabilidad:** Significa que el usuario puede estar seguro del desempeño de la organización.

(Estrada, 2007, pág. 16)

Tabla 5. Reglas para la Satisfacción Total del Usuario

A	Muestre Aprecio Auténtico: Toda persona desea escuchar un mensaje agradable o un cumplido sincero.
B	Estimule a sus Usuarios: Reconozca las cualidades y virtudes de sus Usuarios.
C	Sea Amigable y Amistoso: A través de su conversación agradable genera empatía y ánimo con su interlocutor.
D	Actúe con Cortesía: Es contagiosa y constituye una poderosa herramienta de relaciones humanas.
E	Sonría: La sonrisa del rostro, es un elemento gratificante en la relación con el usuario. Sonría sólo en forma natural.
F	Siempre Entusiasta y Positivo: El entusiasmo, refleja la emoción de usted por su institución y por lo que puede hacer por su usuario. La actitud positiva es una valiosa posesión ganadora.
G	Reconocer los Errores: Tener la perspectiva de aprender de sus errores hace que usted siga creciendo.

Fuente: (Estrada, 2007)

Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.

2.2.4. ELEMENTOS QUE CONFORMAN LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO

Está conformada por dos elementos:

El rendimiento percibido: se refiere al desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el usuario considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el "resultado" que el usuario "percibe" que obtuvo en el producto o servicio que adquirió.

El rendimiento percibido tiene las siguientes características:

- Se determina desde el punto de vista del usuario, no de la empresa.
- Se basa en los resultados que el usuario obtiene con el producto o servicio.

- Está basado en las percepciones del usuario; no necesariamente en la realidad.
- Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el usuario.
- Depende del estado de ánimo del usuario y de sus razonamientos. Dada su complejidad, el "rendimiento percibido" puede ser determinado luego de una exhaustiva investigación que comienza y termina en el usuario.

(Kotler, 2016, pág. 41)

Las expectativas: son las "esperanzas" que los usuarios tienen por conseguir algo. Las expectativas de los usuarios se producen por el efecto de una o más de estas cuatro situaciones:

- Promesas explícitas del servicio: son las afirmaciones acerca del servicio que una organización hace a sus usuarios.
- Promesas implícitas del servicio: son las ideas que se relacionan con el servicio sin llegar a ser explícitas.
- Comunicación boca - oreja: se concibe como una fuente de información imparcial por lo que goza de gran credibilidad.
- Experiencia pasada: supone que ya se cuenta con una exposición anterior. Las expectativas suelen ser más realistas debido al conocimiento adquirido.

Las expectativas pueden ser de dos formas: básicas o diferenciadas.

- Las expectativas básicas son simplemente lo que hay que cumplir con tal de conseguir la calidad, como una mesa tener una base o una superficie estable, o que una compañía aérea sea segura o puntual, una vez que se ha convertido en una expectativa normal.
- Las expectativas diferenciadas son aquellas que una vez satisfechas hacen que los usuarios sientan que han recibido algo especial, en particular, cuando han sido reconocidos como personas individuales.

(Kotler, 2016, pág. 41)

2.2.5. FÓRMULA PARA DETERMINAR EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO

Para darle una aplicación práctica a todo lo visto anteriormente, se puede utilizar la siguiente fórmula:

$$\text{Rendimiento percibido} - \text{Expectativas} = \text{Nivel de satisfacción}$$

Satisfacción del usuario versus rentabilidad

Luego de conocer en qué consiste y el cómo determinar la satisfacción del usuario, surge una pregunta muy lógica:

¿Hasta qué punto una empresa debe invertir para lograr la satisfacción de sus usuarios?

Esta pregunta es muy usual, porque en muchas ocasiones los responsables de mercadotecnia sugieren incrementar los niveles de satisfacción de los usuarios disminuyendo precios o incrementando servicios. Ambas situaciones pueden mejorar los índices de satisfacción, pero a costa de disminuir las utilidades de la empresa.

En todo caso, no se debe olvidar que el reto es el de generar satisfacción en sus usuarios, pero de manera rentable. Esto exige el encontrar un equilibrio muy delicado entre seguir generando más valor para lograr la satisfacción del usuario.

(Kotler y Armstrong, 2012, pág. 10)

2.2.6. CALIDAD EN EL SERVICIO

La calidad en el servicio en las organizaciones “Es la percepción que tiene un usuario acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas, relacionados con el conjunto de elementos, cuantitativos y cualitativos, del servicio” (Toso, 2013, pág. 11). Es decir cumplir con las expectativas de los usuarios es esencial en cualquier tipo de organización.

2.2.7. COMPONENTES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

Los usuarios califican la calidad del servicio por medio de los siguientes componentes:



Ilustración 4. Componentes de la calidad del servicio

Fuente: (Toso, 2013, pág. 13)

Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.

2.2.8. IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL USUARIO

Una de las principales formas para que una empresa se pueda distinguir, consiste en ofrecer calidad en el servicio, lo cual dará una fuerte ventaja competitiva, que conduce a un mejor desempeño en la productividad y en las utilidades de la organización.

“Muchas empresas de servicios han tratado de asegurarse que sus usuarios reciban, en forma constante, servicios de gran calidad en todos sus encuentros de servicios. Por eso, el prestador de servicios tiene que identificar las expectativas de los usuarios que tienen en la mira a calidad de servicios” (Toso, 2013, pág. 15).

3. DIAGNOSTICO DE CAMPO

1. ¿Utiliza usted el servicio de la Cooperativa de Transporte Público Montecristi?

Tabla 6. Porcentaje de personas que utilizan el servicio de transporte público Montecristi

Criterio	Respuesta	Porcentaje
SI	122	88%
NO	16	12%
Total	138	100%

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio
Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.

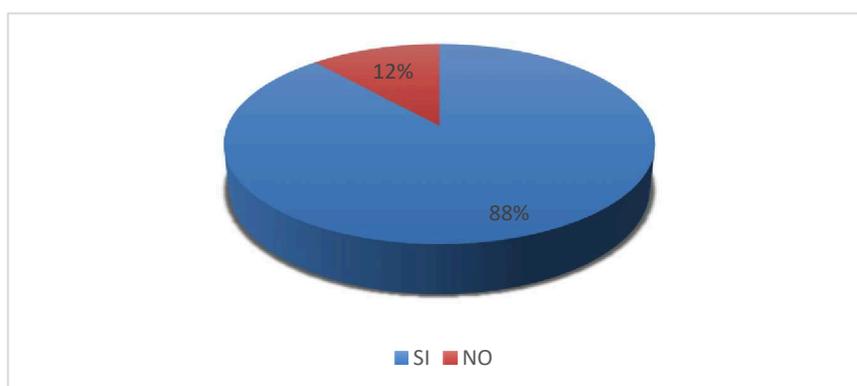


Ilustración 5. Porcentaje de personas que utilizan el servicio de transporte público Montecristi

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio
Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.

ANÁLISIS

De la aplicación del instrumento de investigación se puede identificar que el 88% de personas del cantón Montecristi y Manta hacen uso de los servicios que oferta la Cooperativa de Transporte Montecristi, el 12% no lo utiliza lo que significa que la mayoría de la población conoce y utiliza los servicios que ofrece la cooperativa convirtiéndose esto en una herramienta clave para determinar el análisis de la percepción de los usuarios de este servicio objeto de estudio.

2. ¿De acuerdo a su juicio el servicio ofertado por la Cooperativa de Transporte Público Montecristi es?

Tabla 7. Percepción de los usuarios sobre el servicio de la Cooperativa de transporte Montecristi

Criterio	Respuesta	Porcentaje
Excelente	19	14%
Bueno	32	23%
Regular	79	57%
Pésimo	8	6%
Total	138	100%

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio
Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.

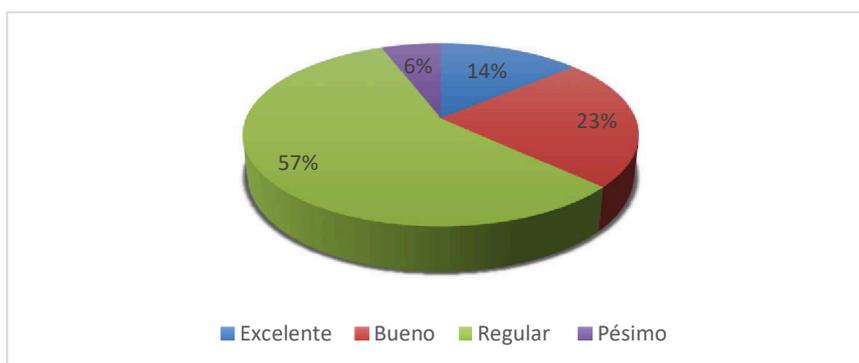


Ilustración 6. Percepción de los usuarios sobre el servicio de la Cooperativa de transporte Montecristi

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio
Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.

ANÁLISIS

Se evidencia que los usuarios de la cooperativa de transporte Montecristi califican al servicio ofrecido como regular en un 57%, frente a un 23% que opina que el servicio ofrecido es bueno, el 14% de usuarios opina que el servicio es excelente y el 6% considera que el servicio es pésimo estos criterios aportan a identificar que la cooperativa necesita mejorar sus servicios.

3. ¿Cómo percibe usted la atención al usuario que brinda la Cooperativa de Transporte Público Montecristi?

Tabla 8. Percepción sobre la atención al usuario

Criterio	Respuesta	Porcentaje
Excelente	2	1%
Bueno	42	30%
Regular	62	45%
Pésimo	32	23%
Total	138	100%

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio
Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.

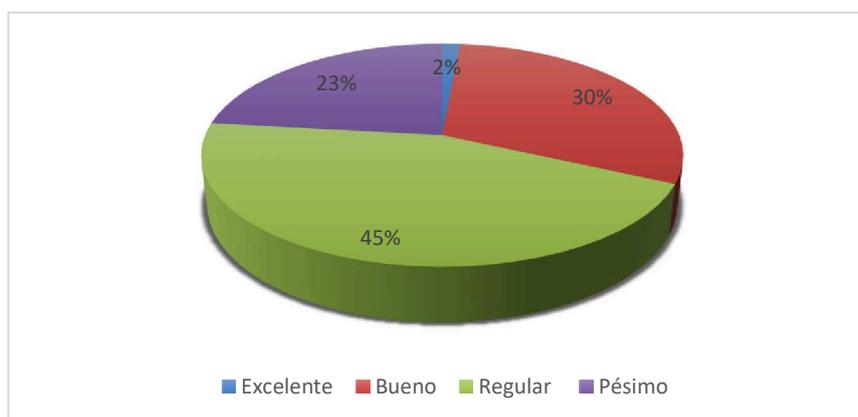


Ilustración 7. Percepción sobre la atención al usuario

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio
Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.

ANÁLISIS

Los resultados de la investigación permiten identificar que el 45% de los usuarios consideran que la atención al usuario es regular, por otro lado el 30% de la población en estudio califica a la atención al usuario como buena, frente al 23% que considera pésima la atención y tan solo un 2% opinan que es excelente, estos datos evidencian que los usuarios no están de acuerdo con el trato recibido por los oficiales de los buses de transporte, datos que alertan a realizar acciones de mejora en la atención al usuario

4. ¿De acuerdo a su criterio la Cooperativa de Transporte Público Montecristi, es puntual en el cumplimiento de horarios y frecuencias?

Tabla 9. Porcentaje de cumplimiento de horarios y frecuencias

Criterio	Respuesta	Porcentaje
SI	120	87%
NO	18	13%
Total	138	100%

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio
Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.

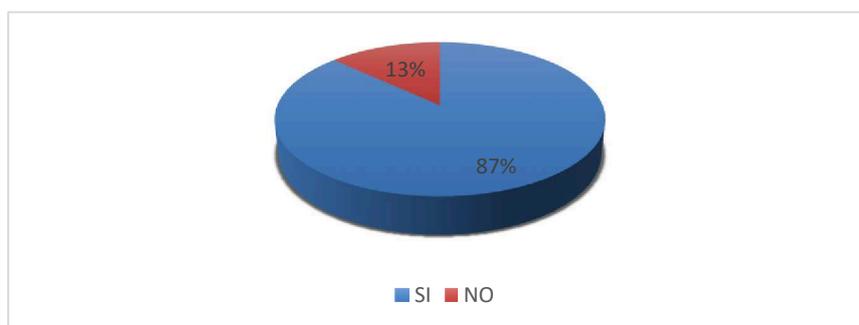


Ilustración 8. Porcentaje de cumplimiento de horarios y frecuencias

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio
Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.

ANÁLISIS

De acuerdo al criterio de los usuarios de la cooperativa de transporte público Montecristi con respecto al cumplimiento de horarios y frecuencias, el 87% es decir la mayoría de usuarios en estudio consideran que si existe cumplimiento de horarios y frecuencias por parte de la cooperativa, frente al 13% de la población en estudio que opina que existe incumplimiento en estos aspectos.

5. ¿A su criterio la Cooperativa de Transporte Público Montecristi, brinda las facilidades de acceso al autobús?

Tabla 10. Facilidades de acceso al autobús

Criterios	Respuesta	Porcentaje
SI	115	83%
NO	23	17%
Total	138	100%

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio
Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.

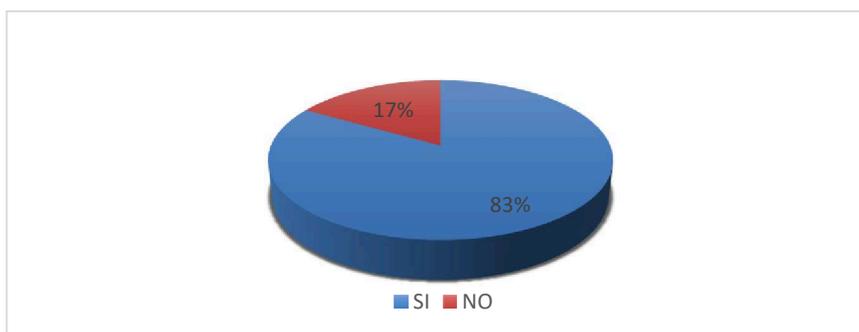


Ilustración 9. Facilidades de acceso al autobús

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio
Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.

ANÁLISIS

Con relación a las facilidades de acceso a los autobuses de la Cooperativa de Transporte Público Montecristi, el 87% de la población en estudio consideran que si existe las facilidades para abordar a los automotores ya que las paradas se las realiza en los lugares preestablecidos y de conocimiento de los usuarios para facilidad de los mismos, mientras que la minoría el 17% del total opina que la Cooperativa no cumple con las facilidades de acceso al autobús.

6. ¿Según su criterio la Cooperativa de Transporte Público Montecristi, proporciona seguridad en la conducción desde la partida hacia su destino?

Tabla 11. Seguridad que brinda la Cooperativa de transporte público Montecristi

	Respuesta	Porcentaje
SI	120	87%
NO	18	13%
Total	138	100%

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio
Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.

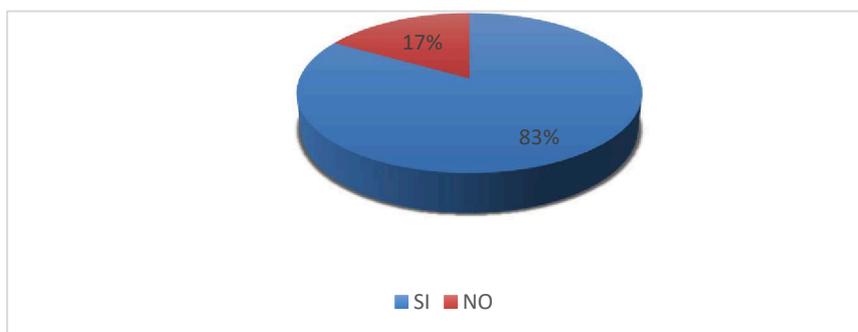


Ilustración 10. Seguridad que brinda la Cooperativa de transporte público Montecristi

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio
Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.

ANÁLISIS

De acuerdo a la percepción de los usuarios se puede manifestar que el 83% de ellos si se sienten seguros al transportarse en los autobuses de la Cooperativa de Transporte Montecristi, ya que existe responsabilidad de los conductores para movilizar a sus usuarios desde su origen hacia su destino, mientras que el 17% de usuarios no se sienten seguros ya que opinan que en ocasiones no respetan las normas establecidas por la Agencia Nacional de Tránsito.

7. ¿Está usted de acuerdo con las frecuencias de paso (cada 5 minutos), que tiene la Cooperativa de Transporte Público Montecristi?

Tabla 12. Porcentaje de satisfacción en cuanto a frecuencias de recorrido

Criterios	Respuesta	Porcentaje
SI	130	94%
NO	8	6%
Total	138	100%

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio
Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.

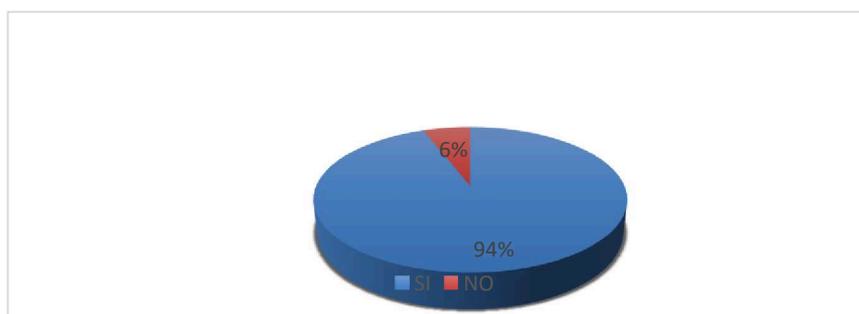


Ilustración 11. Porcentaje de satisfacción en cuanto a frecuencias de recorrido

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio
Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.

ANÁLISIS

El 94% de usuarios de la Cooperativa de Transporte Público Montecristi es decir la mayor parte de la población en estudio si se encuentra de acuerdo con las frecuencia cada 5 minutos que ofrece la cooperativa, mientras que un porcentaje minoritario el 6% están en desacuerdo con las frecuencias ofrecidas por la cooperativa.

8. ¿Está usted de acuerdo con la calidad de información sobre la, frecuencia, horarios y recorridos, que brinda la Cooperativa de Transporte Público Montecristi?

Tabla 13. Porcentaje de satisfacción de la calidad de información de los servicios que ofrece la Cooperativa

Criterio	Respuesta	Porcentaje
SI	40	29%
NO	98	71%
Total	138	100%

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio
Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.

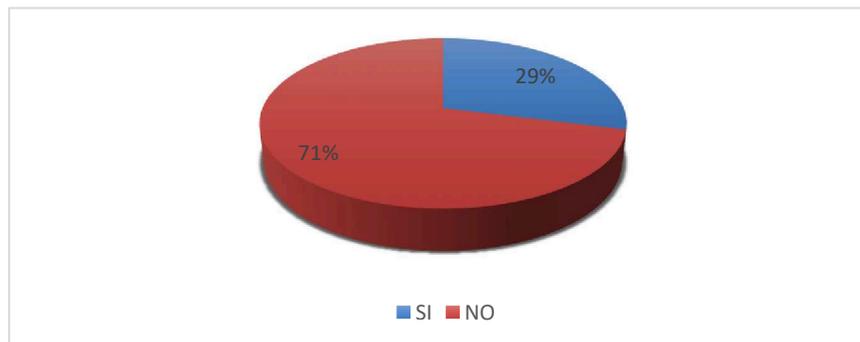


Ilustración 12. Porcentaje de satisfacción de la calidad de información de los servicios que ofrece la Cooperativa

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio
Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.

ANÁLISIS

Con relación a la calidad de información de los servicios que la Cooperativa de Transporte Público ofrece, el 71% de usuarios opinan que no están de acuerdo con la información que se ofrece en cuanto a horarios, frecuencias, recorridos, pues no cuenta con una página web que permita informarse para evitar el trasladarse a las oficinas, el 29% de usuarios si están de acuerdo con la información que se ofrece desde las oficinas de la Cooperativa.

9. Recomendaría usted los servicios que brinda la Cooperativa de Transporte Público Montecristi?

Tabla 14. Porcentaje de usuarios que recomendaría el uso de la Cooperativa de transporte Montecristi

Criterio	Respuesta	Porcentaje
SI	120	87%
NO	18	13%
Total	138	100%

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio
Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.

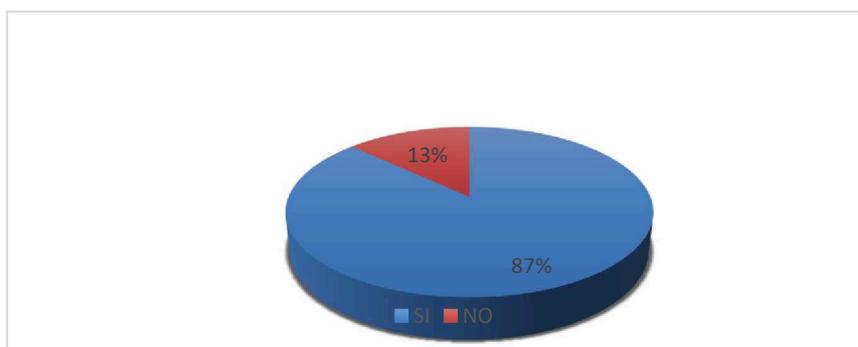


Ilustración 13. Porcentaje de usuarios que recomendaría el uso de la Cooperativa de transporte Montecristi

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio
Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.

ANÁLISIS

Del 100% de usuarios que fueron encuestados se establece que el 87% de ellos si recomendarían los servicios que ofrece la cooperativa de Transporte Montecristi a otras personas siendo esto beneficiosos para la cooperativa pues se considera como un boca boca positivo, el 13% de usuarios no recomendaría a otras personas el uso de los servicios que ofrece la cooperativa de transporte por incidentes ocurridos, porcentaje minoritario pero que representa pérdidas para la cooperativa.

10. ¿De acuerdo a su opinión cuál de estos factores sería necesario que mejore la Cooperativa de Transporte Público Montecristi?

Tabla 15. Factores que deben mejorar la Cooperativa de Transporte Público Montecristi

Criterio	Respuesta	Porcentaje
MEJOR ATENCIÓN AL USUARIO	42	30%
CONFORT	32	23%
HORARIOS DE ATENCIÓN	2	1%
FRECUENCIAS DE RECORRIDO	2	1%
SEGURIDAD EN LA CONDUCCIÓN	20	14%
UNIDADES NUEVAS	40	29%
Total	138	100%

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio
Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.



Ilustración 14. Tabla 14. Factores que debe mejorar la Cooperativa de Transporte Público Montecristi

Fuente: Encuesta a usuarios del servicio
Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.

ANÁLISIS

Los factores que la Cooperativa de Transporte Montecristi, debe mejorar de acuerdo a la percepción de los usuarios en relación de importancia para los mismos, es el mejoramiento en la atención al usuario considerado por un 30% de la población en estudio, seguido del 29% que considera necesario el mejoramiento de las unidades es decir a unidades nuevas, el 23% opina que se debe mejorar el confort de los autobuses, el 15% considera poner atención en la seguridad de conducción, el 2% y 1% de usuarios opinan mejorar horarios de atención y recorridos respectivamente, estos datos demuestran las expectativas y necesidades de los usuarios para el análisis de los niveles de satisfacción y el mejoramiento de la Cooperativa.

4. DISEÑO DE LA PROPUESTA.

Plan de capacitación para directivos personal administrativo, propietarios de las unidades, choferes y controladores de la Cooperativa de Transporte Público Montecristi

Objetivo General

Mejorar la calidad del servicio de transporte de la Cooperativa de Transporte Público Montecristi a través de la capacitación a los directivos, personal administrativo, propietarios de las unidades, choferes y controladores basado en el análisis de los niveles de satisfacción de los usuarios de la Cooperativa en el período julio – diciembre 2017.

Objetivos Específicos

- Elaborar un plan de capacitación para los conductores del servicio en base a las normativas de tránsito vigentes para fomentar la conducción responsable y el transporte seguro.
- Establecer un cronograma de capacitación para directivos, personal administrativo, propietarios de las unidades, choferes y controladores de la Cooperativa de Transporte Público Montecristi, en calidad en el servicio y atención al usuario para incentivar el buen trato y la eficacia en la prestación de los servicios de transporte público.
- Evaluar el plan de capacitación a través de fichas aplicadas al personal capacitado de la Cooperativa de Transporte Público Montecristi para medir el porcentaje de cumplimiento del plan y los conocimientos adquiridos.

Plan de capacitación para el personal de la Cooperativa de Transporte Público Montecristi.

A continuación se presenta la propuesta del plan de capacitación para el personal administrativo, conductores y oficiales de la Cooperativa de Transporte Público Montecristi.

Tabla 16. Plan de capacitación conducción responsable y transporte seguro

COOPERATIVA DE TRANSPORTE MONTECRISTI 			
TEMA: CONDUCCIÓN RESPONSABLE Y TRANSPORTE SEGURO			
PERÍODO DE CAPACITACIÓN: del 07 al 28 de abril del 2018			
TEMA:	OBJETIVO	CONTENIDO	HERRAMIENTA
Normativa de transporte Vigente	Conocer las normas de tránsito.	Ley de tránsito. Exceso de velocidad. Señales de tránsito. Unidades de transporte en buen estado.	Guías de trabajo, Material audiovisual, videos
El conductor y la vía	Disminuir del índice de accidentes producidos en el transporte público ocasionados por fallas humanas.	Los efectos del uso del cigarrillo mientras conducen. La conducción bajo efectos del alcohol y estupefacientes. Los medicamentos y la conducción El uso del celular y la conducción.	Guías de trabajo, Material audiovisual, videos
Seguridad Pasiva	Mejorar la seguridad el confort y limpieza dentro de las unidades de transporte.	Comodidad confort y limpieza dentro de las unidades. Los airbag El Cinturón de seguridad	Guías de trabajo, Material audiovisual, videos
Seguridad Activa	Disminuir del índice de accidentes producidos en el transporte público ocasionados por fallas humanas.	Condiciones de los neumáticos Gafas de sol para conducir. Signos de deterior para limpiaparabrisas. Los neumáticos también caducan. El etiquetado de los neumáticos.	Guías de trabajo, Material audiovisual, videos

Fuente: Resultados encuesta a usuarios del servicio
Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.

Tabla 17. Plan de Capacitación Calidad en el Servicio y atención al usuario

COOPERATIVA DE TRANSPORTE MONTECRISTI	
TEMA: CALIDAD EN EL SERVICIO Y ATENCIÓN AL USUARIO	
PERÍODO DE CAPACITACIÓN: del 05 al 27 de mayo del 2018	

TEMA:	OBJETIVO	CONTENIDO	HERRAMIENTA
El círculo de la calidad del servicio	Dar a conocer a los participantes el proceso de los círculos de calidad y sensibilizarlos de las ventajas que conlleva tanto para ellos como para La Cooperativa de Transporte.	¿Qué es un Círculo de calidad? Características de un Círculo de calidad Establecimiento de Círculos de calidad La Operación de los Círculos de Calidad. Organización de los Círculos de Calidad.	Guías de trabajo, Material audiovisual, videos
Calidez, calidad y compromiso	Mejorar la calidad en la atención al usuario	La relación con el usuario. Tipos de atención al usuario La comunicación con el usuario. Habilidades sociales en el trato al usuario.	Guías de trabajo, Material audiovisual, videos
La satisfacción del usuario de los servicios de transporte público	Mejorar la calidad en la atención al usuario	¿Qué significa la satisfacción al usuario? Calidad en el servicio	Guías de trabajo, Material audiovisual, videos
El Usuario (escuchado, Comprendido y reconocido)	Mejorar la calidad en la atención al usuario	La importancia de escuchar al usuario Asesoramiento y atención de reclamaciones.	Guías de trabajo, Material audiovisual, videos

Fuente: Resultados encuesta a usuarios del servicio

Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.

Tabla 18. Cronograma de capacitación Conducción responsable y transporte seguro

CRONOGRAMA DE CAPACITACIÓN COOPERATIVA DE TRANSPORTE MONTECRISTI		
Fecha:	del 07 al 28 de abril del 2018	
Lugar:	Sede Cooperativa Transporte Montecristi	
Capacitación:	Conducción responsable y transporte seguro	
Duración:	64 horas (Trabajo presencial y Autónomo)	
Beneficiarios:	Directivos Personal administrativo, Propietarios de las unidades, Choferes y controladores.	

Temáticas	MES: ABRIL 2018							
	Sábado 7	Domingo 8	Sábado 14	Domingo 15	Sábado 21	Domingo 22	Sábado 28	Domingo 29
8 Horas diarias	8 Horas diarias	8 Horas diarias	8 Horas diarias	8 Horas diarias	8 Horas diarias	8 Horas diarias	8 Horas diarias	8 Horas diarias
Normativa de transporte vigente								
El conductor y la vía								
Seguridad activa								
seguridad pasiva								

Fuente: Resultados encuesta a usuarios del servicio

Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.

Tabla 19. Cronograma de ejecución plan de capacitación

CRONOGRAMA DE CAPACITACIÓN COOPERATIVA DE TRANSPORTE MONTECRISTI	
Fecha:	del 05 al 27 de Mayo del 2018
lugar:	Sede Cooperativa Transporte Montecristi
Capacitación:	Calidad en el servicio y atención al usuario
Duración:	64 horas (Trabajo presencial y Autónomo)
Beneficiarios:	Directivos Personal administrativo, Propietarios de las unidades, Choferes y controladores.



Temáticas	MES: MAYO 2018							
	Sábado 5	Domingo 6	Sábado 12	Domingo 13	Sábado 19	Domingo 20	Sábado 26	Domingo 27
	8 Horas diarias							
El círculo de la calidad del servicio								
Calidez, calidad y compromiso								
La satisfacción de los usuarios de los servicios de transporte público								
El usuario escuchado reconocido y comprendido								

Fuente: Resultados encuesta a usuarios del servicio

Elaborado por: Betsy Lucas. Uleam.2018.

INSTRUMENTOS PARA EVALUAR LA CAPACITACIÓN.

Objetivo:

Brindar una herramienta que facilite la forma de evaluar al personal administrativo, propietarios de las unidades, choferes y controladores en los conocimientos adquiridos y el cumplimiento del plan.

Ventajas:

- Que el gerente visualice los resultados obtenidos en la capacitación.
- Permite que el gerente tome las mejores decisiones de acuerdo a los resultados obtenidos.
- Conocer si los temas impartidos fueron los suficientes y necesarios para alcanzar los objetivos establecidos.

La evaluación de la capacitación, se refiere a los medios, por el cual se obtiene información sobre los resultados de aprendizaje logrados por los participantes.

Los datos obtenidos, permiten juzgar en qué medida se lograron los objetivos propuestos y proporcionar una base para tomar decisiones sobre la capacitación futura.



- Reacción resultados
- Aprendizaje someter a prueba al personal capacitado.
- Cambios posteriores a la capacitación.

Tabla 20. Variables a Medir propuesta para evaluación de capacitación

Variables a medir propuestas para evaluación de capacitación	
1. Objetivos y los contenidos del plan	Ayuda a medir si los objetivos del curso son claros y se cumplieron.
2. Materiales	Mide la entrega de materiales, que sean de buena calidad, útiles y se entreguen de manera oportuna.
3. Recursos audiovisuales	Mide el uso de material audiovisual, que facilite el aprendizaje.
4. Instructor	Mide la calidad del expositor/instructor del curso, en términos de conocimientos, atención a preguntas de los participantes, y dominio del tema.
5. Actividades instrucciones	Mide la metodología utilizada en el curso y la pertinencia de la misma.
6. Duración	Mide si la duración del curso es el adecuado para cumplir con los objetivos.
7. Ambiente de aprendizaje	Mide las condiciones ambientales donde se llevó a cabo el curso.
8. Intención de aplicación	Mide la posibilidad de aplicación de los conocimientos adquiridos en el curso en las funciones que desempeña el participante. Esta referido al interés propio del participante, su motivación intrínseca. En suma, mide la determinación o voluntad de hacer cierta cosa. PROPOSITO.
9. Aplicabilidad	Mide si los conceptos, metodologías y herramientas analizadas en el curso, son aplicables a su trabajo.
10. Autoeficacia	<p>La autoeficacia es la impresión de que uno es capaz de desempeñarse o actuar de una cierta forma y de poder alcanzar ciertas metas. Es la creencia de que uno tiene las habilidades para ejecutar los cursos de acción requeridos para manejar situaciones previstas. Lo que se busca medir entonces es la creencia del participante en su propia capacidad de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicar lo aprendido • Ganar seguridad en el tema • Que le irá bien cuando aplique lo aprendido en su trabajo.
11. Favorabilidad del entorno	Mide la percepción que tiene el participante respecto a la coyuntura de su institución para que pueda aplicar lo aprendido.
12. Logística	Mide temas referidos a la gestión del curso, que facilite la asistencia y participación de los capacitados.
13. Percepción global	Mide de manera general la satisfacción de las expectativas de los participantes del curso.

Fuente: (Reynoso Díaz, 2013)

Modelo para medir la reacción de los participantes

Nombre del curso:

Fecha:

Hora:

Nombre del instructor:

.....

Por favor lea las siguientes afirmaciones y exprese su grado de acuerdo con las mismas usando esta escala. Marque sus respuestas con una X.

5 = Total acuerdo

4 = De acuerdo

3 = Mediano acuerdo

2 = en desacuerdo

1 = Total desacuerdo

Dimensión	Indicadores	Respuestas
1. Objetivos y contenidos del programa	a. Los objetivos del curso son claros	1 2 3 4 5
	b. Se cumplieron los objetivos del curso	1 2 3 4 5
	c. Los contenidos presentados son actualizados	1 2 3 4 5
	d. Los contenidos de curso son coherentes con los objetivos del curso	1 2 3 4 5
2. Materiales	a. Se entregaron materiales del curso	1 2 3 4 5
	b. Los materiales tiene buena presentación y organización	1 2 3 4 5
	c. Los materiales permiten profundizar las temáticas	1 2 3 4 5
3. Recursos audiovisuales	a. Se usaron ayudas audiovisuales de manera efectiva	1 2 3 4 5
	b. Se recurrió a equipos tecnológicos para mejorar la	1 2 3 4 5
4. Instructor	a. Las explicaciones del instructor son claras y comprensibles	1 2 3 4 5
	b. El instructor generó un ambiente de participación	1 2 3 4 5
	c. El instructor usó eficientemente el tiempo	1 2 3 4 5
	d. El instructor atendió adecuadamente las preguntas de los participantes	1 2 3 4 5
5. Actividades Instruccionales	a. En el curso se organizaron varias actividades o ejercicios que generaron aprendizaje	1 2 3 4 5
	b. Se organizaron actividades que permitieron la discusión en grupo o el intercambio de ideas entre los participantes	1 2 3 4 5
6. Duración	a. La duración del curso fue apropiada	1 2 3 4 5
	b. Se dedicó un tiempo adecuado al tratamiento de las diversas temáticas	1 2 3 4 5
7. Ambiente de Aprendizaje	a. Las condiciones ambientales (ruido, iluminación, temperatura, espacio) favorecieron la realización del curso	1 2 3 4 5
8. Intención de aplicación	a. Pienso aplicar lo aprendido en mi trabajo.	1 2 3 4 5
	b. Los conceptos, metodologías y herramientas analizadas en el curso, son aplicables a mi	1 2 3 4 5
9. Autoeficacia	a. Me siento listo o preparado para aplicar lo aprendido en mi trabajo.	1 2 3 4 5
	b. Este curso ha aumentado mi seguridad con el tema.	1 2 3 4 5
	c. Tengo la seguridad que me irá bien cuando aplique lo aprendido en mi trabajo.	1 2 3 4 5

10. Favorabilidad del entorno	a. Dispongo del tiempo necesario para aplicar lo aprendido en mi trabajo. b. Dispongo de los recursos necesarios para aplicar lo aprendido en mi trabajo. c. Pienso que mi jefe / compañeros me pueden apoyar a aplicar lo aprendido en mi trabajo. d. Considero que mi entorno de trabajo favorece la aplicación de aprendizajes.	1 2 3 4 5 1 2 3 4 5 1 2 3 4 5 1 2 3 4 5
11. Logística	a. El procedimiento de inscripción al curso fue efectivo b. Fui notificado con oportunidad sobre la fecha y hora del curso c. Conocía de antemano la naturaleza del curso que recibí d. Los baños estaban en excelentes condiciones higiénicas e. La comida de los recesos y del almuerzo fue muy buena	1 2 3 4 5 1 2 3 4 5 1 2 3 4 5 1 2 3 4 5 1 2 3 4 5
12. Percepción global	a. El curso de capacitación satisfizo sus expectativas y necesidades b. Recomienda este curso a otras personas	1 2 3 4 5 1 2 3 4 5

Fuente: (Reynoso Díaz, 2013)

5. CONCLUSIONES

- En la presente investigación se analizó las teorías de satisfacción del servicio, las mismas que sirvieron de fundamento para el levantamiento de la línea base de la problemática del servicio de transporte que brinda la Cooperativa de Transporte Público Montecristi.
- En base a los resultados de la investigación se puede concluir que en promedio el 47,5% de usuarios se encuentran insatisfechos con los servicios ofertados y la atención al usuario considerándolos como regulares, datos que alertan a desarrollar planes de acción y toma de decisiones para mejorar los servicios que ofrece la Cooperativa de Transporte Montecristi a sus usuarios.
- Se puede determinar que para el presente año la Cooperativa de Transporte Público Montecristi, no cuenta con una propuesta técnica y estratégica para el mejoramiento del nivel de satisfacción de los usuarios (plan de capacitación anual), que permita brindar un adecuado servicio a sus usuarios.

6. RECOMENDACIONES

- Se recomienda que los directivos y funcionarios de la cooperativa de transporte Montecristi, apliquen la línea base y los fundamentos teóricos como una herramienta de consulta y de aplicación al mejoramiento de la calidad del servicio.
- En base a los resultados de las encuestas realizadas a los usuarios se recomienda a los directivos de la Cooperativa de Transporte Montecristi ejecuten un plan de acción con la finalidad de reducir la insatisfacción de los usuarios con respecto al servicio que brinda a la ciudadanía.
- Poner en práctica el plan de capacitación Anual 2018 involucrando a todos los directivos, personal administrativo, dueños de unidades, choferes y controladores, con el objetivo de mejorar el grado de satisfacción de los usuarios.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Denove y Power, C. (2006). *La satisfacción del Cliente*. California EE.UU: Leader Summaries.
- CTM. (2017). Historia de la Cooperativa. Montecristi, Manabi.
- Dial.net. (2010). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3664564.pdf>
- Egg, E. A. (2012). *Técnicas de Investigación Social*. Argentina: Magisterio del Rio de la Plata.
- Estrada, V. W. (2007). Expectativas del cliente. En W. Estrada, *Servicio y Atención al Cliente* (pág. 15). Perú: Unidad de Coordinación del Proyecto Mejoramiento de los Servicios de Justicia.
- GAD. C. MONTECRISTI. (24 de 02 de 2018). *sni.gob.ec Gobierno Cantonal de Montecristi*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/Volumen%20%20Diagnostico%20Montecristi_14-11-2014.pdf
- GAD. P Manabí. (17 de Enero de 2018). *Gobierno Provincial de Manabí*. Obtenido de <Http://www.manabi.gob.ec/cantones/montecristi>
- Kotler y Armstrong, P. (2012). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Kotler, F. (2016). *Dirección de Mercadotecnia*. México.
- Méndez, J. (10 de mayo de 2013). *Calidad, Conceptos y filosofías: Demming, Juaran, Ishicawua y Crosby*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/calidad-concepto-y-filosofias-deming-juran-ishikawa-y-crosby/#concepto-de-calidad>
- Reynoso Diaz, H. (14 de 05 de 2013). <http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/6370/8/668.422%204-H557d-CAPITULO%20IV.1.pdf>. Obtenido de www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/05/14/modelo-de-un-plan-de-capacitacion-2/
- Tamayo y Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica*. México: Limusa Noriega Editores.
- Toso, K. (2013). *Atención al cliente*. lima: Business E.I.R.L.
- Vogt, H. (2014). *El usuario es lo primero: la satisfacción del usuario como prioridad*. Barcelona: Fundación Bertelsmann.

8. ANEXOS

ANEXO 1. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																				
Actividad	Noviembre				Diciembre				FEBRERO				Febrero					Marzo		
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3
Introducción	■																			
Justificación	■																			
Planteamiento del problema		■																		
Formulación del problema		■																		
Campo			■																	
Objeto			■																	
Objetivos			■																	
Hipótesis			■																	
Variables			■																	
Operacionalización de las variables			■																	
Población				■	■															
Muestra					■	■	■													
Método						■	■													
Técnicas						■	■													
Cronograma de actividades							■													
Antecedentes del problema								■												
Antecedentes de la investigación									■											
Bases teóricas de la investigación										■										
Glosario											■									
Diagnóstico o estudio de campo												■	■	■						
Análisis general															■					
Comprobación de hipótesis																■				
Diagnóstico o estudio de campo																	■			
Conclusiones																		■		
Recomendaciones																			■	
Bibliografía																				■
Anexos																				■
Entrega de trabajo Final																				■
Defensa Final del Trabajo																				■

ANEXO 2. Modelo de encuesta



UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO" DE MANABÍ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS

OBJETIVO:

Conocer el nivel de satisfacción de los usuarios que utilizan los servicios ofertados por la Cooperativa de Transporte Público Montecristi periodo julio – diciembre 2017.

INSTRUCCIONES:

Marque con una x según su criterio:

1. ¿Utiliza usted el servicio de la Cooperativa de Transporte Público Montecristi?

Si	NO

2. ¿De acuerdo a su juicio el servicio ofertado por la Cooperativa de Transporte Público Montecristi es?

Excelente	Bueno	Regular	Pésimo

3. ¿Cómo percibe usted la atención al usuario que brinda la Cooperativa de Transporte Público Montecristi?

Excelente	Bueno	Regular	Pésimo

4. ¿De acuerdo a su criterio la Cooperativa de Transporte Público Montecristi, es puntual en el cumplimiento de horarios y frecuencias?

Si	NO

5. ¿A su criterio la Cooperativa de Transporte Público Montecristi, brinda las facilidades de acceso al autobús?

Si	NO

6. ¿Según su criterio la Cooperativa de Transporte Público Montecristi, proporciona seguridad en la conducción desde la partida hacia su destino?

Si	NO

7. ¿Está usted de acuerdo con las frecuencias de paso (cada 5 minutos), que tiene la Cooperativa de Transporte Público Montecristí?

Si	NO

8. ¿Está usted de acuerdo con la calidad de información sobre la, frecuencia, horarios y recorridos, que brinda la Cooperativa de Transporte Público Montecristí?

Si	NO

9. ¿Recomendaría usted los servicios que brinda la Cooperativa de Transporte Público Montecristí?

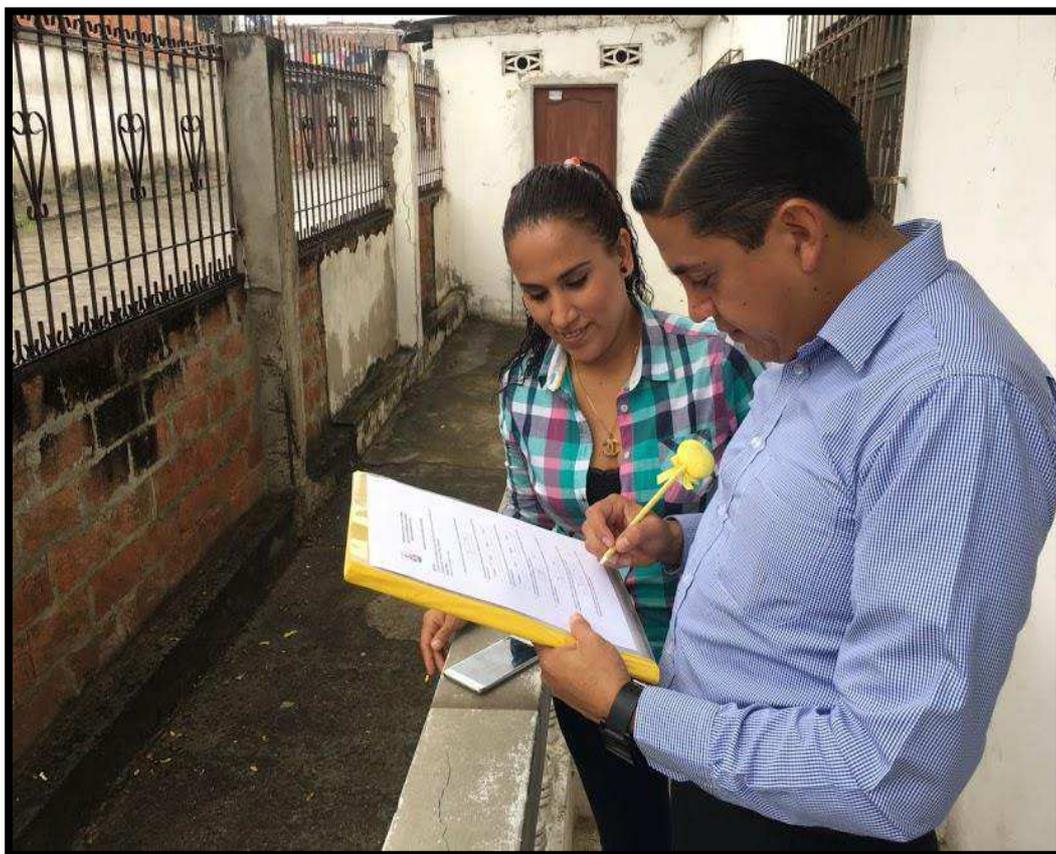
Si	NO

10. ¿De acuerdo a su opinión cuál de estos factores sería necesario que mejore la Cooperativa de Transporte Público Montecristí?

• MEJOR ATENCIÓN AL USUARIO	
• CONFORT	
• HORARIOS DE ATENCIÓN	
• FRECUENCIAS DE RECORRIDO	
• SEGURIDAD EN LA CONDUCCIÓN	
• UNIDADES NUEVAS	
• Otro ¿Cuál?.....	

Gracias por su Colaboración

ANEXO 3. Fotografías de encuesta.



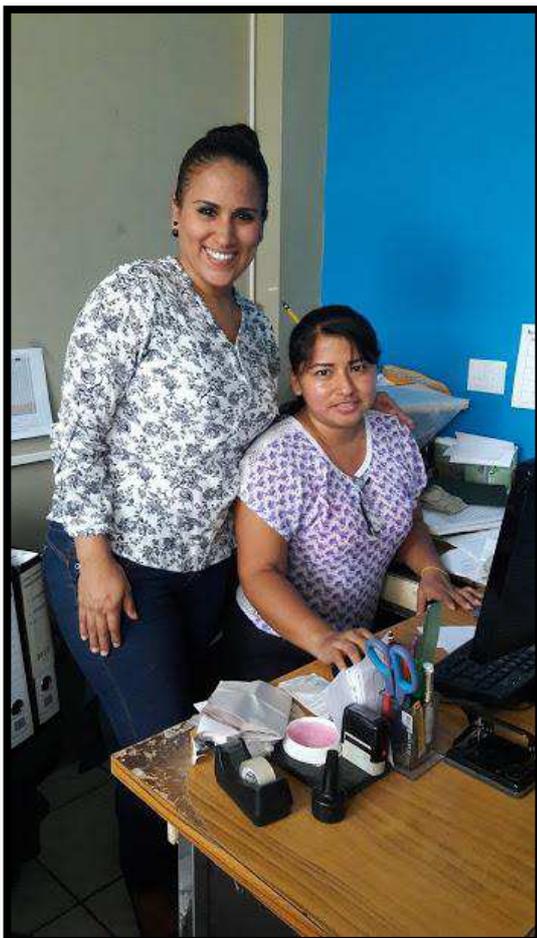
Sr. Jorge Bolaños Usuario de la coop. De transporte Montecristi

ANEXO 4. Autoridades De La Cooperativa De Transporte Montecristi



**Sr. Ricardo Naranjo (I) Presidente de la coop. De transporte Montecristi
Ab. Luis Mendoza (D) Gerente General de la coop. De transporte Montecristi.**

ANEXO 5. Secretarias De La Cooperativa De Transporte Montecristi.



Srtas. Secretarias de la coop. De Transporte Montecristi: Erika (I) Verónica (D)