



**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**TEMA:**

ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LAS BOLETERÍAS  
DEL TERMINAL TERRESTRE DE LA CIUDAD DE MANTA LUIS  
VALDIVIEZO MORAN.

**AUTORA:**

CASTRO ROSADO MARIA LISSETH

**TUTOR:**

ING. ULISES CAROFILIS

**MANTA – MANABÍ – ECUADOR**

**2019**

## CERTIFICACIÓN

En calidad de Tutor de Tesis, CERTIFICO: Que el trabajo de investigación realizado por la egresada: Castro Rosado María Lisseth, sobre el tema: **“ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LAS BOLETERIAS DEL TERMINAL TERRESTRE DE LA CIUDAD DE MANTA LUIS VALDIVIEO MORAN”** es inédito y se ajusta a los requerimientos que disponen el ilustre consejo académico de la Facultad de Ciencias Administrativa, e la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí.

---

ING. ULISES CAROFILIS

TUTOR DE TESIS

# APROBACIÓN DEL TRABAJO

## DE INVESTIGACIÓN POR EL TRIBUNAL

### **Tribunal Examinador**

Los honorables miembros del tribunal examinador aprueban el proyecto de investigación sobre el tema “**ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LAS BOLETERIAS DEL TERMINAL TERRESTRE DE LA CIUDAD DE MANTA LUIS VALDIVIEO MORAN**” de la egresada Castro Rosado María Lisseth, luego de haber sido analizada por los señores Miembros del Tribunal de Grado, en cumplimiento de la ley se da por aprobada la sustentación, acción que le hace acreedora al título de Administración de Empresas.

APROBADA POR

**Presidente del Tribunal**

\_\_\_\_\_

**Miembro del Tribunal**

\_\_\_\_\_

**Miembro del Tribunal**

\_\_\_\_\_

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a Dios, quien nos concede la gracia de vivir y poder alcanzar nuestros objetivos, él nos regala la sabiduría necesaria para recorrer este camino que se llama vida.

A mis padres, que han sabido guiarme por el camino correcto, apoyándome en cada decisión que he tomado en mi vida y están siempre presente ahí para mí.

A mis familiares más cercanos, que de una u otra manera me han dado palabras de apoyo, necesarias para lograr esta meta de finalizar mis estudios universitarios.

A mis compañeros de aula, por ser la familia que la vida me regalo.

A mis amigos “la familia que uno elige” para toda la vida.

## **RECONOCIMIENTO**

Mediante este reconocimiento quiero destacar nuevamente a Dios, por darme la fortaleza de alcanzar para lograr obtener y cumplir los objetivos trazados desde el inicio de mi vida.

A los seres que el encomendó para cuidarme, mis padres, los cuales se han convertido en ángeles para enseñarme lo bueno y lo malo de la vida, y saber cuál es el camino que debo recorrer.

A mi familia y compañeros, con los cuales he compartido momentos importantes en la vida.

A mis maestros, que con su paciencia y talento supieron instruirme adecuadamente para culminar mis estudios con éxito.

A mi tutor de tesis, que con su guía y consejos me han permitido terminar mi trabajo de investigación.

A la universidad, que me permitió cumplir uno de mis sueños más anhelados.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

1.1. Diseño Teórico.....	17
1.2.1. Formulación del Problema.....	17
1.2.2. Objeto y campo de acción .....	17
1.2.3. Objetivo .....	17
1.2.4. Hipótesis.....	18
1.2.5. Definición de variables .....	19
1.2.6. Operacionalización de las variables .....	20
1.2. Diseño metodológico.....	21
1.3.1. Alcance.....	21
1.3.2. Diseño .....	22
1.3.3. Población y muestra .....	22
1.3.4. Instrumento de recolección de datos.....	23
2. MARCO TEÓRICO .....	24
2.1. Definición de calidad.....	24
2.1.1. Antecedentes y Bases Teóricas .....	25

2.1.2.	Calidad y servicio .....	27
2.2.	Teoría de la Mejora Continua.....	30
2.3.	El punto de vista del consumidor sobre la calidad de los servicios .....	31
2.3.1.	Principios de Calidad.....	32
2.3.2.	Evaluación de la calidad de servicios .....	34
2.4.	Método SERVQUAL.....	35
2.5.	Revisiones bibliográficas.....	39
3.1.	Terminal Terrestre Luis Valdivieso Morán.....	42
3.1.1.	Generalidades .....	42
3.1.2.	Ubicación geográfica .....	43
3.1.3.	Estructuración de las preguntas por dimensiones .....	43
3.2.	Interpretación de resultados.....	45
3.2.1.	Sistema de valoración .....	45
3.2.2.	Dimensión de Tangibilidad .....	46
3.2.3.	Dimensión de Fiabilidad .....	50
3.2.4.	Dimensión de capacidad de respuesta.....	54
3.2.5.	Dimensión de seguridad.....	58

3.2.6. Dimensión de empatía.....	62
3.2. Propuesta para solución del problema.....	71
3.3. Objetivos de la propuesta .....	72
3.3.3. Objetivo General.....	72
3.3.4. Objetivos Específicos .....	72
3.4. Importancia de la propuesta.....	72
3.5. Justificación .....	73
3.6. Desarrollo de la propuesta.....	74
3.7. Presupuesto de la propuesta .....	76
4. Conclusiones .....	77
5. Recomendaciones .....	78
6. Bibliografía .....	79
7. Anexos.....	86

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Descripción de las cinco dimensiones del modelo SERVQUAL. ....	35
<b>Tabla 2.</b> Cuestionario SERVQUAL. ....	43
<b>Tabla 3.</b> Escala y valores de respuestas. ....	45
<b>Tabla 4.</b> ¿El terminal terrestre cuenta con equipos modernos?.....	46
<b>Tabla 5.</b> ¿Las instalaciones físicas del terminal terrestre son atractivas? .....	47
<b>Tabla 6.</b> ¿Los empleados del terminal terrestre tienen buena apariencia? .....	48
<b>Tabla 7.</b> ¿La publicidad sobre el terminal terrestre (folletos, carteles etc.) es atractiva? .....	49
<b>Tabla 8.</b> ¿Cuándo la boletería del terminal promete hacer algo en un plazo, lo hace? .....	50
<b>Tabla 9.</b> ¿Cuándo un usuario tiene problemas, el terminal terrestre muestra interés en resolverlas? .....	51
<b>Tabla 10.</b> ¿El terminal terrestre realiza el servicio bien a la primera? .....	52
<b>Tabla 11.</b> ¿El terminal terrestre realiza el servicio en el tiempo prometido?....	53

<b>Tabla 12.</b> ¿En el terminal terrestre el personal comunica a los usuarios cuándo concluirá la realización del servicio? .....	54
<b>Tabla 13.</b> ¿En el terminal terrestre, el personal ofrece un servicio rápido a sus usuarios? .....	55
<b>Tabla 14.</b> ¿En este terminal, el personal está siempre dispuesto a ayudar a los usuarios? .....	56
<b>Tabla 15.</b> ¿En el terminal terrestre, el personal de las boleterías nunca está demasiado ocupado para responder las preguntas de los usuarios? .....	57
<b>Tabla 16.</b> ¿El comportamiento del personal del terminal terrestre transmite confianza a sus usuarios?.....	58
<b>Tabla 17.</b> ¿En este terminal terrestre los empleados son siempre amables con sus usuarios? .....	59
<b>Tabla 18.</b> ¿Los usuarios del terminal terrestre se sienten seguros en sus relaciones con el terminal terrestre? .....	60
<b>Tabla 19.</b> ¿En el terminal terrestre, los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios? .....	61
<b>Tabla 20.</b> ¿En el terminal terrestre da a sus usuarios una atención individualizada?.....	62
<b>Tabla 21.</b> ¿Los horarios del terminal terrestre son convenientes para todos los usuarios? .....	63

<b>Tabla 22.</b> ¿En el terminal terrestre tiene personal que ofrece atención personalizada a sus usuarios?.....	64
<b>Tabla 23.</b> ¿En el terminal terrestre se preocupan por los intereses y necesidades de sus usuarios? .....	65
<b>Tabla 24.</b> ¿El personal del terminal terrestre comprende las necesidades específicas de sus usuarios? .....	66
<b>Tabla 25.</b> Cuadro de propuesta para mejoras de a calidad de servicio del Terminal .....	74

## ÍNDICE DE FIGURAS

**Figura 1.** Esquema del modelo SERVQUAL de la calidad de servicio..... 39

**Figura 2.** Ubicación geográfica del terminal terrestre Luis Valdivieso Morán. . 43

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexo 1.</b> Modelo SERVQUAL utilizado para el planteamiento de las preguntas. .....	86
<b>Anexo 2.</b> Modelo de preguntas SERVQUAL planteado para la investigación.	88
<b>Anexo 3.</b> Exteriores del terminal terrestre Luis Valdivieso Morán. ....	90
<b>Anexo 4.</b> Boletería de la cooperativa Reina del Camino. ....	90

## RESUMEN

Este proyecto de investigación se realizó con la finalidad de analizar la calidad del servicio, que presta el terminal terrestre Luis Valdivieso Morán de Manta; el problema se basa en el desconocimiento que se tiene sobre cuál es la calidad del servicio, que actualmente ofrecen las boleterías de dicho terminal a los usuarios del transporte terrestre, ya que no existen estudios acerca de esto. Los métodos utilizados son la exploración mediante un estudio de campo, la descripción de los aspectos más importantes a evaluar y que servirán para medir la calidad del servicio, y por último la explicación de los resultados mediante un análisis que determinó el nivel de calidad y las deficiencias en los mismos, para esto se emplearán cuestionarios y escalas de respuesta; el proyecto se enmarca dentro de la investigación descriptiva y exploratoria con aspectos cuantitativo y cualitativos, debido a que se describieron cualitativamente y mediante el modelo SERVQUAL las dimensiones e ítems para evaluar la calidad del servicio, de los cuales se obtuvieron resultados cuantitativos. Se diseñó un cuestionario de 21 preguntas de acuerdo a las 5 dimensiones del modelo SERVQUAL; los resultados obtenidos determinaron que en las dimensiones de tangibilidad, capacidad de respuesta y seguridad, los usuarios están de acuerdo con el actual servicio, sin embargo en la fiabilidad y empatía los resultados mostraron deficiencia según la percepción de los clientes, específicamente en el incumplimiento en los horarios y el interés de resolver los problemas que se presentan en las boleterías.

## SUMMARY

This research project was carried out with the purpose of analyzing the quality of the service provided by the land terminal Luis Valdivieso Morán de Manta; The problem is based on the lack of knowledge about the quality of the service, currently offered by the ticket offices of the Luis Valdivieso Morán de Manta terrestrial terminal to land transport users, since there are no studies on this. The methods used are the exploration through a field study, the description of the most important aspects to evaluate and that will serve to measure the quality of the service and finally the explanation of the results through an analysis that determined the level of quality and deficiencies in these, questionnaires and response scales will be used for this; the project is part of the descriptive and exploratory research with quantitative and qualitative aspects, because the dimensions and items to evaluate the quality of the service were described qualitatively and using the SERVQUAL model, from which quantitative results were obtained. A questionnaire of 21 questions was designed according to the 5 dimensions of the SERVQUAL model; the results obtained determined that in the dimensions of tangibility, responsiveness and safety the users are in agreement with the current service, however in the reliability and empathy the results showed deficiency according to the perception of the clients, specifically in the noncompliance in the schedules and the interest to solve the problems that appear in the ticket offices.

# I. INTRODUCCIÓN

En el servicio al cliente, la calidad siempre ha sido un punto de atención importante en las empresas, ya que el tema ha sido puesto en relevancia desde hace mucho tiempo atrás, esto debido a que desde los mismos clientes ha existido la exigencia de que la atención y el trato que reciben de las empresas al adquirir un servicio o producto debe ser confiable, seguro y de calidad, considerando en buen precio, tiempos adecuados e innovaciones constantes que busquen mejorar la atención, es por eso que las organizaciones y empresas invierten muchos recursos buscando alternativas que alcancen estos objetivos (Solórzano y Aceves, 2013).

Esta importancia en la calidad al momento de ofrecer y entregar al cliente un producto o servicio es considerado un valor agregado en las empresas destinadas a la satisfacción de sus clientes, es por esto que el nivel de calidad representa una caracterización de las empresas al momento de su funcionamiento, y esta no depende solo de las políticas implementadas, sino también del personal y la actitud que estos tengan al momento de atender al cliente; el servicio debe ser visto como la resolución de un problema o inconveniente del cliente ante la necesidad que este requiere, en este punto el personal debe conocer que el éxito de la empresa dependerá de la relación con el cliente y la aptitud de cada uno de ellos (NOVASOFT, 2007).

Desde el inicio de la humanidad la búsqueda de la calidad ha sido la causante de la evolución y desarrollo de las sociedades, en efecto, el medio cambiante de las circunstancias en el mercado exige una mejora continua en los sistemas de

gestión de calidad de las organizaciones enfocado en la mayor satisfacción posible del cliente y consecuentemente en la creación del efecto psicológico que conlleva a la preferencia del servicio, como resultado, “la gestión de la calidad de servicio se ha convertido en una estrategia prioritaria y cada vez son más los que tratan de definirla, medirla, y finalmente, mejorarla” (Mendoza, 2009).

En efecto, el sistema comercial en el cual la empresa entrega un producto o servicio el análisis de dicho servicio prestado, brinda la oportunidad de ser evaluado (por los usuarios) o autoevaluados (por la empresa); esta oportunidad ofrece a la organización mejorar sustancialmente los problemas o deficiencias en su servicio o productos, y prestar una mejor atención al usuario (Morán, 2016), es por esto que las evaluaciones a nivel de satisfacción del usuario es importante para determinar la calidad del servicio.

El servicio público de transporte terrestre intercantonal e interprovincial en el Ecuador es el líder indiscutible de los medios de circulación, y no se encuentra exento de proporcionar las tres dimensiones de calidad de servicio (Capacidad de respuesta, Comunicación efectiva, Elementos tangible) para su eficiente desempeño con el cliente, desafortunadamente según Mendoza (2009) la definición y medida de la calidad han resultado ser particularmente complejas en el ámbito de los servicios, por la dificultad derivada de la naturaleza intangible de los mismos.

## **1.1. Diseño Teórico**

### **1.2.1. Formulación del Problema**

Se impulsa un análisis de la calidad de servicios de las boleterías del Terminal Terrestre de la ciudad de Manta, en cuanto existen problemas notorios en los usuarios al utiliza estos servicios, por lo cual se formula el problema:

¿Cómo es la calidad del servicio de las boleterías del Terminal Terrestre de la ciudad de Manta?

#### **Problemas específicos**

- ¿En qué nivel la fiabilidad influye en la calidad de servicio?
- ¿De qué manera la capacidad de respuesta influye en la calidad de servicio?
- ¿Cómo la seguridad incide en la calidad de servicio?
- ¿En qué medida la empatía es importante en la calidad de servicio?
- ¿Cómo los elementos tangibles influyen en la calidad de servicio?

### **1.2.2. Objeto y campo de acción**

Objeto: Calidad de servicio de las boleterías del Terminal Terrestre de Manta

Campo de estudio: Boleterías del Terminal Terrestre de Manta.

### **1.2.3. Objetivo**

Analizar la calidad de Servicio de las boleterías del Terminal Terrestre de Manta.

### **1.2.3.1 Objetivos Específicos**

- Analizar la fiabilidad que refleja el servicio brindado por las boleterías del Terminal Terrestre de la ciudad de Manta.
- Determinar el nivel de capacidad de respuesta en el servicio brindado por las boleterías del Terminal Terrestre de la ciudad de Manta.
- Analizar la eficacia de la seguridad en el servicio brindado por las boleterías del Terminal Terrestre de la ciudad de Manta.
- Calificar la empatía en el servicio brindado por las boleterías del Terminal Terrestre de la ciudad de Manta.
- Identificar la existencia de elementos tangibles en el servicio brindado por las boleterías del Terminal Terrestre de la ciudad de Manta

### **1.2.4. Hipótesis**

La calidad de servicios que brindan las boleterías del Terminal Terrestre de la ciudad de Manta es adecuada.

#### **Hipótesis específicas**

- El nivel de fiabilidad que brindan las boleterías del Terminal Terrestre de la ciudad Manta es el adecuado.
- La capacidad de respuesta que brindan las boleterías del Terminal Terrestre de la ciudad de Manta es el adecuado.
- La seguridad que brindan las boleterías del Terminal Terrestre de la ciudad de Manta es adecuada.

- La empatía que brindan las boleterías del Terminal Terrestre de la ciudad de Manta es la adecuada.
- Los elementos tangibles que existen en las boleterías del Terminal Terrestre de la ciudad de Manta son los adecuados.

#### **1.2.5. Definición de variables**

Para Hernández, Fernández y Baptista (2010) una variable es una propiedad que puede variar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse.

Otra percepción importante es de Ander, (1982) el cual agrupa teniendo en cuenta a su naturaleza y características en: cualitativas y cuantitativas; continuas y discontinuas; dependientes e independientes; exploratorias o externas y generales; intermedias y empíricas.

Desde luego otros investigadores denominan discretas, que según Pick y López (2002) sus valores se interrumpen o separan. Por ejemplo. Sea  $x$  el número de buses del Metropolitano. Aquí no se admite hablar de  $\frac{1}{2}$  o  $\frac{1}{4}$  de bus. La variable discontinua representa valores enteros.

Según Kerlinger y Lee (2002) La variable independiente, varía y es la causa supuesta de la variable dependiente. Dentro del estudio experimental se convierte en la variable manipulada. Dentro de los estudios no experimentales se convierte en la que tiene o guarda relación lógica con la variable dependiente.

Por otra parte para McGuigan (1996) una variable dependiente “dado que en psicología estudiamos conducta, y puesto que los componentes de la conducta

son respuestas, nuestras variables dependientes son las medidas de respuestas”.

De este modo la “variable dependiente es el resultado medido que el investigador usa para determinar si los cambios en la variable independiente tuvieron un efecto” (Kerlinger y Lee, 2002)

La variable utilizada en la presente investigación es la variable cuantitativa-independiente, debido a que se requiere analizar la calidad de servicios que brindan las boleterías del Terminal Terrestre de la ciudad de Manta.

#### **1.2.6. Operacionalización de las variables**

La variable a utilizar en esta investigación es la calidad de servicios, la cual va a ser medida mediante el modelo SERVQUAL.

Las 5 dimensiones que presenta el modelo SERVQUAL para medir la calidad del servicio según Nishizawa (2014) son:

- 1) Fiabilidad:** se refiere a la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma íntegra y cuidadosa. Es decir, que la empresa cumpla con sus promesas, sobre entregas, solución de problemas y fijación de precios
- 2) Capacidad de respuesta:** implica la disposición para la prestación de un servicio rápido y adecuado a los usuarios. Se refiere a la atención y urgencia al tratar las solicitudes, responder preguntas o quejas de los clientes y solucionar problemas.

- 3) **Seguridad:** requiere de conocimiento y atención de los empleados así como también sus habilidades para infundir confianza y credibilidad.
- 4) **Empatía:** nivel de atención individualizado que ofrecen las empresas a todos sus clientes. Se debe transferir por medio de los servicios personalizados y adaptados a las exigencias de los usuarios.
- 5) **Elementos tangibles:** corresponde a la apariencia física como; instalaciones, infraestructura, equipos, materiales hasta el personal.

## 1.2. Diseño metodológico

### 1.3.1. Alcance

Según Iglesias y Cortés (2004) “los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”.

En el presente trabajo, se aplica la investigación cuantitativa de enfoque exploratorio- descriptivo.

Exploratorio porque el tema en cuestión no ha sido estudiado, por otra parte descriptivo debido a que mediante el modelo SERVQUAL se obtendrán datos relevantes para poder así analizar la calidad de servicios de las boleterías del Terminal Terrestre de Manta.

### **1.3.2. Diseño**

Según Iglesias y Cortés (2004) “un diseño de investigación significa trazar un plan estratégico para responder a las preguntas de investigación planteadas al inicio. La investigación no experimental es la que no manipula deliberadamente las variables a estudiar. Lo que hace este tipo de investigación es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto actual, para después analizarlo. En un estudio no experimental no se construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes”.

El diseño en esta investigación es no experimental porque los datos a analizar serán tomados para esta esta oportunidad en base a sus dimensiones y con valores a utilizar solo en ese momento.

### **1.3.3. Población y muestra**

De acuerdo a El Telegrafo (2017) los usuarios que habitualmente acuden a las boleterías del Terminal Terrestre de la ciudad de Manta son 15.000, los cuales se tomaran como el tamaño de la muestra en el proyecto de investigación,

Fórmula

$n$  = Tamaño de la muestra

$Z$  = Nivel de confianza = 95% =  $0,95/2 = 0.4750 = 1,96$

$p$  = Probabilidad de ocurrencia = 0,5

$q$  = Probabilidad de no ocurrencia =  $1 - 0,5 = 0,5$

E = Precisión o error = 0,05

N=15000

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{N \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5) \cdot (15.000)}{(15.000) \cdot (0,05)^2 + (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}$$

Tamaño de la Muestra: 375

#### **1.3.4. Instrumento de recolección de datos**

En la presente investigación se realizó un cuestionario con un total de 21 preguntas, en base al modelo SERVQUAL el cual permite medir cinco dimensiones que a su vez evaluarán la calidad de servicios de las boleterías del Terminal Terrestre de Manta.

- Dimensión de Fiabilidad
- Dimensión de capacidad de respuesta
- Dimensión de seguridad
- Dimensión de empatía
- Dimensión de elementos tangibles.

El cuestionario está dirigido a las personas que habitualmente acuden al Terminal Terrestre de Manta.

## **2. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Definición de calidad**

Calidad se deriva de la palabra latina *qualitas*, que indica cualidad, manera de ser (Centeno Gil, 2005)

Para Reyes (2010) “la calidad puede definirse como el conjunto de características que posee un producto o servicio obtenidos en un sistema productivo, así como su capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario. La calidad supone que el producto o servicio debe cumplir con las funciones y especificaciones para los que ha sido diseñado y que deberán ajustarse a las expresadas por los consumidores o clientes del mismo. La competitividad exigirá que todo ello se logre con rapidez y al mínimo costo”

Mientras para Abud (2011) “la calidad no se controla, se fabrica”, sin duda, sin embargo hoy en día calidad es sinónimo de excelencia. Para Álvarez (2006) la calidad es la representación de procesos constantes de mejora, que el que todos los niveles de la empresa participan activamente para satisfacer al cliente, desde el desarrollo hasta la entrega del servicio.

Así como estos se pueden encontrar muchas definiciones y conceptos de calidad, y cada uno detalla cada parte o contexto en el que debe ser considerado como por ejemplo López (2005) indica que la calidad se basa en dos puntos importantes, la calidad interna que se define como la forma en que la empresa administra y organiza el proceso del producto o servicio, y la segunda la calidad externa que es la manera en la que el usuario o cliente percibe dicho producto o

servicio al momento de adquirirlo o utilizarlo; y es en esta última donde las empresas prestan mayor atención.

Para Horovitz J. (1995) la calidad se define como el nivel que alcanza una empresa en cuanto a la excelencia para cubrir las necesidades de sus clientes más frecuentes; para Ruiz y López (2004) es la modificación y ajustes de los servicios o productos para satisfacer al cliente de manera efectiva (Berry, 1995).

Analizando estos conceptos sobre calidad una definición que la gran mayoría admiten es la que manifiesta que la calidad es el nivel de satisfacción que brinda las propiedades del producto o servicio en relación a los requerimientos exigidos por el cliente o usuario, en conclusión la calidad de un producto o servicio se mide considerando las expectativas que el cliente o usuario tiene de dicho producto o servicio, y se lo evalúa en parámetros de seguridad, confiabilidad y servicio prestado (López, 2005).

A partir de los conceptos dados por los diferentes autores se puede concluir que el más adecuado para la investigación es el de Reyes, debido al enfoque donde la calidad debe generar la satisfacción del cliente, mediante las características que posee el producto o servicio a brindar, y que este cumpla con los requerimientos del usuario.

### **2.1.1. Antecedentes y Bases Teóricas**

#### **Evolución de la calidad**

El término en condición de categoría, así como su concepción filosófica, fue introducido por Aristóteles, cuando elaboró su sistema de conceptos universales

donde introdujo la categoría cualidad, la que formó una constante del pensamiento filosófico durante muchos siglos. Posteriormente Kant (1724-1804) la incluye en su sistema de conceptos y Hegel también investigó esta categoría en una forma más completa, incluyéndola en el primer grupo de las categorías del ser (Moreno Pino, 2008) (Reyes Benítez, 2010).

Desde el inicio de la existencia del hombre es muy normal que siempre se buscó mejorar la calidad, el simple hecho de buscar mejores estilos de vida, en alimentación, salud, vivienda, abrigo y educación y las primeras formas elementales de satisfacerlas que, al evolucionar a lo largo del tiempo llegan a tener hoy la importancia socioeconómica que tienen.

La calidad tiene sus avances más relevantes en Japón en 1950 con la ideología de la teoría de Edward Deming en las industrias japonesas, donde aporta con su criterio expresando que “calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles” (Deming, 1989).

Los primeros estudios sobre la calidad se hicieron en los años 30 antes de la Segunda guerra Mundial, la calidad no mejoró sustancialmente, pero se hicieron los primeros experimentos para lograr que ésta se elevará, los primeros estudios sobre calidad se hicieron en Estados Unidos (Buffa y Sarin, 1987).

Entonces aparece otro gurú de la calidad y expresa: “De manera somera calidad significa, calidad del producto. Más específico, calidad es calidad del trabajo, calidad del servicio, calidad de la información, calidad de proceso, calidad de la gente, calidad del sistema, calidad de la compañía, calidad de objetivos.” De acuerdo a la teoría de (Ishikawa, 1986).

El incremento del interés en el área de la calidad en las empresas inicia con mayor énfasis alrededor de 1970, producto de la crisis en occidente en donde la economía decreció debido a los precios del petróleo y la incursión al mercado global de las compañías de Japón, los cuales supusieron una gran competencia en el mercado, especialmente en el automovilismo y otros aparatos electrónicos de consumo, lo que provocó una preocupación en las empresas ya instituidas y las empujó a buscar mejorar la calidad de sus productos con la finalidad de mantenerse en competencia (Camisón, Cruz y González, 2015)

En las últimas décadas se ha venido trabajando en las organizaciones la Calidad Total, desde su concepto hasta su instrumentación. Los procesos de servicio con sus implicaciones y la calidad en el mismo. Hechos que se han venido desarrollando en forma vertiginosa y en escenarios que han llevado a las autoras a investigar, de forma continua y sistemática los conceptos, procesos y aplicación de estos modelos, para gerenciar las empresas e instituciones y atender la evolución al inicio del siglo XXI. (Vargas y de Vega, 2007).

De acuerdo a lo expuesto por los autores queda claro que la calidad existe desde tiempos remotos en la humanidad, desde épocas antiguas de manera empírica se reflejaba la calidad, estos autores y sus diferentes estudios lo que han intentado lograr es contribuir a su mejoramiento, a través de herramientas que faciliten su correcto control.

### **2.1.2. Calidad y servicio**

Un servicio puede definirse según Bon (2008) como el medio para brindar valor a los clientes, prestando beneficios de factibilidad en las respuestas de los

clientes, los cuales buscan obtener sin asumir costos o peligros específicos; para Horovitz J. (1990) es el grupo de prestaciones que el usuario aspira recibir como consecuencia del precio, propaganda o reputación del servicio.

Si bien los servicios tienen su comienzo a principios de la historia humana, casi desde que comenzó la civilización, es a partir únicamente del año sesenta cuando las organizaciones y empresas deciden buscar metodologías para controlar y optimizar la calidad, desde este momento se han generado muchas propuestas con la finalidad de conceptualizar, definir y evaluar la calidad de servicios (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985) (Martínez y Martínez, 2010).

La calidad de los productos puede ser fácilmente medible pero no así la calidad de los servicios debido a sus características de intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad y caducidad (Kotler, 1997); (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985); (Lovelock, 1983); (Grönroos C. , 1994); (Grönroos C. , 1978); citados en (Duque O. y Chaparro P., 2012).

En cuanto al servicio, como afirman los autores Joan Ginebra y Rafael Arana de la Garza en su libro Dirección por servicio, “probablemente Suecia es el país que más ha contribuido a formular y esclarecer los procesos en los cuales se apoya dicho cambio”. (Vargas Quiñones y de Vega, 2007).

“Hoy en día en el mundo, el sector servicios representa el 65% del producto global y el 25% de las transacciones mundiales del comercio, tiene una proyección a nivel internacional en las tecnologías de información, en el turismo y en la educación”. (Vargas Quiñones y de Vega, 2007, pág. 21). De ahí parte la

importancia de la calidad en el servicio debido la representación significativa del sector.

Para Norman R. la característica esencial en el servicio se centra en las relaciones sociales que se generan en las empresas y las cuales se deben ampliar más allá del entorno de la propia empresa. Esta premisa implica una mayor generación de información, elemento que permitirá a las organizaciones gestionar de forma oportuna los servicios que le son requeridos.

De igual forma, se encuentran fuertes relaciones entre la historia del desarrollo de la calidad y el desarrollo del servicio, como se verá en la narración de las teorías que más han impactado en las organizaciones con enfoque de servicio.

### **Características del servicio de calidad**

Para que un servicio o producto pueda considerarse de calidad, Aniorte (2013) describe algunas características que este debe tener para ser considerado como de calidad:

- Funcional de acuerdo a sus objetivos
- Ser útil para lo cual fue diseñado
- Estar acorde al uso
- Cubrir requerimientos
- Debe dar buenos resultados

Así como el servicio o producto posee características, se pueden detallar las características que deben poseer las personas encargadas de proporcionar dicho servicio, ya que como encargados de atender a los usuarios deben contar con habilidades y valores indispensables para ofrecer el servicio con calidad (Verdú, 2013):

- Formalidad: deben ser honesto cuando brinden el servicio, comprometerse seria e íntegramente en los temas de la empresa.
- Iniciativa: Demostrar activismo y dinamismo, enfocado en actuar en cualquier situación para brindar resultados positivos y eficaces a los problemas.
- Disposición de servicio: mostrar el deseo natural de servir, sin obligación o actitud forzada al momento de atender.
- Don de gentes: poseer la cualidad de mantener una relación cálida y afectuosa con los usuarios compañeros.

## **2.2. Teoría de la Mejora Continua**

Edward Deming es el consultor que introdujo a la industria Japonesa los nuevos principios de la gestión, y revolucionaron su calidad y productividad. Es así que en agradecimiento a su contribución a la economía de este país, cada año hace la entrega del Premio Deming.

Los estándares de calidad enunciados por Deming se han convertido en referencias de grandes organizaciones ya que contribuyen de manera efectiva al

mejoramiento de la calidad en la empresa, entre ellos tenemos los catorce principios y siete pecados mortales, los cuales indican como instrumentar el mejoramiento de la calidad (Carros y Gonzàles , 2013)

### **2.3. El punto de vista del consumidor sobre la calidad de los servicios**

Existen muchas controversias al intentar medir la calidad de los servicios, puesto que los seres humanos poseen características diferenciadas, lo que quiere decir que la calidad se puede medir según varios indicadores y aun así los criterios serán discrepantes (Jiménez, 2004).

En primer lugar, los servicios son básicamente intangibles. Ya que son prestaciones y experiencias más que objetos, se hace sumamente difícil establecer especificaciones precisas para su elaboración que permitan estandarizar su calidad. En segundo lugar los servicios (principalmente los que requieren mucha colaboración humana) son heterogéneos: por lo general, la prestación varía de un productor a otro, de un usuario a otro y de un día a otro. Finalmente como tercer lugar, la producción y el consumo de muchos servicios son inseparables. Es decir, la calidad de los servicios se produce durante su entrega o prestación (cliente - proveedor), en vez de ser organizada y controlada en la planta de producción, lo que permite que el producto obtenido se entregue sin variaciones al consumidor. (Zeithaml, 2009).

Como concepto de calidad de servicio el autor mención que “el factor clave para lograr un alto nivel de calidad en el servicio es igualar o sobrepasar las expectativas que el cliente tiene respecto al servicio” (Zeithaml, 2009, pág. 21).

Para Pizzo (2013) la calidad del servicio puede definirse como un hábito que ha desarrollado y lleva en práctica una empresa para conocer los requerimientos y aspiraciones de los usuarios o clientes, y así brindarles un servicio o producto accesible, idóneo, eficaz, agradable, útil, que genera confianza y seguridad, aun en momentos impredecibles o ante equivocaciones, todo esto previendo que el usuario tenga una sensación de comprensión y atención personalizada.

### **2.3.1. Principios de Calidad**

Según ISO 9000:2005 gestión de la calidad son las actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad (Reyes, 2010)

La dirección y el control, en lo relativo a la calidad, generalmente incluyen el establecimiento de la política, los objetivos, la planificación, el control, el aseguramiento y la mejora continua de la calidad.

La gestión de la calidad es de todos los niveles, pero debe ser conducida por la alta dirección. Es una herramienta fundamental para la competitividad de las organizaciones y les reporta grandes beneficios.

Los ocho principios de la gestión de la calidad identificados para lograr los objetivos de la calidad, según “ISO 9000:2000 Sistemas de gestión de la calidad. Fundamentos y vocabulario.” son:

1. Enfoque al cliente. Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder las expectativas de los clientes.

2. Liderazgo. Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización.
3. Participación del personal. El personal, a todos los niveles, es la esencia de una organización y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización.
4. Enfoque basado en procesos. Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.
5. Enfoque de sistema hacia la gestión. Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.
6. Mejora continua. La mejora continua del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de ésta.
7. Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones. Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información.
8. Relación mutuamente beneficiosa con el proveedor. Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor.

La gestión de la calidad está presente en todas las etapas del proceso de producción de bienes y servicios, en ella se incluyen, en el marco del sistema de calidad, las siguientes actividades:

- La política y objetivos de calidad.
- La planificación de la calidad.
- El control de la calidad.
- El aseguramiento de la calidad.
- El mejoramiento de la calidad.

### **2.3.2. Evaluación de la calidad de servicios**

Un principio básico para evaluar la calidad en los servicios y definirlo se puede considerar las perspectivas Expectativas-Percepciones, las cuales se detallan en la utilización de las expectativas y percepciones del usuario, esta tiene su base en la desconfirmación, como respuesta de la diferencia entre las percepciones y las expectativas en cuanto al servicio (Torres y Vásquez, 2015).

Dentro de este mismo modelo podemos incluir otros modelos basados en el mismo principio para evaluar la calidad en los servicios, como el creado por Gronroos (1984), y el modelo desarrollado en Estados Unidos *Service Quelite* (SERVQUAL) elaborado por (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985).

Este último modelo denominado SERVQUAL se convierte en uno de los más utilizados por sus características en la evaluación de la calidad ya que su

estructura se ajusta a la definición lógica de calidad de servicio descrita por Atencio y Gonzalez (2007), que indica que la calidad es multidimensional, considerando que los usuarios son de diversos tipos y con gustos diferentes en cuanto al uso y el requerimiento.

#### 2.4. Método SERVQUAL

El método SERVQUAL procesa un método muy útil, para evaluar el nivel de calidad que tienen los servicios a partir de 5 dimensiones que según sus creadores son de tipo común y generalizada en casi todos los servicios, estos son: Tangibilidad, confiabilidad, sensibilidad o capacidad de respuesta, seguridad y empatía; este método determina a la calidad del servicio desde el punto de vista del usuario como: la diferencia que hay entre su percepción que posee del servicio y las expectativas que se tiene formado anteriormente (Zaragoza, 2015).

**Tabla 1.** Descripción de las cinco dimensiones del modelo SERVQUAL.

Dimensión	Concepto	Aspectos
Fiabilidad	La habilidad de cumplir el servicio ofrecido de forma fiable y cuidadosa	En qué tiempo la organización cumple lo prometido.
		Si el usuario presenta un problema, la organización se muestra interesada en resolverlo.

		La organización presta el servicio según el tiempo establecido.
		La organización se preocupa por mantener los registros sin errores
Seguridad	El conocimiento y amabilidad del personal y su habilidad para generar confianza	La manera de actuar del personal de la organización transmite confianza a los usuarios
		Los usuarios tienen seguridad en sus transacciones con el servicio de la organización.
		El personal tiene conocimiento suficiente para contestar las interrogantes de los usuarios.
		El personal de la organización muestra amabilidad con los usuarios.
Tangibilidad	Apariencia de las instalaciones, equipos,	La organización utiliza equipos modernos.

	personal y materiales de información	Las instalaciones de la organización son atractivas visualmente.
		La apariencia del personal es pulcra.
		Los materiales (folletos etc.) son atractivos visualmente.
Capacidad de respuesta	Disposición y voluntad del personal para colaborar al usuario t brindar el servicio	El personal informa a los usuarios el tiempo de culminación del servicio
		El personal de la organización ofrece rápidamente el servicio a los usuarios
		El personal de la organización está siempre dispuesto a colaborar con los usuarios.
		El personal nunca está ocupado para contestar las interrogantes de los usuarios
Empatía	Atención individualizada que ofrecen las organizaciones a los usuarios	La organización ofrece a sus clientes una atención individual.

Fuente: Zaragoza (2015)

Básicamente el modelo SERVQUAL es una sucesión de ítems diversos que evalúan la percepción de los usuarios hacia el servicio, para ello se implementó un cuestionario que se estructura de dos partes, la primera que cuenta con 20 preguntas y evalúan las expectativas de los usuarios, y por último 2 preguntas de respuestas abiertas para evaluar la percepción o experiencia vivida de los usuarios (Zeithmal y *et al.*, 2002).

Para la evaluación de la calidad de los servicios se realizan cálculos entre la diferencia de las puntuaciones que proponen los usuarios a las expectativas y percepciones, cada dimensión está representada en la escala SERVQUAL que sirve para diagnosticar las fortalezas y debilidades en la entrega del servicio (Alcazar, 2016).

Para comprender el origen del modelo SERVQUAL se diseñó un esquema en el cual se determina la relación entre el cliente y la empresa:



**Figura 1.** Esquema del modelo SERVQUAL de la calidad de servicio.

**Fuente:** Tomado de Aiteco (2018)

## 2.5. Revisiones bibliográficas

Las principales investigaciones relacionadas con el servicio de la calidad enfocan temas como:

1. Análisis de la calidad del servicio al cliente usando el método SERVQUAL en el registro civil de Riobamba, Ambato, Latacunga y Guaranda. El objetivo principal es analizar la calidad de servicio al cliente que se oferta en las agencias de Registro Civil de las ciudades de Riobamba, Ambato, Guaranda y Latacunga usando el modelo SERVQUAL la metodología utilizada en esta investigación fue tipo no experimental y cuantitativa. Se llegó a la conclusión que el Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017, establece la prestación de servicios públicos de

calidad, pero también la necesidad de generar políticas públicas que aseguren la misma, con esta investigación se busca mejorar la calidad del servicio en los sectores inmersos en la prestación de servicios públicos y que la misma sirva para ser replicada en las demás instituciones. (Haro y Chavez, 2007).

2. Calidad de servicio al cliente ofrecido en juzgados Civiles de Colombia: esta investigación tiene por objetivo identificar los niveles de percepción de los usuarios del sistema judicial puntualmente de aquellos que llevan en curso procesos ejecutivos y concursales, si la calidad en el servicio al cliente hace parte de las razones por las que el aparato judicial es actualmente inoperante e ineficiente. Se realizaron encuestas cerradas a los usuarios directos del sistema y algunos no usuarios para medir la percepción; de igual forma se establecieron entrevistas con cada una de las partes involucradas en el proceso de cobro judicializado y se analizaron casos reales, con lo que se concluyó principalmente que el servicio prestado no cumple con las expectativas de los usuarios, debido a la existencia de incumplimientos frente a los tiempos de respuesta que otorgan los juzgados civiles, además de determinar que la carga laboral es mayor a la capacidad instalada lo que decreta al sistema como ineficiente. (Cortés Ligareto, 2015).

3. Análisis de la calidad en el servicio y satisfacción de los estudiantes de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena mediante un modelo de ecuaciones estructurales; este artículo propone el uso de un modelo de ecuaciones estructurales para determinar la calidad en el servicio ofrecido por las distintas unidades académicas pertenecientes a la Facultad de Vergara y

Quesada: Análisis de la calidad en el servicio. Revista Electrónica de Investigación Educativa Vol. 13, No. 1, 2011 109 Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena, combinando el modelo de Oh (1999), con el instrumento original de Parasuraman, Valarie, Zeithalm y Berry planteado en 1985. El resultado es un diagnóstico general de las variables que mayor influencia ejercen sobre la satisfacción del estudiante y la motivación a recomendar a su institución a otras personas. Se concluye que para poder aumentar la calidad del servicio académico percibido se debe hacer énfasis en las percepciones que, de los servicios, tienen los estudiantes.

Lo que significa que si aumenta el valor percibido por el estudiante, aumentará su satisfacción hacia los servicios que ofrece la institución. (Vergara y Quesada, 2011).

### 3. DIAGNÓSTICO

#### 3.1. Terminal Terrestre Luis Valdivieso Morán

##### 3.1.1. Generalidades

**Nombre:** Terminal Terrestre “Luis Valdivieso Morán”

**Tipo de servicio:** Transporte público

**Número de cooperativas / Líneas:** 24 cooperativas

**Horario de atención:** 24 horas al día

**Número de recorridos o lugares de frecuencia:** 236 lugares (interprovincial e interregional).

**Usuarios estimados:** 3 millones año (estimado).

### 3.1.2. Ubicación geográfica



**Figura 2.** Ubicación geográfica del terminal terrestre Luis Valdivieso Morán.

**Fuente:** Adaptado de Google Maps (2017).

### 3.1.3. Estructuración de las preguntas por dimensiones

Considerando el modelo SERVQUAL de evaluación de la calidad del servicio se desarrolla el cuestionario con las preguntas en cada dimensión:

**Tabla 2.** Cuestionario SERVQUAL.

N°	Dimensiones	Preguntas
1	Tangibilidad	¿El terminal terrestre cuenta con equipos modernos?
2		¿Las instalaciones físicas del terminal terrestre son atractivas?
3		¿Los empleados del terminal terrestre tienen buena apariencia?
4		¿La publicidad sobre el terminal terrestre (folletos, carteles etc.) es atractiva?
5	Fiabilidad	¿Cuándo la boletería del terminal promete hacer algo en un plazo, lo hace?

6		¿Cuándo un usuario tiene problemas, el terminal terrestre muestra interés en resolverlas?
7		¿El terminal terrestre realiza el servicio bien a la primera?
8		¿El terminal terrestre realiza el servicio en el tiempo prometido?
9	Capacidad de respuesta	¿En el terminal terrestre el personal comunica a los usuarios cuándo concluirá la realización del servicio?
10		¿En el terminal terrestre, el personal ofrece un servicio rápido a sus usuarios?
11		¿En este terminal, el personal está siempre dispuesto a ayudar a los usuarios?
12		¿En el terminal terrestre, el personal de las boleterías nunca está demasiado ocupado para responder las preguntas de los usuarios?
13	Seguridad	¿El comportamiento del personal del terminal terrestre transmite confianza a sus usuarios?
14		¿En este terminal terrestre los empleados son siempre amables con sus usuarios?
15		¿Los usuarios del terminal terrestre se sienten seguros en sus relaciones con el terminal terrestre?
16		¿En el terminal terrestre, los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios?
17	Empatía	¿En el terminal terrestre da a sus usuarios una atención individualizada?
18		¿Los horarios del terminal terrestre son convenientes para todos los usuarios?
19		¿En el terminal terrestre tiene personal que ofrece atención personalizada a sus usuarios?
20		¿En el terminal terrestre se preocupan por los intereses y necesidades de sus usuarios?
21		¿El personal del terminal terrestre comprende las necesidades específicas de sus usuarios?

## 3.2. Interpretación de resultados

### 3.2.1. Sistema de valoración

Se utiliza un sistema de valoración para conocer el nivel de calidad de servicios a través de la respuesta que brindan los usuarios a las preguntas realizadas.

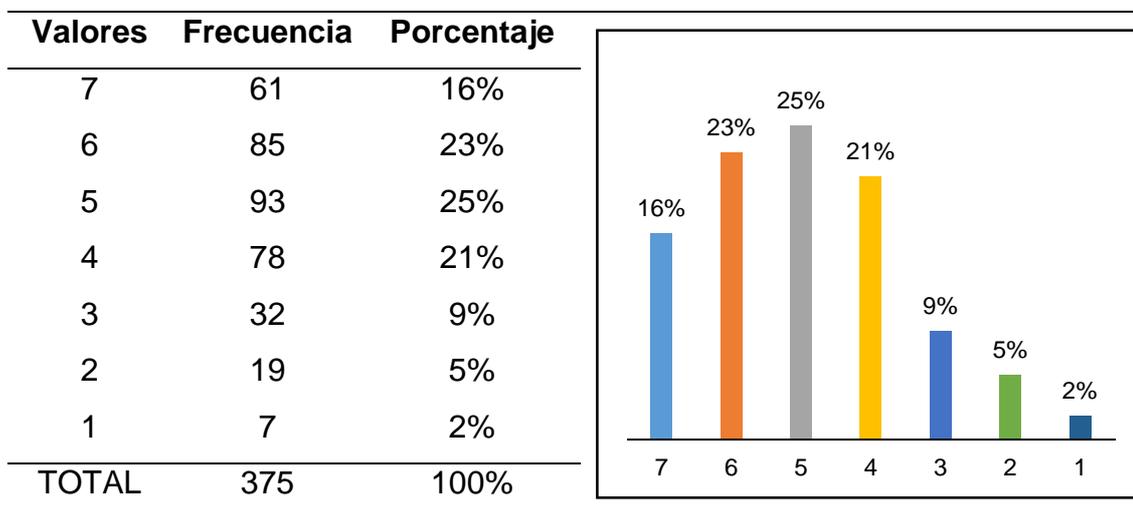
**Tabla 3.** Escala y valores de respuestas.

Escala	Valores
Totalmente de acuerdo	7
	6
	5
Neutro	4
	3
	2
Totalmente en desacuerdo	1

### 3.2.2. Dimensión de Tangibilidad

#### Pregunta N° 1

**Tabla 4.** ¿El terminal terrestre cuenta con equipos modernos?



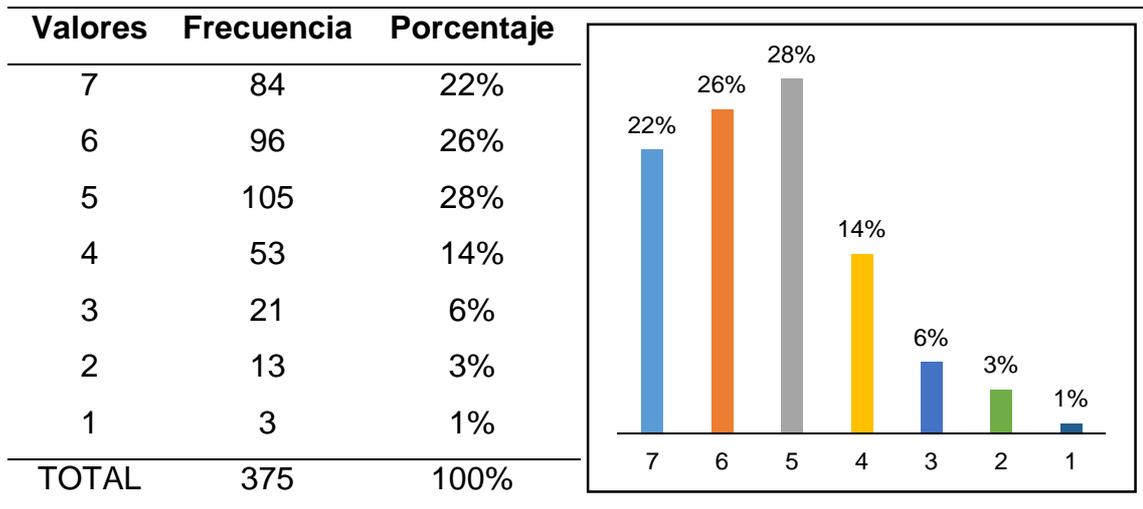
**Fuente:** Encuesta a usuarios del terminal terrestre 2018

**Elaborado por:** Castro, María (2019)

Los resultados en cuanto la modernidad de los equipos de atención para el servicio, según los usuarios son aceptables, esto en consideración que los mayores porcentajes en la escala están a partir del nivel 5, el cual obtuvo un 25% seguido del nivel 6 que alcanzó un 23%, demostrando que los viajeros están de acuerdo con los equipos que se utilizan dentro del terminal para la venta de boletos; los porcentajes más bajos se centraron a partir del nivel 3, que llegó a un 9% mientras que el nivel de totalmente en desacuerdo (1) solo obtuvo un 2% en las encuestas.

## Pregunta N° 2

**Tabla 5.** ¿Las instalaciones físicas del terminal terrestre son atractivas?



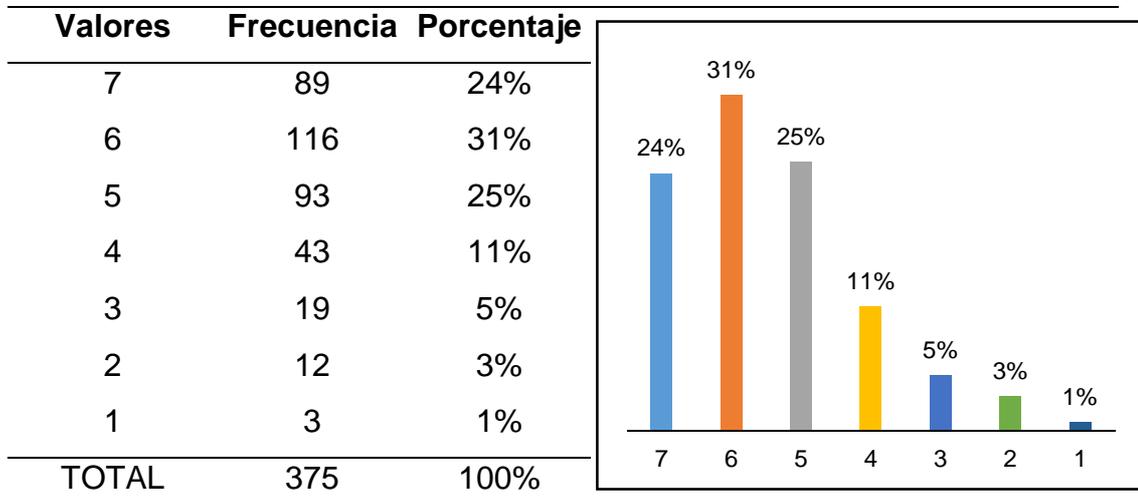
**Fuente:** Encuesta a usuarios del terminal terrestre 2018

**Elaborado por:** Castro, María (2019)

La percepción de los usuarios referente a las instalaciones del terminal terrestre Luis Valdivieso Morán es muy buena según los resultados de la encuesta, en su conjunto los tres niveles de aprobación tuvieron un 76%, demostrando que los usuarios están totalmente de acuerdo en que las condiciones del terminal están en excelente condiciones; los resultados que suponen un desacuerdo con las instalaciones alcanzaron el 10% de los encuestados.

### Pregunta N° 3

**Tabla 6.** ¿Los empleados del terminal terrestre tienen buena apariencia?



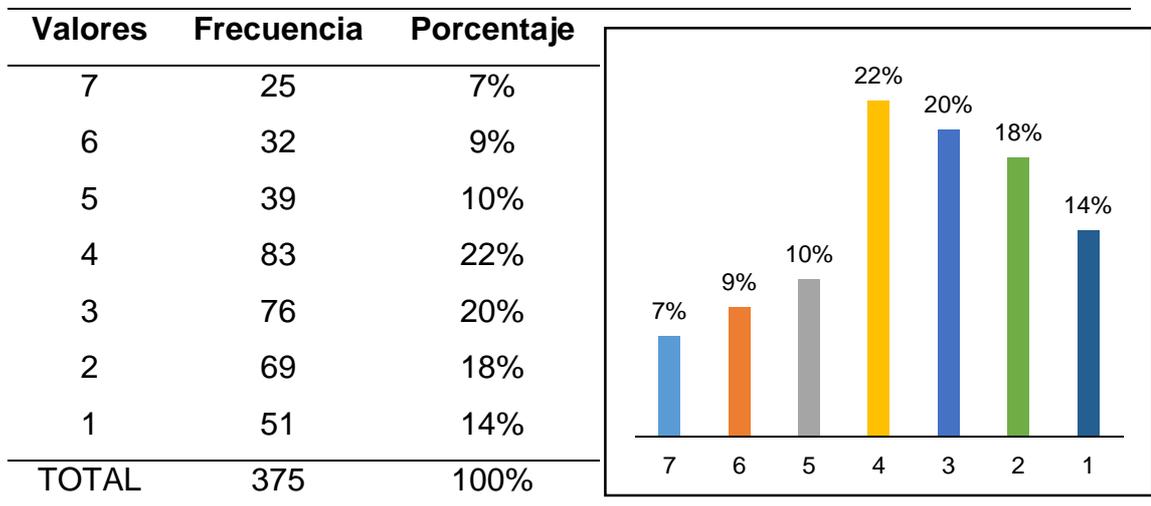
**Fuente:** Encuesta a usuarios del terminal terrestre 2018

**Elaborado por:** Castro, María (2019)

Los resultados de las encuestas muestran que los usuarios están totalmente de acuerdo con la apariencia física de los empleados encargados de la boletería, el nivel 6 alcanzó el 31% de los encuestados mientras que el 7 llegó a 24% y el nivel 5 a 25%, la desaprobación en este parámetro de evaluación en su conjunto únicamente alcanzó un 9% del total de usuarios.

#### Pregunta N° 4

**Tabla 7.** ¿La publicidad sobre el terminal terrestre (folletos, carteles etc.) es atractiva?



**Fuente:** Encuesta a usuarios del terminal terrestre 2018

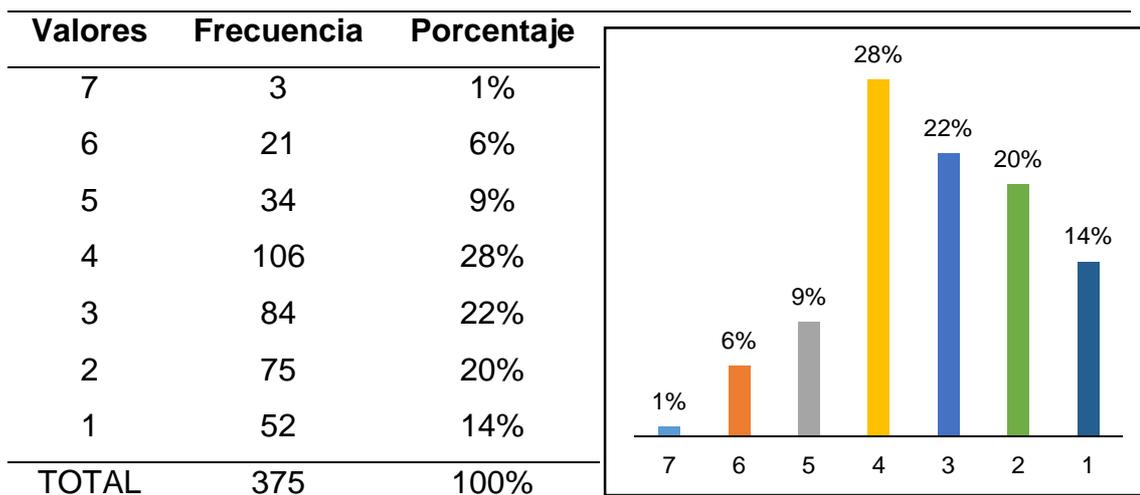
**Elaborado por:** Castro, María (2019)

Los usuarios mostraron una tendencia poco conforme con los materiales informativos del terminal, determinando que el 52% de los usuarios no están de acuerdo con los carteles, folletos y demás materiales que indican y señalan los servicios del terminal en las boleterías, el mayor porcentaje en este parámetro se concentró en el nivel 4 que indica neutralidad en las opiniones y alcanzó el 22% de los resultados; apenas el 26% de los encuestados demostró estar de acuerdo con los materiales de informaciones actuales.

### 3.2.3. Dimensión de Fiabilidad

#### Pregunta N° 5

**Tabla 8.** ¿Cuándo la boletería del terminal promete hacer algo en un plazo, lo hace?



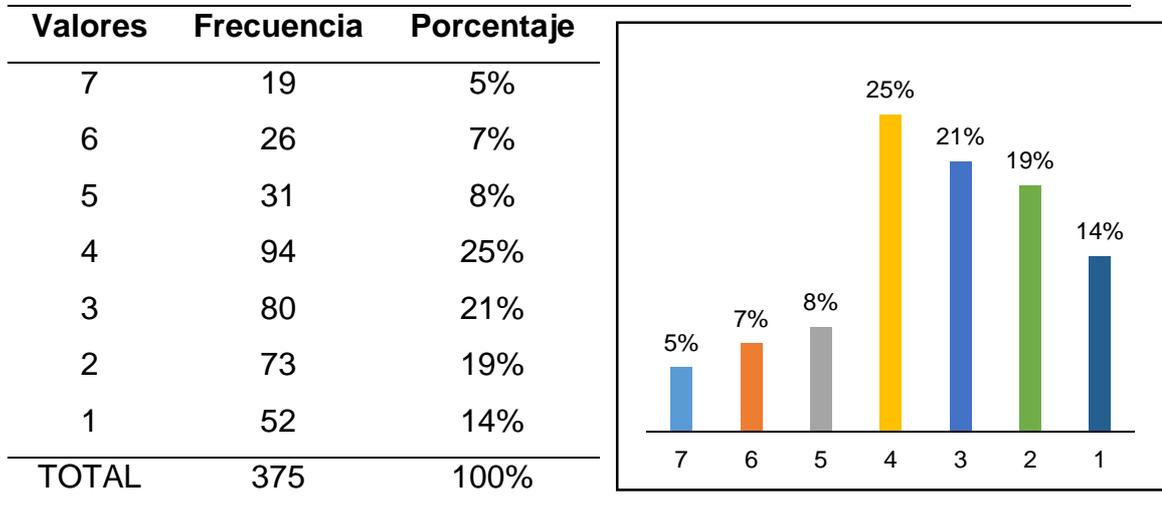
**Fuente:** Encuesta a usuarios del terminal terrestre 2018

**Elaborado por:** Castro, María (2019)

Según los resultados de la encuesta el nivel de desacuerdo que tienen los usuarios en cuanto al cumplimiento del tiempo determinado en las boleterías es del 56%, lo cual determina que estos no cumplen con los horarios de atención estipulados, el 28% de los usuarios muestran neutralidad en este parámetro, mientras que el 16% de los encuestados están de acuerdo en el cumplimiento de los tiempos establecidos.

## Pregunta N° 6

**Tabla 9.** ¿Cuándo un usuario tiene problemas, el terminal terrestre muestra interés en resolverlas?



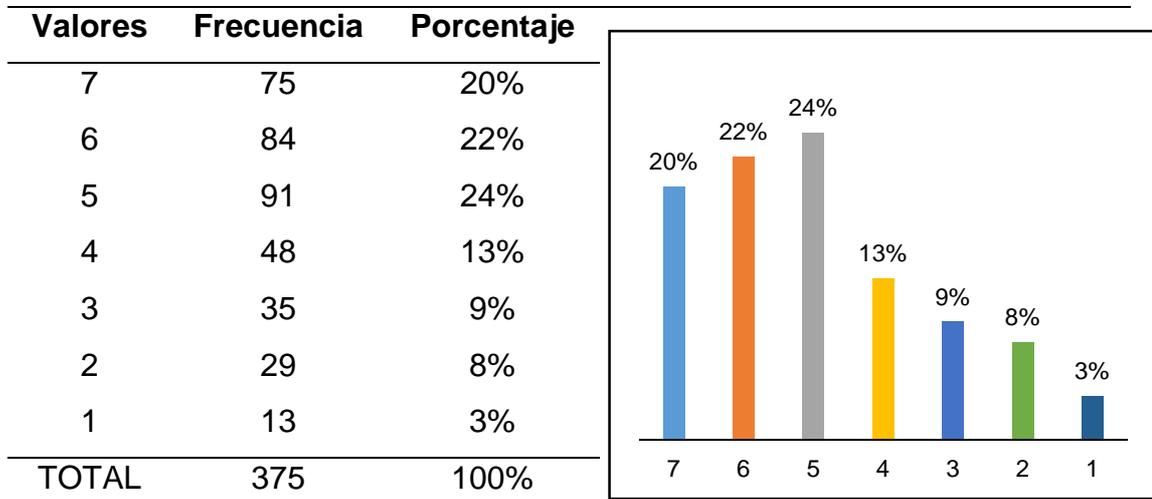
**Fuente:** Encuesta a usuarios del terminal terrestre 2018

**Elaborado por:** Castro, María (2019)

El 14% de los usuarios muestran un total desacuerdo con el interés de los empleados al momento de resolver las dudas de los usuarios, y el 21% y 19% están en desacuerdo en los niveles 3 y 2 respectivamente con este parámetro, en total la opinión negativa alcanza el 54%, superando el 20% que presentaron las opiniones positivas en la encuesta; la mayoría de los encuestados no está de acuerdo con esta acción de los empleados.

## Pregunta N° 7

**Tabla 10.** ¿El terminal terrestre realiza el servicio bien a la primera?



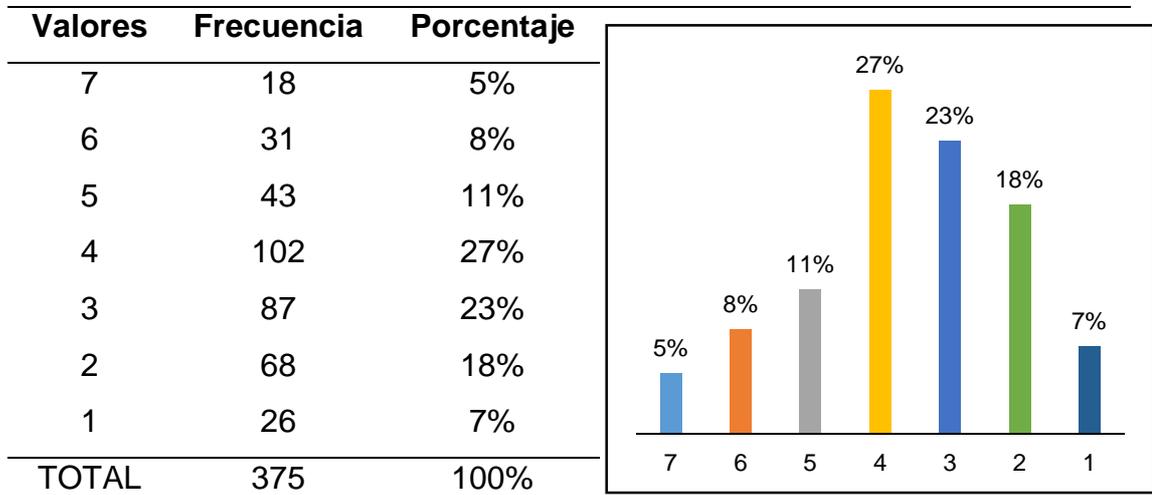
**Fuente:** Encuesta a usuarios del terminal terrestre 2018

**Elaborado por:** Castro, María (2019)

De esta dimensión este fue el único parámetro que alcanzó niveles altos de conformidad, ya que el 56% de los usuarios están de acuerdo con esta pregunta, ya que la adquisición del boleto para viajar es solucionada al primer pedido en la mayoría de los casos, mientras que una pequeña parte de los usuarios (21%) no están de acuerdo en este caso.

## Pregunta N° 8

**Tabla 11.** ¿El terminal terrestre realiza el servicio en el tiempo prometido?



**Fuente:** Encuesta a usuarios del terminal terrestre 2018

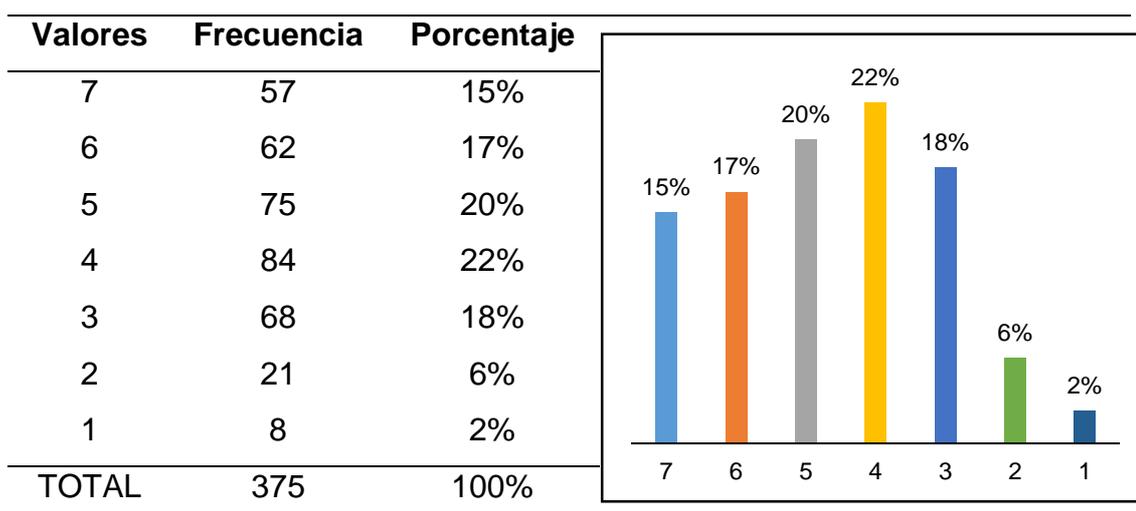
**Elaborado por:** Castro, María (2019)

Existe una neutralidad de gran magnitud en cuanto la percepción que tienen los usuarios del terminal en los horarios de salida de los vehículos, el 27% mantuvieron su respuesta en el nivel 4 lo que indican que en ocasiones si se cumplen y en otras no, mientras que el 23% tienen a considerar no estar muy de acuerdo en este parámetro; otro 25% están totalmente en desacuerdo con el cumplimiento de los horarios, por otra parte el 25% mostraron una opinión positiva, sin embargo la tendencia determina mayor desacuerdo por parte de los encuestados.

### 3.2.4. Dimensión de capacidad de respuesta

#### Pregunta N° 9

**Tabla 12.** ¿En el terminal terrestre el personal comunica a los usuarios cuándo concluirá la realización del servicio?



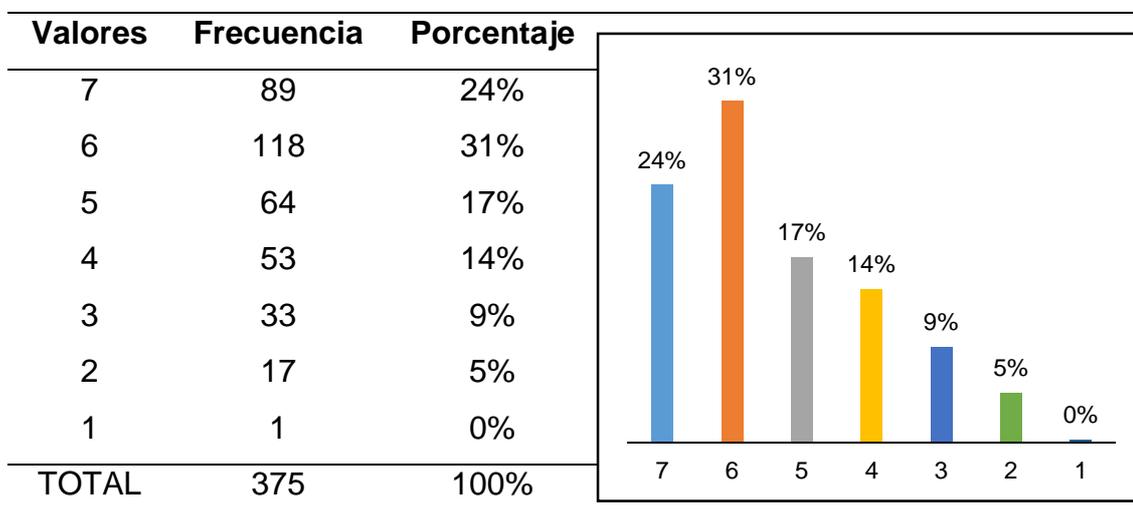
**Fuente:** Encuesta a usuarios del terminal terrestre 2018

**Elaborado por:** Castro, María (2019)

Los resultados son muy contundentes en esta pregunta, en la cual la gran mayoría de usuarios encuestados muestran estar de acuerdo y totalmente de acuerdo (52%) con este parámetro de evaluación; hubo un 18% en el nivel de desacuerdo, posiblemente porque en situaciones aisladas los buses no llegan a la estación en el tiempo establecido, sin embargo los resultados mostraron mayor aprobación de la información que reciben del personal de boletería, esto debido a que en el momento de la venta se informa del horario y también en el boleto se estipula el horario de salida.

## Pregunta N° 10

**Tabla 13.** ¿En el terminal terrestre, el personal ofrece un servicio rápido a sus usuarios?



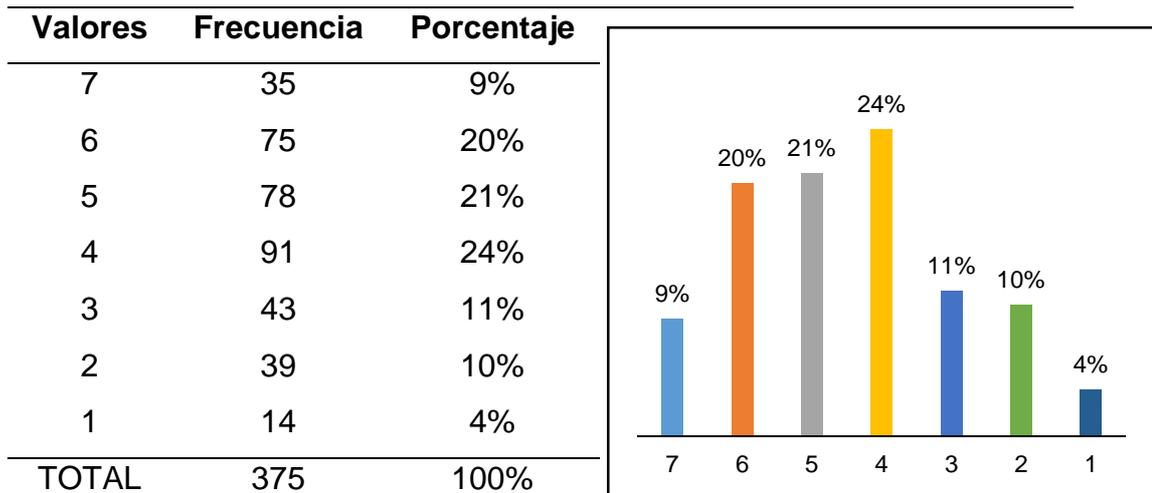
**Fuente:** Encuesta a usuarios del terminal terrestre 2018

**Elaborado por:** Castro, María (2019)

La mayoría de los usuarios están de acuerdo (72%) con la rapidez y agilidad de atención al momento de comprar su boleto, los niveles de conformidad tuvieron los mayores porcentajes en la encuesta, esta rapidez se produce por los tiempos cortos de salida de vehículos, lo que lleva a agilizar la venta de boletos para que los carros logren llenarse y así despacharlos más rápido, de parte de los usuarios es poca la negativa en este parámetro (14%), sin embargo esto sucede por el tiempo de atención de algunas oficinas que no tienen horarios continuamente para sus vehículos.

### Pregunta N° 11

**Tabla 14.** ¿En este terminal, el personal está siempre dispuesto a ayudar a los usuarios?



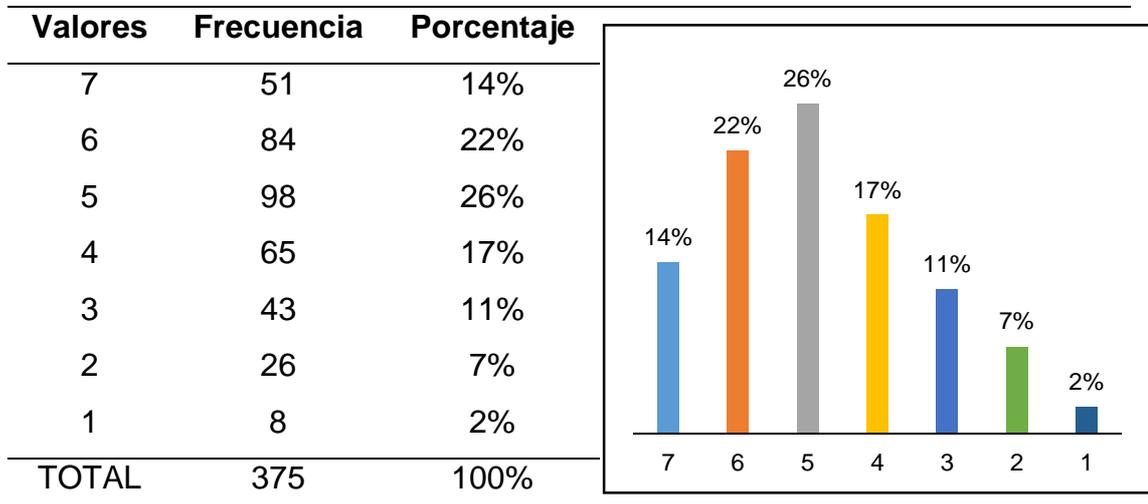
**Fuente:** Encuesta a usuarios del terminal terrestre 2018

**Elaborado por:** Castro, María (2019)

Entre los resultados más relevantes en esta pregunta el 24% de los usuarios tienen una opinión neutral en la predisposición de los empleados de boletería, sin embargo el 50% muestra estar de acuerdo y se inclina por los niveles más altos de respuesta, mientras que apenas el 25% no está de acuerdo con las predisposición que tienen los encargados de boletería.

## Pregunta N° 12

**Tabla 15.** ¿En el terminal terrestre, el personal de las boleterías nunca está demasiado ocupado para responder las preguntas de los usuarios?



**Fuente:** Encuesta a usuarios del terminal terrestre 2018

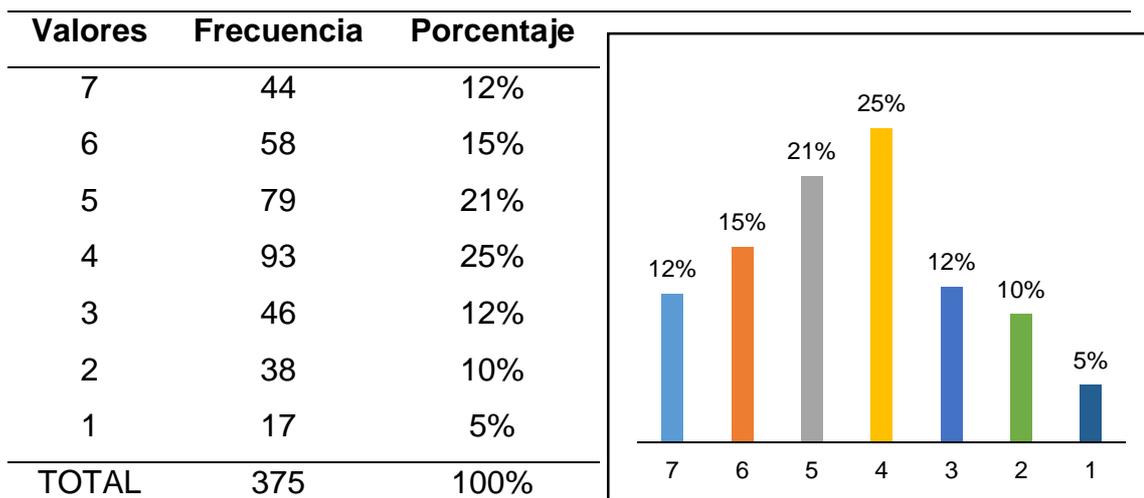
**Elaborado por:** Castro, María (2019)

La mayor parte de los usuarios encuestados el terminal están de acuerdo (62%) con la cantidad de personal que atienden en las boleterías, considerando que el área es pequeña para la atención, sin embargo existe un 20% que se encuentran en desacuerdo en este parámetros, debido a que en ocasiones la boleterías están saturadas con usuarios y les toca hacer filas largas y esperar mucho tiempo para hacer atendidos, es por esto que el 17% mantuvo una opinión neutral en cuanto la atención y el número de empleados.

### 3.2.5. Dimensión de seguridad

#### Pregunta N° 13

**Tabla 16.** ¿El comportamiento del personal del terminal terrestre transmite confianza a sus usuarios?



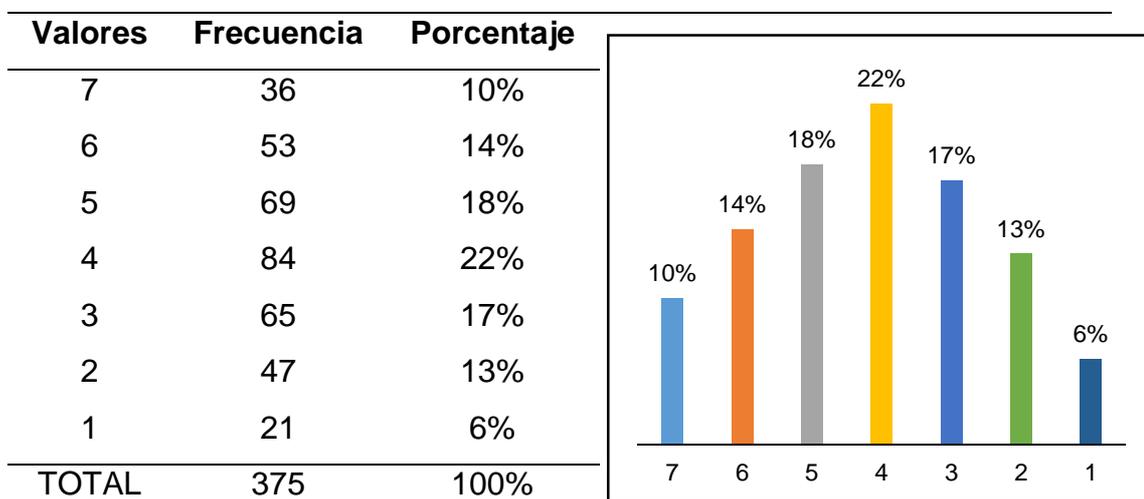
**Fuente:** Encuesta a usuarios del terminal terrestre 2018

**Elaborado por:** Castro, María (2019)

En la encuesta realizada a los usuarios del terminal terrestre se puede constatar que el 48% de las opiniones tienen confianza en diferentes niveles en la atención que reciben por parte de los empleados, el 25% de estos usuarios mantienen una opinión neutral en cuanto su estado de confianza, mientras que existe un 27% que reporta un desacuerdo en cuanto la confianza que genera el personal de boletería; esto por los precios que en ocasiones los usuarios sienten son injustos.

### Pregunta N° 14

**Tabla 17.** ¿En este terminal terrestre los empleados son siempre amables con sus usuarios?



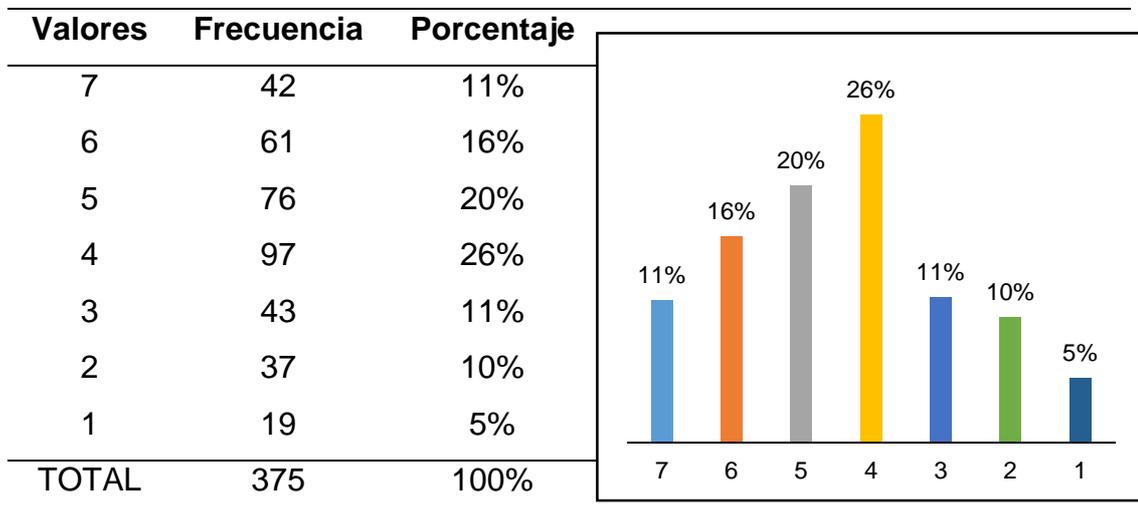
**Fuente:** Encuesta a usuarios del terminal terrestre 2018

**Elaborado por:** Castro, María (2019)

Los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los usuarios del terminal terrestre Luis Valdivieso Morán determina opiniones divididas en cuanto a la amabilidad del personal de boletería al momento de la atención, el 22% respondió de manera neutral a la interrogante, mientras que un 36% mostró estar en desacuerdo con el tipo de atención que recibe, este porcentaje se acerca al 42% que respondieron estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con el nivel de amabilidad de los empleados.

### Pregunta N° 15

**Tabla 18.** ¿Los usuarios del terminal terrestre se sienten seguros en sus relaciones con el terminal terrestre?



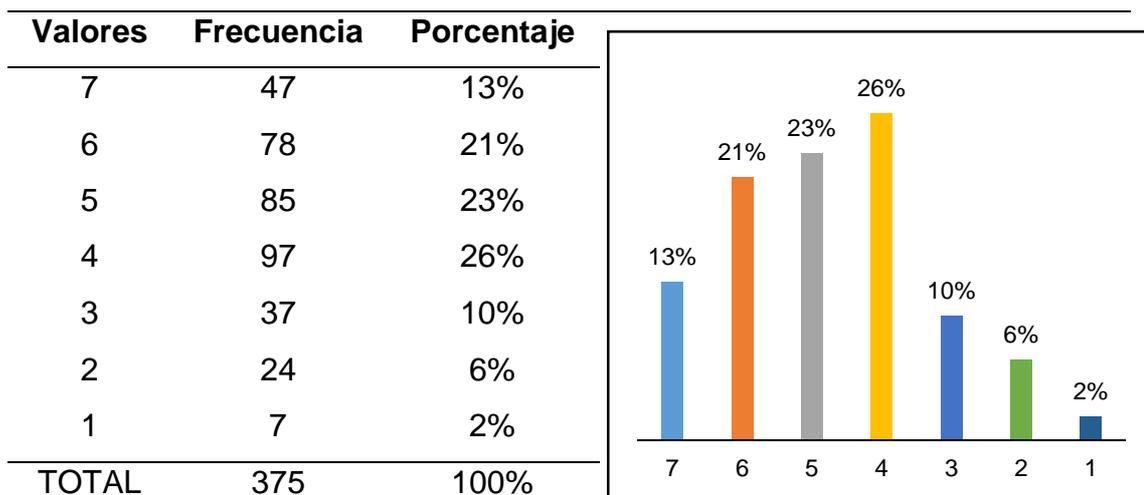
**Fuente:** Encuesta a usuarios del terminal terrestre 2018

**Elaborado por:** Castro, María (2019)

Los usuarios del terminal están de acuerdo (47%) con la tranquilidad que sienten el momento de ser atendidos, ya que no han experimentado ningún percance al momento de adquirir sus boletos, sin embargo existe un 26% que se encuentran en desacuerdo con la tranquilidad y la atención del personal de boletería, posiblemente por la rapidez que ellos tienen al momento de vender; por otra parte otro 26% se mantuvo neutral al momento de contestar en este parámetro.

## Pregunta N° 16

**Tabla 19.** ¿En el terminal terrestre, los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios?



**Fuente:** Encuesta a usuarios del terminal terrestre 2018

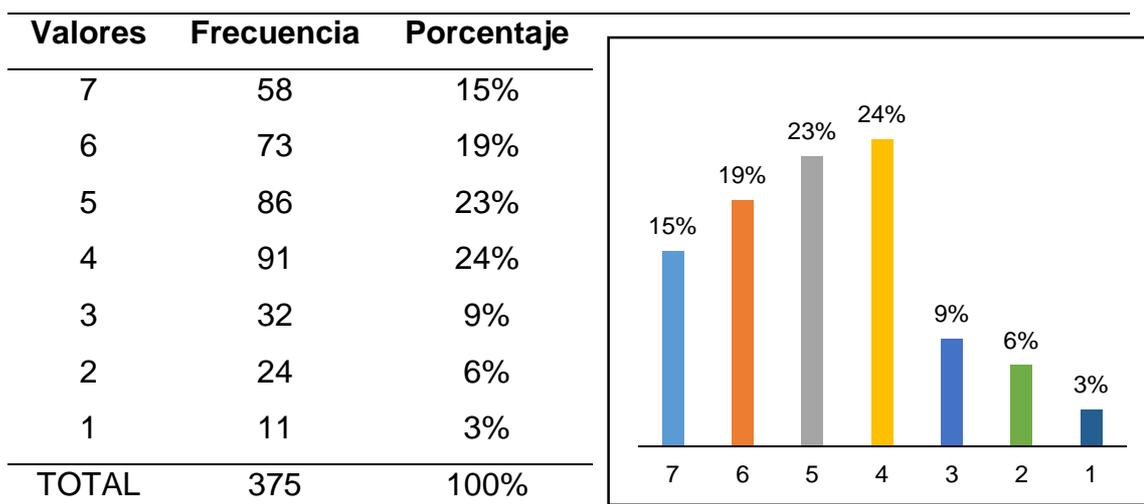
**Elaborado por:** Castro, María (2019)

Esta pregunta del nivel de seguridad obtuvo respuestas muy contundentes, ya que los niveles donde los usuarios pueden mostrar estar de acuerdo superaron ampliamente los niveles de desacuerdo, en total el 57% de los usuarios respondieron estar de acuerdo con la capacidad y conocimiento que tienen los empleados sobre las boleterías, mientras que un 26% optó por la neutralidad en la respuesta, el nivel de desacuerdo solo alcanzó un 18% entre los encuestados.

### 3.2.6. Dimensión de empatía

#### Pregunta N° 17

**Tabla 20.** ¿En el terminal terrestre da a sus usuarios una atención individualizada?



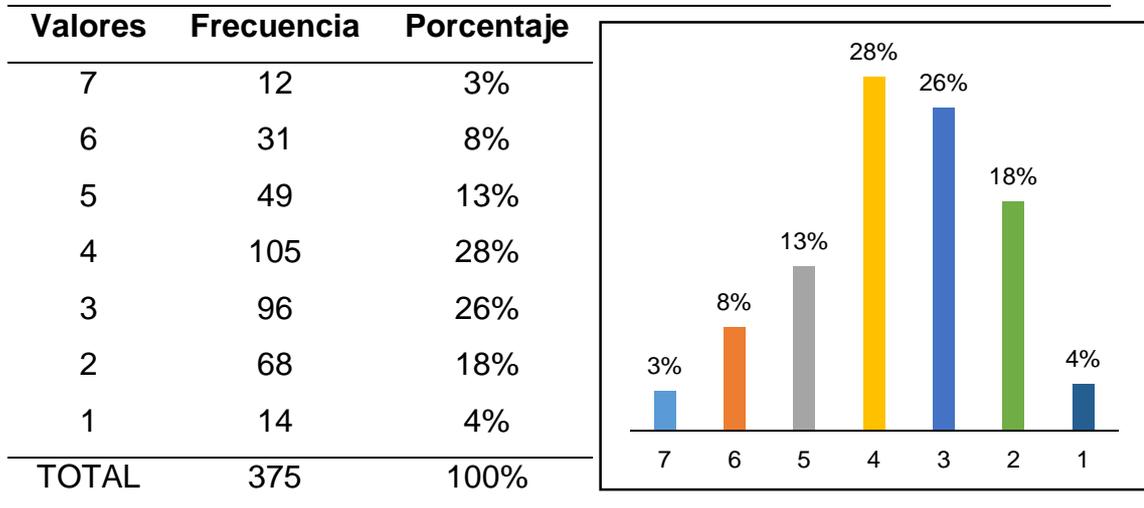
**Fuente:** Encuesta a usuarios del terminal terrestre 2018

**Elaborado por:** Castro, María (2019)

Por el tipo de servicio en las boleterías del terminal terrestre, los resultados es esta interrogante fueron los esperados, ya que la mayoría de los usuarios mostraron estar de acuerdo en un 57% con la atención individual que reciben en las boleterías; un 24% respondió de manera neutral a la pregunta planteada, mientras que un 18% determinó estar en desacuerdo con la atención individual.

### Pregunta N° 18

**Tabla 21.** ¿Los horarios del terminal terrestre son convenientes para todos los usuarios?



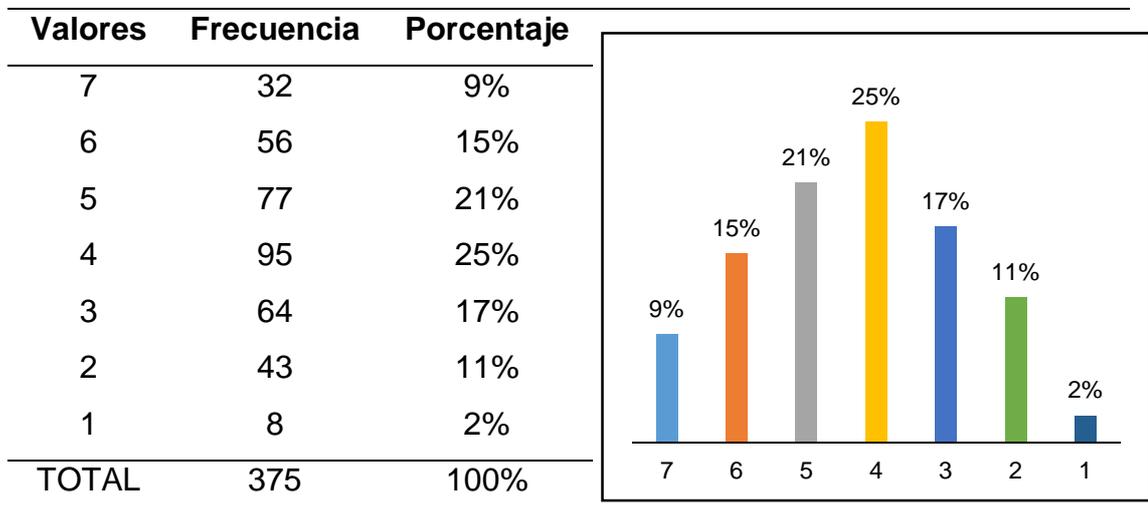
**Fuente:** Encuesta a usuarios del terminal terrestre 2018

**Elaborado por:** Castro, María (2019)

Según los resultados obtenidos en la encuesta, la mayoría de los usuarios están en desacuerdo con los horarios de salidas de los vehículos, tanto que el 48% decidió marcar entre los niveles 3, 2 y 1; mientras que el 24% de los encuestados se sintió de acuerdo con los horarios establecidos, el 28% prefirió de contestar de manera neutral en la encuesta.

### Pregunta N° 19

**Tabla 22.** ¿En el terminal terrestre tiene personal que ofrece atención personalizada a sus usuarios?



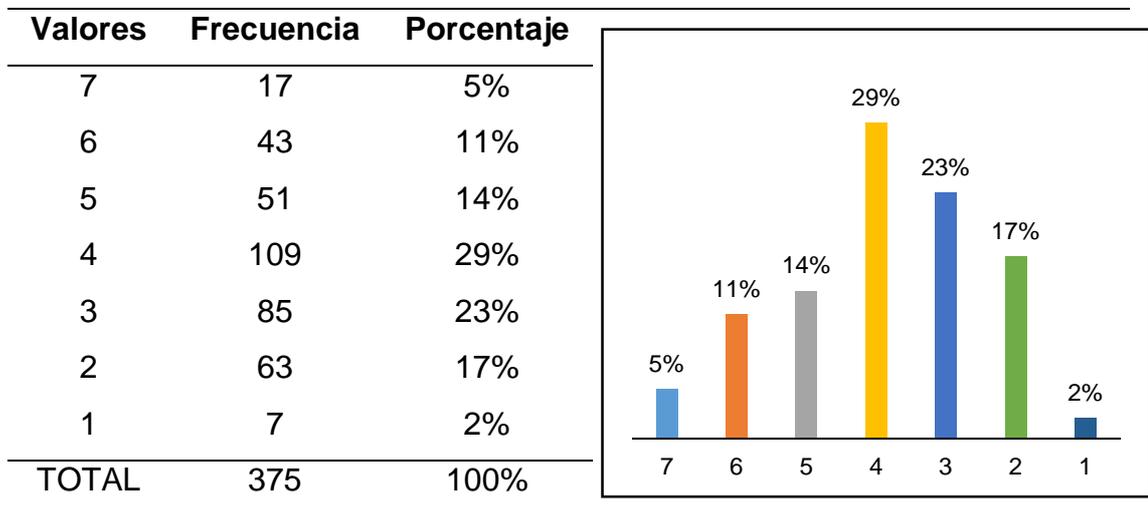
**Fuente:** Encuesta a usuarios del terminal terrestre 2018

**Elaborado por:** Castro, María (2019)

Al igual que en la atención individual, gran parte de los usuarios respondieron estar de acuerdo con la atención personalizada de los empleados de las boleterías, la cantidad alcanzó un 45% de encuestados hacia estos niveles, mientras que el 29% está en desacuerdo con la personalización de la atención que reciben por parte del personal; el 25% de los usuarios se mantuvieron neutrales al momento de responder esta pregunta.

## Pregunta N° 20

**Tabla 23.** ¿En el terminal terrestre se preocupan por los intereses y necesidades de sus usuarios?



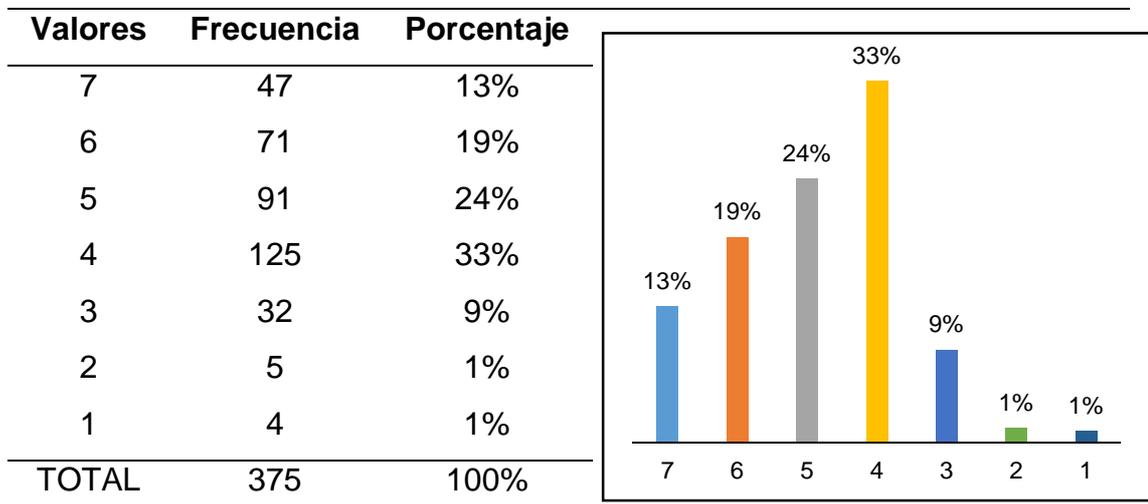
**Fuente:** Encuesta a usuarios del terminal terrestre 2018

**Elaborado por:** Castro, María (2019)

Analizando los resultados de las encuestas se determinó que el 42% de los usuarios opinan que el personal de boleterías no muestra un gran interés cuando suscitan problemas o inconvenientes en el servicio, ya que únicamente se preocupan por vender los boletos y nada más; el 29% de los encuestados prefirieron marcar de manera neutral en los resultados, apenas el 30% se sintió conforme con el interés de los empleados para resolver los problemas de los clientes.

### Pregunta N° 21

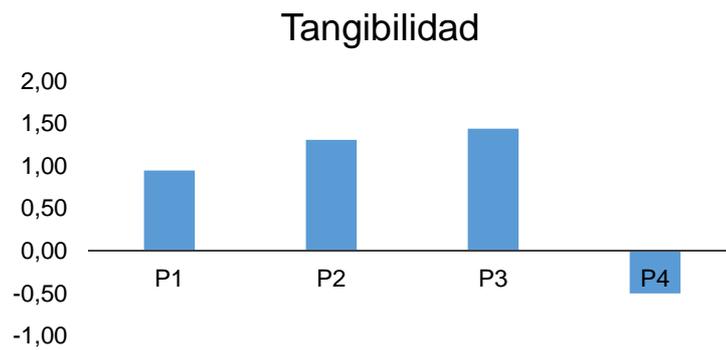
**Tabla 24.** ¿El personal del terminal terrestre comprende las necesidades específicas de sus usuarios?



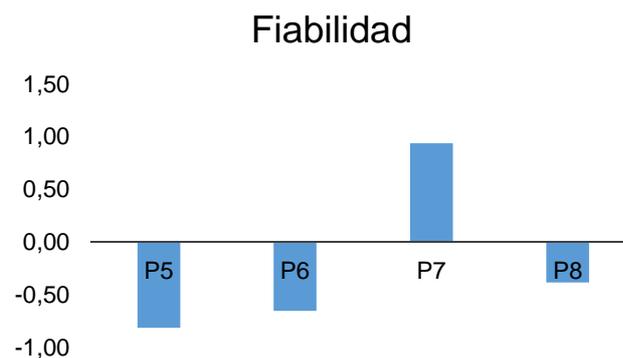
**Fuente:** Encuesta a usuarios del terminal terrestre 2018

**Elaborado por:** Castro, María (2019)

Un punto positivo del terminal se presentó en la última interrogante, donde el nivel de aprobación de los usuarios fue de 56%, los cuales mostraron estar de acuerdo con el nivel de conocimiento de los empleados de boletería, este resultados es normal considerando el tipo de servicio brindado, ya que el usuario conoce la boletería específica a utilizar y por consiguiente el personal sabe lo que el cliente necesita o busca; existió un 33% de usuarios que tuvieron una opinión neutral en esta pregunta, mientras que apenas un 11% respondió no estar de acuerdo con este parámetro.

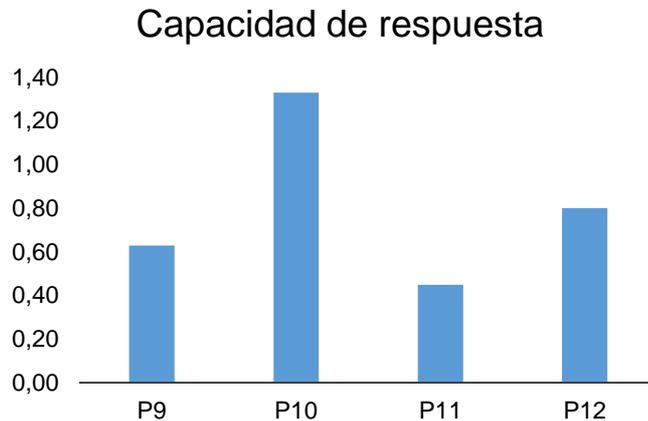


- En cuando a la dimensión de tangibilidad los usuarios mostraron estar de acuerdo con las preguntas 1, 2 y 3 mostrando estar conforme con estos aspectos del terminal, que involucra las instalaciones, los equipos de atención y la presencia física del personal de boleterías, sin embargo en la última interrogante (P4) que corresponde a los materiales para información, los usuarios determinaron que no son los más llamativos o atractivos, y no están cumpliendo con las funciones específicas para los cuales fueron diseñados.

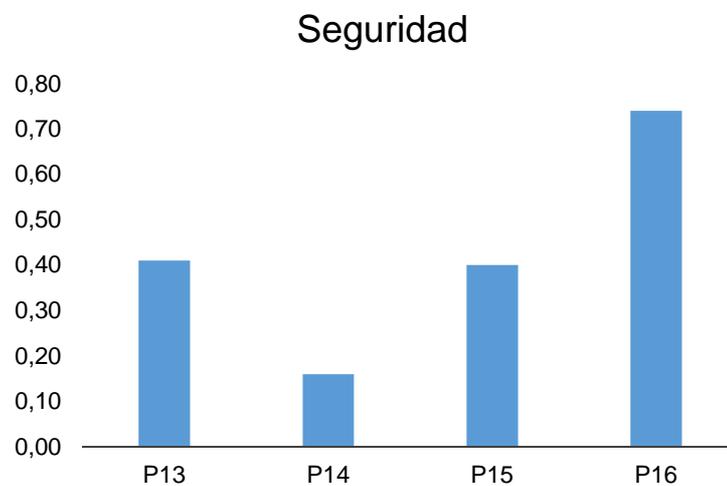


- En la dimensión de fiabilidad los encuestados mostraron estar en desacuerdo en la preguntas 5, 6 y 8 que involucran a los horarios de atención, horarios de salida de vehículos y el interés de los empleados a resolver los problemas de los usuarios, sugiriendo mejorar la mayoría de

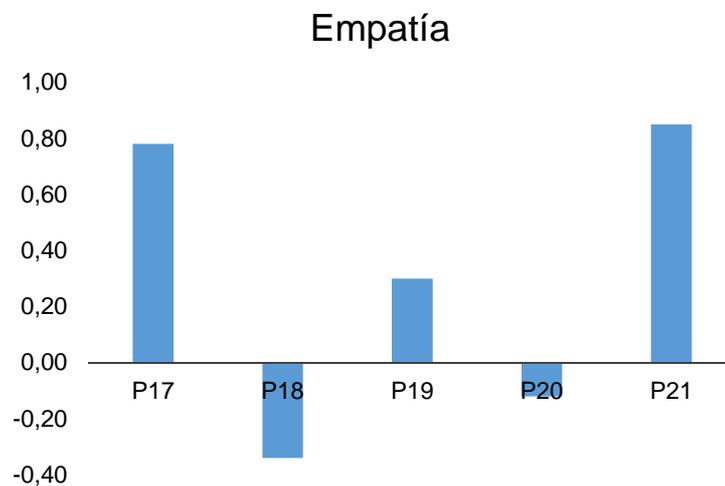
los ítems de la fiabilidad del servicio; en la pregunta 7 las boleterías del terminal no tienen ningún inconveniente según la percepción de los usuarios ya que sus pedidos son atendidos en la primera solicitud.



- Para el aspecto del terminal en la dimensión de capacidad de respuesta, los usuarios mostraron total conformidad en todas las preguntas confirmando la calidad de servicio del terminal en cuanto a la información que reciben de los horarios de salida de vehículos, la rápida atención de las boleterías, la predisposición para atender los pedidos de los usuarios y la cantidad de empleados en las ventanillas.



- La respuesta de los usuarios, en la dimensión de seguridad para la determinación de la calidad de servicio del terminal en todas las preguntas planteadas, fue positiva, determinando un alto nivel de calidad en este aspecto que se relaciona con la confianza que generan los empleados de boletería, la amabilidad en la atención, la tranquilidad que los pasajeros al momento de utilizar las boleterías y la capacidad de los vendedores al momento de desenvolverse en su trabajo.



- Por último en la dimensión de empatía las preguntas 17, 19 y 21 tuvieron un nivel de aprobación por parte de los usuarios, mostrando estar de acuerdo con la atención individual y personalizada que reciben por parte de los empleados y la comprensión de estos para conocer lo que requieren apenas llegan a las ventanillas, sin embargo en los ítems 18 y 20 los usuarios mostraron no estar de acuerdo con el servicio brindado, debido a que los horarios no se ajustan a las necesidades de los pasajeros y al poco interés de los empleados para solucionar los problemas y necesidades de los clientes.

- La mayoría de las preguntas tuvieron respuestas neutrales debido al escepticismo de los encuestados al momento de responder las encuestas, además de que el servicio que ofrecen las boleterías del terminal terrestre es de paso rápido, una transición muy ágil y los usuarios no sienten que pueden generar un criterio de evaluación riguroso para calificar la calidad del servicio de las boleterías.

## CAPÍTULO IV

### 3. DISEÑO DE LA PROPUESTA

#### 3.2. Propuesta para solución del problema

En la actualidad existen un gran número de servicios a disposición de los usuarios, y así mismo hay una diversidad de empresas y organizaciones que los ofrecen buscando brindar el mejor servicio, considerando la calidad como punto de partida, sin embargo en el transcurso del tiempo este objetivo es descuidado, permitiendo que la imagen de la empresa pierda el prestigio y la buena percepción que los clientes tienen con ella, como en el caso del Terminal Terrestre “Luis Valdivieso Morán” al igual que otras empresas de servicios posee puntos muy favorables en la calidad del servicio pero según la percepción de los usuarios tiene fallos en la fiabilidad para ofrecer el servicio.

La encuesta realizada, la fundamentación teórica descrita y el diagnóstico de campo, en conjunto con los resultados analizados nos permiten conocer e identificar las deficiencias en la calidad del servicio de transporte del terminal terrestre, por tal motivo se plantea como propuesta “PLANES DE ACCIÓN PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA FIABILIDAD Y EMPATÍA DE LAS BOLETERIAS DEL TERMINAL TERRESTRE LUIS VALDIVIESO MORÁN DE MANTA”.

### **3.3. Objetivos de la propuesta**

#### **3.3.3. Objetivo General**

Diseñar un plan de acción que mejore la calidad del servicio de las boleterías del Terminal Terrestre Luis Valdivieso Morán de Manta.

#### **3.3.4. Objetivos Específicos**

Plantear estrategias para mejorar la fiabilidad en el cumplimiento de los horarios establecidos e interés en la resolución de problemas.

Implementar estrategias que busquen mejorar la empatía en el personal y organizar nuevos horarios.

### **3.4. Importancia de la propuesta**

La idea planteada tiene la finalidad de crear planes que ayuden a mejorar la calidad del servicio, específicamente en las dimensiones de fiabilidad y empatía de las boleterías del terminal terrestre. Estos planes de mejora beneficiarán la calidad en los horarios de atención en las boleterías, horarios de salidas de vehículos y la atención especializada de las necesidades de los usuarios en las dudas y problemas que se presentan; la implementación de estas estrategias ayudaran a incrementar las potencialidades que ya tiene el terminal en otros aspectos donde la calidad es percibida por los usuarios; pero sin embargo aún tiene deficiencias es estos aspectos de mucha importancia en el servicio que brindan.

### **3.5. Justificación**

A partir de los resultados que se obtuvieron en las encuestas realizadas a los usuarios de la terminal terrestre se puede expresar con toda seguridad que las boleterías fallan en las dimensiones de Fiabilidad y Empatía, incumpliendo con los horarios determinados en cuanto a la atención y la salida de vehículos, además del desinterés de los empleados de la boletería en atender los problemas e inconvenientes que presentan los clientes en el terminal, por tal razón se plantean planes de acción, que ayuden a resolver los inconvenientes que según el cuestionario SERVQUAL se presentaron en las boleterías del terminal terrestre, con la consulta directa a los usuarios sobre los horarios más conveniente para la atención y turnos más idóneos de los vehículos, encuestas con los choferes de vehículos y personal de boletería del porque los atrasos e incumplimiento en los horarios, en cuanto a los empleados realizar capacitaciones que mejoren la atención por los problemas que presentan los usuarios.

### 3.6. Desarrollo de la propuesta

**Tabla 25.** Cuadro de propuesta para mejoras de a calidad de servicio del Terminal

Objetivo	Estrategias	Actividades	Recursos	Responsable	Tiempo
Plantear estrategias para mejorar la fiabilidad en el cumplimiento de los horarios	Identificar los problemas de incumplimiento en las actividades del terminal	Encuestar al personal de boletería y demás involucrados del servicio.	Humano Encuesta Bolígrafo	Personal del terminal Administración	Un mes
establecidos e interés en la resolución de problemas.	Determinar las dificultades que existen en la relación colaborador-cliente al momento de presentarse algún inconveniente.	Observar, dialogar y encuestar al personal y los usuarios.	Humano Encuestas	Administración del terminal	Un mes

	Realizar capacitaciones al personal del terminal.	Charlas, conferencias y mesas de diálogos para mejorar la atención al cliente.	Humano Sala con proyector		Un mes
Implementar estrategias que busquen mejorar la empatía en el personal y organizar nuevos horarios.	Reorganizar los horarios de las boleterías y salidas de vehículos.	Consultar a los usuarios los horarios más convenientes en las boleterías.  Dialogar y establecer nuevos horarios de atención.	Humano Computadora Encuesta	Personal de boletería  Administración del terminal	Dos meses
	Mejorar la predisposición del personal ante las necesidades de los usuarios.	Charlas y conferencias sobre relaciones humanas y valores humanos.	Humano Sala con proyector	Personal de la boletería.	Un mes

### 3.7. Presupuesto de la propuesta

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor U</b>	<b>Total</b>
Hojas (paquetes)	2	5.00	10.00
Proyector	1	119.00	119.00
Computadora portátil	1	400.00	400.00
Reloj	1	5.00	5.00
Carpetas	10	0.5	5.00
Impresora	1	150.00	150.00
Plumas	10	0.40	4.00
Personal de encuesta	2	15.00	30.00
		<b>TOTAL</b>	<b>723.00</b>

## 4. Conclusiones

- Mediante el modelo SERVQUAL se determinó que las boleterías del terminal no prestan un servicio de calidad en cuanto a la fiabilidad, debido a los incumplimientos en los horarios establecidos.
- La capacidad de respuesta como dimensión del modelo SERVQUAL tuvo buena respuesta por parte de los usuarios, indicando calidad del servicio en esta dimensión.
- Los usuarios de las boleterías del terminal se mostraron satisfechos en la dimensión de seguridad del modelo SERVQUAL para la calidad del servicio.
- La dimensión de empatía del modelo SERVQUAL según los usuarios de las boleterías del terminal presenta deficiencias en la calidad, especialmente en los horarios pocos ajustables a sus necesidades y el desinterés en resolver los problemas.
- Las respuestas de los usuarios a la encuesta determinaron que los elementos tangibles de las boleterías del terminal prestan un servicio de calidad al usuario, a excepción de los materiales informativos.

## 5. Recomendaciones

- El personal administrativo del terminal terrestre de Manta “Luis Valdivieso Moran” debe controlar de manera más estricta los horarios en las boleterías, para mejorar la calidad de servicio en la dimensión de fiabilidad.
- En la capacidad de respuesta las interrogantes de predisposición del personal hacia el usuario y la coordinación de horarios puede mejorarse de manera sustancial, para prestar un servicio más óptimo al usuario.
- Generalmente la seguridad está en buen nivel de respuesta entre los usuarios, sin embargo en cuanto a la amabilidad del personal para con el usuario puede ser más alta si estos muestran más paciencia al momento de atender a los usuarios.
- Realizar una consulta a los usuarios para conocer los horarios más convenientes para el servicio de transporte, resolvería la mala apreciación de los usuarios en la dimensión de empatía de las boleterías del terminal.
- En la dimensión de tangibilidad, el personal administrativo conjunto con los de las boleterías pueden diseñar mejores materiales de información para optimizar el servicio a los usuarios del terminal.

## 6. Bibliografía

- Abud, D. (2011). *Calidad total*. Córdoba: ProQuest Ebook Central. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/uileamecsp/detail.action?docID=3181095>
- Aiteco. (2018). *El modelo SERVQUAL de calidad de servicio*. Obtenido de Aiteco.com: <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>
- Alcazar, K. (2016). *Modelo SERVQUAL para el análisis de la percepción de la calidad del servicio de la atención prioritaria en la unidad médica Cartagena de Indias*. Cartagena: Programa de Administración de Empresas.
- Álvarez. (2006). *Introducción a la calidad: Aproximación a los sistemas de gestión y herramientas de calidad*. España: Ideas Propias.
- Ander, E. (1982). *Técnicas de investigación social*. Buenos Aires: Editorial Humanitas.
- Aniorte, N. (2013). *Servicios de calidad*. Recuperado el 2 de Febrero de 2019, de [http://www.aniorte-nic.net/apunt\\_gest\\_serv\\_](http://www.aniorte-nic.net/apunt_gest_serv_)
- Atencio, E., & Gonzalez, B. (2007). Calidad en el servicio en la editorial de la universidad de Zulia (EDILUZ). *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 1, 172-186.

- Berry, T. (1995). *Cómo gerenciar la transformación hacia la calidad total*. Colombia: McGraw-Hill.
- Bon. (2008). *Gestión de Servicios de TI basada en ITIL V3* (Primera ed.). Reino Unido: Editorial del Gobierno Británico.
- Buffa, E., & Sarin, R. (1987). *“The Roots of Quality Control in Japan” en Modern Production / Operations Management*. John Wiley & Sons.
- Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2015). *Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas* (Primera ed.). Madrid: Pearson Prentice Hall. Obtenido de <https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestion-de-la-calidad.pdf>
- Carros , R., & Gonzàles , D. (2013). *Administracion de la Calidad Total*.
- Centeno Gil, E. A. (2005). *Metodologías estadísticas en el contexto del ciclo DMAMC de Seis Sigma para la mejora de la calidad en los procesos de servicio Capítulo 2 Definición operacional de la calidad en los servicios*. Universidad de Las Américas. Puebla, Mexico.
- Cortés Ligareto, S. (2015). Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/14060/Sonia%20Cort%C3%A9s%20Ligarreto.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Deming, W. E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad a la salida de la crisis*. Madrid:: Díaz de Santos.

- Duque O., E. J., & Chaparro P., C. R. (2012). Medición de la percepción de la calidad del servicio de educación por parte de los estudiantes de la UPTC Duitama. *Criterio Libre*, 10(16), 159-192.
- Grönroos, C. (1978). A Service Oriented Approach to Marketing of Services. *European Journal of Marketing*, 12(8), 588-601.
- Gronroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.
- Grönroos, C. (1994). *Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*. Madrid: Díaz de Santos.
- Haro, G., & Chavez, M. (2007). Analisis de la calidad de servicio al cliente usando el modelo servqual en el registro civil de Riobamba, Ambato y Latacunga. *Revista de Investigación de Talentos IV*, 32-37.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Mc Graw Hill, p. 143.
- Horovitz, J. (1990). *La calidad del servicio*. Madrid: McGraw-hill Interamericana.
- Horovitz, J. (1995). *La calidad del servicio*. Colombia: McGraw-Hill.
- Iglesias, M., & Cortés, M. E. (2004). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación*. Universidad Autónoma del Carmen. Mexico.
- Ishikawa, K. (1986). *¿Qué es control total de la calidad?* Colombia: Normal.

- Jiménez, R. (2004). Indicadores de calidad y eficiencia de los servicios hospitalarios: Una mirada actual. *Revista Cubana de Salud Pública*, 30(1).  
Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-34662004000100004&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662004000100004&lng=es&tlng=es)
- Kerlinger, F., & Lee, H. (2002). *Investigación del comportamiento: Métodos de Investigación en Ciencias Sociales*. Mexico: McGraw Hill Interamericana.
- Kotler, P. (1997). *Mercadotecnia*. México: Prentice Hall.
- López, R. (2005). La calidad total en la empresa moderna. *Perspectivas*, 8(2), 67-81. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942412006.pdf>
- Lovelock, C. H. (1983). Classifying Services to Gain Strategic Marketing Insights. *Journal of Marketing*, 47, 9-20.
- Martínez, J., & Martínez, L. (2010). Rethinking perceived service quality: an alternative to hierarchical and multidimensional models. *Total Quality Management*, 21(1), 93-118.
- McGuigan, F. (1996). *Psicología experimental*. Mexico: Prentice-Hall.
- Mendoza, A. J. (2009). *Medición de la calidad de Servicios*. Cordova: El Cid Editor pag 6.
- Moreno Pino, M. R. (2008). *Enseñanza Aprendizaje de la Calidad como Totalidad en la Carrera de Ingeniería Industrial Unpublished Monografía, Centro Universitario*. Las Tunas.

Nishizawa, R. M. (2014). *Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto*. Bolivia: Universidad Católica Boliviana.

NOVASOFT. (2007). *Formación para profesionales del sector turístico*. Junta de Andalucía. Andalucía: FORETUR. Obtenido de <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/26779.pdf>

Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*(49), 41-50.

Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.

Pick, A., & López, A. (2002). *Cómo investigar en ciencias sociales*. Mexico: Trillas. P. 33.

Pizzo, M. (2013). *Construyendo una definición de calidad en el servicio*. Recuperado el 2 de Febrero de 2019, de <http://comoservirconexcelencia.com/blog/construyendo-una-definicion-de-calidad-en-el-servicio/.htm>

Reyes Benítez, S. N. (2010). *Evaluación de la calidad del servicio de la sucursal 6432 del BPA Las Tunas*. Unpublished Tesis de Maestría, Universidad de Camagüey. Camagüey.

- Ruiz, C., & López, J. (2004). *La gestión por calidad total*. México: Alfa Omega.
- Solórzano, G., & Aceves, J. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas. *El buzón de pacioli*, XIII(82), 4-13.
- Telegrafo, E. (5 de Octubre de 2017). Nueva Terminal Terrestre De Manta funcionará desde noviembre. *El Telegrafo*.
- Torres, M., & Vásquez, C. (2015). Modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y análisis. *Compendio Ensayo*(35), 57-76.
- Vargas Quiñones, M. E., & de Vega, L. A. (2007). *Calidad en el servicio*. Madrid: Universidad de La Sabana . Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/uleamecsp/detail.action?docID=3199376>
- Verdú, C. (2013). *13 Características Personales para el Éxito en la Atención al Cliente*. Recuperado el 2 de febrero de 2019, de Clientelandia: <https://clientelandia.wordpress.com/2013/03/20/13-caracteristicas-personales-para-el-exito-en-la-atencion-al-cliente/>
- Vergara Schmalbach, J. C., & Quesada, V. (2011). *Análisis de la calidad de servicio y la satisfacción de los estudiantes de Ciencias Económicas de la ciudad de Cartagena mediante un modelo de ecuaciones estructurales*. Cartagena.

Zaragoza, E. (abril de 2015). *Aplicación del modelo de calidad del servicio Servqual en el área de recursos humanos de la empresa National Car Rental en México (Grupo Antyr)*. Obtenido de Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente:  
<https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/3422/TOG%20National%20Car%20Rental.pdf?sequence=2>

Zeithaml, V. A. (2009). *Calidad total en la gestión de servicios*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/uileamecsp/reader.action?docID=3175059&query=calidad+total>

Zeithmal, V., & et al. (2002). *Marketing de servicios*. *Mc Graw Hill*.

## 7. Anexos

**Anexo 1.** Modelo SERVQUAL utilizado para el planteamiento de las preguntas.

CUESTIONES SOBRE ESTE CENTRO OCUPACIONAL	Totalmente en desacuerdo				Totalmente de acuerdo		
	1	2	3	4	5	6	7
1. Este Centro Ocupacional, tienen equipos modernos.	1	2	3	4	5	6	7
2. Las instalaciones físicas de este Centro Ocupacional son atractivas.	1	2	3	4	5	6	7
3. Los empleados de este Centro Ocupacional tienen buena apariencia.	1	2	3	4	5	6	7
4. La publicidad sobre este Centro Ocupacional ( folletos, información...) es atractiva.	1	2	3	4	5	6	7
5. Cuando este Centro Ocupacional promete hacer algo en un plazo, lo hace.	1	2	3	4	5	6	7
6. Cuando un usuario tiene un problema, este Centro Ocupacional muestra interés en resolverlo.	1	2	3	4	5	6	7
7. Este Centro Ocupacional realiza el servicio bien a la primera.	1	2	3	4	5	6	7
8. Este Centro Ocupacional realiza el servicio en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5	6	7
9. En este Centro Ocupacional, los empleados comunican a los usuarios cuándo concluirá la realización del servicio que prestan.	1	2	3	4	5	6	7
10. En este Centro Ocupacional, los empleados ofrecen un servicio rápido a sus usuarios.	1	2	3	4	5	6	7

11. En este Centro Ocupacional, los empleados están siempre dispuestos a ayudar a los usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
12. En este Centro Ocupacional, los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
13. El comportamiento de los empleados de este Centro Ocupacional transmite confianza a sus usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
14. En este Centro Ocupacional los empleados son siempre amables con sus usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
15. Los usuarios de este Centro Ocupacional se sienten seguros en sus relaciones con el Centro Ocupacional (pagos, atención recibida...).	1	2	3	4	5	6	7
16. En este Centro Ocupacional los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
17. Este Centro Ocupacional da a sus usuarios una atención individualizada.	1	2	3	4	5	6	7
18. Los horarios de este Centro Ocupacional son convenientes para todos sus usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
19. Este Centro Ocupacional tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
20. En este Centro Ocupacional se preocupan por los intereses y necesidades de sus usuarios.	1	2	3	4	5	6	7
21. Los empleados de este Centro Ocupacional comprenden las necesidades específicas de sus usuarios.	1	2	3	4	5	6	7

**Elaborado por:** Barranco, Cáceres, Cívicos, Díaz-Vilela, Hernández, Puyol

(2002)

**Anexo 2.** Modelo de preguntas SERVQUAL planteado para la investigación.

N°	Dimensiones	Preguntas
1	Tangibilidad	¿El terminal terrestre cuenta con equipos modernos?
2		¿Las instalaciones físicas del terminal terrestre son atractivas?
3		¿Los empleados del terminal terrestre tienen buena apariencia?
4		¿La publicidad sobre el terminal terrestre (folletos, carteles etc.) es atractiva?
5	Fiabilidad	¿Cuándo la boletería del terminal promete hacer algo en un plazo, lo hace?
6		¿Cuándo un usuario tiene problemas, el terminal terrestre muestra interés en resolverlas?
7		¿El terminal terrestre realiza el servicio bien a la primera?
8		¿El terminal terrestre realiza el servicio en el tiempo prometido?
9	Capacidad de respuesta	¿En el terminal terrestre el personal comunica a los usuarios cuándo concluirá la realización del servicio?
10		¿En el terminal terrestre, el personal ofrece un servicio rápido a sus usuarios?
11		¿En este terminal, el personal está siempre dispuesto a ayudar a los usuarios?

12		¿En el terminal terrestre, el personal de las boleterías nunca está demasiado ocupado para responder las preguntas de los usuarios?
13	Seguridad	¿El comportamiento del personal del terminal terrestre transmite confianza a sus usuarios?
14		¿En este terminal terrestre los empleados son siempre amables con sus usuarios?
15		¿Los usuarios del terminal terrestre se sienten seguros en sus relaciones con el terminal terrestre?
16		¿En el terminal terrestre, los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los usuarios?
17		¿En el terminal terrestre da a sus usuarios una atención individualizada?
18	Empatía	¿Los horarios del terminal terrestre son convenientes para todos los usuarios?
19		¿En el terminal terrestre tiene personal que ofrece atención personalizada a sus usuarios?
20		¿En el terminal terrestre se preocupan por los intereses y necesidades de sus usuarios?
21		¿El personal del terminal terrestre comprende las necesidades específicas de sus usuarios?

**Elaborado por:** La autora

**Anexo 3.** Exteriores del terminal terrestre Luis Valdivieso Morán.



**Anexo 4.** Boletería de la cooperativa Reina del Camino.

