



# Uleam

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

**TEMA:**

La gestión de la calidad para mejorar el servicio al cliente en la Cooperativa de taxis · Ciudad de Bahía”

**Autor:**

Yordy Ariel Gómez Salazar

**Extensión Sucre 1016E – Bahía de Caráquez**

**Licenciatura en Administración de Empresas**

**Diciembre 2024, Leónidas Plaza**

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad/Extensión/Sede de XXX de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular y/o Examen de carácter complejo bajo la autoría del/de la estudiante Yordy Ariel Gómez Salazar

, legalmente matriculado/a en la carrera Administración de Empresas, período académico 2024-2025, cumpliendo el total de 384 horas, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es “La gestión de la calidad para mejorar el servicio al cliente en la Cooperativa de taxis · Ciudad de Bahía”.

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.

Lugar, 16 de diciembre de 2024.

Lo certifico,



Vicente Eduardo Pazmiño Chica

**Docente Tutor**  
**Área: Administrativas y Contables**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

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

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

A handwritten signature in blue ink that reads "Yordy Gómez". The signature is written in a cursive style with a large initial 'Y' and 'G'.

**El Autor**

Yordy Ariel Gómez Salazar

## **APROBACIÓN DEL TRABAJO**

Los miembros del Tribunal de grado aprueban el Trabajo de Titulación de acuerdo con los reglamentos emitidos por la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, otorga la calificación de:

---

<b>MIEMBRO DEL TRIBUNAL</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>
-----------------------------	---------------------

---

<b>MIEMBRO DEL TRIBUNAL</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>
-----------------------------	---------------------

---

**S. E. Ana Isabel Zambrano Loor**  
**SECRETARIA DE LA UNIDAD ACADÉMICA**

## **Dedicatoria**

Cada experiencia vivida cada aprendizaje y cada oportunidad de corregir un error y empezar de nuevo cada momento vivido ese momento que me llevó a crecer como persona y que han sido claves para llegar a donde estoy ahora y por el cual dedico mis agradecimientos a adios por ser mi base fundamental e inspiración para llegar hasta aquí.

También a mis padres que con mucho esfuerzo y dedicación han sabido enseñarme el camino correcto en base al plan perfecto de Dios y hacer los mejores líderes para forjarme.

## **Agradecimiento**

Quiero brindar mi total gratitud a todos y a cada uno de los profesores que Durante cada uno de estos nueve semestres me brindaron su apoyo y compartieron sus valiosos conocimientos los cuales han sido base fundamental para mi crecimiento profesional.

Y finalmente es un honor agradecer también a la universidad la hay que Eloy Alfaro de Manabí extensión Bahía de Caracas por haberme permitido concluir con éxito esta carrera.

## Tabla de Contenido

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR .....	I
DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	I
APROBACIÓN DEL TRABAJO .....	III
Dedicatoria .....	IV
Agradecimiento .....	V
Tabla de Contenido .....	VI
Índice de Tablas .....	VIII
Índice de Ilustraciones.....	VIII
Resumen.....	IX
Introducción .....	1
Capítulo I.....	4
1. Marco Teórico .....	4
1.1. Definición de gestión de calidad .....	4
1.1.1. Principios de la gestión de calidad .....	4
1.1.2. Etapas de la gestión de la calidad .....	6
1.1.3. Modelos de la evolución de la gestión de la calidad .....	7
1.2. Definición de servicio al cliente.....	9
1.2.1. Propiedades .....	10
1.2.2. Características .....	11
1.2.3. Importancia.....	12
1.2.4. Factores para la calidad del servicio.....	12
Capítulo II .....	14
2. Diagnóstico.....	14
2.1. Diseño metodológico.....	14
Métodos teóricos .....	14
Método documental.....	14
Método analítico.....	14

Métodos empíricos .....	15
Método exploratorio .....	15
Encuesta .....	15
Entrevista.....	15
Instrumentos .....	16
Cuestionarios.....	16
Población y muestra .....	16
Población.....	16
Muestra.....	17
2.2. Análisis e interpretación de encuesta y entrevista.....	18
2.3. Análisis cruzado de información.....	25
Capítulo III .....	27
3. Diseño de la propuesta .....	27
3.1. Tema de la propuesta.....	27
3.2. Antecedentes .....	27
3.3. Justificación.....	28
3.4. Objetivos .....	28
3.4.1. Objetivo general .....	28
3.5. Desarrollo de la propuesta.....	29
3.5.1. Primera fase Análisis situacional.....	29
<i>Nota.</i> Elaborador por Yordy Gómez .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Conclusiones .....	36
Recomendaciones.....	37
Bibliografía.....	37

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1</b> Modelos de la Calidad .....	7
<b>Tabla 2</b> Nivel de Satisfacción Clientes .....	18
<b>Tabla 3</b> Frecuencia Usuarios .....	18
<b>Tabla 4</b> Confort Clientes .....	19
<b>Tabla 5</b> Tabla Puntualidad.....	20
<b>Tabla 6</b> Tiempos.....	20
<b>Tabla 7</b> Trato al Cliente.....	21
<b>Tabla 8</b> Tarifa de Cooperativa.....	22
<b>Tabla 10</b> Preferencias cliente.....	22
<b>Tabla 9</b> Recomendaciones del cliente .....	23
<b>Tabla 11</b> Resultados de la Entrevista.....	24
<b>Tabla 12</b> Guía observatoria .....	25
<b>Tabla 13</b> Diagnóstico Situacional.....	30
<b>Tabla 14</b> Cronograma de ejecución de propuesta.....	35

## Índice de Ilustraciones

<b>Ilustración 1</b> Principios de la Gestión de la Calidad .....	5
<b>Ilustración 2</b> Etapas de la Gestión de la Calidad.....	6
<b>Ilustración 3</b> Propiedades del Servicio.....	10
<b>Ilustración 4</b> Características del Servicio al Cliente .....	11
<b>Ilustración 5</b> Factores en Calidad del Servicio al Cliente .....	13
<b>Ilustración 6</b> Cálculo de Tamaño de la Muestra .....	17
<b>Ilustración 7</b> Organigrama de la Cooperativa de transporte de pasajeros en taxis Ciudad de Bahía ...	29
<b>Ilustración 8</b> Estudio de causas del problema .....	31
<b>Ilustración 9</b> Estratificación del estudio de las causas .....	32
<b>Ilustración 10</b> Proceso de servicio de transporte.....	34
<b>Ilustración 11</b> Diagrama de ejecución .....	34

## **Resumen**

El trabajo presentado en esta investigación se desarrolla en la Cooperativa de Taxis Ciudad de Bahía, con la finalidad de mejorar el servicio brindado para lograr la satisfacción de los usuarios del cantón Sucre, ciudad de Bahía de Caráquez. Es importante realizar el estudio debido a que la cooperativa requiere una retroalimentación en la calidad del servicio que se ofrece, el poco conocimiento de las buenas prácticas en gestión de calidad del servicio en los trabajadores de la cooperativa, ocasiona inconformidad por parte del cliente, afectando la economía de la cooperativa. Se aplicaron método descriptivo, analítico y con el aporte de la revisión bibliográfica se fundamentó el contenido teórico relacionado con las variables de trabajo para evaluar los modelos de gestión de calidad que se han aplicado a nivel internacional en grandes organizaciones a través del tiempo. Se realizaron encuestas a los usuarios del servicio y una entrevista al talento humano que conforma la cooperativa para evidenciar las deficiencias en el proceso de la gestión de la calidad. El proyecto propone un modelo de sistema de calidad para priorizar el servicio al cliente que direcciona estratégicamente las actividades y acciones desarrollados por el personal administrativo y operativo de la Cooperativa de Taxis Ciudad de Bahía.

## **Introducción**

En un actual mercado competitivo, las organizaciones deben enfocarse en ofrecer servicios que no solo cumplan con las expectativas de sus clientes, sino que las superen. La gestión de la calidad es una estrategia clave para lograr este objetivo sobre todo en sectores como el de transporte, donde la satisfacción del cliente depende de factores como la puntualidad, la seguridad, la amabilidad y el confort. En este sentido, la gestión de la calidad en la Cooperativa de taxis Ciudad de Bahía desempeña un papel fundamental para mejorar continuamente la experiencia de los usuarios y garantizar un servicio de alto nivel.

El servicio de taxi además de entregar un traslado de un punto a otro, involucra una serie de factores que impactan directamente en la percepción del cliente, tales como la confiabilidad del servicio, la limpieza de los vehículos, actitud profesional de los conductores y la atención a las necesidades del usuario. A través de la implementación de un sistema de gestión de calidad, la cooperativa puede identificar áreas de mejora, medir su desempeño y establecer estándares que aseguren la satisfacción y fidelización de los clientes. A través de la integración de tecnología, capacitación continua y una cultura de mejora constante, la gestión de la calidad permite que la cooperativa de taxis se mantenga competitiva en el mercado que exige cada vez más altos niveles de calidad en el servicio, el presente análisis aborda la importancia de implementar un modelo de gestión de la calidad en la Cooperativa brindando una serie de acciones que garantizan una experiencia satisfactoria en el cliente y de la misma manera optimizar los procesos operativos.

El presente trabajo se enfoca en cómo la gestión de la calidad puede ser una herramienta efectiva para mejorar el servicio al cliente en una cooperativa de taxis, detallando las estrategias y prácticas necesarias para alcanzar altos niveles de satisfacción y garantizar la sostenibilidad y el éxito del servicio.

La implantación de la propuesta beneficia a los dueños de la cooperativa, a los trabajadores y permite el incremento de nuevos clientes y lealtad en el cliente ya existente. La formación es clave para mantener un alto nivel de calidad. Los conductores deben recibir capacitación regular en las normas de servicio al cliente, en el manejo de vehículos es decir recibir instrucción en conducción segura y uso eficiente de las rutas. Debe estar formado en el uso de tecnología y sistemas de gestión de reservas, aplicaciones móviles y GPS, para mejorar la eficiencia y la experiencia del usuario. A través de la implementación de estándares claros, capacitación continua, uso de tecnología avanzada y un sistema de atención al cliente eficiente, se pueden

mejorar los procesos internos y la experiencia del usuario manteniendo una cultura de mejora continua, que involucre a todos los miembros de la cooperativa en la búsqueda de soluciones innovadoras y efectivas.

**Problema**

¿Como la gestión de calidad afecta al servicio al cliente que brinda la cooperativa Ciudad de Bahía?

**Objeto**

Gestión de calidad

**Campo**

servicio al cliente

**Objetivo**

Analizar La gestión de la calidad para mejorar el servicio al cliente en la Coop. de taxis "Ciudad de Bahía".

**Variables**

**Variable independiente**

Gestión de calidad.

**Variable dependiente**

Servicio al cliente

**Métodos teóricos como:**

Método Descriptivo

Método Analítico

Método Empírico

**También se utilizaron métodos empíricos como:**

Observación

**Técnicas como:** Entrevistas.

### **Tareas Científicas**

1. Realizar una investigación teórica mediante la indagación de fuentes secundarias académicas que contribuyen con la sustentación del presente trabajo de investigación.
2. Diagnosticar la realidad del entorno mediante un instrumento de medición o tomando a consideración el objeto de estudio.
3. Proponer un modelo de sistema de calidad en el servicio, el cual se adapte a las características necesarias para la satisfacción del usuario en su momento de atención.

## Capítulo I

### 1. Marco Teórico

#### 1.1. Definición de gestión de calidad

La gestión de la calidad comprende un conjunto de procedimientos sistemáticos que planifican, ejecutan y controlan actividades desarrolladas por determinada organización. En el estudio de Rosero (2018), donde plantea diversos modelos de gestión; menciona que la gestión de calidad son las características de los productos o servicios que, a ojos de los clientes, satisfacen sus necesidades y que una mayor calidad capacita a la empresa para ser competitiva, aumentando la cuota de mercado y satisfaciendo a los clientes.

Ciertamente los autores Zavala y Vélez (2020), definen la terminología como una herramienta clave para el posicionamiento del producto o servicio ofertado de manera diferenciada en el mercado de los negocios y en las necesidades de la población.

Acorde a las normas ISO 9000 (2023), se puede definir a la calidad como grupo de propiedades inherentes de un producto, sistema o proceso que ayudan a cumplir los requisitos de los clientes y demás partes interesadas 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.

Por consiguiente, en los estudios realizados por los autores en mención, se entiende que la gestión de calidad es una serie de elementos que forman una estrategia para implementar a una empresa con el fin de aumentar la satisfacción de sus clientes, su crecimiento y mejorando la calidad en el bien o servicio ofrecido.

##### 1.1.1. Principios de la gestión de calidad

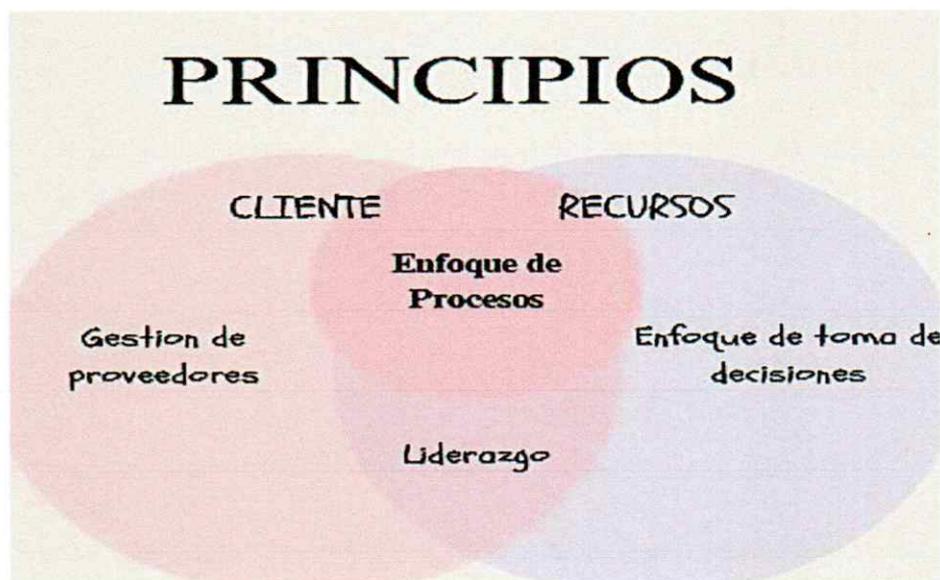
Uno de los componentes más importantes para Jabaloyes et al., (2020) en los principios de la gestión de calidad para dirigir y orientar a la organización a cumplir sus objetivos de manera exitosa son considerados los siguientes.

- Cliente, se debe comprender sus necesidades y cumplir con sus expectativas siendo la clave para satisfacer las exigencias de los consumidores y mantener su fidelidad.
- El liderazgo, el clima interno de la organización depende de la estrategia del mando establecido. Esta la participación del personal; la motivación de los integrantes de la organización genera un mayor compromiso, un mejor desempeño de sus tareas y reduce la incertidumbre en momentos de crisis.

- La gestión del talento humano encaminado al enfoque de procesos guía a cada área siendo parte del desarrollo global de la institución para alcanzar objetivos de manera eficiente.
- El enfoque de sistema para la gestión, relacionado a la gerencia y los proveedores donde se requiere llevar la acción los procedimientos establecidos por la organización que genera interacción entre cada elemento del sistema de gestión de calidad desarrollado a través de la confianza en la relación comercial, creación de alianzas estratégicas y abastecimiento asegurado.

### Ilustración 1

*Principios de la Gestión de la Calidad*



*Nota.* Gráfico adaptado de la fuente de Jabaloyes et al., (2020) y elaborado por Yordy Gómez

Guevara (2020) argumenta que los proveedores son la primera etapa de los procesos de la organización, por lo que, si en ellos no hay calidad, se presentan retrasos o no existe mejora, y esto afecta el potencial de mejora de la empresa. La mejora continua que evalúa el sistema de gestión de calidad es útil para obtener mejoras en los procedimientos.

El enfoque basado en hechos para la toma de decisiones, son análisis de datos cualitativos y cuantitativos que sirve para medir el desempeño de la organización. Para el estudio de esta dimensión del enfoque basado en hechos, se considerarán los indicadores de las decisiones tomadas en base a una información y registros objetivos de la eficacia de decisiones anteriores. Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información y deben tener objetividad, estar apoyadas en los datos y el análisis adecuado. (Arias, 2019)

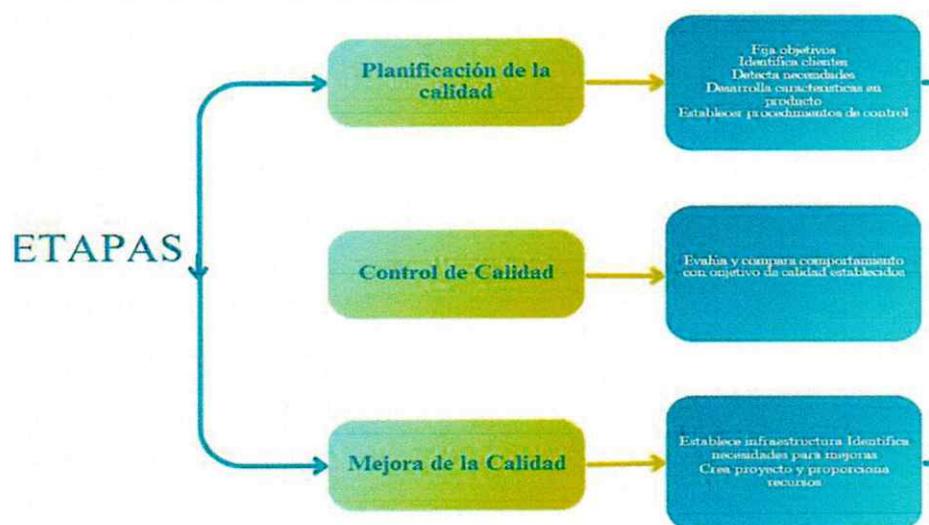
De los principios citados, son fundamentales para garantizar la calidad operativa, estos lineamientos facilitan la satisfacción de sus clientes, la atención en los requerimientos de los clientes, el liderazgo y la forma cómo este se ejerce en la organización y el trabajar por incentivar, administrar y delegar responsabilidad y compromiso de todo su talento humano para la mejora de la calidad; se requiere de compromiso para que fluya como un sistema de interrelaciones e interconexiones donde prevalezca el sistema de gestión de la calidad total, que, a pesar de exigir dedicación y esfuerzo, permitirá gozar de bondades y beneficios, traducidos en productos y servicios con calidad superior. (Amaya, 2020, p. 90)

### 1.1.2. Etapas de la gestión de la calidad

Desde la perspectiva de Rosero (2018), la gestión de calidad se la realiza a través de tres procesos denominados como planificación, control y mejora de la calidad planteados en la siguiente ilustración.

#### Ilustración 2

*Etapas de la Gestión de la Calidad*



*Nota.* Gráfico adaptado de la fuente de Briseño (2021) y elaborado por Yordy Gómez

La ilustración enfoca que la planificación de la calidad, consta de una serie de actividades para desarrollar productos y procesos requeridos que satisfacen requerimientos de clientes donde se requiere que se fijen objetivos de calidad como lo es identificar a los clientes, detectar sus necesidades y desarrollar características del producto y de procesos que puedan producir dichas características estableciendo controles a dichos procesos. La etapa del control de calidad es donde se evalúa el comportamiento de la calidad, se compara el comportamiento real con los objetivos de calidad previamente establecidos y tomar acción sobre las diferencias. En la última fase se procura elevar el comportamiento de la calidad hasta su máximo nivel estableciendo la

infraestructura que se necesita para mejorar anualmente la calidad e identificando necesidades específicas para mejora, crear cada proyecto un equipo responsable del mismo hasta su fin y proporcionar los recursos, motivación y la formación para que se diagnostique causas, fomenten soluciones y establezcan controles para que la calidad perdure. (Briceño, 2021)

### 1.1.3. Modelos de la evolución de la gestión de la calidad

De acuerdo a Chacón y Rúgel (2018), los modelos de gestión de calidad que se han aplicado a través del tiempo fueron estrategias originadas en Japón en la década de 1950, impulsada por las prácticas de control de calidad de William Edwards Deming, también denominadas círculos de Deming o espiral de mejora continua siendo un seguimiento que se hace de forma detallada sobre todos los procesos que se realizan y poder mejorar la calidad de los productos.

Luego llego una serie de personajes que transformaron el concepto detallando los aspectos más relevantes de la evolución de la gestión de la calidad.

**Tabla 1**

*Modelos de la Calidad*

Joseph M. Jurán	Trilogía de Juran Planificación de la Calidad Control de la Calidad Mejora de la Calidad	Definir mercado y su necesidad, características del producto y servicio, desarrollo de procesos productivos.  Comparar producto vs objetivos de calidad, establecer metas para la mejora continúa realizando proyectos para solucionar problemas y planificar el alcance de las metas registrando los resultados.
Kaoru Ishikawa	Normalización industrial para fortalecer la productividad. Siete herramientas técnicas (estadística de análisis de problemas): Cuadro de Pareto Diagrama Causa- Efecto(Diagrama de Ishikawa) Estratificación Hoja de verificación	Primero la calidad, luego la utilidad. El cliente es lo más importante (orientación hacia el cliente). Prevenir, no corregir, trabajo en equipo, compromiso de la alta dirección y resultados a largo plazo. Medir resultados, dar reconocimientos y proceso de mejora continua.

	Histogramas	Diagramas	de dispersión
Philip B. Crosby.	Cero Defectos, Primera Mejora de la Calidad en 14 pasos. Cultura Preventiva. Indica que los errores se producen por falta de conocimiento, de atención o ambos. Sugiere un cambio de mentalidad para lograr el estándar cero defectos.	Hacerlo Bien la Primera Vez, Proceso de Mejora de la Calidad en 14 pasos. Cultura Preventiva. Indica que los errores se producen por falta de conocimiento, de atención o ambos. Sugiere un cambio de mentalidad para lograr el estándar cero defectos.	Cuatro principios de la Calidad, según Crosby. Calidad se define como cumplir con los requisitos. El sistema de calidad es la prevención. El estándar de la realización es Cero Defectos. La medida de la calidad es el precio del cumplimiento.
TQM- Total Quality Management	Teoría de la Calidad Total. No se considera una herramienta de medición estadística, ni un proceso de control de calidad, sino una cultura de calidad y cambio organizacional.		Se centra en mejoramiento continuo, medición de la calidad, Cambio de cultura organizacional. Liderazgo. En la década de los 90, unido con CQI Continuos Quality Improvement promovió el programa TQM/CQI, con profundo impacto en el sistema de salud canadiense.
Kaizen. Ventaja Competitiva japonesa	Teoría de la Calidad Total de los japoneses. Kaizen sugiere que la variación de la calidad tiene impacto directo en los costos y en la gente		Indica que la cultura de la calidad se centra en la calidad de las personas, luego de los productos. Implica el ciclo E;H,R,A (estandarizar, hacer, revisar y actuar). Su enfoque es transversal, y es una adaptación del ciclo de Deming.

*Nota.* (Chacón y Rúgel 2018)

En el estudio realizado por González (2019), afirma que el control de calidad por inspección fue un modelo que se caracterizó por solucionar problemas que surgen a raíz de la uniformidad de los productos ya que en la época se daba la producción masiva. Se utilizó la inspección como un tipo de herramienta para buscar errores y era realizada por una persona diferente a la que se encargaba de ejecutar la actividad. Esta etapa tuvo lugar en el siglo XIX y

fue el momento en el que las empresas empezaron a hacer conciencia sobre la importancia de la calidad.

En relación al control estadístico del proceso, tuvo lugar en la década de los treinta y se enfocó en los procesos y en nacimiento de diferentes métodos estadísticos con el objetivo de lograr disminuir los costos de inspección y de encontrar problemas relacionados con la calidad de los productos. Fue un modelo que se basó en la visión de la calidad como una situación que debía de ser solucionada enfatizando la uniformidad en los productos. (Briceño, 2021)

Por otro lado la gestión de calidad total implementa en el método Kaizen estudiada por Chacón y Rúgel (2018), para generar mejoras, en pequeñas acciones sin requerir de grandes inversiones con la participación de todos los miembros de la organización para implementar respuestas de manera rápida evitando los desperdicios que puedan surgir en el sistema de producción. En lo relacionado con la administración total de la calidad se presentó en la década de los años 90 , el mercado y las necesidades del consumidor pasaron a ocupar lugares importantes, si los procesos eran realizados de forma correcta, los productos serían los que en realidad se esperaban con el principal objetivo de satisfacer a los clientes.

La gestión de la calidad actualmente se basa en que la empresa fundamente sus procesos con elementos que la conforman con el único propósito de garantizar un desempeño permanente y evitar cambios inesperados. En suma, los modelos de gestión de la calidad presentados en una visión general, pretenden con su incorporación en la empresa atender con eficacia diversas fases de forma sistemática; lo que conlleva a mejores niveles de productividad incrementando a su vez la competitividad organizacional.

## **1.2. Definición de servicio al cliente**

El termino de servicio al cliente es considerado según Baque (2022), como el aspecto más importante en el mundo de los negocios donde su finalidad es cumplir los requerimientos del cliente durante la adquisición de un producto o servicio y garantizar que todas las actividades de las organizaciones contribuyan a satisfacer sus necesidades.

Desde el punto de vista de Duque (2021), donde sostiene que el servicio brindado al cliente es la acción y efecto de servir, siendo un tipo de bien económico y de trabajo realizado para otras personas efectuando actividades, beneficios o satisfactores que se ofrecen para su venta o que se suministran en relación con las ventas.

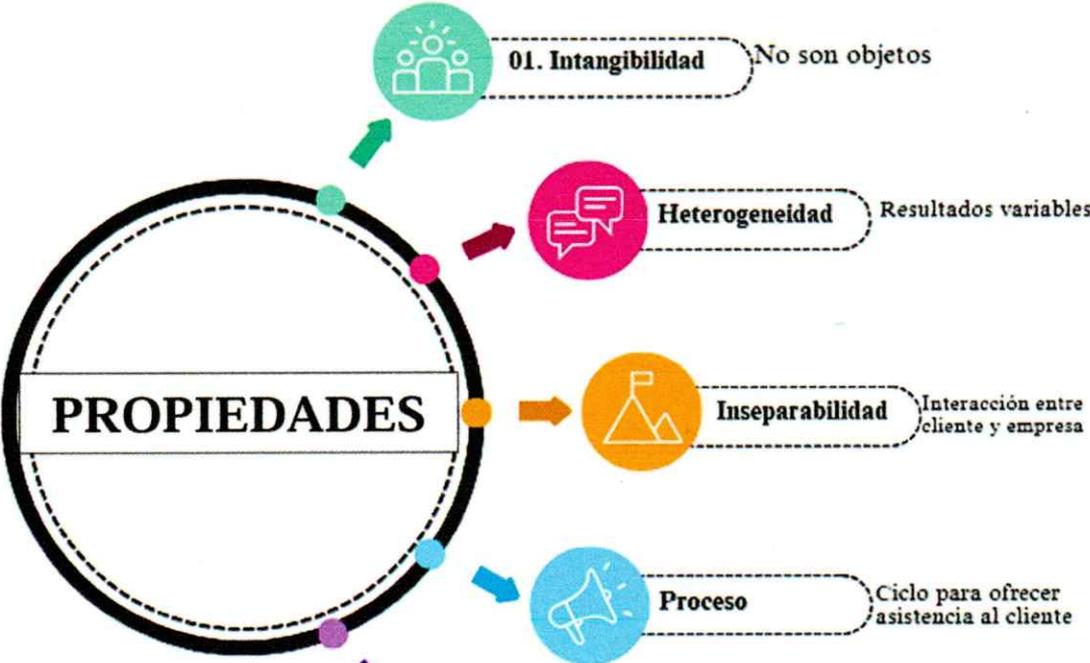
Por tanto, queda entendido que servicio al cliente son prácticas que se realizan antes, durante y después de la venta de un bien o servicio para lograr la satisfacción del cliente obteniendo su confianza y preferencia, para lo cual se ofrece por un valor monetario a un individuo de forma intangible pero que su producción beneficia al consumidor siendo prestaciones que una organización asegura con eficiencia operativa.

**1.2.1. Propiedades**

Como lo denomina Herrera et al., (2021); de las propiedades fundamentales de los servicios se encuentra la intangibilidad que son resultados y no pueden ser verificados por el consumidor antes de su compra , está la no diferenciación entre producción y entrega que por su alto contenido de trabajo son heterogéneos donde los resultados de su prestación pueden ser muy variables por eso es difícil asegurar una calidad uniforme y la inseparabilidad de la producción y el consumo es decir son indisociables en capital humano con una interacción entre el cliente y la empresa de servicios afectando la calidad y su evaluación.

**Ilustración 3**

*Propiedades del Servicio*



*Nota.* Gráfico adaptado de la fuente de Herrera et al., (2021) y elaborado por Yordy Gómez  
La presente adaptación se enfoca como una ayuda para el prestador de servicios. El concepto de ciclo de servicio ayuda a miembros de la empresa a ofrecer asistencia a los clientes, permitiéndoles organizar las imágenes mentales de lo que ocurre.

### 1.2.2. Características

Las características del servicio pueden ser varias según lo identifico el autor Mejía (2019), al describir la disponibilidad, accesibilidad, cortesía, agilidad, confianza, competencia y comunicación que sirven para el aprovechamiento de sus beneficios por las organizaciones donde se estudia la actitud de servicio, satisfacción del usuario, el carácter transitorio, inmediatista y variable de los servicios ya que se requiere una actitud positiva, dinámica y abierta, toda la actividad se sustenta sobre bases éticas.

#### Ilustración 4

*Características del Servicio al Cliente*



*Nota.* Gráfico adaptado de la fuente de Mejía (2019) y elaborado por Yordy Gómez  
Con un breve análisis se expone que un servicio siempre debe estar disponible cuando el cliente lo necesite; además influye que tan accesible es para los clientes contactar al proveedor en el período en que está disponible. La cortesía es el comportamiento que demuestra el ofertante; así pues, es necesario medir la agilidad en la que la empresa satisface el requerimiento del consumidor y si el servicio es confiable al tener las habilidades precisas para ser adquirido y la forma de cómo se comunica el proveedor con sus clientes, compañeros debe ser con un lenguaje, simple, claro y de fácil entendimiento.

### **1.2.3. Importancia**

La forma en que se atiende a un cliente tendrá un impacto negativo o positivo para la empresa; Duque (2020) considera importante brindar un excelente servicio al cliente llegando a ser un punto promocional para las ventas y tiene en cuenta que el atraer un nuevo cliente es seis veces más caro que mantener uno, por ello las compañías se han visto en la necesidad de optar por asentar por escrito, como ser actuará en los servicios que se va a brindar, los clientes son más sensibles al servicio que reciben de sus suministradores, debido a la mayor competencia que existen en los mercados y la diversidad de estrategias que utilizan para satisfacer a sus clientes.

De ahí, lo que postula Tschohl (2019) en su libro el alma secreta de la empresa es que el empleado ya no presta un servicio, sino que es parte del mismo, lo que significa que la calidad ya no es una ejecución satisfactoria de la tarea asignada, sino que se define como el resultado de los momentos de verdad que el cliente ha experimentado.

Lo que sostiene Najul (2023), es que son los filtros perceptuales del consumidor los que modifican su evaluación de la experiencia en términos de los procesos técnico y funcional y su estudio de la calidad del servicio ayuda al personal a conocer el punto de vista del cliente considerándolos como un elemento técnico y la entrega del servicio como elemento funcional.

A estos efectos se comprende que las empresas no solo se limitan a la atención que se le da al cliente al momento de atender sus pedidos o reclamos, venderle un producto o servicio, también abarca actividades y prácticas que se realizan cuando no se está interactuando directamente con el cliente.

### **1.2.4. Factores para la calidad del servicio**

Una empresa o negocio brinda un buen servicio al cliente cuando ha trabajado para lograr la calidad del servicio evaluando factores o aspectos que permiten dominar el mercado, descubriendo que los clientes son personas y considera el servicio a clientes con la misma atención que con las decisiones que se adoptan en las áreas financieras o estadísticas.

### Ilustración 5

*Factores en Calidad del Servicio al Cliente*

#### Descriptorios de la variabilidad del desarrollo del servicio



*Nota.* Fuente de Najul, 2023

Dentro de los factores que influyen en la calidad del servicio está la apariencia y el trato amable para que el cliente no elija a la competencia, el esfuerzo y dedicación del servidor y su empatía garantiza además la seguridad del consumidor. No obstante, se evalúa también la factibilidad y duración del servicio, no basta con atender al cliente con amabilidad, sino que también es necesario atenderlo con rapidez. Los servicios adicionales pueden incluir garantía o un costo adicional, pero los que mejores resultados suelen tener al momento de buscar la satisfacción del cliente son los que forman parte del producto o servicio principal, y no son esperados por el cliente, ya que le dan un valor agregado. Una eficiente administración del servicio requiere comprender al mercado y al personal tan bien como las operaciones.

## Capítulo II

### 2. Diagnóstico

#### 2.1. Diseño metodológico

En la elaboración de esta investigación, se utilizará metodología mixta de tipo exploratorio y analítico para examinar los efectos del servicio que brinda la cooperativa de taxis Ciudad de Bahía detectando el déficit en su administración. Con la investigación exploratoria se pudo recolectar datos que consintieron identificar posibles causas que afectan la calidad del servicio que imparte la cooperativa y con la investigación analítica se adquirió información específica para ajustar un modelo de gestión de calidad y aminorar las falencias halladas en la organización.

#### Métodos teóricos

##### Método documental

La investigación documental es un procedimiento científico, proceso sistemático de indagación, recolección, organización, análisis e interpretación de información o datos en torno a un determinado tema adaptando el documento escrito en sus diferentes formas como documentos impresos, electrónicos y audiovisuales, lo que busca especificar son las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. (Lince, 2020)

El estudio aplica la metodología documental para comprender elementos teóricos que identifiquen los modelos de gestión de calidad en el servicio al cliente que pueden aplicarse a la cooperativa de taxis y de esta manera poder ejecutar un plan de mejoras.

##### Método analítico

El enfoque analítico evalúa el tema de investigación de una perspectiva constructiva, lo que interpreta Hernández (2018) es que el método consiste en la desmembración de un todo descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, naturaleza y los efectos, el análisis es la observación y examen de un hecho en particular.

Este método guía de forma objetiva para la interpretación de resultados hallados en la cooperativa creando un criterio sustentado la estructura teórica de acuerdo con su función durante el proceso de investigación.

## **Métodos empíricos**

### **Método exploratorio**

Citando a Zafra (2023,) considera en sus estudios que este tipo de investigaciones se realiza cuando el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido y cuando aún, sobre él, es difícil formular hipótesis precisas o de cierta generalidad y que, por su novedad, no admite todavía una descripción sistemática o cuando los recursos que dispone el investigador resultan insuficientes para emprender un trabajo más profundo.

El proyecto se ajusta al método exploratorio para utilizar instrumentos como son la entrevista y la encuesta que logren hallar el comportamiento de los usuarios y conocer la tendencia o las preferencias de los mismos.

### **Encuesta**

La encuesta es una búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados sobre las variables que intervienen en una investigación o sobre una población o muestra determinada. A diferencia del resto de técnicas es que es realizada a todos los entrevistados con las mismas preguntas, en el mismo orden, y en una situación social similar. El programa de investigación aplica una encuesta dirigida a clientes del servicio de taxis con el fin de dar a conocer las preferencias de los usuarios de las unidades de movilización.

### **Entrevista**

La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación analítica para obtener hallazgos que definen los hechos y poder evaluar criterios para determinar soluciones de forma más acertada. (Díaz, 2023).

El instrumento está dirigido al personal que conforma la cooperativa distribuido al área administrativa y operativa; se cuenta con el diseño de preguntas basadas en conceptos de las variables de estudio, con la finalidad de reunir información relevante que contribuya al

desarrollo del proyecto. La entrevista fue aplicada al gerente, secretaria y dos socios conductores.

## **Instrumentos**

### **Fichas de observación**

Como instrumento de evaluación se ha realizado una ficha que registran datos recopilados durante la observación de campo de manera más organizada con el fin de identificar las necesidades de los clientes y procesar la información con exactitud y precisión.

### **Cuestionarios**

Se ha elaborado una estructura de preguntas abiertas y cerradas para explorar las opiniones del personal de la cooperativa y de los usuarios del servicio además de reconocer los patrones y características de los participantes del proyecto en relación a la gestión de calidad y servicio al cliente.

## **Población y muestra**

### **Población**

La población permite identificar el universo con el que se va a trabajar, Ventura (2019) indica que la población es un conjunto de elementos que contienen características que se pretenden estudiar, esperando que la parte observada sea representativa de la realidad; para esa forma garantizar las conclusiones extraídas en el estudio.

Teniendo en cuenta a López (2022), donde enfatiza que la población es un subconjunto o parte del universo en que se llevará a cabo la investigación. Por consiguiente en el estudio realizado por Murillo y Delgado (2023), en su análisis del sistema de transporte urbano en el cantón Sucre detalla en base a datos obtenidos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal y de las Cooperativas de transporte legalmente constituidas en la ciudad; indagó la frecuencia en el desplazamiento de habitantes y visitantes del canton que son usuarios del sistema de transporte y considerando una población de 30.103 habitantes según INEC (2010), identifica que el desplazamiento de taxis es el segundo medio de movilización mas utilizado con un numero promedio de personas desplazadas en cada carrera de 1.32 pasajeros y con una demanda de 205 carreras por día en 152 unidades, para cada uno de los medios de movilización disponibles, con los expuesto se menciona que la población segmentada en éste estudio es infinita es decir que

esta conformada por los usuarios que requieren por dia el servicio y por todos los conductores que trabajan en la cooperativa.

### Muestra

Cuando la población no se muestra con exactitud, pero sin duda alguna resultan satisfactorias para ciertos propósitos de investigación con mayor frecuencia obedecen a que los investigadores obtengan muestras representativas, la muestra es aquel tipo de datos que se desea recoger y el medio que se emplea influye en la menor o mayor reducción de la muestra seleccionada. (Cruz del Castillo, 2021).

Para fines concluyentes el presente trabajo tiene una muestra calculada mediante formula que obtiene un margen de error del 10 % para calcular su valor total detallado en la ilustración.

### Ilustración 6

*Cálculo de Tamaño de la Muestra*

$$n = \frac{N * p * q * Z^2}{e^2(N - 1) + p * q * Z^2}$$

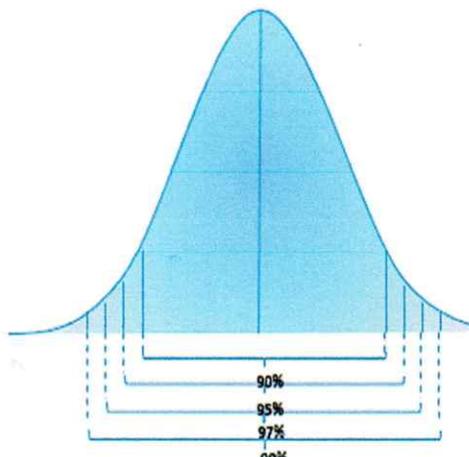
INTRODUZCA EL MARGEN DE ERROR DESEADO e  
 INTRODUZCA EL VALOR DE p  
 INTRODUZCA EL VALOR DE q

10,0%
0,5
0,5

Error maximo recomendado 7%  
 SI NO CONOCE p Y q SE DEJA 0,5 Y 0,5  
 SIEMPRE p+q=1

TAMAÑO DE LA MUESTRA DE ACUERDO AL ERROR Y AL NIVEL DE CONFIANZA DESEADO	
TAMAÑO DE LA MUESTRA PARA UN N. DE CONF. DEL 90%=	68
TAMAÑO DE LA MUESTRA PARA UN N. DE CONF. DEL 95%=	96
TAMAÑO DE LA MUESTRA PARA UN N. DE CONF. DEL 97%=	118
TAMAÑO DE LA MUESTRA PARA UN N. DE CONF. DEL 99%=	166

p = PROPORCION ESPERADA QUE CUMPLE LA CARACTERISTICA DESEADA  
 q = PROPORCION ESPERADA QUE NO CUMPLE LA CARACTERISTICA DESEADA



*Nota.* Elaborado por Yordi Gómez

## 2.2. Análisis e interpretación de encuesta y entrevista

### 2.2.1. Análisis de datos de encuesta realizada a usuarios de la cooperativa de taxis Ciudad de Bahía.

#### 1. ¿Cómo calificaría su nivel de satisfacción general con el servicio de la Cooperativa de Taxis Ciudad de Bahía?

**Tabla 2**

*Nivel de Satisfacción Clientes*

Satisfecho	20	29%
Insatisfecho	39	57%
Muy molesto	9	13%
	68	100%

*Nota.* Elaborado por Yordi Gómez

#### **Análisis**

La encuesta considera que un 57,4% de los participantes señalaron que se sienten insatisfechos con el servicio de taxis de la cooperativa, el otro 29,4% se encuentran satisfechos y el 13,2% se sienten incomodos con su gestión de calidad, resultados que demanda un análisis a fondo que evalúe como están llevando los protocolos de calidad en la cooperativa.

#### **Interpretación**

Dados los resultados cuantitativos, se revela que la población que hace uso de los taxis de la cooperativa no se sienten satisfechos, lo que es el efecto de una calidad deficiente del servicio, que se da cuando el colaborador no atiende adecuadamente al cliente o se da por tarifas elevadas y por impuntualidad cuando se requiere de la unidad, por esta razón se procede a indgar los demás aspectos que den respuesta a las tareas de esta investigación.

#### 2. ¿Con qué frecuencia utiliza los servicios de la cooperativa de taxis?

**Tabla 3**

*Frecuencia Usuarios*

Diariamente	11	16,18%
Semanalmente	29	42,65%
Ocasionalmente	28	41,18%
	68	100%

*Nota.* Elaborador por Yordy Gómez

## **Análisis**

En las ilustraciones se observa que el 42,6 % de los clientes, utilizan semanalmente el servicio de taxis, 41,2% lo usan de forma ocasional. El resultado restante del 16,2% son los usuarios que lo usan a diario. Resultados que reflejan que la mayoría de los encuestados usan de vez en cuando el servicio de taxis.

## **Interpretación**

En la actualidad por temas de seguridad se ha incrementado el uso de medios de movilización particulares evitando estar expuestos como peatones y así poder realizar sus tareas de rutina, este informe revela que principalmente los usuarios acuden a la cooperativa de forma ocasional y muy pocos lo usan a diario lo que significa que existe otra cooperativa que tiene mayor aforo de clientes siendo un dato que afecta la permanencia de la cooperativa en el mercado.

### **3. ¿Cómo considera el medio de transporte en términos de higiene, comodidad y presentación?**

**Tabla 4**

*Confort Clientes*

Excelente	13	19,12%
Regular	37	54,41%
Malo	18	26,47%
	68	100%

*Nota.* Elaborador por Yordy Gómez

## **Análisis**

Entre los resultados obtenidos, existe la evidencia de que el servicio que brinda la cooperativa un 54,4% coincidió que es regular, el 26,5% comento que es malo y solo el 19,1% indico que el servicio es excelente. Con estos hallazgos se comprueba que la cooperativa requiere un mejoramiento en la gestión de calidad presentada en sus servicios.

## **Interpretación**

En relación a la presentación de las instalaciones de la unidad móvil, se obtiene que los clientes recalcaron que es de aspecto regular, la carrocería puede ser moderna pero la disciplina, la instrucción de crear en los colaboradores mandatos de limpieza y detalles que brinden confort al cliente son impartidos dentro de la planificación organizacional.

#### 4. ¿Cómo calificaría la puntualidad de los taxis en la Cooperativa Ciudad de Bahía?

**Tabla 5**

*Tabla Puntualidad*

Excelente	7	10,29%
Buena	19	27,94%
Mala	42	61,76%
	68	100%

*Nota.* Elaborador por Yordy Gómez

#### **Análisis**

De la población encuestada, se destaca que el 61,8% siendo la mayoría de clientes que calificaron la puntualidad como ineficiente, el 27,9% consideró que es puntual el servicio y solo un 10% indicaron que la puntualidad era excelente.

#### **Interpretación**

Existe un déficit notorio en la Cooperativa Ciudad de Bahía relacionado con la puntualidad, datos comprobados detallan que el cliente no está satisfecho con la puntualidad y esto se da probablemente por las pocas unidades de taxis que tiene la cooperativa en relación a la demanda del día. La suscripción de conductores es baja, llegando al mismo hallazgo, que los colaboradores inscritos están descontentos y no están de acuerdo con las políticas internas de la dirección.

#### 5. ¿Considera que el tiempo de espera para solicitar un taxi es adecuado?

**Tabla 6**

*Tiempos*

Si	25	36,76%
No	43	63,24%
	68	100%

Elaborador por Yordy Gómez

#### **Análisis**

En relación al tiempo que demora en llegar al domicilio el taxi, en su gran mayoría coincidieron que no era adecuado el manejo con la espera, el 36,8% asevero que, si lo era, datos que representan el descontento con la agilidad del servicio.

## Interpretación

Los resultados indican que se presenta un porcentaje elevado de molestias con el tiempo de espera, los pasajeros por varias razones contactan una línea de taxi, por lo general se da al tener una emergencia o simple afán en llegar a un sitio determinado, entonces si un transporte de taxi es demorado el cliente tiende a frustrarse y no volver contactar el servicio, lo que ocasiona que el servicio de la cooperativa no cumpla con la expectativa de tiempo de espera que recibe el cliente.

### 6. ¿Cómo calificaría el trato de los conductores de los taxis?

**Tabla 7**

*Trato al Cliente*

Excelente	6	8,82%
Buena	23	33,82%
Mala	39	57,35%
	68	100%

*Nota.* Elaborador por Yordy Gómez

## Análisis

Los usuarios del servicio percibieron tener un excelente trato con el 8,8% y con un 57,4% los que calificaron el trato del conductor como malo, cifras que demuestran que hay poca motivación por parte del equipo de trabajo de la cooperativa.

## Interpretación

Evaluando el informe estadístico; se percibe que el equipo de colaboradores no esta de acuerdo a las normas implantadas en la organización, se entiende que hay un alto porcentaje de los clientes que calificaron negativamente los servicios de calidad, dando a conocer que la conducta del transportista es errónea, el diseñar un grupo de acciones correctivas de calidad permiten inicialmente diagnosticar los diferentes factores que están afectando la inconformidad del conductor con la cooperativa.

## 7. ¿Qué opina acerca de las tarifas de la cooperativa son?

**Tabla 8**

### *Tarifa de Cooperativa*

Elevado	39	27,35%
Bajo	12	17,65%
No conocimiento	17	25%
	68	100%

*Nota.* Elaborador por Yordy Gómez

### **Análisis**

En relación a los precios que maneja la cooperativa de taxis, el 57,4% de los participantes consideran que las tarifas son elevadas y lo que representa otro hallazgo es que existe un 25% de la población encuestada que no está informada de las tarifas. El 17% restante determinaron que los precios son asequibles y manejables.

### **Interpretación**

Dentro de la información cuantitativa suministrada; se tiene un hallazgo interesante para el beneficio de la cooperativa, existe un porcentaje que refleja del poco conocimiento de las tarifas de transporte en el mercado, lo cual se da por la comunicación ineficiente del departamento de publicidad que opera en la cooperativa.

## 8. ¿Usted recomendaría los servicios de la cooperativa?

**Tabla 9**

### *Preferencias cliente*

Si	10	14,71%
Quizá	27	39,71%
Nunca	31	45,59%
	68	100%

*Nota.* Elaborador por Yordy Gómez

### **Análisis**

Los presentes resultados son desfavorables y evidencian que el 45,6% no recomendarían el servicio, no obstante, existe un 45,6% que probablemente si lo hagan, solo un 14,7% si realizarían la recomendación.

## Interpretación

Con los datos analizados se puede interpretar que los servicios ofrecidos por la cooperativa no están siendo considerados de buena calidad, por lo que el usuario rechaza y aqueja de las bondades del servicio. Se revisa que los usuarios manifiestan que el trato emitido por el colaborador no es el mas óptimo como para recomendarlo y sus posibles causantes se da por la inexperiencia y metodologías erróneas que recibe el conductor en las directrices internas de la administración.

### 9. ¿Optaría por elegir otra cooperativa?

**Tabla 10**

*Recomendaciones del cliente*

Si	45	66,18%
Quizá	14	20,59%
No lo creo	9	13,24%
	68	100%

*Nota.* Elaborador por Yordy Gómez

## Análisis

Se observó que 66,2% de los participantes del estudio comentaron que si acudirían al servicio de otra cooperativa demostrando que la cooperativa no posee la fidelidad del cliente ni domina el mercado.

## Interpretación

La muestra poblacional encuestas revelan cifras que colocan en desventaja a la cooperativa ante la competencia, no solo refieren con buena calificación a otras cooperativas, peor aún la mayoría buscan otra opción de un eficiente servicio de taxis , esta respuesta de impacto negativo se da debido a temas de impuntualidad, tarifas elevadas y principalmente un trato informal del colaborador hacia el cliente, los conductores pueden no estar motivados o satisfechos con el clima laboral de la cooperativa.

## 2.2.2. Análisis de datos de entrevista realizada al personal de la cooperativa de taxis Ciudad de Bahía.

Tabla 11

Resultados de la Entrevista

Pregunta	Análisis de respuesta
1.¿Cuáles son los principales indicadores de calidad que utilizan para medir el servicio que ofrecen a los clientes?	Mediante el instrumento se conoció que en el departamento administrativo no existe documentación que defina una gestión por procesos, los asociados conductores señalaron que para la planificación y la toma de decisiones la realiza la asamblea general conformada por 53 socios todos los socios, los mismos son los que aprueban el ingreso de nuevos estatutos.
2.¿Existen procedimientos estandarizados que guíen la interacción de los conductores con los clientes? Si es así, ¿puede describir algunos de ellos?	Los entrevistados desconocen del procedimiento, el vocal administrativo, secretario y asociados alegaron que se necesita un curso para tener una mejor preparación para poder mejorar el servicio al cliente, si existe inconformidad de parte del usuario, de forma progresiva harán uso de una unidad informal de movilización.
3.¿Qué tipo de capacitación reciben los conductores para garantizar un servicio al cliente de alta calidad? y si es así cada que tiempo son capacitados?	Los integrantes de la cooperativa no han recibido capacitaciones o instrucciones de ninguna especialidad, no están preparados para la captación de clientes ni les han dado recursos académicos para procurar el confort del cliente.
4.¿Cómo gestionan las quejas o reclamaciones de los clientes, y qué medidas se toman para resolverlas de manera eficiente?	Los entrevistados tienen una política informal que consiste en contactar al usuario afectado por la mala atención y ofrecer una disculpa, pero no existe un filtro administrativo que de seguimiento al tratamiento de reclamos.
5.¿Qué tan importante es la satisfacción del cliente en la cultura de trabajo de la cooperativa de taxis y qué mecanismos de retroalimentación tienen para conocer la satisfacción de los clientes?	En relación a la cultura organizacional, es primitiva puesto que el equipo de trabajo vela por sus propios intereses, no existen acciones para mitigar brechas en la aplicación de herramientas de gestión de calidad de servicios al cliente.

Nota. Elaborador por Yordy Gómez

### 2.2.3. Análisis Ficha de observación

**Tabla 12**

*Guía observatoria*

Parámetros	Detalle	Estado			
		Satisfecho	Regular	Malo	No tiene
Calidad del servicio	Higiene		X		
	Confort			X	
	Carrocería	X		X	
Tecnología del servicio	GPS				X
	Unidad de radio				X
	Taxímetro				X
Seguridad del servicio	Licencia	X			
	Identificación	X			
	documentación al día	X			
Atención al cliente	Empatía		X		
	Trato respetuoso		X		
	Participación activa		X		

*Nota.* Elaborador por Yordy Gómez

### 2.3. Análisis cruzado de información

El presente estudio devela a partir de la recopilación de datos que proyectaron las encuestas dirigidas a los clientes dando a conocer que el servicio de la cooperativa es de baja calidad en el aspecto de la atención, comodidad, puntualidad y comunicación. Su gestión actual carece de una metodología o plan de calidad en los servicios brindados a la ciudadanía.

Por otra parte, en las entrevistas realizadas a los administradores y socios sobre la gestión de calidad en la Cooperativa de taxis Ciudad de Bahía; se demuestra que la organización no presenta ningún tipo de documentación que abarque políticas ni protocolos de calidad al

servicio del cliente, de igual manera los participantes señalaron que no cuentan con herramientas prácticas para evaluar la satisfacción del usuario afectando directamente al representante legal y dueños de la cooperativa al no tener información directa que le permita tomar buenas decisiones en la gestión de calidad de los servicios que ofrece al mercado.

En la misma línea se observó que los socios de la cooperativa no han recibido formación continua ni charlas relacionadas con técnicas de planificación en los servicios de calidad al usuario, además se percibió cierta inconformidad por parte de los asociados conductores en cuanto a las relaciones interpersonales y la sobrecarga de trabajo siendo muy perjudicial para la productividad y rentabilidad de la cooperativa.

Resultados similares se dieron en el estudio de Ocaña (2020), esclarece que se debe mejorar continuamente los problemas detectados y ocasionados en los servicios que ofrece la operadora de taxis Macaji en la ciudad de Riobamba y por ello sugiere un sistema de gestión encaminada a la calidad basado en la norma ISO 9001 para aminorar los defectos del servicio y satisfacer las necesidades de transporte del cliente.

Al contrario de la referencia del autor citado anteriormente, en el artículo de Lara et al., (2022) describe información mediante encuestas de socios y accionistas de las operadoras de taxi convencional para conocer sus opiniones; ellos cuentan con documentación, poseen un organigrama con jerarquías y responsabilidades claras, pero al momento de requerir dirección de las políticas no se aplica una gestión empírica debido a que no cuentan con herramientas adecuadas para la prestación del servicio.

La investigación refleja la necesidad de implementar un diseño de gestión de calidad que contribuya a mejorar el servicio al cliente adaptando un modelo que contiene procedimientos en sus diferentes fases operativas, guía que facilita estrategias para reconocer las falencias y fortalecer las acciones del personal en las diferentes etapas de trabajo.

Con la aplicación de capacitaciones periódicas relacionados con las características propias de la empresa y el sistema de gestión de calidad de servicio al cliente se concibe una participación activa e integración del equipo de trabajo mejorando las relaciones de los asociados con los directores de la cooperativa.

## Capítulo III

### 3. Diseño de la propuesta

#### 3.1. Tema de la propuesta

Diseñar un modelo de gestión de la calidad para la mejora del servicio en la Cooperativa de taxis Ciudad de Bahía.

#### 3.2. Antecedentes

El primer taxi automóvil, con taxímetro incluido existente se remonta a 1904 en París, de la mano de Luis Renault, que lanzó sus coches pequeños de dos cilindros para taxis. Fue en este momento cuando también empezó a utilizarse la palabra taxi, abreviación de taxímetro, para referirse a ellos. (Comunidad Valenciana, 2018)

La idea original de reunir grupo de personas para consolidar cooperativas de transporte según fuente del diario La Hora (2018), nació en el marco de la Revolución Industrial, durante el siglo XX para que socios en la empresa tuvieran acceso a mejores condiciones posibles de precio y calidad o cooperativas de consumo, evitando intermediarios, para maximizar las rentas de los cooperativistas.

Según fuentes investigadas de la Alcaldía de Manta (2024) en la provincia de Manabí, el año de 1963 inicio la necesidad de constituirse un gremio para fortalecer en conjunto la economía del grupo de taxistas, en la actualidad existen 14 cooperativas de taxis están integradas a un sistema municipal de seguridad, conformadas con 3 comités con la participación de 177 socios, llamada la Unión de Cooperativas de Transporte de Pasajeros de Manabí acreditando a sus usuarios con sistemas modernos de vigilancia y cuenta con un excelente servicio.

La población del cantón Sucre tiene a su disposición entre las mas conocidas la cooperativa de Taxi Hospital Miguel H Alcívar y la Cooperativa de Taxis Caráquez Ltd, siendo un mercado muy competitivo, la Cooperativa de taxis Ciudad de Bahía se encuentra ubicada en Bahía de Caráquez, en Velasco Ibarra diagonal a las agua, tiene la necesidad de plantear una dirección de estrategias para gestionar la calidad hacia el cliente, la organización está compuesta por 53 socios, tienen un aporte mensual de \$40,00 mientras que los colaboradores tienen su aporte del mismo monto pero de forma anual.

De los datos investigados se observa que el grupo de trabajo se encuentra desmotivado, carecen de herramientas de mejora continua, lo que ocasiona una considerable pérdida de clientes; con la implementación del modelo de gestión de calidad que inicia desde la reestructuración organizativa del talento humano hacia la transformación en la calidad de la prestación del servicio.

### **3.3. Justificación**

Con los antecedentes mencionados es fundamental que la cooperativa disponga de políticas con requisitos establecidos detallados en cada actividad de la planificación del diseño propuesto. mejore las condiciones operativas que promueva el compromiso organizacional por parte de conductores hacia la cooperativa y con el cliente.

El plan de ejecución propuesto para mejorar el servicio que brinda la cooperativa de taxis Ciudad de Bahía, contiene parámetros de calidad necesarios para que el comité pueda apoyarse debido al poco conocimiento que se percibió en los procedimientos de intervención operativa realizada por los colaboradores hacia el cliente.

La propuesta fortalece el desarrollo en el ámbito financiero, comercial y social de la cooperativa suministrando procedimientos para evaluar la satisfacción en los usuarios siendo de gran utilidad para obtener información y elevar los estándares en el sistema de gestión de calidad de la cooperativa.

Si la cooperativa no satisface las expectativas de los usuarios o clientes, tendrá un corto ciclo en el mercado, dicho de otra manera, todos los esfuerzos sugeridos en la propuesta están encaminados principalmente en el cliente, a sus exigencias y en la atención que le brinda el conductor.

### **3.4. Objetivos**

#### **3.4.1. Objetivo general**

Diseñar un modelo de gestión de la calidad para la mejora del servicio en la Cooperativa de taxis Ciudad de Bahía.

#### **3.4.2. Objetivos específicos**

- Elaborar un diagnóstico situacional de la cooperativa de taxis Ciudad de Bahía con la finalidad de examinar su estructura interna y hallar las causas que generan los problemas abordados.

- Adaptar un modelo de sistema de gestión donde se detallen los procesos del servicio hacia el cliente.
- Desarrollar una política de calidad transmitida a través de una capacitación a todo el personal de la cooperativa para el conocimiento de las directrices determinando su respectivo cronograma de trabajo.

### 3.5. Desarrollo de la propuesta

En el presente capítulo se ofrece una adaptación de los modelos contemplados en el marco teórico basado en la teoría de la trilogía de Juran, encabezado por las fases de planificación, control y mejora de la calidad, dentro del mismo diseño se integraron herramientas de Kaoru Ishikawa como el diagrama de causas y efectos junto con sus respectivas estrategias de mejora que fortalecen la productividad y rendimiento en los procesos a realizar.

#### 3.5.1. Primera fase Análisis situacional

##### Estructura

El plan de implementación presenta información del organigrama donde se describe la conformación del directorio de la cooperativa para dar una referencia de las partes que intervienen en la toma de decisiones administrativas.

##### Ilustración 7

*Organigrama de la Cooperativa de transporte de pasajeros en taxis Ciudad de Bahía*



*Nota.* Información obtenida de la cooperativa

## Condiciones Internas

**Tabla 13**

*Diagnóstico Situacional*

<b>Operaciones</b>	<b>Falencias</b>
Recepción del cliente	Conductor no le brinda la información necesaria al cliente
Destino	existen índices en los que, durante el traslado, el cliente perciba que el auto no cumple con las condiciones requeridas
Servicios adicionales	Cuando el usuario necesita datos referenciales, el conductor ignora o desconoce de esa información y es considerado poco atento
Cancelación del servicio	El cliente por lo general no está de acuerdo con el precio del servicio
Condición laboral	Los colaboradores no reciben instrucción de leyes y normas comerciales al cliente
Relaciones laborales	La comunicación del equipo de trabajo se encuentra afectada en relación con la gerencia en consecuencia existe un escaso compromiso en los integrantes
Toma de decisiones	Las decisiones son aprobadas por la dirección del comité, los colaboradores no pueden aprobar sugerencias

*Nota.* Elaborador por Yordy Gómez

## Ilustración 8

*Estudio de causas del problema*



**Nota.** Adaptación del estudio de (Baque, 2022)

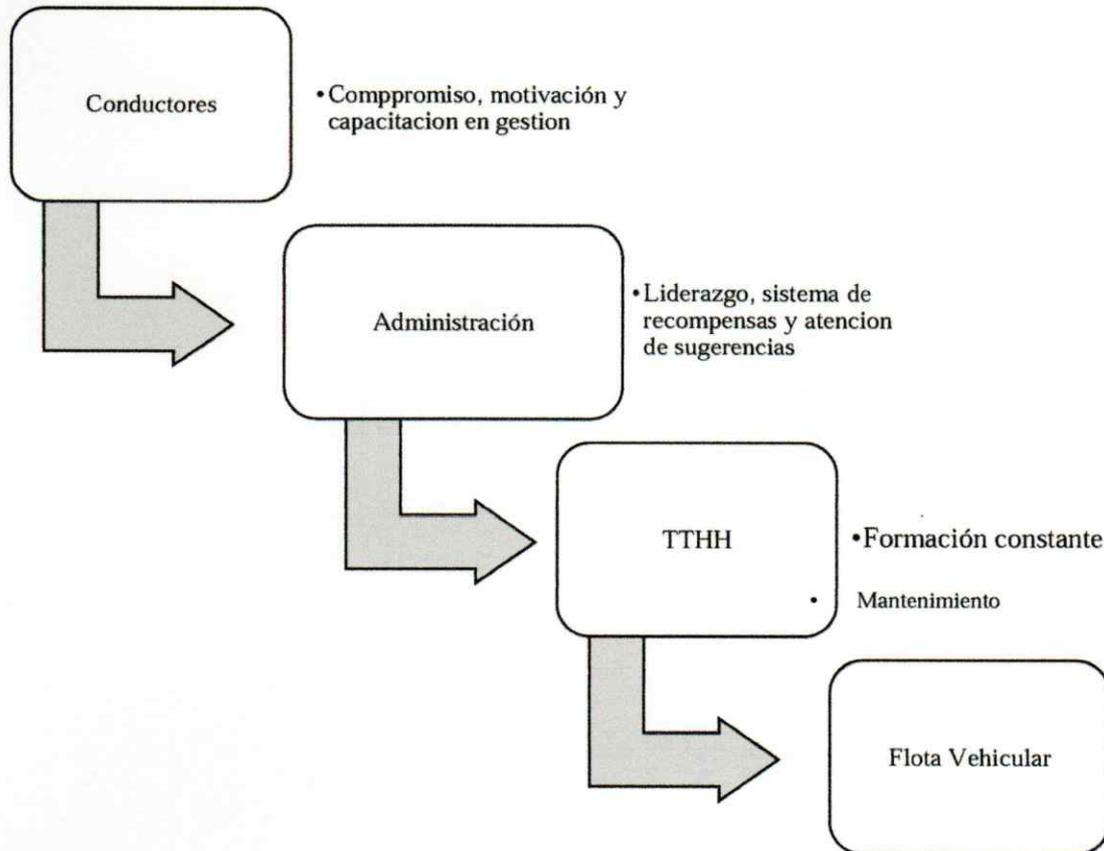
### 3.5.2. Segunda fase Dirección estratégica

La cooperativa requiere de un plan estratégico que le permita mitigar las deficiencias halladas en la administración, siendo necesario ejecutar lineamientos de cómo se va a adaptar el modelo de gestión de calidad guiado por un cronograma de trabajo.

## Elaboración de política organizacional

### Ilustración 9

*Estratificación del estudio de las causas*



*Nota.* Elaborador por Yordy Gómez

### **Políticas**

Para afianzar el cumplimiento de estrategias para mejorar el servicio de taxis a los usuarios; la cooperativa debe estar comprometida para mantener los reglamentos y directrices y de esta manera obtener resultados positivos en la productividad de la empresa.

Toda política interna de calidad debe cumplir con los siguientes aspectos:

### **Requisitos**

- Se deben revisar constantemente para evaluar su cumplimiento y resultados.
- Deben responder a la necesidad de los clientes.
- Es necesario que los lineamientos estén relacionados con las políticas de calidad de la cooperativa.
- Deben estar dirigido a todos los miembros de la organización.  Ser participados a todos los miembros de la institución.

### **Lineamientos:**

- Deben cumplir con los requisitos del sistema de gestión y del usuario
- Promover la participación activa e interacción de los integrantes incluido socios y directivos que conforman la cooperativa para fortalecer la unión en equipo
- Procurar aplicar más incentivos para la meta de participación positiva con el cliente, con el propósito de ofrecer mejores soluciones a sus necesidades de transporte.
- Aplicar el plan de gestión de la calidad en beneficio del talento humano y de los socios directivos.
- Aplicar de forma periódica los sistemas de evaluación que monitorean la mejora continua de los procesos del servicio y del sistema de gestión, y satisfacer las expectativas del cliente en cuanto al servicio de transporte en taxi dentro de la jurisdicción de la ciudad.

### 3.5.3. Tercera fase Planificación en gestión de calidad

El modelo de gestión en servicio de transporte aplicado en el estudio de Rosero (2018), será una guía para poder diseñar el diagrama para la cooperativa.

#### Ilustración 10

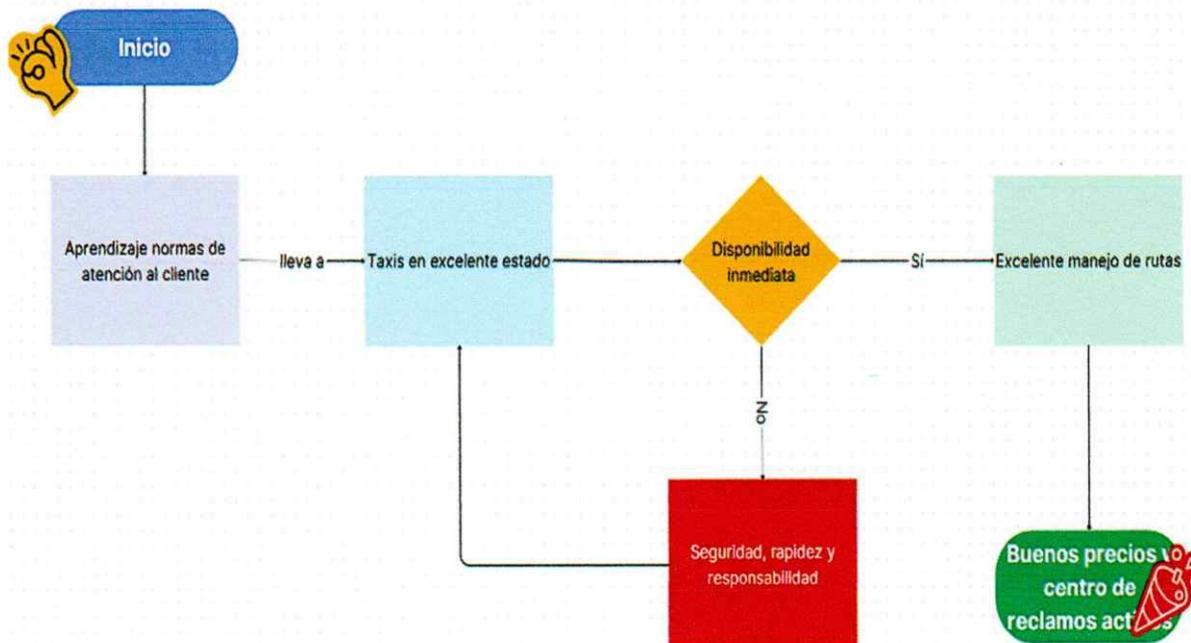
Proceso de servicio de transporte



Fuente: Adaptación del estudio de (Rosero, 2018)

#### Ilustración 11

Diagrama de ejecución



Elaborador por Yordy Gómez

**Tabla 14**

*Cronograma de ejecución de propuesta*

ACTIVIDADES:	SEMANAS																								Total actividad
	FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
Desarrollo de encuestas a clientes																									4
Investigación de datos de la Coperativa																									5
Aplicación diseño de sistema de calidad																									3
Seguimiento del plan de mejoras de la calidad del servicio																									3
Cumplimiento de la propuesta																									3
Creacion de modulos para el diseño de capacitacion al personal de la Cooperativa																									2
Adaptación y validación del programa de capacitación																									2
Visitas para acompañamiento a la realización de las practicas de calidad de servicio al cliente																									1
Seguimiento a la Cooperativa																									1
TOTAL:																									24

*Nota. Elaborador por Yordy Gómez*

**Tabla 15**

*Presupuesto de la propuesta*

<b>Detalle</b>	<b>Material</b>	<b>Costo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo total</b>
Desarrollo de encuestas a clientes	Impresiones	\$ 0,25	50	\$ 12,50
	Boligrafos			\$ -
Investigación de datos de la Cooperativa	Material digital e internet	\$ 20,00	1	\$ 20,00
Aplicación diseño de sistema de calidad	Tripticos informativos	\$ 0,50	20	\$ 10,00
Creacion de modulos para el diseño de capacitacion al personal de la Cooperativa	Folleto	\$ 0,50	20	\$ 10,00
Presentaciones en la adaptación y validación del programa de capacitación	Alimentacion de capacitadores y participantes para cuatro presentaciones	\$ 2,50	25	\$ 62,50
				\$ 115,00

*Nota.* Elaborador por Yordy Gómez

## **Conclusiones**

- Por medio de la investigación bibliográfica, se reunió información para adaptar un diseño de gestión de la calidad en la cooperativa de transporte de taxis Ciudad de Bahía basado en concepciones validadas por otros estudios científicos, el desconocimiento de los modelos de gestión de calidad ha afectado la satisfacción en los usuarios de taxis con el desempeño de sus conductores.
- El diagnóstico aplicó instrumentos de observación de campo para lo cual se obtuvo como hallazgo que la cooperativa no cumple con políticas de calidad ni sistemas de evaluación que monitorean la satisfacción al cliente limitando su crecimiento económico y productivo.
- El modelo del sistema de gestión de calidad propuesto cumple con un plan de capacitación para establecer medidas correctivas a las falencias encontradas y brinda herramientas fundamentales para contribuir a mejorar el servicio ofrecido y a su vez fortalecer el clima laboral de los socios y conductores de la cooperativa.

## **Recomendaciones**

- Se precisa realizar investigaciones que presenten datos estadísticos exactos de las líneas de desplazamiento urbano con la finalidad de emitir datos enfocados a la demanda de los usuarios de las cooperativas de transporte para mejorar la calidad de los servicios ofrecidos.
- Se recomienda que la cooperativa pueda implementar recursos digitales para tener acceso directo en evaluar al usuario con el servicio adquirido, con el propósito de que la Cooperativa pueda progresivamente satisfacer las necesidades de los clientes.
- Se requiere monitorear a la cooperativa por medio de visitas, de esta manera permita definir los aspectos que deben mejorar por medio de indicadores de calidad asegurando que exista motivación en el equipo de trabajo puesto que los colaboradores tienen interés en aprender a manejar de una mejor manera la satisfacción de sus clientes.

## Bibliografía

- Aguirre León, G., Serrano Orellana, B., & Sotomayor Pereira, G. (2017). El liderazgo de los gerentes de las Pymes de Machala. *Universidad y Sociedad*, 187-195. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v9n1/rus27117.pdf>
- Amaya, P. (2020). Estrategias para potenciar el aprendizaje . *Revista Venezolana de gerencia*, vol. 25, núm. 90.
- Arias Gómez, J., Villasís Keever, M. Á., & Miranda Novales, M. G. (2016). *El protocolo de investigación III: la población de estudio*. Ciudad de México: Revista Alergia México. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Arias, F. G. (Junio de 2019). *Revista Digital EFDeportes*. Obtenido de Metodología de la Investigación en las ciencias aplicadas al aporte, un enfoque cuantitativo: <https://www.efdeportes.com/efd157/investigacion-en-deporte-enfoque-cuantitativo.htm>
- Baque, M. (2022). Servicio de atención al cliente y su incidencia en el desarrollo de la compañía de transporte Mixta CTM 24 de mayo. *Dialnet*, 60-70.
- Briceño, G. (23 de FEBRERO de 2021). *EUSTON96*. Obtenido de EUSTON96: <https://www.euston96.com/gestion-de-la-calidad/>
- Casas Anguita, J., Repullo Labrador, J. R., & Donado Camposb, J. (2023). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Aten Primaria*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/82245762.pdf>
- Chacón Cantos, J., & Rúgel Kamarova, S. (2018). Teorías, Modelos y Sistemas de Gestión de Calidad. *Revista Espacios*, 22.
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional: La dinámica del éxito en las organizaciones*. (Segunda ed.). Mexico : The McGraw-Hill. Obtenido de [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/335680/Comportamiento\\_organizational\\_La\\_dinamica\\_en\\_las\\_organizaciones..pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/335680/Comportamiento_organizational_La_dinamica_en_las_organizaciones..pdf)
- Collado, C. F. (2014). *metodologia de la investigacion* . mexico: INTERAMERICANA EDITORES S.A.

- Comunidad Valenciana. (2018). *radiotaxivalencia.es*. Obtenido de <https://radiotaxivalencia.es/historia-del-taxi/#:~:text=El%20primer%20taxi%20autom%C3%B3vil%2C%20con,tax%C3%ADmetro%2C%20para%20referirse%20a%20ellos>.
- Couso, R. P. (2005). *Servicio al cliente. La comunicacion y la calidad del servicio en la atencion al cliente*. España: Vigo.
- Cruz del Castillo, C. S. (2021). *Metodología de la Investigación* (Primera ed.). Mexico, Mexico: Grupo Editorial PATRIA. Recuperado el 01 de 05 de 2018, de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/uleamecsp/reader.action?docID=3227245&query=metodologia+de+la+investigaci%C3%B2n>
- Delgado Torres, N. A., & Delgado Torres, D. (2003). El líder y el liderazgo: reflexiones. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 75-88. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1790/179018081005.pdf>
- Deming, E. (1982). concepto de calidad . En E. Deming, *concepto de calidad* . massachusetts: instututo de tecnologia.
- Díaz, L. B. (13 de Mayo de 2023). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Scielo*, 134-145. Obtenido de La entrevista, recurso flexible y dinámico: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-50572013000300009](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009)
- Duque Oliva, E. J. (2021). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar*, 64-80.
- Duque, G. (2020). El servicio al cliente y sus problemáticas actuales. *1Revista Criterios ISSN-e 2256-116 Vol. 23* , 383-396.
- Empresas y negocios*. (5 de agosto de 2021). Obtenido de Empresas y negocios: <https://concepto.de/gestion-de-calidad/#ixzz8mV8RcpQm>
- Fernandez. (s.f.).
- Folgueiras Bertomeu , P. (2016). La Entrevista. *Depósito Digital de la Universidad de Barcelona*. Obtenido de <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>

- García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *TELOS*, 01-27.
- González, A. (2019). Diseño de gestión de calidad. *Redalyc*, vol. XXIX 2008, (núm. 3), pp. 1-6.
- GRAUS. (2015). *ENCICLOPEDIA SIGNIFICADOS*. Obtenido de <https://www.significados.com/metodo-empirico/#:~:text=El%20m%C3%A9todo%20emp%C3%ADrico%20es%20un%20modelo%20de%20investigaci%C3%B3n,deben%20ser%20sometidas%20a%20prueba%20mediante%20la%20experimentaci%C3%B3n.>
- Guevara González, C. (2020). Principios de gestión de la calidad en servicios. *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 25, núm. 89.
- Hernández, G. (2018). *Repositorio de la Universidad del Estado de Hidalgo*. Obtenido de [https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P\\_Presentaciones/b\\_huejutla/2017/Metodo\\_Analitico.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/b_huejutla/2017/Metodo_Analitico.pdf)
- Herrera González, Y., Cantero Cora, H., & Leyva Cardeñosa, E. (2021). Gestión del servicio al cliente para lograr ventajas competitivas. *Ciencias Holguín* vol. 27, núm. 3, 1-9.
- Home, P. (2015). GESTION DE LA CALIDAD. *El portal de la gestión, calidad y mejora continua*, 2-5.
- Hutchinson Heath, S. M. (2014). El liderazgo, un desempeño efectivo. *Janium*. Obtenido de <https://mep.janium.net/janium/Documentos/liderazgo.pdf>
- Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censo. (s.f.). Cantón Sucre. *Ecuador en cifras*. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos\\_Censales/Fasc\\_Cantonales/Manabi/Fasciculo\\_Sucre.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantonales/Manabi/Fasciculo_Sucre.pdf)
- ISO. (2023). <https://www.iso.org/es/normas>. Obtenido de <https://www.iso.org/es/seguridad-informacion/gestion-cambios>
- Jabaloyes, J., Carot, J. M., & carrion., A. (2020). Introducción a la Gestión de la Calidad. En J. Jabaloyes, J. M. Carot, & A. carrion., *Introducción a la Gestión de la Calidad*. (págs. 13-21). Valencia: Universitat Politècnica de València?
- La Hora. (22 de Junio de 2018). Reseña Histórica de la cooperativa.

- Lara, J., Martínez, J., Moreno, J., & Ashqui, F. (2022). Modelo de gestión para el servicio de las operadoras de transporte comercial modalidad taxi convencional. *Polo del Conocimiento*, 2428-2443.
- Lince, V. E. (Julio de 2020). Metodología documental. *Revista de Psicología, Universidad de Antioquia Scielo*. Obtenido de Revista de Psicología, Universidad de Antioquia: <https://pepsic.bvsalud.org/pdf/rpsua/v2n2/v2n2a8.pdf>
- López, P. L. (2022). Población, muestra, muestreo. *Punto Cero*. Obtenido de <http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v09n08/v09n08a12.pdf>
- López, P. L. (2004). Población, Muestra y muestreo. *SCIELO*. Obtenido de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100012](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012)
- Marroquin Peña , R. (2012). Metodología de la investigación. *Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle*. Obtenido de [http://www.une.edu.pe/Sesion04-Metodologia\\_de\\_la\\_investigacion.pdf](http://www.une.edu.pe/Sesion04-Metodologia_de_la_investigacion.pdf)
- Martinez, M. P. (2014). *Atencion al Cliente*. Paraninfo.
- Mejía, M. C. (2019). Técnicas para perfeccionar la actitud en el servicio. En M. C. Mejía, *Técnicas para perfeccionar la actitud en el servicio*. México: Registro de la Cámara.
- Mirabal, D. J. (Febrero de 2019). Diseño de la investigación científica. *SCIELO*, 23-47. Obtenido de SCIELO- Los métodos teóricos: una necesidad de conocimiento en la investigación científico-pedagógica: [https://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2077-28742017000400021](https://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-28742017000400021)
- Morales, O. A. (2003). *Universidad de Los Andes*. Grupo Multidisciplinario de Investigación en Odontología. Obtenido de FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL Y LA MONOGRAFÍA: [http://www.saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/16490/fundamentos\\_investigacion.pdf;jsessionid=697AF5011F212EC460A35499AB1260BA?sequence=1](http://www.saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/16490/fundamentos_investigacion.pdf;jsessionid=697AF5011F212EC460A35499AB1260BA?sequence=1)
- Najul Godoy, J. (Mayo de 2023). El capital humano en la atención al cliente. *Pbservatorio Laboral*, 23-35. Obtenido de CreceNegocios.

- Ocaña, W. (2020). <http://dspace.esPOCH.edu.ec/>. Obtenido de Repositorio académico de la Universidad Politécnica de Chimborazo: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/14378/1/112T0166.pdf>
- Ortiz Ocaña, A. (2015). *Enfoques y métodos de investigación en las ciencias sociales y humanas*. Bogotá: Ediciones de la U. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=dTOjDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=dTOjDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Paitán, E. M. (2014). *Metodología de la investigación*. Colombia: Ediciones de la U.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2009). *Comportamiento Organizacional*. (Decimotercera ed.). Mexico: PEARSON EDUCACIÓN. Obtenido de [https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15550/mod\\_resource/content/0/ROBBINS%20comportamiento-organizacional-13a-ed-\\_nodrm.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15550/mod_resource/content/0/ROBBINS%20comportamiento-organizacional-13a-ed-_nodrm.pdf)
- Rosero Padilla, S. (2018). Modelos de Gestión de Calidad. *Repositorio de Universidad Tecnología Indoamérica*.
- Sampieri, R. H. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- Thompson, I. (2012). *PromonegocioS.net*. Obtenido de Investigación de Mercados: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>
- Tschohl, J. (2019). *Servicio al cliente el arma secreta de la empresa que alcanza el éxito*. Guatemala: Service Quality Institute Latin America.
- Ventura, L. (2019).
- Ventura-León, J. L. (2017). *¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria*. Perú: Universidad Privada del Norte. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=s0864-34662017000400014&script=sci\\_arttext&tlng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=s0864-34662017000400014&script=sci_arttext&tlng=en)
- Zafra, O. (2023). Tipos de Investigación. *Redalyc Revista Científica General José María Córdova*, vol. 4, 13-19.
- Zavala, F., & Vélez, E. (2020). Gestión de calidad y servicio al cliente como factor de competitividad. *Dialnet*, vol. 6(3), 264-281.

## ANEXOS

### Instrumentos de investigación de Campo

#### Entrevista



#### ENTREVISTA DIRIGIDA A SOCIOS DIRECTIVOS Y COLABORADORES DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE DE TAXIS CIUDAD DE BAHÍA

1. ¿Cuáles son los principales indicadores de calidad que utilizan para medir el servicio que ofrecen a los clientes?
2. ¿Existen procedimientos estandarizados que guíen la interacción de los conductores con los clientes? Si es así, ¿puede describir algunos de ellos?
3. ¿Qué tipo de capacitación reciben los conductores para garantizar un servicio al cliente de alta calidad? y si es así cada que tiempo son capacitados?
4. ¿Cómo evalúa la cooperativa de taxis el desempeño de los conductores en relación con la calidad del servicio?
5. ¿Cómo gestionan las quejas o reclamaciones de los clientes, y qué medidas se toman para resolverlas de manera eficiente?
6. ¿Qué tan importante es la satisfacción del cliente en la cultura de trabajo de la cooperativa de taxis y qué mecanismos de retroalimentación tienen para conocer la satisfacción de los clientes?

# Ulearn

Encuesta a usuarios de la cooperativa de taxis Ciudad de Bahía.

B I U ↺ ↻

Descripción del formulario

¿Cómo calificaría su nivel de satisfacción general con el servicio de la Cooperativa de Taxis "Ciudad de Bahía"?

- Satisfecho
- Insatisfecho
- Muy molesto

**¿Con qué frecuencia utiliza los servicios de la cooperativa de taxis?**

- Diariamente
- Semanalmente
- Ocasionalmente

**¿Cómo considera el medio de transporte en términos de higiene, comodidad y presentación?**

- Excelente
- Regular
- Malo

**¿Cómo calificas la puntualidad de los taxis en la Cooperativa "Ciudad de Bahía"?**

- Excelente
- Buena
- Mala

**¿Considera que el tiempo de espera para solicitar un taxi es adecuado?**

- Sí
- No

¿Cómo calificaría el trato de los conductores de los tax

- Excelente
- Buena
- Mala

¿Qué opina acerca de las tarifas de la cooperativa son?

- Elevada
- Bajo
- No tengo conocimiento

¿Usted recomendaría los servicios de la cooperativa?

- Si
- Quizás
- Nunca

¿Optaría por elegir otra cooperativa?

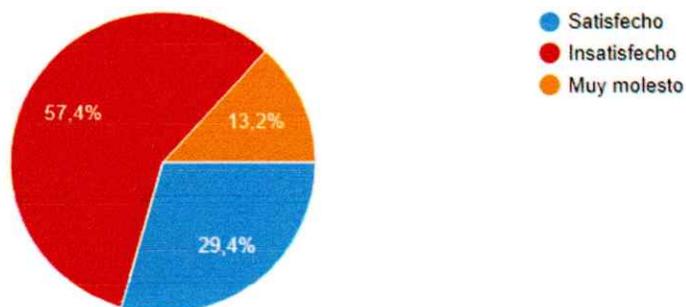
- Si
- Quizás
- No lo creo

Ficha de observación

		 <b>Uleam</b>			
		Estado			
Parámetros	Detalle	Satisfecho	Regular	Malo	No tiene
Calidad del servicio	Higiene				
	Confort				
	Carroceria				
Tecnología del servicio	GPS				
	Unidad de radio				
	Taximetro				
Seguridad del servicio	Licencia				
	Identificación documentación al día				
Atención al cliente	Empatía				
	Trato respetuoso				
	Participación activa				

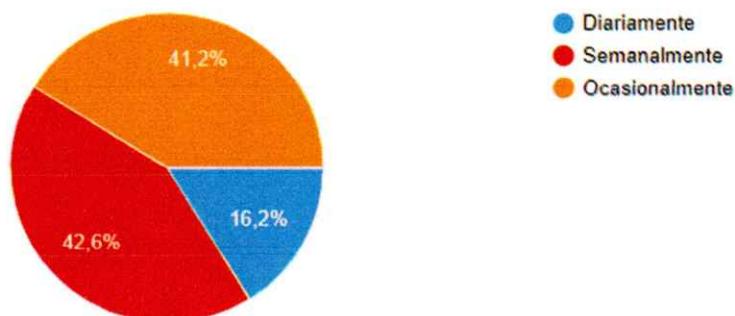
### Gráfico Estadístico de las Encuestas a clientes de la Cooperativa Primera Pregunta

68 respuestas



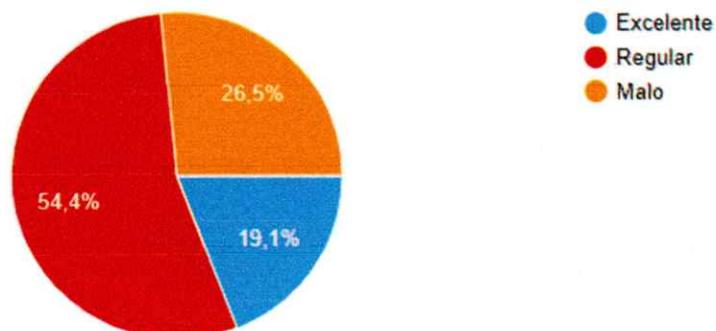
### Gráfico Estadístico de las Encuestas a clientes de la cooperativa segunda pregunta

68 respuestas



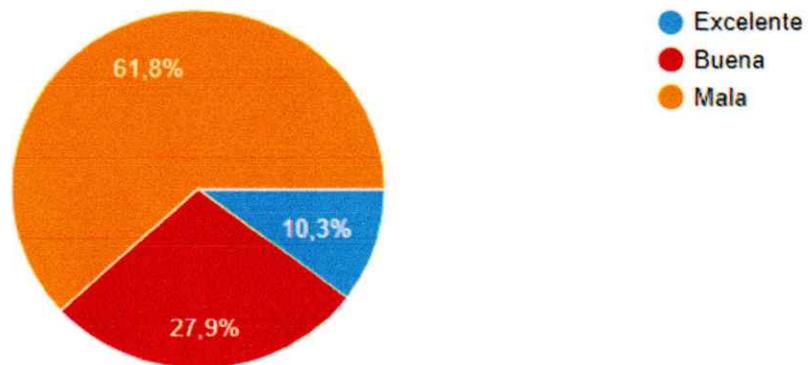
### Gráfico Estadístico de las Encuestas a Clientes de la Cooperativa Tercera Pregunta

68 respuestas



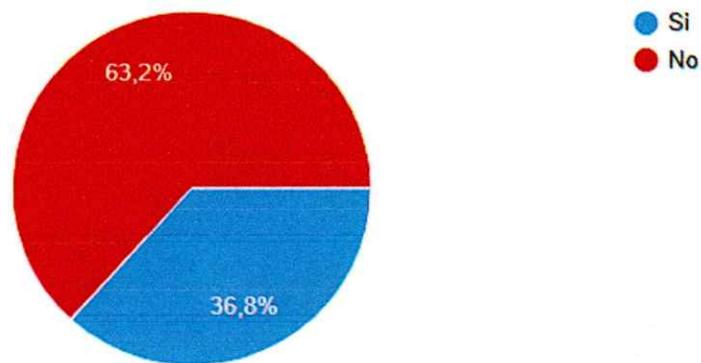
### Gráfico Estadístico de las Encuestas a Clientes de la Cooperativa Cuarta Pregunta

68 respuestas



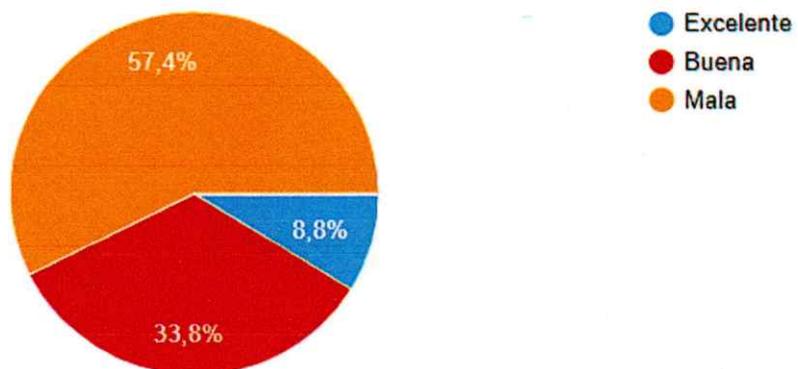
### Gráfico Estadístico de las Encuestas a Clientes de la Cooperativa Quinta Pregunta

68 respuestas



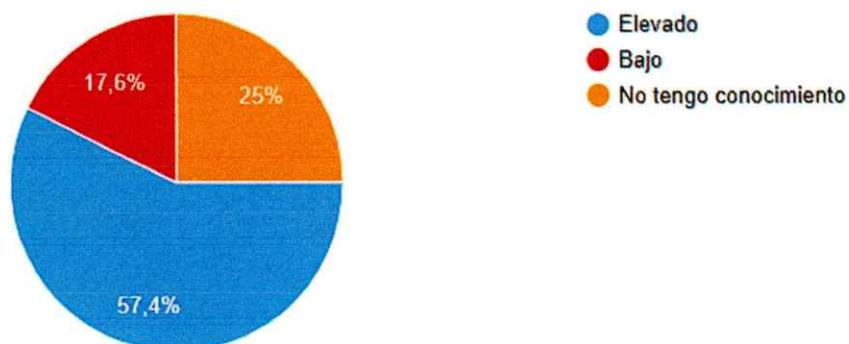
### Gráfico Estadístico de las Encuestas a Clientes de la Cooperativa Sexta Pregunta

68 respuestas



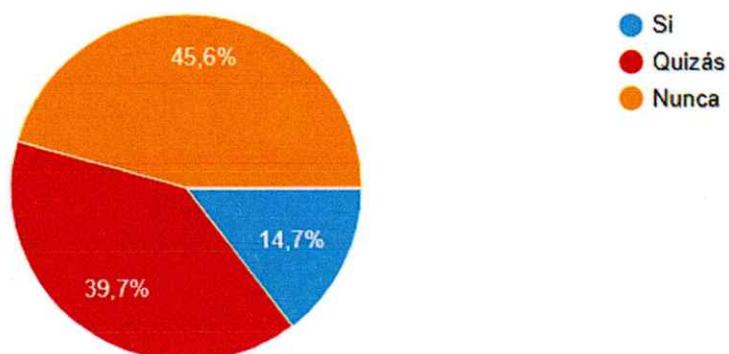
### Gráfico Estadístico de las Encuestas a Clientes de la Cooperativa Séptima Pregunta

68 respuestas



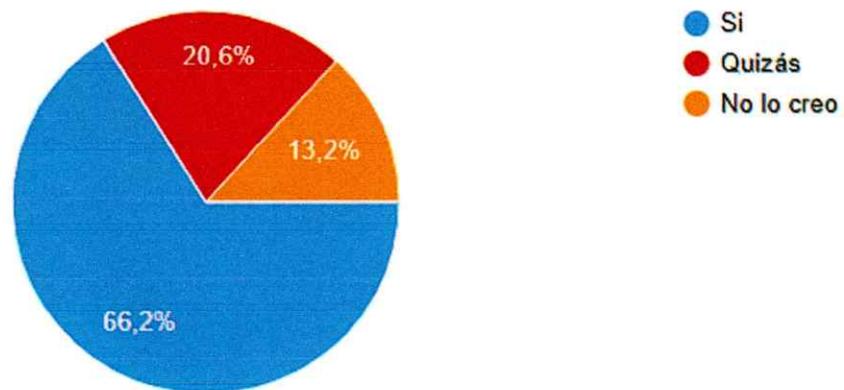
### Gráfico Estadístico de las Encuestas a Clientes de la Cooperativa Octava Pregunta

68 respuestas



## Gráfico Estadístico de las Encuestas a Clientes de la Cooperativa Novena Pregunta

68 respuestas



Fotos de la Investigación



**SUPERINTENDENCIA**  
DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

**REGISTRO DE DIRECTIVAS DE ORGANIZACIONES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA**

**FECHA DE REGISTRO:** 27 de mayo de 2024

**DATOS DE LA ORGANIZACIÓN:**

**RAZÓN SOCIAL:** COOPERATIVA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS EN

**TAXIS CIUDAD DE BAHIA**

**ESTADO:** ACTIVA

**RUC:** 1390140297001

**PROVINCIA:** MANABI

**CANTÓN:** SUCRE

**PARROQUIA:** BAHIA DE CARAQUEZ

**DIRECCIÓN:** VELASCO IBARRA S/N DIAGONAL AGUAS REFRESCANTES

**PERIODO DIRECTIVA:** 2 AÑOS

**DIRECTIVA REGISTRADA**

**GERENTE/AE**

NOMBRES Y APELLIDOS	No. CÉDULA	FECHA DE NOMBRAMIENTO
VERA VERA VALERIA MONSERRATE	1312919168	14/05/2024