



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y COMERCIO

CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Trabajo de titulación

Modalidad: Proyecto de investigación

Tema:

La calidad de servicio y su influencia en la satisfacción de los usuarios en época de pandemia de la escuela de conducción Easy Drive de la ciudad de Chone.

Autor:

Torres Loor Janella Annabelly

Docente:

Ab. Mónica Franco Chávez, Mg.

Chone – Manabí – Ecuador

Diciembre del 2022

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Mónica Alexandra Franco Chávez, Docente de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, en calidad de Tutora.

CERTIFICO

Que la Señorita: Torres Loor Janella Annabelly, ha realizado su trabajo de investigación titulado, “La calidad de servicio y su influencia en la satisfacción de los usuarios en época de pandemia de la escuela de conducción Easy Drive de la ciudad de Chone”, el mismo que es de su autoría y se lo ha realizado observando las disposiciones reglamentarias de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí y las normas que la guía metodológica para el trabajo final de titulación en la modalidad proyecto de Investigación en la carrera de Administración de empresas establece, por lo tanto, autorizo su presentación ante los organismos legales pertinentes.

Manta, noviembre de 2022

Mónica Alexandra Franco Chávez

Tutor

APROBACIÓN DEL TRABAJO

Los miembros del tribunal de grado dan la aprobación al trabajo final de titulación, el mismo que cumple con lo estipulado por los reglamentos y disposiciones que fueron determinadas por la Facultad de Ciencias Administrativas, Contable y Comercio de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Presidente del Tribunal

Miembro del Tribunal

Miembro del Tribunal



Document Information

Analyzed document	Proyecto de Investigación.docx (D151874219)
Submitted	12/2/2022 10:07:00 PM
Submitted by	monica franco
Submitter email	monica.franco@uleam.edu.ec
Similarity	5%
Analysis address	monica.franco.uleam@analysis.arkund.com

**Abg. Mónica Franco Chávez. Mgs.
Docente Tutor.**

DEDICATORIA

Dedico el presente proyecto de investigación en primer lugar, a Dios, por permitirme cumplir la meta de culminar mi carrera con mucho éxito y salud; a mis padres, Leonardo Torres y Dalita Loor, con todo mi amor y cariño, por todo su sacrificio y esfuerzo puestos en mi desarrollo académico en cada una de mis etapas estudiantiles y por ser mi fuente de inspiración y motivación para luchar día a día por mis ideales. A mis hermanos quienes siempre creyeron en mis capacidades y que con su respaldo y cariño contribuyeron a alcanzar esta meta.

A mis abuelos, Antonio Torres (+) y Rita Arteaga, quienes siempre estuvieron presentes brindándome su amor incondicional, su apoyo en cada decisión que tomara y palabras de aliento para continuar en este camino de preparación pese a las adversidades.

Janella Torres Loor.

RECONOCIMIENTO

Mi reconocimiento en este proyecto de investigación es principalmente a Dios porque me ha permitido cumplir esta meta con éxito, de la mano de las personas que han sido mi pilar fundamental en este recorrido, mis padres, Leonardo Torres y Dalita Loor; y mis abuelos, Antonio Torres (+) y Rita Arteaga, quienes forjaron mi carácter y sentaron siempre en mí, las bases de responsabilidad, fuerza de voluntad y perseverancia para lograr cada uno de mis objetivos.

A mis compañeros/as, de manera especial a las amigas que hice en la carrera, por los hermosos momentos que hemos vivido juntas compartiendo nuestros triunfos, alegrías y tristezas, y quienes desde el primer día me acompañaron en este proceso de preparación profesional durante estos cuatro años y medio logrando que este sueño compartido se haga realidad.

Además, un reconocimiento a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, especialmente a la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio, y a cada uno de los docentes que me brindaron sus conocimientos y su apoyo desinteresado contribuyendo a mi formación como profesional en la carrera de Administración de Empresas; a mi tutora, Ab. Mónica Franco Chávez, Mg., por haberme guiado en el proceso de elaboración de este proyecto de investigación, que en base a su experiencia y conocimientos me brindo las directrices necesarias para culminarlo con éxito.

Janella Torres Loor.

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	2
APROBACIÓN DEL TRABAJO.....	3
DEDICATORIA	5
RECONOCIMIENTO	6
ÍNDICE GENERAL.....	7
RESUMEN	10
ABSTRACT	11
INTRODUCCIÓN	12
1. MARCO TEÓRICO	14
1.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	14
1.2. BASES TEÓRICAS.....	18
1.2.1. <i>Calidad</i>	18
1.2.2. <i>Calidad de servicio</i>	18
1.2.3. <i>Gestión total de la calidad</i>	19
1.2.4. <i>Cliente</i>	20
1.2.5. <i>Atención al cliente</i>	21
1.2.6. <i>Satisfacción del usuario</i>	21
1.2.7. <i>Pandemia</i>	22
1.2.8. <i>Coronavirus</i>	22
1.2.9. <i>Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)</i>	23
1.2.10. <i>Educación virtual</i>	23
1.2.11. <i>Escuela de conducción</i>	24

2. DIAGNÓSTICO DE CAMPO.....	25
3. DISEÑO DE LA PROPUESTA.....	42
3.1. ACCIONES DE MEJORA PARA POTENCIALIZAR LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA ESCUELA DE CONDUCCIÓN EASY DRIVE DE LA CIUDAD DE CHONE.	42
4. CONCLUSIONES	45
5. RECOMENDACIONES	47
6. REFERENCIAS	48
7. ANEXOS.....	51

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Actitud de los instructores hacia la atención de los clientes	25
Tabla 2. Conocimientos de los instructores para responder las preguntas de los clientes con relación a las clases prácticas.....	26
Tabla 3. Conocimientos de los instructores para responder las preguntas de los clientes con relación a las clases teóricas.....	28
Tabla 4. Horario de la prestación del servicio.	29
Tabla 5. Habilidades de los instructores con el trato hacia el estudiante y la escucha de inquietudes.	30
Tabla 6. Medios tecnológicos adecuados para impartir las clases teóricas en modalidad virtual por parte de la escuela de conducción.	31
Tabla 7. Puntualidad y calidad de las clases teóricas impartidas en la escuela de conducción.....	32
Tabla 8. Cantidad de aprendizajes prácticos y teóricos.	33
Tabla 9. Duración del curso.	34

Tabla 10. Apariencia de las instalaciones de la escuela de conducción.	35
Tabla 11. Características técnicas de los autos de la escuela de conducción.	36
Tabla 12. Estado de conservación de los autos de la escuela de conducción.	37
Tabla 13. Comunicación y lenguaje empleado por los instructores.....	38
Tabla 14. Metodología utilizada por los instructores en las clases prácticas.....	39
Tabla 15. Metodología utilizada por los instructores en las clases teóricas.	40
Tabla 16. Precio pagado por el curso.	41

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Pregunta 1	26
Figura 2. Pregunta 2	27
Figura 3. Pregunta 3	28
Figura 4. Pregunta 4	29
Figura 5. Pregunta 5	30
Figura 6. Pregunta 6	31
Figura 7. Pregunta 7	32
Figura 8. Pregunta 8	33
Figura 9. Pregunta 9	34
Figura 10. Pregunta 10	35
Figura 11. Pregunta 11	36
Figura 12. Pregunta 12	37
Figura 13. Pregunta 13	38
Figura 14. Pregunta 14	39
Figura 15. Pregunta 15	40
Figura 16. Pregunta 16	41

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “La calidad de servicio y su influencia en la satisfacción de los usuarios en época de pandemia de la escuela de conducción Easy Drive de la ciudad de Chone”, tuvo como objetivo principal analizar la calidad del servicio y satisfacción de los usuarios de la escuela de conducción Easy Drive en época de pandemia para determinar la necesidad de una propuesta de mejora en los procesos que permita cumplir las expectativas y satisfacción del usuario.

La metodología de la investigación consistió en un diseño no experimental de tipo correlacional y enfoque cuantitativo, para la recolección de datos se utilizó la técnica de encuesta a través de un cuestionario para el cual se tenía una población total de 1617 estudiantes inscritos desde el periodo de mayo del 2021 a mayo del 2022, y una muestra de 311 usuarios. Una vez analizados los datos obtenidos se tuvo como resultado que la calidad de servicio de la escuela de conducción Easy Drive ha influido de manera positiva en casi todos los aspectos en la satisfacción de sus usuarios en época de pandemia. En conclusión, Easy Drive cuenta con un porcentaje elevado de satisfacción del cliente debido a la calidad de sus servicios ofrecidos pese a una pandemia vigente, sin embargo, se evidenciaron indicadores en los que se considera se puede perfeccionar siguiendo un plan de mejora que le ayude a mantener su competitividad y seguir optimizando la calidad de sus servicios.

ABSTRACT

The main objective of this research work entitled "The quality of service and its influence on user satisfaction in times of pandemic of the Easy Drive driving school in the city of Chone", had as its main objective to analyze the quality of service and satisfaction of users of the Easy Drive driving school in times of pandemic to determine the need for a proposal for improvement in the processes that allows Meet user expectations and satisfaction.

The research methodology consisted of a non-experimental design of correlational type and quantitative approach, for data collection the survey technique was used through a questionnaire for which there was a total population of 1617 students enrolled from the period from May 2021 to May 2022, and a sample of 311 users. Once the data obtained were analyzed, it was found that the quality of service of the Easy Drive driving school has positively influenced the satisfaction of its users in almost all aspects in times of pandemic. In conclusion, Easy Drive has a high percentage of customer satisfaction due to the quality of its services offered despite a current pandemic, however, indicators were evidenced in which it is considered that it can be perfected following an improvement plan that helps it maintain its competitiveness and continue optimizing the quality of its services.

INTRODUCCIÓN

La calidad es un indicador que hace referencia a la riqueza de características que posee un producto o servicio y que cumple las expectativas de los clientes influyendo de manera directa en su satisfacción; entre mayor sea la calidad del producto o servicio, mayor será la satisfacción del cliente. Considerando esto, y la situación que vive el mundo en la actualidad en contexto de pandemia, es importante mencionar como las organizaciones se han visto en la necesidad de implementar estrategias con el fin de mantener la comunicación con sus clientes a través de las TIC para continuar con la prestación de sus servicios; con este cambio en el modo de atención al cliente, a este le surge la necesidad de buscar servicios que satisfagan sus necesidades por completo con la mejor calidad posible.

A pesar de que los casos notificados y las muertes por Covid-19 se han reducido notoriamente gracias a las vacunas, y varios países, entre ellos Ecuador, han reducido las medidas de bioseguridad, la pandemia es un problema que continua vigente a nivel mundial, inclusive el director general de la Organización Mundial de la Salud (OMS), Dr. Tedros Adhanom Ghebreyesus, ha insistido en rueda de prensa durante el primer semestre del 2022, que la pandemia de Covid-19 sigue constituyendo una emergencia de salud pública de interés internacional que aún afecta a la población. De tal manera, las diferentes organizaciones se han adaptado a los cambios que esto ha implicado y han continuado con sus operaciones adoptando diversas estrategias para mantenerse en el mercado pese al entorno cambiante en virtud de una pandemia aún vigente de acuerdo con la OMS.

Por ello, el presente trabajo de investigación pretende analizar la calidad del servicio ofrecido por parte de la escuela de conducción Easy Drive de la ciudad de

Chone durante la pandemia y su influencia en la satisfacción de los usuarios, a través del estudio de los antecedentes teóricos presentados en investigaciones previas relacionadas al tema y de las concepciones principales, así como de la recolección de datos apoyada en la técnica de la encuesta, lo que permitirá calificar el grado de satisfacción de los usuarios según la calidad del servicio ofrecido por la escuela en época de pandemia, para posteriormente determinar si es necesario realizar una propuesta de mejora de procesos en los que se esté fallando y que permita cumplir las expectativas de calidad del usuario y su satisfacción.

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de la investigación

Los antecedentes investigativos identificados para este trabajo en el proceso de revisión bibliográfica de diversas fuentes corresponden a los siguientes autores:

Pinedo Jara (2017) en su trabajo de investigación titulado “La calidad del servicio y satisfacción del estudiante dentro de la aplicación de las buenas prácticas del sistema de formación profesional en el centro técnico productiva – CETPRO – Daniel Villar de Caraz 2017” con el objetivo de determinar la calidad del servicio y su relación respecto a la satisfacción del estudiante dentro de la aplicación de las buenas prácticas del sistema de formación profesional en el Centro Técnico Productiva – CETPRO – Daniel Villar de Caraz, 2017, se utilizó para dicha investigación un diseño no experimental de tipo correlacional y transversal con enfoque cuantitativo, para la recolección de información se usó el método de encuesta a una muestra de 74 estudiantes, a partir de las cuales se determinó que si hay una relación significativa de variables, con un alto grado de asociación y correlación entre las variables calidad de servicio y satisfacción de usuarios. Como conclusión se estableció que existe una correlación alta y directa asociación de ambas variables, es decir, que a medida que varíe positiva o negativamente el nivel de calidad de servicio repercutirá de la misma manera a la satisfacción del estudiante en el Centro de Educación Técnico – Productivo.

Morocho Revolledo (2019) en su proyecto titulado “Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa Alpecorp S.A., 2018” cuyo objetivo fue determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario del cliente en la empresa Alpecorp S.A. 2018, realizando un estudio de tipo

correlacional, de diseño no experimental y de corte transversal utilizando la técnica de encuesta aplicada a 69 clientes, de lo cual se determinó que existe una relación directa y altamente significativa entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa Alpecorp S.A., por lo que se llegó a la conclusión de que la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la empresa en cuestión esta significativamente relacionados, de tal manera que a mayor nivel en la calidad de servicio, mayor será la satisfacción del cliente.

Seminario-Unzueta et al. (2020) en su artículo titulado “Calidad de servicio durante la pandemia Covid-19, en usuarios de línea 1 del metro de Lima, 2020”, cuyo objetivo fue determinar la calidad de servicio durante la pandemia COVID-19, en usuarios de línea 1 del metro de Lima, 2020, ejecuto un estudio de enfoque cuantitativo, descriptivo, de corte transversal no experimental obteniendo la información de 401 usuarios frecuentes con edades entre 22 y 40 años a los que se les aplico una encuesta en escala de LIKERT como instrumento de recolección de datos, donde se encontró que del 100% de los usuarios encuestados, apenas un 46,13% indica que la calidad de servicio se encuentra en un nivel alto de aceptación, un 41,15% muy alto y un 11,97% regular la calidad del servicio brindada en la línea 1 del metro de Lima. El autor concluyo en que la línea 1 del metro de Lima posee un servicio de calidad durante el tiempo de pandemia por sus niveles alto y muy alto de aceptación evidenciados en la encuesta.

Ospina Limache (2021) en su trabajo de investigación titulado “Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción del cliente de la empresa Super Break Cafeterías y Salón de Tés, periodo 2019”, con el objetivo general de determinar cómo influye la calidad de servicio en la satisfacción del cliente de la empresa Súper Break Cafeterías y Salón de Tés, en el periodo 2019, ejecutando un estudio de enfoque

cuantitativo de diseño no experimental tipo aplicada y correlacional, la información se obtuvo de 348 usuarios a través de un cuestionario aplicado por el autor. Los valores de calidad de servicio y satisfacción de usuarios se evaluaron a través de 7 dimensiones: evidencia física, fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía, comunicación-precio, transparencia y expectativas, donde se determinó mediante la encuesta que un alto número de personas califican la calidad de servicio como baja, mientras que en cuanto a la satisfacción del cliente mencionan que su percepción es alta en la primera vez de compra. Basados en esos resultados, como conclusión se evidencio que existe una relación positiva entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente de la cafetería Súper Breaks.

Henao Colorado (2021) en su artículo titulado “Calidad de servicio y valor percibido como antecedentes de la satisfacción de los clientes de las empresas de telecomunicaciones en Colombia” cuyo objetivo fue proponer un modelo conceptual que muestre los antecedentes de la satisfacción de los clientes de las empresas de telecomunicaciones de las principales ciudades de Colombia, como lo son la calidad de servicio, adaptando el modelo SERVQUAL, y el valor percibido, para la recolección de datos se aplicó un cuestionario virtual a 324 usuarios en las principales ciudades del país, donde se obtuvo como resultado que la relación expectativas y satisfacción no fue soportada, ratificando que los clientes con solo percibir un nivel de calidad del servicio alto no van a estar satisfechos. Se concluyo que la relación expectativas y satisfacción para el caso de las telecomunicaciones en Colombia no se cumple, dado que debe estar medida por la misma evaluación de calidad del servicio y lo que valora realmente el cliente del servicio.

Bravo Zuñiga & Radunovic Salas (2021) en su trabajo de investigación titulado “Calidad de servicio e imagen de marca en relación con la satisfacción del consumidor

en Coffee Shops en el periodo de pandemia”, con el objetivo de estudiar el impacto que refleja la calidad del servicio e imagen de marca en la satisfacción de los consumidores en la categoría de Coffee Shops en un contexto de pandemia del Covid-19, a través de una investigación con un alcance explicativo de carácter cuantitativo y transversal a una muestra de 400 personas, donde se determinó que existe un riesgo percibido de parte de los clientes al asistir a lugares públicos por temor a la propagación del Covid-19, pero dichos riesgos se mitigan con las medidas implementadas por cada uno de los establecimientos causando un impacto positivo al desempeño de la calidad de servicio. En este trabajo investigativo se concluyó que el modelo presentado debe amplificar los límites de conocimiento sobre el mismo y examinar la variabilidad de las dimensiones en una categoría establecida.

Ccoñislla Caceres (2022) en su estudio titulado “Calidad de servicio y satisfacción de los estudiantes de la UNAMBA en tiempos de Covid-19”, donde el objetivo fue determinar la relación que existe entre calidad de servicio y satisfacción de los estudiantes de la UNAMBA en tiempo de Covid-19, periodo 2021, utilizo una investigación de tipo aplicada de diseño no exploratorio-transversal con enfoque cuantitativo de nivel correlacional, se aplicó la técnica de observación y encuesta para una muestra de 247 estudiantes universitarios, de donde se observó de acuerdo con los resultados que el 46,7% de estudiantes encuestados considera que la calidad de servicio brindado por la UNAMBA es regular y el 23,9% lo califica como malo, de igual manera el 39,8% de estudiantes se encuentra poco satisfecho con la calidad de servicio brindado. Por lo tanto, se concluyó que la relación que existe entre calidad de servicio y satisfacción de los estudiantes de la UNAMBA en tiempos de Covid-19, periodo 2021, es positiva moderada determinando que si la universidad mejora la calidad de su servicio habrá mayor nivel de satisfacción por parte de los estudiantes.

La aportación de los antecedentes citados en el trabajo investigativo es de suma importancia debido a que brinda soporte a la investigación planteada y garantiza que existe información de otras exploraciones que han abordado la misma situación problemática relacionadas al tema en el contexto de la pandemia, ya que en este, se ha evaluado la calidad del servicio y su influencia en la satisfacción de los usuarios de la escuela de conducción Easy Drive de la ciudad de Chone durante la pandemia de Covid-19.

1.2. Bases teóricas

1.2.1. Calidad

Se entiende por calidad el conjunto de características que posee un producto o servicio que sea capaz de satisfacer las necesidades del cliente según las expectativas que se tenga de este. Pola Maseda (2009), menciona que la Sociedad Americana para el Control de la Calidad (A.S.Q.C.), define la calidad como el conjunto de características de un producto, proceso o servicio que le confieren su aptitud para satisfacer las necesidades del usuario o cliente, mientras que Martínez (2010), señala que la palabra calidad tiene múltiples significados y un conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren la capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas.

1.2.2. Calidad de servicio

(Solórzano Barrera & Aceves López, 2013), citando a Pizzo (2013), afirma que calidad de servicio es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aun bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con

dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización.

La calidad del servicio, según Cevallos Enríquez et al. (2019), es un indicador clave para todas las organizaciones, tanto públicas como privadas, ya que les permite detectar oportunidades de mejora a partir de la percepción de los clientes. En resumidas palabras, estos autores precisan en que la calidad de servicio consiste en enriquecer y dar un valor agregado a un servicio que ofrece una empresa para cumplir con las expectativas de los clientes.

1.2.3. Gestión total de la calidad

La gestión total de la calidad es un planteamiento organizativo que consiste en intentar mejorar constantemente la calidad en todos los procesos, productos y servicios de la organización (Equipo Vértice, 2010). De la misma manera, Pola Maseda (2009), define a la gestión de la calidad como el conjunto de acciones encaminadas a planificar, organizar y controlar la función calidad en una empresa, lo que consta de los siguientes aspectos:

- Establecer objetivos claramente definidos, acordes con las políticas de la empresa.
- Realizar la planificación en base a los objetivos anteriores, estableciendo las estrategias y los recursos necesarios.
- Definir la organización, con las funciones y responsabilidades, para que se lleve a cabo la planificación.
- Seleccionar y formar al personal para cada puesto de trabajo.
- Motivar a la gente para el logro de los objetivos.

- Controlar el desarrollo del programa estableciendo las medidas correctivas necesarias.

En este contexto, la gestión total de la calidad son operaciones que realizan las empresas para intentar mantener una mejora continua en sus procesos y productos a través de la planificación, organización y control de la calidad, siguiendo cada una de las estrategias que se proponen para alcanzar sus fines.

1.2.4. Cliente

Cliente puede ser una persona o empresa que demanda y adquiere un producto o servicio de una empresa para su satisfacción propia, pudiendo estos ser clientes interno o externos. Según el criterio de Bernal (2014), cliente es aquel que demanda los servicios y productos que las empresas ofrecen y del cual se debe responder a sus necesidades así como satisfacerlas; el cliente puede ser interno o externo.

- **Cliente interno:** son aquellos que son parte de una empresa u organización y cuyo trabajo depende del resultado o producto del trabajo de otros.
- **Cliente externo:** no son parte de la organización, pero si reciben los productos o servicios que estas ofrecen.

Por otro lado, Alpízar & Hernández (2015), que cita a American Marketing Asociación (2003), menciona que cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización.

1.2.5. Atención al cliente

La atención al cliente de acuerdo a Arenal Laza (2017), es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades. Es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes brindando asesoramiento adecuado para asegurar el uso correcto de un producto o de un servicio.

En ese sentido, el servicio de atención al cliente establece una forma de relacionarse con los usuarios durante y después del proceso de venta o prestación de servicio para brindar asesoramiento personalizado que permita atender a sus demandas, tal y como afirma Blanco García (2013), el proceso de atención al cliente es posterior a la realización de la venta, por lo que sus funciones de posventa fundamentales son:

- Informar a los clientes de todo aquello relacionado con la empresa que sea de su posible interés.
- Coordinar la aplicación de la carta de servicios a los clientes.
- Gestión de quejas, reclamaciones y devoluciones.

1.2.6. Satisfacción del usuario

La satisfacción del cliente, según Rodríguez & Gómez Bravo (1991), depende en primer lugar, del diseño del servicio que se le presta, el cual debe estar acorde con los atributos que él valora del mismo y, en segundo lugar, que haya concordancia entre el servicio realizado y las especificaciones del diseño.

En contribución a esto, Rey Martín (2000), define que la satisfacción es un resultado que el sistema desea alcanzar, y busca que dependa tanto del servicio prestado, como de los valores y expectativas del propio usuario, es decir que, Rey

concibe por satisfacción del usuario un indicador del valor del servicio prestado que cumple las expectativas del usuario en calidad, tiempo, esfuerzo y dinero.

Por su lado, los autores Suárez Isaqui et al. (2018), mencionan que la satisfacción del usuario expresa el valor subjetivo de la atención recibida y es importante en diversos aspectos, como la evaluación de la calidad de atención y la posibilidad de identificar oportunidades de mejora.

1.2.7. Pandemia

Como menciona Henao-Kaffure (2010), el vocablo pandemia proviene de la expresión griega pandêmon nosêma, que se traduce como “enfermedad del pueblo entero”. Partiendo de ello, para López-Goñi (2020), el término pandemia no es sinónimo de muerte, no hace referencia a la letalidad de un virus sino a su transmisibilidad y extensión geográfica. En síntesis, lo que menciona López-Goñi, es enfermedad repentina debido a una infección.

1.2.8. Coronavirus

Los coronavirus son una familia de virus que normalmente afectan solo a los animales. Algunos de ellos también tienen la capacidad de transmitirse de los animales a las personas lo que causa problemas respiratorios que mayoritariamente producen sintomatología leve. Antes de que el SARS-CoV-2 provocara la actual pandemia de Covid-19 otros dos coronavirus ya habían saltado de los animales a los humanos dejando constancia de su peligro (Pacora Camargo, 2020).

Es importante mencionar que, a pesar de que aún es desconocido el origen del coronavirus, el cual debe su nombre a su aspecto; se trata de un virus altamente contagioso que se puede encontrar especialmente en animales, pero también en las personas. La mayoría de los coronavirus producen síntomas leves, por lo que no son

altamente peligrosos, sin embargo, en los últimos tiempos han surgido importantes brotes epidémicos de nuevos coronavirus como es el caso del Covid-19.

1.2.9. Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)

El autor Domínguez de la Rosa (2021), establece que las TIC se caracterizan por prestar una gran cantidad de servicios e información de manera inmediata y simultánea, además, citando a UNESCO (1982), menciona que “son definidas como el conjunto de disciplinas científicas, tecnológicas, de ingeniería y de técnicas de gestión utilizadas en el manejo y procedimiento de la información, sus aplicaciones, los computadores y su interacción con hombres y máquinas; los contenidos asociados de carácter social, económico y cultural”.

Si bien es cierto, no existe una definición exacta de lo que son las TIC, a pesar de ello, este término suele ser usado para hacer referencia al cambio del modo en el que receptamos la información en la actualidad en comparación al pasado. Por esta razón Díaz (2014), desde su reflexión destaca que, con el surgimiento y evolución de las TIC, es tal la potencialidad de las nuevas tecnologías que han invalidado el proceso de formación de los estudiantes en los diferentes niveles, entregando nuevas y mejores estrategias para la enseñanza y aprendizaje de las diferentes disciplinas, provocando que sea normal ver en las aulas de clases computadoras, proyectores, pizarras digitales, entre otras.

1.2.10. Educación virtual

De acuerdo con Lovón Cueva & Cisneros Terrones (2020), la educación virtual es la más reciente modalidad de educación no presencial vinculada a la utilización de tecnologías de la información y la comunicación para la creación de enseñanza-aprendizaje. Sin embargo, en la actualidad, este tipo de modalidades de estudio ha

sido muy cuestionada, especialmente por la baja calidad de sus egresados, debido a que el trabajo de los estudiantes se basa en el auto aprendizaje y la autoevaluación, mientras que el docente solo cumple el papel de tutor y facilitador de los contenidos de aprendizaje (Díaz, 2014).

De este modo, teniendo en cuenta la opinión de Lovón Cueva & Cisneros Terrones de que la modalidad de educación virtual consiste en la utilización de las TIC como método de la enseñanza y aprendizaje; se destaca también de que en la actualidad como menciona Díaz, esta modalidad no es muy aceptada por algunos, debido a que, se logra evidenciar una baja calidad de aprendizaje en los estudiantes, por factores como pérdida del nexo de interacción entre estudiante y profesor, sin embargo, existen otros factores que en la actualidad a pesar de la constante innovación en las TIC suelen influir en estos problemas, y puede ir desde la falta de recursos tecnológicos de los estudiantes hasta la deficiencia en la señal de los proveedores de Internet en el hogar tanto de alumnos como de docentes.

1.2.11. Escuela de conducción

Como menciona López Armijos (2019), las escuelas de conducción son empresas privadas que ofrecen capacitación teórica y práctica a ciudadanos mayores de edad con el fin de que consigan calificar para el documento de conductor no profesional, permiso habilitante para conducir vehículos livianos, a dicho documento se adiciona un examen teórico y psicosenométrico que avala la aprobación de curso para que la ANT (Agencia Nacional de Tránsito) otorgue el permiso y licencia de conducción. En ese sentido, la escuela de conducción Easy Drive de la ciudad de Chone brinda servicios de capacitación para licencias no profesionales de tipo B (autos y camionetas) y A (motocicletas), recuperación de puntos de licencias y examen psicosenométrico.

2. DIAGNÓSTICO DE CAMPO

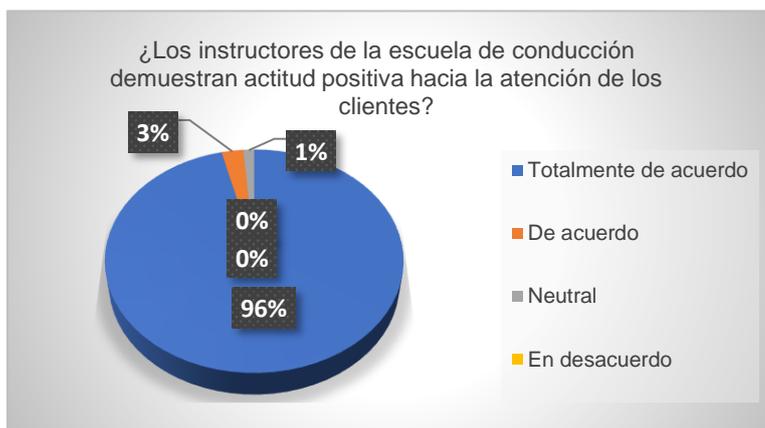
La población utilizada para el desarrollo del presente trabajo de investigación fueron los estudiantes que se inscribieron y realizaron el curso en el periodo de mayo de 2021 a mayo del 2022 en la escuela de conducción Easy Drive de la ciudad de Chone, esto es en época de pandemia (Covid-19) ya que fueron los usuarios directos del servicio que ofrece dicha escuela y pueden dar a conocer el nivel de satisfacción que percibieron respecto a la calidad del servicio recibido en dicho periodo.

La población estuvo compuesta por un total de 1617 estudiantes inscritos desde el periodo de mayo del 2021 a mayo del 2022. Con el fin de realizar una investigación eficaz y confiable se optó por utilizar la encuesta como técnica de recolección de datos a una muestra de 311 estudiantes de la escuela de conducción Easy Drive. La encuesta aplicada conto con un total de 16 preguntas evaluadas con el método de medición de escala de Likert. A continuación, se presentan las tablas y gráficos correspondientes a la información recolectada en las encuestas realizadas durante la investigación.

Tabla 1. *Actitud de los instructores hacia la atención de los clientes*

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	299	96%
De acuerdo	8	3%
Neutral	4	1%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	311	100%

Nota. Resultados de la percepción de los usuarios sobre la actitud positiva de los instructores hacia la atención de los clientes.

Figura 1. Pregunta 1

Nota. Representación de respuestas obtenidas en porcentaje.

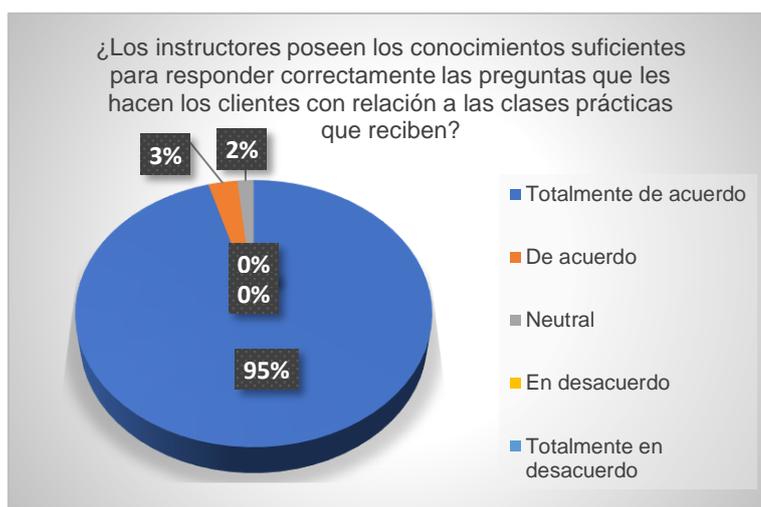
Considerando los resultados presentados en la tabla, se infiere que del total de personas encuestadas el 96% de los usuarios están totalmente de acuerdo en que los instructores de la escuela de conducción demuestran actitud positiva hacia la atención de los clientes, el 3% de encuestados respondieron que están de acuerdo con esta afirmación, mientras que únicamente el 1% respondieron que tienen una percepción neutral acerca de la actitud de los instructores hacia la atención de los usuarios.

Tabla 2. Conocimientos de los instructores para responder las preguntas de los clientes con relación a las clases prácticas.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	297	95%
De acuerdo	9	3%
Neutral	5	2%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	311	100%

Nota. Resultados de la percepción de los usuarios sobre el conocimiento que poseen los instructores para responder correctamente las preguntas de los clientes con relación a las clases prácticas.

Figura 2. Pregunta 2



Nota. Representación de respuestas obtenidas en porcentaje.

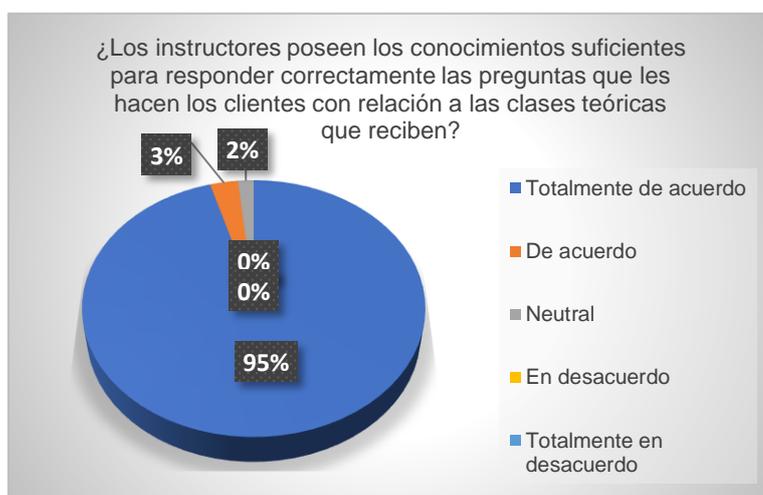
En la investigación realizada, se determinó que el mayor porcentaje de encuestados representado por el 95%, está totalmente de acuerdo con la apreciación de que los instructores poseen los conocimientos suficientes para responder correctamente las preguntas que les hacen los clientes con relación a las clases prácticas que reciben, seguido del 3% que está de acuerdo y el 2% tiene una percepción neutral acerca de los conocimientos de los instructores para responder preguntas en las clases prácticas.

Tabla 3. Conocimientos de los instructores para responder las preguntas de los clientes con relación a las clases teóricas.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	297	95%
De acuerdo	9	3%
Neutral	5	2%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	311	100%

Nota. Resultados de la percepción de los usuarios sobre el conocimiento que poseen los instructores para responder correctamente las preguntas de los clientes con relación a las clases teóricas.

Figura 3. Pregunta 3



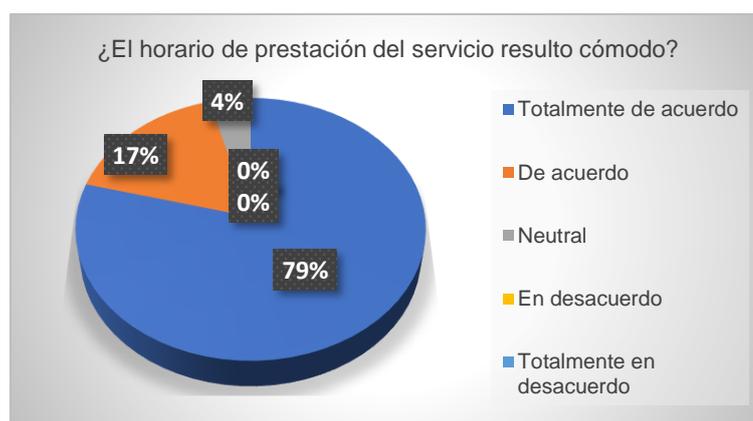
Nota. Representación de respuestas obtenidas en porcentaje.

Con base en los resultados reflejados en la figura 3, se evidencia que el 95% de usuarios está totalmente de acuerdo en decir que los instructores poseen los conocimientos suficientes para responder correctamente las preguntas que se les hacen en las clases teóricas que reciben, 3% está de acuerdo y el 2% tiene una posición neutral acerca de los conocimientos que poseen los instructores para responder preguntas en las clases teóricas.

Tabla 4. Horario de la prestación del servicio.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	246	79%
De acuerdo	52	17%
Neutral	13	4%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	311	100%

Nota. Resultados de la percepción de los usuarios sobre si los horarios de prestación del servicio resultaron cómodos.

Figura 4. Pregunta 4

Nota. Representación de respuestas obtenidas en porcentaje.

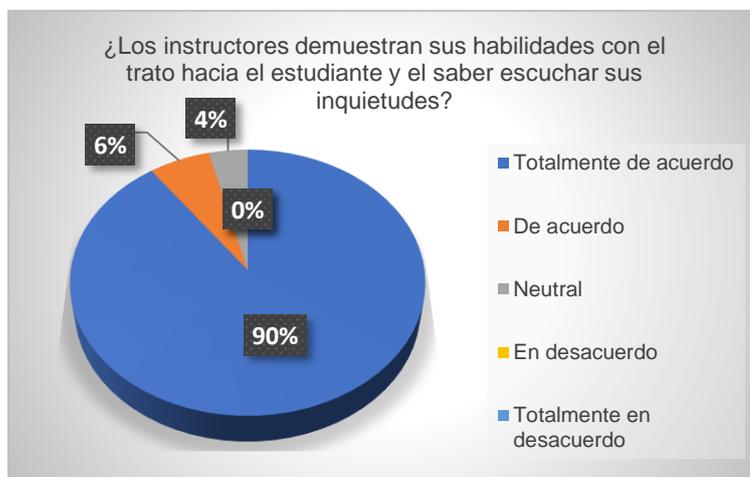
Considerando la figura 4, que corresponde a determinar si el horario de prestación del servicio resulto cómodo para los usuarios, una mayoría representada por el 79% de encuestados respondió que está totalmente de acuerdo, el 17% está de acuerdo, mientras que 4% es neutral hacia el horario de la prestación del servicio.

Tabla 5. *Habilidades de los instructores con el trato hacia el estudiante y la escucha de inquietudes.*

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	280	90%
De acuerdo	19	6%
Neutral	12	4%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	311	100%

Nota. Resultados de la percepción de los usuarios sobre si los instructores demuestran sus habilidades con el trato hacia los estudiantes y el escuchar sus inquietudes.

Figura 5. *Pregunta 5*



Nota. Representación de respuestas obtenidas en porcentaje.

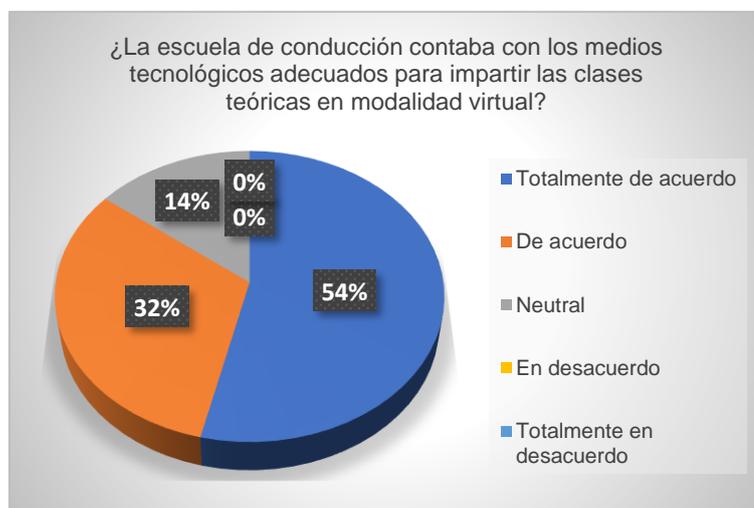
En base con los resultados reflejados en la tabla y figura 5, se establece que el 90% de los usuarios de la escuela de conducción está totalmente de acuerdo en afirmar que los instructores demuestran sus habilidades con el trato hacia el estudiante y el saber escuchar sus inquietudes, el 6% está de acuerdo y únicamente un 4% mantiene un criterio neutral respecto a ello.

Tabla 6. Medios tecnológicos adecuados para impartir las clases teóricas en modalidad virtual por parte de la escuela de conducción.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	167	54%
De acuerdo	99	32%
Neutral	45	14%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	311	100%

Nota. Resultados de la percepción de los usuarios acerca de si la escuela contaba con los medios tecnológicos adecuados para impartir clases teóricas en modalidad virtual.

Figura 6. Pregunta 6



Nota. Representación de respuestas obtenidas en porcentaje.

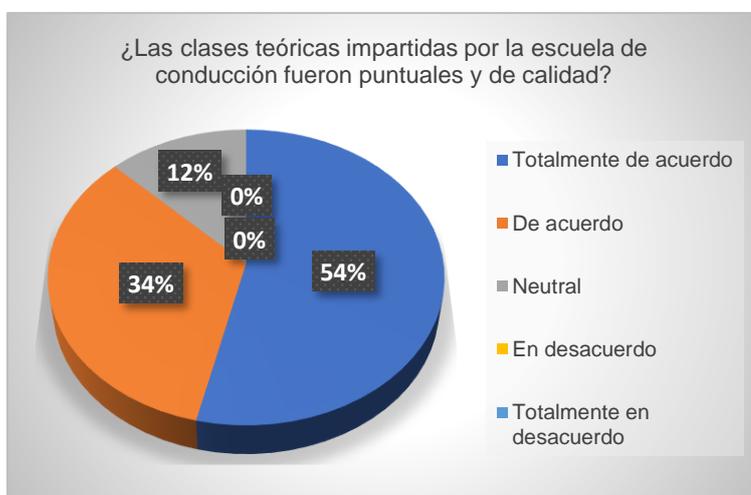
En cuanto a las respuestas sobre los medios tecnológicos utilizados por la escuela de conducción para impartir las clases en modalidad virtual se alcanzó resultados más dispersos, obteniendo un 54% de usuarios que tienen una percepción totalmente de acuerdo en considerar que la escuela contaba con los medios tecnológicos adecuados para impartir las clases virtuales en modalidad virtual.

Tabla 7. Puntualidad y calidad de las clases teóricas impartidas en la escuela de conducción.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	167	54%
De acuerdo	105	34%
Neutral	39	13%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	311	100%

Nota. Resultados de la percepción de los usuarios sobre si las clases teóricas recibidas fueron puntuales y de calidad.

Figura 7. Pregunta 7



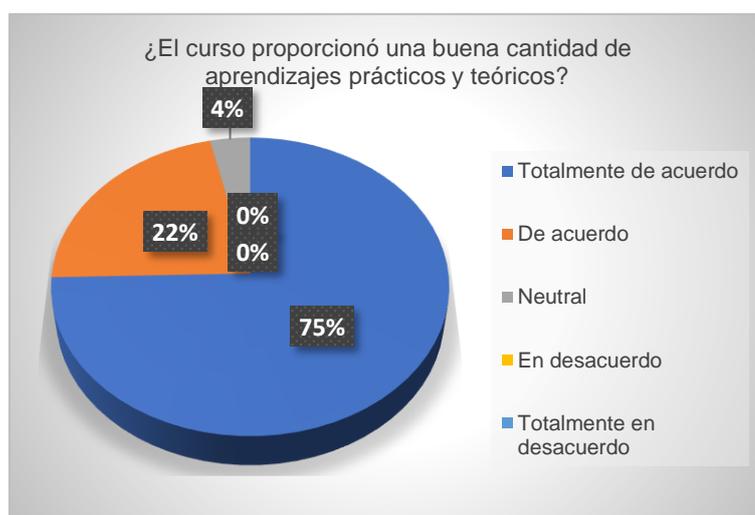
Nota. Representación de respuestas obtenidas en porcentaje.

Respecto a puntualidad y calidad de las clases teóricas impartidas por la escuela de conducción, se determinó que el 54% de usuarios tuvieron una percepción totalmente de acuerdo con esta afirmación, mientras que el 34% respondió que está de acuerdo y el 12% tuvo una percepción neutral.

Tabla 8. Cantidad de aprendizajes prácticos y teóricos.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	232	75%
De acuerdo	68	22%
Neutral	11	4%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	311	100%

Nota. Resultados de la percepción de los usuarios sobre si el curso de conducción proporciona una buena cantidad de aprendizajes prácticos y teóricos.

Figura 8. Pregunta 8

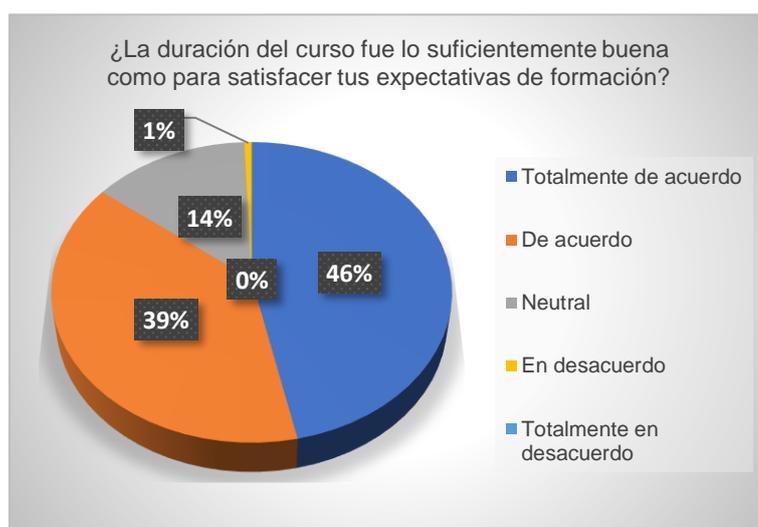
Nota. Representación de respuestas obtenidas en porcentaje.

De acuerdo con la investigación, el 75% de los usuarios que representan a una mayoría respondieron que están totalmente de acuerdo en afirmar que la escuela de conducción les proporcionó una buena cantidad de aprendizajes prácticos y teóricos, el 22% están de acuerdo con esta aseveración y el 4% les parece neutral la cantidad de aprendizajes brindados por la escuela en las clases virtuales y prácticas.

Tabla 9. Duración del curso.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	145	47%
De acuerdo	121	39%
Neutral	43	14%
En desacuerdo	2	1%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	311	100%

Nota. Resultados de la percepción de los usuarios sobre si la duración del curso fue suficientemente buena para satisfacer las expectativas de formación.

Figura 9. Pregunta 9

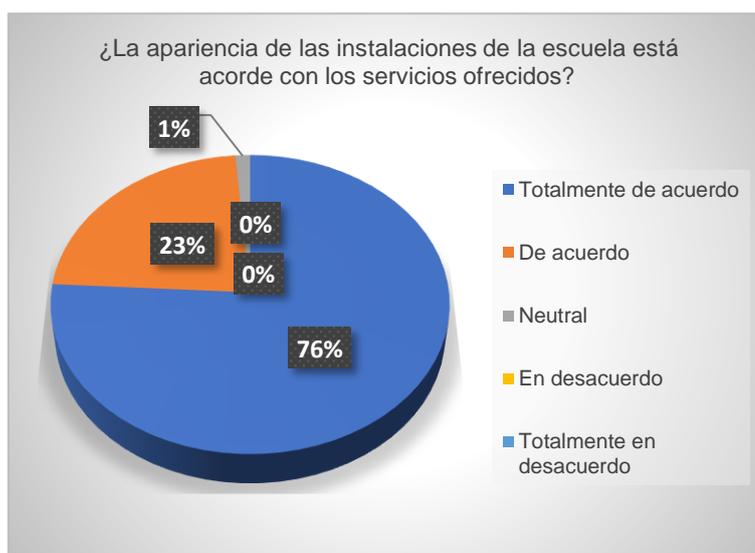
Nota. Representación de respuestas obtenidas en porcentaje.

Con respecto a la duración del curso, el 46% de usuarios encuestados están totalmente de acuerdo en que la duración del curso de conducción fue lo suficientemente buena como para satisfacer sus expectativas de formación, seguida por un 39% que está de acuerdo con esta afirmación, un 14% mantiene una posición neutral con respecto a este indicador, y únicamente un 1% que respondió que está en desacuerdo con que la duración del curso haya sido suficiente para satisfacer sus necesidades de formación.

Tabla 10. *Apariencia de las instalaciones de la escuela de conducción.*

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	236	76%
De acuerdo	71	23%
Neutral	4	1%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	311	100%

Nota. Resultados de la percepción de los usuarios sobre si la apariencia de las instalaciones está acorde con los servicios ofrecidos por la escuela.

Figura 10. *Pregunta 10*

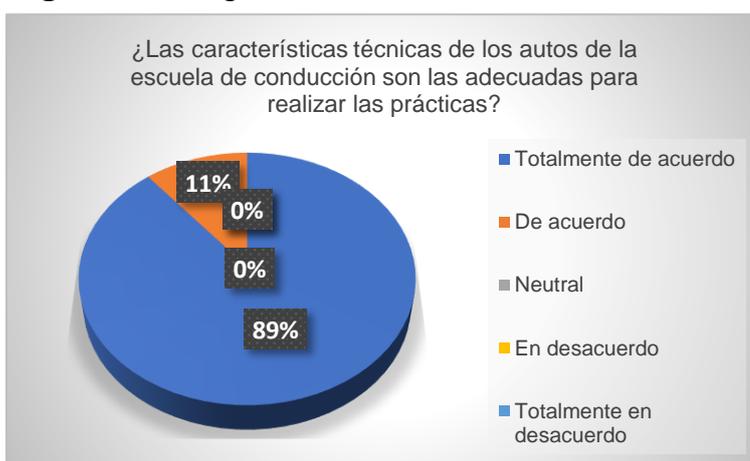
Nota. Representación de respuestas obtenidas en porcentaje.

En la investigación se determinó que el 76% de los usuarios encuestados está totalmente de acuerdo con que la apariencia de las instalaciones de la escuela de conducción está acorde con los servicios ofrecidos por la misma, el 23% está de acuerdo y únicamente el 1% tiene una percepción neutral acerca de este indicador.

Tabla 11. Características técnicas de los autos de la escuela de conducción.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	277	89%
De acuerdo	34	11%
Neutral	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	311	100%

Nota. Resultados de la percepción de los usuarios sobre si los autos de la escuela de conducción tienen características adecuadas para realizar las prácticas.

Figura 11. Pregunta 11

Nota. Representación de respuestas obtenidas en porcentaje.

En la figura 11 se reflejan los resultados obtenidos en la investigación acerca de las características técnicas de los autos de la escuela de conducción, en donde el 89% está totalmente de acuerdo con que las características técnicas de los autos son las adecuadas para realizar las prácticas y el 11% está de acuerdo con esta percepción.

Tabla 12. Estado de conservación de los autos de la escuela de conducción.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	296	95%
De acuerdo	15	5%
Neutral	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	311	100%

Nota. Resultados de la percepción de los usuarios sobre si el estado de conservación de los autos de la escuela de conducción son las adecuadas para realizar las prácticas.

Figura 12. Pregunta 12

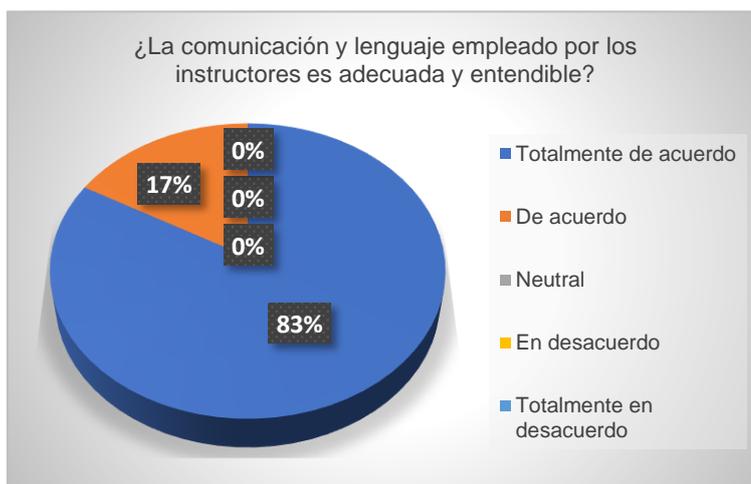
Nota. Representación de respuestas obtenidas en porcentaje.

Según los datos de la tabla 12 y figurados en el gráfico 12, se demuestra que la mayoría de los usuarios investigados representado por el 95% han contestado que están totalmente de acuerdo en la percepción de que el estado de conservación de los autos de la escuela de conducción son las adecuadas para realizar las prácticas y un 5% están de acuerdo con esta afirmación.

Tabla 13. Comunicación y lenguaje empleado por los instructores.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	259	83%
De acuerdo	52	17%
Neutral	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	311	100%

Nota. Resultados de la percepción de los usuarios sobre si la comunicación y lenguaje de los instructores es adecuada y entendible.

Figura 13. Pregunta 13

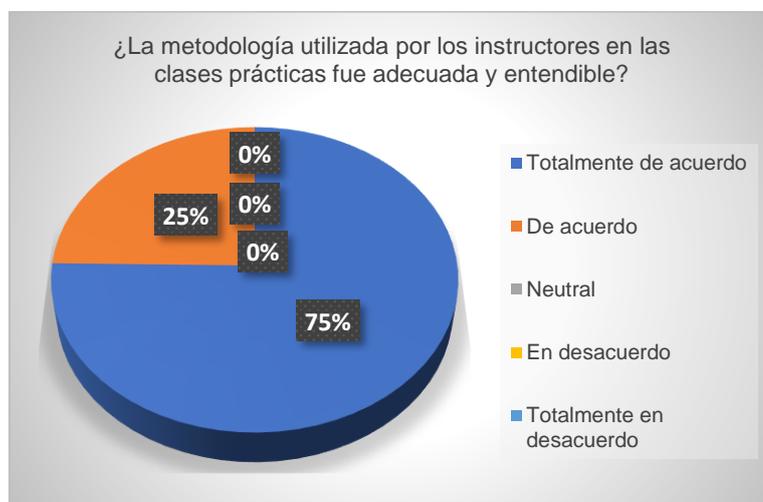
Nota. Representación de respuestas obtenidas en porcentaje.

En la figura 13 se demuestra que los usuarios encuestados han respondido únicamente de manera positiva en este indicador, donde está evidenciado que 83% de clientes está totalmente de acuerdo en que la comunicación y lenguaje empleado por los instructores es adecuada y entendible y el 17% de usuarios está de acuerdo.

Tabla 14. Metodología utilizada por los instructores en las clases prácticas.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	234	75%
De acuerdo	77	25%
Neutral	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	311	100%

Nota. Resultados de la percepción de los usuarios sobre si la metodología utilizada en las clases prácticas por parte de los instructores fue adecuada y entendible.

Figura 14. Pregunta 14

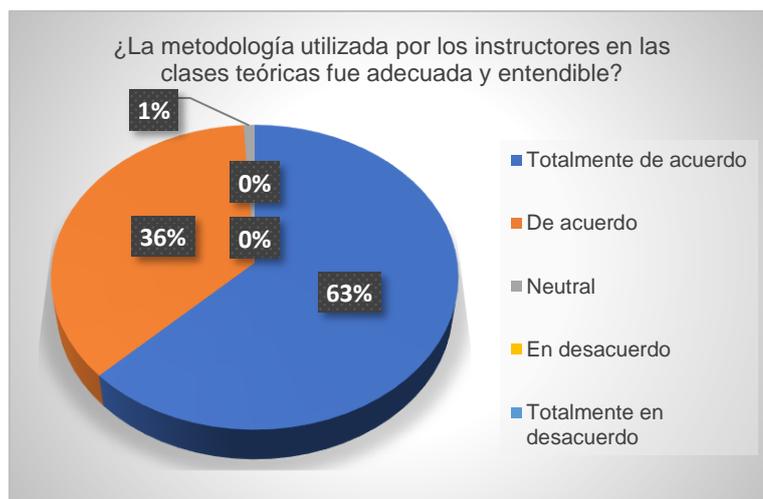
Nota. Representación de respuestas obtenidas en porcentaje.

Tomando en cuenta la figura 14, podemos evidenciar que el porcentaje más elevado de usuarios encuestados representado por el 75% opina que está totalmente de acuerdo en que la metodología utilizada por los instructores en las clases prácticas fue adecuada y entendible, mientras que el 25% respondió que está de acuerdo.

Tabla 15. Metodología utilizada por los instructores en las clases teóricas.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	195	63%
De acuerdo	113	36%
Neutral	3	1%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	311	100%

Nota. Resultados de la percepción de los usuarios sobre si la metodología utilizada en las clases teóricas por parte de los instructores fue adecuada y entendible.

Figura 15. Pregunta 15

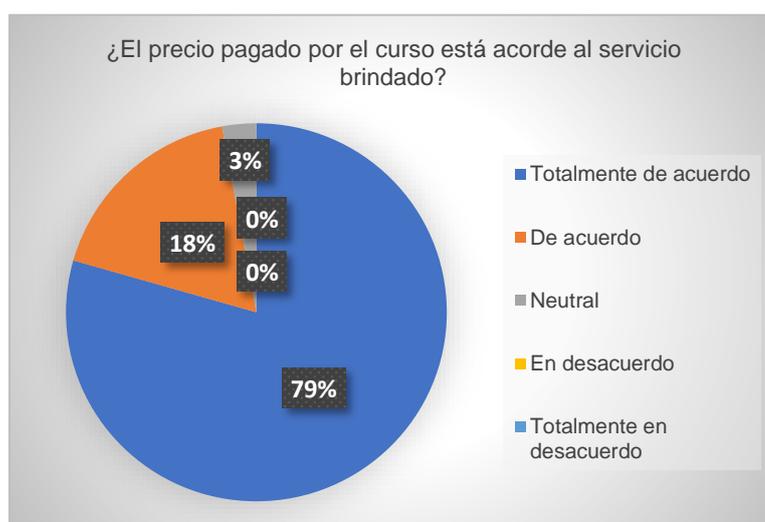
Nota. Representación de respuestas obtenidas en porcentaje.

Del total de encuestados, un 63% de usuarios está totalmente de acuerdo con afirmar que la metodología utilizada por los instructores en las clases teóricas fue adecuada y entendible, un 36% está de acuerdo y un 1% representado por 3 clientes tuvo una percepción neutral al respecto.

Tabla 16. Precio pagado por el curso.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	247	79%
De acuerdo	55	18%
Neutral	9	3%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	311	100%

Nota. Resultados de la percepción de los usuarios sobre si el precio pagado por el curso estuvo acorde con el servicio brindado.

Figura 16. Pregunta 16

Nota. Representación de respuestas obtenidas en porcentaje.

Con respecto al precio del curso de conducción, existieron 3 percepciones distintas hacia este indicador, la mayoría en encuestados representada por un 79% de usuarios está totalmente de acuerdo en que el precio pagado por el curso está acorde al servicio brindado, un 18% está de acuerdo, y un 3% de usuarios le parece neutral esta aseveración.

3. DISEÑO DE LA PROPUESTA

3.1. Acciones de mejora para potencializar la calidad de servicio de la escuela de conducción Easy Drive de la ciudad de Chone.

Una empresa siempre debe ser dinámica manteniéndose en constante evolución en el tiempo en congruencia con el medio y el entorno en el que se desenvuelven, para ello deben apostar por la innovación empresarial si quieren ser competitivos en el mercado. Adicionalmente a lo mencionado, se suma el hecho de que la pandemia está presente en el entorno, aunque en Ecuador en virtud de las medidas adoptadas gubernamentalmente como lo es el plan de vacunación, las medidas de bioseguridad se han flexibilizado teniendo como resultado que la economía del país se haya reactivado, y de la misma manera, que el entorno social y de las empresas vuelva a su realidad de cómo era antes del Covid-19.

Considerando que la Escuela de Conducción Easy Drive inicio sus operaciones durante la época de pandemia y pese a ello ha tenido resultados favorables en la satisfacción al cliente en gran porcentaje por su calidad de servicio lo que la ubica como una empresa competitiva, de acuerdo con la investigación realizada se evidencia que existen ciertos factores que pueden mejorar para ayudar a mantener y optimizar la competitividad de esta, los cuales detallamos a continuación.

Medios tecnológicos. Se sugiere que la empresa amplie su cobertura de internet mejorando la red, para lo cual se deberá realizar una selección prolija del proveedor más adecuado que brinde dicho servicio o ampliar el plan de megas que proporciona el proveedor de servicio de internet actual. Esta mejora podrá realizarse a corto o mediano plazo considerando el presupuesto de la empresa, consecuentemente al realizarse la mejora tecnológica tendremos como resultado

mejor conectividad y con ello que la puntualidad del inicio de las clases teóricas virtuales sea óptimo y que las mismas se puedan impartir con mejor calidad.

Cantidad de aprendizajes prácticos y teóricos fueron suficientes. Si bien es cierto, el porcentaje de calidad de aprendizaje prácticos y teórico a nivel del grado de satisfacción es considerablemente aceptable, considero que partiendo del principio de la calidad de servicio, se debe buscar profundizar más en los temas relacionados a las clases teóricas y prácticas de tal forma que la escuela de conducción brinde confianza a sus clientes y a su vez que estos se sientan satisfechos, para lo cual se propone capacitar y evaluar bajo una planificación interna de la empresa a los instructores para que de esta manera brinden clases teóricas y prácticas a completa satisfacción de los clientes.

Duración del curso. Considerando el tipo de servicio que brinda la empresa investigada a lo que se une el hecho que conducir lleva implícito la responsabilidad de conocer y aplicar las normas de tránsito, y considerando las respuestas a la encuesta aplicada, la escuela de conducción debería considerar que la duración del curso sea un tiempo prudencial para que los estudiantes adquieran y afiancen los conocimientos respectivos, para lo cual se deberá realizar los estudios financieros correspondientes que determinen la viabilidad de la ampliación del plazo de duración del curso, dejándose constancia que dicha mejora a su vez podría incrementar el número de clientes.

Apariencia de las instalaciones. A pesar de que para un alto porcentaje de usuarios la apariencia de las instalaciones está acorde con los servicios ofrecidos, se sugiere que la empresa trabaje en mejorar sus instalaciones oportunamente y de ser posible considere aumentar el espacio de su infraestructura, esto, fundamentándonos

en que se ha evidenciado que la escuela de conducción ha tenido buena acogida de parte de los usuarios y ellos se sentirán más atraídos hacia una empresa con instalaciones más cómodas, organizadas, elegantes y agradables, sabiendo que, las empresas con instalaciones bien distribuidas contribuye a un mayor rendimiento y productividad para estas.

Metodología utilizada en clases teóricas. Se propone que la escuela de conducción evalúe periódicamente si la metodología utilizada por los instructores en las clases teóricas en modalidad virtual es adecuada y entendible para lograr una capacitación que satisfaga las necesidades de los estudiantes en su totalidad. Una metodología que los instructores de la empresa podrían implementar para impartir los conocimientos teóricos es el método de estudio de caso que consistiría en que una vez explicada la parte teórica se realice un análisis de un hecho o problema real o imaginario de educación vial, esto con la finalidad de interpretarlo y resolverlo, para posteriormente vincularlo a la simulación en la clase práctica donde se colocaría al alumno en la situación que podría aparecer en la circulación real.

4. CONCLUSIONES

La calidad del servicio influye de manera directa en la satisfacción de los usuarios, debido a que es un indicador clave que genera ventaja competitiva a las organizaciones y que consiste en dar valor agregado al servicio que ofrece la empresa con la finalidad de lograr satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.

En el presente trabajo se estudió la percepción de los usuarios con respecto a cómo ha influido la calidad del servicio de la escuela de conducción Easy Drive en la satisfacción de sus usuarios en época de pandemia, para de esta manera determinar la necesidad de realizar una propuesta en los procesos de dicha escuela que permitan cumplir las expectativas del usuario. A través de la investigación realizada se determinó que existe un nivel de satisfacción elevado para cada uno de los indicadores evaluados por los usuarios de la escuela de conducción pese a existir una pandemia que pudiera limitar de cierta manera que se lograra ofrecer un servicio de calidad, no obstante, de los resultados obtenidos podemos establecer que existen indicadores que permiten realizar una propuesta orientada a mejoras en la escuela de conducción.

Las dimensiones e indicadores en los que los usuarios se encuentran mayormente satisfechos con un resultado mayor al 90% son en cuanto al personal capacitado y su empatía para demostrar una actitud positiva hacia la atención al cliente y poseer los conocimientos suficientes para responder acertadamente a las preguntas que se les realizan en las clases prácticas y teóricas, las habilidades por parte de los instructores con el trato hacia los estudiantes y las evidencias físicas en donde consideran que el estado de conservación y las características técnicas de los autos de conducción son las adecuadas para realizar las prácticas.

Los indicadores que proyectan un porcentaje de respuesta un tanto más bajo para satisfacción total de los usuarios en relación con el resto, son referentes a los medios tecnológicos con los que contaba la escuela para impartir las clases teóricas en modalidad virtual y por tanto la calidad y puntualidad de estas, sugiriendo que debe haber existido alguna anomalía con los medios tecnológicos empleados como por ejemplo, la conexión de red de internet del instructor al momento de impartir sus clases o los medios digitales empleados no fueron suficientes para lograr una clase totalmente de calidad, provocando que exista un porcentaje de percepción de usuarios más dispersos para tener una posición neutral en este indicador. Otro factor importante para considerar para la satisfacción de los clientes fue en cuanto a la duración del curso, donde existió la particularidad de que un 1% de los usuarios está en desacuerdo con que la duración del curso fue lo suficientemente buena para satisfacer las expectativas de formación y otra minoría, pero considerable porcentaje de usuarios han tenido una percepción neutral al respecto, aludiendo que según su perspectiva el tiempo de formación en el curso de conducción no fue suficiente para alcanzar sus expectativas totalmente.

En cuanto al resto de dimensiones e indicadores se obtuvo un porcentaje de respuesta bastante aceptable, lo que lleva a concluir que la escuela de conducción Easy Drive a pesar de haberse constituido e iniciado sus servicios en el contexto de la pandemia, ha sabido cómo llegar a sus clientes a través de su personal debidamente capacitado para ofrecer un servicio de calidad en cuanto a la formación práctica y teórica de los usuarios. Sin embargo, como se ha mencionado con anterioridad existen factores que se pueden mejorar con la finalidad de poder potencializar esa competitividad ya existente y seguir optimizando la calidad de sus servicios conforme evoluciona el entorno.

5. RECOMENDACIONES

Analizados los resultados de la investigación y establecidas las conclusiones, se recomienda que la escuela de conducción Easy Drive de la ciudad de Chone considere llevar a cabo las acciones de mejora planteadas en el diseño de propuesta cuya finalidad es potencializar la calidad del servicio de la empresa para alcanzar una completa satisfacción en los usuarios. Además, la empresa debería evaluar y capacitar periódicamente a sus instructores con el objetivo de mantenerlos actualizados en conocimientos prácticos y teóricos, así como en las metodologías de enseñanza que podrían aplicar hacia sus alumnos.

Una vez que la escuela de conducción ejecute las acciones de mejora propuestas para optimizar la calidad de sus servicios, se recomienda también que la empresa emplee un instrumento online para evaluar la satisfacción de cliente luego de prestado el servicio, que contenga preguntas acerca de la experiencia del usuario con el servicio y su satisfacción hacia el mismo, esta herramienta servirá a la empresa para conocer cuan satisfechos estarán sus usuarios y que opinan acerca de la calidad del servicio ofrecido. También, permitirá tener una mejor coordinación y control de los procesos de capacitación de parte de la escuela de conducción, responder a las exigencias de los usuarios, determinar cuáles son los factores que más cautivan a los clientes, examinar con exactitud los puntos en los que la empresa debe mejorar y qué elementos se debe corregir para mejorar los niveles de satisfacción de los clientes.

6. REFERENCIAS

- Alpizar, A., & Hernández, L. (2015). *Estudio de mercado para determinar el nivel de satisfacción del cliente en Estelaris Mueblerias, 2015*.
- Arenal Laza, C. (2017). *Gestión de la atención al cliente / consumidor*. UF0036. <https://elibro.net/es/ereader/ulead/44237>
- Bernal, D. (2014). *Importancia del cliente interno y externo en las organizaciones*. <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/6330/trabajo%20de%20grado%20101487.pdf?sequence=1#:~:text=Sin%20el%20cliente%20externo%20no,externo%20ni%20tampoco%20la%20empresa>.
- Blanco García, C. (2013). *Comunicación y atención al cliente*. Macmillan Iberia, S.A. <https://elibro.net/es/ereader/ulead/42955>
- Bravo Zuñiga, L. del C., & Radunovic Salas, X. N. (2021). *Calidad de servicio e imagen de marca en relación con la satisfacción del consumidor en Coffee Shops en el periodo de pandemia*. [Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/658997/Bravo_ZL.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Ccoñislla Caceres, M. (2022). *Calidad de servicio y satisfacción de los estudiantes de la UNAMBA en tiempos de Covid-19, periodo 2021* [Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/80050/Cco%c3%b1islla_CM-SD.pdf?sequence=8&isAllowed=y
- Cevallos Enríquez, R. P., Carreno Villavicencio, D. V., Peña Vélez, I. V., & Pinargote Montenegro, K. G. (2019). Evaluación de la calidad del servicio: Un paso más cerca a la objetividad. *Revista San Gregorio*, 28, Art. 28. <https://doi.org/10.36097/rsan.v0i28.709>
- Díaz, D. (2014). *TIC en Educación Superior: Ventajas y desventajas | Educación y Tecnología*. <http://revistas.umce.cl/index.php/edytec/article/view/180>
- Domínguez de la Rosa, L. (2021). *Las metodologías activas y el uso de las tics: Propuestas didácticas*. Dykinson.
- Equipo Vértice. (2010). *Atención al cliente*. Editorial Vértice.
- Henao Colorado, L. C. (2021). Calidad de servicio y valor percibido como antecedentes de la satisfacción de los clientes de las empresas de

- telecomunicaciones en Colombia. *Contaduría y administración*, 65(03).
<https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2020.2318>
- Henao-Kaffure, L. (2010). *El concepto de pandemia: Debate e implicaciones a propósito de la pandemia de influenza de 2009*.
- López Armijos, K. S. (2019). *Estudio de factibilidad para la creación de una «Escuela de Conducción», en la ciudad de Machala, provincia de El Oro*. [Universidad del Azuay]. <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/9414/1/15051.pdf>
- López-Goñi, I. (2020). *Virus y pandemias*. Guadalmazán.
- Lovón Cueva, M. A., & Cisneros Terrones, S. A. (2020). Repercusiones de las clases virtuales en los estudiantes universitarios en el contexto de la cuarentena por COVID-19: El caso de la PUCP. *Propósitos y Representaciones*, 8, e588-e588.
<https://doi.org/10.20511/pyr2020.v8nSPE3.588>
- Martínez, A. (2010). *Gestión de calidad*. Universidad Abierta para Adultos (UAPA).
<https://elibro.net/es/ereader/ulead/176641>
- Morocho Revollo, T. C. (2019). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa Alpecorp S.A., 2018* [Universidad Peruana Unión].
https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/1809/Thalia_Tesis_licenciatura_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ospina Limache, J. C. (2021). *Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción del cliente de la empresa Súper Break Cafeterías y Salón de Tés, periodo 2019* [Universidad Continental].
https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/10236/3/IV_FCE_318_TI_Ospina_Limache_2021.pdf
- Pacora Camargo, L. A. (2020). *COVID-19, LA PANDEMIA POR EL CORONAVIRUS: Enfrentando un enemigo invisible*. Luis Antonio Pacora Camargo.
- Pinedo Jara, E. C. (2017). *La calidad del servicio y satisfacción del estudiante dentro de la aplicación de las buenas prácticas del sistema de formación profesional en el Centro Técnico Productiva – CETPRO – Daniel Villar de Caraz, 2017*. [Universidad César Vallejo].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/12021/pinedo_je.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pola Maseda, Á. (2009). *Gestión de la calidad*. Marcombo.
<https://elibro.net/es/ereader/ulead/45847>

- Rey Martín, C. (2000). *La satisfacción del usuario: Un concepto en alza*.
<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:YcdUCKrseeUJ:https://revistas.um.es/analesdoc/article/download/2451/2441/11741+&cd=27&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec>
- Rodríguez, F., & Gómez Bravo, L. (1991). *Indicadores de calidad y productividad de la empresa*. CAF.
<https://cafscioteqa.azurewebsites.net/handle/123456789/863>
- Seminario-Unzueta, R., Quiñones-Quiñones, J., & Pillaca-Pillaca, R. (2020). CALIDAD DE SERVICIO DURANTE LA PANDEMIA COVID-19, EN USUARIOS DE LÍNEA 1 DEL METRO DE LIMA, 2020. *Revista Científica Ágora*, 7(2), Art. 2. <https://doi.org/10.21679/arc.v7i2.154>
- Solórzano Barrera, G., & Aceves López, J. N. (2013). *Importancia de la calidad de servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas*. 62, 36.
- Suárez Isaqui, L., Rodríguez Ramos, S. L., & Martínez Abreu, J. (2018). Satisfacción de los usuarios con la atención en los consultorios médicos. Colón 2015-2016. *Revista Médica Electrónica*, 40(4), 1002-1010.

7. ANEXOS

Instrumento online aplicado a los usuarios de la escuela de conducción

Easy Drive de la ciudad de Chone.

La calidad de servicio y su influencia en la satisfacción de los usuarios en época de pandemia de la escuela de conducción Easy Drive de la ciudad de Chone.

 janelita2000@gmail.com (no compartidos) [Cambiar de cuenta](#)



*Obligatorio

¿Los instructores de la escuela de conducción demuestran actitud positiva hacia la atención de los clientes? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Los instructores poseen los conocimientos suficientes para responder correctamente las preguntas que les hacen los clientes con relación a las clases prácticas que reciben? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Los instructores poseen los conocimientos suficientes para responder correctamente las preguntas que les hacen los clientes con relación a las clases teóricas que reciben? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿El horario de prestación del servicio resulto cómodo? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Los instructores demuestran sus habilidades con el trato hacia el estudiante y el saber escuchar sus inquietudes? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿La escuela de conducción contaba con los medios tecnológicos adecuados para impartir las clases teóricas en modalidad virtual? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Las clases teóricas impartidas por la escuela de conducción fueron puntuales y de calidad? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿El curso proporcionó una buena cantidad de aprendizajes prácticos y teóricos? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿La duración del curso fue lo suficientemente buena como para satisfacer tus expectativas de formación? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿La apariencia de las instalaciones de la escuela está acorde con los servicios ofrecidos? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Las características técnicas de los autos de la escuela de conducción son las adecuadas para realizar las prácticas? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿El estado de conservación de los autos de la escuela de conducción son las adecuadas para realizar las prácticas? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿La comunicación y lenguaje empleado por los instructores es adecuada y entendible? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿La metodología utilizada por los instructores en las clases prácticas fue adecuada y entendible? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿La metodología utilizada por los instructores en las clases teóricas fue adecuada y entendible? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿El precio pagado por el curso está acorde al servicio brindado? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Enviar

Borrar formulario