



**Análisis de la calidad del servicio y nivel de satisfacción de los usuarios del
transporte público de Manta**

Zambrano Rodríguez, Rosa Gricelda

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Ingeniería Comercial

Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Ingeniera Comercial

MSc. Cobos Guerrero, Ana Elizabeth

2 de agosto del 2022



Trabajo de titulacion. Rosa Zambrano 02.08.2022 coincidencia...

Scanned on: 22:29 August 3, 2022 UTC



Overall Similarity Score



Results Found



Total Words in Text



ANA ELIZABETH
CORDERO GUERRERO.

Identical Words	194
Words with Minor Changes	4
Paraphrased Words	167
Omitted Words	893



**Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del
Comercio**

Carrera de Ingeniería Comercial

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación. **“Análisis de la calidad del servicio y nivel de satisfacción de los usuarios del transporte público de Manta”** fue realizado por la señora **Zambrano Rodríguez, Rosa Gricelda**, el mismo que cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, además fue revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de prevención y/o verificación de similitud de contenidos; razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que se lo sustente públicamente.

Sangolquí, 4 de agosto del 2022



Elizabete electrónicamente por:
**ANA ELIZABETH
COBOS GUERRERO.**

MSc. Cobos Guerrero, Ana Elizabeth

C.C.1706603691



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Ingeniería Comercial

Responsabilidad de Autoría

Yo, **Zambrano Rodríguez, Rosa Gricelda** con cedula de ciudadanía n° 1304658972, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **Análisis de la calidad del servicio y nivel de satisfacción de los usuarios del transporte público de Manta** es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Sangolquí, 2 de agosto del 2022

Zambrano Rodríguez, Rosa Gricelda

C.C. 1304658972



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Ingeniería Comercial

Autorización de Publicación

Yo, **Zambrano Rodríguez, Rosa Gricelda** con cedula de ciudadanía n° 1304658972, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE a publicar el trabajo de titulación: **Análisis de la calidad del servicio y nivel de satisfacción de los usuarios del transporte público de Manta** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad

Sangolquí, 2 de agosto del 2022

Zambrano Rodríguez, Rosa Gricelda

C.C. 1304658972

Dedicatoria

A mi esposo e hijo por su comprensión y apoyo, a mis queridos y recordados padres que me enseñaron valores a quienes debo los logros alcanzados, sobre todo lo que soy como persona con su ayuda en cada instante de mi vida mientras Dios les permitió acompañarme.

A mi familia que a cada paso me brindan palabras gratificantes que me animan a seguir luchando incluso en momentos difíciles, pero no imposibles de sobrellevar, con la ayuda de Dios he logrado llegar a la meta con mi familia unida feliz y preparada.

Agradecimiento

Primeramente, a Dios por darme la vida, mis padres, aunque ya no estén, este logro fue uno de sus más anhelados deseos, mi esposo que siempre ha estado animándome a seguir adelante brindándome su apoyo incondicional, mi hijo que siendo un adolescente tomó sus responsabilidades escolares con tal que yo pudiera culminar mi sueño, mis tutores que con sus guías supieron impartir sus conocimientos.

Reiteró la satisfacción de sentirme querida, rodeada de personas que siempre han dado momentos gratos, palabras de aliento para seguir fortalecida y lograr cada meta que me he propuesto en la vida gracias a la voluntad de mi creador.

Índice de contenido

Dedicatoria	6
Agradecimiento.....	7
Índice de contenido.....	8
Índice de tablas	12
Índice de figuras	14
Resumen.....	16
Abstract.....	17
Capítulo I.....	18
Aspectos generales	18
Introducción	18
Planteamiento del problema.....	19
Justificación	20
Formulación del problema.....	21
Delimitación del problema de investigación	21
Objetivos de la investigación.....	22
Objetivo general.....	22
Objetivos específicos	22
Determinación de las variables	22
Hipótesis.....	23
Hipótesis general	23

Hipótesis específicas.....	23
Capitulo II.....	24
Fundamentación teórica.....	24
Marco teórico	24
Antecedentes	24
Percepción de la calidad de servicio	24
Nivel de satisfacción.....	28
Transportación pública	29
Clima organizacional.....	31
Modelo ServQual	32
Marco legal	34
Marco referencial.....	34
Marco conceptual.....	38
Ley orgánica de transporte terrestre tránsito y seguridad vial.	38
Ordenanzas públicas.....	38
Proceso administrativo	38
Percepción de la calidad de servicio.....	38
Servicio al cliente.	39
Escala de Likert.....	39
Capitulo III.....	41
Marco metodológico.....	41

	10
Metodología	41
Enfoque de investigación.....	41
Tipos de investigación	41
Por la finalidad.....	41
Por las fuentes de información.....	41
Por las unidades de análisis	42
Por el control de las variables.....	42
Por el alcance correlacional.....	42
Técnicas de muestreo	43
Tipo de muestreo	43
Muestra para el análisis mediante la cobertura de unidades.....	43
Cálculo de la muestra	46
Objetivos de los instrumentos	52
Encuesta.....	52
Entrevista.....	52
Los Instrumentos de investigación	52
Validación.....	53
Confiabilidad del instrumento	53
Capitulo IV.....	54
Análisis de la investigación.....	54
Entrevista a los expertos.....	54

	11
Análisis univariado de la encuesta	58
Análisis bivariado de la encuesta	87
Método estadístico chi cuadrado.....	91
Informe de los análisis	101
Capitulo V.....	103
Propuesta.....	103
Adaptación del modelo ServQual al entorno de la transportación pública.....	104
Elementos tangibles	104
Confiabilidad	104
La responsabilidad	104
Seguridad	104
Empatía.....	105
Beneficio del modelo ServQual	105
Capítulo VI	108
Conclusiones y recomendaciones	108
Conclusiones	108
Recomendaciones.....	109
Referencias.....	110
Apéndices	116

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Red vial</i>	30
Tabla 2 <i>Cooperativas seleccionadas</i>	44
Tabla 3 <i>Recorrido de las líneas por las parroquias urbanas</i>	44
Tabla 4 <i>Población mayor de 18 años</i>	45
Tabla 5 <i>Elementos de la técnica de estudio</i>	46
Tabla 6 <i>Distribución del tamaño de la muestra</i>	47
Tabla 7 <i>Matriz operacionalizacion de variables</i>	48
Tabla 8 <i>Fiabilidad del instrumento</i>	53
Tabla 9 <i>Utilización del transporte público</i>	58
Tabla 10 <i>frecuencia del transporte público</i>	59
Tabla 11 <i>A qué se dedica el usuario</i>	60
Tabla 12 <i>Nivel académico del usuario</i>	61
Tabla 13 <i>Ingresos económicos</i>	62
Tabla 14 <i>Género con que se identifica el usuario</i>	63
Tabla 15 <i>Edad promedio del usuario</i>	64
Tabla 16 <i>Sector de residencia del usuario</i>	65
Tabla 17 <i>Comodidad del transporte</i>	66
Tabla 18 <i>Apariencia de los empleados</i>	67
Tabla 19 <i>Demanda de transporte</i>	68
Tabla 20 <i>Unidades cuentan con tv e internet</i>	69
Tabla 21 <i>Interés por el usuario</i>	70
Tabla 22 <i>Prestación de servicios</i>	71
Tabla 23 <i>Recorrido horario nocturno</i>	72
Tabla 24 <i>Recorrido horario diurno</i>	73
Tabla 25 <i>Información al usuario</i>	74

Tabla 26 <i>Disposición de ayuda</i>	75
Tabla 27 <i>Servicio prestado</i>	76
Tabla 28 <i>Inquietudes del usuario</i>	77
Tabla 29 <i>Seguridad en las transacciones monetarias</i>	78
Tabla 30 <i>Confianza en los empleados del transporte</i>	80
Tabla 31 <i>Amabilidad de parte de los empleados</i>	81
Tabla 32 <i>Personal de seguridad en las unidades</i>	82
Tabla 33 <i>Atención a los usuarios</i>	83
Tabla 34 <i>Sugerencias de los usuarios</i>	84
Tabla 35 <i>Solidaridad con los usuarios</i>	85
Tabla 36 <i>Nivel de satisfacción con los servicios proporcionados por las cooperativas</i> .	86
Tabla 37 <i>Elementos tangibles / nivel de satisfacción de los usuarios</i>	93
Tabla 38 <i>Chi cuadrado</i>	93
Tabla 39 <i>Confiabilidad / nivel de satisfacción de los usuarios</i>	94
Tabla 40 <i>Chi cuadrado</i>	95
Tabla 41 <i>Responsabilidad tiempo de respuesta nivel de satisfacción de los usuarios</i> ..	96
Tabla 42 <i>Chi cuadrado</i>	96
Tabla 43 <i>Seguridad / nivel de satisfacción de los usuarios</i>	98
Tabla 44 <i>Chi cuadrado</i>	98
Tabla 45 <i>Empatía / nivel de satisfacción de los usuarios</i>	99
Tabla 46 <i>Chi cuadrado</i>	100
Tabla 47 <i>Criterios de correlación de Pearson</i>	101
Tabla 48 <i>Correlación dimensiones calidad del servicio de transporte y el nivel de satisfacción de los usuarios</i>	101
Tabla 49 <i>Resumen análisis chi cuadrado</i>	102
Tabla 50 <i>Resumen de la propuesta</i>	106

Índice de figuras

Figura 1 <i>Árbol de problemas</i>	20
Figura 2 <i>Incidencia de la calidad del servicio y nivel de satisfacción de los usuarios del transporte público de Manta</i>	23
Figura 3 <i>Percepción de la calidad de servicio</i>	26
Figura 4 <i>Nivel de satisfacción</i>	28
Figura 5 <i>Clima organizacional</i>	32
Figura 6 <i>Modelo ServQual</i>	33
Figura 7 <i>Mapa de la ciudad de Manta</i>	45
Figura 8 <i>Uso del transporte público</i>	58
Figura 9 <i>Con que frecuencia usa el transporte público</i>	59
Figura 10 <i>Ocupación del usuario</i>	60
Figura 11 <i>Nivel de académico</i>	61
Figura 12 <i>Nivel económico del usuario</i>	62
Figura 13 <i>Género del usuario</i>	63
Figura 14 <i>Edad promedio del usuario</i>	64
Figura 15 <i>Sector de residencia del usuario</i>	65
Figura 16 <i>Comodidad del transporte</i>	66
Figura 17 <i>Apariencia de los empleados</i>	67
Figura 18 <i>Demanda de transporte</i>	68
Figura 19 <i>Unidades cuentan con tv e internet</i>	69
Figura 20 <i>Interés por el usuario</i>	70
Figura 21 <i>prestación de servicios</i>	71
Figura 22 <i>Recorrido horario nocturno</i>	72

Figura 23 <i>Recorrido horario diurno</i>	73
Figura 24 <i>Información al usuario</i>	74
Figura 25 <i>Disposición de ayuda</i>	76
Figura 26 <i>Servicio prestado</i>	77
Figura 27 <i>Inquietudes del usuario</i>	78
Figura 28 <i>Seguridad en las transacciones monetarias</i>	79
Figura 29 <i>Confianza en los empleados del transporte</i>	80
Figura 30 <i>Amabilidad de parte de los empleados</i>	81
Figura 31 <i>Personal de seguridad en las unidades</i>	82
Figura 32 <i>Atención a los usuarios</i>	83
Figura 33 <i>Sugerencias de los usuarios</i>	84
Figura 34 <i>Solidaridad con los usuarios</i>	85
Figura 35 <i>Chi cuadrado elementos tangibles nivel de satisfacción de los usuarios</i>	93
Figura 36 <i>Confiabilidad y nivel de satisfacción de los usuarios</i>	95
Figura 37 <i>Responsabilidad tiempo de respuesta nivel de satisfacción de los usuarios</i>	97
Figura 38 <i>Seguridad / nivel de satisfacción de los usuarios</i>	98
Figura 39 <i>Chi cuadrado</i>	100
Figura 40 <i>Dimenciones ServQual adaptadas al transporte urbano</i>	103

Resumen

En este trabajo de investigación se analizó el nivel de satisfacción de los usuarios con respecto a la calidad del servicio del transporte público de Manta, Cooperativa Manta, Cooperativa 29 de Septiembre, Cooperativa Costa Azul. Para lo cual se consideró las 5 dimensiones del modelo ServQual calidad del servicio de transporte, tangibilidad, confiabilidad, tiempo de respuesta, seguridad, empatía. Para la investigación de campo se realizó 383 encuestas a los usuarios del transporte público antes mencionado. La investigación busca conocer cómo incide la variable calidad de servicio de transporte sobre la satisfacción del usuario. Los cuestionarios de las diferentes dimensiones ayudo a entender las necesidades y expectativas sobre el nivel de satisfacción de los usuarios en relación al servicio prestado por las cooperativas de transporte urbano, dicha información facilito el reconocimiento y análisis de la relación dominio y alcance en la satisfacción del usuario, el enfoque de la investigación es de forma cualitativa y cuantitativa, no experimental, aplicada, transversal, y con transcendencia correlacional. Se logró que la variable concluyente es la responsabilidad a continuación se encuentra confiabilidad, la empatía, seguridad y elementos tangibles, se puntualizó que ese es el rango de significación que tiene cada magnitud para los usuarios. La elaboración de la propuesta se ajustó al modelo ServQual dentro del marco de la transportación, se realizó una explicación teórica de cada dimensión y se da valoración de forma individual.

Palabras claves: calidad de servicio, nivel de satisfacción de los usuarios, transportación pública, modelo ServQual.

Abstract

In this research job, I analyzed the level of satisfaction level of users with respect of the quality belonging to the public transport service in Manta such as Manta's cooperative, 29 de September's Cooperative, and Costa Azul Cooperative, in this aspect I considered five dimensions of the ServQual model means: quality of transport service, tangibility, reliability answer time, security, empathy, for the field research, 383 surveys were made on the users aforementioned of the public transportation, The research looks for to know how influenced the quality of transport services on the user's satisfaction, The questionnaires of the different dimensions helped to understand the needs and expectations about the level of satisfaction of the users in relation to the service provided by the urban transport cooperatives, this information facilitated the recognition and analysis of the domain and scope relationship in the satisfaction of the passengers who use this service daily, the approach other research in qualitative and quantitative, is not experimental applied, transversal, also with the transcendence correlational. it was achieved that the conclusive variable is responsibility, followed by reliability, empathy, security, and tangible elements. It was pointed out that this is the range of significance that each magnitude is for users. The elaboration of the proposal was adjusted to the ServQual model in the context of transportation also we made a theoretical explanation of each dimension that was made, and individual assessment was given.

Key words: service quality, users' satisfaction level, public transportation, servqual model.

Capítulo I

Aspectos generales

Introducción

Desde siempre la transportación pública de pasajeros es un mecanismo de desarrollo para cualquier ciudad del mundo, a medida que su crecimiento se da, sea por su actividad económica o por migración, la infraestructura vial y todos los instrumentos asociados a ella deben ser planificadas a medida que la ciudad lo demande, “el crecimiento de las ciudades está estrechamente relacionado con la actividad económica que en ella se da, y que genera la migración de personas de diferentes sectores en busca de oportunidades” (Flores Juca et al., 2017, pág. 3).

De igual manera la estructura que permite la movilidad de las personas debe hacerlo en gran medida brindando un servicio de excelencia a los usuarios y por ello la importancia de abordar el estudio de como los usuarios perciben el nivel de satisfacción y la calidad de los servicios, Fernández Ronquillo (2016) nos explica que la calidad existirá si se cumple las expectativas esperadas por los usuarios, de lo contrario esta no se dará (Pág. 7).

Por tal razón, es imprescindible medir la calidad de los servicios recibidos y de estos resultados se puede obtener la percepción de los usuarios que tienen sobre ellos (Duque, 2005), La problemática con respecto a la calidad en los servicios nos lleva a interiorizar en el transporte público, siendo este el medio más importante dentro de la economía, ya que es uno de los entes dinamizadores de la misma “no es posible pensar en ciudad separada del transporte, Son parte de una relación compleja entre personas, necesidades y servicios” (Navarro et al., 2018).

El objetivo de esta investigación es poder medir el grado de satisfacción de los usuarios respecto al servicio de transporte público, las cooperativas que conforman la Federación de

transporte urbano de Manta (FETUM) son cinco: 24 de Octubre, Manta, 29 de Septiembre, Transdelfines y Costa Azul.

Planteamiento del problema

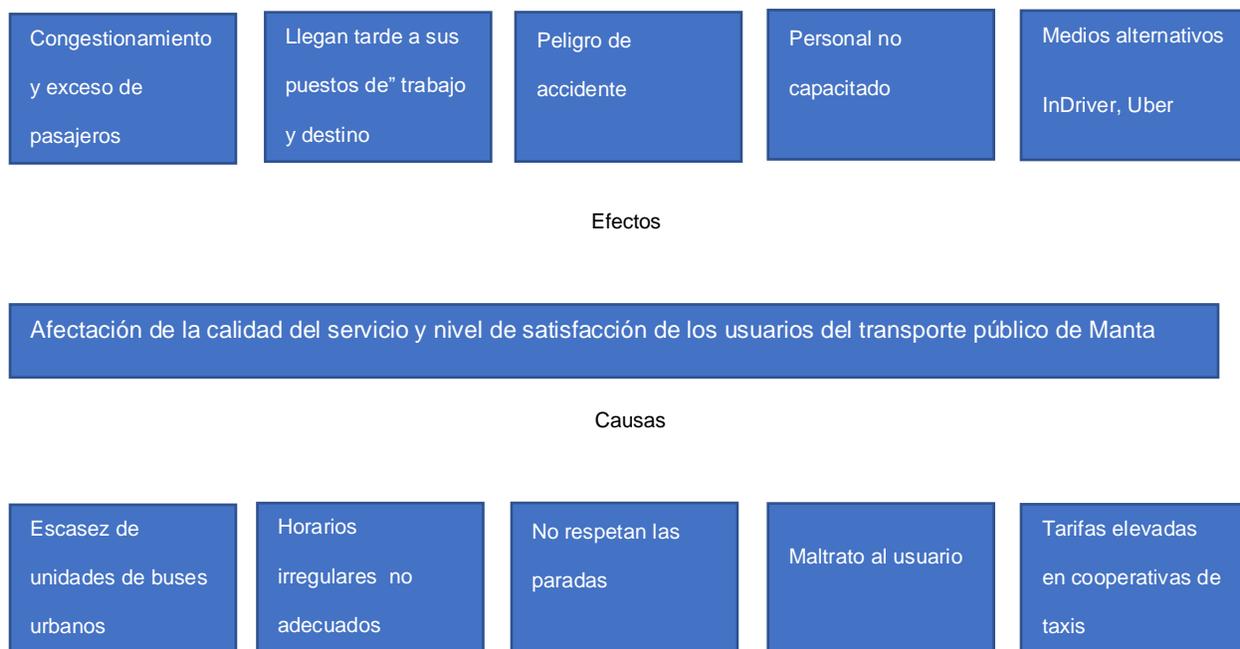
En la actualidad los usuarios buscamos de manera particular obtener satisfacción cuando utilizamos un servicio público, concretamente el de la transportación urbana, por tal razón es importante obtener información relevante sobre la calidad del servicio en el transporte público en la ciudad de Manta y como los usuarios perciben la misma.

Solórzano & Yépez (2019) Concluyeron que los buses en Manta deben mejorar el servicio y el confort de sus unidades, para contrarrestar las necesidades insatisfechas, es evidente que la transportación urbana se ve sobrepasada por el crecimiento urbano y por la migración descontrolada a las ciudades polos de desarrollo, la población mundial crece a un ritmo acelerado y la ciudad de Manta no es la excepción, “los gobiernos deben coordinar cuidadosamente los planes de uso del suelo, las inversiones en infraestructura y los servicios urbanos” (Suzuki et al., 2014), pero este fenómeno no debe ser utilizado como pretexto para disminuir la calidad ni calidez del servicio que reciben los usuarios al momento de transportarse, existen normativas al respecto que deben respetarse y cumplirse a cabalidad.

Se establece que los usuarios en su gran mayoría usan la transportación pública por trabajo, estudio u otros, la mala calidad percibida es: no llegar a tiempo a su destino, que no haya suficientes unidades, personal no capacitado, horarios irregulares, que no se respeten las paradas, aglomeraciones y maltrato, esta problemática contribuye de gran manera a que se generen retrasos, inseguridad, accidentes, estrés, incomodidad al momento de transportarse, es indispensable que se tomen acciones inmediatas para corregir esta falencia en beneficio de la comunidad y de la propia transportación urbana.

Figura 1

Árbol de problemas



Justificación

En la actualidad nos encontramos con una realidad preocupante en la ciudad de Manta, el número de sus habitantes crece a un ritmo acelerado, pero no así su infraestructura urbana, ni la prestación de servicios de calidad en lo que a movilidad vial se refiere.

Los problemas que inciden en la percepción de la calidad de servicio de la transportación pública, repercute directamente en el nivel de satisfacción de los usuarios, para ciertas empresas, sean estas públicas o privadas, la calidad es su valor agregado para el bien o servicio que ellas brinden, para otras en cambio, brindar un servicio de calidad no está entre sus metas a alcanzar.

El caso en particular que ocupó el estudio es sobre la calidad del servicio y el nivel de satisfacción de los usuarios del transporte público de Manta, para ello se utilizó el modelo ServQual que midió la calidad percibida y emitió información importante desde el punto de vista del usuario, información que pudiera llegar a ser trascendente para quienes dirigen la transportación pblica de la ciudad de Manta.

Según, Mario Villagómez, director del Observatorio de Movilidad de Quito “el servicio debe ser cómodo, seguro, accesible, cumplir con las rutas y frecuencias y acortar el tiempo de viaje entre destino y origen.” El Comercio (2014)

Los beneficios de este estudio son amplios y los datos recabados pueden ser utilizados para determinar los problemas asociados a la calidad de servicio que presta la transportación pública, los mismos que pueden generar estrategias que ayuden a mejorar la atención otorgando un servicio de calidad y de esta manera satisfacer la necesidad de los usuarios y a la transportación con réditos económicos producto de un mayor consumo de sus servicios.

El método ServQual nos permitió medir el grado de percepción de calidad de servicio, donde el usuario es el que percibe, califica, prefiere, confía y recibe el servicio que desea.

Formulación del problema

¿Cómo analizar y mejorar la calidad del servicio en el transporte público de Manta, desde el punto de vista de los usuarios?

Delimitación del problema de investigación

La investigación de este proyecto tiene como delimitación la coorelación de las variables calidad de servicio de transporte y la satisfacción de los usuarios específicamente las cooperativas de transnporte Manta, 29 de Septiembre y Costa Azul en sus respectivas rutas que abarcan 5 parroquias de las cuales son: Manta, Los Esteros, Eloy Alfaro, Tarqui y San Mateo.

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Analizar la calidad del servicio y nivel de satisfacción de los usuarios del transporte público de Manta.

Objetivos específicos

- Desarrollar un marco metodológico a través del modelo ServQual para conocer la relación existente entre las variables de estudio calidad de servicio del transporte y satisfacción de los usuarios,
- Establecer bases teóricas de la calidad de servicios de transporte y la satisfacción del usuario mediante fuentes secundarias para determinar la relación entre las variables.
- Adaptar el modelo de calidad de servicio de transporte que considere la satisfacción en el entorno de la transportación mediante el análisis descriptivo de la encuesta y la entrevista para establecer la propuesta de la investigación

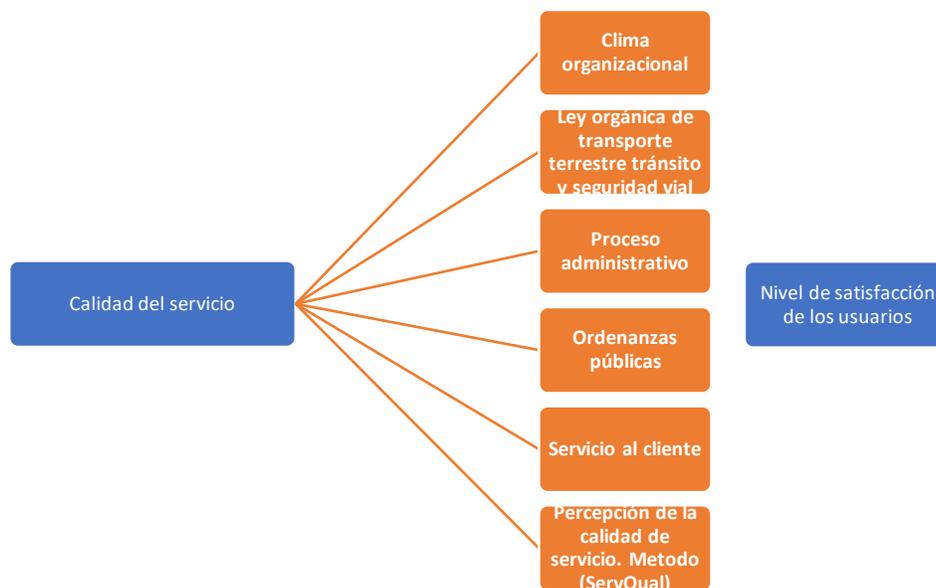
Determinación de las variables

Variable independiente: Calidad del servicio de transporte

Variable dependiente: Nivel de satisfacción de los usuarios

Figura 2

Incidencia de la Calidad del Servicio y Nivel de Satisfacción de los Usuarios del Transporte Público de Manta



Hipótesis

Hipótesis general

La variable calidad de servicio de transporte tiene concordancia con el nivel de satisfacción de los usuarios del transporte público de Manta,

Hipótesis específicas

- H1: Tangibles transporte repercute en la satisfacción del usuario
- H2: Confiabilidad repercute en la satisfacción del usuario
- H3: Responsabilidad transporte repercute en la satisfacción del usuario
- H4: seguridad transporte repercute en la satisfacción del usuario
- H5: Empatía en el cliente repercute en la satisfacción del usuario

Capítulo II

Fundamentación teórica

Marco teórico

A continuación, las teorías referentes que dan respaldo al trabajo de investigación.

Antecedentes

La ciudad de Manta, llamada originalmente Jocay por los pobladores originarios de la cultura Manteña, está asentada en el borde costero de la provincia de Manabí, fue fundada por Francisco Pacheco en 1534, posteriormente el Presidente de la Real Audiencia de Quito Hernando de Santillán ordenó en 1563 se funde nuevamente con el nombre de San Pablo de Manta.

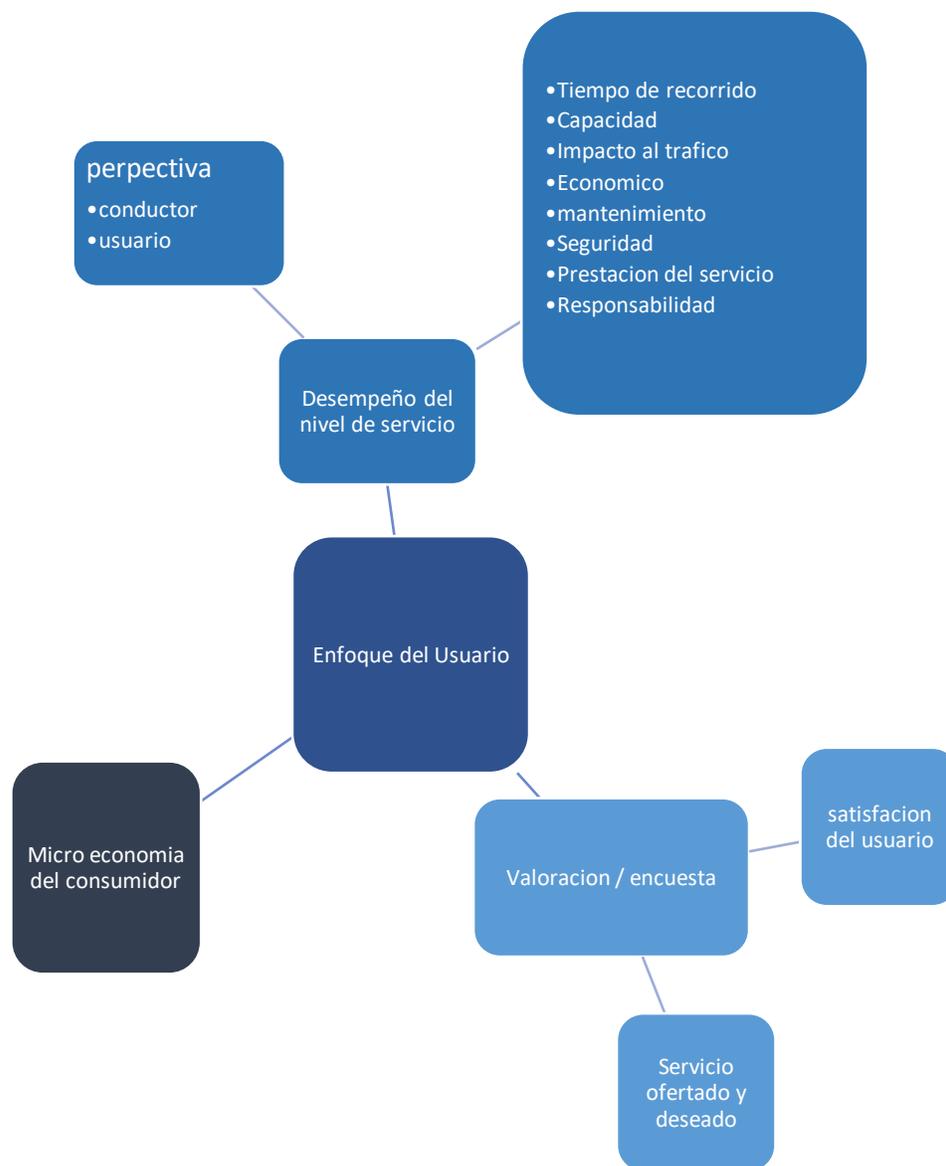
En Julio de 1922 siendo la ciudad de Manta una parroquia del cantón Montecristi, se inicia una serie de asambleas promovidas por ilustres personajes de la época con la idea de socializar los deseos de sus habitantes sobre la cantonización de la ciudad, considerando las parroquias de Manta, La Ensenada y San Lorenzo como suyas, después de muchos debates en el senado de la época finalmente el 29 de septiembre de 1922, fue aceptada y autorizada su cantonización por el Presidente José Luis Tamayo, tiempo después se establecieron como parroquias a: Eloy Alfaro, Los Esteros, Manta, San Mateo, Tarqui, en la actualidad Manta cuenta con una población 264.281 habitantes

Percepción de la calidad de servicio

Entendemos el término “calidad” según la Real Academia de la Lengua como una propiedad que permite estimar su valor, puede ser percibida como una realidad tangible pudiendo ser analizada y valorada hasta obtener un resultado concreto, es evaluada mediante la comparación que el cliente percibe y las expectativas de lo que debería recibir (Duque Oliva & Gómez, 2014), se obtiene cuando las necesidades, deseos y expectativas de los clientes son cumplidas. (Jair & Oliva, 2005).

En muchos casos las organizaciones pierden la real dimensión de lo que significa calidad de servicio, y es reemplazada por lo que ellos creen que el usuario debe recibir a cambio de una tarifa (Berry et al., 2016), lo importante para ellos es que el usuario sea transportado de un punto a otro, sin agregar ninguna experiencia positiva en el trayecto.

La percepción de la calidad de servicio respecto al usuario va desde la buena presentación de las unidades, personal que labora, equipos en buen estado, la manera segura y precisa que se debe entregar el servicio, porque es el usuario quien percibe y califica; esto implica personal capacitado, preparado para así poder suplir las necesidades correctamente. (Berry et al., 2016)

Figura 3*Percepción de la Calidad de Servicio*

Nota. Tomado de “Factores de calidad del servicio en el transporte público de pasajeros: estudio de caso de la ciudad de Toluca, México”, (p.57), por O. Sánchez, J. Torres, 2010, Economía Sociedad y Territorio, (Sánchez-Flores & Romero-Torres, 2010)

Teorías de la calidad

No puede existir calidad sin servicio y viceversa, su presencia trabaja de manera articulada para la satisfacción que demanda el usuario, desde la segunda guerra mundial la calidad no solo busca satisfacer necesidades si no de convertirse en un elemento competitivo y que toda organización debe implementar. (Vargas Quiñones & Aldana de Vega, 2014)

Según (Najul Godoy, 2011) la calidad total se la debe tomar como una constante educación y capacitación para un desarrollo personal y como un elemento básico para la gestión de una organización, la calidad radica en la actualización de los procesos y la implementación de nuevas tecnologías.

A su vez (Chacón Cantos & Rugel Kamarova, 2018) manifiesta que la implementación de un modelo de calidad es transformadora otorgando valor agregado y brindando mayor satisfacción a los usuarios.

El Dr. Edwards Deming considerado como el padre de la calidad, expresa en su libro “Calidad, productividad y competitividad” que la calidad solo puede definirse en función del usuario, es decir, quien juzga si la calidad es buena o mala es aquel que recibe la experiencia. (Deming, 2012).

Calidad de servicio

El autor Pedro Larrea expresa el concepto de la siguiente manera, es un recorrido que se inicia cuando se establece una necesidad hasta la satisfacción del usuario, independientemente del servicio que se esté ofreciendo. (Larrea, 1991).

Siguiendo esta afirmación (Pineda Zapata & García Delgado, 2021) manifiestan que el concepto de servicio va más allá de lo abstracto y no se refiere a un producto físico si no a un elemento tangible como a la calidad de servicio asociado a ello.

Nivel de satisfacción

Los niveles de satisfacción de los usuarios pueden variar de unos a otros, pero en general el deseo es el mismo, “la inconformidad o insatisfacción con algo siempre lleva a buscar algo mejor” (Oblitas Vedia, 2019), como en muchos aspectos de la vida diaria los niveles de satisfacción se componen por las experiencias que el usuario pueda percibir una vez que comienza a recibir el servicio, estos niveles pueden ser medidos y valorados, (Berry et al., 2016)establecen 5 niveles:

- Tangible es lo que podemos percibir.
- Confiabilidad es lo que esperamos recibir.
- Tiempo de respuesta es la prontitud como recibimos el servicio.
- Seguridad son las actitudes y aptitudes que esperamos.
- Empatía es lo que va más allá de lo que el cliente espera.

Figura 4

Nivel de Satisfacción



Nota. Tomado de (R. Martín & Martín, 2000)

Satisfacción del consumidor

Es el resultado que el producto produce al consumidor sea este de placer o desagrado y refleja claramente la percepción de la satisfacción, reflejando un sentimiento afectivo.

(Preciado-Ortiz, 2021).

Son varios los elementos que influyen en la satisfacción del consumidor como son la elección y competencia, es decir elegir libremente el medio de transporte que el usuario desee utilizar en contraste con los tiempos, tarifas y distancias, ciertamente son un factor de decisión en la satisfacción del usuario. (Pérez Cruz & Pinto Pérez, 2021)

Teoría de la satisfacción

La satisfacción del cliente está relacionada con una transacción entre dos partes y que haya una experiencia personal entre la compra y el consumo. (Lavado, 1998)

Para (ARMSTRONG & KOTLER, 2013) la satisfacción del cliente depende de lo que perciba y la expectativa de lo que esperaba recibir, y a mayor satisfacción mayor será la lealtad hacia el producto consumido, lo que repercute en un mayor desempeño de la empresa.

Según (Pérez Campdesuñer Reyner;Martínez Vivar Rodobaldo;Noda Hernández Marcia; Miguel Guzmán Margarita., 2015), para la escuela americana la satisfacción del cliente parte de dos conceptos la perspectiva y la expectativa constituyéndose en un núcleo que puede ser medible

Transportación pública

Actualmente en Latinoamérica se vive a diario la migración de ciudadanos a las ciudades para intentar tener una mejor calidad de vida, y en nuestro país este fenómeno no es la excepción, lo que significa que estas ciudades crezcan a un ritmo acelerado, pero no así su infraestructura, los cambios negativos en la economía agiliza estos movimientos y agudiza estos impactos que no han tenido una planificación al respecto, “en todas las áreas

metropolitanas se registra un aumento poblacional mucho más marcado en sus áreas periféricas”. (P. da Cunha & Rodríguez Vignoli, 2009).

Por consiguiente, la necesidad de transportarse es imperiosa, al igual que atender la creciente demanda por movilidad en las ciudades, es importante una correcta planificación para no sobrepasar la capacidad en términos de movilidad urbana al punto de desequilibrar el flujo de pasajeros y sobre todo en menoscabo de la calidad del servicio. “surge la necesidad de nuevas investigaciones y metodologías que ayuden a estudiar la ciudad de forma integral, explorando especialmente las relaciones entre transporte, espacio público y desarrollo urbano” (Navarro et al., 2018).

La primera cooperativa de transporte urbano en la ciudad de Manta se llama “Manta” fue creada en 1963, con apenas 7 unidades y dos rutas que cruzaban la ciudad de extremo a extremo, en la actualidad existen 5 cooperativas de buses urbanos: Manta, 24 de Octubre, 29 de Septiembre, Transdelfines, Costa Azul, todas ellas asociadas en la federación de transportistas urbanos de Manta (FETUM). En la actualidad la federación cuenta con 181 unidades, 17 líneas de recorrido y transportan un promedio de 35.000 persona al día.

Tabla 1

Red Vial

Área urbana	Sentido Norte-Sur	Sentido Este-Oeste	Red Vial	
60 Km ²	6,5 km	16 km	298,40 km	Calles locales
			51,54 km	Red arterial
			349,94 km	Total

Nota. Tomado de (Desarrollo & Ordenamiento, 2019)

Clima organizacional

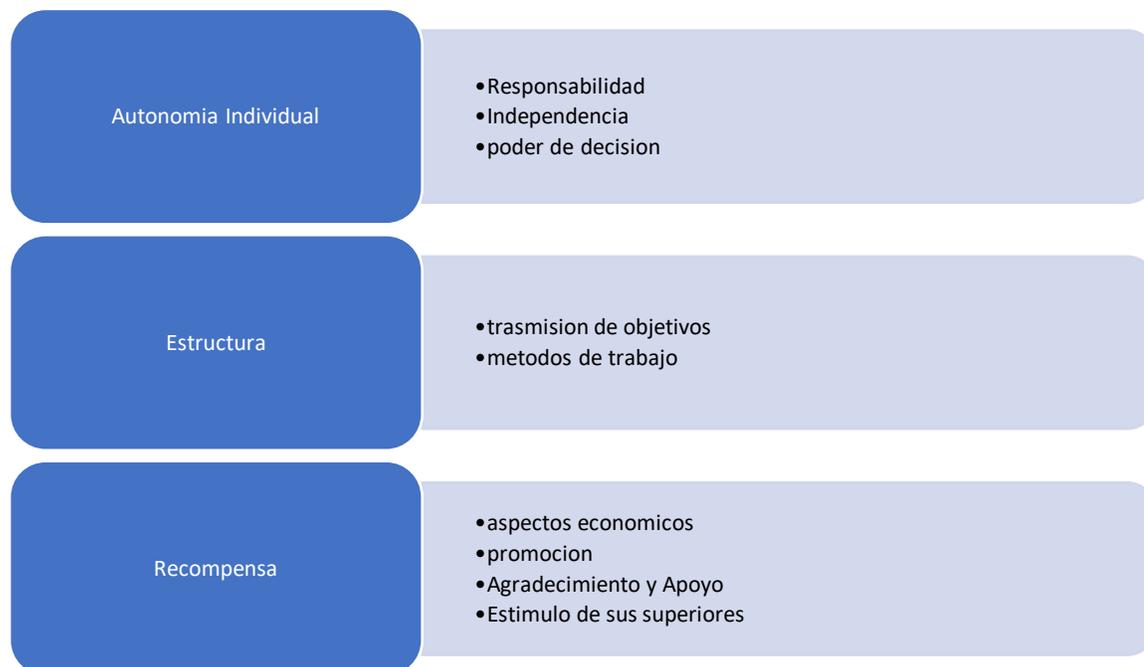
Es imprescindible en la mayoría de las organizaciones puesto que establece un ambiente óptimo que permite alcanzar la máxima productividad, un mal ambiente siempre va a tener consecuencias negativas, “en una organización es determinante las decisiones que en el interior de ella se ejecutan o en cómo se tornan las relaciones dentro y fuera de ella” (HALPIN & CROFT, 1963).

(Gómez Murillo (2020) expresa que el clima organizacional debe ser de mutua confianza, puesto que los empleados relacionan sus propias experiencias con las necesidades y aspiraciones propias, (pág. 4), las organizaciones que no estén dispuestas a aceptar la importancia de este lamentablemente serán superadas por otras organizaciones perdiendo valioso espacio competitivo.

Las empresas deben procurar inducir a sus empleados para ser partícipes del espíritu o visión de la empresa, el entorno laboral debe ser apropiado para sus colaboradores y con esto lograr que ellos sientan satisfacción y puedan ser productivos en las tareas encomendadas o que sus acciones se vean reflejadas positivamente a la vista pública.

Pedraza, (2020) expresa que es importante fortalecer las emociones positivas en donde los trabajadores perciban los beneficios de ser parte de una organización.

Además de facilitar la gestión forma al trabajador y lo involucra con la filosofía de la organización otorgándole una identidad “la gestión de la calidad dentro del clima organizacional se le considera como una de las ventajas comparativas de las organizaciones y la piedra angular del cambio y del mejoramiento continuos”. (Charón, 2007)

Figura 5*Clima Organizacional*

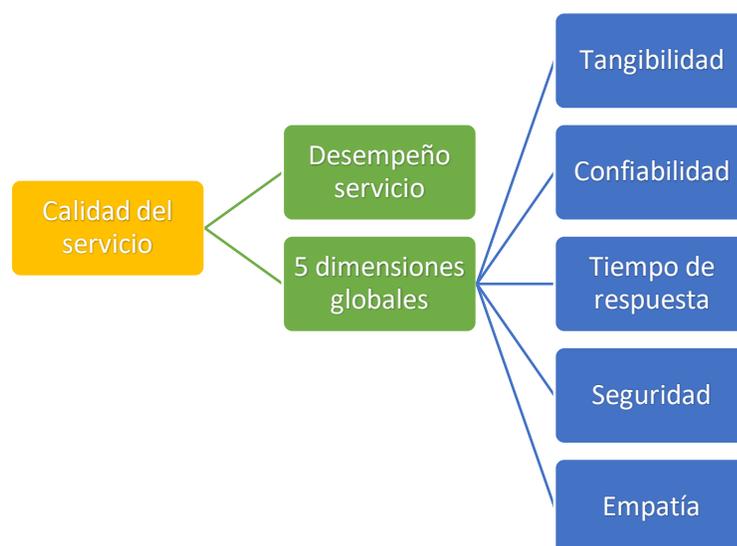
Nota. Tomado de (Manzanero & Teresita, 2021, pág. 5).

Modelo ServQual

Este modelo mide y relaciona la percepción del cliente y expectativa respecto a la calidad del servicio, es una herramienta que se emplea para medir la calidad en el servicio, esta mide y confronta la percepción del usuario al utilizar un servicio.

Para que esta herramienta pueda ser utilizada, debe cumplir con varios elementos como son: la fiabilidad, la seguridad, la tangibilidad, la empatía y la capacidad de respuesta.

“el modelo SERQUAL, es una herramienta que dinamiza la expectativa de los clientes”.(Narvárez-Gamboa et al., 2020)

Figura 6*Modelo ServQual***Tabla 2***Dimensiones modelo ServQual*

Fiabilidad	Seguridad	Elementos tangibles	Capacidad de respuesta	Empatía
Prometen y cumplen, interés por resolver los problemas, buen servicio, servicio a tiempo, sin errores	Fiabilidad de los empleados, sentimiento de seguridad, empleados amables y con conocimiento	Equipos con apariencia moderna, instalaciones atractivas, empleados pulcros.	Comunicación eficiente, los empleados dan un buen servicio, están dispuestos a ayudar.	Atención individualizada, horarios convenientes a los usuarios, atención personalizada, preocupación por los usuarios, están atentos a las necesidades de los usuarios.

Nota: Obtenido de (Bustamante et al., 2019)

Marco legal

En Ecuador la ley orgánica de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial en su artículo 2 establece “el derecho a la vida, al libre tránsito, la movilidad, la formalización del sector, lucha contra la corrupción y mejor calidad de vida del ciudadano”, de igual manera en el artículo 3 manifiesta “ el Estado garantizará que la prestación del servicio de transporte público se ajuste a los principios de seguridad, eficiencia, responsabilidad, universalidad, accesibilidad, continuidad y calidad, con tarifas socialmente justas”. (“Ley Orgánica de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial,” 2014), como se puede apreciar, la ley establece claramente que todo usuario tiene el derecho de acceso libre a cualquier medio de transporte para obtener un servicio de calidad, calidez y eficiencia.

Marco referencial

En la investigación “Fundamentos de la calidad de servicio, del modelo ServQual” realizado por (Bustamante et al., 2019), establecen varias definiciones derivadas de la aplicación del modelo ServQual como son:

- Concepto de calidad, la definen como una característica de un servicio que satisface la necesidad de un cliente.
- Concepto de servicio, de igual manera lo establecen como una relación de acciones intangibles hechas para los usuarios.
- Concepto de satisfacción es lo que experimenta el usuario cuando recibe un servicio.
- Concepto de percepción, es la interpretación de la información que recibe el usuario creando una imagen del servicio.

Estableciendo los autores una diferencia entre calidad de servicio y satisfacción dejando como resultado que la calidad de servicio es el sustento de bienestar que recibe el usuario, mientras que la satisfacción es el cumplimiento de una necesidad cumplida al usuario.

El estudio realizado por (Callejas-Cuervo et al., 2014) en su trabajo “Agentes de software como herramienta para medir la calidad de servicio prestado en un sistema de transporte público colectivo urbano” manifiestan que en las operaciones influyen muchos factores que varían y que son ajustados continuamente, estas operaciones no son siempre exactas y que están sujetas a la incertidumbre y muchas veces da como resultado efectos negativos en la prestación del servicio tanto económicos como sociales, el beneficio de los software de medición sirven para modelar posteriormente simulando comportamiento en la transportación pública urbana.

Adicionalmente (Gómez & Semeshenko, 2018) en su trabajo de investigación “Transporte y calidad de vida urbana. Estudio de caso sobre el Metroplús de Medellín, Colombia” dejan claramente definido que las ciudades con mayor calidad de vida en el mundo son aquellas que tienen la transportación pública de alta calidad, priorizando su uso y los beneficios colaterales como el desarrollo económico de las ciudades.

Tabla 3

Resumen paper

Paper	Universidad	Autor	Año	Resumen	Links
Aplicación del modelo SERVQUAL para evaluar la calidad del servicio de transporte público en Morelia, México	Universidad Nacional de Colombia	Valenzo-Jimenez, Marco Alberto; Lazaro-Lopez, Daniel Adan and Martinez-Arroyo, Jaime apolinar	2019	Modelo SERVQUAL que evalúa las percepciones y expectativas de los usuarios de un servicio consta de 5 variables: Tangibilidad, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía.	http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0012-73532019000400064&script=sci_abstract&lng=es
Estrategias de fidelización de los usuarios del servicio de bus urbano de la cooperativa de transporte Tungurahua de la ciudad de Ambato	Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador	Nicolas Collaguazo Suquillo Ruffo Neptali Villa Uvidia Marcelo Eduardo Sánchez Salazar	2018	El presente estudio tiene como objetivo principal realizar el “Diseño de estrategias de fidelización de los usuarios del servicio de transporte urbano de la Cooperativa de Transporte Tungurahua de la ciudad de Ambato, a través de la aplicación del modelo Servqual”; en las empresas de transportación el desarrollo organizacional y la “Calidad del Servicio”	https://www.eumed.net/rev/oel/2018/05/usuarios-bus-urbano.html

Paper	Universidad	Autor	Año	Resumen	Links
Evaluación de la calidad de los servicios de transporte de pasajeros de la compañía bluebus – star	Universidad Regional Autónoma de Los Andes. Ecuador	Romero Fernández, A. J., Alfonso González, I., & Latorre Tapia	2021	. El presente artículo tiene la finalidad de evaluar la calidad de los servicios de la compañía de transporte de pasajeros BlueBus-Star. Se aplica el modelo Servqual modificado, específicamente los cuestionarios de satisfacción de los clientes internos y externos	https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/2306
Situación actual del transporte público urbano: la visión de las empresas operadoras	Universidad Rey Juan Carlos, Universidad Francisco de Vitoria	Francisca Anguita Rodríguez Beatriz Duarte Monedero Sandra Flores Ureba	abr-14	El objetivo del presente trabajo es identificar los aspectos que, según los operadores de las empresas de transporte urbano en España, afectan a la actividad diaria en el ámbito de la gestión eficiente	https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1135252313000580

Marco conceptual

Ley orgánica de transporte terrestre tránsito y seguridad vial.

Son normas relacionadas que regulan las leyes de tránsito, movilidad terrestre que ejercen control sobre cooperativas y compañías de transporte, para garantizar la seguridad ciudadana. (Agencia Nacional de Tránsito, 2017)

Ordenanzas públicas

Se trata de resoluciones que el alcalde junto con el concejo municipal las hace cumplir mediante normas generales obligatorias y que son aplicables dentro de su territorio.

Proceso administrativo

Conjunto de funciones y actividades que se desarrollan dentro de la organización orientadas al logro de fines y objetivos de esta, en donde dicho proceso se considera una metodología importante por la cual se ejecuta la administración.

Incluye diferentes fases o etapas, toda organización debe regirse para el desenvolvimiento de sus funciones dentro de las actividades gerenciales, estas son: planificación, organización, dirección y control (Mero-Vélez, 2018)

Percepción de la calidad de servicio

Calidad es una propiedad que permite ser valorada, por lo tanto, es un atributo que las organizaciones buscan para marcar la diferencia entre la competencia, el usuario necesita saber que sus necesidades son tomadas en cuenta y retribuidas de forma inmediata, esto logra una relación de fidelidad con la marca. “Un cliente queda satisfecho si se le ofrece todo lo que él esperaba encontrar y más” (Arellano-Díaz, 2017).

Servicio al cliente.

Es uno de los grandes retos que toda organización enfrenta en la actualidad, puesto que es el cliente que invierte y al mismo tiempo busca obtener un valor agregado. (García, 2016), se lo define también como el soporte que se le da al cliente antes y después de dar un servicio, adquiriendo una experiencia positiva en esta transacción, la excelencia es tener una buena atención para lograr la fidelidad del cliente y que a su vez haga partícipes a otros de su experiencia, un buen servicio es estar preparados, motivados y atentos a todos los requerimientos, no solo es acción si no filosofía de empresa que se convierte en una promesa de marca y además es una ventaja competitiva en una organización.

Escala de Likert

La autora (Maldonado Luna, 2012) nos explica que la escala de Likert recolecta y mide datos cuantitativos que posteriormente confronta con las respuestas del individuo que ha sido sujeto a un estímulo verbal a fin de obtener un juicio, a estas opciones de respuestas en un número de cinco se le asigna un valor numérico cuyo puntaje es la posición del sujeto encuestado.

Seguridad

Todo ciudadano aspira movilizarse libremente y salvar de un peligro inminente, dentro de un escenario asociado con la delincuencia, la percepción de la seguridad es inherente a las nuevas etapas de modernidad. (Carreón & García, 2014)

Beneficio de la Transportación pública

La transportación pública facilitan las oportunidades de desarrollo local puesto que facilitan el acceso al lugar de trabajo, educación, sanidad, proporcionando movilidad entre territorios promoviendo la integración de los derechos asociados a los servicios básicos. (García-Schilardi, 2014)

Transportación pública y su comportamiento

El transporte público es denominado técnicamente como transporte de masas y su fin es movilizar a la población dando solución a la necesidad de desplazamiento rápido, cómodo y seguro, siendo el medio común de transporte unidades individuales que resultan inversiones más baratas que las ferroviarias. (García-Schilardi, 2014)

Elementos de Confianza en la transportación pública

Una planificación adecuada a la demanda, una estructura organizativa que, de respuestas inmediatas, mantenimiento continuo, y una gestión informativa acorde a las nuevas tecnologías. (SANZ BONDÍA, 2016)

Satisfacción del usuario

La satisfacción del usuario se relaciona directamente al uso del sistema, el resultado es propiamente lo que desea alcanzar y depende del servicio que se preste, la satisfacción en si es una valoración que se obtiene que tienen los usuarios sobre el sistema. (C. R. Martín, 2000)

Capítulo III

Marco metodológico

Metodología

El presente trabajo de investigación es de tipo descriptivo, ya que se realizó un análisis de la calidad del servicio y nivel de satisfacción de los usuarios del transporte público de Manta, para lo cual se elaboró un cuestionario con las cinco dimensiones propuestas mediante el modelo ServQual.

Enfoque de investigación

Fue diseñado bajo el planteamiento metodológico cualitativo y cuantitativo, proceso que se realizó mediante la recolección de datos y estadísticas para luego proceder al análisis seguida de la prueba de hipótesis la misma que ayudó respecto a un mayor acercamiento a la verdad, ya que su análisis es netamente objetivo.

Tipos de investigación

Por la finalidad

En la presente investigación se utilizó la investigación aplicada ya que se consideran las bases teóricas descritas en el marco teórico respecto a las variables de la investigación, la cual tiene como finalidad determinar el predominio que tiene la calidad de servicio de transporte en la satisfacción de los usuarios.

La investigación tanto documental y la de campo ayudó a crear una propuesta adaptable a las cooperativas de transporte público de la ciudad de Manta.

Por las fuentes de información

Para el estudio se consideró la investigación documental la misma que recopila información de diferentes fuentes sobre el tema a tratar, para lo cual se utilizó un banco de datos de estudios académicos como; Dialnet, Scielo. Redalyc, Science Direct, entre otros.,

luego a través de la investigación de campo se obtuvo datos por medio de instrumentos de medición tales como la encuesta y la entrevista.

El instrumento que se utilizó para la encuesta fue la escala de Likert, porque permite mediante afirmaciones que van desde tres, cinco y siete rangos el mismo que da a conocer el nivel de acuerdo o desacuerdo del encuestado.

La entrevista de carácter cualitativa se la llevó a cabo mediante dialogo con intercambio de información mediante un formulario de preguntas y respuestas las mismas que fueron contestadas de forma clara y completa para un mejor conocimiento del tema a tratar.

Por las unidades de análisis

A través de la encuesta y la entrevista se tomó la información directamente de la unidad de análisis luego se levantó y procesó la información.

Las unidades de análisis fueron el objeto de estudio a considerar para la investigación, las cuales son cooperativas de transportes urbanos y usuarios del transporte público de Manta.

Por el control de las variables

Esta investigación de tipo no experimental logró examinar las variables definidas en el marco teórico, donde se investigó un problema social presente, sin afán de cambiar las variables para lograr una posición concreta frente a los encuestados, se percibió el objeto de estudio en su entorno natural donde el investigador no tiene un control de las variables.

Por el alcance correlacional

Este alcance tiene como objetivo medir la relación presente entre variables y nivel de estudio, de conformidad al enfoque cualitativo y cuantitativo, por tal razón se acomodó precisamente al estudio ya que se buscó conocer la relación que existe entre la variable calidad de servicio y nivel de satisfacción del usuario.

Técnicas de muestreo

Se aplicó la técnica de la entrevista con la finalidad de indagar el tema de estudio que sirvió de guía en la aplicación del modelo de calidad de servicio de transporte, la encuesta se la aplicó para el análisis de las variables donde se interpretaron los resultados mediante pruebas paramétricas y no paramétricas haciendo uso de herramientas estadísticas, la cual buscó conocer el nexo existente entre las variables consideradas en la investigación.

Tipo de muestreo

En el estudio se utilizó un muestreo probabilístico estratificado afijación proporcional, se buscó definir la satisfacción percibida mediante los factores de calidad de servicio, los integrantes de la población tienen la posibilidad de ser elegidos para el estudio.

Muestra para el análisis mediante la cobertura de unidades.

Con información de parte de FETUM 2022 existe un total promedio de 35.000 usuarios diarios del transporte público en sus 181 unidades de las cinco cooperativas existentes en la ciudad de Manta, se consideró en este estudio la Cooperativa Manta, Cooperativa 29 de Septiembre y Cooperativa Costa Azul, con 107 unidades las mismas que abarcan cinco parroquias distribuidas en 14 rutas.

Población objeto de estudio

Las parroquias antes mencionadas cuentan con una población 195.864 personas mayores de edad, información que fue obtenida del registro de electores del Consejo Nacional Electoral.

Para la delimitación del estudio se consideró las 5 parroquias urbanas: Eloy Alfaro, Los Esteros, Manta, San Mateo y Tarqui, dado que la ciudad cuenta con una extensión territorial de 60 Km², esto nos facilitó abarcar toda el área urbana para el trabajo de campo mediante la encuesta.

Tabla 4*Cooperativas Seleccionadas*

FETUM	Número de unidades	Líneas / Rutas
Coop. Costa Azul	19	14-17
Coop. 29 de Sept.	43	1-2-3-4-7-8-9-10-
Coop. Manta	45	11-12-15-16-17
Total	107	14

Nota. La Línea / Ruta 17 es compartida en todas las Cooperativas

Tabla 5*Recorrido de las líneas por las Parroquias Urbanas*

Líneas	Rutas	Parroquia Urbana
1	Terminal Terrestre - Ciudadela Deportiva	San Mateo - Manta - Eloy Alfaro
2	Parque del Recuerdo - Ciudadela Deportiva	Los Esteros - Tarqui - Manta
3	Urbirrios II - Ciudadela Deportiva	Tarqui - Eloy Alfaro - Manta
4	La Pradera - Ciudadela Deportiva	Los Esteros - Tarqui - Manta
7	Ciudadela Esperanza - Agencia de Tránsito	Eloy Alfaro - Los Esteros - Tarqui
8	Ciudadela Deportiva - Leónidas Proaño	Tarqui - Eloy Alfaro - Manta
9	Ciudadela Deportiva - Ciudadela Costa Azul	Los Esteros - Tarqui - Manta
10	Ciudadela Deportiva - Cielito Lindo	Tarqui - Eloy Alfaro - Manta
11	Ciudadela Deportiva - La Revancha	Tarqui - Eloy Alfaro - Manta
12	Ciudadela Deportiva - La Cumbres	Tarqui - Eloy Alfaro - Manta
14	Ciudadela Deportiva - Cosase	Tarqui - Eloy Alfaro - Manta
15	Ciudadela los Geranios - San Juan	Tarqui - Eloy Alfaro - Manta
16	Ciudadela Deportiva - Ciudadela Montalván	Tarqui - Eloy Alfaro - Manta
17	Terminal Terrestre - Ciudadela Deportiva	Los Esteros - Tarqui - Manta

Nota. Parroquias Urbanas: Eloy Alfaro, Los Esteros, Manta, San Mateo, Tarqui

Tabla 6

Población Mayor de 18 años

Parroquias Urbanas	Población	Porcentaje
Eloy Alfaro	25.514	13 %
Los Esteros	23.316	12 %
Manta	76.598	39 %
San Mateo	2.949	2 %
Tarqui	67.487	34 %
Total	195.864	100 %

Nota. Fuente (CNE, 2017)

Figura 7

Mapa de la Ciudad de Manta



Nota. Distribución de las Parroquias, tomado de (Google. (s.f.), 2022)

Tabla 7*Elementos de la Técnica de Estudio*

Parámetros	Datos
Elementos muestrales	Usuarios / cooperativas / parroquias
Segmentación geográfica	Ciudad de Manta
Técnica para la obtención de la información	Encuesta
Fecha trabajo de campo	Mayo-Junio 2022
Procedimiento de muestreo	Muestreo probabilístico estratificado afijación proporcional

Nota. Elaboración propia.

Cálculo de la muestra

El cálculo de la muestra para el estudio se realizó mediante la fórmula de población finita, los elementos presentan características iguales por tal razón se justifica el uso de la fórmula.

n= Tamaño de la Muestra

N= Tamaño de la población (195.864)

p = probabilidad de éxito (0,5)

q = probabilidad de fracaso (0,5)

Z= Valor obtenido mediante niveles de confianza (95%: 1,96)

e= Límite aceptable de error muestral (5%).

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

$$n = \frac{195.864 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (195863 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5} \quad n = 383 \text{ encuestas}$$

El tamaño de la muestra fue de 383 encuestas y para saber el número de distribución de estas, se usó muestreo aleatorio estratificado, afijación proporcional.

$$P = \frac{n}{N} = \frac{383}{195864} = 0,00195544$$

Proporción = 0,00195544

Tabla 8

Distribución del Tamaño de la Muestra

Parroquias Urbanas	Población	Proporción	Numero de Encuesta
Eloy Alfaro	25.514	0,00195544	50
Los Esteros	23.316	0,00195544	46
Manta	76.598	0,00195544	149
San Mateo	2.949	0,00195544	8
Tarqui	67.487	0,00195544	130
Total	195.864		383

Nota. Numero de Encuestas por parroquias

Tabla 9*Matriz de operacionalización*

Objetivo general	Objetivo específico	Variable	Dimensiones	Indicadores	Escala
Analizar el alcance de la calidad de servicio del transporte público de Manta a través de encuesta y entrevistas para adaptarlo al modelo ServQual al entorno de la transportación		Perfil encuestado	Ud. utiliza el transporte público	Si	1
				No	2
				Rara vez	3
			Con que frecuencia lo utiliza	Siempre	1
				Casi siempre	2
				nunca	3
			ocupación	Estudiante	1
				Empleado	2
				Independiente	3
				Jubilado	4
				Otro	5
			Nivel académico	Primaria	1
				Secundaria	2
				3er nivel	3
				4to nivel	4
			Nivel de ingresos	200 a 300	1
				301 a 400	2
				Superior a 401	3
Genero	Masculino	1			
	Femenino	2			
	GLBTI	3			
Edad	18 a 25	1			
	26 a 31	2			
	32 a 40	3			
	41 en adelante	4			
Parroquia donde vive	Tarqui	1			
	Manta	2			
	Eloy Alfaro	3			
	San Mateo	4			
	Los esteros	5			

Objetivo general	Objetivo específico	Variable	Dimensiones	Indicadores	Escala	
					Escala de Likert	
	Establecer respecto a la calidad de servicio de transporte si tienen concordancia con la satisfacción del usuario del transporte público de Manta	Alcance de las dimensiones de calidad del servicio de transporte	Elementos tangibles	Las unidades son cómodas y visualmente atractivas.	Nunca 1 Casi nunca 2 Casi siempre 3 Siempre 4	
Existe pulcritud en los empleados de las unidades de transporte.				Nunca 1 Casi nunca 2 Casi siempre 3 Siempre 4		
Las unidades del transporte abastecen la demanda de usuarios.				Nunca 1 Casi nunca 2 Casi siempre 3 Siempre 4		
Las unidades de transporte cuentan con tv e internet.				Nunca 1 Casi nunca 2 Casi siempre 3 Siempre 4		
La empresa muestra un serio interés en solucionar al usuario un problema ocurrido en alguna de sus unidades.				Nunca 1 Casi nunca 2 Casi siempre 3 Siempre 4		
Las empresas habitualmente prestan bien sus servicios.				Nunca 1 Casi nunca 2 Casi siempre 3 Siempre 4		
		Confiabilidad			La empresa de transporte cumple con el horario nocturno establecido en sus rutas	Nunca 1 Casi nunca 2 Casi siempre 3 Siempre 4

Objetivo general	Objetivo específico	Variable	Dimensiones	Indicadores	Escala	
			Confiabilidad	Hay cumplimiento de los horarios diurnos por parte de la empresa de transporte.	Nunca Casi nunca Casi siempre Siempre	1 2 3 4
				La empresa informa a tiempo todas las condiciones del servicio que prestan.	Nunca Casi nunca Casi siempre Siempre	1 2 3 4
		Responsabilidad Tiempo de respuesta		Los empleados siempre están dispuestos a ayudar a los usuarios.	Nunca Casi nunca Casi siempre Siempre	1 2 3 4
				El servicio que presta por parte de los empleados es rápido y ágil.	Nunca Casi nunca Casi siempre Siempre	1 2 3 4
			La empresa responde inmediatamente las inquietudes del usuario.	Nunca Casi nunca Casi siempre Siempre	1 2 3 4	
		Seguridad	Los usuarios se sienten seguros de las transacciones monetarias.	Nunca Casi nunca Casi siempre Siempre	1 2 3 4	
			Los usuarios sienten confianza con los empleados de la empresa de transporte público.	Nunca Casi nunca Casi siempre Siempre	1 2 3 4	

Objetivo general	Objetivo específico	Variable	Dimensiones	Indicadores	Escala	
			Seguridad	Existe amabilidad de parte de los empleados del transporte público.	Nunca Casi nunca Casi siempre Siempre	1 2 3 4
				Cree Ud. Que debería haber personal de seguridad en las unidades.	Nunca Casi nunca Casi siempre Siempre	1 2 3 4
			Empatía	Los empleados brindan una buena atención a los usuarios.	Nunca Casi nunca Casi siempre Siempre	1 2 3 4
				La empresa esta presta a recibir sugerencias de parte de los usuarios.	Nunca Casi nunca Casi siempre Siempre	1 2 3 4
				Los empleados son solidarios en ciertas ocasiones con los usuarios.	Nunca Casi nunca Casi siempre Siempre	1 2 3 4
		Satisfacción		Indique el nivel de satisfacción total de los servicios de transporte proporcionados por las cooperativas	Insatisfecho Poco satisfecho Satisfecho Muy satisfecho	1 2 3 4

Objetivos de los instrumentos

Encuesta

- Saber el nexo entre las variables calidad de servicio y satisfacción de los usuarios mediante el análisis correlacional obtenido de las encuestas y poder establecer la relación existente entre las variables.
- Saber el alcance y la magnitud de la calidad de servicio del transporte mediante el análisis descriptivo valorado en el cuestionario planteado para distinguir las dimensiones más apropiadas para los usuarios.
- Establecer la inflexión de las variables de estudio mediante las pruebas de hipótesis interpretadas a través de la prueba Chi-cuadrado y reconocer como repercute la calidad de servicio de transporte en la satisfacción de los usuarios del transporte público de Manta

Entrevista

- Ahondar en el tema de estudio mediante las entrevistas realizadas a los expertos para ajustar el modelo de calidad de servicio de transporte al ámbito del usuario,

Los Instrumentos de investigación

Para llevar a cabo la investigación se han hecho uso de dos instrumentos de recolección de datos, estos son la encuesta y la entrevista, con base en investigaciones y publicaciones haciendo uso del banco de datos de estudios académicos como Dialnet, Scielo, Redalyc, Science Direct entre otros.

Las preguntas incluidas en la encuesta y en la entrevista, fueron analizadas y ajustadas a la perspectiva del usuario que tiene sobre la transportación pública en su vida diaria, posteriormente fueron sometidas al criterio de los expertos obteniendo información adicional para la corrección y aplicación final de los instrumentos.

Validación

Los instrumentos fueron puestos a la consideración de tres docentes de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, MSc Víctor Pachacama, MSc Giovanni Rojas, MSc Yadira Tacoamán con las especialidades de Ingeniería industrial, Sistemas, Diseño curricular y evaluación educativa respectivamente, utilizando un formato de 10 preguntas con una escala de 1 al 5 que establecían o no la claridad y objetividad de las preguntas, posterior a la calificación se realizaron las correcciones a las observaciones dadas por los expertos.

Los resultados superaron el 90 % de validez.

Confiabilidad del instrumento

Para la encuesta se realizó una prueba piloto a 20 usuarios del transporte público, para establecer la consistencia interna del instrumento, se utilizó para la validación el método de Alfa de Cronbach.

Tabla 10

Fiabilidad del instrumento

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,842	19

El resultado por el método Alfa de Cronbach da una consistencia interna aceptable para la puesta en práctica de la recolección de información.

Capítulo IV

Análisis de la investigación

Como complemento a este estudio se realizó entrevistas a la dirigencia de las cooperativas del transporte público escogidas, dándonos a conocer su visión como empresa a los temas tratados en la investigación.

Entrevista a los expertos

Objetivos de la entrevista. Conocer el punto de vista con respecto a la calidad de servicio que prestan las unidades de las cooperativas de transporte público para satisfacer las necesidades de los usuarios, a continuación, se detalla una de las 7 entrevistas realizadas a los expertos siendo los dirigentes de las cooperativas de transportes en la ciudad de Manta, posterior a ello se mostrara un cuadro resumen con los hallazgos mas importantes, logros y futuro de la transportación.

Nombre: Nel Párraga Macias

Cargo: Presidente de la Federación de transportistas urbanos de Manta. (FETUM)

Teléfono: 0981096073

Email: fetum2001@hotmail.com

- 1. ¿Considera que el personal administrativo y de servicio al público dan la atención adecuada y ayudan a resolver situaciones y problemas a los usuarios del transporte público? ¿de qué manera?**

Consideramos como federación que en la transportación urbana estamos dando un buen servicio a la comunidad mantense, cuando se presenta un problema por cualquier situación nosotros actuamos inmediatamente y si es de sancionar al conductor lo hacemos, si

no le llamamos la atención, esto nos ha permitido tener un buen servicio y el personal que labora con nosotros lo hace en las mejores condiciones.

2. Es de consideración el buen trato al usuario, independiente de su condición Social (edad, sexo, personas con discapacidad, religión, etc.) mediante una buena conducta del chofer y /o cobrador del autobús ¿por qué?

Justamente eso es uno de los principales objetivos que tiene la federación es darles un buen servicio a jóvenes los adultos, personas de la tercera edad y también las personas con discapacidad una de las mejores atenciones que nosotros le brindamos.

3. ¿Cómo evitar la aglomeración de pasajeros sobre todo en horas pico y poder responder a las necesidades de los usuarios?

Se trabaja constantemente al respecto, pero la cultura del usuario hace complicado tomar alguna medida, no le importa muchas veces al pasajero que la unidad va llena, igual hace lo posible por subirse desmereciendo muchas veces la comodidad del trayecto.

4. ¿Considera que debería haber más unidades y si las hay tener más disponibilidad para coberturas de rutas? ¿qué solución se daría?

Nosotros contamos ahora con 181 unidades y con eso suplimos todas las necesidades aparentemente cuando existe aglomeraciones pareciera faltaran unidades, pero no es así, cuando la ciudad crezca podemos estar analizando hacer otra extensión en las rutas.

5. Considerando que las unidades deben marcar su tiempo para llegar a su destino, es importante que el chofer distribuya bien el tiempo para así evitar accidentes que generalmente termina con la vida del transeúnte, ¿qué medidas se deben tomar? ¿por qué?

La mayoría de los conductores con sus unidades salen con el tiempo adecuado, el problema es en el camino, muchas veces se encuentran con que hay calles que están congestionadas, calles cerradas y es difícil proseguir para desviarse, se pueda perder cuatro o 5 minutos, esto no es problema del personal o de los socios, sino que es un problema que pasa todos los días, claro que hay excepciones, pero generalmente es así.

6. Teniendo en cuenta la experiencia, funcionalidad, accesibilidad y demás, estima que las empresas deban tomar interés para el aumento de la calidad de servicio en el transporte público, ¿por qué?

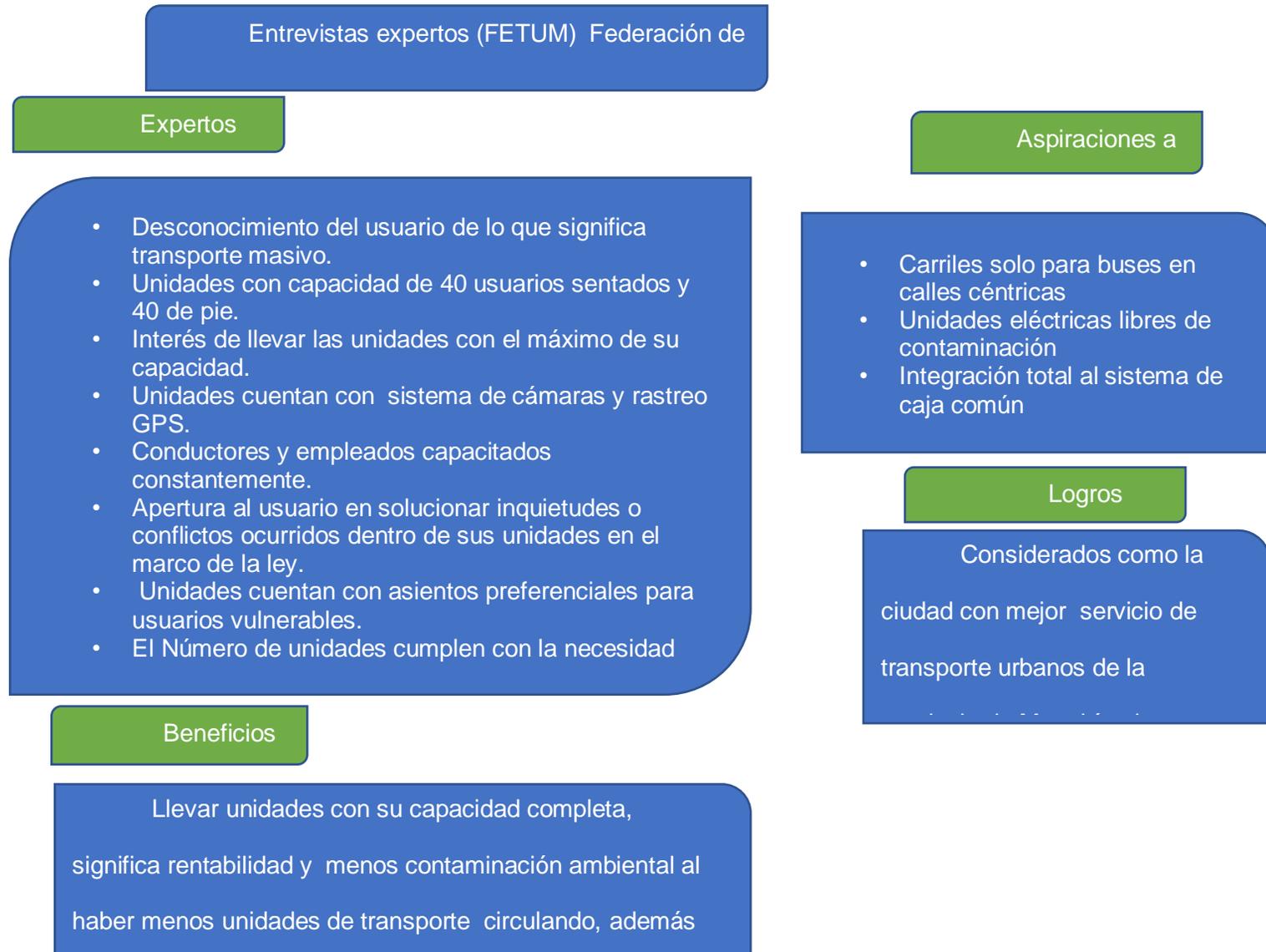
Es indudable nosotros tratamos día a día de mejorar, Manta cuenta con el mejor parque automotor y el mejor servicio del transporte urbano en comparación con otras provincias y ciudades, como federación seguimos trabajando, modernizando las unidades y la calidad del servicio.

7. La atención que se da a las necesidades específicas de los usuarios (niños, embarazadas, adulto mayor, personas con discapacidad) en el servicio a bordo. ¿las considera apropiadas y necesarias? ¿por qué?

A las personas vulnerables como federación nos encargamos de darle un tratamiento especial, a este grupo de clientes tratamos de darle el mejor servicio y en el caso de alguna denuncia tomamos las medidas de corrección inmediatamente.

Figura 8

Hallazgos significativos, resumen de las entrevistas



Análisis univariado de la encuesta

1. ¿Ud. utiliza el transporte público?

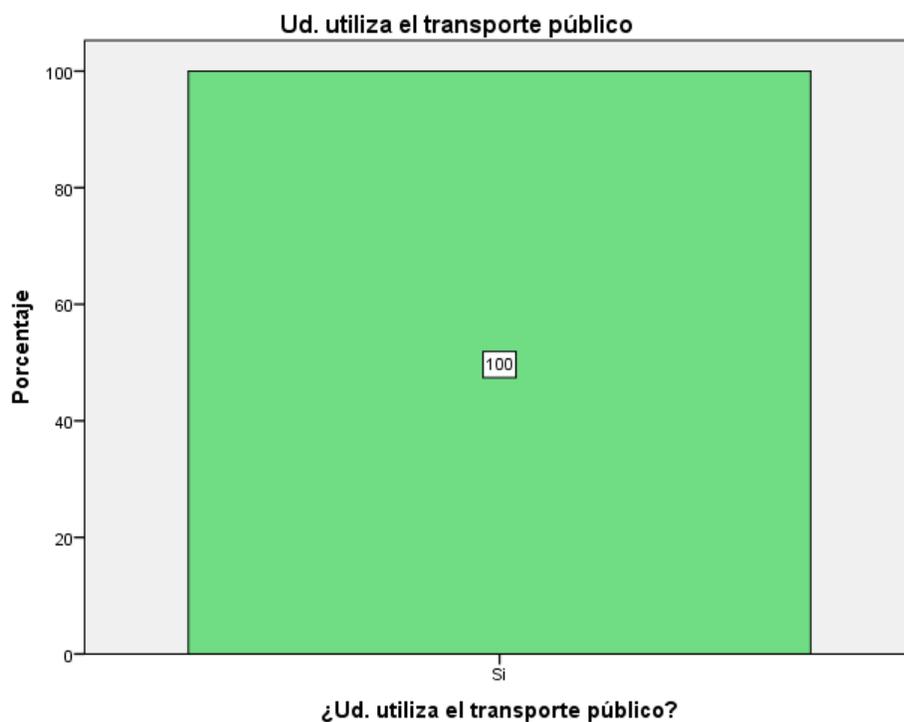
Tabla 11

Utilización del transporte público

¿Ud. utiliza el transporte público?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	383	100	100	100

Figura 9

Uso del transporte público



Nota: Obtenido de SPSS

Análisis

Como se puede observar la totalidad de la muestra utiliza el transporte público.

2. ¿Con qué frecuencia lo utiliza?

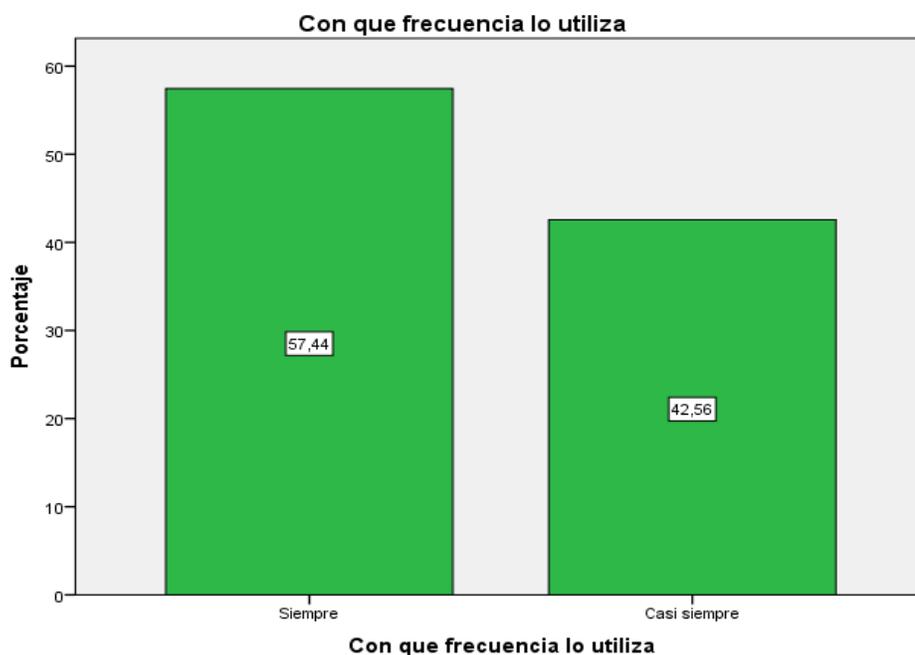
Tabla 12

Frecuencia del transporte Público

		¿Con qué frecuencia lo utiliza?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	220	57,4	57,4	57,4
	Casi siempre	163	42,6	42,6	100
Total		383	100	100	

Figura 10

Con qué frecuencia usa el transporte público



Nota: Obtenido de SPSS

Análisis

En este caso existe un mayor número de usuarios que siempre utiliza el transporte público con 57,44% sobre un porcentaje de 42.56 % que lo utiliza en menor medida.

3. ¿ocupación?

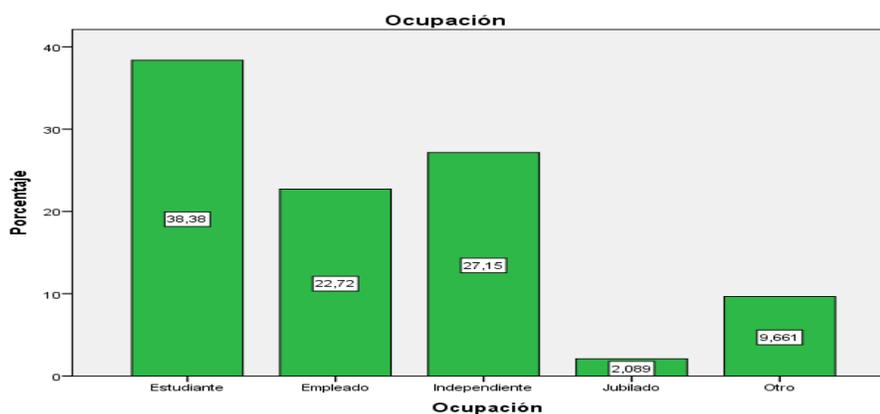
Tabla 13

A qué se dedica el usuario

		¿Ocupación?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Estudiante	147	38,4	38,4	38,4
	Empleado	87	22,7	22,7	61,1
	Independiente	104	27,2	27,2	88,3
	Jubilado	8	2,1	2,1	90,3
	Otro	37	9,7	9,7	100
	Total	383	100	100	

Figura 11

Ocupación del usuario



Nota: Obtenido de SPSS

Análisis

En la figura 10 se puede observar que el mayor porcentaje de usuarios son estudiantes con un 38.38 % seguido de usuarios independientes con 27.15 y de empleados con un 22.72 %, seguidos no muy cerca de un número de usuarios que no definió su ocupación o se

catalogaron como amas de casa con 9,6 %, se destaca en la figura que quien menos usa el transporte público son los usuarios ya jubilados.

4. ¿Nivel académico?

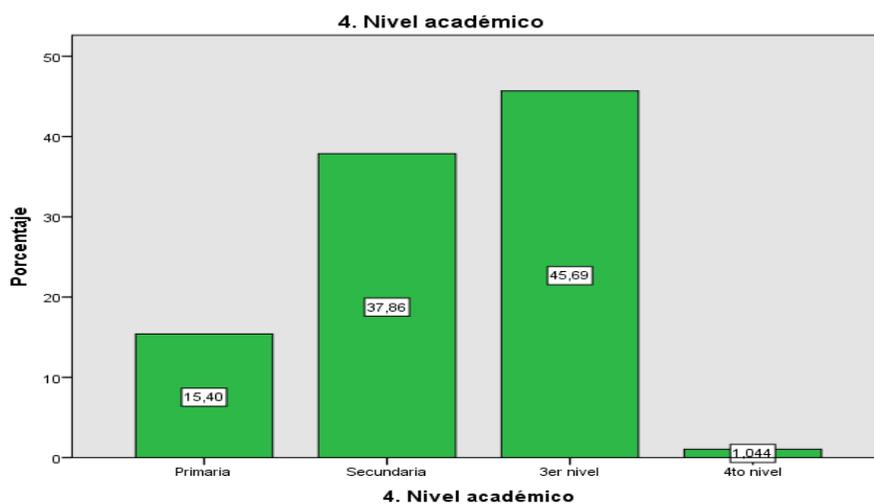
Tabla 14

Nivel académico del usuario

¿Nivel académico?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Primaria	59	15,4	15,4	15,4
	Secundaria	145	37,9	37,9	53,3
	3er nivel	175	45,7	45,7	99
	4to nivel	4	1	1	100
	Total	383	100	100	

Figura 12

Nivel académico



Nota: Obtenido de SPSS

Análisis

Se observa en la figura un alto porcentaje de usuarios con un nivel académico de tercer nivel, seguido de otro grupo con su nivel de escolaridad de secundaria, esto se debe a que el mayor porcentaje de quienes utilizan el transporte público son estudiantes universitarios.

5. ¿Nivel de ingresos?

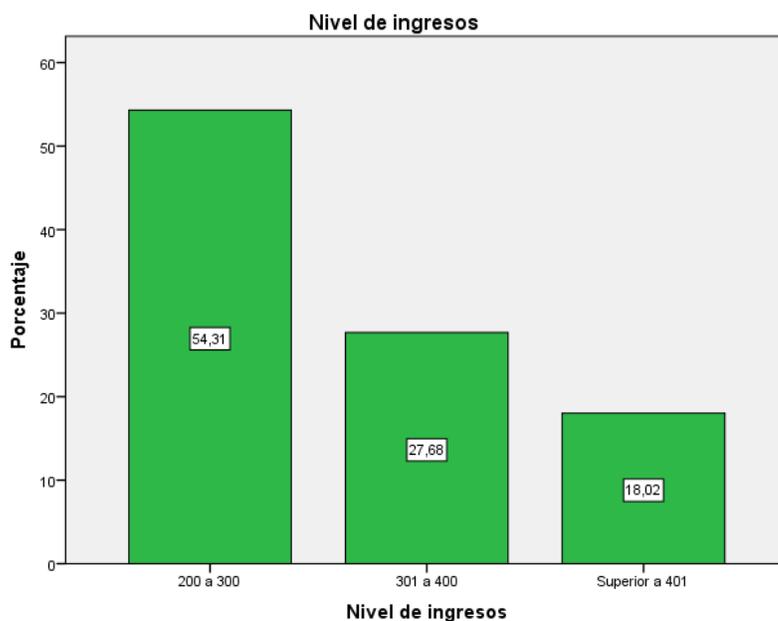
Tabla 15

Ingresos económicos

¿Nivel de ingresos?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	200 a 300	208	54,3	54,3	54,3
	301 a 400	106	27,7	27,7	82
	Superior a 401	69	18	18	100
Total		383	100	100	

Figura 13

Nivel económico del usuario



Nota: Obtenido de SPSS

Análisis

Observamos en el gráfico un alto porcentaje de usuarios cuyo nivel económico es menor que el sueldo básico establecido.

6. ¿Género?

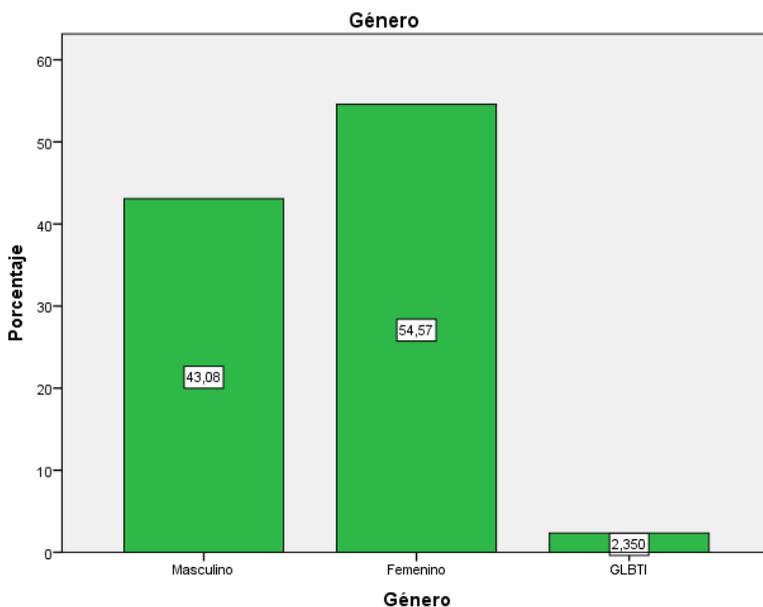
Tabla 16

Género con que se identifica el usuario

¿Género?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	165	43,1	43,1	43,1
	Femenino	209	54,6	54,6	97,7
	GLBTI	9	2,3	2,3	100
	Total	383	100	100	

Figura 14

Género del usuario



Nota: Obtenido de SPSS

Análisis

De acuerdo al gráfico se establece un porcentaje significativo de usuarios femeninos con 54.57 % seguido del género masculino de 43.08 % y apenas un 2.3 % de la comunidad GLBTI.

7. ¿Edad?

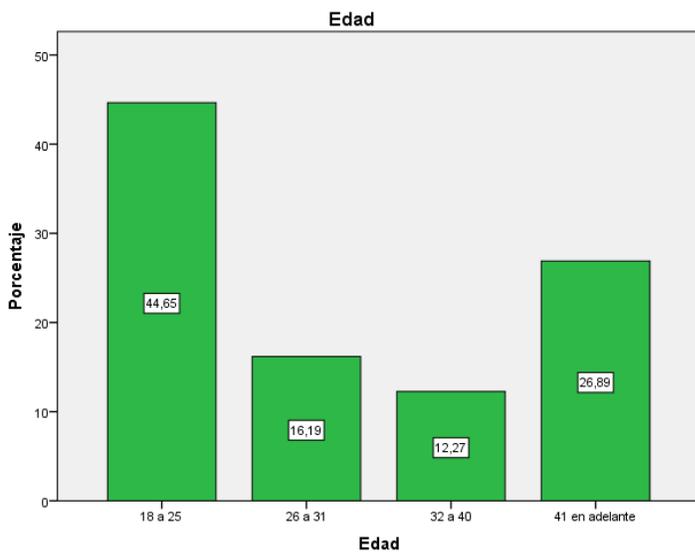
Tabla 17

Edad promedio del usuario

		¿Edad?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	18 a 25	171	44,6	44,6	44,6
	26 a 31	62	16,2	16,2	60,8
	32 a 40	47	12,3	12,3	73,1
	41 en adelante	103	26,9	26,9	100
Total		383	100	100	

Figura 15

Edad promedio del usuario



Nota: Obtenido de SPSS

Análisis

De acuerdo a la interrogante se observa un porcentaje importante de usuarios que está en una edad entre 18 a 25 años que representa el 44.65 %, seguido de usuarios mayores de 41, manteniéndose en menor proporción las edades de 26 a 31 y 32 a 40 años con un porcentaje de 16.19 % y 12. 27 % respectivamente.

8. ¿Parroquia donde vive?

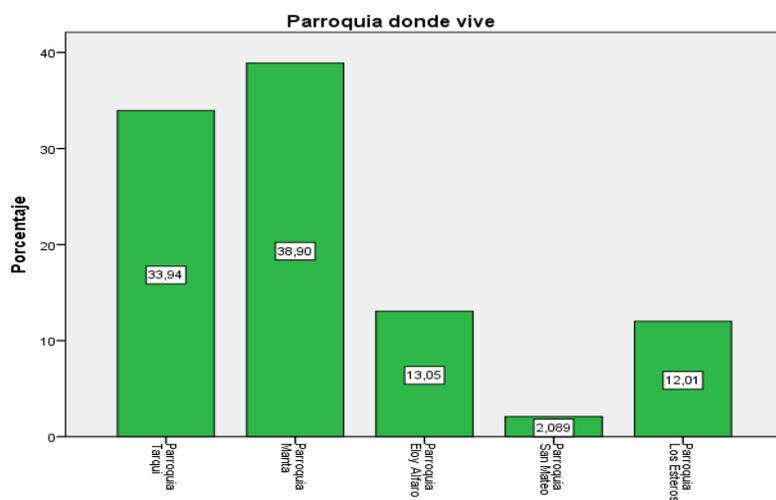
Tabla 18

Sector de residencia del usuario

		Parroquia donde vive			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Parroquia Tarqui	130	33,9	33,9	33,9
	Parroquia Manta	149	38,9	38,9	72,8
	Parroquia Eloy Alfaro	50	13,1	13,1	85,9
	Parroquia San Mateo	8	2,1	2,1	88
	Parroquia Los Esteros	46	12	12	100
Total		383	100	100	

Figura 16

Sector de residencia del usuario



Nota: Obtenido de SPSS

Análisis

La figura 15 representa el lugar de residencia de los usuarios, teniendo un mayor porcentaje las parroquias Manta con el 38.90 % y Tarqui con el 33.94 %, seguido de las parroquias Eloy Alfaro y Los Esteros. En menor número la parroquia de San Mateo con un 2 %, esto se debe a que está en un área rural de la ciudad de Manta.

9. ¿Las unidades son cómodas y visualmente atractivas?

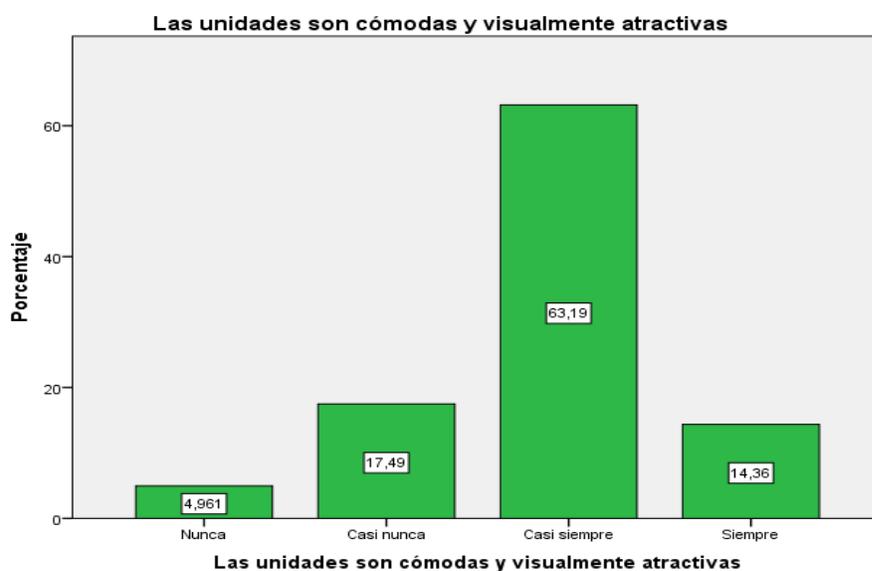
Tabla 19

Comodidad del transporte

Las unidades son cómodas y visualmente atractivas					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	19	5	5	5
	Casi nunca	67	17,5	17,5	22,5
	Casi siempre	242	63,2	63,2	85,6
	Siempre	55	14,4	14,4	100
	Total	383	100	100	

Figura 17

Comodidad del transporte



Nota: Obtenido de SPSS

Análisis

La figura 16 representa la opinión del usuario que sobre pasa las restantes variables destacándose con un porcentaje 63.19 % que las unidades son cómodas y visualmente atractivas casi siempre.

10. ¿Existe pulcritud en los empleados de las unidades de transporte?

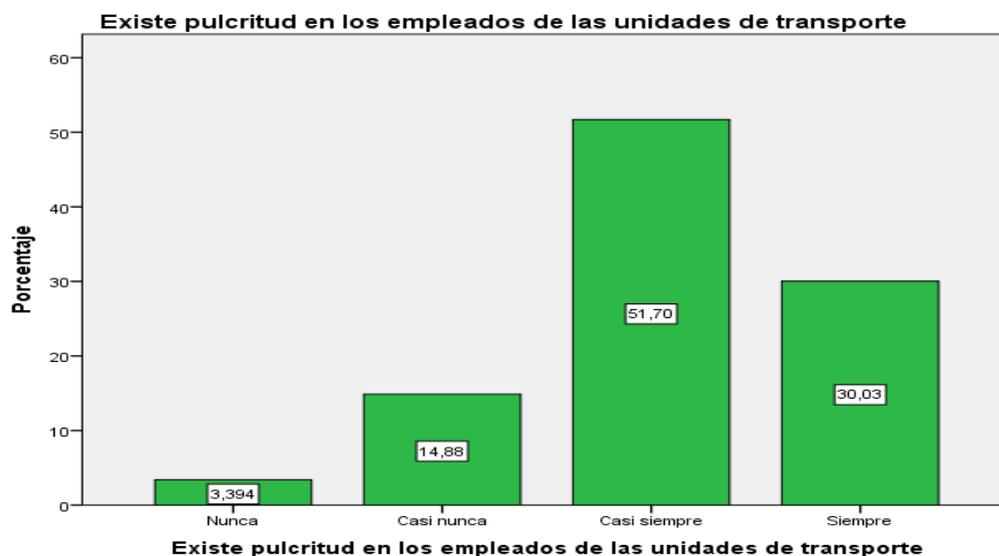
Tabla 20

Apariencia de los empleados

Existe pulcritud en los empleados de las unidades de transporte					
Válidos		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Nunca	13	3,4	3,4	3,4
	Casi nunca	57	14,9	14,9	18,3
	Casi siempre	198	51,7	51,7	70
	Siempre	115	30	30	100
	Total	383	100	100	

Figura 18

Apariencia de los empleados



Nota: Obtenido de SPSS

Análisis

Observamos en la figura que para el usuario los empleados casi siempre y siempre están presentables acorde a las labores que prestan con un porcentaje de 51.70 % seguido de un 30. 03 % respectivamente, un porcentaje mínimo cataloga la apariencia diferente como casi nunca con 14.88 % y nunca con 3 %.

11. ¿Las unidades del transporte abastecen la demanda de usuarios?

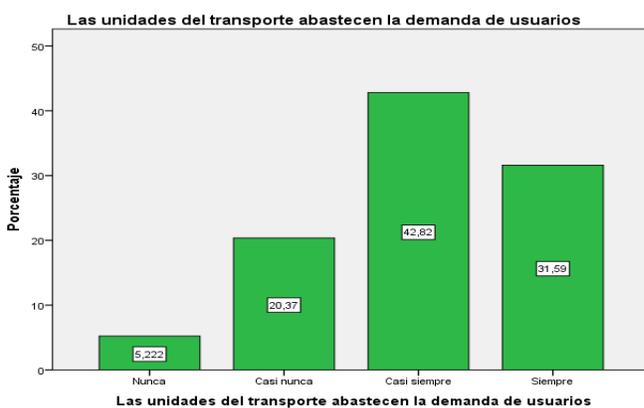
Tabla 21

Demanda de transporte

Las unidades del transporte abastecen la demanda de usuarios					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	20	5,2	5,2	5,2
	Casi nunca	78	20,4	20,4	25,6
	Casi siempre	164	42,8	42,8	68,4
	Siempre	121	31,6	31,6	100
	Total	383	100	100	

Figura 19

Demanda de transporte



Nota: Obtenido de SPSS

Análisis

Los usuarios califican a esta interrogante con un buen porcentaje de aceptación encontrándose con que las unidades de transporte casi siempre con un 42.82 % si abastecen demanda de usuarios, seguido de Siempre con 31.59 %, manteniendo una calificación de casi nunca con 20.37 %, solo un porcentaje bajo califica negativamente con un 5 %.

12. ¿Las unidades de transporte cuentan con tv e internet?

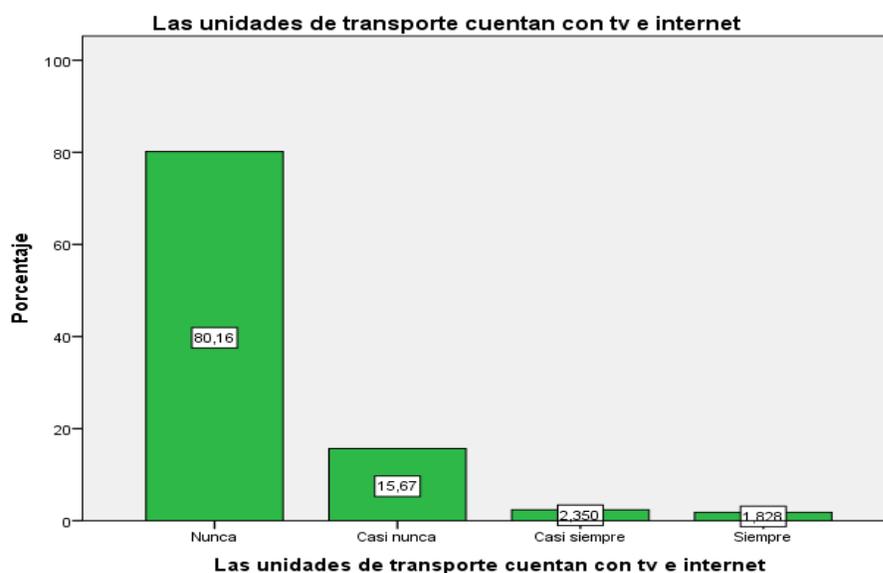
Tabla 22

Unidades cuentan con tv e internet

Las unidades de transporte cuentan con tv e internet					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	307	80,2	80,2	80,2
	Casi nunca	60	15,7	15,7	95,8
	Casi siempre	9	2,3	2,3	98,2
	Siempre	7	1,8	1,8	100
	Total	383	100	100	

Figura 20

Unidades cuentan con tv e internet



Nota: Obtenido de SPSS

Análisis

Observamos esta grafica que la respuesta es calificada negativamente con un 80% seguida con el próximo valor manteniendo la misma tendencia negativa de un 15.67 % muy poco porcentaje califica lo contrario.

13. ¿La empresa muestra un serio interés en solucionar al usuario un problema ocurrido en alguna de sus unidades?

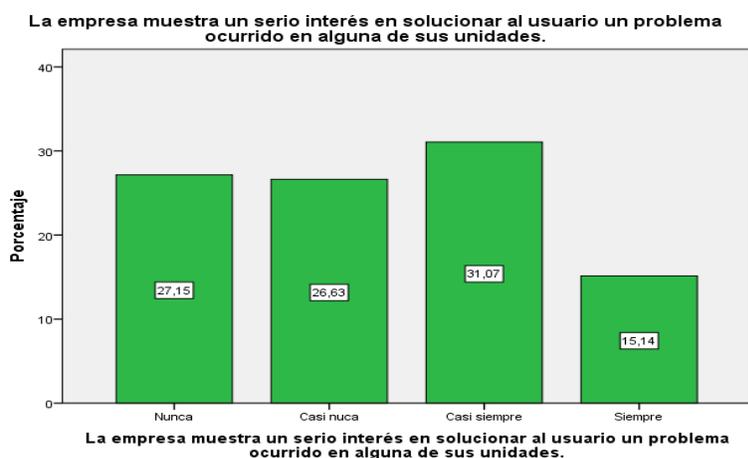
Tabla 23

Interés por el usuario

La empresa muestra un serio interés en solucionar al usuario un problema ocurrido en alguna de sus unidades.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	104	27,2	27,2	27,2
	Casi nuca	102	26,6	26,6	53,8
	Casi siempre	119	31,1	31,1	84,9
	Siempre	58	15,1	15,1	100
	Total	383	100	100	

Figura 21

Interés por el usuario



Nota: Obtenido de SPSS

Análisis

En la figura encontramos la tendencia a la pregunta se mantiene equilibrada con una ligera ventaja en la variable “casi siempre” con 31.07 % en general la visión del usuario con la empresa es por alguna experiencia vivida a favor o en contra por eso “nunca” esta con un porcentaje de 27.15 % y “casi nunca” con un 26.63 %

14. ¿Las empresas habitualmente prestan bien sus servicios?

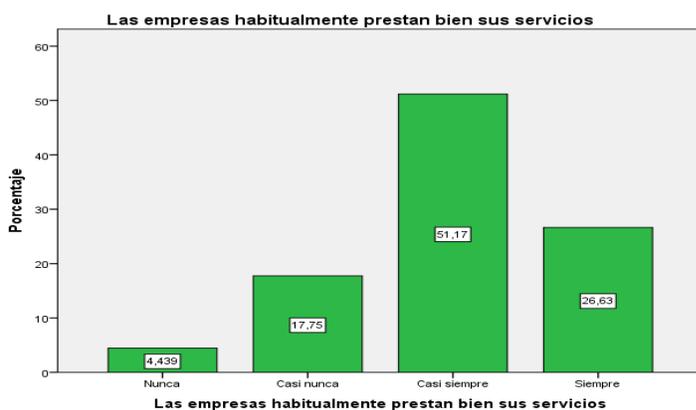
Tabla 24

Prestación de servicios

Las empresas habitualmente prestan bien sus servicios					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	17	4,4	4,4	4,4
	Casi nunca	68	17,8	17,8	22,2
	Casi siempre	196	51,2	51,2	73,4
	Siempre	102	26,6	26,6	100
Total		383	100	100	

Figura 22

Prestación de servicios



Nota: Obtenido de SPSS

Análisis

Se visualiza en la figura 21 que los usuarios en un gran porcentaje consideran que las empresas de transporte “casi siempre” cumple con la prestación del servicio con un 51.17 % seguido de “siempre” con un 26.63 %, no hay que descuidar que el porcentaje contrario se manifiesta en que “casi nunca” con un 17,75 %.

15. ¿La empresa de transporte cumple con el horario nocturno establecido en sus rutas?

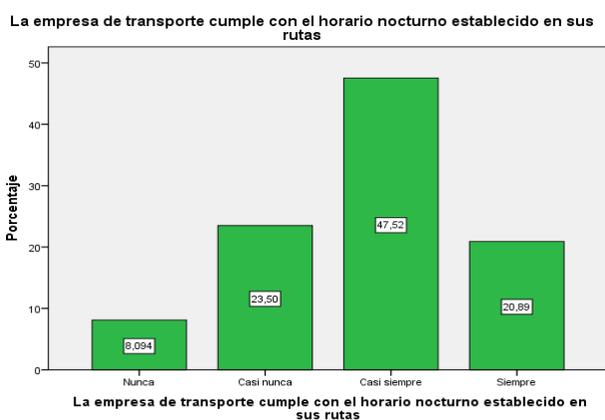
Tabla 25

Recorrido horario Nocturno

La empresa de transporte cumple con el horario nocturno establecido en sus rutas					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	31	8,1	8,1	8,1
	Casi nunca	90	23,5	23,5	31,6
	Casi siempre	182	47,5	47,5	79,1
	Siempre	80	20,9	20,9	100
	Total	383	100	100	

Figura 23

Recorrido horario nocturno



Nota: Obtenido de SPSS

Análisis

Se observa que la empresa de transporte casi siempre cumple con el horario nocturno en un 47.52 %, seguido de un criterio casi parejo entre “siempre y “casi nunca” con un 23.50 % y 20.89 %, esto se debe a que ciertas líneas dejan de operar con el servicio ida y vuelta de los recorridos normales y solo mantienen el de solo retorno de la universidad hacia los destinos respectivos.

16. ¿Hay cumplimiento de los horarios diurnos por parte de la empresa de transporte?

Tabla 26

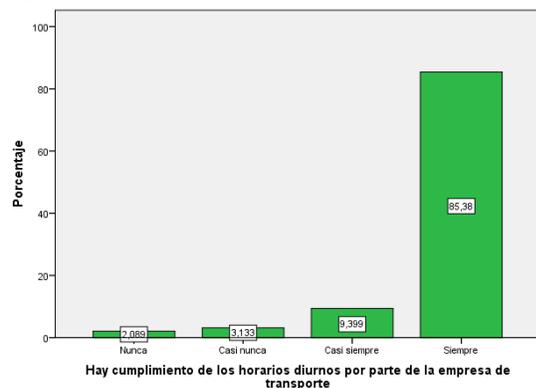
Recorrido horario diurno

Hay cumplimiento de los horarios diurnos por parte de la empresa de transporte					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	8	2,1	2,1	2,1
	Casi nunca	12	3,1	3,1	5,2
	Casi siempre	36	9,4	9,4	14,6
	Siempre	327	85,4	85,4	100
Total		383	100	100	

Figura 24

Recorrido horario diurno

Hay cumplimiento de los horarios diurnos por parte de la empresa de transporte



Nota: Obtenido de SPSS

Análisis

En la siguiente pregunta mayoritariamente la opinión de los usuarios es el horario diurno si es cumplido a cabalidad por las empresas de transporte con un 85.38 % el restante porcentaje se debe a su disconformidad en los fines de semana y sobre todo los días domingos que las unidades no operan en toda su capacidad por el poco movimiento de usuarios y no es rentable para sus operaciones.

17. ¿La empresa informa a tiempo todas las condiciones del servicio que prestan?

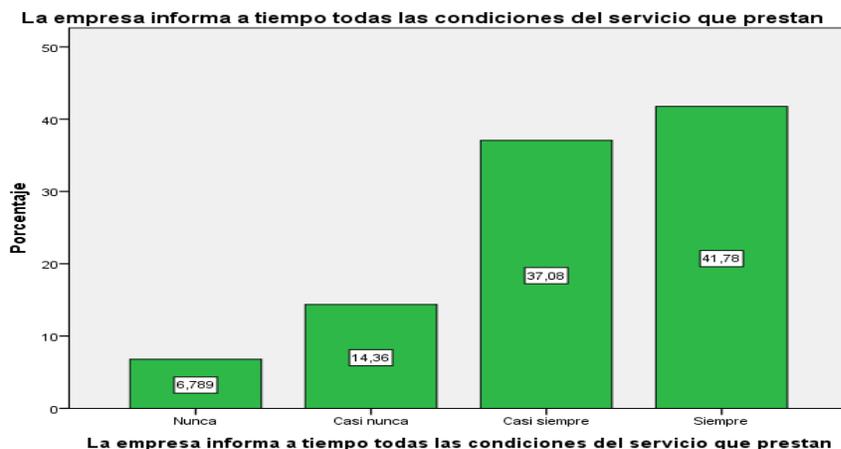
Tabla 27

Información al usuario

La empresa informa a tiempo todas las condiciones del servicio que prestan					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	26	6,8	6,8	6,8
	Casi nunca	55	14,4	14,4	21,1
	Casi siempre	142	37,1	37,1	58,2
	Siempre	160	41,8	41,8	100
	Total	383	100	100	

Figura 25

Información al usuario



Nota: Obtenido de SPSS

Análisis

Como se observa en las respuestas a la pregunta, los usuarios manifiestan mayoritariamente que las empresas de transporte “siempre y casi siempre” informan a tiempo las condiciones del servicio en un 41.78 % y 37.08 % respectivamente.

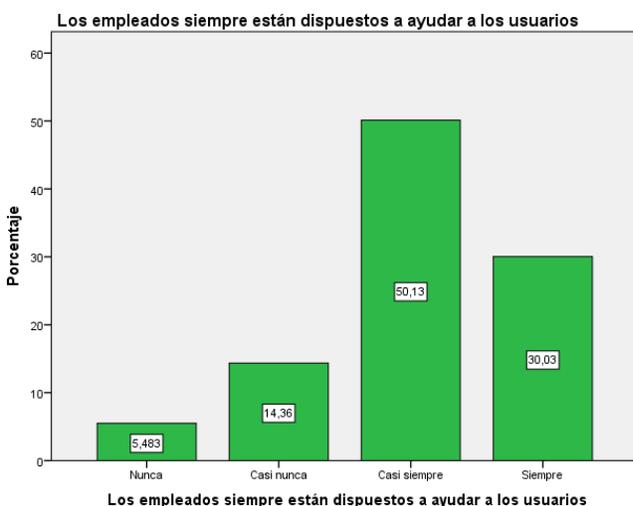
18. ¿Los empleados siempre están dispuestos a ayudar a los usuarios?

Tabla 28

Disposición de ayuda

Los empleados siempre están dispuestos a ayudar a los usuarios					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	21	5,5	5,5	5,5
	Casi nunca	55	14,4	14,4	19,8
	Casi siempre	192	50,1	50,1	70
	Siempre	115	30	30	100
	Total	383	100	100	

Figura 26

Disposición de ayuda

Nota: Obtenido de SPSS

Análisis

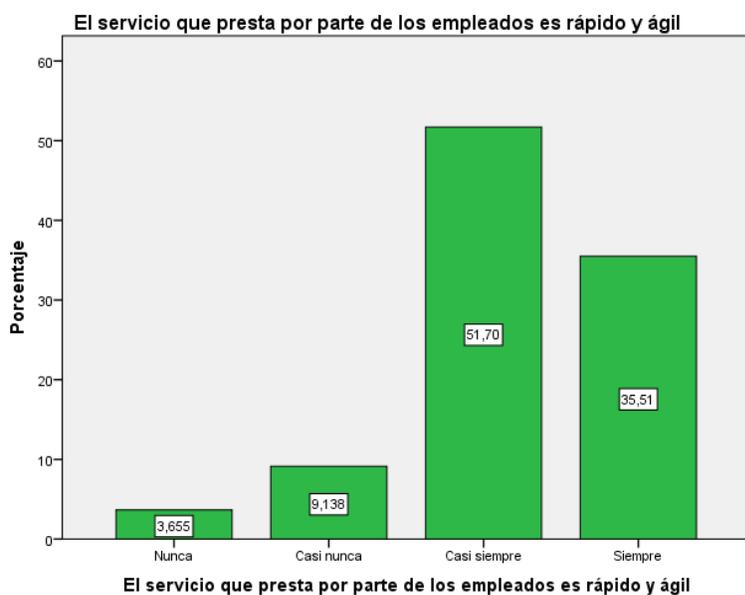
Como podemos observar en la figura 25, los usuarios manifiestan sentir que los empleados de las unidades de transporte siempre están dispuestos a ayudar en “casi siempre” con 50.13 % seguido de “siempre” en un 30.03 %, minoritariamente los porcentajes de “casi nunca” y “nunca” se mantiene bajos.

19. ¿El servicio que presta por parte de los empleados es rápido y ágil?

Tabla 29

Servicio prestado

El servicio que presta por parte de los empleados es rápido y ágil					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	14	3,7	3,7	3,7
	Casi nunca	35	9,1	9,1	12,8
	Casi siempre	198	51,7	51,7	64,5
	Siempre	136	35,5	35,5	100
	Total	383	100	100	

Figura 27*Servicio prestado*

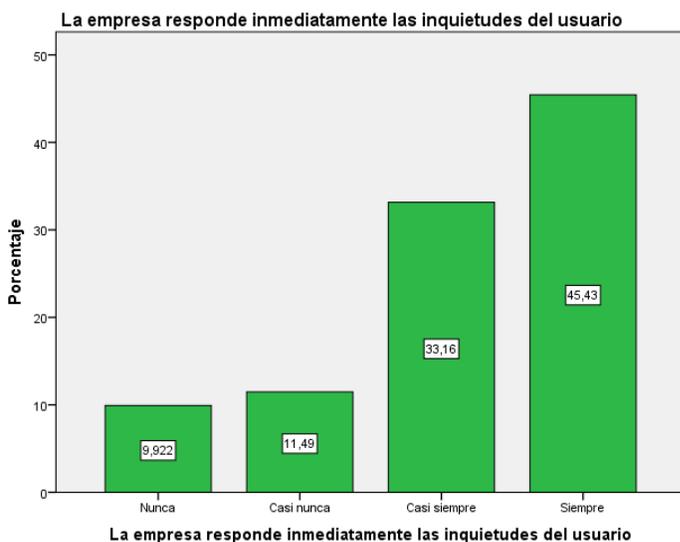
Nota: Obtenido de SPSS

Análisis

El resultado mostrado en la figura 26, observamos que los usuarios consideran que el servicio prestado es rápido y ágil en un 51.70 % para “casi siempre” y 35.51 %,” siempre” muy pocos usuarios encuestados consideran lo contrario.

20. ¿La empresa responde inmediatamente las inquietudes del usuario?**Tabla 30***Inquietudes del usuario*

La empresa responde inmediatamente las inquietudes del usuario					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	38	9,9	9,9	9,9
	Casi nunca	44	11,5	11,5	21,4
	Casi siempre	127	33,2	33,2	54,6
	Siempre	174	45,4	45,4	100
	Total	383	100	100	

Figura 28*Inquietudes del usuario*

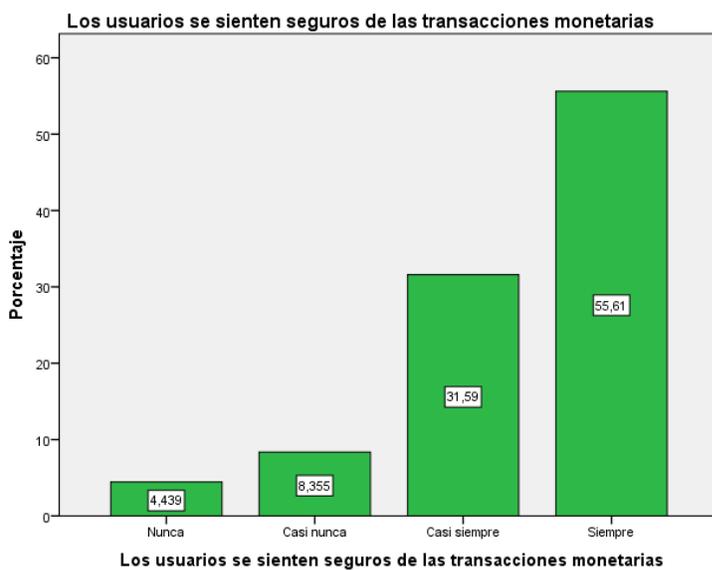
Nota: Obtenido de SPSS

Análisis

Conforme a la pregunta el resultado es notoriamente positivo con un “siempre” 45.43 % y “casi siempre” 33.16 %, el usuario responde a experiencias vividas mayormente y baja la experiencia negativa, por eso el porcentaje de un 9.9 % y 11.49 para “nunca y casi nunca.

21. ¿Los usuarios se sienten seguros de las transacciones monetarias?**Tabla 31***Seguridad en las transacciones monetarias*

Los usuarios se sienten seguros de las transacciones monetarias					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	17	4,4	4,4	4,4
	Casi nunca	32	8,4	8,4	12,8
	Casi siempre	121	31,6	31,6	44,4
	Siempre	213	55,6	55,6	100
	Total	383	100	100	

Figura 29*Seguridad en las transacciones monetarias*

Nota: Obtenido de SPSS

Análisis

Se repite la tendencia positiva al observar la figura 28 que nos indica que “siempre y casi siempre” con un 55.61% y 31,59 % respectivamente, el usuario se siente seguro en las transacciones monetarias, es poco el porcentaje con una valoración negativa a la interrogante.

22. ¿Los usuarios sienten confianza con los empleados de la empresa de transporte público?

Tabla 32

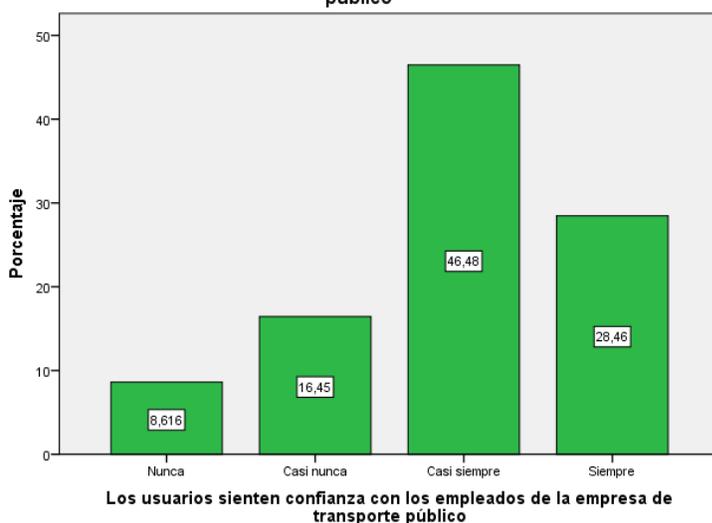
Confianza en los empleados del transporte

Los usuarios sienten confianza con los empleados de la empresa de transporte público					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	33	8,6	8,6	8,6
	Casi nunca	63	16,4	16,4	25,1
	Casi siempre	178	46,5	46,5	71,5
	Siempre	109	28,5	28,5	100
	Total	383	100	100	

Figura 30

Confianza en los empleados del transporte

Los usuarios sienten confianza con los empleados de la empresa de transporte público



Nota: Obtenido de SPSS

Análisis

Observamos en las respuestas dan por hecho la confianza que sienten los usuarios hacia los empleados de la empresa de transporte con un 46.48% y 28.46 % respectivamente, un bajo porcentaje que piensa lo contrario con un 8.61 % 16.45 % para “nunca y casi nunca”

23. ¿Existe amabilidad de parte de los empleados del transporte público?

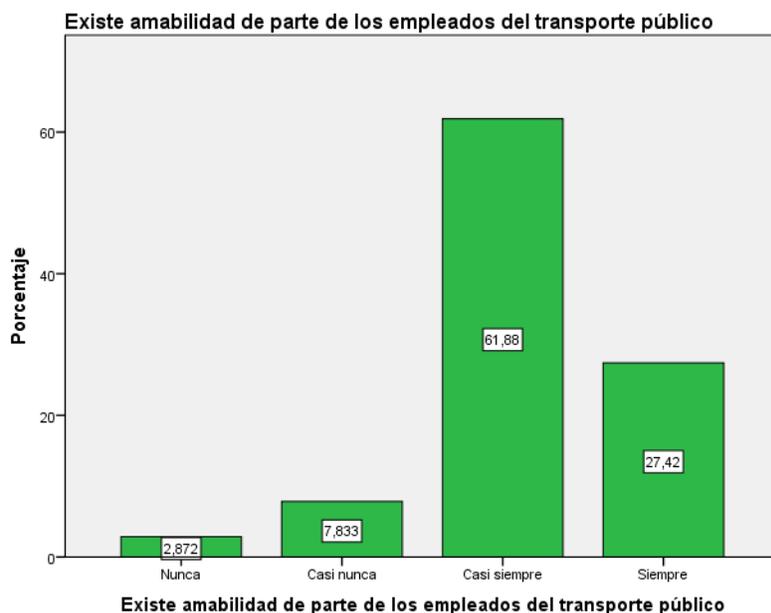
Tabla 33

Amabilidad de parte de los empleados

Existe amabilidad de parte de los empleados del transporte público					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	11	2,9	2,9	2,9
	Casi nunca	30	7,8	7,8	10,7
	Casi siempre	237	61,9	61,9	72,6
	Siempre	105	27,4	27,4	100
Total		383	100	100	

Figura 31

Amabilidad de parte de los empleados



Nota: Obtenido de SPSS

Análisis

Se mantiene la visión positiva hacia los empleados del transporte público de la ciudad de Manta con un 61.88 % para “casi siempre” y “siempre” con 27.42 %. La apreciación negativa se mantiene en bajo porcentaje.

24. ¿Cree Ud. que debería haber personal de seguridad en las unidades?

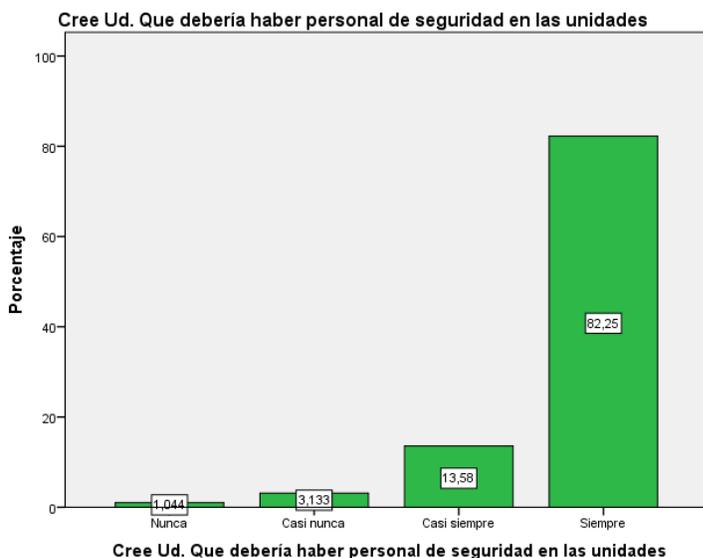
Tabla 34

Personal de seguridad en las unidades

Cree Ud. Que debería haber personal de seguridad en las unidades					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	4	1	1	1
	Casi nunca	12	3,1	3,1	4,2
	Casi siempre	52	13,6	13,6	17,8
	Siempre	315	82,2	82,2	100
	Total	383	100	100	

Figura 32

Personal de seguridad en las unidades



Nota: Obtenido de SPSS

Análisis

Dadas las condiciones de inseguridad que vive nuestro país en la actualidad, la respuesta es casi unánime de los usuarios de un 82.25 % que “siempre” debería haber personal de seguridad en las unidades.

25. ¿Los empleados brindan una buena atención a los usuarios?

Tabla 35

Atención a los usuarios

Los empleados brindan una buena atención a los usuarios					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	13	3,4	3,4	3,4
	Casi nunca	40	10,4	10,4	13,8
	Casi siempre	248	64,8	64,8	78,6
	Siempre	82	21,4	21,4	100
Total		383	100	100	

Figura 33

Atención a los usuarios



Nota: Obtenido de SPSS

Análisis

La figura 32 muestra la opinión de los usuarios que demuestra que “casi siempre” reciben buena atención con un 64.75 % seguido de “siempre” con 21.41 %, por el contrario, se mantienen bajos los porcentajes de “nunca y casi nunca” 3.3 % 10.44 % respectivamente.

26. ¿La empresa esta presta a recibir sugerencias de parte de los usuarios?

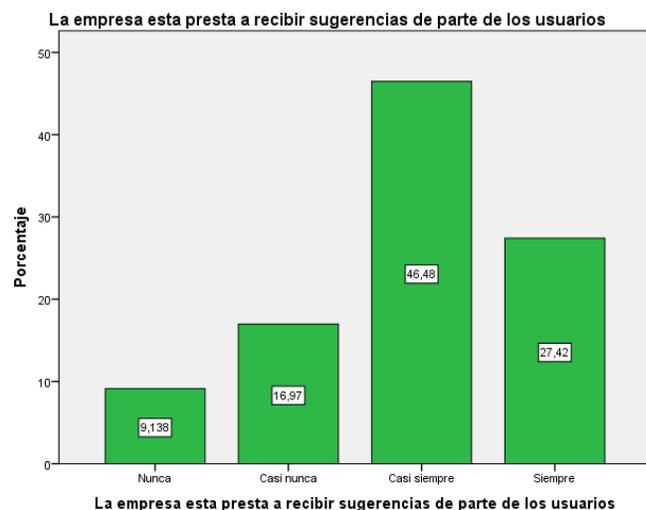
Tabla 36

Sugerencias de los usuarios

La empresa esta presta a recibir sugerencias de parte de los usuarios					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	35	9,1	9,1	9,1
	Casi nunca	65	17	17	26,1
	Casi siempre	178	46,5	46,5	72,6
	Siempre	105	27,4	27,4	100
	Total	383	100	100	

Figura 34

Sugerencias de los usuarios



Nota: Obtenido de SPSS

Análisis

La respuesta de los usuarios en su mayoría dice que “casi siempre” consideran que la empresa esta presta a recibir sugerencias de los usuarios con un 46.48 % seguida de “siempre” con un 27.42 %, se mantiene un porcentaje cercano con un 16.97 que consideran lo contrario.

27. ¿Los empleados son solidarios en ciertas ocasiones con los usuarios?

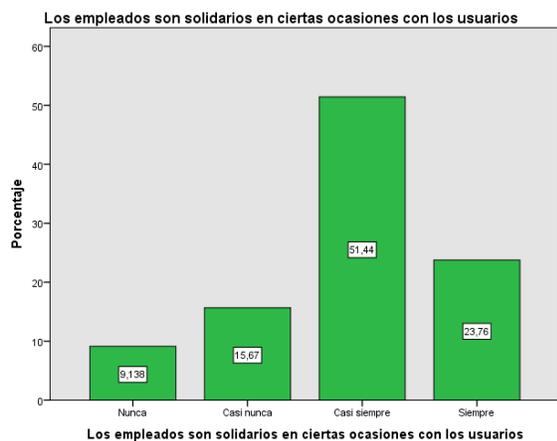
Tabla 37

Solidaridad con los usuarios

Los empleados son solidarios en ciertas ocasiones con los usuarios					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	35	9,1	9,1	9,1
	Casi nunca	60	15,7	15,7	24,8
	Casi siempre	197	51,4	51,4	76,2
	Siempre	91	23,8	23,8	100
	Total	383	100	100	

Figura 35

Solidaridad con los usuarios



Nota: Obtenido de SPSS

Análisis

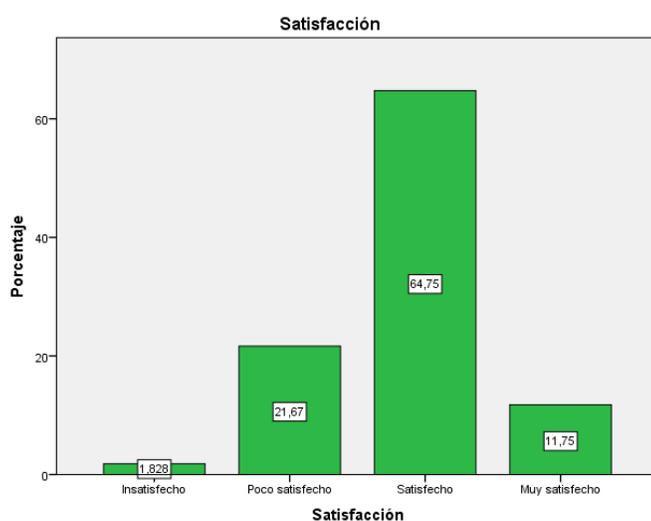
En la figura 34 representa la opinión del usuario en respuesta a que si son solidarios los empleados manifestándose en que “casi siempre” con un porcentaje de 51.44 % en menor proporción, pero en igual tendencia “siempre” con un 23.76 %, no muy alejado esta la visión contraria con “nunca y casi nunca” en porcentajes de 9.13 % y 15.67 % respectivamente.

**28. Indique el nivel de satisfacción total con los servicios de transporte
proporcionados por las cooperativas**

Tabla 38

Nivel de satisfacción con los servicios proporcionados por las cooperativas

		Satisfacción			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Insatisfecho	7	1,8	1,8	1,8
	Poco satisfecho	83	21,7	21,7	23,5
	Satisfecho	248	64,8	64,8	88,3
	Muy satisfecho	45	11,7	11,7	100
Total		383	100	100	



Nota: Obtenido de SPSS

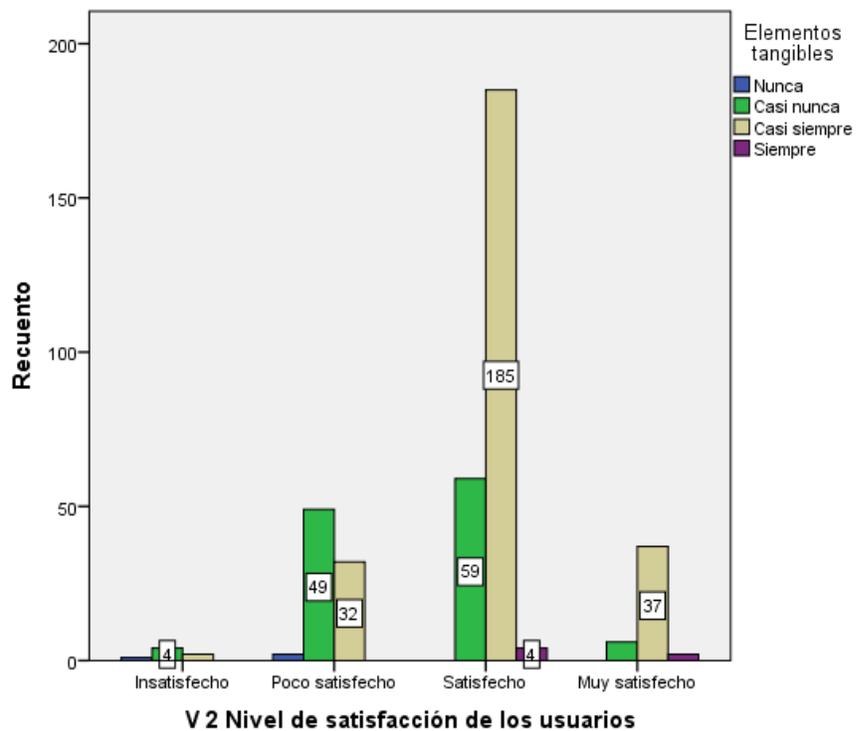
Análisis

Observamos en la figura que los usuarios responden que se encuentran satisfechos con los servicios que proporcionan las cooperativas en un 64.75 % seguido de poco satisfecho con un 21.67 %, en tercera posición está muy satisfecho con 11.75 %, la última posición la ocupa el usuario insatisfecho con 1.28 %.

Análisis bivariado de la encuesta

Informe por dimensiones

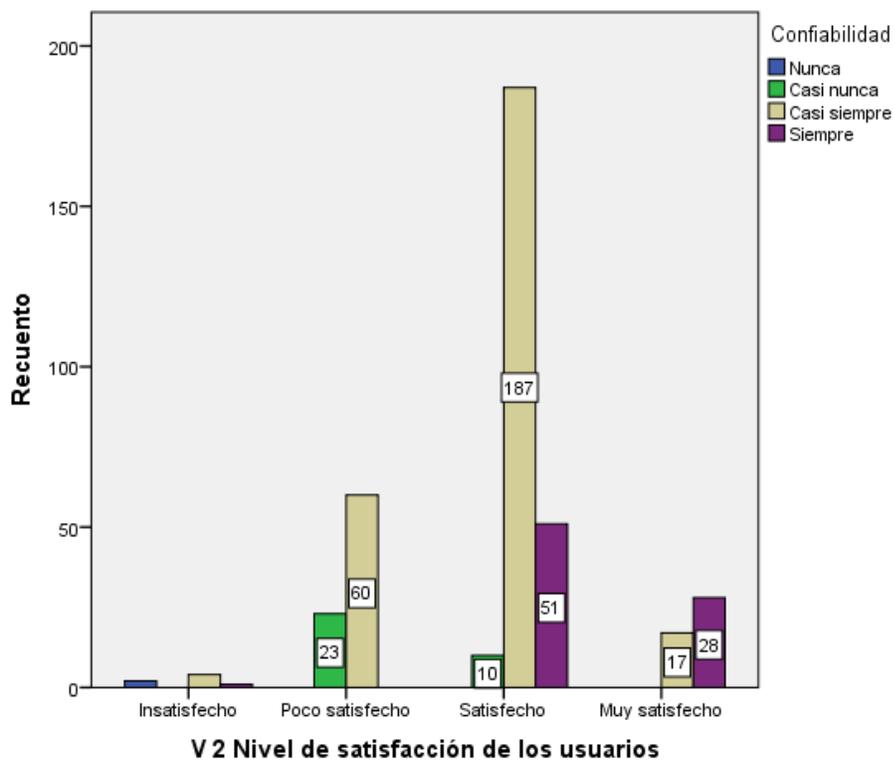
Elementos tangibles



Análisis

como podemos observar en la dimensión de elementos tangibles la satisfacción del usuario es visiblemente satisfecho.

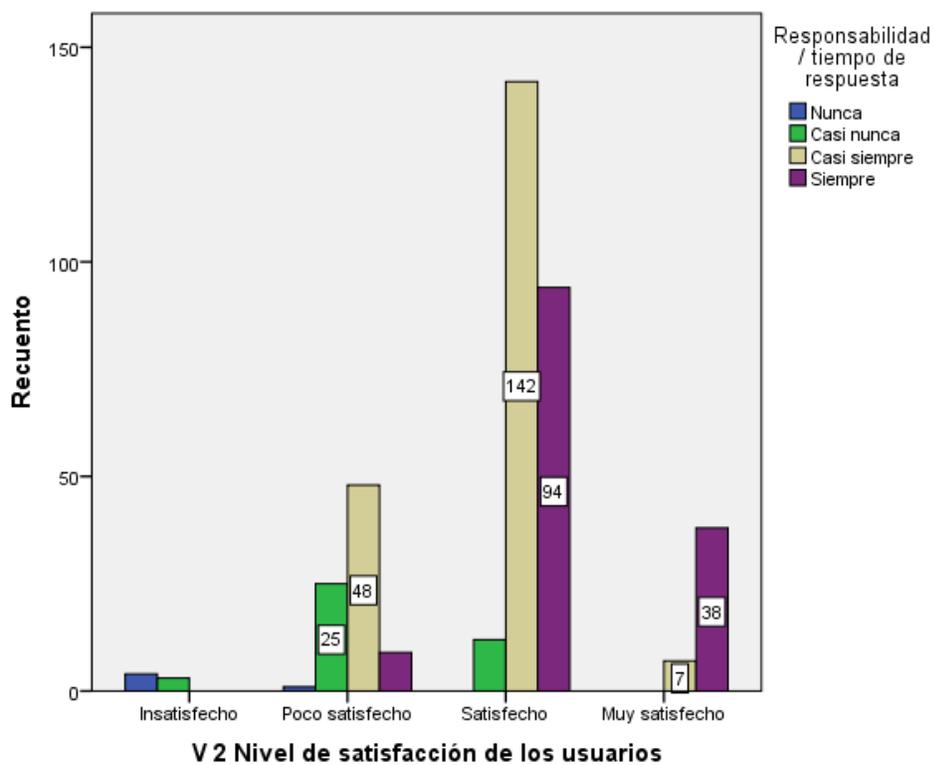
Confiabilidad



Análisis

En la dimensión confiabilidad sigue la tendencia del usuario en sentirse satisfecho en la confiabilidad de los servicios recibidos

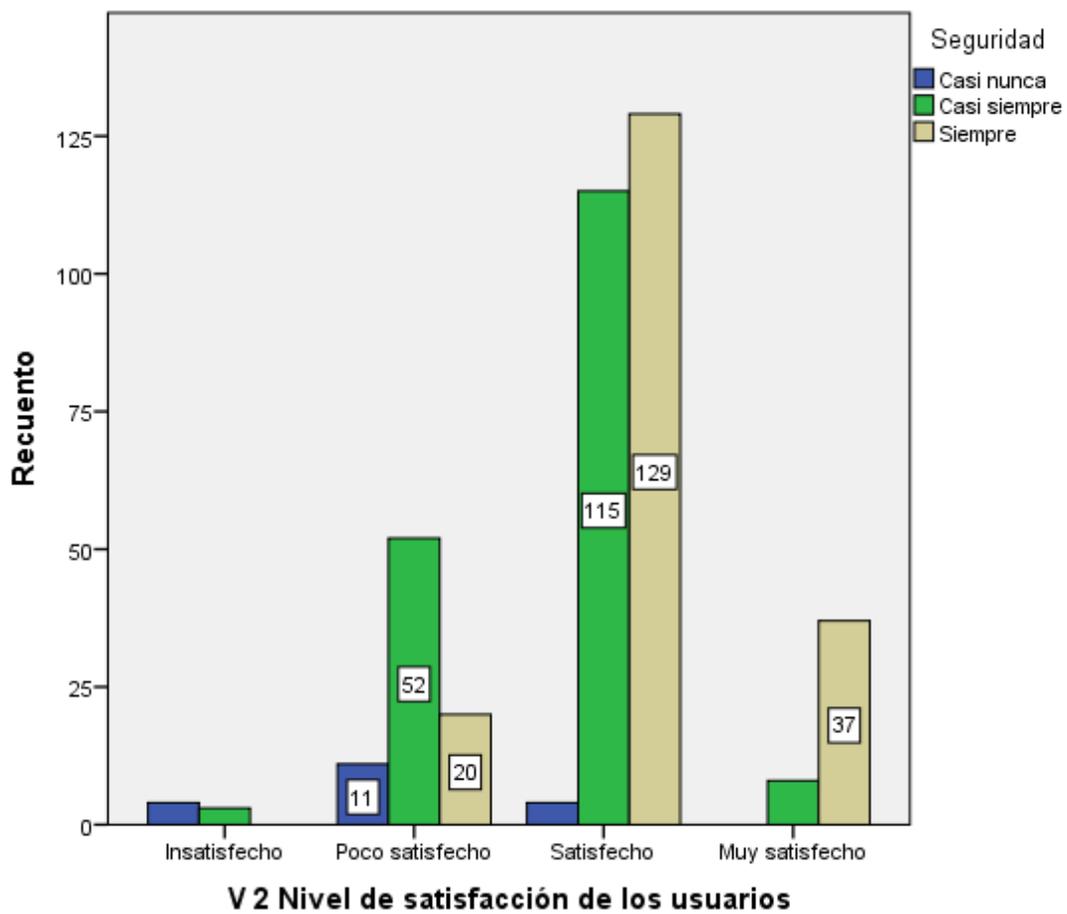
Responsabilidad / tiempo de respuesta



Análisis

En la dimensión responsabilidad / tiempo de respuesta se observa el mismo comportamiento del usuario al manifestar sentirse satisfecho con las empresas de transporte

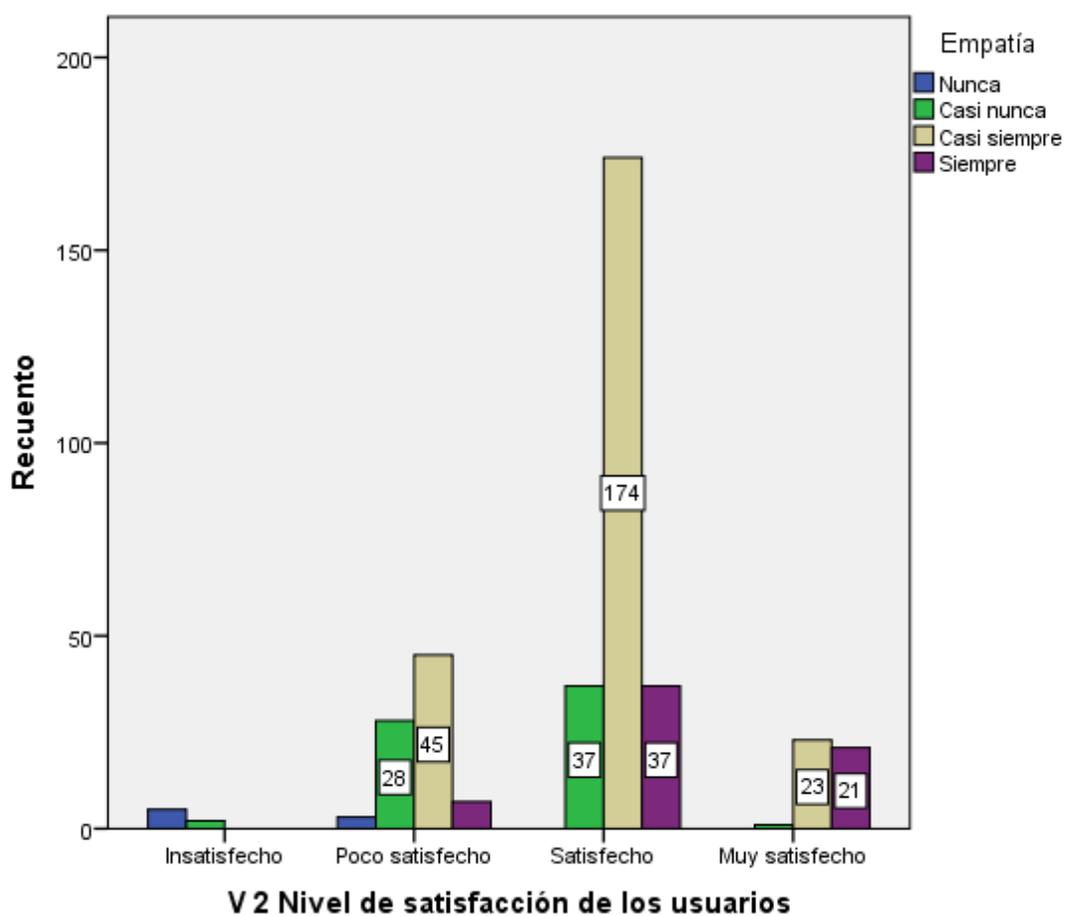
Seguridad



Análisis

En este caso nuevamente se mantiene la satisfacción del usuario en lo referente a seguridad

Empatía



Análisis

En esta última dimensión de la empatía, se confirma la tendencia que el usuario está satisfecho con los elementos asociados a ello.

Método estadístico chi cuadrado

Para realizar la prueba de la hipótesis se usó el método estadístico chi cuadrado (X^2) con los siguientes criterios:

- Nivel de confianza = 95 %
- Nivel de significancia (α) = 5 %
- Grados de libertad (gl) = 9
- Valor crítico = 16,9190

Se utilizó nuestro valor crítico para aceptar o rechazar las hipótesis estableciéndose dos reglas de decisión para la comprobación.

Reglas

Cuando el valor P: < 0.05 se rechaza H_0 ; ≥ 0.05 se acepta H_0

Chi cuadrado

X^2 valor calculado $\leq 16,91$ valor crítico se acepta H_0 y se rechaza H_1

X^2 valor calculado $> 16,91$ valor crítico se rechaza H_0 y se acepta H_1

Primera hipótesis específica

H_0 : Tangible transporte no repercute en la satisfacción del usuario

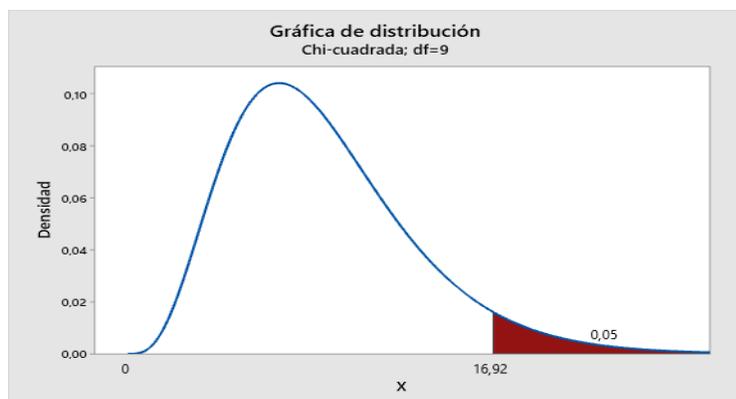
H_1 : Tangible transporte repercute en la satisfacción del usuario

Tabla 39*Elementos tangibles / Nivel de satisfacción de los usuarios*

Dimensiones	Tablas cruzadas	Chi cuadrado	Valor de significancia
Elementos tangibles	Elementos tangibles Nivel de satisfacción de los usuarios	71,944	0.000
Se rechaza H₀			

Nota. Fuente SPSS**Tabla 40***Chi Cuadrado*

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	71,944	9	,000

Nota: Fuente SPSS**Figura 36***Chi cuadrado Elementos tangibles / Nivel de satisfacción de los usuarios***Nota.** Gráfica extraída de Software estadístico minitab

Análisis

Según los valores establecidos en las reglas de decisión para la comprobación de hipótesis mediante chi cuadrado (X^2), cuando el valor P: < 0.05 se rechaza H_0 ; ≥ 0.05 se acepta H_0 , el valor calculado es menor que el valor crítico en las variables de elementos tangibles, por tal razón elementos tangibles si repercute en la satisfacción de los usuarios, es decir que se acepta la H_1 y se rechaza H_0 .

Segunda hipótesis específica

H_0 : Confiabilidad no repercute en la satisfacción del usuario

H_1 : Confiabilidad repercute en la satisfacción del usuario

Tabla 41

Confiabilidad / Nivel de satisfacción de los usuarios

Dimensiones	tablas cruzadas	Chi cuadrado	Valor de significancia
Confiabilidad	Confiabilidad de satisfacción de los usuarios	Nivel de los 215,323	0.000
Se rechaza H_0			

Nota. Fuente SPSS

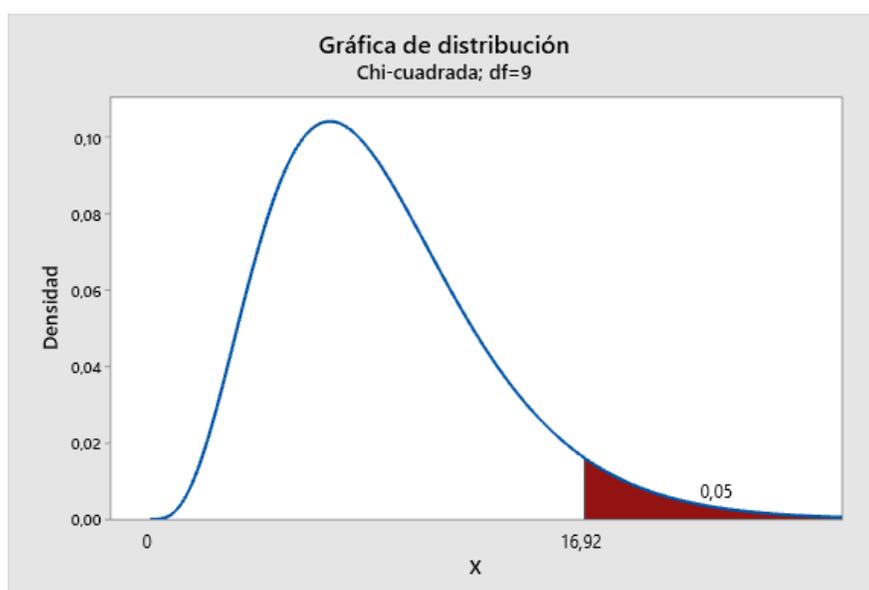
Tabla 42

Chi cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	215,323	9	,000

Nota. Fuente SPSS

Figura 37

Confiabilidad y Nivel de satisfacción

Nota. Gráfica extraída de Software estadístico minitab

Análisis

Según los valores establecidos en las reglas de decisión para la comprobación de hipótesis mediante chi cuadrado (X^2), cuando el valor P: < 0.05 se rechaza H_0 ; ≥ 0.05 se acepta H_0 , el valor calculado es menor que el valor crítico en las variables de confiabilidad por tal razón

la confiabilidad si repercute en la satisfacción de los usuarios, es decir se acepta H_1 y se rechaza H_0 .

Tercera hipótesis específica

H_0 : Responsabilidad transporte no repercute en la satisfacción del usuario

H_1 : Responsabilidad transporte repercute en la satisfacción del usuario

Tabla 43

Responsabilidad tiempo de respuesta / Nivel de satisfacción de los usuarios

Dimensiones	tables cruzadas	Chi cuadrado	Valor de significancia
Responsabilidad tiempo de respuesta	Responsabilidad / Nivel de satisfacción de los usuarios	283,732	0.000
Se rechaza H_0			

Nota. Fuente SPSS

Tabla 44

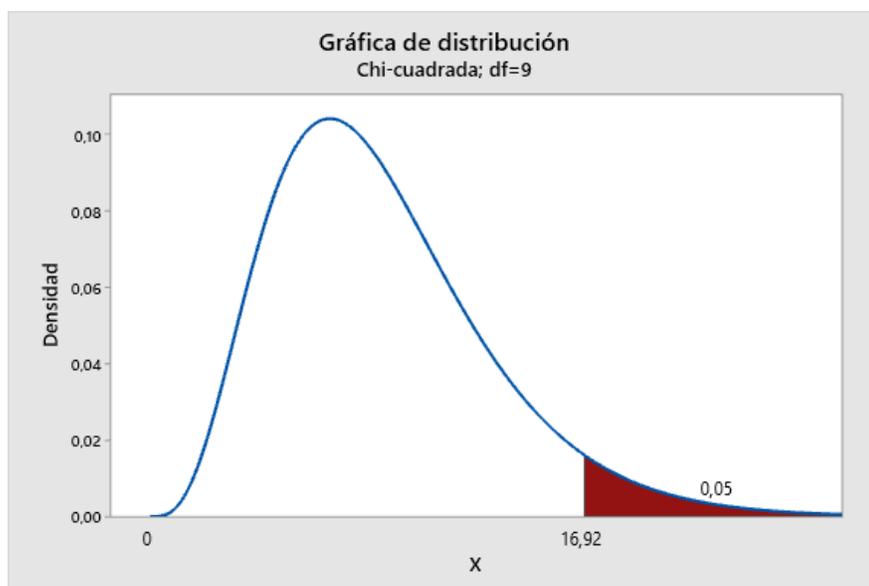
Chi cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	283,732	9	,000

Nota. Fuente SPSS

Figura 38

Responsabilidad tiempo de respuesta / Nivel de satisfacción de los usuarios



Nota. Gráfica extraída de Software estadístico minitab

Análisis

Según los valores establecidos en las reglas de decisión para la comprobación de hipótesis mediante chi cuadrado (X^2), cuando el valor P: < 0.05 se rechaza H_0 ; ≥ 0.05 se acepta H_0 , el valor calculado es menor que el valor crítico en las variables de responsabilidad, por tal razón responsabilidad si repercute en la satisfacción de los usuarios, es decir que se acepta la H_1 y se rechaza H_0 .

Cuarta hipótesis específica

H_0 : seguridad transporte no repercute en la satisfacción del usuario

H_1 : seguridad transporte repercute en la satisfacción del usuario

Tabla 45

Seguridad / Nivel de satisfacción de los usuarios

Dimensiones	tables cruzadas	Chi cuadrado	Valor de significancia
Seguridad	Seguridad Nivel de satisfacción de los usuarios	95,167	0.000

Se rechaza Ho

Nota. Fuente SPSS

Tabla 46

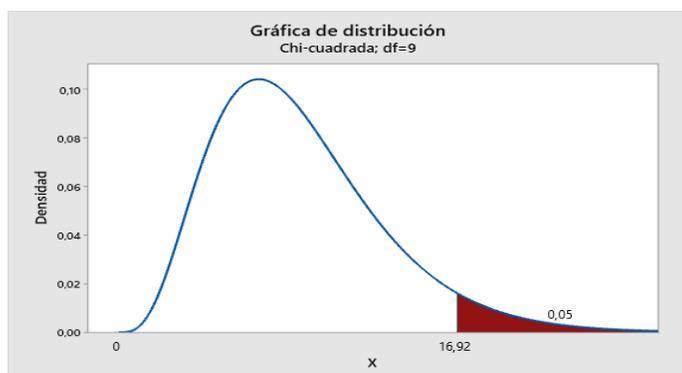
Chi cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	95,167	9	,000

Nota. Fuente SPSS

Figura 39

Seguridad / Nivel de satisfacción de los usuarios



Nota. Gráfica extraída de Software estadístico minitab

análisis

Según los valores establecidos en las reglas de decisión para la comprobación de hipótesis mediante chi cuadrado (X^2), cuando el valor P: < 0.05 se rechaza H_0 ; ≥ 0.05 se acepta H_0 , el valor calculado es menor que el valor crítico en las variables de seguridad, por tal razón seguridad si repercute en la satisfacción de los usuarios, es decir que se acepta la H_1 y se rechaza H_0 .

Quinta hipótesis específica

H_0 : Empatía en el cliente no repercute en la satisfacción del usuario

H_1 : Empatía en el cliente repercute en la satisfacción del usuario

Tabla 47

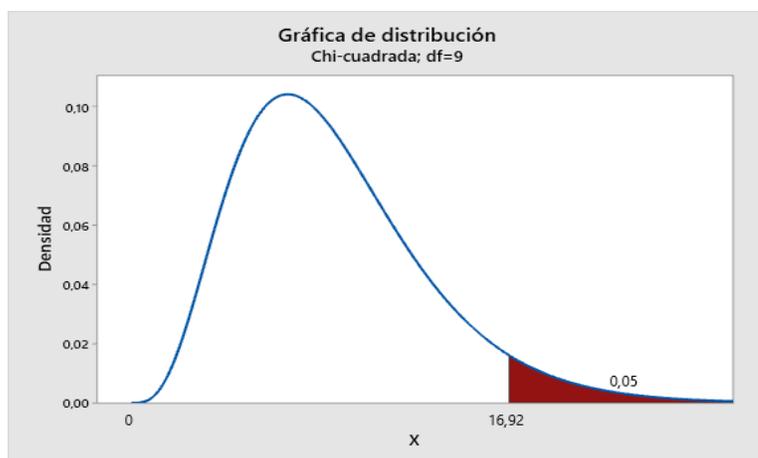
Empatía / Nivel de satisfacción de los usuarios

Dimensiones	tables cruzadas	Chi cuadrado	Valor de significancia
Empatía	Empatía Nivel de satisfacción de los usuarios	224,988	0.000
Se rechaza H_0			

Nota. Fuente SPSS

Tabla 48*Chi cuadrado*

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	224,988	9	,000

Nota. Fuente SPSS**Figura 40***Chi cuadrado***Nota.** Gráfica extraída de Software estadístico minitab**Análisis**

Según los valores establecidos en las reglas de decisión para la comprobación de hipótesis mediante chi cuadrado (X^2), cuando el valor $P: < 0.05$ se rechaza H_0 ; ≥ 0.05 se acepta H_0 , el valor calculado es menor que el valor crítico en las variables de empatía, por tal razón empatía si repercute en la satisfacción de los usuarios, es decir que se acepta la H_1 y se rechaza H_0 .

Informe de los análisis

En el siguiente informe se detalla el análisis sobre los resultados que se obtuvieron entre las variables calidad del servicio de transporte y el nivel de satisfacción de los usuarios y la relación existente, se analizó mediante el coeficiente de correlación de Pearson con las siguientes reglas:

Tabla 49

Criterios de Correlación de Pearson

Valor	Criterio
de 0,90 a 1,00	Correlación muy alta
de 0,70 a 0,90	Correlación alta
de 0,40 a 0,70	Correlación media
de 0,20 a 0,40	correlación baja

Nota. Elaboración propia

Tabla 50

Correlación dimensiones calidad del servicio de transporte y el nivel de satisfacción de los usuarios

	Elementos tangibles	Confiabilidad	Responsabilidad tiempo de respuesta	Seguridad	Empatía
Correlación de Pearson	0,369	0,478	0,553	0,418	0,438
significancia unilateral	.000	.000	.000	.000	.000
análisis correlación	Positiva media	Positiva media	Positiva media	Positiva media	Positiva media

Nota. Fuente SPSS

En el análisis de las correlaciones se determinó que las relaciones entre las variables tienen una significación media.

En lo que concierne al análisis mediante el chi cuadrado se determinó que

- H1: Tangibles transporte si repercute en la satisfacción del usuario
- H2: Confiabilidad si repercute en la satisfacción del usuario
- H3: Responsabilidad transporte si repercute en la satisfacción del usuario
- H4: seguridad transporte si repercute en la satisfacción del usuario
- H5: Empatía en el cliente si repercute en la satisfacción del usuario

Como se demuestra en el siguiente resumen

Tabla 51

Resumen análisis chi cuadrado

	Hipótesis 1	Hipótesis 2	Hipótesis 3	Hipótesis 4	Hipótesis 5
	Elementos Tangibles	Confiabilidad	Responsabilidad tiempo de respuesta	Seguridad	Empatía
Valor crítico	16,919	16,919	16,919	16,919	16,919
significancia	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05
Valor P	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Grados de libertad	9	9	9	9	9
Chi cuadrado	71,944	215,323	283,732	95,167	224,988
Se rechaza H_0	x	x	x	x	x

Nota. Fuente resumen información chi cuadrado

Capítulo V

Propuesta

En la propuesta el objetivo es aumentar el nivel de satisfacción de los usuarios en relación al servicio prestado por las cooperativas de transporte urbano de Manta, con la investigación mediante la información recopilada en el trabajo de campo se reconoce y analiza la relación, dominio y alcance en la satisfacción del usuario.

Figura 41

Dimensiones ServQual adaptadas al transporte urbano



Nota. Fuente propia

Criterios según las dimensiones ServQual adaptados al entorno del transporte público.

Adaptación del modelo ServQual al entorno de la transportación pública

Elementos tangibles

Estos elementos comprenden todas las unidades de transporte de las cooperativas urbanas, el personal que brinda el servicio a los usuarios (choferes y personal administrativos de cada cooperativa).

Para que haya un buen servicio de calidad debe haber una buena gestión de transporte que cumpla con las expectativas de los usuarios, esto es que las unidades presten la comodidad necesaria y que estén en buenas condiciones de servicio para así abastecer la demanda de usuarios, cuenten con buena tecnología, exista buena presentación tanto de las unidades como de los señores choferes.

Confiabilidad

Es la manera de mantener la promesa de servicio de forma segura y precisa, en este caso las operadoras deben cumplir en solucionar situaciones que a diario se dan en las unidades con los usuarios y choferes, presten bien los servicios cumpliendo con los horarios y rutas establecidas tanto en los horarios diurnos y nocturnos para que haya una excelente atención por ende satisfacción en los usuarios del transporte.

La responsabilidad

Es la atención eficiente que se le da al usuario que sepa que se lo desea atender gracias a su preferencia, las cooperativas deben informar a los usuarios las condiciones de servicio que prestan, poner énfasis en ayudar a los usuarios especialmente a las personas vulnerables, estar presto a las inquietudes del usuario dando un servicio ágil y rápido.

Seguridad

Implica el conocimiento y cortesía de los trabajadores del transporte, habilidad referente al servicio que brindan para demostrar credibilidad y confianza en los usuarios, es importante

contar con esa amabilidad en el trato con los choferes, saber que la tarifa que se le cobra es justa, en cuanto a las operadoras que haya personal de seguridad no necesariamente en los buses porque existen cámaras, pero si en ciertos lugares estratégicos para que haya un mejor control debido a la delincuencia y así los usuarios se sientan seguros.

Empatía

Es poder brindar a los usuarios una buena atención, saber entender sus necesidades y poderlas suplir de forma idónea con mucha dedicación.

Al poder brindar una buena atención los usuarios van a querer usar siempre el servicio público, hay ocasiones en que estudiantes o cualquier persona les ha faltado unos cuantos centavos para subirse al bus y es donde se puede apreciar la solidaridad del chofer, también es importante aceptar la sugerencia de los usuarios para dar un mejor servicio.

Beneficio del modelo ServQual

El modelo ServQual mide la calidad de servicio de transporte, pero es necesario tomar en cuenta otras situaciones que ayudarían a cumplir con este objetivo, esto es el apoyo de las autoridades de la ciudad haciendo cumplir las ordenanzas municipales y la ley orgánica de transporte terrestre tránsito y seguridad vial, porque ellos ejercen control sobre cooperativas para garantizar la seguridad ciudadana.

Esto ayuda a que los mecanismos sean evaluados en cada una de las dimensiones con el nivel de satisfacción de los usuarios de tal manera que se pueda tomar decisiones acertadas en las cooperativas para que así los usuarios experimenten un alto nivel de satisfacción, siendo satisfechas sus necesidades de transportarse y consecuentemente mantengan su preferencia hacia las cooperativas de transporte urbano de Manta.

Tabla 52

Resumen de la propuesta

Dimensión	Estrategias	Acciones	Indicador	Meta	Semaforización		
							
Elementos tangibles	Mejorar la tecnología, capacitación y pulcritud en las cooperativas de transporte	Lograr que las unidades de transporte permanezcan nuevas y utilicen tecnología	Porcentaje de satisfacción de los usuarios que utilizan las unidades	100%	100%	75%	50%
		Que haya personal capacitado para brindar un buen servicio	Sentirse complacida por la atención recibida	100%	100%	75%	50%
		Que exista pulcritud en las operadoras, choferes y unidades	sensación de bienestar durante el trayecto de viaje	100%	100%	75%	50%
Confiabilidad	Potenciar el cumplimiento de metas y las promesas de servicio en las cooperativas de transporte	Cumplir con los horarios y rutas establecidos	Llegar a tiempo a su destino	100%	100%	75%	50%
		Solucionar situaciones que se dan en las unidades de transporte	Aumenta la confianza y fidelidad	100%	100%	75%	50%
Responsabilidad	Mejorar la eficiencia comunicación e integración en las cooperativas de transporte	atención especializada sobre todo a las personas vulnerables	Porcentaje de satisfacción por respaldo de cooperativas	100%	100%	75%	50%
		Prestar atención a las inquietudes de los usuarios y ubicar buzón de sugerencias en las unidades	sensación de bienestar por agilidad y rapidez	100%	100%	75%	50%
		Facilitar la interacción entre usuarios, personal administrativo y de servicio	Porcentaje de satisfacción por respaldo de cooperativas	100%	100%	75%	50%

Dimensión	Estrategias	Acciones	Indicador	Meta	semaforización		
							
Seguridad	Proporcionar cortesía, credibilidad y confianza en las cooperativas de transporte	Ser amable con el usuario ya que es el cliente de las operadoras	Bienestar y deseos de seguir usando el servicio	100%	100%	75%	50%
		Demostrar confianza a los usuarios tanto el personal administrativo y de servicio	sensación de tranquilidad y bienestar	100%	100%	75%	50%
		Contratar personal de seguridad en puntos estratégicos	Porcentaje de satisfacción al sentirse protegido	100%	100%	75%	50%
Empatía	Valorar la dedicación y solidaridad en las cooperativas de transporte	Mostrar interés en solucionar las necesidades del usuario de manera efectiva y con dedicación	Porcentaje de satisfacción por sentirse atendidos de manera eficiente	100%	100%	75%	50%
		Demostrar solidaridad con el usuario en cualquier situación que se presente a bordo de la unidad	Porcentaje de satisfacción por la ayuda recibida	100%	100%	75%	50%

Capítulo VI

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

Referente al primer objetivo del instrumento de medición se estableció que hay una correlación positiva media de las 5 dimensiones del modelo SERVQUAL, con el resultado más alto de correlación en la responsabilidad y el mínimo en elementos tangibles

De acuerdo al segundo objetivo del instrumento de medición se establece que los usuarios clasifican las dimensiones de la siguiente forma: 1 responsabilidad, 2 confiabilidad, 3 empatía, 4 seguridad, 5 elementos tangibles.

En base al tercer objetivo del instrumento de medición se establece que todas las dimensiones de la calidad del servicio de transporte: responsabilidad, confiabilidad, empatía, seguridad, y elementos tangibles influyen en la satisfacción del usuario del transporte publico

Como se establece en el análisis de los datos recabados de la encuesta, se puede determinar que el usuario si esta satisfecho con el servicio prestado por las diferentes operadoras de transporte urbano, y que efectivamente coincide con los comentarios realizados con los directivos de las cooperativas en las diferentes entrevistas realizadas, en la que manifestaban que la ciudad de Manta cuenta con la transportación urbana mejor calificada de la Provincia de Manabí.

Ciertamente muchas cosas se tienen que mejorar, el ritmo al que avanza la tecnología es impresionante y se debe estar a la par de dichos cambios, pero dentro de estos cambios, deben intervenir no solamente usuarios y directivos de las cooperativas, si no también todos los entes que intervienen en lo referente a la movilidad humana, es fundamental la organización de este universo para que pueda haber desarrollo, progreso y beneficio para todos.

Recomendaciones

De acuerdo al objetivo 1, se sugiere poner en marcha los planes de mejora en cada una de las dimensiones de la calidad de servicio para acrecentar la satisfacción del usuario.

En base al objetivo 2, se sugiere dar prioridad a los puntos de vista establecidos en cada dimensión del modelo ServQual: elementos tangibles (tecnología, capacitación, pulcritud), confiabilidad (cumplimiento de metas, promesas de servicio), responsabilidad (eficiencia, comunicación, interacción) seguridad (cortesía, credibilidad, confianza); empatía (dedicación, Solidaridad).

De acuerdo al objetivo 3, se sugiere poner en marcha los planes a considerar de acuerdo al orden de importancia que los usuarios dieron a las dimensiones tomadas en la encuesta, considerando entre los puntos tratados en la entrevista con los dirigentes de las cooperativas.

Cabe mencionar que sería de suma importancia que las autoridades respectivas tomen en consideración el poder tener un carril exclusivo para el recorrido de las unidades en zonas céntricas y así se evitaría un sinnúmero de situaciones que se viven a diario en la transportación pública.

Referencias

Agencia Nacional de Tránsito. (2017). Ley De transporte terrestre, tránsito y seguridad vial.

Lottsv, 97. <http://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/03/Decreto-Ejecutivo-No.-1196-de-11-06-2012-REGLAMENTO-A-LA-LEY-DE-TRANSPORTE-TERRESTRE-TRANSITO-Y-SEGURIDAD-VIA.pdf>

Arellano-Díaz, H. O. (2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva Quality. *Dominio de Las Ciencias*, 3(3), 689–713. <https://doi.org/10.23857/dc.v3i3>

ARMSTRONG, G., & KOTLER, P. (2013). Fundamentos de marketing. In *Entelequia: revista interdisciplinar* (Vol. 4, Issue 3).

Berry, L. L., Bennett, D. R., & Brown, C. W. (2016). Calidad de servicio : una ventaja estratégica para instituciones financieras. *Calidad de Servicios*, 203.

Bustamante, M. A., Zerda, E., Obando, F., & Tello, M. (2019). Fundamentos De La Calidad De Servicio. *Revista Empresarial*, 13(2), 1–1.

Callejas-Cuervo, M., Valero-Bustos, H. A., & Alarcón-Aldana, A. C. (2014). Agentes de software como herramienta para medir la calidad de servicio prestado en un sistema de transporte público colectivo urbano. *Informacion Tecnologica*, 25(5), 147–154. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642014000500020>

Carreón, J., & García, C. (2014). Teorías de la seguridad pública y percepción del delito. *Revista de Trabajo Social y Ciencias Sociales*, 71, 1–16. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4546836>

Chacón Cantos, J., & Rugel Kamarova, S. (2018). Review article. Theories, models and systems of quality management. *Espacios*, 39(50).

Charón, L. (2007). Importancia De La Cultura Organizacional Para El Desarrollo Del Sistema De Gestión De La Calidad. *Ciencia En Su PC*, 5, 87–95.

CNE. (2017). *Registro Electoral* (Vol. 7, Issue 2).

https://www.cne.gob.ec/documents/Estadisticas/cne_registro_electoral.pdf

Deming, W. E. (2012). *Calidad, productividad y competitividad*.

<https://books.google.com.pe/books?id=d9WL4BMVHi8C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Duque, E. (2005). Del Servicio Y Sus Modelos De Medición *. *Revista Innovar*, 64–80.

Duque Oliva, E. J., & Gómez, Y. D. (2014). Evolución conceptual de los modelos de medición de la percepción de calidad del servicio: Una mirada desde la educación superior. *Suma de Negocios*, 5(12), 180–191. [https://doi.org/10.1016/s2215-910x\(14\)70040-0](https://doi.org/10.1016/s2215-910x(14)70040-0)

Fernández Ronquillo, J. C. (2016). Aproximación al enfoque de la calidad de los servicios públicos: la carta de servicios. *Boletín de La Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, 31(112), 30–56. <https://www.aab.es/app/download/27949001/Bibliotecas-Boletín-112+-+030-056.pdf>

Flores Juca, G., García Navarro, J., Chica Carmona, J., & Mora Arias, E. (2017). El transporte público como medio para el desarrollo. *ASRI: Arte y Sociedad. Revista de Investigación*, 13(13), 8.

García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Telos*, 18(3), 381–398.

García-Schilardi, M. E. (2014). Collective public transport: Transporte publico coletivo Seu papel no processo de inclusão social. *Bogotá*, 24(1), 35–200.

Gómez Murillo, I. del P., Vargas Santillán, M. A., Peñafiel Navarrete, J. A., & Alvarado Cadena, P. M. (2020). Comportamiento organizacional de las empresas públicas y privadas del Ecuador. *Dominio de Las Ciencias*, 6(2), 955–974.

file:///C:/Users/Usuario/Documents/DISEÑO Y DESARROLLO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN/Dialnet-ComportamientoOrganizacionalDeLasEmpresasPublicas.pdf

Gómez, Y., & Semeshenko, V. (2018). Transportation and urban quality of life. A case study of the Metroplus in Medellín, Colombia. *Lecturas de Economía*, 89, 103–131.

<https://doi.org/10.17533/udea.le.n89a04>

Google.(s.f). (2022). *Mapa de la Ciudad de Manta*.

<https://www.google.com/maps/place/Manta/@-0.964026,-80.7102012,13z/data=!4m5!3m4!1s0x902be6a9e440988b:0x9403b825a96f98ba!8m2!3d-0.9676533!4d-80.7089101>

HALPIN, A., & CROFT, D. (1963). *El clima organizacional escolar*.

Jair, E., & Oliva, D. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *(Prueba) Innovar (Prueba)*, 15(25), 64–80.

Larrea, P. (1991). *calidad deservicio, del Marketin a la estrategia*.

https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=hJVcH5nSp0C&oi=fnd&pg=PA7&dq=teorias+de+la+calidad+de+servicio&ots=tCQL_zl28j&sig=uaueyeemPzfwVQkPLFcZL_Qq_ps&redir_esc=y#v=onepage&q=teorias de la calidad de servicio&f=false

Las cinco quejas al servicio de transporte. (2014, September 23). *El Comercio*.

<https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/ecuador-transporte-quejas-tarifa-pasajes.html>

- Lavado, C. (1998). La Teoría De Los Dos Factores En La Satisfacción Del Cliente. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa*, 4(1), 53–80.
- Ley orgánica de transporte terrestre tránsito y seguridad vial. (2014). *Lexis*, 1–66.
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/LEY-ORGANICA-DE-TRANSPORTE-TERRESTRE-TRANSITO-Y-SEGURIDAD-VIAL.pdf>
- Maldonado Luna, S. M. (2012). Manual Práctico Para El Diseño De La Escala Likert. *Xihmai*, 2(4), 6–8. <https://doi.org/10.37646/xihmai.v2i4.101>
- Manta, G. A. D. D. C. (n.d.). *Plan de Desarrollo y ordenamiento territorial*.
- Manzanero, M., & Teresita, S. (2021). *Cambios que Afectan el Clima Organizacional de una Empresa de Transporte*. 79, 294–309.
<http://148.236.18.55/bitstream/20.500.12107/3781/1/CAMBIOS QUE AFECTAN EL CLIMA ORGANIZACIONAL DE UNA EMPRESA.pdf>
- Martín, C. R. (2000). La satisfacción del usuario: Un concepto en alza. *Anales de Documentación*, 3, 139–153. <http://revistas.um.es/analesdoc/article/view/2451>
- Martín, R., & Martín, C. R. (2000). *Disponible en:*
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=63500309>.
- Mero-Vélez, J. M. (2018). Empresa, administración y proceso administrativo. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de La Investigación y Publicación En Ciencias Administrativas, Económicas y Contables)*. ISSN: 2588-090X . *Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP)*, 3(8), 84–102. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v3i8.59>
- Najul Godoy, J. (2011). El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, 4(8), 142–151.

- Narváez-Gamboa, E., Reinoso-Mayorga, C., & Castro-Analuiza, J. (2020). Servicio al cliente: desde una perspectiva del modelo SERVQUAL. *593 Digital Publisher CEIT*, 3(5), 191–204. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.3.238>
- Navarro, I., Galilea, P., Hidalgo, R., & Hurtubia, R. (2018). Transporte y su integración con el entorno urbano: ¿cómo incorporamos los beneficios de elementos urbanos en la evaluación de proyectos de transporte? *Eure*, 44(132), 135–153. <https://doi.org/10.4067/s0250-71612018000200135>
- Oblitas Vedia, A. (2019). “Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios del transporte público (taxis) en la ciudad de Sucre.” *Investigación & Negocios*, 20(2521–2737), 149–171. http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v12n20/v12n20_a12.pdf
- P. da Cunha, J. M., & Rodríguez Vignoli, J. (2009). Crecimiento urbano y movilidad en América Latina. *Revista Latinoamericana de Población*, 3(4–5), 27–64. <https://doi.org/10.31406/relap2009.v3.i1.n4-5.1>
- Pedraza, N. A. (2020). El clima y la satisfacción laboral del capital humano: factores diferenciados en organizaciones públicas y privadas. *Innovar*, 30(76), 9–24. <https://doi.org/10.15446/innovar.v30n76.85191>
- Pérez Campdesuñer Reyner; Martínez Vivar Rodobaldo; Noda Hernández Marcia; Miguel Guzmán Margarita. (2015). Redalyc. La satisfacción del cliente, influencia en la lealtad. Análisis del destino Holguín. *Redalyc*, XXI, 1–17. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181541051007>
- Pérez Cruz, O. A., & Pinto Pérez, R. (2021). Satisfacción del servicio de transporte público en los estudiantes universitarios. *RIDE Revista Iberoamericana Para La Investigación y El Desarrollo Educativo*, 12(23). <https://doi.org/10.23913/ride.v12i23.1004>

- Pineda Zapata, U. F., & García Delgado, R. (2021). Analysis of the Components of the Operations Strategy with a Service Approach. *Revista Científica Pensamiento y Gestión*, 49, 90–119. <https://doi.org/10.14482/pege.49.658.4034>
- Preciado-ortiz, C. L. (2021). *Mercados y Negocios Quality and Use of Mobile Applications for Transportation*.
- Sánchez-Flores, Ó., & Romero-Torres, J. (2010). Factores de calidad del servicio en el transporte público de pasajeros: estudio de caso de la ciudad de Toluca, México. *Economía Sociedad y Territorio*, x. <https://doi.org/10.22136/est002010152>
- SANZ BONDÍA, A. (2016). *La Confianza En El Transporte Público En Relación Con La Oferta, La Demanda Y La Percepción De La Calidad Del Servicio*. <https://doi.org/10.4995/cit2016.2016.3420>
- Solórzano-Quiroz, L. M., & Yépez-Montesdeoca, J. A. (2019). Movilidad urbana sostenible producto del transporte público en el Cantón Manta. *Revista Científica y Arbitrada Del Observatorio Territorial, Artes y Arquitectura: FINIBUS - ISSN: 2737-6451.*, 2(3), 2–11. <https://publicacionescd.ulead.edu.ec/index.php/finibus/article/view/128>
- Suzuki, H., Cervero, R., & Iuchi, K. (2014). Transformando las ciudades con el transporte público: integración del transporte público y el uso del. In *Transformando las ciudades con el transporte público: integración del transporte público y el uso del*. <https://doi.org/10.1596/978-9-5869-5967-4>
- Vargas Quiñones, M. E., & Aldana de Vega, L. (2014). Calidad y servicio Conceptos y herramientas. (*Colección Estudios / Escuela Internacional de Ciencias Económicas y Administrativas*, 3, 366–367. https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/27250/Calidad_servicio3ED_digital.pdf?sequence=1

Apéndices