



Uleam

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

Gestión de calidad y su impacto en el servicio al cliente en la Cooperativa Ondina del
Pacífico.

Autor

Janeth Nicole Freire Valdéz

Extensión Sucre 1016E01 Bahía de Caráquez

Licenciatura en Administración de Empresas

Enero del 2025 – Bahía de Caráquez.

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas Extensión Sucre de 1016E01 Bahía de Caráquez de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría la estudiante FREIRE VALDÉZ JANETH NICOLE legalmente matriculado/a en la carrera de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, periodo académico 2018 (1), cumpliendo el total de 384 horas, cuyo tema del proyecto es “*Gestión de calidad y su impacto en el servicio al cliente en la Cooperativa Ondina del Pacífico*”.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

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

Bahía de Caráquez, 07 de enero de 2025.

Lo certifico,


Ing. Ricardo Chica Cepeda, MBA
Docente Tutor(a)
Área:

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

La responsabilidad de la investigación, resultados y conclusiones emitidas en este trabajo pertenecen exclusivamente a la autora.

El derecho intelectual de esta investigación corresponde a la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí Extensión Sucre 1016E01 – Bahía de Caráquez.

La Autor/a



Janeth Nicole Freire Valdéz

APROBACIÓN DEL TRABAJO

Previo al cumplimiento de los requisitos de ley, el tribunal de grado otorga la certificación de:

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CALIFICACIÓN

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CALIFICACIÓN

SECRETARIA DE LA UNIDAD ACADÉMICA

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mi Mamá (Rosario Valdéz) y a mi Papá (Rafael Delgado), por enseñarme que con esfuerzo y dedicación todo es posible, a ellos porque siempre me apoyaron y fueron mi mayor fortaleza, a mi Hija Violet Kristel por ser la inspiración de impulsarme cada día a ser una mejor mamá para ella y una mejor persona con educación para poder salir delante de la mejor manera, también me dedico este logro a mí, al poder ver que por fin pude finalizar mi carrera Universitaria y ser una Licenciada en Administración de Empresas, demostrándome a mi yo de hace 5 años atrás que no es malo tener miedo al cambio, ni tener preocupaciones hacia ti misma, porque la vida te pone en el lugares perfectos en el momento adecuado.

Este es un ejemplo de que los logros se alcanzan con perseverancia, paciencia, malas noches, angustia y sobre todo con mucha dedicación y amor.

Nicole Freire <3

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a mis padres nuevamente, porque han sido mi pilar fundamental durante todo este proceso. Su apoyo incondicional y enseñanzas han sido la base que me ha permitido superar cada desafío. Gracias por creer en mí incluso en los momentos más difíciles.

A mi hija, mi mayor motivación y fuente de inspiración, por recordarme cada día que todo esfuerzo vale la pena. Este logro es también para ti, como ejemplo de que con perseverancia y dedicación podemos alcanzar nuestras metas.

A mi pareja, por su apoyo a lo largo de este camino. Gracias por estar siempre a mi lado, brindándome ánimo y siendo mi compañero en esta etapa tan importante.

A mi tutor docente, cuya paciencia, dedicación fueron claves para la realización de este proyecto. Finalmente, agradezco a todas las personas que, de una u otra manera, contribuyeron a que este proyecto fuera posible, ya sea con palabras de aliento, su tiempo o su sabiduría.

Nicole Freire <3

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	¡Error! Marcador no definido.
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	¡Error! Marcador no definido.
APROBACIÓN DEL TRABAJO	I
DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
ÍNDICE DE CONTENIDOS	IV
ÍNDICE DE TABLAS	V
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VI
RESUMEN.....	VII
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	4
CAPÍTULO II	16
CAPÍTULO III	29
CONCLUSIONES	36
RECOMENDACIONES.....	36
BIBLIOGRAFÍA.....	37
ANEXOS.....	41

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tipos de Enfoques.....	6
Tabla 2 Calculo de Población.....	16
Tabla 3. Datos de Muestra.....	17
Tabla 4. Seleccione su Género.	19
Tabla 5. Indique su rango de edad.....	20
Tabla 6. ¿Con que frecuencia utiliza usted el servicio de Transporte Urbanos de la Cooperativa Ondina del Pacifico en la ciudad de Bahía de Caráquez?	21
Tabla 7. ¿Cómo calificaría el servicio ofrecido por los funcionarios (Colaboradores) de la Cooperativa Ondina del Pacifico?.....	22
Tabla 8. ¿Está de acuerdo usted con la ubicación actual de las paradas de buses Urbanos de la Cooperativa Ondina del Pacifico?.....	23
Tabla 9. ¿Ha notado información insuficiente en las paradas de Transporte como rutas, horarios y sitios de interés?	24
Tabla 10. ¿Qué tan importante considera usted la implementación de señaléticas en las paradas de los buses urbanos de la Cooperativa Ondina del Pacifico dentro de la ciudad de Bahía de Caráquez?	25
Tabla 11. ¿Considera usted que las señaléticas son cruciales para ayudar a los turistas a encontrar fácilmente los puntos de interés en Bahía de Caráquez?.....	26
Tabla 12. ¿Considera importante que se ubiquen señaléticas en las paradas de buses donde indiquen lugares específicos dentro de la Ciudad de Bahía de Caráquez? (Centro comerciales, hospedaje, hospitales, sitios de interés o turísticos.)	27
Tabla 13. ¿Considera usted que el valor que paga por el pasaje es justo si esto garantiza una mejor calidad del servicio que recibe?.....	28
Tabla 14. Tabla de Materiales	34
Tabla 15. Tabla de Talento Humano	34
Tabla 16. Cronograma de Actividades Semanales.	35

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Etapas de los enfoques de calidad.....	7
Figura 2. Herramientas de la Gestión de la Calidad.....	8
Figura 3. Formula Finita.....	17
Figura 4. Paradas Actuales dentro de la Ciudad de Bahía de Caráquez.....	30
Figura 5. Referencia de Marquesinas en cada parada.	31
Figura 6. Referencia de diseños de Horarios, Rutas, Sitios de Interés y QR.	32
Figura 7. Referencias de Ubicación de Códigos QR y diseño de rutas.	33
Figura 8. Mapa de la Ciudad de Bahía de Caráquez.	33
Figura 9. Pregunta 1	41
Figura 10. Pregunta 2	41
Figura 11. Pregunta 3	42
Figura 12. Pregunta 4	42
Figura 13. Pregunta 5	43
Figura 14. Pregunta 6	43
Figura 15. Pregunta 7	44
Figura 16. Pregunta 8	44
Figura 17. Pregunta 9	45
Figura 18. Pregunta 10	45

RESUMEN

El objetivo de esta investigación es analizar la gestión de calidad y su impacto en el servicio al cliente de la Cooperativa Ondina del Pacífico, identificando problemas como la falta de información clara en las paradas y deficiencias en la atención al usuario. Para abordar estas limitaciones, se propone implementar un sistema integral de señalización que combine tecnología, como códigos QR y aplicaciones móviles, con capacitaciones al personal en atención al cliente y uso de herramientas digitales. Este estudio sigue un diseño descriptivo y cuantitativo, utilizando encuestas aplicadas a 66 usuarios de transporte público. Los resultados indican una alta demanda de mejoras en la información y un fuerte respaldo a la incorporación de herramientas tecnológicas. La propuesta incluye el diseño de señaléticas modernas y accesibles, el desarrollo de aplicaciones móviles para optimizar la comunicación con los usuarios y la capacitación continua del personal para garantizar un servicio eficiente y adaptado a las necesidades de los clientes. Se espera que la implementación de estas estrategias mejore significativamente la experiencia del usuario, aumente la fidelización de los clientes y modernice la operación del transporte público en Bahía de Caráquez.

INTRODUCCIÓN

La gestión de calidad se ha convertido en un elemento esencial para la competitividad y sostenibilidad de las organizaciones en el contexto actual. En un entorno empresarial marcado por la globalización y la creciente exigencia de los consumidores, las empresas deben adaptarse y evolucionar para satisfacer las expectativas de sus clientes. La calidad no solo se refiere a la excelencia de los productos o servicios ofrecidos, sino que también abarca la experiencia completa del cliente, desde el primer contacto hasta el servicio postventa. Este enfoque integral es especialmente relevante en el sector del transporte público, donde la Cooperativa Ondina del Pacífico se encuentra en una posición clave para implementar estrategias efectivas que mejoren su servicio al cliente.

La calidad del servicio se define como la percepción del cliente sobre la experiencia recibida en comparación con sus expectativas. Según Bowen & Lawler, (2019), la gestión de calidad busca identificar y eliminar las causas de insatisfacción del cliente, lo que resulta crucial para fomentar la lealtad y el compromiso del usuario. En el caso de la Cooperativa Ondina del Pacífico, la implementación de un sistema de gestión de calidad puede transformar la manera en que los usuarios perciben el servicio, creando un ciclo positivo de retroalimentación que beneficie tanto a la cooperativa como a sus clientes.

Uno de los pilares fundamentales de la gestión de calidad es la capacitación del personal. La formación continua permite que los empleados estén equipados con las habilidades necesarias para ofrecer un servicio al cliente de alta calidad. Según Pierrend Hernández, (2020), la fiabilidad en la prestación del servicio es crucial para ganar y mantener la confianza del cliente. Esto implica que los empleados deben ser capaces de cumplir con las promesas realizadas y resolver problemas de manera eficiente, lo que se traduce en una experiencia positiva para el usuario.

La implementación de herramientas de gestión de calidad, como el ciclo PDCA (Planificar, Hacer, Verificar, Actuar), es fundamental para la mejora continua. Este ciclo permite a las organizaciones evaluar sus procesos, identificar áreas de mejora y establecer acciones correctivas que garanticen un servicio de calidad. Según Ishikawa, (1985), el uso de herramientas como diagramas de causa y efecto y análisis de Pareto ayuda a las organizaciones a comprender las causas raíz de los problemas y a establecer soluciones efectivas. Estas herramientas son esenciales para

implementar estrategias de mejora continua y gestión de calidad total, permitiendo una organización más eficiente y orientada al cliente.

En el contexto específico de la Cooperativa Ondina del Pacífico, es esencial realizar un diagnóstico inicial que permita identificar las áreas críticas en la prestación del servicio. Esto incluye la evaluación de la satisfacción del cliente, la identificación de deficiencias en la atención y la recopilación de retroalimentación que guíe la toma de decisiones. La implementación de encuestas y grupos focales puede ser una estrategia eficaz para obtener información directa de los usuarios sobre su experiencia con el servicio. Al recopilar y analizar estos datos, la cooperativa podrá identificar patrones y tendencias que informen sus estrategias de mejora.

Adicionalmente, la gestión de calidad se relaciona con la adopción de estándares internacionales, como la norma ISO 9001:2015, que establece un marco para la gestión de calidad en las organizaciones. La certificación en estas normas no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también proporciona a los clientes una garantía de que la organización está comprometida con la calidad y la mejora continua. Según Zambelli, (2024), la implementación de estas normas permite a las organizaciones establecer procesos estandarizados que facilitan la identificación de fallas y la implementación de mejoras. Esto es particularmente relevante en el sector del transporte, donde la seguridad y la confiabilidad son primordiales.

Otro aspecto importante a considerar es la influencia de la tecnología en la gestión de calidad. La digitalización y el uso de plataformas tecnológicas pueden optimizar la comunicación entre la cooperativa y sus clientes, permitiendo un acceso más rápido a la información y a los servicios. La implementación de aplicaciones móviles y sistemas de gestión de relaciones con los clientes (CRM) puede mejorar la experiencia del usuario al facilitar la gestión de quejas y sugerencias. La tecnología no solo permite una mejor atención al cliente, sino que también puede ser utilizada para capacitar al personal y mejorar la eficiencia operativa.

La satisfacción del cliente es un indicador crucial del éxito en el sector del transporte público. Esta satisfacción no solo refleja la calidad del servicio ofrecido, sino que también influye directamente en la elección modal de los usuarios y en la sostenibilidad a largo plazo del sistema de transporte público. Según Zhen et al., (2018), factores como la puntualidad, la comodidad de los asientos y la actitud del personal de servicio son determinantes en la satisfacción del cliente.

En este sentido, la Cooperativa Ondina del Pacífico debe prestar especial atención a estos aspectos, asegurándose de que sus operaciones estén alineadas con las expectativas de los usuarios.

La implementación de un sistema de gestión de calidad en la Cooperativa Ondina del Pacífico no solo busca mejorar la calidad del servicio, sino que también tiene como objetivo fomentar una cultura organizacional centrada en el cliente. Esto implica que todos los miembros de la organización, desde la alta dirección hasta el personal operativo, deben estar comprometidos con la mejora continua y la satisfacción del cliente. La creación de equipos multidisciplinarios que trabajen en proyectos de mejora puede ser una estrategia efectiva para fomentar este compromiso.

Además, es fundamental que la cooperativa establezca mecanismos de retroalimentación que permitan a los usuarios expresar sus opiniones y sugerencias. La implementación de encuestas de satisfacción, buzones de sugerencias y plataformas digitales para la gestión de quejas son algunas de las herramientas que pueden facilitar esta comunicación. Al escuchar a sus clientes, la Cooperativa Ondina del Pacífico podrá adaptar sus servicios y procesos para satisfacer mejor las necesidades de los usuarios.

La implementación de herramientas de gestión, la adopción de estándares internacionales y el uso de tecnología, la cooperativa puede mejorar significativamente la calidad de su servicio.

CAPÍTULO I

1. Marco Teórico

1.1. Variable Independiente

1.1.1. Gestión de la Calidad

Según Briceño, (2021) “la calidad es una de las principales capacidades que buscan ser satisfechos por ser reconocidos como parámetros necesarios para el cumplimiento de todos los requisitos de calidad”. Cuando hablamos de la palabra calidad, hay varios términos relacionados importantes, uno de ellos es la gestión de la calidad, un proceso necesario para prevenir errores en el área de creación de diferentes tipos de productos.

Según el autor Toro, (2024) “la gestión de la calidad es un conjunto de acciones y herramientas que tienen como objetivo evitar posibles errores o desviaciones en el proceso de producción y en los productos o servicios obtenidos a través de él”.

Según Zambelli, (2024) “la gestión de la calidad es uno de los conceptos más relevantes en un negocio”. Esto es porque asegura que los productos o servicios se inspeccionen correctamente, con el fin de lograr la mejor calidad posible y así complacer a los clientes.

Las organizaciones, en respuestas a las nuevas demandas de los clientes, deben minimizar errores y deficiencias en sus procesos, productos y servicios para cumplir con las expectativas de los consumidores. La gestión de la calidad facilita el uso de herramientas y actividades que permiten un control integral de las operaciones. Esto es fundamental, ya que el 90% de los errores se generan por procesos mal diseñados o estructurados. Por lo tanto, al identificar estas fallas, es necesario implementar estrategias para evitar que los errores se repitan, lo que contribuye a que la organización avance constantemente hacia la excelencia mediante la mejora continua ISO 9001:2015, (2020)

La gestión de la calidad se lleva a cabo mediante un sistema, es decir, mediante un conjunto de elementos mutuamente relacionados o que actúan entre sí. En el caso de la gestión de calidad, se refiere al sistema de gestión de calidad o sistema de calidad. La empresa debe proporcionar los recursos necesarios para que la política de calidad sea efectiva y documentar el sistema para no perder el esfuerzo realizado.

Martín & Paco, (2022) afirma que la gestión de la calidad implica identificar las necesidades y expectativas del cliente, junto con una planificación estratégica enfocada en optimizar los

recursos disponibles. Estos aspectos resultan cruciales para alinear los procesos de la organización con los objetivos empresariales y promover la mejora continua en la calidad del servicio.

EHernandez et al., (2018) menciona que “La gestión de calidad, se ha convertido en condición necesaria para el éxito competitivo de una organización, avanzando a nivel mundial en su evolución e implementación” (p, 634)

Su argumento subraya la necesidad de que las organizaciones adopten enfoques de calidad no solo para mantenerse en el mercado, sino para garantizar un crecimiento sostenible y una mayor competitividad.

En este sentido, reflexionar y debatir a partir de los diferentes fundamentos teóricos y enfoques, sobre la gestión de calidad y las herramientas que la respaldan se constituyen en objetivo central de esta investigación.

1.1.2. Enfoques de la gestión de la calidad.

Betancourt, (2022) señala que “los enfoques de calidad han sido desarrollados conforme han pasado las diferentes versiones de las normativas. Por lo cual, conforme a las tendencias de la gestión empresarial a nivel mundial, se desarrollan nuevos enfoques que se incorporan como parte fundamental de la gestión de la calidad”.

Esto pone de manifiesto que la gestión de la calidad es más que un conjunto de procedimientos... es un sistema adaptable y estratégico que impulsa la innovación, la competitividad y la sostenibilidad en las organizaciones modernas.

Algunos de los enfoques más comunes son:

Tabla 1

Tipos de Enfoques

Enfoque basado en normas:

Se basa en cumplir con las normas y estándares establecidos por organizaciones internacionales como ISO, donde su objetivo es garantizar que los productos y servicios cumplan los requisitos y de excelente calidad.

Enfoque basado en procesos:

Este se centra en mejorar los procesos internos de la organización para lograr una mayor eficiencia y eficacia.

Enfoque basado en la satisfacción del cliente:

Este se centra en la satisfacción del cliente como el objetivo principal de la gestión de la calidad donde este busca la satisfacción del cliente en la producción de sus productos y servicios.

Enfoque basado en la excelencia:

Este busca la excelencia en todos los aspectos de una organización, donde trata la calidad de los productos hasta la gestión de los recursos humanos, para lograr la excelencia en la organización.

***Fuente:** Martín & Paco, (2022)*

***Nota:** Diferentes tipos de enfoque basados en las tendencias de la gestión empresarial.*

La aplicación de los enfoques de calidad en un sistema de calidad (SGC) demanda un compromiso organizacional integral según Caita O, (2023), este proceso involucra una serie de etapas secuenciales:

Figura 1.

Etapas de los enfoques de calidad



Fuente: Nicole Freire (2024)

Nota: 12 Etapas de los enfoques de la calidad.

Betancourt, (2022) enfatiza como los nuevos enfoques de calidad se convierten en pilares fundamentales de la gestión organizacional. Esto significa que las normas actuales no solo son herramientas operativas, sino también estrategias, integrándose en la planificación y evaluación de los objetivos corporativos.

1.1.3. Herramientas de la gestión de la calidad

Para ofrecer a los clientes productos y servicios de calidad, el equipo directivo utiliza herramientas de gestión de la calidad que le permite gestionar y realizar auditorías de forma eficaz para evaluar las actividades basándose en la observación y el análisis según (Sánchez et. al, 2017)

Las herramientas de gestión, como los diagramas de Ishikawa, histogramas, hojas de control y análisis de Pareto, son esenciales para comprender las causas raíz de los problemas y establecer soluciones efectivas Montgomery, (2019). Estas herramientas también permiten a las organizaciones visualizar patrones, evaluar datos y priorizar acciones correctivas.

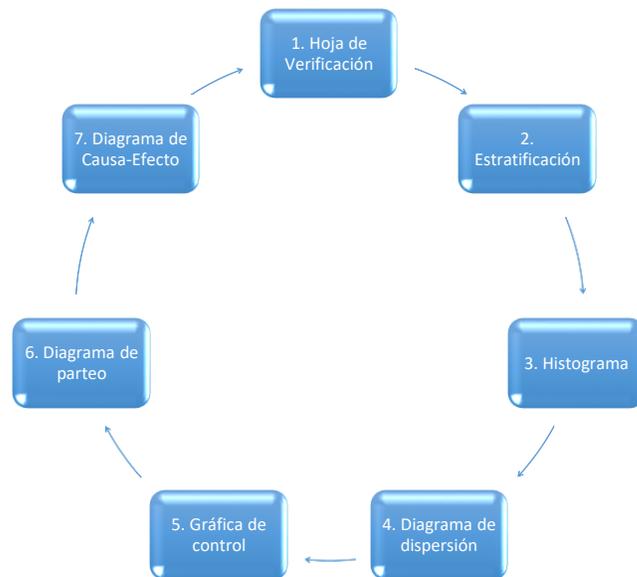
Estas herramientas permiten al equipo directivo no solo organizar de manera eficiente las actividades internas de la organización, sino también realizar auditorías sistemáticas que aseguren la mejora continua y el cumplimiento de los objetivos estratégicos.

El maestro Kaoru Ishikawa organizó diversas herramientas con el propósito de identificar errores y problemas en las organizaciones, cuyo uso dependerá exclusivamente de los objetivos planteados. Estas herramientas están diseñadas para ser aplicadas de manera práctica por todo tipo de organizaciones, independientemente de su tamaño o sector, y tienen como objetivo abordar problemas específicos en función de las metas establecidas. Ishikawa, (1985)

Estas herramientas son esenciales para implementar estrategias de mejora continua y gestión de calidad total. En la siguiente figura se muestran las 7 herramientas necesarias para la gestión de la calidad:

Figura 2.

Herramientas de la Gestión de la Calidad



Fuente: Maldonado, (2018)

Nota: Herramientas de la Gestión de la calidad.

1.1.4. Sistemas de gestión de calidad

Rodríguez, (2022) menciona que “los sistemas de gestión se han convertido en una herramienta fundamental de la gerencia organizacional efectiva, pues no solo añaden orden y estandarizan a las distintas actividades, sino que añaden control, seguimiento y mejora constante en cada nivel de la organización”.

El sistema de gestión de calidad (SGC) es crucial, ya que establece un marco que permite a las organizaciones evaluar y mejorar continuamente sus procesos. Rodríguez, (2022) sostiene que un SGC bien implementado no solo beneficia a la calidad del producto o servicio, sino que también actúa como los ambientales, de seguridad y salud en el trabajo, y seguridad de la información. Esto crea una sinergia que potencia la efectividad de la organización en su conjunto.

La mejora continua, que es un principio central de SGC, permite a las organizaciones adaptarse rápidamente a los cambios de mercado y a las expectativas de los clientes, garantizando así su competitividad y relevancia a largo plazo.

1.1.5. Mejora continua

Ortega, (2023) señala que “la mejora continua es un enfoque de gestión empresarial que centra en el proceso de mejorar constantemente los productos, servicios y procesos de una organización”. Este concepto se basa en la premisa de que ningún sistema o proceso es perfecto, y siempre existen oportunidades para optimizar, reducir costos, mejorar la calidad y aumentar la satisfacción del cliente. Además, la mejora continua también tiene en cuenta los resultados empresariales, la estrategia de negocios, las relaciones con los empleados, los proveedores, los clientes y entre otros.

Valenzuela et al., (2020) señala que “la implementación del método Kaizen en la industria no solo reduce costos, sino que también mejora la productividad y la calidad”. Este enfoque se basa en la identificación y eliminación de desperdicios en los procesos, lo que resulta en una gestión más eficiente y rentable. Además, destacan que la minimización de reprocesos contribuye significativamente a optimizar los recursos, lo que se traduce en un aumento de la satisfacción del cliente y en una mayor competitividad en el mercado.

Este enfoque implica que todos los miembros de la empresa, desde la alta dirección hasta los operativos, participen activamente en la identificación de áreas de mejora. La mejora continua

no solo se enfoca en los resultados inmediatos, sino que también considera el impacto a largo plazo en la estrategia empresarial, las relaciones con los empleados, proveedores y clientes, promoviendo así un ambiente de trabajo colaborativo y proactivo.

Calvopiña & Barba, (2021) definen que la mejora continua debe ser vista como una cultura organizacional, donde el aprendizaje y la innovación son los ejes centrales. Sostienen que para que una organización sea competitiva, la mejora continua debe ser estratégica y sistemática, integrándose en todos los niveles operativos.

Al fomentar un entorno donde se valore el aprendizaje y se incentive la innovación, las empresas pueden adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y satisfacer mejor las necesidades de sus clientes. De esta manera, la mejora continua se convierte en un pilar fundamental para el éxito sostenible de la organización, promoviendo no solo la eficiencia operativa, sino también un clima laboral positivo.

1.1.6. Gestión de calidad en el sector de transporte

La gestión de la calidad es un aspecto crucial en el sector del transporte, particularmente en el transporte público. Esta disciplina busca mejorar tanto la eficiencia operativa como la satisfacción de los usuarios.

Según un estudio realizado por Yuen et al., (2021), la implementación de sistemas de gestión de calidad sostenible en el transporte público puede generar mejoras significativas en aspectos clave del servicio. Los autores señalan que “la calidad del servicio sostenible tiene un efecto positivo significativo en el compromiso del cliente y las actividades de concreción” (p, 1). Esto sugiere que la gestión de la calidad no solo mejora el servicio en sí, sino que también fomenta una mayor participación de los usuarios en la mejora continua del sistema.

1.1.7. Satisfacción del cliente respecto al transporte público

La satisfacción del cliente es un indicador crucial del éxito en el sector del transporte público. Este aspecto no solo refleja la calidad del servicio ofrecido, sino que también influye directamente en la elección modal de los usuarios y en la sostenibilidad a largo plazo del sistema de transporte público.

Zhen et al., (2018) identificaron varios factores clave que influyen en la satisfacción del cliente en el transporte ferroviario de alta velocidad. Entre estos se encuentran “la puntualidad, la

comodidad de los asientos, el entorno de la estación, la actitud del personal de servicio y la factibilidad de compra de billetes” (p, 559). Aunque este estudio se centró en el transporte ferroviario, estos factores son aplicables en gran medida a otros modos de transporte público.

1.2.Variable Dependiente

1.2.1. Servicio al cliente

Según el autor Cardozo Luana, (2024) señala que el servicio al cliente se refiere a “la prioridad que asigna la organización al responder preguntas, resolver problemas y escuchar comentarios. Es posible mantenerse en contacto con el público y mejorar la gestión en relación con el cliente en la atención y servicio de la empresa ante cualquier situación.” El servicio al cliente consiste en dar prioridad a responder inquietudes, solucionar inconvenientes y considerar las opiniones de los usuarios. Además, implica mantener una comunicación constante con el público y optimizar la atención que la empresa brinda ante diversas circunstancias.

Goodman John (2019) enfatiza que, para brindar un servicio al cliente efectivo, es crucial alinear las actividades de atención con los objetivos estratégicos de la empresa. Además, resalta la importancia de utilizar los comentarios del cliente para evaluar y mejorar constantemente las estrategias aplicadas. Un servicio al cliente exitoso debe estar alineado con los objetivos estratégicos de la organización. Asimismo, destaca el valor de aprovechar las opiniones de los clientes para analizar y perfeccionar continuamente las estrategias implementadas.

Kearl Mary (2023) destaca que, para convertirse en un experto en experiencia del cliente, es fundamental aprender de los líderes en el campo y ampliar continuamente el conocimiento a través de la lectura y la formación. Esto permite adoptar mejores prácticas y estrategias innovadoras en la atención al cliente. La experiencia del cliente es esencial aprender de quienes lideran el campo y ampliar el conocimiento constantemente mediante la formación y la lectura. Esto ayuda a incorporar estrategias novedosas y practicas más efectivas en la atención al cliente.

Santa Cruz, López et al., (2020) definieron el servicio al cliente como “el objetivo de actividades y estrategias que una empresa implementa para satisfacer las necesidades y expectativas de su cliente, asegurando una experiencia positiva en todas las interacciones con la organización”. Este concepto engloba desde la atención personalizada hasta la resolución efectiva de problemas y es fundamental para forjar y mantener relaciones duraderas con los clientes.

1.2.2. Fiabilidad del servicio al cliente

Pierrend Hernández, (2020) define la fiabilidad como “la capacidad de prestar el servicio prometido de manera precisa y coherente”. Este es el factor crucial para ganar y mantener la confianza del cliente implica cumplir el cumplimiento de las promesas hechas.

Según Hoyos et al., (2024), la calidad del servicio al cliente se basa en gran medida en la confiabilidad en la atención, ya que esto crea confianza en los consumidores y mejora su satisfacción y lealtad hacia la organización.

La calidad del servicio se fundamenta en la confiabilidad de la atención al cliente, ya que esta genera un entorno de confianza que favorece la satisfacción del cliente y fomenta la lealtad hacia la organización, contribuyente a la mejora continua de los procesos y la consolidación de relaciones a largo plazo.

Pinto Ticona, (2024) señala que la fiabilidad en el servicio contribuye directamente a mejorar la experiencia al cliente, ayudando a mantener relaciones positivas a largo plazo y asegurando altos estándares de calidad operativa.

La fiabilidad en el servicio es un factor crucial para optimizar la experiencia del cliente, favoreciendo la creación de relaciones sostenibles a largo plazo y asegurando la alineación con los altos estándares de calidad operativa necesarios para el éxito organizacional.

1.2.3. Atención al cliente en el sector de transporte

Ofrecer un servicio de calidad en el sector de transporte es esencial para garantizar la satisfacción y la confianza de los clientes. Los clientes tienen necesidades y preferencias diferentes y las empresas de transporte deben de tratar de satisfacerlas de la mejor manera posible, menciona Susana Alarcón, (2022)

Existen varias maneras en las que las empresas de transporte pueden ofrecer un servicio de calidad a los clientes una de las más importantes, es asegurar que los conductores y otros empleados estén bien capacitados y equipados para contener cualquier situación que pueda presentarse.

Ibarra Luis et al. (2018) destacan que el servicio al cliente en el transporte público debe centrarse en mejorar la experiencia del usuario a través de servicios más personalizados y tecnologías que mejoren la interacción con los pasajeros.

El servicio al cliente en el ámbito del transporte público debe priorizar la mejora de la experiencia del usuario mediante la implementación de servicios personalizados y el uso de tecnologías que optimicen la interacción con los pasajeros contribuyendo a una mayor eficiencia y satisfacción.

Rodriguez Dany et al. (2023) señalan que la atención al cliente en el transporte público es crucial para cumplir los objetivos de sostenibilidad e innovación, promoviendo un servicio que satisfaga tanto a usuarios como reguladores del sector.

La atención al cliente en el transporte público es determinante para el cumplimiento de los objetivos de sostenibilidad e innovación, garantizando que el servicio proporcionado sea adecuado tanto para los usuarios, lo que favorece la mejora continua del sector.

1.2.4. Mejora de atención al cliente en el sistema de transporte

El sistema de transporte es una parte fundamental de cualquier ciudad o comunidad, ya que permite a las personas desplazarse de un lugar a otro de manera eficiente y segura. Sin embargo, a medida que las ciudades crecen y evolucionan, es necesario analizar y proponer mejoras para garantizar que el sistema de transporte esté a la altura de las necesidades de la población, menciona Brendon Ridge, (2023).

Rodríguez & Herrera (2021) examinan como la tecnología en la atención al cliente en el transporte público puede aumentar la satisfacción y eficiencia operativa, promoviendo la utilización de plataformas digitales para la gestión de rutas y horarios. La tecnología se presenta como una herramienta clave para optimizar la interacción entre las empresas y sus clientes.

Díaz & Torres (2023) sugieren que la integración de servicios digitales en el transporte público permite mejorar la gestión de la atención al cliente, optimizando tiempos de espera, rutas y resolviendo quejas de manera más eficiente. La digitalización se convierte en un elemento esencial para modernizar los sistemas de transporte y responder a las demandas del público.

López & Sánchez (2023) señalan que la automatización en los sistemas de transporte público mejora la comunicación con los usuarios, permitiendo una atención al cliente más rápida y eficiente, y mejorando la experiencia de los pasajeros. La automatización no solo agiliza las operaciones, sino que también promueve la fidelización del cliente a través de soluciones inmediatas y efectivas.

1.2.5. El servicio cliente y sus problemas actuales

Las empresas dentro de sus actividades deben asumir con gran responsabilidad el hecho de fidelizar a sus clientes en la medida que adquieren sus productos o servicios como una ventaja competitiva. Para lograrlo es necesario conocer sus necesidades, brindar credibilidad de lo que ofrece, es decir, que todas las especificaciones del producto o servicio sean verdad, atender en un lenguaje fluido y adecuado de cortesía, amabilidad y de respeto, mencionan Astrid et al., (2017)

Hernández & Ramírez (2020) abordan los principales problemas actuales del servicio al cliente en las empresas, señalando la falta de formación continua del personal como uno de los factores clave que afectan la calidad de la atención. Esto subraya la necesidad de invertir en capacitaciones constante para garantizar un servicio eficiente y adaptable a las demandas del cliente. La formación del personal es esencial para mantener estándares altos en la atención al cliente y responder a las expectativas cambiantes del mercado.

González & Rodríguez (2020) investigan los principales problemas actuales del servicio, como la falta del personal capacitado y la insatisfacción generada por respuestas lentas o inadecuadas, que afectan directamente la experiencia del consumidor. Señalan que estos problemas generan insatisfacción y debilitan la relación entre las empresas y sus clientes. Una atención eficiente y bien ejecutada requiere no solo formación técnica, sino también estrategias para mejorar los tiempos de respuesta y la personalización de las soluciones.

1.2.6. Calidad del servicio

López & Vargas (2020) argumentan que las empresas deben centrarse en medir y mejorar constantemente la calidad del servicio, basándose en métricas como la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa para seguir siendo competitivas. Estas métricas permiten a las empresas identificar áreas críticas y ejecutar acciones específicas para optimizar la experiencia del cliente. El establecimiento de indicadores claros es clave para garantizar la mejora continua y la sostenibilidad empresarial.

Ruiz & Castillo (2021) señalan que un buen sistema de gestión de calidad permite reducir costos, mejorar la satisfacción del cliente y fortalecer la competitividad de las empresas a largo plazo. Implementar sistemas de calidad no solo fomenta la eficiencia operativa, sino que también

refuerzan la confianza del cliente en los productos y servicios. Este enfoque genera ventajas sostenibles al integrar mejoras en costos, satisfacción y desempeño empresarial.

Martínez & Rivera (2021) argumenta que la calidad del servicio es crucial para la fidelización de clientes, y que los estándares de calidad deben ser definidos y revisados continuamente para mejorar la satisfacción en sectores altamente competitivos. Definir y actualizar los estándares de calidad asegura que las empresas se adapten a las demandas cambiantes del mercado y promuevan la lealtad del cliente. La fidelización es, por tanto, el resultado de una gestión estratégica que prioriza la satisfacción constante del consumidor.

CAPÍTULO II

2. Diagnóstico

2.1. Diseño metodológico

2.2. Población

Hernández S et al., (2020) Argumenta que la población es el conjunto complejo de elementos a los que se quiere estudiar en una investigación (p. 215). Es decir, es un grupo completo que reúne las características que son relevantes para el estudio.

Este proyecto de investigación tomará como población a 2.400 usuarios que utilizan el servicio de transporte público de la Cooperativa Ondina del Pacifico en la ciudad de Bahía de Caráquez con base a los siguientes datos:

Tabla 2

Cálculo de Población

Unidades de Transporte Diarias	Cantidad promedio de Viajes Diarios	Cantidad de usuarios por unidad	TOTAL
12 unidades	10 vueltas Diarias	20 usuarios por viaje	2.400

Elaboración propia: Nicole Freire (2024)

2.3. Muestra

Hernández & Mendoza, (2018) nos describe en el libro Metodologías de la Investigación que “La muestra es un subconjunto de la población que se selecciona para participar en un estudio” (p, 212). Es decir, es un grupo reducido de elementos que se extraen de la población para representarla en el estudio para que los resultados del estudio sean aplicables a toda la población, la muestra debe ser representativa y seleccionada aleatoriamente.

Se tomará como muestra a 66 usuarios de la Cooperativa Ondina del Pacifico, teniendo en cuenta la siguiente formula finita, con un nivel de confianza del 50% y un margen de error del 50%.

Figura 3.

Formula Finita

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + (Z^2 \times p \times q)}$$
$$n = \frac{2400 \times 1,65^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,1^2 \times (2400 - 1) + (1,65^2 \times 0,5 \times 0,5)}$$
$$n = \frac{2400 \times 2,7225 \times 0,5 \times 0,5}{0,01 \times 2400 + (2,7225 \times 0,5 \times 0,5)}$$
$$n = \frac{1.633,5000}{24,6706}$$
$$n = 66$$

Elaboración propia: Nicole Freire (2024)

Tabla 3.

Datos de Muestra

Ingreso de Datos		
N=	Población	2.400
p=	Probabilidad de Éxito	0.5%
q=	Probabilidad de Fracaso	0.5%
Z=	Nivel de Confianza de Z al (90%)	1,65
d=	Error muestral (10%)	0,1
Tamaño de Muestra:		
n= 66 usuarios		

Elaboración propia: Nicole Freire (2024)

2.3.1. Tipo de estudio

La investigación es de tipo descriptiva porque su enfoque es analizar la situación actual del servicio al cliente en la cooperativa Ondina del Pacífico, proporcionando una comprensión detallada de como la gestión de la calidad que influye en la ciudadanía en la ciudad de Bahía de

Caráquez. Se realizó un enfoque cuantitativo que se aplicó la técnica de encuesta con la finalidad de obtener los datos necesarios, los mismos que serán analizados y transformados en información.

2.3.2. Métodos teóricos

2.3.3. Método documental

Según Sabino, (2019) El método documental se caracteriza por su flexibilidad y adaptabilidad a diferentes tipos de investigación, desde estudios exploratorios hasta investigaciones de carácter explicativo o descriptivo p. 180.

Teniendo en cuenta lo expresado anteriormente, se destaca la flexibilidad y adaptabilidad del método documental como una de sus principales características. Esto significa que este método puede ser utilizado en una amplia gama de investigaciones, independientemente de su enfoque o nivel de profundidad.

2.3.4. Método descriptivo

Hernández S et al., (2020) Según el método descriptivo de investigación que se utiliza para describir y caracterizar un fenómeno o situación no busca explicar las causas de los fenómenos, sino simplemente describirlos en detalladamente (p. 281).

Este enfoque tiene una investigación que se utiliza para describir, con base a lo antes mencionado se caracteriza y evalúa un fenómeno, situación o población. Este método busca simplemente presentar una imagen precisa y detallada de lo que se está investigando.

2.3.5. Método empírico

2.3.5.1. Encuesta

De acuerdo a lo expresado por Sampieri R et al., (2019) que define que la encuesta es “una técnica de investigación que consiste en la interrogación sistemática a un grupo de personas para obtener información sobre sus opiniones, actitudes o comportamientos” (p. 334).

La encuesta es una técnica de investigación versátil que permite reunir datos importantes sobre un grupo de personas de manera sistemática y organizada.

Los resultados de la encuesta fueron obtenidos de los usuarios que utilizan el servicio de transporte público urbano de la cooperativa Ondina del Pacífico, para tomar decisiones informadas en variados campos y para mejorar la comprensión, actitudes o comportamientos de los usuarios.

2.4. Presentación de resultados

2.4.1. Resultados de la encuesta

Tabla 4.

Seleccione su Género.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Hombre	24	36,4	36,4	36,4
Mujer	42	63,6	63,6	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Análisis

De acuerdo a los resultados de la encuesta de la tabla N. 4. presenta la distribución de la variable “Genero” entre los participantes de la encuesta realizada a los usuarios de la Cooperativa Ondina del Pacífico el 36, 4% corresponde a hombre y el 63, 6 % corresponde a mujeres, situación que evidencia que las mujeres utilizan más el servicio de transporte de la Cooperativa Ondina del Pacífico.

Interpretación:

La distribución de genero observada en la muestra refleja la composición de los usuarios de la cooperativa Ondina del Pacífico, donde las mujeres representan el 63,6 % y los hombres el 36,4%. La cooperativa puede aprovechar estos hallazgos para mejorar la prestación de sus servicios, adaptándolos a las necesidades y preferencias de sus usuarios de ambos géneros, lo que redundará en una mayor satisfacción y fidelización de su base de clientes.

Tabla 5.

Indique su rango de edad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Entre 18 años a 29 años	50	75,8	75,8	75,8
Entre 30 años a 41 años	7	10,6	10,6	86,4
Entre 42 años a 53 años	8	12,1	12,1	98,5
Entre 54 años a 65 años	1	1,5	1,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Análisis

De acuerdo a los resultados de la encuesta el 75,8 % corresponde en un rango de edad entre 18 a 29 años y el 24.2% corresponde entre la edad de 30 a 65 años de edad, la distribución por edades indica que la cooperativa tiene una mayor participación de usuarios jóvenes, entre 18 a 29 años, lo que puede ser relevante para el diseño de estrategias y servicios que se ajusten a este segmento.

Interpretación:

La distribución por rango de edad de los participantes de la encuesta realizada muestra un claro predominio del segmento más joven, entre 18 a 29 años, que representa el 75,8 % de la muestra. Este hallazgo sugiere que se de capacitación y fidelización en el desarrollo de servicios que se sujete de manera efectiva a las necesidades de los diferentes rangos de edad, esto contribuiría a una mayor inclusión y participación de los usuarios de todas las edades, fortaleciendo así el alcance y el impacto de la Cooperativa en la ciudad de Bahía de Caráquez.

Tabla 6.

¿Con que frecuencia utiliza usted el servicio de Transporte Urbanos de la Cooperativa Ondina del Pacifico en la ciudad de Bahía de Caráquez?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy frecuente	21	31,8	31,8	31,8
Frecuente	27	40,9	40,9	72,7
Ocasionalmente	8	12,1	12,1	84,8
No tan frecuente	9	13,6	13,6	98,5
Nunca	1	1,5	1,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Análisis

De acuerdo a los resultados de la encuesta el 72,7 % indica que utilizan entre muy frecuente y frecuente las unidades de transporte de la Cooperativa Ondina del Pacifico, mientras que un 12,1% lo utiliza ocasionalmente y un 15,2% lo utiliza no tan frecuente. Esto indica que el servicio tiene una alta demanda y aceptación entre los usuarios.

Interpretación:

Los datos recopilados en la encuesta revelan un panorama muy positivo en cuanto a la aceptación y utilización del servicio de transporte urbano ofrecido por la cooperativa Ondina del Pacifico en Bahía de Caráquez. El hallazgo más destacado es que el 72,7 % de los usuarios encuestados reporta usar el servicio de manera frecuente o muy frecuente, este alto porcentaje sugiere que la Cooperativa ha logrado consolidar un servicio de transporte que satisface de manera efectiva las necesidades de movilidad de una amplia proporción de la población.

Tabla 7.

¿Cómo calificaría el servicio ofrecido por los funcionarios (Colaboradores) de la Cooperativa Ondina del Pacifico?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy bueno	9	13,6	13,6	13,6
Bueno	38	57,6	57,6	71,2
Indiferente	11	16,7	16,7	87,9
Malo	7	10,6	10,6	98,5
Muy malo	1	1,5	1,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Análisis

De acuerdo a los resultados de la encuesta el 71,2% califican a los funcionarios de la Cooperativa de transporte Ondina del Pacifico como una percepción positiva del servicio ofrecido por los colaboradores, lo que indica que la mayoría de los usuarios está satisfecho con la atención recibida, mientras que un 16,7% indica que es indiferente ante el servicio y genera una experiencia destacable y entre un 12,1% que muestra una insatisfacción con el servicio, lo que indica la existencia de deficiencias que afectan la calidad percibida del servicio.

Interpretación:

La mayoría de los encuestados percibe que el servicio ofrecido por los colaboradores de la Cooperativa Ondina del Pacifico es bueno o muy bueno, lo cual es un indicador favorable, sin embargo, existen opiniones neutrales y calificaciones negativas que reflejan áreas de mejora ante la atención y el desempeño del personal, para así fortalecer las habilidades del servicio e implementar programas y capacitación en atención al cliente.

Tabla 8.

¿Está de acuerdo usted con la ubicación actual de las paradas de buses Urbanos de la Cooperativa Ondina del Pacifico?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	12	18,2	18,2	18,2
De acuerdo	21	31,8	31,8	50,0
Neutral	29	43,9	43,9	93,9
En desacuerdo	4	6,1	6,1	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Análisis

De acuerdo a los resultados de la encuesta el 50,0 % está totalmente de acuerdo con las ubicaciones actuales de las paradas, si bien existe una opinión favorable, hay espacios para mejoras o ajustes en la ubicación de las paradas donde cumplen con sus expectativas y necesidades y entre un 43,9% considera que es neutral porque no afectan significativamente las ubicaciones de las paradas, mientras un 6,1% está en desacuerdo por parte de accesibilidad deficiente.

Interpretación:

La mayoría de los encuestados se muestran satisfechos con la ubicación actual de las paradas, aunque no de manera contundente. Sin embargo, la neutralidad que sugiere que aún existe espacio para realizar mejoras o ajustes menores que puedan aumentar la satisfacción general para reducir criterios actuales y tener una mayor movilidad en las paradas.

Tabla 9.

¿Ha notado información insuficiente en las paradas de Transporte como rutas, horarios y sitios de interés?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	44	66,7	66,7	66,7
No	22	33,3	33,3	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Análisis

De acuerdo con los resultados de la encuesta reflejados el 66,7% muestran que han notado falta de información sobre rutas, horarios y sitios de interés dentro de la ciudad. Este resultado demuestra que los usuarios perciben deficiencias en la disponibilidad de información. Por otro lado, el 33,3 % expresa que no han notado problemas en cuanto a la información disponible. Considerando que existen un segmento de usuarios que no percibe la misma problemática, lo que podría deberse a su familiaridad con las rutas o su uso frecuente del sistema de transporte.

Interpretación:

La falta de información identificada por la mayoría de los encuestados representa una oportunidad importante para implementar mejoras en señalización, aplicaciones móviles o mapas informativos en las paradas, que permitan a los usuarios reducir confusiones y fortalecer la percepción de un servicio de transporte público organizado y accesible. Atender este problema contribuirá a optimizar la experiencia del usuario de manera más eficiente y cómoda.

Tabla 10.

¿Qué tan importante considera usted la implementación de señaléticas en las paradas de los buses urbanos de la Cooperativa Ondina del Pacífico dentro de la ciudad de Bahía de Caráquez?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy importante	29	43,9	43,9	43,9
Importante	31	47,0	47,0	90,9
Neutral	5	7,6	7,6	98,5
Nada importante	1	1,5	1,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Análisis

De acuerdo a los resultados de la encuesta el 90,9% de los encuestados consideran muy importante e importante una implementación de señaléticas en las paradas dentro de la ciudad de Bahía de Caráquez donde se muestra una percepción positiva sobre la importancia de mejorar la orientación en el transporte público y un pequeño porcentaje de 9,1% de los encuestados lo considera neutral y nada importante, esto optimiza la mejora de orientación ante los usuarios para la implementación de la señaléticas en las paradas de los buses urbanos.

Interpretación

La encuesta revela un amplio respaldo a la implementación de señaléticas en las paradas de buses urbanos, con un 90,9% de aceptación. Este resultado subraya la importancia dada por los usuarios que consideran un elemento clave para mejorar la orientación y accesibilidad del transporte público. Al mismo tiempo, el bajo porcentaje de opiniones neutrales o negativas sugiere que los beneficios potenciales serían ampliamente aceptados por la comunidad ya que la implementación de señaléticas no solo facilitaría el acceso a la información como ruta, horarios y sitios de interés, sino también optimizaría el flujo de pasajeros contribuyendo a un sistema más ordenado y funcional.

Tabla 11.

¿Considera usted que las señaléticas son cruciales para ayudar a los turistas a encontrar fácilmente los puntos de interés en Bahía de Caráquez?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	34	51,5	51,5	51,5
De acuerdo	29	43,9	43,9	95,5
Neutral	3	4,5	4,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Análisis

Con base a los resultados de la encuesta encontramos que un porcentaje de la población el 51.5% está totalmente de acuerdo que la señales son cruciales para que los turistas puedan encontrar sus puntos de interés, el 43,9% se encuentra de acuerdo en que las señales son necesarias y un porcentaje reducido el 4,5% esta neutral ante la pregunta.

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos, tenemos que gran parte de la población está totalmente de acuerdo en que las señales son necesarias para que los turistas puedan llegar a su destinos de interés esto ayuda a que no tengan contratiempos en su camino y sea mucho más fácil desplazarse, por otro lado están de acuerdo por que desconocen que las señales serán de ayuda ya que están dan indicaciones específicas de cómo llegar a los destinos y una parte reducida esta neutral ya que no se encuentran interesados en saber sobre las señales y sus beneficios.

Tabla 12.

¿Considera importante que se ubiquen señaléticas en las paradas de buses donde indiquen lugares específicos dentro de la Ciudad de Bahía de Caráquez? (Centro comerciales, hospedaje, hospitales, sitios de interés o turísticos.)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy importante	30	45,5	45,5	45,5
Importante	20	30,3	30,3	75,8
Neutral	16	24,2	24,2	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Análisis

Los resultados evidencian que el 45,5% de los encuestados considera que ubicar señaléticas con información específica es muy importante ya que perciben como un elemento clave para mejorar la orientación y accesibilidad dentro de la ciudad. Un 30,3% opinan que estas señaléticas son importantes lo cual denota un amplio respaldo y entre el 24,2% adopta un nivel de indiferencia, lo que sugiere que estas señaléticas interpreten como una percepción de menor urgencia respecto a la mejora de información en las paradas.

Interpretación:

Los resultados evidencian que existen una fuerte demanda para la implementación de señaléticas en las paradas de buses que proporcionen información sobre los lugares específicos dentro de la ciudad, el 75,8% de los encuestados considera esta medida como importante y muy importante y ante la neutralidad del 24,2% sugiere una oportunidad para sensibilizar a más usuarios sobre los beneficios potenciales de esta necesidad de mejorar la información en las paradas.

Tabla 13.

¿Considera usted que el valor que paga por el pasaje es justo si esto garantiza una mejor calidad del servicio que recibe?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	49	74,2	74,2	74,2
No	17	25,8	25,8	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Análisis

En esta sección se analiza la percepción del 74,2% de los encuestados muestran una actitud positiva hacia el pago del pasaje actual, siempre y cuando esto conlleve a una mejor calidad del servicio. Mientras un 25,8% de los encuestados expresan que el valor del pasaje no es justo, lo que puede estar relacionado con ingresos económicos limitados o con la percepción de que el servicio actual no justifica el costo pagado.

Interpretación:

Los resultados demuestran que la mayoría de los usuarios aceptarían el valor del pasaje siempre y cuando exista un compromiso claro de mejorar la calidad del servicio. Por otro lado, existe usuarios inconformes que sugiere que aún existe una percepción negativa sobre el valor actual en relación con el servicio prestado.

CAPÍTULO III

3. Diseño de la propuesta

3.1 Tema de la propuesta

Elaboración de rutas interactivas con información turística en las distintas paradas de buses de la Cooperativa Ondina del Pacifico en la Ciudad de Bahía de Caráquez.

3.2 Antecedentes

En la actualidad en la ciudad de Bahía de Caráquez existen paradas mal atendidas sin ningún tipo de información e indicación previamente expuesto para la ciudadanía o turistas que puedan guiarse e informarse de los sitios y zonas de suma importancia ya sea terminales, hospital, centro comercial, parques, etc.

3.3 Justificación

Bowen & Lawler, (2019) definieron la gestión de la calidad como “un enfoque sistemático para lograr la satisfacción del cliente mediante la identificación y eliminación de las causas de insatisfacción” (p, 12).

La Cooperativa Ondina del Pacifico, como empresa de transporte público urbano en Bahía de Caráquez, juega un papel fundamental en la movilidad de la ciudadanía. Sin embargo, la calidad del servicio al cliente puede ser un factor determinante en la satisfacción y fidelización de los usuarios. En este sentido, la implementación de un sistema de gestión de calidad es crucial para mejorar la experiencia del cliente y fortalecer la competitividad de la cooperativa.

Teniendo en cuenta lo expresado en el libro de Parasuraman et al., (2020), quien expresa lo siguiente: “La calidad del servicio es la percepción que tiene el cliente que ha recibido, en comparación con lo que esperaba, si la percepción del cliente es superior a sus expectativas, estará satisfecho; si es inferior, estará insatisfecho” (p, 12).

En el caso de la implementación de diseños de señaléticas e información en las paradas se consideraría necesario implementar la información y detallar horarios, sitios o zonas de suma importancia para los visitantes y ciudadanos que transitan dentro de la ciudad y así a su vez conocer los puntos clave dentro de la ciudad de Bahía de Caráquez.

3.4 Objetivos

3.4.1 Objetivo general

Mejorar la calidad del servicio de transporte público en Bahía de Caráquez mediante la implementación de un sistema eficiente de señalización y orientación para los usuarios de las unidades de transporte.

3.4.2 Objetivos específicos

- Diseñar un sistema integral de señalización y orientación para las paradas de transporte público.
- Capacitar al personal del transporte público y a los colaboradores en el uso y mantenimiento del nuevo sistema de señalización.
- Evaluar periódicamente la efectividad del sistema de señalización implementado.

3.5 Desarrollo de la propuesta

La propuesta de elaborar rutas interactivas con información turística en las distintas paradas de buses tiene como objetivo principal mejorar la experiencia de los usuarios del transporte público en Bahía de Caráquez, específicamente para la Cooperativa Ondina del Pacifico. Este desarrollo plantea la implementación de un sistema de señalización y orientación que combine elementos tecnológicos, capacitación al personal y estrategias de retroalimentación con los usuarios.

Figura 4.

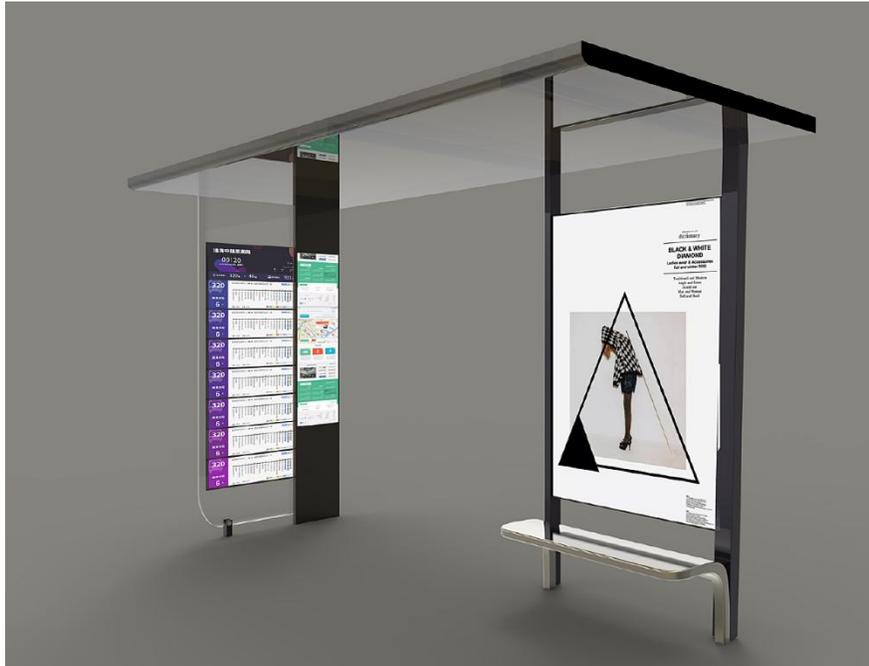
Paradas Actuales dentro de la Ciudad de Bahía de Caráquez



En la actualidad existen 40 paradas elaboradas por el GAD Sucre en la Ciudad de Bahía de Caráquez, como se muestran sin ningún tipo de información ni atendidas de manera adecuada.

Figura 5.

Referencia de Marquesinas en cada parada.



Fuente: Zcool, (2019)



Fuente: Zcool, (2019)

Referencias de Marquesinas de buses con diseño moderno e implementación de diseños de rutas y horarios de buses, sitios de interés, QR, también con un pequeño espacio para ubicar publicidades localizadas dentro de la ciudad.

Figura 6.

Referencia de diseños de Horarios, Rutas, Sitios de Interés y QR.



Fuente: Colcaperu, (2023)

Diseño de Referencia de cómo se vería el mapa de las rutas que cubren la Cooperativa Ondina del Pacífico dentro de la Ciudad de Bahía de Caráquez, mostrando así el diseño que tendría para distinguir los lugares por donde recorre cada unidad en cada turno que va distinguido por colores por parada y horarios.

Figura 7.

Referencias de Ubicación de Códigos QR y diseño de rutas.

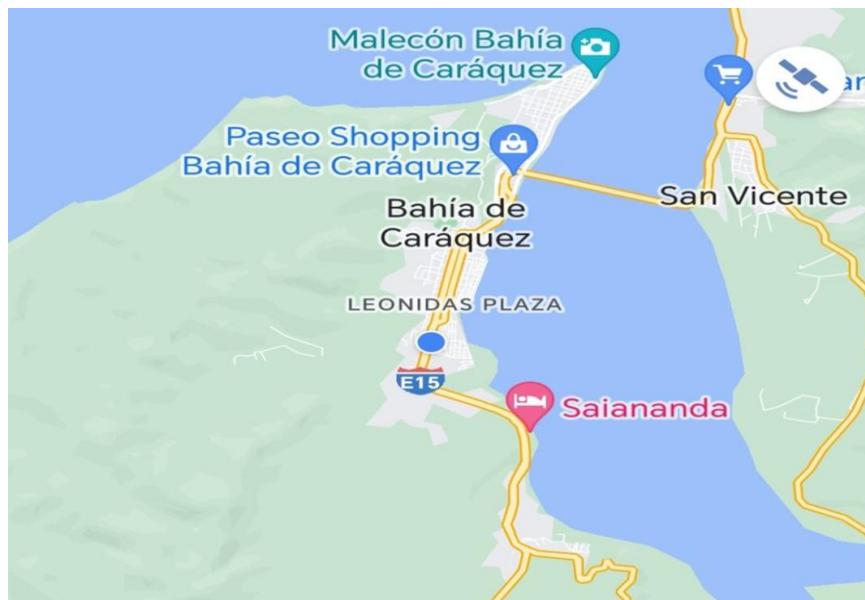


Fuente: RedecidadDigital, (2020)

Se implementará un QR y un diseño de ruta en cada una de las unidades de los buses de la Cooperativa Ondina del Pacifico dentro de la Ciudad de Bahía de Caráquez, los cuales tendrán un mapa con paradas y sitios turísticos donde su ubicación sea visible para los usuarios.

Figura 8.

Mapa de la Ciudad de Bahía de Caráquez.



Fuente: Google Maps, (2024)

Se tomará como referencia el mapa de la ciudad y se diseñara las rutas que cubren la Cooperativa Ondina del Pacifico donde se mostraran sus horarios, los sitios de interés dentro de la Ciudad de Bahía de Caráquez como Hospitales, Mercado, Centro Comerciales, Parques, entre otros y el QR que mostrara información más detallada.

Presupuesto:

Tabla 14.

Tabla de Materiales

No.	Productos	Materiales Cantidad	P. Unitario	P. Total
1	Marquesinas de Buses.	40	\$300	\$12.000
2	Desarrollo de Mupis con Información en el Interior de Buses.	1	\$50	\$50
3	Desarrollo de Mapa, Horarios, Sitios de Interés y QR.	1	\$50	\$50
Total				\$12.100

Tabla 15.

Tabla de Talento Humano

No.	Productos	Talento Humano Cantidad	P. Unitario	P. Total
1	Capacitaciones sobre Atención al Cliente.	3	\$60	\$180
2	Instalación de Marquesinas.	40	\$25	\$1.000
3	Instalación de Información en el Interior de buses.	15	\$5	\$75
4	Instalación de Mapas, Sitios de Interés y QR en las Marquesinas.	40	\$5	\$200
Total				\$1.455

Valor de la Propuesta:

Costos Materiales + Costos de Talento Humano + Ganancia (20%)

$$\text{Vt: } \$12.100 + \$1.455 + \$2.711 = \$13.555$$

Cronograma

Tabla 16.

Cronograma de Actividades Semanales.

No.	Proceso	Tiempo
1	Recopilar Información	2 semanas
2	Análisis de Información	1 semana
3	Elaboración de Marquesinas	4 semanas
4	Elaboración de Mapas, Horarios, Sitios de Interés, QR.	1 semana
5	Revisión de las Elaboraciones de Diseños.	1 semana
6	Aprobación de los Diseños	1 semana
7	Instalaciones de Marquesinas y Diseños.	2 semanas
8	Instalación de información en los interiores de los Buses.	1 semana
9	Capacitaciones.	2 semanas
10	Prueba Piloto	2 semanas
Total		17 semanas

CONCLUSIONES

- La implementación de herramientas tecnológicas, como señalización interactiva y aplicaciones móviles, no solo optimiza la experiencia del cliente, sino que también moderniza la operación del sistema, haciéndolo más eficiente y accesible.
- La incorporación de mapas interactivos y señalización mejora la experiencia del usuario al facilitar la navegación en el sistema de transporte, lo que refuerza la percepción de calidad y profesionalismo de la cooperativa.
- Esta propuesta mejora la experiencia interna del transporte al diseñar un sistema de señalización basado en las necesidades y preferencias de los usuarios, lo que garantiza un nivel más alto de satisfacción y fidelidad hacia los servicios ofrecidos.
- La mejora en la calidad del transporte público mediante esta propuesta fomenta un impacto positivo en la movilidad urbana, contribuyendo al crecimiento económico y social de Bahía de Caráquez.

RECOMENDACIONES

- Capacitar periódicamente al personal es una estrategia clave para garantizar un servicio al cliente de alta calidad, mejorando la atención y la resolución efectiva de problemas, lo que contribuye a la mejora continua del servicio.
- Establecer un sistema de retroalimentación constante mediante encuestas periódicas y canales digitales para identificar áreas de mejora en el servicio y responder rápidamente a las necesidades de los usuarios.
- Priorizar la inversión en tecnología y capacitación del personal, enfocándose en herramientas digitales que agilicen los procesos operativos y en programas de formación que mejoren las habilidades de atención al cliente del equipo operativo.

BIBLIOGRAFÍA

- Astrid, G., Fierro, D., Fernanda, J., Castrillón, S., & Bohorquez Ordoñez, E. (2017). *Revista Criterios-23 (1)-rev.crit.* 395–408.
- Betancourt, D. (2022, February 22). *Enfoques de un sistema de gestión de calidad.* Ingenio e Empresa.
- Bowen, D., & Lawler, J. (2019). *Gestión de la calidad en el sector servicios: conceptos, estrategias y aplicaciones.* Pirámide.
- Brendon Ridge. (2023, December 17). *Mejorando la atención al cliente en el sistema de transporte.* Mblog.
- Briceño Gabirela. (2021, December 2). *Gestión de la calidad.* Euston .
- Calvopiña, M., & Barba, J. (2021). *Mejora continua en las organizacione.* *Un Enfoque Cultural.*
- Cardozo Luana. (2024, June 27). *TODO sobre el servicio al cliente: qué es, la importancia y los principios.* Zenvia.
- Díaz, A., & Torres, S. (2023). *Gestión digital en el transporte público y su impacto en la atención al cliente.* *Revista de Gestión de Transporte y Movilidad, 14(1), 22-35.*
- González, T., & Rodríguez, N. (2020). *Los desafíos del servicio al cliente en la era digital.* *Revista de Estrategias Comerciales, 19(2), 58-72.*
- Goodman John. (2019). *Servicio estratégico al cliente.* . <https://Blog.Getcompass.Ai/Es/Best-Customer-Service-Books/>.
- Hernandez, H., Barrios, I., & Martinez, D. (2018). *Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones.* (Criterio Libre).
- Hernández, M., & Ramírez, L. (2020). *Problemas actuales en el servicio al cliente: el papel de la formación y la innovación.* *Revista Mexicana de Marketing, 8(3), 24-39.*
- Hernández S, Fernández C, & Baptista L. (2020). *Metodología de la Investigacion.* *Mc Graw Hill Education.*

- Hernández Sampier, & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw Hill Education.
- Hoyos, D., Human, C., Jiménez de La Cruz, D., & Vílchez, C. (2024). Calidad del servicio y satisfacción de los clientes en una tienda comercial en Chiclayo. *Revista Científica*, 10(1), 45-58.
- Ibarra Luis, Romero Natalia, & Paredes Daniel. (2018). La calidad del servicio en el sistema de transporte público y su impacto en la satisfacción del usuario . *Revista Innovaciones de Negocios* .
- Ishikawa, K. (1985). *What is Total Quality Control? The Japanese Way*. (Prentice Hall.).
- ISO 9001:2015. (2020, August 25). *¿Qué es la gestión de la calidad?* . Nueva ISO 9001: 2015.
- Kearl Mary. (2023). Los mejores libros sobre experiencia del cliente para leer en 2023. *Medallia*.
- López, M., & Vargas, L. (2020). Medición y mejora continua de la calidad del servicio en empresas de servicios. *Revista de Administración y Calidad*, 14(3), 19-34.
- López, R., & Sánchez, A. (2023). La automatización en el transporte público como mejora en la atención al cliente. *Revista Latinoamericana de Gestión*, 10(4), 11-20.
- Maldonado José. (2018). Fundamentos de la calidad total. *ACADEMIA.Edu*.
- Martín, & Paco. (2022, September 11). *Gestión de la Calidad: Conceptos, Enfoques, Modelos y Sistemas*. One Marketing.
- Martínez, J., & Rivera, S. (2021). La calidad del servicio como factor de fidelización en empresas competitivas. *Revista de Marketing y Negocios*, 16(1), 34-52.
- Montgomery, D. (2019). Introduction to statistical quality control. . *Wiley*.
- Ortega, C. (2023, June 26). *Procesos de mejora continua: Que es, fases y ejemplos*. QuestionPro.

- Oscar Caita. (2023, August 17). *¿Qué son los enfoques de la calidad? Proyectos Sostenibles y Rentables.*
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (2020). Calidad del servicio: la perspectiva del cliente. . *McGraw-Hill.*
- Pierrend Hernández, S. D. R. (2020). La Fidelización del Cliente y Retención del Cliente: Tendencia que se Exige Hoy en Día. *Gestión En El Tercer Milenio*, 23(45), 5–13. <https://doi.org/10.15381/gtm.v23i45.18935>
- Pinto Ticona, J. (2024). La calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la Empresa de Transportes XYZ. *593 Digital Publisher CEIT.*
- Rodríguez, C., & Herrera, G. (2021). La tecnología como herramienta en la mejora de la atención al cliente en el transporte público. *Revista de Investigación En Ciencias Sociales*, 15(2), 33-47.
- Rodriguez Dany, Arista Ana, & Cruz Jose. (2023). Calidad de servicio y su efecto en la satisfacción y lealtad de los clientes. *Revista San Gregorio.*
- Rodriguez Maya Dairo. (2022, October 21). *Sistema de gestión de calidad: definición, implementación e ISO 9001.*
- Ruiz, j, & Castillo, R. (2021). Gestión de calidad como ventaja competitiva en el servicio al cliente. *Revista de Marketing y Gestión de Calidad*, 11(2), 50-63.
- Sabino. (2019). Investigación científica: Fundamentos y metodologías. *Editorial Brujas*, 180.
- Sampieri R, Collado C, & Hernández P. (2019). Metodología de la investigación. *McGraw-Hill.*, 334.
- Sánchez et. al. (2017). *Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001:2015).* ICB Editores.
- Santa Cruz López, M. I., Collantes Diez, Á. J., & Nauca Torres, E. S. (2020). ESTRATEGIAS DE CALIDAD DE SERVICIO PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE UNA EMPRESA PRIVADA. *REVISTA CIENTIFICA EPISTEMIA*, 4(2). <https://doi.org/10.26495/re.v4i2.1322>

- Susana Alarcón. (2022, December 2). *La atención al cliente en el transporte: Elemento diferenciador*. INGARTEK.
- Toro, R. (2024). *¿Qué es la gestión de la calidad y como nos ayuda? ISO 9001:2015*. <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2020/08/que-es-la-gestion-de-la-calidad/>
- Valenzuela, A., Martínez, A., & Torres, J. (2020). *Implementación del método Kaizen en la industria: Reducción de costos, mejora de la productividad y calidad*.
- Yuen, K., Wang, X., Wong, Y., & Zhou, Q. (2021). The effect of sustainable service quality on customer engagement and co-creation activities in the public transport sector. *International Journal of Environmental Research and Public Health*.
- Zambelli Rafael. (2024, March 28). *Gestión de la calidad: Normas y principios*. Zambelli Rafael.
- Zhen, F., Cao, J., & Tang, J. (2018). Exploring correlates of passenger satisfaction and service improvement priorities of the Shanghai-Nanjing high-speed rail. *Journal of Transport and Land Use*.

ANEXOS

Figura 9. Pregunta 1

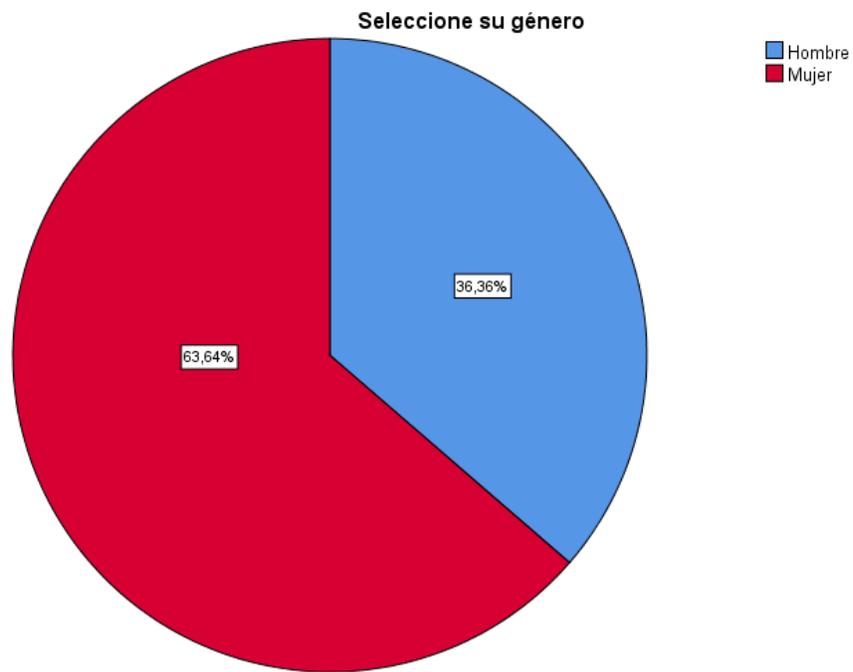


Figura 10. Pregunta 2

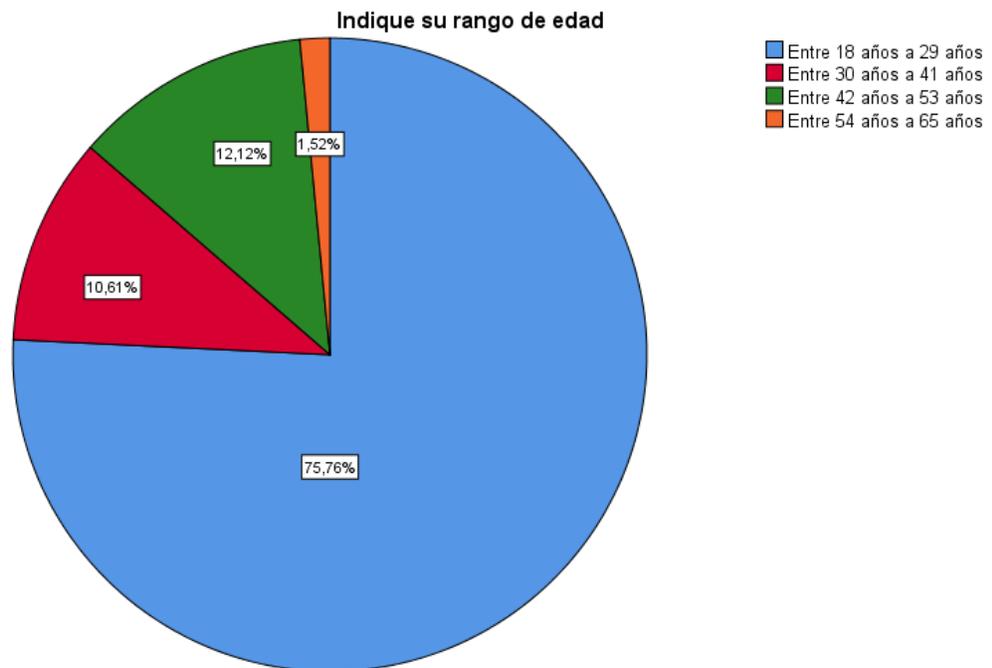


Figura 11. Pregunta 3

¿Con que frecuencia utiliza usted el servicio de Transporte Urbanos de la Cooperativa Ondina del Pacifico en la ciudad de Bahía de Caráquez?

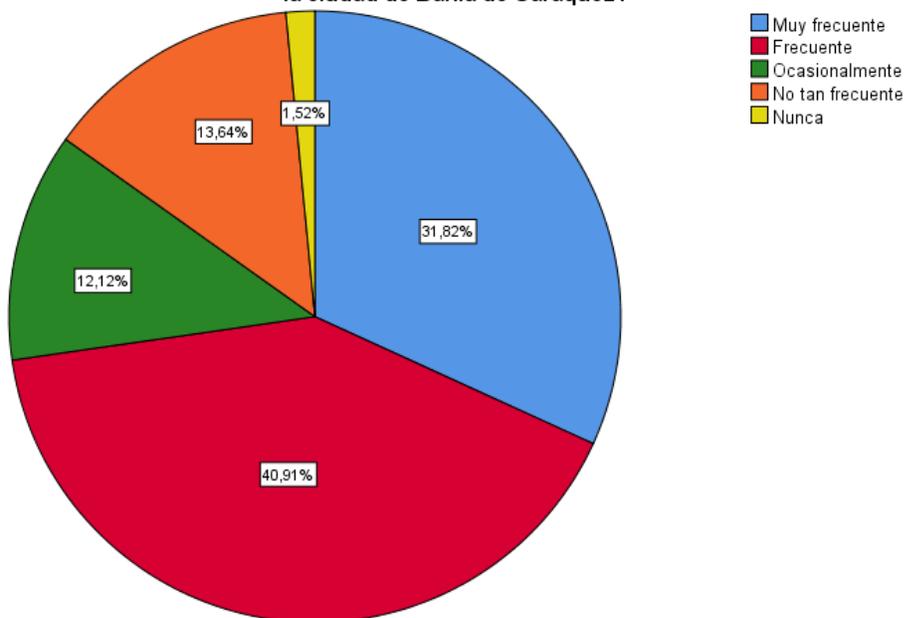


Figura 12. Pregunta 4

¿Cómo calificaría el servicio ofrecido por los funcionarios (Colaboradores) de la Cooperativa Ondina del Pacifico?

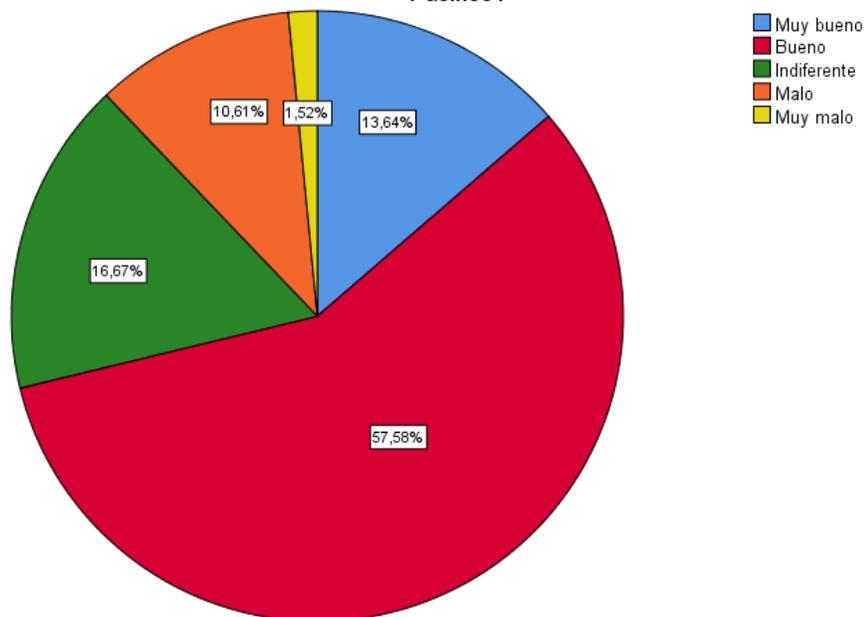


Figura 13. Pregunta 5

¿Está de acuerdo usted con la ubicación actual de las paradas de buses Urbanos de la Cooperativa Ondina del Pacifico?

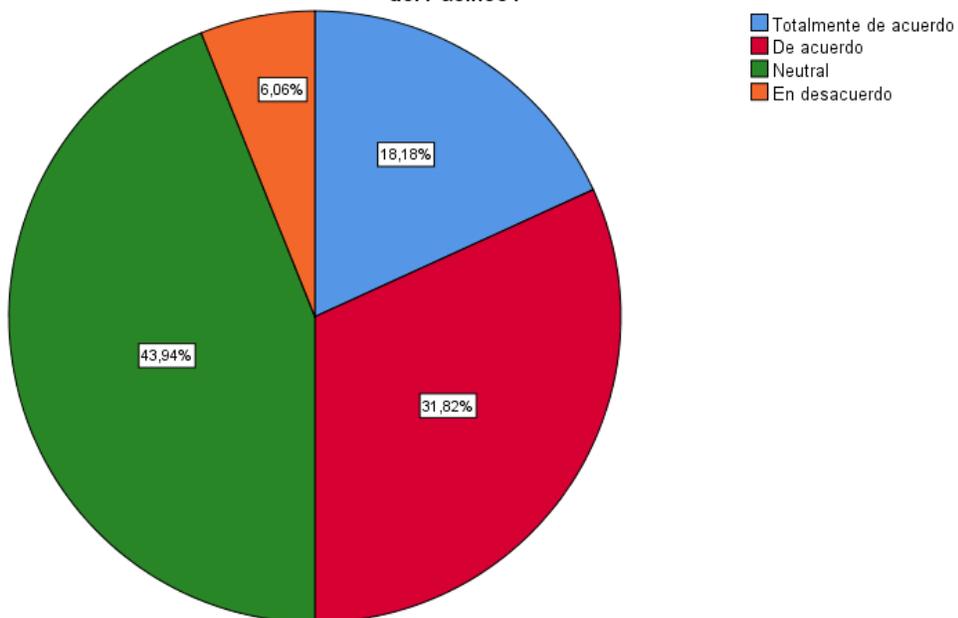


Figura 14. Pregunta 6

¿Ha notado falta de información insuficiente en las paradas de Transporte como rutas, horarios y sitios de interés?

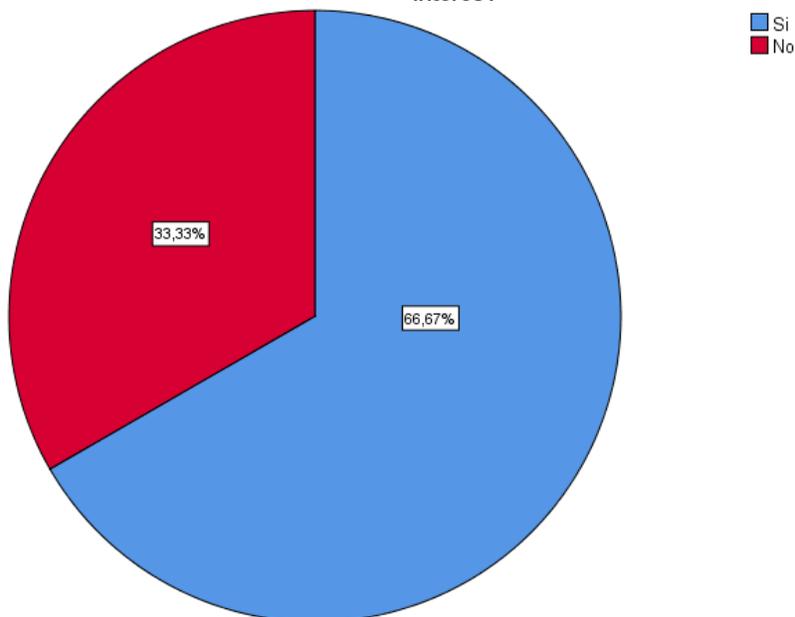


Figura 15. Pregunta 7

¿Qué tan importante considera usted la implementación de señaléticas en las paradas de los buses Urbanos de la Cooperativa Ondina del Pacifico dentro de la ciudad de Bahía de Caráquez?

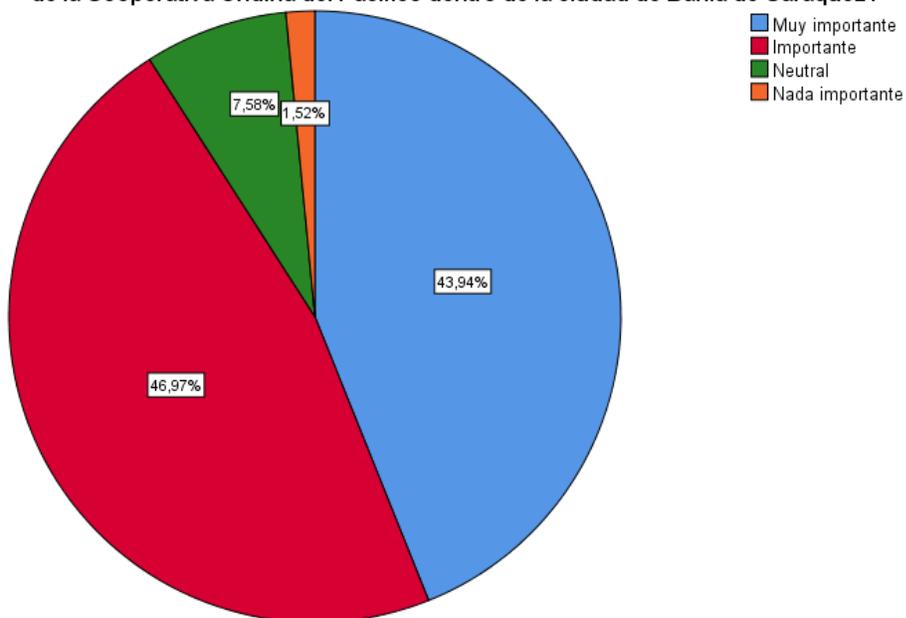


Figura 16. Pregunta 8

¿Considera usted que las señaléticas son cruciales para ayudar a los turistas a encontrar fácilmente los puntos de interés en Bahía de Caráquez?

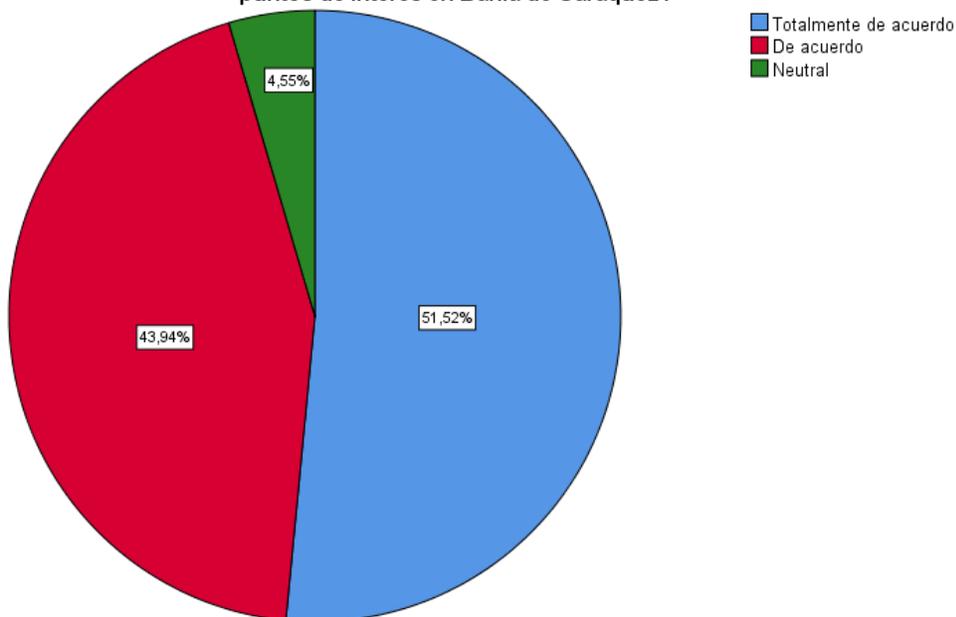


Figura 17. Pregunta 9

¿Considera importante que se ubiquen señaléticas en las paradas de buses donde indiquen lugares específicos dentro de la ciudad de Bahía de Caráquez? (Centro comerciales, hospedaje, hospitales, sitios turísticos y de interés)

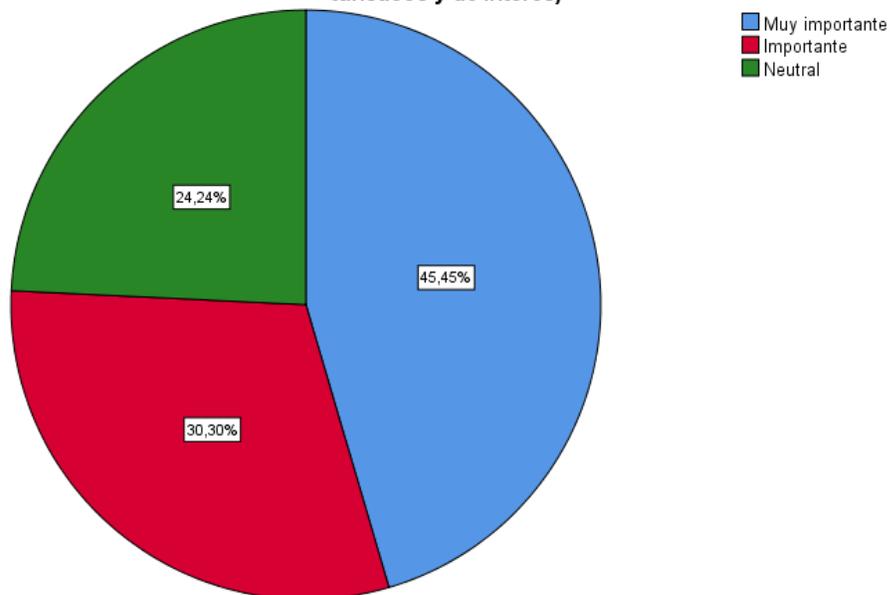


Figura 18. Pregunta 10

¿Considera usted que el valor que paga por el pasaje es justo si esto garantizara una mejor calidad del servicio que recibe?

