



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**TESIS PRESENTADA COMO REQUISITO PARA OPTAR POR
EL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL CON MENCIÓN EN
FINANZAS**

**TEMA: DISEÑO DE UN PROYECTO DE DESARROLLO PARA
MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO DE TRANSPORTE
INTERPROVINCIAL DE LA COOPERATIVA “FLOTA
BOLÍVAR”, PROVINCIA DE BOLÍVAR, CIUDAD GUARANDA,
AÑO 2013.**

AUTORES: CASTILLO SANTA CRUZ DANIELA GERMANIA

GALEAS LEMA GLENDA MARÍA

MOROCHO ROMERO KARINA ELIZABETH

TUTOR DE TESIS: ING. FERNANDO CARRILLO PÉREZ, Mg.

GUAYAQUIL, FEBRERO 2013



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TÍTULO: DISEÑO DE UN PROYECTO DE DESARROLLO PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL DE LA COOPERATIVA "FLOTA BOLÍVAR", PROVINCIA DE BOLÍVAR, CIUDAD GUARANDA, AÑO 2013.		
	REVISORES:	
INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil	FACULTAD: Ciencias Administrativas	
CARRERA: Ingeniería Comercial		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	N° DE PÁGS.:	
ÁREA TEMÁTICA:		
PALABRAS CLAVES: Cliente, Usuario, Servicio, Proyecto, Transporte		
RESUMEN El servicio de transporte interprovincial es de vital importancia para gran parte de la población y el recibir un servicio deficiente por parte de empresas dedicadas a brindar el servicio de transporte interprovinciales es evidente, debido a esto se diseña un proyecto de desarrollo que permita establecer estrategias que ayuden a mejorar en algo la situación por la que atraviesan los pasajeros a la hora de hacer uso de este medio de transporte y al mismo tiempo restablecer las relaciones entre los usuarios y la institución. La investigación se encuentra delimitada a mejorar la calidad del servicio en la Cooperativa Flota Bolívar, ubicada en la ciudad de Guaranda, en la que se encontraron falencias en el servicio que ofrece actualmente. Como parte del estudio se hizo uso de instrumentos como la entrevista, encuestas y observación, es así que por medio de los resultados obtenidos a través de estos y con la información recopilada, tabulada y con sus respectivos análisis se pudo determinar los puntos débiles de la Cooperativa, saber en qué aspectos está fallando y sobretodo conocer las expectativas de los usuarios en cuanto al servicio. Estos datos nos llevan a desarrollar en la parte final del estudio la propuesta que tiene como objetivo mejorar la calidad del servicio en la Cooperativa.		
N° DE REGISTRO(en base de datos):	N° DE CLASIFICACIÓN: N°	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF	SI ☒ NO ☐	
CONTACTO CON AUTORES:	Teléfono:	E-mail:
Castillo Santa Cruz Daniela Germania	0997162071	dannamiel@hotmail.com
Galeas Lema Glenda María	0993734510	gmgaleas@gmail.com
Morocho Romero Karina Elizabeth	0991227697	karina1390@hotmail.es
CONTACTO DE LA INSTITUCIÓN	Nombre:	
	Teléfono:	

ÍNDICE GENERAL

CARÁTULA	I
ÍNDICE GENERAL	II
CERTIFICADO DEL TUTOR	III
CERTIFICADO DE GRAMATÓLOGO	IV
RENUNCIA A DERECHO DE AUTORÍA	V
DEDICATORIA	VI-VII-VIII
AGRADECIMIENTO	IX-X-XI
RESUMEN	XII
ABSTRACT	XIII
INTRODUCCIÓN	XIV - XV
ANTECEDENTES	XVI- XXXVII
SUMARIO ANALÍTICO	XXXVIII - XLI
ÍNDICE DE CUADROS	XLII – XLIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XLIV

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

HABIENDO SIDO NOMBRADO, ING. FERNANDO CARRILLO PÉREZ, MG.
COMO TUTOR DE TESIS DE GRADO COMO REQUISITO PARA OPTAR
POR TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL CON MENCIÓN EN FINANZAS
PRESENTADO POR LOS EGRESADOS:

CASTILLO SANTA CRUZ DANIELA GERMANIA **CON C.I # 0930426655**

GALEAS LEMA GLENDA MARÍA **CON C.I # 0201982949**

MOROCHO ROMERO KARINA ELIZABETH **CON C.I # 0925319436**

TEMA: DISEÑO DE UN PROYECTO DE DESARROLLO PARA MEJORAR
LA CALIDAD DEL SERVICIO DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL DE LA
COOPERATIVA “FLOTA BOLÍVAR”, PROVINCIA DE BOLÍVAR, CIUDAD
GUARANDA, AÑO 2013.

CERTIFICO QUE: HE REVISADO Y APROBADO EN TODAS SUS PARTES,
ENCONTRÁNDOSE APTO PARA SU SUSTENTACIÓN.



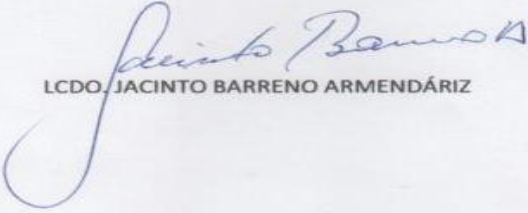
ING. FERNANDO CARRILLO PÉREZ, MG.

TUTOR DE TESIS

CERTIFICACIÓN DE GRAMATÓLOGO

QUIEN SUSCRIBE EL PRESENTE CERTIFICADO, SE PERMITE INFORMAR QUE DESPUÉS DE HABER LEÍDO Y REVISADO GRAMATICALMENTE EL CONTENIDO DE LA TESIS DE GRADO DE CASTILLO SANTA CRUZ DANIELA GERMANIA, GALEAS LEMA GLENDA MARÍA Y MOROCHO ROMERO KARINA ELIZABETH CUYO TEMA ES: DISEÑO DE UN PROYECTO DE DESARROLLO PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL DE LA COOPERATIVA “FLOTA BOLÍVAR”, PROVINCIA DE BOLÍVAR, CIUDAD GUARANDA, AÑO 2013.

CERTIFICO QUE ES UN TRABAJO DE ACUERDO A LAS NORMAS MORFOLÓGICAS, SINTÁCTICAS Y SIMÉTRICAS VIGENTES



LCDO. JACINTO BARRENO ARMENDÁRIZ

Lcdo. Jacinto Barreno A.
GRAMATÓLOGO
CÓD. 522621

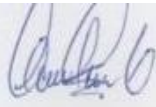
RENUNCIA DE DERECHOS DE AUTOR

POR MEDIO DE LA PRESENTE CERTIFICO QUE LOS CONTENIDOS DESARROLLADOS EN ESTA TESIS SON DE ABSOLUTA PROPIEDAD Y RESPONSABILIDAD DE: CASTILLO SANTA CRUZ DANIELA GERMANIA **CON C.I # 0930426655**, GALEAS LEMA GLENDA MARÍA **CON C.I # 0201982949** Y MOROCHO ROMERO KARINA ELIZABETH **CON C.I # 0925319436**

CUYO TEMA ES:

DISEÑO DE UN PROYECTO DE DESARROLLO PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL DE LA COOPERATIVA “FLOTA BOLÍVAR”, PROVINCIA DE BOLÍVAR, CIUDAD GUARANDA, AÑO 2013.

DERECHOS QUE RENUNCIAMOS A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, PARA QUE HAGA USO COMO A BIEN TENGA.

 CASTILLO SANTA CRUZ DANIELA CON C.I # 0930426655	 GALEAS LEMA GLENDA CON C.I # 0201982949
 MOROCHO ROMERO KARINA CON C.I # 0925319436	

GUAYAQUIL FEBRERO DEL 2013

DEDICATORIA 1

Esta tesis va dedicada a Dios, quien supo guiarme por el camino del bien, darme fuerzas para seguir adelante y no desistir frente a los problemas que se presentaban, superando las adversidades sin decaer en el intento.

A mi hijo, Sebastián Orlando Bustamante Castillo, que llegó a mi vida, me la cambió y con eso entendí lo que es el verdadero amor, eres la personita más importante de mi vida la cual se robó mi corazón y por el que daría mi vida entera. Le agradezco a Dios el tenerte conmigo, el poder aprender de ti cada día, por ser mi fuente de inspiración y el motor que impulsa mi vida. Te Amo mucho mi Sebas.

De forma muy especial, a mi esposo, Orlando Bustamante, que con su valor y entrega ha sido una persona incondicional en mi vida ha sido mi soporte, y ha hecho suyos mis preocupaciones y problemas. Mi mejor amigo, mi consejero, mi apoyo, mi guía para seguir adelante y no bajar los brazos en los momentos difíciles, por ser el hombre que Dios puso en mi vida para hacerme feliz y por su indudable dedicación, amor y paciencia.

A mis Padres, Patricia Santa Cruz Y Daniel Castillo a quienes les debo toda mi vida, les agradezco el cariño y su comprensión, a ustedes quienes han sabido formarme con buenos valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante buscando siempre el mejor camino.

A mis hermanas Carmen y Patricia Castillo por su ayuda incondicional que me brindaron en los momentos que más lo necesité, mis sinceros agradecimientos.

Daniela Castillo Santa Cruz

DEDICATORIA 2

El presente trabajo, fruto de un esfuerzo para ser mejor en mi vida profesional y personal va dedicado a:

A Dios, por darme el regalo más maravilloso mi vida; por ayudarme a tener fe y perseverancia para alcanzar mis objetivos y sueños; a mis padres por ser los consejeros durante los años de estudio y a quienes me apoyaron de una u otra forma para culminar con este proyecto profesional y personal que sin lugar a duda fue más allá de mis expectativas, a mi hijo por llegar en el momento indicado y darme una razón más para alcanzar una meta propuesta en mi vida.

Glenda María Galeas Lema

DEDICATORIA 3

En primer lugar le dedico este trabajo a Dios, por haberme iluminado cada día y por darme fuerzas para continuar con mis estudios muy a pesar de los inconvenientes que se presentaron en el camino.

A mis queridos padres, María Romero Bravo, José Morocho González, a mi hermana, Verónica Morocho Romero, por ayudarme e incentivarme cada día al logro de mis objetivos.

Sin su apoyo y comprensión no hubiera podido culminar este trabajo.

Karina Morocho Romero

AGRADECIMIENTO 1

A Dios, por toda su bondad, por haber estado conmigo siempre en los momentos en que más lo necesitaba, por darme la fuerza para seguir adelante, sabiduría y sobre todo salud, por haberme permitido cumplir con un peldaño más de mis metas.

A mi familia por brindarme su apoyo en cada paso que doy y por ayudarme directa e indirectamente en la realización de este proyecto.

A mis compañeras y amigas Glenda Galeas y Karina Morocho porque cada una con sus valiosas aportaciones hicieron posible este proyecto y por la gran calidad humana que me han demostrado con su amistad.

Al Ing. Fernando Carrillo Pérez, Mg., Tutor de tesis, por su valiosa guía y asesoramiento a la realización de la misma.

Daniela Castillo Santa Cruz

AGRADECIMIENTO 2

Gracias a Dios, por darme las fuerzas necesarias mediante su bendición para lograr mis metas ya que en él confío plenamente.

Es mi deber agradecer a las autoridades de la UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL por haberme permitido ser parte de su institución ,a los maestros por inculcarme sus conocimientos, a mis compañeros y amigos que durante los años de estudio supieron entenderme y darme su apoyo para de esta manera formarme profesionalmente.

Agradezco a los miembros de la cooperativa “FLOTA BOLÍVAR” por su oportuna dedicación y ayuda ante nuestro proyecto.

Mi gratitud al Ing. Fernando Carrillo Pérez, Mg. quien ha sido nuestra guía como tutor de tesis, que con su asesoramiento constante culminamos la elaboración de nuestra investigación.

Glenda María Galeas Lema

AGRADECIMIENTO 3

A Dios, a mis padres, a mi hermana por su estímulo y apoyo permanentes.

A mis compañeras de elaboración de tesis, Daniela Castillo, Glenda Galeas, con quienes compartí momentos agradables y quienes fueron un gran apoyo durante la realización de este trabajo.

A todas aquellas personas maravillosas, que me motivaron a continuar con mis estudios.

Mi gratitud al Ing. Fernando Carrillo Pérez, Mg. Tutor de tesis, que con sus valiosas recomendaciones y consejos nos ayudó a concluir con éxito el presente trabajo.

Karina Morocho Romero

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**TESIS PRESENTADA COMO REQUISITO PARA OPTAR POR EL
TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL CON MENCIÓN EN FINANZAS**

**TEMA: DISEÑO DE UN PROYECTO DE DESARROLLO PARA
MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO DE TRANSPORTE
INTERPROVINCIAL DE LA COOPERATIVA “FLOTA BOLÍVAR”,
PROVINCIA DE BOLÍVAR, CIUDAD GUARANDA, AÑO 2013.**

**AUTORES: CASTILLO SANTA CRUZ DANIELA GERMANIA, GALEAS
LEMA GLENDA MARÍA Y MOROCHO ROMERO KARINA ELIZABETH**

RESUMEN

El servicio de transporte interprovincial es de vital importancia para gran parte de la población y el recibir un servicio deficiente por parte de empresas dedicadas a brindar el servicio de transporte interprovincial en estos tiempos se ha visto deteriorada, es por esto que se diseña un proyecto de desarrollo que permita establecer estrategias que ayuden a mejorar en algo la situación por la que atraviesan los pasajeros a la hora de hacer uso de este medio de transporte y al mismo tiempo restablecer las relaciones entre los usuarios y la institución. El estudio se apoya en leyes que ratifican la importancia de este sector. La investigación se encuentra delimitada a mejorar la calidad del servicio en la Cooperativa Flota Bolívar, ubicada en la ciudad de Guaranda, en la que se encontraron falencias en el servicio que ofrece actualmente. Como parte del estudio se hizo uso de instrumentos como la entrevista, encuestas y observación, es así que por medio de los resultados obtenidos a través de estos y con la información recopilada, tabulada y con sus respectivos análisis se pudo determinar los puntos débiles de la Cooperativa, saber en qué aspectos está fallando y sobretodo conocer las expectativas de los usuarios en cuanto al servicio. Estos datos nos llevan a desarrollar en la parte final del estudio la propuesta planteada para este proyecto, la cual tiene como objetivo mejorar la calidad del servicio en la Cooperativa, presentando estrategias necesarias que permitan tomar decisiones para corregir los problemas por los que atraviesa la institución.

ABSTRACT

Interprovincial transportation service is vital for most of the population and to receive a poor service from the companies dedicated to providing interprovincial transportation service in these times has been deteriorated, for this reason is currently being designed a development project to establish strategies to help improve the situation that is being experienced by passengers when they use this kind of transportation and at the same time to restore the relationship between users and the institution.

The study is based on laws that confirm the importance of this sector. The research is delimited to improve the quality of service in the cooperative "Floats Bolívar", located in Guaranda city, in which found failures in the service currently offered by. As part of the study we made use of instruments such as interviews, surveys and observation, so that through the results and the information from these collected, tabulated and their analysis that could be determined the weaknesses of the cooperative, in order to know in which aspects is failing and especially understand the expectations of users about the service.

These data enables us to develop at the end of the study the proposal presented for this project, which has a goal "to improve the quality of service in the cooperative", presenting strategies that allow necessary decisions to solve the problems being experienced by the institution.

INTRODUCCIÓN

El transporte interprovincial es un elemento indispensable en la vida de todos, así como también existe la necesidad imperiosa de que el servicio que prestan las cooperativas de transporte sea el requerido por el usuario, y como servicio no sólo se califica al hecho de transportar a una persona a su lugar de destino, sino que además de esto brindarle la comodidad y seguridad que necesita durante el trayecto.

En el país existe una gran cantidad de cooperativas oferentes del servicio de transporte interprovincial y para este estudio se ha escogido a la cooperativa “Flota Bolívar” cuya sede se encuentra en la ciudad de Guaranda.

Como parte del estudio se analizarán los actuales procesos que lleva a cabo la cooperativa, cómo es el servicio que presta y de qué manera éste es percibido por los usuarios.

Una vez obtenida la información necesaria y habiendo hallado las falencias existentes tanto en los procesos internos como en el servicio al usuario, es que surge la propuesta de diseñar un proyecto de desarrollo para mejorar la calidad del servicio de transportación interprovincial.

El propósito del proyecto dentro de la Cooperativa “Flota Bolívar” es enfrentar el problema existente a través de acciones realizadas por el personal adecuado, contando con la información y los recursos financieros adecuados;

a fin de obtener los resultados esperados que en este caso son: un significativo incremento tanto de clientes como de la satisfacción por el servicio recibido, en consecuencia un aumento en los ingresos de la cooperativa.

Este estudio se compone de cuatro capítulos: En el primer capítulo se explica todo lo referente al Marco Teórico, dentro de los cuales tenemos la Fundamentación Teórica, la Fundamentación Legal y las diferentes definiciones conceptuales referentes a este proyecto.

El segundo capítulo es el Diseño de la Investigación donde se detalla el tipo de investigación que se realizó y como se llevó a cabo ésta.

En el tercer capítulo se encuentra el análisis e interpretación de los resultados los cuales sirvieron como base para establecer una propuesta de mejora para la institución.

El cuarto capítulo es el desarrollo de la propuesta en sí, detalla el proyecto de desarrollo dirigido a la cooperativa “Flota Bolívar”.

En el capítulo cinco se muestran las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

ANTECEDENTES

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del Problema en un contexto

En el Ecuador el sector de transporte interprovincial ha estado tradicionalmente descuidado, mostrando importantes déficit que parecen ser difícilmente manejados o simplemente ignorados, sin considerar los significativos costos sociales que esta situación genera como el malgasto del tiempo y recursos esenciales; contaminación del medio ambiente e incluso la pérdida de vidas humanas.

Las deficiencias en el servicio de transporte afectan directa o indirectamente a todos los ciudadanos que utilizan este medio, siendo una de las necesidades básicas y fundamentales de la vida.

Reparar las condiciones del transporte interprovincial parece una tarea urgente que tiene por lo demás, una alta potencialidad de beneficios, lo que justifica emprender medidas de transformación cuanto antes, el implementar mejoras en el mismo permitirá elevar la calidad de vida de la población.

El transporte interprovincial dentro del país atraviesa por serios inconvenientes y existen múltiples razones para ello, la inseguridad, la falta de preocupación por parte de la cooperativa a la hora del embarque en la terminal, la recogida de pasajeros en las carreteras, son algunas de las causas por las cuales los usuarios no se encuentran satisfechos con el servicio.

Los socios de la Cooperativa así como los dueños de los buses manifiestan que no pueden hacer mejoras en el servicio porque sus utilidades son pequeñas y consideran que brindar una buena atención es un costo más no una inversión que genere ganancias, porque tendrán que dar capacitación a sus trabajadores e incentivarlos a que ofrezcan un buen servicio, pero deben tener en consideración que al realizar mejoras en toda la entidad, aumentarán las utilidades en un corto plazo debido a que los clientes preferirán esta empresa antes que a la competencia.

Los socios de la cooperativa buscan reducir sus costos de operación con un creciente descuido en el estado de los buses, en especial reduciendo los costos de mantenimiento y de cuidado de los motores. A pesar que las autoridades competentes conocen del irrespeto a las leyes de tránsito y del consumidor, no se hace nada para solucionarlo.

Otra de las causas que originan un deficiente servicio de transporte es la mala política en la administración de salarios, ya que esto produce gastos excesivos para la cooperativa. La falta de herramientas tecnológicas en sus oficinas es algo que siempre va a generar una pérdida de tiempo y elevados

gastos por no contar con un sistema automatizado que le permita agilizar los procesos al momento de registrar los documentos ya que los métodos utilizados están fuera de la realidad de la empresa.

Uno de los problemas más discutibles es el del análisis de los ingresos y egresos de la cooperativa ya que se debe conocer el comportamiento de los ingresos y egresos que este servicio genera, para así proponer mejoras en la transportación pública.

Para corregir los obstáculos antes enunciados, pero en especial el caso de los ingresos reales obtenidos por los empresarios se recomienda el diseño urgente de un sistema de mejoras de ingresos basados en la venta de boletos que logre minimizar hasta donde sea posible el alto porcentaje de fugas que el actual sistema permite.

De no buscarle una alternativa de solución al presente problema lo más probable es que las condiciones actuales de la cooperativa persistan y que tanto los socios del negocio como sus colaboradores no puedan aspirar a tener una mejor calidad de vida para ellos y sus respectivas familias; ya que los usuarios al no sentirse satisfechos con la calidad del servicio brindado optarán por utilizar los de la competencia.

Además si no se da la importancia necesaria que tiene un negocio de este tipo y la necesidad de mejorar la calidad del servicio de transporte interprovincial, los negocios en iguales condiciones tampoco podrían tomar la iniciativa.

Situación conflicto que debo señalar

El servicio de transporte interprovincial a nivel nacional presenta indiscutibles fallas y el servicio que presta la Cooperativa “Flota Bolívar” no es la excepción, ya que los usuarios sienten que sus necesidades no son satisfechas como deberían.

La cooperativa, una de las pocas en brindar un servicio directo y permanente (existen cooperativas que tienen solo ciertos horarios establecidos para brindar el servicio), no trata de mejorar sus unidades y ser reconocidos como líderes en ofrecer un servicio de calidad.

La falta de control por parte de las autoridades, la falta de herramientas tecnológicas dentro de las oficinas, el evidente descuido de los dueños de buses en el servicio que prestan a los usuarios, además del hecho de que no se cuenta con un sistema que permita determinar exactamente cuáles son los ingresos y egresos de la cooperativa, son solo algunos de los detonantes de este gran problema que ocasiona innumerables quejas entre los usuarios debido al deficiente servicio brindado por la cooperativa.

Actualmente las personas que utilizan el medio de transporte interprovincial muestran insatisfacción con el servicio que reciben pero indican que no hay otra alternativa para transportarse ya sea por motivo de trabajo o turismo a las diferentes ciudades del país.

Una de las principales quejas que presentan los usuarios de la cooperativas de transporte “Flota Bolívar” es la poca atención que muestran los choferes al momento de algún reclamo realizado por parte de sus usuarios que en muchas ocasiones tiene que ver con el mal estado de las unidades vehiculares o la ineficiencia en la atención al público en las oficinas de la cooperativa por tal motivo consideran a esta situación como normal e incluso aceptan o se sienten conformes con el trato recibido, considerando que el servicio de transporte es una de las necesidades más básicas para transportarse de un lugar a otro.

A pesar de conocer las falencias que presenta el servicio de transporte interprovincial ninguna institución o autoridad competente como la Agencia Nacional de Transito del Ecuador le da la suficiente importancia como para mejorar estos inconvenientes ni hacen respetar los derechos que por ley tiene todo ciudadano.

Por su parte la finalidad de toda empresa es obtener ganancias dentro de un periodo determinado para lo cual se deberá implementar ciertas técnicas que admitan la consecución de mayores tasas de rentabilidad.

Una de estas técnicas sería la renovación, las empresas de transporte que apliquen la renovación conseguirán una tarifa accesible que beneficie a los habitantes de bajos recursos económicos; permitirán ofrecer un servicio de calidad donde los consumidores se sientan a gusto tanto con el servicio como con el precio del mismo; se podrá transportar un número mayor de personas por unidad vehicular además de reducir el tiempo de viaje con seguridad.

Para establecer mejoras a mediano y largo plazo que proporcionen el correcto funcionamiento de la cooperativa de transporte interprovincial se determinarán las causas que aquejan a este servicio.

A medida que avanza el tiempo se incluyen mejoras que sirven durante cierto periodo pero que luego se tornan insuficientes debido a que los problemas que presenta el servicio de transporte interprovincial surgen de la nada o se agravan sin tener el control sobre estas variables.

Uno de los aspectos fundamentales que implican el tener que renovar el actual sistema de transporte interprovincial por un sistema que admita un transporte en mayor volumen y exacto en horarios es el aumento constante de la población ya que no existe la suficiente oferta que cubra cierta demanda más aún en feriados o días festivos que es cuando hay mayor afluencia de personas requiriendo este servicio, teniendo en cuenta esta idea como punto de partida para ir solucionando los problemas existentes en el servicio de transporte.

CAUSAS DEL PROBLEMA, CONSECUENCIAS

Causas	Consecuencias
Falta de mantenimiento a las unidades vehiculares.	Da una mala imagen de la cooperativa debido al estado en el que se encuentran los buses, además el no realizar el mantenimiento correspondiente podría ocasionar algún accidente de tránsito.
Carencia de equipamiento tecnológico en las oficinas de atención al público.	Genera una pérdida de tiempo y elevados gastos al no contar con un sistema automatizado que le permita agilizar los procesos ya que los métodos utilizados están fuera de la realidad de la empresa.
Desconocimiento de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre y Seguridad Vial.	El desconocimiento de la ley por parte de los choferes de los buses puede provocar sanciones y son consideradas pérdidas económicas en la cooperativa.
Falta de capacitación y motivación a los trabajadores.	Esto ocasiona que los trabajadores no se sientan comprometidos con la visión de la cooperativa por ende no ofrecen un servicio de óptima calidad al usuario.
Falta de competitividad en el sector.	El hecho de que la competencia no se preocupe por mejorar los procesos que lleva a cabo, ocasiona que esta cooperativa no muestre interés en realizar mejoras dentro de la misma.

Mala política en la administración de salarios	Produce gastos excesivos a la cooperativa.
No cuenta con un sistema de información que le permita saber lo que genera la empresa día a día.	Al no conocer el comportamiento de los ingresos y egresos que este servicio genera no se podrá establecer cuáles son los estrictamente necesarios y como encaminarlos a mejorar el servicio actual.
Falta de preocupación por parte de los dueños y socios de la cooperativa en el servicio que prestan.	La falta de preocupación por parte de los directivos ocasiona que no se realicen mejoras en el servicio actual.
Falta de una estructura organizativa.	Ocasiona que los procesos no se realicen de una manera adecuada y por el personal adecuado.
Mal uso de recursos por parte de los trabajadores.	Los trabajadores no utilizan de manera adecuada los recursos de la empresa provocando pérdidas a la cooperativa.
No existen políticas o reglas establecidas dentro de la empresa.	El personal no tiene definida la dirección que debe seguir en la empresa y como consecuencia la atención que brindan es ineficiente.

Fuente: Propia

Elaboración: Las autoras

DELIMITACIÓN GENERAL DEL PROBLEMA

DELIMITACIÓN GENERAL

Campo: Servicio de Transporte Interprovincial.

Área: Sector servicios.

Aspecto: Calidad de servicio que presta la Cooperativa “Flota Bolívar”.

Tema: “Diseño de un Proyecto de Desarrollo para mejorar la calidad del servicio de Transporte Interprovincial de la Cooperativa “Flota Bolívar”, Provincia de Bolívar, ciudad de Guaranda, año 2013”.

Delimitación Geográfica, temporal, espacial

Geográfica

La presente investigación se desarrolla en la ciudad de Guaranda, capital de la provincia de Bolívar se encuentra localizada en el centro del territorio ecuatoriano.

División política. Está integrada por parroquias urbanas como Chávez, Veintimilla, Guanujo además de parroquias rurales como Salinas, Simiatug, San Limón, San Lorenzo, Santa Fe, San Luis de Pambil, Facundo Vela.

A Guaranda se puede acceder por vía terrestre está situada a 235 Km de Quito, a 204 Km de Guayaquil y a 60 Km de Riobamba.

Hay que recalcar que las rutas alternas a esta ciudad no favorecen al sector de transporte porque no se encuentran en buen estado, especialmente en la zona de ingreso a la parroquia de San Luis de Pambil.

Descripción geográfica del lugar

Guaranda cuenta con una población aproximada de 25.000 habitantes aproximadamente en la zona urbana. En el cantón la población asciende aproximadamente a 65000 habitantes, se puede decir que Guaranda es una ciudad muy tranquila posee muchas tradiciones que atraen al público en general en especial a los turistas extranjeros.

Desde esta ciudad se puede tener una vista maravillosa del volcán Chimborazo su clima varía en los páramos de 4 a 7 grados hasta el clima que se registra en la ciudad de 18 a 24 centígrados.

La ciudad es conocida a nivel nacional e incluso internacional por sus eternos Carnavales, también se la conoce como la ciudad de las Siete Colinas por encontrarse rodeada de siete elevaciones y estas son San Jacinto, San Bartolo, Cruzloma, Tililag, Loma de Guaranda, Talalac y el Mirador.

La ciudad de Guaranda debido a que se encuentra rodeada de gran cantidad de montañas posee un clima único en ciertos lugares muy fríos y en otros cálidos brindando a los turistas una gama de sensaciones únicas al visitar el lugar.

Ubicada al noroeste de la provincia Bolívar se podría considerar a la ciudad de Guaranda como el corazón del Ecuador, limita al norte con la provincia de Cotopaxi, al este con la provincia de Chimborazo y al sur con cantones como Chimbo y San Miguel y por último al oeste con los cantones Caluma, Las Naves y Echeandía.

A Guaranda se puede llegar por vía terrestre:

VÍA GUARANDA



Fuente: www.guaranda.gob.ec

Desde Quito a Guaranda existe un recorrido de 235 Km. por una carretera asfaltada que pasa por las faldas del Chimborazo, a 4.107msnm, con un espectáculo único e incomparable de sus maravillosos paisajes.

Desde Guaranda a Ambato hay una distancia de 85km su recorrido es por la carretera que pasa por las faldas del nevado Chimborazo.

De Guaranda a Guayaquil, debe recorrerse 204 Km, por una vía asfaltada, que atraviesa parajes únicos en su género. Paulatinamente desciende desde el paisaje serrano andino hasta el paisaje tropical.

Desde Riobamba a Guaranda hay una distancia 60 Km, que se la recorre por carretera asfaltada. Es una maravilla de vía, en su recorrido casi topa las nieves perpetuas del majestuoso Chimborazo.

Desde Guaranda a Salinas de Bolívar (3.500msnm), en un recorrido de 16 Km., por carretera asfaltada, tendrá la oportunidad de conocer la experiencia de desarrollo comunitario más significativa de todo el Ecuador. En éste pequeño poblado, que no supera los 1.000 habitantes, puede conocer las 28 micro agroindustrias que procesan 198 productos, muchos de los cuales son exportados a varios países de Europa. Para conocer esa experiencia comunitaria necesita un día.

El sitio presenta diversos escenarios de alto potencial, atractivo turístico y diversidad de paisajes; Tranquilidad y paz se vive en el hermoso viaje hacia

su capital, atravesando parajes verdaderamente hermosos, dominados por el imponente nevado Chimborazo que creemos toparle por su cercanía, límpida nieve se derrama entre sus laderas regadas de llamas, ovejas y chozas construidas con el mismo pajonal, que va cambiando de color, retaceado por la diversidad de cultivos que el labriego de la zona los trabaja.

Guaranda tiene una infraestructura única y llamativa, sus pequeñas edificaciones llegan máximas a tres pisos, sus calles angostas son adoquinadas. Es una ciudad apacible, tranquila, sosegada, llena de calma, con gente muy amable y acogedora son excelentes anfitriones, y ofrecen su hospitalidad indistintamente a los visitantes.

Tiene el encanto de las ciudades idóneas para un buen descanso, en donde la cercanía y la camaradería es un plus que le da un encanto particular.

En la ciudad se comercializa los productos de la zona como la panela, aguardiente, lana, y tejidos, la agricultura diversificada, ganadería, minería, industrias, manufacturas y artesanías son las principales fuentes de riqueza, ya que su gente se dedica especialmente a esta actividad.

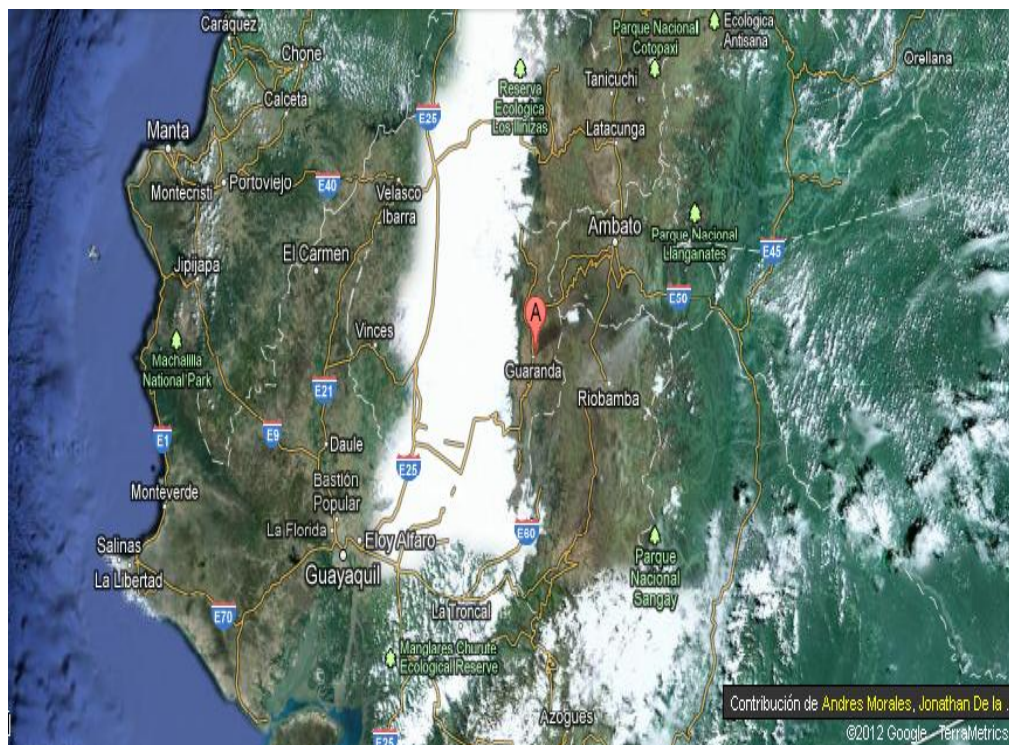
Guaranda es una ciudad con enormes manifestaciones culturales, dispersadas a lo largo de toda su geografía en las zonas urbanas y rurales; especialmente las de Carnaval, esta es denominada por su gente como la “Fiesta Mayor” de la ciudad y de la provincia, su celebración es reconocida tanto nacional como internacional.

Es una costumbre que se realiza en el Ecuador, especialmente en Guaranda no consiste solamente en el lanzamiento de agua y espuma sino en una fiesta completa, es una tradición y un festejo popular con música de las bandas de pueblos , canciones típicas del carnaval y bailes.

Así también no falta el pájaro azul denominado así por su color azulado tipo de esta región, el origen del carnaval es difícil de precisar, pero quien escuche la música que acompaña a los cientos de versos del carnaval puede asegurar sus raíces pre-hispánicas.

Esta fiesta que tendría siglos de existencia, en la cual todos los bolivarenses se buscan y encuentran a sí mismos, es hoy como ayer, largamente esperada y su preparación inicia con un mes de anticipación para tener un mayor realce, de tal forma que va creando un ambiente especial de fiesta.

Ciudad de Guaranda



Fuente: Google.

Tiempo

El tiempo en el que se desarrollará la investigación es el año 2012.

Espacio

La presente investigación se desarrollará sobre la Cooperativa Flota Bolívar, los socios, dueños de los buses, empleados, usuarios y todos quienes se encuentran relacionados con el servicio que presta la cooperativa.

Formulación del problema

¿Incide un Proyecto de Desarrollo para mejorar la calidad del servicio de Transportación Interprovincial, en la satisfacción de los usuarios de la Cooperativa “Flota Bolívar”?

Evaluación del problema

El presente estudio presenta una delimitación de acuerdo a los aspectos generales de la evaluación:

Delimitado: El presente estudio es delimitado porque se va a enfocar en mejorar el servicio de transporte interprovincial en el año 2013 y se ha escogido a la cooperativa Flota Bolívar que presenta falencias en el servicio que presta por lo que se van a analizar los diferentes procesos que realiza a fin de encontrar una solución al problema presentado.

Aunque el problema del deficiente servicio que prestan ciertas cooperativas de transporte interprovincial es a nivel nacional, este estudio se enfocará únicamente en la Cooperativa “Flota Bolívar”, en cada uno de los socios, dueños de buses, empleados e indudablemente los usuarios del servicio que esta presta.

La investigación se llevará a cabo en la ciudad de Guaranda, en las instalaciones de la cooperativa y se obtendrá información solo de personas relacionadas a esta institución.

Claro: Este estudio se centra en solucionar el problema del servicio de transportación interprovincial mediante el diseño de un proyecto de desarrollo en la cooperativa “Flota Bolívar”. Los términos utilizados en este estudio son los adecuados y no dan lugar a dobles interpretaciones, la redacción es coherente, pues se empieza con una explicación del problema existente y las razones para realizar el estudio, luego se fundamenta el estudio mediante teorías, conceptos y leyes, se realiza una investigación y finalmente se desarrolla la propuesta que ayudará a resolver el problema.

Evidente: El servicio de transporte interprovincial que prestan las cooperativas del país ha mostrado innumerables falencias a lo largo de la historia como los accidentes de tránsito ocasionados en muchas ocasiones por la imprudencia de los choferes al manejar, el incumplimiento de los horarios establecidos, la pérdida de encomiendas, entre otras falencias que solo han logrado que los usuarios identifiquen a este servicio como deficiente y prefieran otro tipo de transporte, utilizando las cooperativas de transporte solo como última opción.

Por todo lo mencionado y debido a que este problema siempre ha existido y con ello las constantes quejas, este estudio busca responder las necesidades reales y específicas de la cooperativa y de los usuarios de este servicio.

Relevante: La solución o al menos alguna alternativa para mejorar el servicio de transporte interprovincial beneficia a la comunidad en general, tanto a los usuarios de este servicio como a la cooperativa Flota Bolívar, pues al percibir que el servicio brindado es de calidad optarán por este con mayor frecuencia y la cooperativa por su parte aumentará sus ingresos y su imagen se verá fortalecida en el mercado.

Este proyecto es de gran importancia pues constantemente se busca solucionar el problema y el hallar una alternativa de solución mediante el proyecto de desarrollo, sería de gran ayuda para la comunidad.

Factible: Con un estudio minucioso de todos los procesos que realiza la cooperativa “Flota Bolívar”, identificando sus fortalezas y debilidades, para incrementarlas y minimizarlas, respectivamente, esta propuesta puede llevarse a cabo en especial porque se tiene el apoyo de los directivos de esta empresa, se realiza un trabajo directo con el personal de la cooperativa, los cuales dan las facilidades necesarias dentro de sus instalaciones para realizar la investigación, además se cuenta con los recursos necesarios para aplicar esta propuesta.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General

El objetivo general planteado en el siguiente estudio se cita a continuación:

- Elaborar un proyecto de desarrollo para mejorar el servicio de transportación interprovincial.

Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado de la Cooperativa Flota Bolívar para determinar las necesidades y características de los consumidores potenciales.
- Proponer estrategias de inversión para la implementación de mejoras en el servicio de transporte con el fin de determinar sistemáticamente, los valores en los que deben incurrir los inversionistas para la puesta en marcha de las mejoras.
- Plantear mejoras en el servicio prestado y en la atención al público.

JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

Diariamente detectamos las necesidades urgentes de establecer un plan para mejorar el servicio de transportación interprovincial debido a que es la primera Institución creada en la provincia para brindar el servicio de transporte de pasajeros y encomiendas, para dar solución a sus problemas.

Al observar problemas antes mencionados surge la propuesta de diseñar un proyecto de desarrollo con la finalidad de describir el por qué de la ineficiencia en el servicio y el descontento de los usuarios.

Se demostrará que ofrecer un buen servicio no disminuirá las ganancias de la cooperativa sino más bien las aumentará, al hacer un análisis de sus procesos se obtendrá información que servirá para tomar decisiones respecto a las mejoras que debieran hacerse.

Este proyecto pretende buscar soluciones responsables y eficientes que contribuyan de una manera positiva a la cooperativa y evidentemente a los usuarios de esta ya que ellos son el motor de desarrollo para la entidad. De esta manera se trata de incrementar la confianza en los clientes y como consecuencia obtener un mayor número de usuarios de los servicios que presta la cooperativa.

Las empresas deben adecuarse a los cambios con una velocidad y profundidad, jamás vista y proponer alternativas para el desarrollo y progreso de la Institución.

Se aplicará estadística para evaluar la información recolectada, con este estudio se desea probar la hipótesis de que un proyecto de desarrollo mejorará el servicio de transporte, para ello se utilizarán teorías de diversos autores sobre como diseñar un proyecto de desarrollo.

Esto supone que tras de una primera etapa de observación, análisis y clasificación de los hechos, se logrará postular una hipótesis que brinda una solución al problema planteado.

La investigación es factible porque se cuenta con los conocimientos básicos necesarios para lograr los objetivos contando con los recursos materiales, humanos y financieros.

De cierto modo darles la mayor importancia a los clientes que representa la capacidad para desempeñar el servicio que se promete de manera segura y precisa, la responsabilidad para ayudar a los clientes y para proveer un servicio de calidad con prontitud.

La solución a estos problemas beneficiará a los socios y directivos de la cooperativa de transporte Flota Bolívar y servirá como una guía para que conozcan los fundamentos del proyecto de desarrollo así como las pautas metodológicas básicas para su elaboración.

De modo que le permita establecer acciones y aportar estratégicamente a los cambios y ajustes necesarios para alcanzar los objetivos y las metas de la institución.

Luego a sus familiares que dependen de ellos y por supuesto a las personas que hacen uso de este medio de transporte para cumplir con sus diferentes actividades; a nosotros como beneficiarios para obtener el título de Ingenieros

Comerciales; a estudiantes interesados en esta temática y también a investigadores que deseen enriquecer sus conocimientos.

SUMARIO ANALÍTICO

CAPÍTULO I	1
1. MARCO TEÓRICO	1
1.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO	1
1.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	3
1.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL	35
1.3.1 ESTATUTOS DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTES “FLOTA BOLÍVAR”	35
1.3.2 LEY ORGÁNICA DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO	42
1.3.3 REGLAMENTO GENERAL DE LA LEY ORGÁNICA DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA	45
1.3.4 LEY DE COOPERATIVAS	47
1.4 HIPÓTESIS	48
1.5 VARIABLES DE INVESTIGACIÓN	48
1.6 DEFINICIONES CONCEPTUALES	48
 CAPÍTULO II	 50
2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	50
2.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	50
2.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN	51
2.3 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	52
2.4 POBLACIÓN Y MUESTRA	53
2.4.1 Población	53

2.4.2 Muestra.....	55
2.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	58
2.6 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	59
2.7 PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	61
2.8 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	62
 CAPÍTULO III.....	 63
3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	63
3.1 ENCUESTAS	63
3.2 ENTREVISTAS	74
3.3 OBSERVACIÓN.....	77
3.4 COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	79
3.4.1 Hipótesis General	80
3.4.2 Planteamiento de la Hipótesis	80
3.4.3 Prueba Estadística.....	80
3.4.4 Selección del nivel de significancia.....	81
3.4.5 Distribución Muestral	81
3.4.6 Recolección de Datos y Cálculos	81
3.4.7 Valores Observados	82
3.4.8 Nivel de confianza	83
3.4.9 Región de aceptación y fórmula	83
 CAPÍTULO IV	 87
4. LA PROPUESTA	87

4.1 FICHA TÉCNICA	87
4.2 DESARROLLO DE LA PROPUESTA	92
4.3 PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS.....	96
4.3.1 Objetivo básico	96
4.3.2 Objetivos operacionales	96
4.4 ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA	97
4.4.1 ESTRATEGIA DE COMPETITIVIDAD.....	97
4.4.2 ESTRATEGIA DE SERVICIO	100
4.4.3 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN.....	104
4.4.4 ESTRATEGIA DE INFRAESTRUCTURA.....	107
4.4.5 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	109
4.4.6 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD.....	111
4.5 CÁLCULO DE COSTOS DE LA PROPUESTA.....	115
4.6 COSTO TOTAL DE LA PROPUESTA	116
 CAPÍTULO V	 117
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	117
5.1 CONCLUSIONES	117
5.2 RECOMENDACIONES.....	118
 6. BIBLIOGRAFÍA	 121
ANEXOS.....	123
ANEXO N. 1 - FICHA DE OBSERVACIÓN	124
ANEXO N. 2 – FOTOS	125

ANEXO # 3 - TRABAJO DE CAMPO	129
ANEXO # 4 - LEYES GENERALES.....	131
ANEXO # 5 - COTIZACIONES	141
ANEXO # 6 – VARIOS.....	145

ÍNDICE DE CUADROS

CUADROS	Págs.
1. Características de la Calidad	30
2. Población	54
3. Rutas de la Cooperativa	55
4. Variable Independiente	58
5. Variable Dependiente	59
6. Oferentes del Servicio de Transporte	63
7. Razones de la Preferencia de los Usuarios	64
8. Falencias Presentadas en el Servicio	65
9. Nivel de Satisfacción de los Usuarios	66
10. Calificación del Servicio por el Usuario	67
11. Nivel de Satisfacción de los Usuarios con las Oficinas	68
12. Falencias Presentes en las Oficinas	69
13. Percepción de la Publicidad de la Cooperativa	70
14. Lugar donde se ha visto Publicidad de la Cooperativa	71
15. Falencias del Servicio Actual	72
16. Servicios Adicionales al Servicio de Transporte	73
17. Variable Independiente	82
18. Variable Dependiente	82
19. Resumen General, Variable Independiente Y Dependiente	83
20. Valores Totales de la Variable Independiente Y Dependiente	84
21. Frecuencias Esperadas O Teóricas	84
22. Cálculo de Chi – Cuadrado	85
23. Acción – Servicio Post-Venta	98
24. Acción Telemarketing	99
25. Acción – Registro y Control de Pasajeros	101

26.	Acción – Detalle y Registro de Equipaje	102
27.	Acción – Cámaras de Seguridad	102
28.	Acción – Capacitación al Personal	103
29.	Acción – Sorteos	105
30.	Acción – Descuentos	106
31.	Descripción de Inversión de Equipo	108
32.	Inversión Equipo de Cómputo	108
33.	Acción – Compra de Credenciales	111
34.	Acción – Publicidad Radial	112
35.	Acción – Publicidad por Periódico Y Volantes	114
36.	Acción – Creación Página Web	115
37.	Cálculo de Costos de la Propuesta	115
38.	Costo Total de la Propuesta	116

ÍNDICE GRÁFICOS

GRÁFICOS	Págs.
1. Razones que Generan Transporte	22
2. Oferentes del Servicio de Transporte	64
3. Razones de la Preferencia de los Usuarios	65
4. Falencias Presentadas en el Servicio	66
5. Nivel de Satisfacción de los Usuarios	67
6. Calificación del Servicio por el Usuario	68
7. Nivel de Satisfacción de los Usuarios con las Oficinas	69
8. Falencias Presentes en las Oficinas	70
9. Percepción de la Publicidad de la Cooperativa	71
10. Lugar donde se ha visto Publicidad de la Cooperativa	72
11. Falencias del Servicio Actual	73
12. Servicios Adicionales al Servicio de Transporte	74
13. Oportunidades de Mejora	94
14. Competitividad	97
15. Servicio Post-Venta	98
16. Servicio	100
17. Promoción	104
18. Tarjeta de Cliente Excepcional	105
19. Infraestructura	107
20. Comunicación	109
21. Publicidad	111

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

La Cooperativa se inicio como “Transportes Bolívar” en la ciudad de Guaranda, por el año de 1955 con un grupo de trece choferes profesionales que permitía la ley deciden agruparse y conformar una Asociación, con la finalidad de brindar el servicio de transporte de pasajeros y de carga a las personas que realizaban negocios, en las rutas Guaranda – Quito y Guaranda – Guayaquil.

Cuando no existían los puentes que actualmente conducen a la ciudad de Guayaquil los transportistas llegaba a la ciudad de Durán y mediante el sistema de gabarras transportaban los buses hasta el otro lado del Río Guayas dando la facilidad de llegar al terminal donde funcionaba Transportes Bolívar y hacia uso del terreno que adquirió en esa ciudad.

La Cooperativa de transportes “FLOTA BOLÍVAR” cuya sede se encuentra en el cantón Guaranda provincia de Bolívar obtuvo su reconocimiento jurídico mediante Acuerdo Ministerial Nº 1968, e inscrita en el Registro General de Cooperativas con el número de orden 464, la fecha 26 de noviembre de

1973, con unidades que poseían carrocerías mixtas entre madera y metal, la Cooperativa “Flota Bolívar” se fusionó con la Cooperativa Vía Flores, de esta manera se unificaron frecuencias e incrementar el número de socios a 25.

Desde que inició la cooperativa tiene su sede en la Plaza Roja, el terreno fue adquirido gracias al aporte de los socios, desde 1987 hasta la actualidad han ingresado una gran cantidad de socios a formar parte de la cooperativa “Flota Bolívar” llegando a un total de cincuenta y dos socios activos los que siempre están en busca de mejorar el servicio al usuario, envío de encomiendas, renovación del parque automotor, una mejor atención en las oficinas.

Actualmente cuenta con un servicio de radiocomunicación que permite una comunicación eficiente entre los choferes de las unidades.

La Cooperativa está siempre en busca de perfeccionarse, por ello tanto la directiva como los socios están pendientes de contar con el permiso respectivo de operaciones actualizado, su parque automotor está legalmente calificado y todos los socios cuentan con sus matrículas respectivas.

Para la adquisición de frecuencias no se han iniciado trámites debido a que en la provincia de Bolívar el servicio de transporte se encuentra saturado, existe una sobreoferta de servicios, de martes a jueves no se ocupan ni el 15% de la capacidad de las unidades vehiculares, los demás días existe gran afluencia de pasajeros.

Sus oficinas se encuentran en las principales ciudades del Ecuador y estas son: Quito, Riobamba, Guaranda, Chillanes, Babahoyo, Guayaquil, Santo Domingo, y para encomiendas en Riobamba, Chimbo, San Miguel, San Luis, Santo Domingo y Guayaquil.

En la actualidad la cooperativa cuenta con 52 socios y 52 vehículos que ofrecen el servicio.

1.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Proyecto

Según (ILPES, 2002) “Al planear la realización de una inversión de este contexto se pretende armonizar los resultados inmediatos con el desarrollo de toda una serie de actividades económicas y sociales, es decir es el conjunto de resultados inmediatos traducidos en programas de producción, más las repercusiones sobre otras actividades, lo que se debe apreciar para tomar decisiones” (p.33).

Se hace énfasis en que al realizar un proyecto de desarrollo lo que se busca es llevar a cabo un conjunto de acciones para conseguir un resultado y que se toman decisiones en base a estas acciones y según el objetivo a alcanzar.

Se concuerda con el autor ya que cada una de las actividades que llevarán a cabo las personas adecuadas dentro de una organización, deben ser

perfectamente planeadas a fin de obtener el objetivo planteado dentro del proyecto.

Según (Tschohl, 2008) Un proyecto es la mejor solución posible y concertada, para enfrentar un problema o para aprovechar una oportunidad, en un lapso de tiempo dado y con unos recursos determinados (humanos, infraestructurales, financieros); a través de un conjunto de acciones coherentes entre sí que deben producir resultados objetivamente verificables y numéricamente medibles. (p. 53).

El criterio de Tschohl es primordial para este estudio pues se considera que la mejor opción para solucionar el problema del servicio en la Cooperativa “Flota Bolívar” es un proyecto de desarrollo, el cual tiene un tiempo establecido posee los recursos necesarios y su resultado podrá ser observado en la realidad una vez desarrolladas todas las acciones.

Importancia del Desarrollo de Proyectos.

Para, (Isaías Alvares, 2002) “El desarrollo de proyectos constituyen elemento fundamental del proceso general de planeación, no sólo por su relación directa con la fase de programación, de la que forma parte; sino sobre todo, porque en los proyectos se reproducen integralmente las diferentes fases del proceso; diagnóstico, programación, discusión-decisión, formulación y selección de alternativas, instrumentación y evaluación.” un buen proyecto no surge como solución improvisada y difícilmente podrá garantizar el logro de

sus objetivos y metas, sino cuenta con personal competente para su realización.” (p. 49, 50).

Elementos de un plan

Isaías Álvarez García, (1993: 49) articula los elementos de la planificación en el siguiente esquema operativo:

1. Nombre o título del plan.
2. Origen y antecedentes del plan
3. Marco general de referencia:
 - Condiciones del contexto socio-económico, político y cultural.
 - Marco normativo- jurídico.
 - Sistema de valores.
4. Diagnóstico sobre los principales problemas y necesidades.
5. Objetivos generales del plan.
6. Objetivos programáticos de cada sector.
7. Prioridades, metas, políticas y estratégicas.
8. Estructura programática
 - Programas básicos.
 - Programas prioritarios.
 - Programas de innovación.
 - Programas de apoyo.
9. Previsiones para instrumentación, seguimiento y evaluación.
10. Financiamiento del plan.
11. Organización y administración del plan. (p. 294, 295).

(ILPES, 2002) “Al analizarse los efectos indirectos de un proyecto, deben, pues distinguirse los relacionados con los usos que dan otras empresas o personas a los productos que el proyecto producirá y a los insumos que requerirá para ello”. (p. 35).

Etapas anteriores a la presentación del proyecto.

(ILPES, 2002) “La finalidad del proyecto, como documento de análisis, es aportar elementos de juicio para tomar decisiones sobre su ejecución o sobre el apoyo que se debiera prestar a su realización. Para ello deben analizarse problemas técnicos, económicos, financieros, administrativos e institucionales.” (p.41).

Servicios

(Leonard L Berry, 2003) “el servicio malo no tiene virtud que lo redima, ni la tiene el servicio mediocre. La excelencia en servicio es más rentable, más divertida y más conducente a un futuro mejor”. La calidad del servicio que se presta dentro de una empresa es lo más importante ya que por medio de este los clientes juzgarán a la misma, si el servicio es bueno regresarán si no lo es optarán por buscar un mejor servicio en otra empresa. Borrar la experiencia de un mal servicio es muy difícil o casi imposible, por ello las empresas que se dedican a prestar servicios deben poner énfasis en que este sea de calidad. (p.4).

(Tschohl, 2008) “El servicio es hacer que nuestro cliente sonría, incluso después de que cometimos un error. Es resolver el problema del cliente y que éste salga del establecimiento con la impresión de que está tratando con la mejor compañía del planeta”; Para la empresa el cliente es lo más importante, por ello brindar un buen servicio es hacer que este salga completamente satisfecho con la atención recibida y de esta manera optará por regresar. (p.1).

(PAZ, Renata, 2005). “El servicio al cliente no es una decisión optativa, sino un elemento imprescindible para la existencia de una empresa y además constituye el centro de interés fundamental y la clave de su éxito o fracaso”. (p.1).

El momento en el que el cliente decide si regresa o no a un lugar al recibir el servicio, es por eso que las empresas deben dirigir todos sus esfuerzos a satisfacer las necesidades del cliente, ya que de esto depende la continuidad de todo negocio.

Características únicas de las empresas de servicios

(A.C Rosander,1992). Existen relaciones cara a cara entre el cliente y empleado. Los servicios se caracterizan porque en ellos ocurre un encuentro entre el vendedor y comprador. No hay intermediarios. Este hecho hace que recaiga sobre el empleado una muy importante responsabilidad directa, así como lo hace en la gestión y la administración una responsabilidad indirecta.

Se crea una situación de relaciones humanas que debe tener primordial importancia en un programa de control de calidad. (p.50).

Existen diez principios usados por muchas empresas en Japón, son los principios kaizen que ayudan a mejorar el servicio que se brinda al cliente, están dirigidos a los empleados para que trabajen en conjunto por un sólo objetivo, para lograr la satisfacción del cliente, éstos son:

1. Concentración de los clientes: Todo lo que se realice dentro de la empresa debe ser efectuado pensando en satisfacer al cliente.
2. Realizar mejoras continuas: La empresa que ponga en práctica estos principios debe buscar perfeccionarse continuamente.
3. Reconocer abiertamente los problemas: Cuando exista un problema dentro de la empresa, todos los integrantes de esta, deben estar dispuestos a someterlos a conocimiento de los demás, así será más fácil hallar una solución.
4. Promover la apertura: Dentro de la empresa debe primar el liderazgo, todos deben trabajar en conjunto, no existen barreras provocadas por el rango que se ejerce.

5. Crear equipos de trabajo: Se establecen equipos de trabajo a fin de fomentar la participación activa de todos en el logro de los objetivos empresariales.
6. Manejar los proyectos a través de equipos multifuncionales: Estos equipos de trabajo creados dentro de la empresa deben conocer todas las áreas y actividades que se desarrollan dentro de esta, que al presentarse un problema de cualquier índole, ellos sabrán brindar las soluciones adecuadas.
7. Nutrir los procesos de relaciones más apropiados: Se logra las metas financieras que toda empresa posee por medio de la realización de los empleados, si ellos están preparados, los resultados esperados serán más fáciles de conseguir.
8. Desarrollar la autodisciplina: Todos los empleados deben ejercer su trabajo manteniendo autocontrol y autodisciplina, es la manera más eficiente de trabajar con sus compañeros y lograr los objetivos propuestos.
9. Mantener informados a los empleados: Todos los empleados deben conocer perfectamente la empresa en la que laboran y así brindar la correcta información al cliente.

- 10. Desarrollar a todos los empleados:** La manera más eficiente de obtener éxito en las actividades que se realizan dentro de la empresa es desarrollar las habilidades de cada uno de los empleados.

(Cuadrado y Rubalcaba, 2000) “En realidad, los servicios en general vienen definidos por la función que desempeñan en la sociedad y, por ello, ofrecer una definición no supone más que un mayor esclarecimiento de aquellos elementos que conforman su peculiar fisonomía económica”. (p, 40-41).

Importancia de los servicios.

(Hill Peter, 1977) Entre los muchos intentos de construir un concepto que se han llevado a cabo, tal vez el primer intento serio de definición de “servicios”, y una de las interpretaciones más extendidas en la actualidad sea el que propuso en un artículo clásico de un bien como un objeto físico que es apropiable y transferible entre unidades económicas y un servicio como un cambio en la condición de una persona o de un bien perteneciente a una unidad económica, el cual se origina de la actividad realizada por otra unidad económica.(p, 318)

Para Richard L. Sandhusen, "los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo".

Según Lamb, Hair y McDaniel, "un servicio es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente.

En pocas palabras los servicios son actividades identificables, intangibles y perecederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes".

Tipos de servicio

(Molinero & Sánchez, 1997) Se refiere a los tipos de rutas que se presentan en el sistema y a la forma y horario en que éstas operan. Se tiene las que pueden ser de frecuencia intensiva, la que presta servicios de baja intensidad con altas densidades de viajes dentro de áreas pequeñas, están las rutas de transporte urbano que son las que cubren el servicio en la ciudad, y finalmente las rutas de transporte regional o suburbana, que permite obtener alta velocidad con pocas paradas a lo largo del trayecto.

Tipo de operación, se puede clasificar en servicios locales, servicio de paradas alternadas y el servicio expreso.

Hora de operación, se puede clasificar en horario regular, horario pico y de servicios especiales. (p. 12, 13).

Usuario

(B. Cendrero & S. Truyols, 2008) Garantizar la seguridad del usuario es uno de los objetivos más importantes y al que más recursos se están destinando. Con estos recursos, lo que se busca es aproximar los niveles de seguridad de la red general y secundaria con los de la red de autopistas. (p. 87).

Cliente

(Kotler & Lane, 2006) “El nivel de satisfacción del cliente después de la compra depende de los resultados de la oferta en relación con sus expectativas previas. En general la satisfacción es una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados) con las expectativas de beneficios previas”. “Las empresas deben medir la satisfacción de los clientes de forma regular, porque una de las claves para retenerlos es precisamente su satisfacción”. (p.144; 145).

Servicio al cliente: (Castellanos Ramírez), En las relaciones que se establecen con los clientes es importante analizar el servicio que se presta y para ello será importante conocer:

- Factores y elementos que intervienen en el servicio
- Diferenciar por los segmentos de mercado y por clientes
- Determinar el servicio esperado por el cliente
- Determinar los costos asociados a cada nivel de servicio. (p.16, 17).

(F. Gosso, 2008) “Los clientes son, por su propia naturaleza humana diferentes entre sí. Pero, en la mayoría de los casos, comparten alguna característica que los hacen susceptibles de dividirlos en distintos segmentos, la razón de la existencia de las empresas son los clientes. Ellos son los que hacen posible que se paguen los sueldos, las vacaciones y el seguro social, entre otros beneficios. Los clientes son los que deciden el futuro de una organización”. (p. 69,71).

Servicio al cliente

(H. DOMÍNGUEZ C., 2006) “El servicio al cliente es proporcionar asistencia a los clientes, de tal forma que esto redunde en un mayor grado de satisfacción, y que además sea concordante con su objetivo”. Se fundamenta el servicio al cliente en la preocupación constante por las preferencias de los clientes, tanto en el nivel de la interacción con ellos, como en el diseño de los escenarios apropiados en los cuales se presta el servicio” (P.7).

(H. Croxatto, 2005)” una adecuada segmentación de la base de clientes, permite diseñar, asignar recursos y llevar a cabo acciones de marketing que hagan crecer el valor de la base de clientes en su conjunto” (p.100).

Existen varias clasificaciones de los clientes externos, una de ellas nos muestra cuales son los tipos de clientes que pueden existir, basados en los rasgos de personalidad y su comportamiento al recibir mala calidad del servicio estos son:

(G. Soto & N. Restrepo, 2008) “cliente sumiso: son los clientes que utilizan más pretextos o excusas por inseguridad, el cliente sumiso evade tomar cualquier decisión e inventa objeciones para ello” (P.283).

(D. Orellana S., 2003)”cliente manirroto es aquel que siempre saca a relucir el dinero que paga frente a la calidad que recibe. Generalmente actúa y explica con mucha lógica el momento de verdad negativo. Con el habrá que ser muy racional y explicar detalladamente cómo será la solución a la queja del servicio”. (p. 132).

(D. Orellana S., 2003)”cliente abusivo se encuentra en todo tipo de negocio. Es la persona que busca ganancias secundarias intentando o logrando violar las normas organizacionales y legales establecidas. Busca entonces el esguince a la norma, llegando incluso a extremos como la corrupción, con el fin de lograr su objetivo”. (p. 132).

Clientes activos e inactivos.

(M. Morales M., 2010)”un cliente activo es el que ha realizado una o varias compras en un periodo de tiempo determinado”, mientras que un cliente

inactivo es el que está registrado en el sistema pero que no ha realizado ninguna compra en un periodo de tiempo determinado”. (p. 73).

(C. Soriano, 1994) Los clientes inactivos son compradores ocasionales o clientes esporádicos compartidos que, de pronto, dejan de comprar en la empresa y de quienes, con mucha frecuencia, nadie vuelve a ocuparse o preocuparse. (p.66).

Clasificación de los clientes

(F. Gosso, 2008) Para una empresa de servicio que se preocupa por la satisfacción de sus clientes, la mejor manera de clasificarlos es de acuerdo a su grado de satisfacción y vinculación de la empresa. Dentro de esta clasificación encontramos los siguientes tipos de clientes:

(F. Gosso, 2008) Terroristas: se los denomina así porque transmiten terror a otros clientes para que no consuman los servicios que ofrece la empresa. Manifiestan preferir la competencia y casi siempre ponen nerviosos a los empleados. (p.72).

Dentro de esta categoría están también: (F. Gosso, 2008) Clientes problemáticos: aquellos que por alguna razón producen conflictos con la empresa y que ellos mismos son fuente de su propia insatisfacción. Las razones que hacen que a un cliente se lo considere problemático, pueden ser las siguientes:

- Quebró las políticas o leyes de la empresa.
- No quiere cooperar o es irrazonablemente exigente.
- No se satisface con nada, no importa lo que se haga por él. (p.72).

Tipos de clientes problemáticos más comunes:

(F. Gosso, 2008) El egocéntrico: piensa que ningún motivo justifica que él espere a ser atendido. Piensa que es especial y que las reglas que se aplican a todo el mundo, no son aplicables a él. (p.72).

(F. Gosso, 2008) El grosero: a este cliente si no se le da la razón, explotará y dirá vulgaridades tornándose inaccesible. No solo se manifestará grosero con los empleados, sino también con los otros clientes que estén compartiendo su experiencia. (p.72).

Conductas que adoptan los clientes

(M. ESCUDERO, 2011) Cliente discutidor es agresivo por naturaleza y no está de acuerdo o discute cada cosa que decimos. (p.221).

(M. ESCUDERO, 2011) Cliente enojado, cuando tratamos con este tipo de clientes no debemos negar su enfado y decirle: no hay motivo para enfadarse; esto lo irrita más. (p.221).

(M. ESCUDERO, 2011) Cliente infeliz (amargado, negativo): entra en un negocio y hace esta afirmación: estoy seguro de que no tiene lo que busco. Estas personas no tiene un problema con nosotros o con la empresa, su conflicto es con la vida en general. (p.221).

(M. ESCUDERO, 2011) Cliente quejica: no hay nada que le guste. El servicio es malo, los precios son caros, etc. Tenemos que asumir que es parte de su personalidad y debemos separar las quejas reales de las falsas. Dejarle hablar y una vez que se desahogue encarrillar la solución teniendo en cuenta el tema principal. (p.221; 222).

(M. ESCUDERO, 2011) Cliente exigente: es el que interrumpe y pide atención o inmediata. Esta reacción nace de individuos que se sienten inseguros y de esta forma creen tener más control, pero no debemos acceder a sus peticiones. (p.221; 222).

Transporte

(Molinero & Sánchez, 1997) “La importancia de un sistema de transporte son los efectos que el servicio de transporte tiene en su entorno y dentro de área de servicio que cubre”. (p.18).

(Borra, 2004) “El transporte pertenece al grupo de actividades que se consideran estratégicas, imprescindibles para el funcionamiento de la economía”. El transporte es un elemento indispensable más aun en la

economía del país, pues sin este muchas actividades no podrían realizarse, tales como el turismo y un sinnúmero de actividades que se apoyan en el transporte para su realización. (p. 10).

(Molinero & Sánchez, 1997) La planificación de los sistemas de transporte urbano trata de resolver dos problemas indisolubles: saber que técnicas utilizar para definir las necesidades de desplazamiento en una comunidad urbana y encontrar qué criterios se adaptan mejor para evaluar la calidad de los transportes existentes para poder conocer los impactos de cada sistema de transporte sobre los usuarios y los no usuarios.

Esto conduce a la necesidad de determinar el número de viajes que se realizan en una determinada zona urbana así como conocer mejor los criterios y apreciaciones de los individuos en la utilización de los medios de transporte, que permitan a los planificadores proponer soluciones satisfactorias desde el punto de vista social y técnico. (P. 321).

Según Vallés, (Hap & Dubois,1978), Calidad de transporte son aquellas circunstancias y condiciones que se requieren para que un servicio de transporte pueda considerarse satisfactorio por sus usuarios y la comunidad. (p.29).

Se considera como un transporte de calidad a aquel que cubra las necesidades de los usuarios de manera satisfactoria y que cumpla ciertos requerimientos hechos por ellos.

(Manual de Transporte Público) En el transporte público el aspecto de la seguridad es primordial. La primera base para operar un servicio, ya sea de pasajeros o de carga es que llene los requisitos de seguridad para garantía de la vida humana y de la propiedad. (p.3).

(Molinero & Sánchez, 1997) Las personas presentan un cambio en su comportamiento, como consecuencia del desarrollo económico y producto de un mayor nivel de ingresos. A mayores ingresos se demandan servicios de mayor calidad, y transporte público no siempre lo puede dar, por ende no es muy competitivo. Al contar con mejores ingresos optan por adquirir un automóvil, esto trae como consecuencia, para el transporte público, que para compensar la pérdida de usuarios o demanda, se ven en la necesidad de:

- Subir las tarifas
- Reducir la frecuencia de los servicios
- Solicitar subsidios a las autoridades (p. 321).

La función del transporte permite la extensión de la economía del sector productivo y el aumento de su productividad.

(Dirección de servicios lingüísticos del fondo monetario internacional, 1993) Transporte comprende todos los servicios de transporte (marítimo, aéreo y otros, incluido el transporte terrestre, por vías navegables internas, espacial y por oleoducto prestados por residentes de una economía para los de otra, que entrañen el transporte de pasajeros, el traslado de bienes, el alquiler de

medios de transporte tripulados y los servicios de apoyo y auxiliares de conexos. (p.190).

(METZGER Pascale & BERMUDEZ Nury, 1996) “Es evidente que el transporte juega un papel preponderante en la vida de una ciudad; para ciertas personas incluso se convierte en un factor que genera productividad, riqueza y desarrollo” (p, 141).

(J. Anaya T., 2009) “La función de transporte, se ocupa de todas las actividades relacionadas directa e indirectamente con las necesidades de situar los productos en los puntos de destino correspondientes, de acuerdo con unos condicionantes de seguridad, rapidez y costes” (p. 17).

(A. Pereira R., 2008)”El transporte es un contrato por medio del cual una de las partes se obliga para con la otra, a cambio de un precio, a conducir de un lugar a otro, por determinado medio y el plazo fijado, personas o cosas y a entregar estas al destinatario” (p.14).

(A. Castellanos R., 2009) El transporte proporciona dos servicios: movimiento físico y almacenamiento. El aspecto del movimiento físico es obvio. Se proporciona almacenamiento porque la carga se guarda durante el transcurso del viaje, ya sea días, semanas o a veces hasta meses” (p.63).

(F. Robusté A., 2005)”La logística se contempla como envolvente natural del transporte y es posible aplicar principios comunes a la concepción de un

sistema de transporte colectivo en una ciudad, a la definición de una red de carreteras, o en el sistema de distribución de una empresa fabricantes de productos” (p.13).

Componentes físicos de los sistemas de transporte

Según (Molinero & Sánchez, 1997) Se compone de tres elementos y estos son:

- Vehículo: Son las unidades de transporte y su conjunto se conoce como parque vehicular si se refiere a autobuses.
- Infraestructura: Esta compuesta por paradas, estaciones, terminales, garajes, depósitos, talleres de mantenimiento y los derechos de vía en los que opera el sistema de transporte.
- Red de transporte: Están compuestas por rutas de autobuses, mini buses, colectivos, metro, que operan en la ciudad. (p. 14).

Razones que generan transporte

Según (Castellanos Ramírez, 2009) Puede ser originada por razones económicas, sociales y políticas entre las que están las siguientes:

- Diferencias geográficas
- Especialización manufacturera
- Economías de escala
- Políticas de cohesión nacional
- Políticas de relación internacional.

GRÁFICO N. 1
Razones que Generan Transporte



Fuente: Manual de la gestión logística del transporte y distribución de Mercancías

Clasificación de los medios de transporte urbano

Según el tipo de servicio que prestan son:

(A. Molinero & L. Sánchez, 1997) Transporte privado: el cual se presta en vehículos operados por el dueño de la unidad, circulando en la vialidad

proporcionada, operada y mantenida por el estado. Entre estos medios de transporte se encuentran: el automóvil, la bicicleta, la motocicleta y el peatón.

- Transporte de alquiler: el cual puede ser utilizado por cualquier persona que pague una tarifa en vehículos proporcionados por un operador, chofer o empleado ajustándose a los deseos de movilidad del usuario. Entre estos servicios se encuentran los taxis, los servicios de respuesta a la demanda y en algunos casos los servicios colectivos.
- Transporte público: los cuales son sistemas de transportación que operan con rutas fijas y horarios predeterminados y que pueden ser utilizados por cualquier persona a cambio de una tarifa precisamente establecida.

Según el volumen de viajes que maneja son:

- Transporte individual: cuando un vehículo sirve a una persona o un grupo organizado de usuarios que viajan a un mismo destino.
- Transporte en grupos: cuando traslada a personas sin ninguna relación entre sí y con destinos diferentes. (p.7, 8).

Componentes físicos de los sistemas de transporte

(A. Molinero & L. Sánchez, 1997) Un sistema de transporte se compone principalmente de tres elementos físicos, siendo estos:

- Vehículo: son las unidades de transporte y normalmente su conjunto se describe como parque vehicular en el caso de autobuses y trolebuses y de equipo rodante para el caso del transporte férreo.
- Infraestructura: está compuesta por los derechos de vía en que operan los sistemas de transporte, sus paradas y/o estaciones- ya sean estas terminales, de transbordo o normales- los garajes, depósitos, encierros o patios, los talleres de mantenimiento y reparación, los sistemas de control- tanto de detección del vehículo como de comunicación y de señalización- y los sistemas de suministro de energía.
- Red de transporte: está compuesta por las rutas de autobuses, los ramales de los sistemas de colectivos y minibuses y las líneas de trolebuses, tren ligero y metro que operan en una ciudad. (p.14).

Los servicios de transporte por carretera

(B. Cendrero & S. Truyols, 2008) La carretera permite llegar a la mayoría de sitios, de puerta a puerta, sin necesidad de realizar cambio alguno de modo de transporte, algo que es fácil de entender, con sólo pensar en los otros modos ,objetivo principal de la actuación de las empresas de transporte por carretera es la satisfacción del cliente que se convierte en el centro de la cultura empresarial, que en todo momento busca la mejora de la calidad del servicio, La suma de todas estas características expuestas, la capilaridad de la red, la facilidad para el transporte privado, la economía de recursos, la competencia empresarial que origina una mayor búsqueda de la calidad y la mejora de la calidad de la red, hacen de este modo el más elegido para el transporte de viajeros y de mercancías". (p. 87).

Informes de incidentes y accidentes en carretera

Son incidentes:

- a)** Derrumbes o suspensión de paso por la vía.
- b)** Caída de puente.
- c)** Choques simples.
- d)** Controles de las fuerzas y Cuerpos de seguridad del Estado.
- e)** Bloqueos por parte de la delincuencia común.
- f)** Paradas anormales no contempladas en las rutas.

Son accidentes:

- a) Choque con consecuencias graves.
- b) Salirse por la cuneta
- c) Vuelco.
- d) Atraco.
- e) Hurto.
- f) Incendio. (p.26)

Clasificación de servicios de transporte por carretera

- Según el tipo de usuarios de este transporte:

(B. Cendrero & S. Truyols, 2008) los servicios de transporte público son aquellos abiertos a todos aquellos usuarios que paguen la tarifa establecida. Este tipo de servicio está destinado tanto a viajeros como a mercancías, si bien es cierto, que el transporte Público de mercancías se encuentra liberalizado actualmente dentro de todo el ámbito nacional, el servicios de transporte privado está compuesto por un transporte de particulares que sirve a las necesidades del titular del vehículo y por un transporte complementario, cuando sirve a una determinada empresa o entidad servicios regulares: sistemas públicos de transporte con origen y destino, horarios e itinerarios fijos.

La administración se reserva la potestad de hacer la planificación a nivel nacional, servicios discrecionales: no son fijos en horarios, ni itinerarios (turísticos, escolares, etc.). Son de utilidad privada pero, para desarrollar su

actividad, requieren de autorización por parte de la administración”. (p.87, 88).

Transporte de mercancías

(J. Anaya T., 2009) “el transporte de mercancías es una función de extrema importancia dentro del mundo de la distribución, ya que en él están involucrados fundamentalmente tres aspectos básicos, tales como la calidad el servicio que damos a nuestros clientes, costes añadidos del producto de difícil recuperación e inversión de capital requeridas” (p. 18)

(J Pau, R. de Navascués & Gasca, 1998) Cuando el transporte de mercancías es realizado de forma que el servicio se ajusta a normas de rutas, horarios, fechas, zonas, etc., preestablecidas, se dice que el servicio es regular, por el contrario si el transporte se realiza de manera esporádica y atendiendo a las necesidades puntuales que puedan aparecer, se dice que el servicio es discrecional (p. 481,482).

Turismo nacional

(R. Quesada C., 2000)”Turismo nacional son los viajes realizados por las personas nacidas y residentes de un país, dentro de su territorio. También se le conoce como turismo interno, interior o doméstico” (p. 83).

(R. Quesada C., 2000) "El turismo interno es también muy importante en cuanto a su estímulo, no sólo por el conocimiento de lo que es propio del país, sino también porque para muchas personas constituye la única posibilidad de hacer turismo, ya que sus ingresos no les permiten, viajar a otros países". (p.81).

Calidad

Definición de la norma ISO 9000: "Calidad: grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos".

Real Academia de la Lengua Española: "Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permiten apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie".

(Martha Elena Vargas Quiñónez Y Luzángela Aldana De Vega, 2006) El servicio y la calidad son hoy factores diferenciadores de organizaciones que asumen su éxito desde la perspectiva de los clientes y, referente para elevar sus niveles de competitividad. (p, 2).

(A.C Rosander, 1992) La calidad en los servicios no puede hacer ningún progreso real hasta que no se efectúen cambios drásticos en la aproximación a la calidad y en el concepto que de ella se tiene. Algunos de estos cambios son:

- Prestar atención a la calidad de los servicios como a la de los productos.
- La calidad de los servicios tiene que convertirse en una tarea de dedicación plena para todos los empleados.
- La calidad de los servicios debe basarse en datos exactos sobre varias características, no en la imitación de lo que ocurre en otros procesos.
- Hay que prestar más atención y dedicarle más tiempo a la calidad de servicios, según los clientes, como a la idea de calidad en los servicios según los profesionales de la organización.
- La gestión de servicios no es la misma que la gestión de productos.
- El contenido, el entorno y las nociones implicadas no son las mismas.
- El concepto de calidad difiere en muchos puntos. (p. 2, 3).

Rasgos y actitudes de comportamiento observables.

- (A.C Rosander, 1992) Las características positivas contribuyen a la calidad y las negativas desvirtúan la calidad o contribuyen a la no calidad o a la anti-calidad. (p. 161).

CUADRO N. 1
CARACTERÍSTICAS DE LA CALIDAD

Características de buena calidad. Pro- calidad	Características que demuestran mala calidad. Anti- Calidad
Cortés	Descortés
Servicial	Indiferente
Cuidadoso	Descuidado
Educado	Rudo
Amable	Brusco
Accesible	Critico, antagónico
Considerado	Abrasivo, arbitrario
Diligente	Lento, indeciso
Cooperador	Egoísta, autosuficiente
Competente, cualificado	Incompetente, cualificado
Interesado, preocupado	Despreocupado

Fuente: Libro. La búsqueda de la calidad en los servicios.

Elaborado por: Las autoras

(A.C Rosander, 1992) “La calidad del servicio al cliente viene determinada por la fiabilidad del equipo. La calidad del servicio al cliente viene determinada principalmente por dos factores: 1) los empleados que sirven al cliente o le prestan un servicio y 2) la fiabilidad de todo tipo de equipo.” (p.162).

La calidad del servicio

(J. Anaya T., 2009) “la calidad del servicio de transporte está en función de las exigencias del Mercado, englobando una serie de conceptos relacionados entre otros son los siguientes aspectos:

- Rapidez y puntualidad en la entrega
- Fiabilidad en las fechas prometidas
- Seguridad e higiene en el transporte
- Cumplimiento de los condicionantes impuestos por el cliente (horarios de entrega, etc.)
- Información y control del transporte (p. 19).

(F. Gosso, 2008) “La calidad en el servicio se refiere al grado de ajuste entre las expectativas de los clientes y el desempeño obtenido por los clientes” (p.43).

Sistema de Evaluación de la calidad del servicio.

(F. Gosso, 2008) Los clientes hacen su evaluación del servicio de acuerdo a la percepción que han tenido de los siguientes criterios:

Elementos tangibles: apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y elementos de comunicación.

Fiabilidad: habilidad para realizar el servicio prometido de forma creíble y cuidadosa.

Capacidad de respuesta: disposición y voluntad para ayudar a los clientes y para proporcionar un servicio rápido.

Seguridad: conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza en el cliente.

Empatía: atención individualizada que ofrece la empresa al cliente. (p.46).

Este sistema permite la retroalimentación entre la empresa y el cliente, es una manera de cómo los empleados y gerentes se informan de su desempeño. Esta información es muy necesaria para la empresa pues así se conoce en que aspectos están teniendo falencias los empleados para capacitarlos en las áreas que se requiera.

El valor del cliente

(F. Gosso, 2008) El valor objetivo y medible de un cliente es, lo que le costará a la empresa reemplazarlo por otro de las mismas características de consumo. Dicho valor es el resultado de sumar lo invertido en tiempo, folletos, publicidad y promociones, entre otros, para conquistar a un nuevo cliente que sea capaz de reemplazar al perdido.

Ventajas de la calidad de servicio

(F. Gosso, 2008) Cuando el nivel de la calidad de servicio brindado por una empresa es bajo, no sólo la empresa resulta perjudicada. También perjudica a sus clientes, empleados, accionistas y proveedores” Elemento diferenciador: una excelente calidad de servicio es casi imposible de imitar o reproducir.” ¿Cómo puede la competencia recrear la experiencia de un cliente que tuvo unas vacaciones inolvidables o de qué manera se puede copiar la relación de camaradería establecida entre el personal de contacto y un cliente?” (p.46).

Personalidad: los programas de calidad de servicio se basan principalmente en el estudio y mejoramiento del contacto que establece el personal con los clientes, creando de esta manera estándares de servicio que aportan una personalidad exclusiva y diferenciadora ante los ojos del cliente en relación a la competencia. (p.46).

Mejores ingresos: una empresa que brinda una excelente calidad de servicio puede cobrar precios más altos por sus servicios y también vender otros servicios a los mismos clientes más fácilmente, y así obtener mayores beneficios. (p.46, 47,70)

Menor inversión publicitaria: los clientes hipersatisfechos por la calidad de servicio percibida, se encargan de difundir sus experiencias e influyen en las decisiones de compra de su entorno. (p.46, 47,70)

Fidelidad. Las empresas que desarrollan y aplican programas de calidad de servicio mantienen por más tiempo sus clientes y empleados. (p.46, 47,70).

Desarrollo sostenible

(R. Moller, 2006) “El desarrollo sostenible es aquel que atiende las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades” (p.23).

Encuesta

(Munch y Ángeles 1993), plantean que la encuesta es una Técnica que consiste en obtener información acerca de una parte de la población o muestra, mediante el uso de un cuestionario o de la entrevista. La recopilación de la información se realiza mediante preguntas que permitan los diversos indicadores que se han determinado en la operación de los términos del problema o de las variables de la hipótesis. (p.55).

Población y Universo

(Egg Ander, 1983), se entiende por población o universo de estudio a “la totalidad de un conjunto de elementos, seres u objetos que se desean investigar y de la cual se estudia una fracción (la muestra) que se pretende que reúna las mismas características y en igual proporción.”(p.43).

(Mejías 1996), plantea que “la muestra es una parte de la población, es decir, un número de individuos u objetos seleccionados científicamente, cada uno de los cuales es un elemento del universo” (p.9).

Además del carácter representativo que tiene la muestra, ésta deberá ser seleccionada mediante la elección de las unidades de la muestra al azar; (Shao, 1982) señala que este método garantiza que cada elemento de la población tiene la igual oportunidad de ser seleccionado”. (p.326).

1.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

1.3.1 ESTATUTOS DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTES “FLOTA BOLÍVAR”¹

TÍTULO I: De La Constitución y Fines

Se constituye la Cooperativa de Transportes “Flota Bolívar”, como de responsabilidad limitada a su capital social, este se determinará por el monto del mismo. La cooperativa está sujeta a la ley, Reglamento General de Cooperativas y los presentes estatutos.

¹ Fuente: Secretaría de la Cooperativa de Transporte “Flota Bolívar”, 17 de Mayo del 2010

Fines De La Cooperativa

Prestar en forma permanente el servicio de transporte interprovincial, autorizado por la Agencia Nacional de Tránsito.

Crear servicios auxiliares del transporte, para ayudar de manera exclusiva a sus socios.

Lograr el mejoramiento social, cultural, económico y humano de sus asociados por los medios lícitos y que estén a su alcance.

Buscar dentro de las posibilidades de la cooperativa, la dotación de los servicios que sean indispensables para lograr el objetivo anterior.

Realizar las inversiones necesarias, para alcanzar el fomento de la educación cooperativa, de los socios, en beneficio de la cooperativa.

TÍTULO II: De Los Socios

Son socios de la Cooperativa, los que hayan suscrito al acta de constitución de la entidad; y, las personas que posteriormente hubieren sido aceptadas como socios por el Consejo de Administración.

Para ser socio de la cooperativa se requiere:

- a) Ser capaz legalmente.
- b) Ser chofer profesional.
- c) Tener vehículo motorizado de su propiedad, al servicio de la Cooperativa, para el cumplimiento de los fines determinados.
- d) Haber suscrito el acta de constitución de la Cooperativa, o haber sido aceptado como socio por el Consejo de Administración.
- e) Pagar la cuota de ingreso, determinada dentro del Reglamento de la cooperativa.
- f) Suscribir los Certificados de Aportación, indicados en el mismo Reglamento interno.

Son Derechos Y Obligaciones De Los Socios:

Cumplir con sus compromisos económicos para con la entidad en el plazo que determine el Consejo de Administración o la Asamblea General.

Asistir a las Asambleas Generales y ejercer en ellas el derecho de voto.

Solicitar informes sobre la marcha económica y administrativa de la entidad.

La Calidad De Socio Se Pierde:

- a) Por retiro voluntario
- b) Por pérdida de algún requisito indispensable para ser socio
- c) Por exclusión
- d) Por fallecimiento.

TÍTULO III: Estructura Interna Y Administración

Son organismos de la Cooperativa:

- a)** La Asamblea General
- b)** El Consejo de Administración
- c)** El Consejo de Vigilancia
- d)** La Gerencia, y,
- e)** Las Comisiones Especiales

Sección Primera: De La Asamblea General

La Asamblea General, es la máxima autoridad de la Cooperativa, y sus decisiones deben ser cumplidas de manera obligatoria tanto por los directivos, y socios de la entidad, siempre que las mismas no impliquen violación de la Ley o Reglamento General de Cooperativas.

Las Asambleas podrán ser de dos clases: Ordinaria y Extraordinaria, las ordinarias se realizarán por lo menos dos veces al año, después del balance semestral y las extraordinarias en cualquier época del año.

Las citaciones para Asamblea serán suscritas por el presidente de la Cooperativa, se realizara por propia iniciativa del presidente, a solicitud del Consejo de Administración, Consejo de Vigilancia, Gerencia, o de la tercera parte de los socios. El quórum para la Asambleas se conformara con la mitad

más uno de los socios activos de la entidad. El voto en las Asambleas Generales no puede delegarse.

Son Deberes Y Atribuciones De La Asamblea General:

- a)** Aprobar y reformar los presentes estatutos.
- b)** Aprobar el plan de trabajo anual de la Cooperativa.
- c)** Autorizar la adquisición de bienes.
- d)** Conocer los balances semestrales y los informes relativos a la marcha de la Cooperativa.
- e)** Relevar de sus funciones al Gerente con causa justa.
- f)** Resolver en apelación, sobre las reclamaciones o conflictos de los socios entre sí.

Sección Segunda: Del Consejo De Administración

EL Consejo de Administración, es el organismo directivo de la Cooperativa, y estará integrado por cinco vocales elegidos por la Asamblea General, de su seno se elegirá el presidente, que a la vez será de la Cooperativa.

Para ser miembros del Consejo de Administración se requiere ser socio de la Cooperativa y haber recibido adiestramiento en cooperativismo.

Son Facultades Y Obligaciones Del Consejo De Administración:

- a)** Nombrar al Gerente de la Cooperativa.
- b)** Nombrar y remover a los empleados de la entidad.
- c)** Elaborar el reglamento interno de la Cooperativa para someterlo a consideración de la Asamblea General.
- d)** Conocer los balances e informes de Contabilidad.
- e)** Sancionar a los socios de conformidad con el Reglamento Interno de la entidad.
- f)** Aceptar o rechazar las solicitudes de admisión o retiro de socios.
- g)** Sesionar por lo menos una vez cada ocho días.

Sección Tercera: Del Consejo De Vigilancia

El Consejo de Vigilancia, se compondrá de tres vocales principales, es el organismo fiscalizador y de control de la Cooperativa.

Son Facultades Y Atribuciones Del Consejo De Vigilancia:

- a)** Supervigilar las inversiones de la Cooperativa.
- b)** Dictar normas para el manejo y elaboración de la Contabilidad.
- c)** Conocer los balances semestrales y presentar el informe anual para conocimiento de la Asamblea General.
- d)** Vetar las inversiones que no hayan sido aprobadas por la Asamblea General.

Sección Cuarta: Del Gerente

El Gerente, es designado por el Consejo de Administración y puede o no ser socio de la Cooperativa, en todo caso será considerado como empleado de la entidad.

Son Deberes Y Derechos Del Gerente:

- a)** Representar judicial y extrajudicialmente a la Cooperativa.
- b)** Organizar y dirigir la Administración interna de la Cooperativa, conforme a las disposiciones emitidas por el Consejo de Administración.
- c)** Controlar y dirigir la Contabilidad conforme a las regulaciones impartidas por el Consejo de Vigilancia.
- d)** Realizar las inversiones y gastos acordados por la Asamblea General.
- e)** Asistir a las sesiones del Consejo de Administración con voz informativa.

Sección Quinta: De Las Comisiones Especiales

La Cooperativa, podrá designar las siguientes comisiones especiales permanentes:

- a)** Comisión de Educación
- b)** Comisión de Previsión Social
- c)** Comisión de Crédito
- d)** Comisión de alto nivel, para casos especiales.
- e)** Cada una de las comisiones se conformara de tres miembros, elegidos por la asamblea general.

1.3.2 LEY ORGÁNICA DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO ²

Sección 3: De las Organizaciones del Sector Cooperativo

Artículo 17.- Sector Cooperativo.- Es el conjunto de cooperativas entendidas como organizaciones de personas que se han unido en forma voluntaria para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales en común, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática, con personalidad jurídica de derecho privado e interés social. Las cooperativas, en su actividad y relaciones, se sujetarán a los principios establecidos en esta Ley y a los valores y principios aprobados por la Alianza Cooperativa Internacional y su Declaración de Identidad.

Artículo 18.- Objeto.- El objeto social principal de las cooperativas, será concreto y constará en su estatuto y deberá referirse a una sola actividad económica, pudiendo incluir el ejercicio de actividades complementarias, directamente relacionadas con dicho objeto social.

Artículo 19.- Grupos.- Las cooperativas, según la actividad que vayan a desarrollar, pertenecerán a uno sólo de los siguientes grupos: producción, consumo, ahorro y crédito y servicios.

² Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero popular y Solidario. Presidencia de la República. Oficio N. T. 4487- SNJ-11-664. Quito, 28 de Abril de 2011

Artículo 22.- Cooperativas de servicios.- Son las que se organizan con el fin de llenar diversas necesidades comunes de los socios o de la colectividad, los mismos que podrán tener la calidad de trabajadores, tales como: trabajo asociado, transporte y educación.

En las cooperativas de trabajo asociado sus integrantes tienen, simultáneamente, la calidad de socios y trabajadores, por lo tanto, no existe relación de dependencia.

Artículo 23.- Socios.- Podrán ser socios de una cooperativa las personas naturales capaces o jurídicas que cumplan con el vínculo común y los requisitos establecidos en el estatuto de la organización.

La calidad de socio nace con la aceptación por parte del Consejo de Administración, sin perjuicio de su posterior registro en la Superintendencia y no será susceptible de transmisión.

Artículo 24.- Pérdida de la calidad de socio.- La calidad de socio de una cooperativa, se pierde por las siguientes causas:

- a) Retiro Voluntario;
- b) Exclusión;
- c) Fallecimiento; o,
- d) Pérdida de la personalidad jurídica.

Artículo 25.- Reembolso de haberes.- Los socios que hayan dejado de tener esa calidad, por cualquier causa y los herederos, tendrán derecho al reembolso de sus haberes, previa liquidación de los mismos, en la que se incluirán las aportaciones para el capital, los ahorros de cualquier naturaleza, la alícuota de excedentes y otros valores que les correspondan y se deducirán las deudas del socio a favor de la cooperativa.

La cooperativa reembolsará los haberes a los ex socios o a sus herederos, en la forma y tiempo que se determine en el Reglamento de la presente Ley.

Artículo 26.- Competencia desleal.- Los socios, bajo pena de exclusión, no podrán competir con la cooperativa realizando la misma actividad económica que ésta, ni por sí mismos, ni por intermedio de terceros.

Artículo 27.- Estructura Interna.- Las cooperativas contarán con una Asamblea General de socios o de Representantes, un Consejo de Administración, un Consejo de Vigilancia y una gerencia, cuyas atribuciones y deberes, además de las señaladas en esta Ley, constarán en su Reglamento y en el estatuto de la cooperativa. En la designación de los miembros de estas instancias se cuidará de no incurrir en conflictos de intereses.

Artículo 28.- Asamblea General.- La Asamblea General es la máxima autoridad de la cooperativa y estará integrada por todos los socios, quienes tendrán derecho a un solo voto, sin considerar el monto de sus aportaciones

y que podrá ser ejercido en forma directa o mediante delegación. Sus decisiones obligan a todos los socios y a los órganos de la cooperativa.

1.3.3 REGLAMENTO GENERAL DE LA LEY ORGÁNICA DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA³

Parágrafo II: Cooperativas de transporte

Artículo 83.- Definición y clases.- Son las constituidas para prestar el servicio de transporte de personas o bienes, por vía aérea, terrestre, fluvial o marítima y podrán ser de propietarios o de trabajadores.

Artículo 84.- Cooperativas de propietarios.- Son aquellas en las que sus socios, choferes profesionales, mantienen la propiedad de los vehículos destinados al servicio.

Las cooperativas de propietarios podrán ser de caja común o de caja individual.

Artículo 85.- Cooperativas de caja común.- Son aquellas en las que, la recaudación por concepto de la prestación del servicio, integra un fondo común repartible entre los socios, una vez deducidos los gastos generales y de conformidad con el mecanismo de devolución aprobado por la asamblea general. En estas cooperativas ningún socio podrá tener más de un voto, ni

³ Reglamento a Ley Orgánica Economía Popular y Solidaria. Decreto Ejecutivo 1061. Registro Oficial Suplemento 648 de 27- feb-2012

más de dos unidades, ni por sí mismo, ni por interpuesta persona y deberá conducir personalmente uno de ellos.

Artículo 86.- Cooperativas de caja individual.- Son aquellas en las que sus socios, choferes profesionales, son propietarios individuales, de no más de un vehículo en la cooperativa y que los administran y conducen personalmente, salvo quienes no puedan hacerlo, por exceso de la jornada de trabajo diario, por razones de edad, incapacidad física o mental sobreviniente, enfermedad, impedimento legal o calamidad doméstica debidamente justificada, quienes podrán contratar choferes asalariados, previamente calificados por el Consejo de Administración y sujetos al Código de Trabajo y la Ley de Seguridad Social.

Artículo 88.- Prohibición para ser socios.- No podrá ingresar como socios de una cooperativa de transporte de ningún tipo, los servidores públicos, los miembros activos de la Policía Nacional, Policía Metropolitana, Fuerzas Armadas, ni servidores y agentes de los órganos de control y regulación de transporte y tránsito.

Artículo 89.- Permisos de operación.- Los permisos de operación, contratos, concesiones o autorizaciones para la prestación del servicio de transporte, se concederán a favor de las cooperativas y no individualmente a sus socios. Se prohíbe la transferencia de los derechos sobre permisos de operación o contratos de explotación de rutas, frecuencias, cupos, o similares, a cualquier título y bajo cualquier figura jurídica.

1.3.4 LEY DE COOPERATIVAS⁴

TÍTULO I: NATURALEZA Y FINES

Art. 1.- Son cooperativas las sociedades de derecho privado, formadas por personas naturales o jurídicas que, sin perseguir finalidades de lucro, tienen por objeto planificar y realizar actividades o trabajos de beneficio social o colectivo, a través de una empresa manejada en común y formada con la aportación económica, intelectual y moral de sus miembros.

Art. 2.- Los derechos, obligaciones y actividades de las cooperativas y de sus socios se regirán por las normas establecidas en esta Ley, en el Reglamento General, en los reglamentos especiales y en los estatutos, y por los principios universales del cooperativismo.

Art. 3.- Las cooperativas no concederán privilegios a ninguno de sus socios en particular, ni podrán hacer participar de los beneficios, que les otorga esta Ley, a quienes no sean socios de ellas, salvo el caso de las cooperativas de producción, de consumo o de servicios que, de acuerdo con lo establecido en esta Ley o en el Reglamento General, estén autorizadas para operar con el público.

⁴ Ley de Cooperativas. Reformada por Ley 2004-46 R.O. 478 del 9/12/2004.

1.4 HIPÓTESIS

¿El diseño de un proyecto de transporte interprovincial en la cooperativa “Flota Bolívar” permitirá mejorar la calidad del servicio de transporte en esta ciudad?

1.5 VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

Variable independiente: Proyecto de desarrollo.

Variable dependiente : Calidad en el servicio de Transporte Interprovincial.

1.6 DEFINICIONES CONCEPTUALES

Según el Diccionario enciclopédico mentor color de Editorial Océano se definen las siguientes palabras como sigue a continuación:

Proyecto: Idea que se tiene de algo que se piensa hacer y de cómo hacerlo. Designio o pensamiento de ejecutar algo.

Desarrollo: crecimiento de un organismo. Incremento de una cosa. La explicación de una teoría, plan, etc. y llevarla a sus últimas consecuencias.

Servicio: organización y personal destinados a cuidar intereses o satisfacer necesidades del público o de alguna entidad. Función o prestación desempeñadas por estas organizaciones y su personal. Entidad dedicada a cubrir necesidades colectivas.

Calidad: importancia o cualidad de una cosa o servicio. Estado de una persona, su naturaleza y demás circunstancias que se requieren par un cargo.

Transporte: transportar llevar personas o cosas de un lugar a otro. Servicio que consiste en el traslado de personas, animales, mercancías o bienes diversos de un lugar u otro, con una finalidad social, o principalmente económica.

Cooperativa: sociedad formada por productores o consumidores para vender o comprar en común, sin intermediarios. Asociación de trabajadores para asumir colectivamente la gestión empresarial.

Cooperativismo: movimiento socioeconómico basado en la asociación voluntaria de productores o consumidores. Obrar conjuntamente con otro y otros para un mismo fin.

CAPÍTULO II

2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se clasifica como una investigación de campo porque se utilizará encuestas para medir la satisfacción de los clientes existentes. Además se realizarán entrevistas a las personas involucradas directamente a la cooperativa y al problema en sí. Se realizará una investigación de cada uno de los procesos que se desarrollan en la matriz, se tomaran en consideración las falencias existentes en ciertas oficinas de la cooperativa.

La presente investigación según su modalidad de estudio, es clasificada como una Investigación de Campo porque se desarrolla dentro de la Cooperativa de transporte “Flota Bolívar”, ya que se desea evaluar el Sistema de transporte interprovincial para explicar las causas y efectos del problema planteado. Dentro de la Cooperativa se desarrollan los acontecimientos relevantes al problema descrito en el presente estudio.

Por medio de la utilización de varios instrumentos de investigación se obtienen directamente datos relevantes para establecer la situación actual y

proyectar situaciones futuras de importancia para el mejorar el sistema de transporte interprovincial.

Mediante la observación se han podido determinar las posibles causas del problema y se espera inferir una solución a la situación actual.

2.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Los tipos de investigación que se utilizaran en este estudio son: exploratoria, descriptiva y explicativa (demostrativa).

La investigación exploratoria: es un estudio preliminar de la empresa, mediante la observación inmediata del área, relacionando situaciones que serán objeto de investigación. A pesar de ser una percepción de las cosas, a primera vista, nos permiten fijar los puntos clave de referencia.

La investigación descriptiva: ayuda en la identificación de las características o propiedades importantes de la empresa sujeta a estudio, para de esta manera profundizar en el problema y reunir suficientes detalles que nos permitan tener una idea integral del mismo.

Este tipo de investigación se aplica en la identificación de las características de la situación actual de la empresa, para analizarlas y definir causas y posibles medidas que se pueden aplicar para su control y corrección.

También se utiliza en el planteamiento del problema en donde se realiza un breve diagnóstico, pronóstico y control de la empresa.

La investigación explicativa porque una vez consolidada la información, por medio de diferentes instrumentos se puede lograr determinar las causas y efectos ligados directamente con el problema de estudio y De acuerdo al objetivo, la investigación es explicativa porque determina la relación entre las dos variables propuestas, y su dinámica objeto del estudio.

La investigación aplicada: Según la finalidad, la presente investigación es aplicada ya que busca proponer el diseño de un plan de desarrollo que permita mejorar el sistema de transporte interprovincial en la cooperativa de transporte “Flota Bolívar”.

La investigación cuantitativa: Según el carácter de la medida, la investigación es cuantitativa ya que se recopila información que puede ser cuantificable para mostrar indicadores que conduzcan a la investigación hacia resultados sólidos.

2.3 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Los métodos que se van a utilizar en esta investigación son:

EL EXPERIMENTAL: Se establece relación causa-efecto entre las variables.

MÉTODO SISTEMÁTICO: Se utilizará al momento de elaborar las conclusiones y recomendaciones del estudio.

MÉTODO ANALÍTICO: Para el desarrollo de cada uno de los temas del proyecto, de esta manera se logra un análisis completo del estudio que servirá para establecer la rentabilidad del mismo.

ESTADÍSTICO: Estudio de los datos cuantitativos de la población.

2.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

2.4.1 Población

La población con la que se trabajará en este proyecto corresponde al número de pasajeros que diariamente parten desde Guaranda hacia diferentes destinos.

Se calcula un promedio de 20 pasajeros por bus y al día parten 50 buses lo que equivale a 1000 pasajeros diarios, en el siguiente cuadro se detalla todas las rutas y número de pasajeros.

Cuadro N. 2

Población

Rutas	Turnos	Pasajeros Diarios	pasajeros mensuales	Pasajeros Anuales	Precio
Guaranda-Guayaquil	13	260	7800	93600	\$ 4,25
Guaranda-Quito	10	200	6000	72000	\$ 4,50
Guaranda-Chillanes	9	180	5400	64800	\$ 2,00
Guaranda-Riobamba	8	160	4800	57600	\$ 2,00
Guaranda -san Luis	3	60	1800	21600	\$ 5,00
Guaranda-Babahoyo	3	60	1800	21600	\$ 2,50
Guaranda-Sto. Domingo	2	40	1200	14400	\$ 6,00
Guaranda-Caluma	1	20	600	7200	\$ 2,50
Quito-San Luis	1	20	600	7200	\$ 6,00
total	50	1.000	30000	360000	

Fuente: Cooperativa "Flota Bolívar"

Elaboración: Las autoras

Para efectos de la realización de encuestas se ha tomado como referencia 13 turnos al día que corresponden a las salidas de Guaranda hacia las diversas ciudades, y por cada unidad se ha tomado como promedio 20 personas que utilizan el servicio por día y por cada unidad. Estos datos han dado una determinación de 260 pasajeros diarios, en las oficinas de Guaranda.

Cuadro N.3
RUTAS DE LA COOPERATIVA

CIUDAD DE GUARANDA A:	No. TURNOS
GUAYAQUIL	13
QUITO	10
CHILLANES	9
RIOBAMBA	8
SAN LUIS	3
SANTO DOMINGO	2
BABAHOYO	3
CALUMA	1
QUITO- SAN LUIS	1
TOTAL	50

FUENTE: Cooperativa "FLOTA BOLÍVAR"

ELABORACIÓN: Las autoras

Pero si tomamos en cuenta que la muestra la vamos a calcular tomando como base datos mensuales sería: 260×30 (días al mes)= 7800 pasajeros al mes que utilizan las unidades en la ciudad de Guaranda y que se distribuyen a todas las ciudades en la cual opera la Cooperativa de Transporte "Flota Bolívar".

2.4.2 Muestra

Se lo va a realizar mediante la utilización de fórmula estadísticas, se trabajará con una muestra de la población de 7800 pasajeros mensuales, la

muestra debe ser probabilística y en forma aleatoria. Para el análisis de la muestra aplicaremos la fórmula estadística para poblaciones infinitas con un intervalo de confianza del 95%.

FÓRMULA

n= número de elementos (tamaño de la muestra)

Z= nivel de confianza

N= Universo o población

P= Probabilidad a favor

Q= Probabilidad en contra (1-P)

e= error de estimación (precisión en los resultados)

Para determinar el tamaño de la muestra en nuestro caso tenemos los siguientes datos que son:

Z= 95%

N= 7800

P= 50%

Q= 50%

e = 5%

TAMAÑO DE LA MUESTRA MENSUAL

Se realizaron 366 encuestas como promedio, a los usuarios de la Cooperativa de transporte “Flota Bolívar”.

2.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Cuadro N. 4
Variable Independiente

Variable independiente	Operacionalización de variables					
	Variables	Definiciones	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumentos
	Proyecto de desarrollo	Acciones de personas realizadas con la intención de conseguir un resultado o, el medio por el cual una empresa busca solución a un problema.	Necesidades de los usuarios	Necesidades detectadas en los usuarios	¿De acuerdo a su criterio que tipo de servicio adicional debería ofrecer una cooperativa de transporte para satisfacer las necesidades de los clientes?	Encuesta
			Nivel de satisfacción	Porcentaje de satisfacción de usuarios	¿Está usted satisfecho con el servicio de transportación que le ofrece la cooperativa Flota Bolívar?	Encuesta
			Competencia	Número de competidores importantes	¿Qué cooperativa de transporte interprovincial utiliza para movilizarse a otras ciudades?	Encuesta
			Publicidad	Efectividad de la publicidad	¿Ha visto o escuchado publicidad de la cooperativa Flota Bolívar?	Encuesta

Elaboración: Las autoras

Cuadro N. 5
Variable Dependiente

Variable Dependiente	Operacionalización de variables					
	Variables	Definiciones	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Calidad en el servicio de transportación interprovincial	Percepción que el usuario tiene del servicio de transporte interprovincial recibido.		Servicio	Falencias del servicio actual	¿Qué le disgusta del actual servicio de transportación interprovincial?	Encuesta
					¿Qué le disgusta de las oficinas de venta de pasajes?	
					¿Por qué motivos no utiliza las unidades de la Cooperativa Flota Bolívar?	
			Personal de la Cooperativa	Uso de recursos por parte del personal	Los recursos de los que dispone la Cooperativa Flota Bolívar son correctamente utilizados por la cooperativa	Observación
			Atención al cliente.	Agilidad en el proceso de atención al cliente.	Los usuarios se sienten satisfechos con el servicio que reciben de la Cooperativa.	Observación
			Administración.	Servicio actual y mejoras necesarias.	Considera necesario un cambio en las oficinas de atención al cliente.	Entrevista
					Emprendería un sistema para que sus trabajadores hagan mejor uso de los recursos.	
					Ha pensado en ingresar a competir a un nuevo mercado.	
					Considera que está cumpliendo las expectativas de los usuarios.	

Elaboración: Las autoras

2.6 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los instrumentos de recolección de datos que se utiliza en este proceso son: Las técnicas para la recolección de información son: primaria, observación directa, encuestas y entrevistas. El cuestionario, la principal ventaja de estos métodos es la versatilidad, por medio de estos se pueden obtener datos sobre una amplia gama de necesidades de información.

La observación: Se utilizará como un medio para examinar el lugar donde se están desarrollando las actividades de la empresa al igual que el comportamiento tanto de los usuarios externos como de los socios de la cooperativa y así emitir un diagnóstico de la misma con el fin de percibir el nivel de satisfacción del usuario. Además nos permitirá observar atentamente el proceso de transportación de la Cooperativa, y los servicios que presta la competencia.

La entrevista: Que nos permitirá obtener datos e información más clara y convincente para la investigación.

Se realizará a personas conocedoras del tema y que están al tanto de cada uno de los problemas suscitados dentro de la cooperativa. se tomará en cuenta la visita a la empresa, y entrevistas con el presidente, gerente y demás directivos de la empresa.

El objetivo que persigue la entrevista a los directivos de la cooperativa es para diagnosticar las fortalezas y debilidades que afectan los procesos de gestión y administración.

Mientras que el objetivo de la entrevista a los socios es para determinar si los socios se sienten a gusto con las políticas establecidas dentro de la institución.

2.7 PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se lleva a cabo como sigue a continuación:

- 1.** Se realizará un estudio de los procesos que se llevan a cabo dentro de la cooperativa.
- 2.** Mediante una ficha de observación se analizará el ambiente interno.
- 3.** Con las encuestas se podrá percibir el nivel de satisfacción de los usuarios.
- 4.** Por medio de las entrevistas se conocerá más a fondo el ambiente en el que se desenvuelve la cooperativa.

2.8 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

La presente investigación se realizó mediante encuestas a los usuarios del servicio de transporte interprovincial en la ciudad de Guaranda para determinar el grado de satisfacción con el actual servicio que ofrecen las diferentes cooperativas en especial la que es objeto de este estudio.

Además se realizó entrevistas a los directivos de la cooperativa “Flota Bolívar” para analizar cómo están administrativamente conformadas y a los socios de la misma para saber si se sienten conformes y cumplen con las políticas establecidas dentro de la institución.

CAPÍTULO III

3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1 ENCUESTAS

Pregunta N° 1.

¿Qué cooperativa de transporte interprovincial utiliza para movilizarse a otras ciudades?

Cuadro N° 6

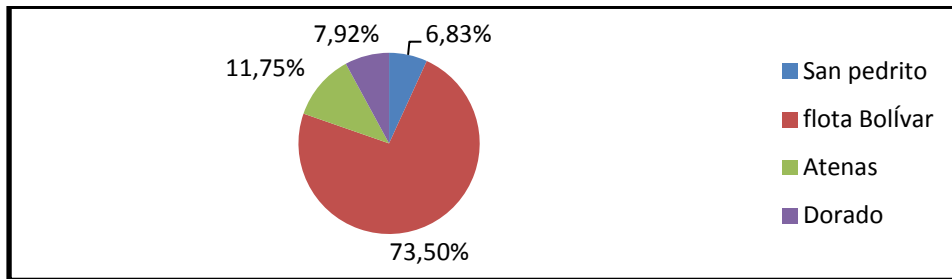
Oferentes del servicio de transporte

Alternativa	Cantidad de usuarios	Porcentaje
San Pedrito	25	6.83%
Flota Bolívar	269	73.50%
Trans. Atenas	43	11.75%
Dorado	29	7.92%
Total	366	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 2
Oferentes del Servicio de Transporte



Fuente: Encuestas

Elaboración: Las autoras

En la encuesta realizada en la ciudad de Guaranda hemos podido comprobar que de un 100% de usuarios un 73.50% prefieren la cooperativa Flota Bolívar como medio de transporte para trasladarse a otras ciudades, seguido por la cooperativa Trans Atenas.

Pregunta N°2

¿Por qué prefiere esta cooperativa?

Cuadro N° 7

Razones de la Preferencia de los Usuarios

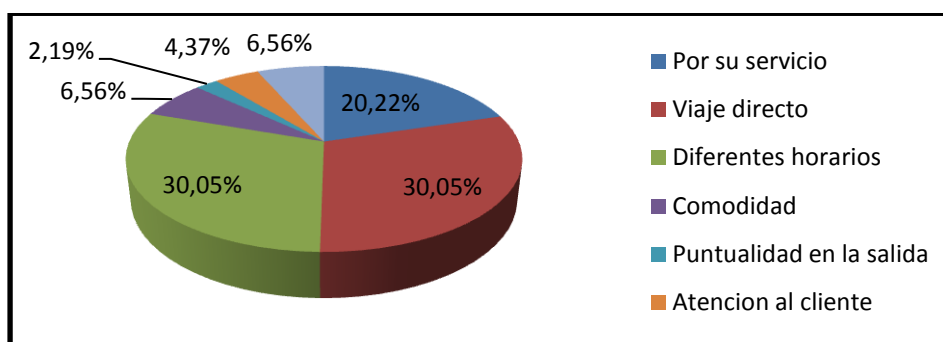
Alternativas	N° de usuarios	%
Por su servicio	74	20.22%
Viaje directo	110	30.05%
Diferentes horarios	110	30.05%
Comodidad	24	6.56%
Puntualidad en la salida	8	2.19%
Atención al cliente	16	4.37%
Seguridad	24	6.56%
Total	366	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 3

Razones de la Preferencia de los Usuarios



Fuente: Encuestas

Elaboración: Las autoras

De un 100% de usuarios de la cooperativa Flota Bolívar en un 30.05% manifiestan que utilizan esta unidad por que ofrece un viaje directo y otro 30.05% dicen que lo hacen porque cuenta con diferentes horarios y con un sólo 20.22% lo hacen por su servicio.

Pregunta N°3

¿Por qué motivos no utiliza la cooperativa Flota Bolívar?

Cuadro N°8

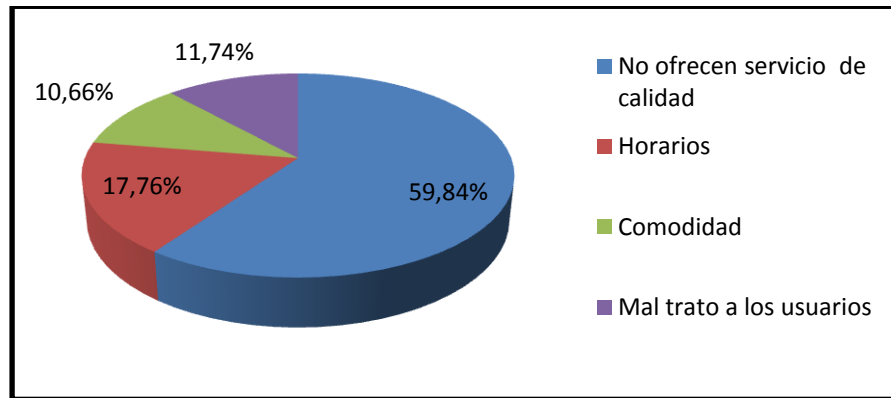
Falencias Presentadas en el Servicio

Alternativa	N° de personas	Porcentaje
No ofrece un servicio de calidad	219	59.84%
Horarios	65	17.76%
Comodidad	39	10.66%
Mal trato a los usuarios	43	11.74%
Total	366	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Las autoras

Gráfico N°4
Falencias Presentadas en el Servicio



Fuente: Encuestas
Elaboración: Las autoras

Las personas encuestadas del 100% un 59.84% manifiestan que no prefieren la cooperativa Flota Bolívar por que ofrecen un servicio de calidad que como pasajeros se merecen, mientras que un 17.76% dicen que no lo hacen por los horarios que ponen al servicio.

Pregunta N°4

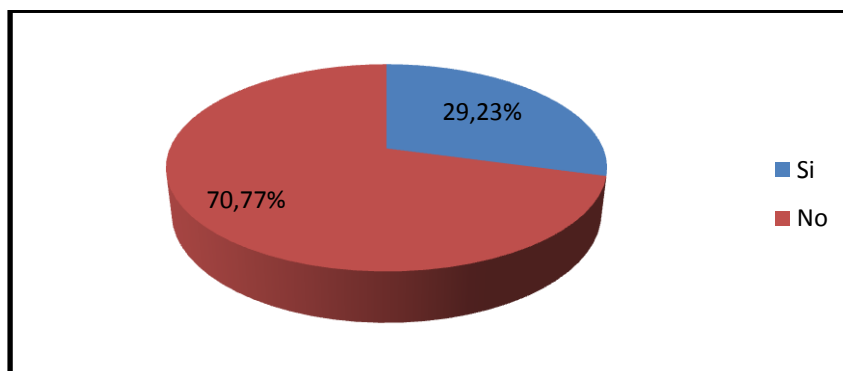
¿Está usted satisfecho con el servicio de transportación que le ofrece la cooperativa Flota Bolívar?

Cuadro N°9
Nivel de Satisfacción de los Usuarios

Alternativa	N° de usuarios	Porcentaje
Si	107	29.23%
No	259	70.77%
Total	366	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Las autoras

Gráfico N°5
Nivel de Satisfacción de los Usuarios



Fuente: Encuestas
Elaboración: Las autoras

Los usuarios de la cooperativa Flota Bolívar manifiestan que a pesar que prefieren este medio en un 70.77% no se encuentran satisfechos con el servicio que actualmente ofrece esta cooperativa, sin embargo, sólo por necesidad, mientras que tan sólo el 29.23% dicen sentirse conforme con el servicio.

Pregunta N°5

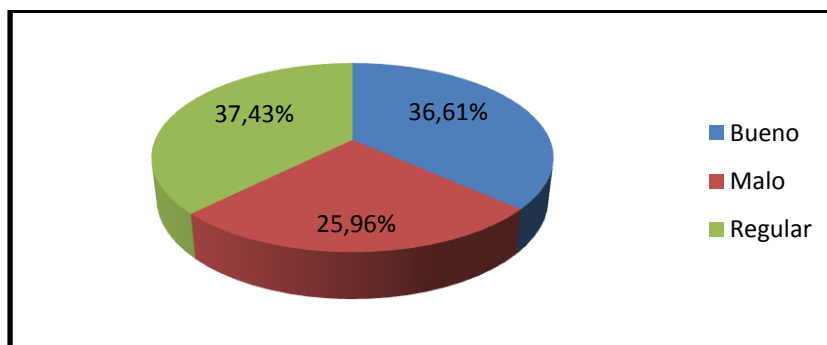
¿En general cómo califica el servicio que ofrece la cooperativa Flota Bolívar?

Cuadro N°10
Calificación del Servicio por el Usuario

Alternativa	N° de usuarios	Porcentaje
Bueno	134	36.61%
Malo	95	25.96%
Regular	137	37.43%
Total	366	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Las autoras

Gráfico N°6
Calificación del Servicio por el Usuario



Fuente: Encuestas
Elaboración: Las autoras

Según las encuestas realizadas a los usuarios de la cooperativa Flota Bolívar opinan sobre el servicio en general que ofrece la cooperativa de un total del 100% sólo un 36.61% dice que es bueno pero el 37.43% piensan que es malo el servicio.

Pregunta N°6

¿Le parecen cómodas las oficinas de atención al cliente?

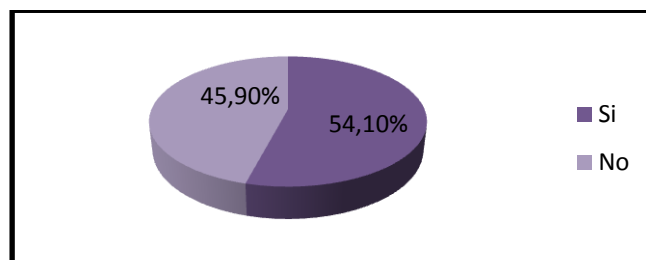
Cuadro N°11
Nivel de Satisfacción de los Usuarios con las Oficinas.

Alternativa	N° de usuarios	Porcentaje
Si	198	54.10%
No	168	45.90%
Total	366	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Las autoras

Gráfico N°7

Nivel de Satisfacción de los Usuarios con las Oficinas.



Fuente: Encuestas

Elaboración: Las autoras

De acuerdo a las opiniones de que si se sienten o no cómodos con las oficinas de venta de boletos los usuarios en un 54.10% dicen que si ya que esto casi no les afecta en mucho por otro lado el 45.90% se sienten incómodos con las oficinas ya que esto afecta directamente a la atención del cliente al momento de comprar su pasaje.

Pregunta N°7

¿Qué le disgusta de las oficinas de venta de pasajes?

Cuadro N°12

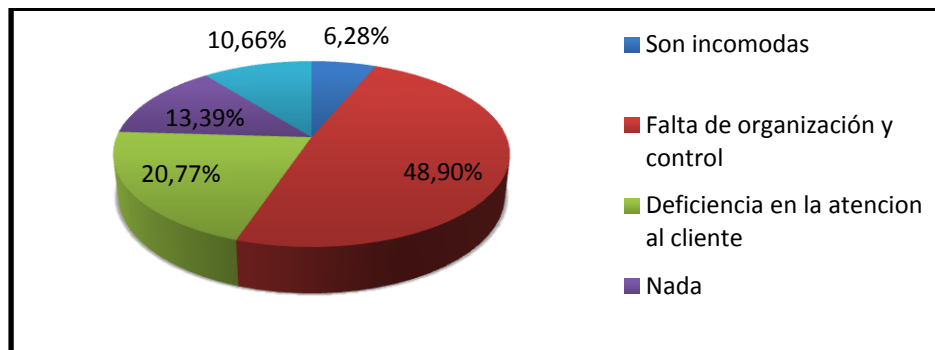
Falencias Presentes en las Oficinas

Alternativa	N° de usuarios	Porcentaje
Son incomodas	23	6.28%
Falta de organización y control	179	48.90%
Deficiencia en la atención al cliente	76	20.77%
Nada	49	13.39%
Falta de personal	39	10.66%
Total	366	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Las autoras

Gráfico N°8
Falencias Presentes en las Oficinas



Fuente: Encuestas

Elaboración: Las autoras

Uno de los motivos por lo cual a los usuarios les disgusta mucho las oficinas de venta de pasajes es porque existe una gran desorganización al momento de emitir los boletos ya que muchos dicen que les venden el mismo número de asiento a varias personas además de esto es la atención que ofrecen ciertos empleados de turnos hacia los clientes.

Pregunta N°8

¿Ha visto o escuchado publicidad de la cooperativa Flota Bolívar?

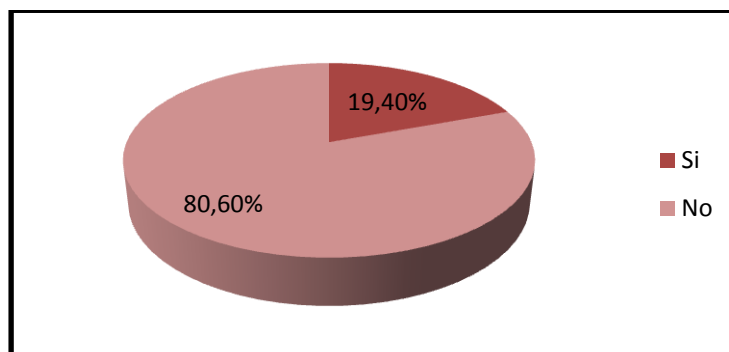
Cuadro N°13
Percepción de la Publicidad de la Cooperativa

Alternativa	N° de usuarios	Porcentaje
Si	71	19.40%
No	295	80.60%
Total	366	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 9
Percepción de la Publicidad de la Cooperativa



Fuente: Encuestas
Elaboración: Las autoras

Los usuarios en un 80.60% manifiestan que no han visto ni escuchado nunca publicidad que le promocióne a la cooperativa “Flota Bolívar” ya que sería de gran importancia que lo haya para darse a conocer mejor sobre los servicios que ofrece.

Pregunta N°9

¿Dónde?

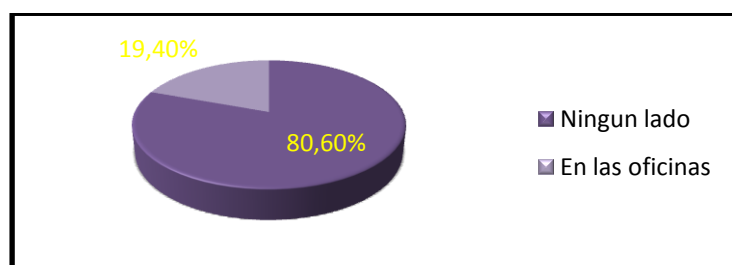
Cuadro N°14
Lugar donde se ha visto Publicidad de la Cooperativa

Alternativa	N° de usuarios	Porcentaje
En ningún lado	295	80.60%
En las oficinas	71	19.40%
Total	366	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: Las autoras

Gráfico N°10

Lugar donde han visto Publicidad de la Cooperativa “Flota Bolívar”



Fuente: Encuestas

Elaboración: Las autoras

Los usuarios de la cooperativa “Flota Bolívar” en un 80.60% opinan que en ningún lado han visto la publicidad de este medio de transporte, pero sólo un 19.40% dicen que si han visto en el momento de comprar los boletos en sus respectivas oficinas pero es necesario dar a conocer más su servicio.

Pregunta N°10

¿Qué es lo que más le disgusta del actual servicio de transporte?

Cuadro N°15

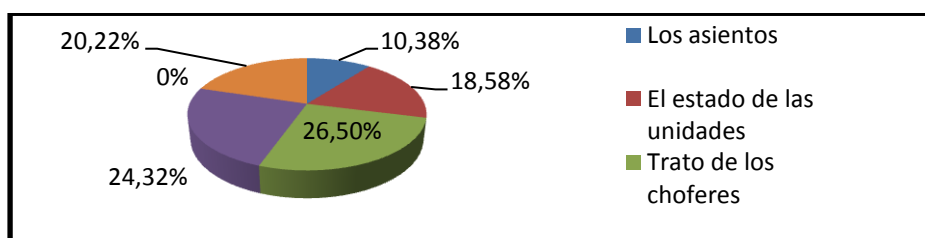
Falencias del Servicio Actual

Alternativas	N° de personas	Porcentaje
Los asientos	38	10.38%
El estado de las unidades	68	18.58%
Trato de los choferes	97	26.50%
Impuntualidad de los buses	89	24.32%
Desaseo en las unidades	0	0%
Falta de seguridad	74	20.22%
Total	366	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Las autoras

Gráfico N°11
Falencias del Servicio Actual



Fuente: Encuestas

Elaboración: Las autoras

Del 100% de las personas encuestadas un 26.50% han manifestado que les disgusta el trato que los señores choferes ofrecen y en un 24.32% es la impuntualidad de los buses ya que hay momentos que se retrasan con media hora o si es más, éstos son dos puntos que más relevancia tienen para los viajeros.

Pregunta N°11

¿De acuerdo a su criterio que tipo de servicio adicional debería ofrecer una cooperativa de transporte para satisfacer las necesidades de los clientes?

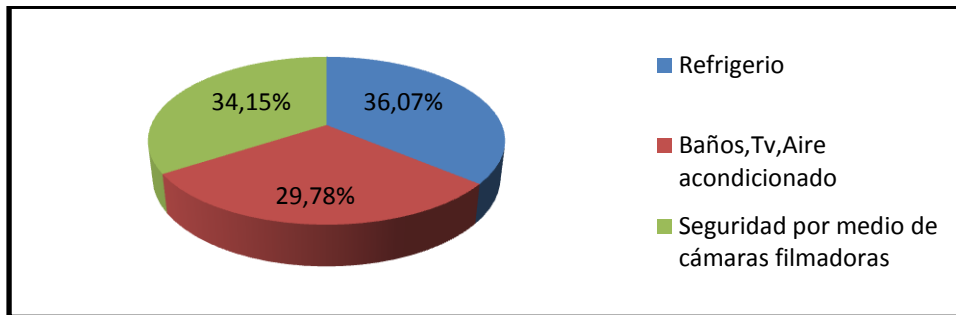
Cuadro N°16
Servicios Adicionales al Servicio de Transporte

Sugerencias	N° de personas	Porcentaje
Refrigerio	132	36.07%
Baños, Tv, Aire acondicionado	109	29.78%
Seguridad por medio de cámaras filmadoras	125	34.15%
Total	366	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Las autoras

Gráfico N° 12
Servicios adicionales al servicio de transporte



Fuente: Encuestas

Elaboración: Las autoras

Las personas manifiestan que para que haya un mejor servicio en el transporte interprovincial deben ofrecer servicios adicionales, un 36.07% opinan que sería refrigerio, mientras un 34.15% dicen que la implementación de seguridad mediante cámaras filmadoras dentro de las unidades durante el viaje.

3.2 ENTREVISTAS

Socios. Sr José Pinto y Sr Miguel Pozo

Por medio de esta entrevista a algunos de los socios que tienen más años en la cooperativa se pudo conocer que los actuales socios se encuentran conformes con la situación que atraviesa la empresa, aunque algunos están de acuerdo en que resultaría beneficioso invertir en mejoras especialmente en la imagen que actualmente tiene la cooperativa, más específicamente las oficinas donde laboran para atención al cliente.

Ellos consideran que si la empresa no cuenta con la demanda suficiente es debido a que existe mucha negligencia de ciertos socios que no cumplen con las disposiciones establecidas dentro de la cooperativa.

La cooperativa en la actualidad solo hace promoción de sus servicios por medio de la radio Guaranda y según el entrevistado hace falta que exista mayor difusión de todos los servicios que tiene al momento.

Por otro lado el presidente de la Asamblea de la Cooperativa y socio manifiesta que sería muy importante una misión y visión para la cooperativa para que de esta manera puedan plantearse muchos objetivos y que haya más interés de parte de los trabajadores para alcanzarlos porque así se beneficiarían todos y podrán tener una idea clara de lo que quieren y desean en un futuro.

Además se debe hacer un cambio en la directiva ya que los conocimientos empíricos de ciertos miembros de esta área no son suficientes en estos tiempos por la competencia ilegal que existe en todo ámbito más aún en este mundo cambiante y que tenemos que estar acoplados a los constantes cambios que se dan por parte de las autoridades.

Dar capacitación a todos los empleados de la cooperativa sería una excelente idea para de esta manera brindar un servicio de primera a los usuarios logrando que se sientan muy satisfechos y prefieran nuestras unidades. Así la cooperativa “Flota Bolívar” sería líder en ofrecer el mejor servicio de transporte interprovincial.

Gerente. Sr Abel Becerra

Al inicio de la entrevista se le planteó al Gerente la posibilidad de ingresar a competir a un nuevo mercado y nos indicó que por el momento no lo considera factible ya que hay una saturación del servicio interprovincial en ciertas ciudades por lo que muchas veces no existe la demanda suficiente del servicio.

Manifiesta que la cooperativa no cuenta con una misión y visión ya que no es necesaria basta con el esfuerzo de los socios y trabajadores para continuar trabajando y ofreciendo el servicio que en la actualidad ofrecen, aunque no descarta la posibilidad de implementar una en la empresa si ayuda a mejorar los servicios que se prestan actualmente.

Considera que emprender acciones para mejorar el servicio actual es factible y estaría dispuesto a realizarlas siempre y cuando el objetivo de estas sea la satisfacción del usuario y de la Cooperativa al mismo tiempo. Entre estas acciones considera adquirir nuevos equipos y tecnología sin olvidar la capacitación del personal.

Por medio de esta entrevista se pudo obtener datos relacionados al mantenimiento que se brinda a las unidades vehiculares, cuantos socios existen en la actualidad y el número de empleados que posee la cooperativa en la ciudad de Guaranda. Se logró percibir que tanto el Gerente como el personal completo de la Cooperativa esperan cambios con la Ley de Economía Popular y Solida

3.3 OBSERVACIÓN

1. Existe agilidad al momento de atender a los usuarios

Al observar la atención al cliente en las oficinas se pudo comprobar que la venta de boletos es ágil, no así al momento de la recepción de una encomienda por lo que no se cuenta con un equipo de cómputo que facilite la labor de recepción de datos del cliente ya que todo se lo realiza de manera manual.

2. El trato a los usuarios se da con amabilidad

El trato al usuario en la oficina de atención al cliente es amable en la mayoría de los casos, aunque sería conveniente que los empleados se preocupen por la satisfacción total del cliente.

3. Los empleados utilizan de manera adecuada los recursos de la cooperativa

En ocasiones se observó mal uso de los recursos necesarios para la prestación del servicio, como el empleo del material para la impresión de boletos en actividades ajenas a esta.

4. Los usuarios tienen queja por el servicio prestado

Los usuarios que acuden a comprar boletos o realizar envíos a la Cooperativa se encuentran conforme con el servicio prestado aunque se pudo notar algo de descontento con la demora de los buses de acuerdo al horario establecido.

5. Los empleados se sienten cómodos con las instalaciones actuales.

La mayoría de los empleados se sienten cómodos pero es evidente que necesitan un equipo adecuado para desarrollar sus actividades de manera satisfactoria.

6. Los empleados se muestran dispuestos a resolver inquietudes de los usuarios

Los empleados de la cooperativa siempre están dispuestos a resolver inquietudes de los usuarios, es necesario que esta actividad se mantenga y procuren resolver en la mayoría de los casos los inconvenientes presentados.

7. El personal cuenta con sus respectivos uniformes e identificaciones.

Existe un uniforme que la cooperativa proporciona a sus empleados y se lo usa de lunes a jueves, sería conveniente que se mantenga durante toda la semana para fortalecer la imagen de la empresa.

En cuanto a las identificaciones no se cuenta con una que indique el cargo que ocupa cada empleado, por lo que sería necesario incorporar estas para proyectar una imagen de calidad al usuario.

3.4 COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS.

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS USUARIOS DEL TRANSPORTE INTERPROVINCIAL DE LA COOPERATIVA “FLOTA BOLÍVAR”.

Al analizar las encuestas aplicadas a los usuarios del transporte Interprovincial de la Cooperativa “Flota Bolívar” sobre la aplicación de un Proyecto para mejorar la calidad del Servicio; se hace las siguientes consideraciones.

La validación de la hipótesis se la hará con la aplicación del método estadístico de Chi – cuadrado para poder demostrar que: El diseño de un Proyecto mejorará la Calidad del Servicio de Transporte Interprovincial de la Cooperativa “Flota

Bolívar”. Posteriormente se realizará la evaluación respectiva con el fin de afirmar o negar la validez de la hipótesis.

3.4.1 Hipótesis General

¿El diseño de un proyecto de transporte interprovincial en la cooperativa “Flota Bolívar” permitirá mejorar la calidad del servicio de transporte en esta ciudad?

3.4.2 Planteamiento de la Hipótesis

Ho (Hipótesis Nula): ¿El diseño de un proyecto de transporte interprovincial en la cooperativa “Flota Bolívar” no permitirá mejorar la calidad del servicio de transporte en esta ciudad?

Hi (Hipótesis de Investigación): ¿El diseño de un proyecto de transporte interprovincial en la cooperativa “Flota Bolívar” permitirá mejorar la calidad del servicio de transporte en esta ciudad?

3.4.3 Prueba Estadística

Para el análisis de la encuesta a los usuarios del Transporte Interprovincial De La Cooperativa “Flota Bolívar”, se aplica el estadístico chi- cuadrado.

H0: $X_1 = X_2$

H1: $X_1 \neq X_2$

3.4.4 Selección del nivel de significancia

Para comprobar la hipótesis se aplica el nivel de significación o nivel de confianza del 5%, $\alpha = 0.05$.

3.4.5 Distribución Muestral

Especificación de las zonas de aceptación y rechazo. Para decidir sobre esta, se determinan los grados de libertad.

$$g l = (f-1)(c-1)$$

$$g l = (2-1)(2-1)$$

$$g l = 1$$

3.4.6 Recolección de Datos y Cálculos

Para realizar este procedimiento estadístico se procedió a escoger todas las preguntas de la encuesta a los usuarios externos, tomando como guía la Operacionalización de variables para de esta manera poder comprobar o rechazar la hipótesis de investigación. Es preciso construir una tabla de valores observados, compuesta de filas y columnas que sirven para mostrar el resultado total de los datos.

3.4.7 Valores Observados

Cuadro N.17
Variable Independiente

PREGUNTAS	1	2	3	4	10(OB.)	TOTAL
SÍ	269	107	241	71	50	648
NO	97	259	125	295	2	278
Total.	366	366	366	366	52	926

Elaboración: Las autoras

Cuadro N.18
Variable Dependiente

PREGUNTAS	1	2	3	4	5	6	7	TOTAL
SÍ	220	219	137	198	295	186	179	1434
NO	146	147	229	168	71	180	187	1128
	366	366	366	366	366	366	366	2562

Elaboración: Propia

El siguiente procedimiento es construir un cuadro con el resumen general tanto de la variable independiente como de la dependiente y así construir un resumen general hecho de la siguiente manera:

Cuadro N.19
Resumen General, Variable Independiente Y Dependiente

RESPUESTAS	VI	VD	TOTAL
SI	648	1434	2082
NO	278	1128	1406

Elaboración: Propia

3.4.8 Nivel de confianza

Alfa= 0,05 o que es igual al 5%, es decir el 95% de confianza.

3.4.9 Región de aceptación y fórmula estadístico

GRADOS DE LIBERTAD

$$G| = (F - 1) * (c - 1)$$

$$G| = 1 * 1$$

$$G| = 1, \text{ según tabla 3.841}$$

$$G| = 1$$

Si X^2 calculada es mayor que la X^2 tabulada entonces rechazo la H_0 ; caso contrario no rechazo la H_0 .

Fórmula:
$$\chi^2 = \sum \frac{FO - FE^2}{FE}$$

Con la aplicación del método de Chi-cuadrado se comprobará de forma afirmativa o negativa que la distribución de las frecuencias observadas difiere significativamente en relación a la distribución de las frecuencias que se deberían esperar.

O = Frecuencia o valores observados; E =Frecuencia o valores esperados

Frecuencias Observadas

Cuadro N. 20

Valores totales de la variable independiente y dependiente

RESPUESTAS	VI	VD	TOTAL
SÍ	648	1434	2082
NO	278	1128	1406
Total	926	2562	3488

Elaboración: Las autoras

Cuadro N. 21

Frecuencias Esperadas o Teóricas-Total de resultados 2 variables

RESPUESTAS	VI	VD	TOTAL
SÍ	552.73	1529.27	2082
NO	373.27	1032.73	1406
Total	926	2562	3488

Elaboración: Las autoras

Cuadro N.22

Cálculo de Chi – Cuadrado a partir de los datos de la tabla de Valores observados y esperados.

FO	FE	TOTAL CHI
648	552.73	16.42
1434	1529.27	5.935
278	373.27	24.315
1128	1032.73	8.788
		55.44

Elaboración: Las autoras

Al tener el valor obtenido (55.44), para poder afirmar o negar la hipótesis se utiliza el Chi – cuadrado crítico de la tabla de valores crítico, los parámetros que se deben tomar en cuenta son los grados de libertad y el nivel de significación; el primero se define como (número de columnas-1) x (número de filas -1), en este caso es $(2-1) \times (2-1) = 1$; el nivel de significación también conocido como nivel de confianza se refiere a la probabilidad de que los resultado observados se deban al azar, se utilizó el 5% de nivel de confianza (0.05). Considerando $P=0.05$ y $gl=1$, se tiene que X^2 crítico es igual a 3,841 este valor se lo obtuvo de la tabla de valores de Chi – cuadrado.

Interpretación:

Se observa que el valor de Chi – cuadrado (X^2) calculado (55.44) es superior a X^2 crítico (3,841).

Conclusión:

Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis H1 en la que se manifiesta que la El diseño de un proyecto de transporte interprovincial en la cooperativa “Flota Bolívar” permitirá mejorar la calidad del servicio de transporte en esta ciudad.

Esto se comprueba de la aplicación de las encuestas a los usuarios externos de la Cooperativa de Transporte, incluyendo la observación a los socios internos técnicas utilizadas directamente con los clientes que actualmente están haciendo uso de los servicios de la Cooperativa de Transporte antes mencionada.

CAPÍTULO IV

4. LA PROPUESTA

4.1 FICHA TÉCNICA

Nombre de la propuesta

Proyecto para mejorar la calidad del servicio de Transporte Interprovincial de la Cooperativa “Flota Bolívar”, Provincia de Bolívar, ciudad de Guaranda, año 2013.

Antecedentes

Arreglar el problema del deficiente servicio de transporte interprovincial que se ofrece en el Ecuador ha sido muchas veces relegado dando prioridad a otros aspectos como arreglo de vías, revisión de leyes que regulan el sector y mejorar la imagen de las empresas oferentes del servicio dejando de esta manera un poco aislada el servicio que la mayoría de cooperativas de transporte interprovincial ofrecen a los usuarios.

El hecho de que los dueños y socios de la cooperativa busquen solucionar cada problema por separado ocasiona que una decisión tomada para solucionar un conflicto afecte algún otro aspecto del sector de transporte interprovincial.

Superar el problema presentado requiere que se trabaje de manera integrada cada uno de los aspectos como imagen, parque automotor, leyes y muchos otros que en conjunto permiten brindar un servicio de calidad a los usuarios del transporte.

Mediante esta propuesta se busca mejorar la calidad del servicio de transporte tomando en cuenta cada uno de los aspectos que influyen en el servicio prestado como el equipo del que dispone la cooperativa, la capacitación del personal, la publicidad y la imagen tanto del personal como de la cooperativa.

Tiempo de implementación de la propuesta

La propuesta para mejorar la calidad del servicio en la Cooperativa “Flota Bolívar” se desarrollará en un periodo de 1 año dentro de los cuales se aplicarán todas las estrategias planteadas en la misma.

La forma de implementar la propuesta se explica en cada una de las estrategias del proyecto de desarrollo y al final se reflejan los costos de cada

una de estas de manera anual para conocer cuál será la inversión necesaria para la implementación de la propuesta.

Toma de decisiones

El poner en práctica esta propuesta está en manos del Presidente y la asamblea de la cooperativa “Flota Bolívar”, pues si ellos consideran necesaria la puesta en marcha de este proyecto pueden hacerlo para mejorar el servicio que actualmente ofrecen.

Aquí se propone mejoras en todas las áreas de la cooperativa como lo son imagen de la Cooperativa, implementación de equipos y tecnología, una mayor difusión de los servicios y sobretodo la capacitación del personal que es el enlace directo de la cooperativa con los clientes.

Alcance de la propuesta

El proyecto de desarrollo para mejorar la calidad del servicio de transportación interprovincial en la cooperativa “Flota Bolívar”, está dirigido de manera directa a los pasajeros ya que son los únicos beneficiarios porque tendrán un mejor servicio, con horarios exactos y con el trato que se merecen.

De manera indirecta se beneficia a la Cooperativa pues con la implementación de esta propuesta y las estrategias contenidas en ella el número de pasajeros aumentará y por ende las utilidades de la cooperativa también.

Como resultado de la propuesta se espera que el número de usuarios de la Cooperativa tengan un incremento considerable, observando este resultado los directivos se sentirán motivados a fortalecer cada día la imagen de la empresa y emprender una capacitación de sus empleados de manera continua.

Análisis FODA

Para obtener una visión más a fondo de la situación por la que atraviesa la Cooperativa se realizó un análisis del ambiente interno y externo.

Fortalezas

- La cooperativa cuenta con sede propia en el centro de la ciudad, un lugar estratégico para que los usuarios acudan a esta.
- Existen radios de comunicación en todas las oficinas y unidades, algo que permite tener control en las encomiendas y viajes.
- Se cuenta con permiso de operación actualizado, por ende los socios y vehículos de la cooperativa se encuentran calificados para ofrecer el servicio de transporte.

- Los socios de la cooperativa poseen profunda experiencia en el sector, además se encuentran unidos y organizados lo que facilita tomar decisiones en beneficio de los usuarios.

Debilidades

- Presencia de personal que no se encuentra debidamente calificado para brindar un buen servicio al cliente.
- El personal desconoce la misión y visión de la cooperativa, es decir no tienen clara la dirección que deben seguir ni la meta que la institución quiere cumplir.
- Se incumplen las frecuencias establecidas lo que provoca descontento en los usuarios.
- Desorganización en las oficinas de boletería y encomiendas.
- Existe poca difusión de los servicios que presta la cooperativa.

Oportunidades

- Posibilidad de ampliar el servicio de encomiendas a otras ciudades.
- Utilizar nueva tecnología que permita optimizar el tiempo de atención al usuario en las oficinas de boletería y encomiendas.
- Reservaciones del servicio por medio de la página web de la cooperativa.
- Potenciar los esfuerzos de marketing para aumentar su participación en el mercado.

Amenazas

- Falta de mantenimiento en las vías.
- Competencia desleal por parte de otras cooperativas de transporte.
- Depresión económica que puede influir en el gasto dedicado a actividades como el turismo.
- Aumento de los costos de productos necesarios para brindar un buen servicio al cliente.

4.2 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Introducción

Para todos es evidente los problemas que se presentan en el servicio de transporte interprovincial los mismos que afectan directa o indirectamente a los usuarios, la razón de ser de toda institución, por lo que el diseño de un plan para mejorar la calidad del servicio de transporte en este tipo de empresas conseguirá que se aprovechen mejor los recursos disponibles tanto materiales como humanos.

Siendo el servicio de transporte una de las necesidades básicas de todo ser humano es necesario descubrir las necesidades, deseos y expectativas de los clientes a fin de plantear las estrategias adecuadas que ayuden a la cooperativa a brindar un servicio de calidad.

La propuesta busca aumentar el número de usuarios de la cooperativa y al mismo tiempo aumentar las utilidades de esta, beneficiando tanto a los usuarios como a los socios y empleados.

Justificación

Actualmente la cooperativa ofrece el servicio de transporte de pasajeros y encomiendas a nivel interprovincial mediante nueve rutas con sus respectivos horarios.

La Cooperativa Flota Bolívar es una institución reconocida a nivel de transporte en la ciudad de Guaranda, pese a esto presenta ciertas falencias en el servicio que presta.

Como muestra de esto en las oficinas de atención al cliente existen ciertos inconvenientes debido a la falta de tecnología, algo que complica y retrasa el proceso de recepción de encomiendas, siendo esto uno de los motivos por los cuales los usuarios acuden a la competencia.

Como solución a este problema se plantea el diseño de un plan para mejorar la calidad del servicio en la cooperativa a fin de satisfacer los requerimientos de los usuarios.

La propuesta permitirá a la cooperativa tomar las decisiones adecuadas para invertir en las mejoras necesarias del servicio.

A continuación citaremos las estrategias que se van a realizar para cumplir con el objetivo planteado y así alcanzar los resultados esperados a través de esta propuesta de investigación.



Fuente: Propia

Elaboración: Las autoras

Establecer estrategias permitirá enfocar los esfuerzos de todos hacia una misma dirección. Además servirán de guía y base para la formulación de acciones y en la realización de actividades o tareas.

Generarán coordinación, organización en los procesos desarrollados dentro de la cooperativa y a la vez permitirá brindar un excelente servicio al usuario.

Elaboración

Los responsables de la propuesta planteada en la presente investigación son:

Daniela Castillo Santa Cruz, Glenda Galeas Lema, Karina Morocho Romero.

Factibilidad

La propuesta realizada es factible pues todas las estrategias que se detallan son perfectamente realizables y la Cooperativa cuenta con los recursos necesarios para implementarlas.

Se encuentran enmarcadas dentro de la ley ya que lo que se propone son mejoras en las áreas de competitividad, servicio, promoción, infraestructura, comunicación y publicidad, con acciones que utilizan gran cantidad de

empresas y que son conocidas pero que la Cooperativa Flota Bolívar no ha tomado en cuenta o no está aprovechando de la mejor manera.

En todas las estrategias planteadas se encuentran detalladas las acciones a seguir, quien será el responsable y como se realizará, pues de esta manera la cooperativa podrá emprender cada una de ellas de la manera más adecuada.

4.3 PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS

4.3.1 Objetivo básico

- Mejorar la calidad del servicio de Transporte Interprovincial de la Cooperativa “Flota Bolívar”.

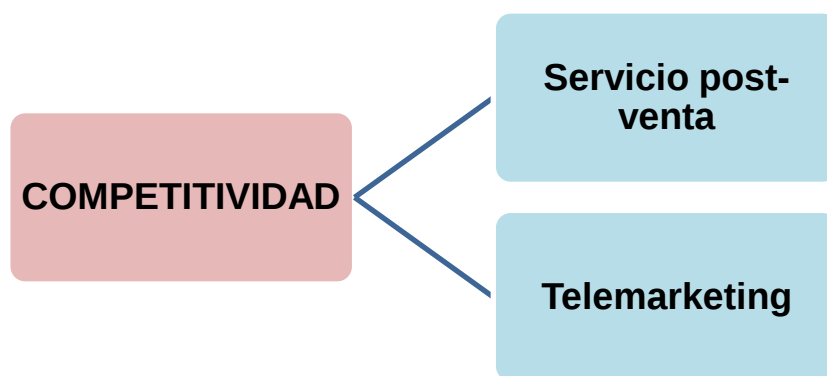
4.3.2 Objetivos operacionales

- Establecer estrategias que fortalezcan la imagen de la cooperativa en el mercado.
- Invertir en activos que agilicen la atención al cliente.

4.4 ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA

4.4.1 ESTRATEGIA DE COMPETITIVIDAD

Gráfico N. 14
Competitividad



Fuente: Propia

Elaboración: Las autoras

Servicio post-venta

A través de este servicio se pretende mejorar la calidad en el mismo y así de esta manera cumplir e ir más allá de las expectativas de nuestros usuarios ya que nos permite medir el nivel de necesidades y comportamiento de cada uno de ellos.

En primera instancia se contratará el personal adecuado y calificado para dichas funciones, mismo que se encargará de elaborar una base de datos con información respectiva de cada pasajero para así mantener el contacto

directo una vez cumplida la ruta de su destino y así conocer comentarios y sugerencias sobre el servicio prestado.

Para el cumplimiento de esta acción se presupuesta \$20.00 mensuales por gastos de teléfono debido a que se realizará llamadas a pasajeros al azar.

Gráfico N. 15
Servicio Post-Venta



Fuente: Propia

Elaboración: Las autoras

Cuadro N. 23
Acción-Servicio Post-Venta

Acción-servicio post-venta				
Descripción	Cantidad	Sueldo unitario	Costo mensual	Costo anual
Operador	1	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 3.816,00
Servicio telefónico			\$ 20,00	\$ 240,00
Total			\$ 338,00	\$ 4.056,00

Elaboración: Las autoras

Telemarketing

Por medio de este se mantendrá un contacto permanente con los usuarios, brindando información sobre los servicios que ofrece la cooperativa, a nivel local, provincial y nacional.

Mediante un call center se informará sobre los diferentes servicios y demás actividades que la institución realiza, el cual se encontrará las 24 horas del día a disposición de los usuarios.

Al igual que en la acción anterior se presupuesta \$20.00 mensuales por gastos de teléfono para el cumplimiento de esta.

Cuadro N. 24
Acción - Telemarketing

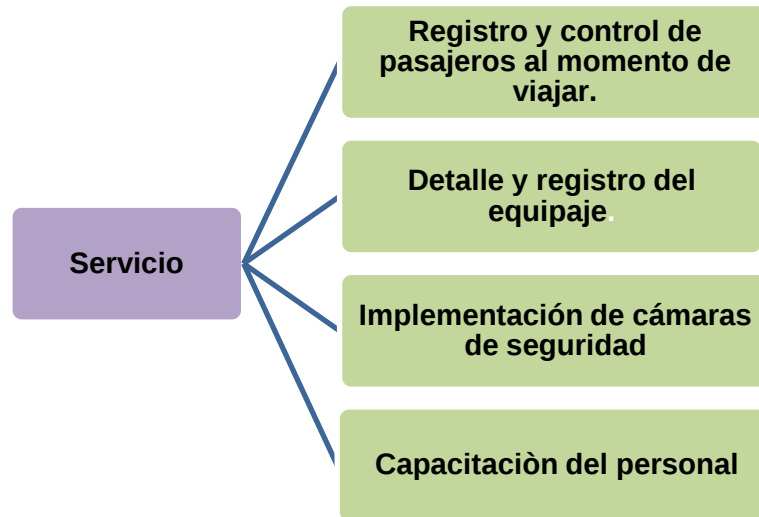
Accion-telemarketing				
Cargo	Cantidad	Sueldo unitario	Costo mensual	Costo anual
Operador	2	\$ 318,00	\$ 636,00	\$ 7.632,00
Servicio telefónico			\$ 20,00	\$ 240,00
TOTAL			\$ 656,00	\$ 7.872,00

Elaboración: Las autoras

4.4.2 ESTRATEGIA DE SERVICIO

Gráfico N. 16

Servicio



Fuente: Propia

Elaboración: Las autoras

Registro y control de pasajeros al momento de viajar.

Al momento de la compra de boletos se registrará la información de los usuarios en una base de datos donde constará su número de cédula, nombre, apellido y número telefónico, en caso de ser acreedor de la tarjeta de cliente excepcional se receptará también el número de ésta.

En caso del envío de encomiendas se anotará el contenido de las mismas junto con los datos de la persona que retirará la encomienda, la cual tendrá que acercarse con su respectiva identificación.

Se destina un presupuesto de \$ 1140 para la adquisición de un software que permita el registro de todos los datos de los pasajeros.

Cuadro N. 25

Acción-Registro y Control de Pasajeros

Acción-Registro y control de pasajeros	
Descripción	Costo anual
Software	\$ 1.140,00

Elaboración: Las autoras

Detalle y registro del equipaje.

Al momento de comprar un boleto se consultará al usuario si llevará equipaje en la cajuela de la unidad vehicular, en caso de que la respuesta sea positiva se asignará un numero al equipaje el mismo que quedará registrado en el boleto, al mismo tiempo se colocará un sticker adhesivo en las pertenencias del usuario de esta manera se evitara extravíos y el usuario estará seguro de que sus pertenencia llegarán al lugar de destino, pues el oficial del bus sólo podrá entregar el equipaje verificando que concuerde el número asignado a este con el número impreso en el boleto.

Se destinará un presupuesto de \$3000 para la compra de stickers adhesivos.

Cuadro N. 26
Acción-Detalle y Registro de Equipaje

Acción-Detalle y registro de equipaje	
Descripción	Costo presupuestado
Talonnario de Stickers adhesivos	\$ 3.000,00

Elaboración: Las autoras

Implementación de cámaras de seguridad

Debido a la evidente inseguridad que existe en el país dentro de las unidades de transporte interprovinciales es necesario el equipamiento de estos con cámaras de seguridad para que así los usuarios se sientan más seguros durante todo el trayecto. Las cámaras se implementarán en los 52 vehículos con los que cuenta actualmente la cooperativa.

Cuadro N.27
Acción - Cámaras de Seguridad

Acción Cámaras de seguridad			
Descripción	Cantidad	Costo	Costo total
Compra de cámaras	52	\$ 95,00	\$ 4.940,00

Elaboración: Las autoras

Capacitación del personal

Como objetivo de la propuesta se consideró mejorar la calidad del servicio y para lograrlo el servicio al cliente es parte primordial por ello es conveniente la capacitación de todos los empleados que tengan algún tipo de relación con el cliente, aún sabiendo que el trato brindado por los choferes y oficiales no goza de buena fama, por ende de esta manera se fortalecerá la imagen de la cooperativa y al mismo tiempo se atraerán más clientes.

Se hará uso de un seminario de excelencia en el servicio al cliente, cuyo objetivo es facilitar a los participantes las técnicas y herramientas para brindar un excelente servicio.

Cuadro N. 28
Acción - Capacitación al Personal

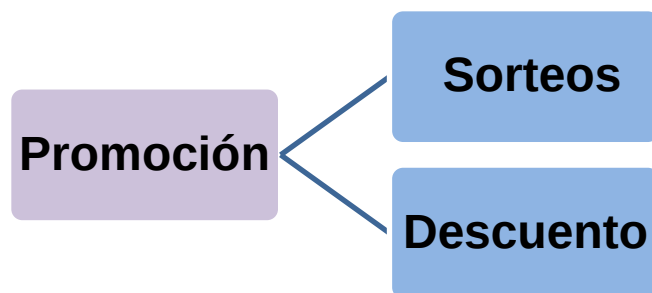
Acción capacitación al personal		
Descripción	Cantidad	Costo
Seminario Grupo Desemple	1	\$ 1.512,00

Elaboración: Las autoras

4.4.3 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Grafico N. 17

Promoción



Fuente: Propia

Elaboración: Las autoras

Sorteos.

La promoción de ventas que se propone en este proyecto a manera de complementar la publicidad e incentivar el uso frecuente de los servicios de la cooperativa (transporte de pasajeros o de encomiendas) es la siguiente:

Al realizar envíos superiores a 10.00 obtenga una tarjeta que lo acredita como cliente excepcional, la misma que traerá impreso un número que servirá para el sorteo trimestral de premios (el premio será de un valor máximo de \$50,00 a elegir por los directivos de la Cooperativa), el número ganador del obsequio será publicado en las oficinas de atención al cliente o será informado vía telefónica.

Gráfico N. 18
Tarjeta de Cliente Excepcional



Elaboración: Las autoras

Dado que se calcula un promedio de 5 envíos por unidad vehicular con 50 frecuencias diarias, se estiman envíos diarios de 250 y 90000 anuales. Para la adquisición de tarjetas se tomo en consideración sólo el 10% de los envíos anuales.

Cuadro N. 29
Acción-Sorteos

Acción-Sorteos			
Descripción	Cantidad	Costo	Costo Total
Tarjetas	9000	\$ 0,06	\$ 540,00
premios	4	\$ 50,00	\$ 200,00
Total			\$ 740,00

Elaboración: Las autoras

Descuento

Los estudiantes que presenten el carné vigente de la institución a la que pertenecen se harán acreedores al 10% de descuento en su pasaje. Clientes que realicen más de 10 envíos al mes se harán acreedores al 10% de descuento.

Para el cálculo del costo que significaría realizar un descuento a los estudiantes se estima que sólo un 2% del total de pasajeros anuales (360.000) hagan uso de este descuento, es decir 7.200 y el valor descontado tomando como base el precio de la ruta Guaranda-Guayaquil (4.25), sería de \$ 0.43.

Del mismo modo para efectuar el cálculo del costo que implica efectuar un descuento al realizar más de 10 envíos mensuales, se estima que del total de envíos anuales (90.000) solo el 2% se hará acreedor al descuento, es decir 1800 y tomando como base un precio promedio de \$3.00 por envío, el descuento equivale a \$ 0.30.

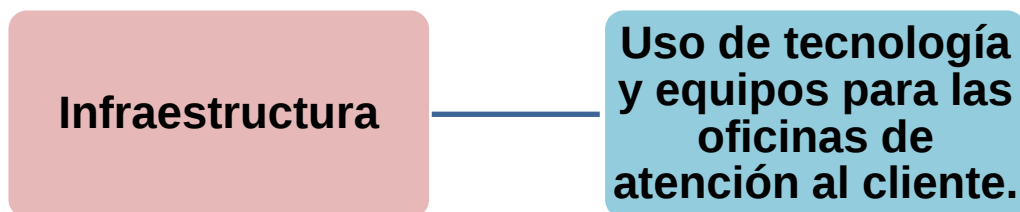
Cuadro N. 30
Acción-Descuentos

Acción Descuento			
Descripción	Cantidad	Costo	Costo total
Estudiantes	7200	\$ 0,43	\$3.096,00
Envíos	1800	\$ 0,30	\$ 540,00
Total	9000		\$3.636,00

Elaboración: Las autoras

4.4.4 ESTRATEGIA DE INFRAESTRUCTURA

Grafico N. 19
Infraestructura



Fuente: Propia
Elaboración: Las autoras

Uso de tecnología y equipos para las oficinas de atención al cliente

Después de observar la realidad de las instalaciones actuales de la cooperativa se ha determinado que realizar inversiones en el equipo detallado a continuación permitirá a los empleados de la cooperativa desenvolverse en un ambiente agradable y a la vez esto permitirá brindar un servicio ágil y de mejor calidad al cliente.

El equipo de oficina que se requiere para el proyecto es el siguiente:

Cuadro N. 31
Descripción de Inversión de Equipo

Descripción de inversión de equipo			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Teléfono	1	\$ 13,00	\$ 13,00
Dispensador	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Escritorio	1	\$ 246,40	\$246,40
Silla secretaria	2	\$ 95,20	\$ 190,40
Archivador	1	\$ 179,20	\$ 179,20
Percha-metálica	1	\$ 268,80	\$ 268,80
Total	7	\$ 852,60	\$ 947,80

Elaboración: Las autoras

De acuerdo a los objetivos del proyecto se considera necesaria la inversión en equipo de cómputo e impresoras para facilitar la atención al cliente.

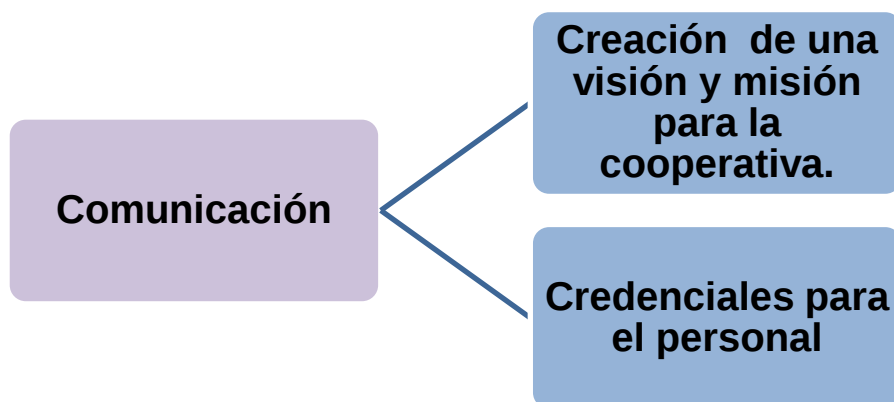
Cuadro N. 32
Inversión Equipo de Cómputo

Inversión equipo de cómputo			
descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Equipo de computo	2	\$ 989,00	\$ 1.978,00
Impresora	2	\$ 336,00	\$ 672,00
Total	4	\$ 1.325,00	\$ 2.650,00

Elaboración: Las autoras

4.4.5 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Grafico N. 20
Comunicación



Fuente: Propia

Elaboración: Las autoras

Creación de una visión y misión para la cooperativa.

Se plantea la siguiente misión y visión para la cooperativa ya que se considera necesario que los empleados tengan una dirección que seguir y por la cual puedan trabajar en equipo a fin de conseguirla.

Visión

Ser líder en el servicio de transporte interprovincial, innovando y buscando la excelencia en la prestación de sus servicios por medio del adecuado

mantenimiento y cambio de unidades y la continua capacitación del personal para mejorar su desempeño.

Misión

La Cooperativa de Transporte Interprovincial “Flota Bolívar” presta el servicio en diferentes rutas y frecuencias, buscando el desarrollo y la comunicación entre las diferentes ciudades en las que tiene presencia, contando con las unidades y el personal adecuado comprometido con el servicio al cliente.

Credenciales para el personal

Debido a que los empleados no poseen algún tipo de identificación de su cargo, el adquirir credenciales es primordial para mejorar las relaciones entre el personal de la cooperativa y con los clientes. Se adquirirán 114 credenciales para choferes, oficiales y personal administrativo, incluyendo el personal que se contratará para realizar las acciones planteadas en el proyecto. En la credencial se detallará el nombre, apellido, número de cédula y cargo del empleado, además se incluirá una foto.

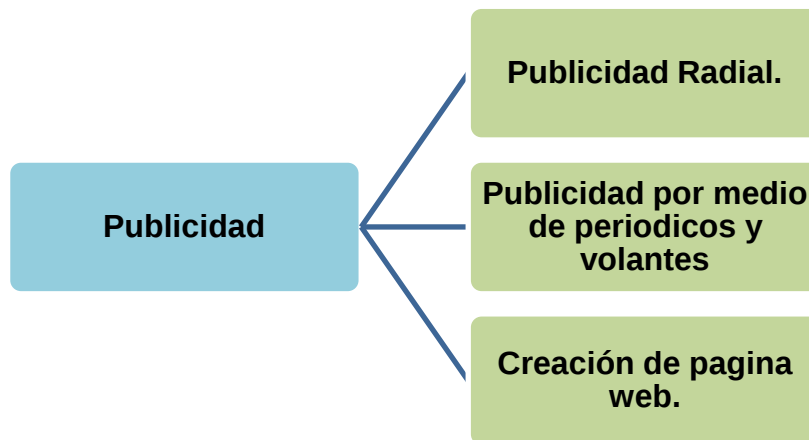
Cuadro N. 33
Acción - Compra de Credenciales

Acción compra de credenciales			
Descripción	Cantidad	Costo	Costo total
Compra de credenciales	114	\$ 2,80	\$ 319,20

Elaboración: Las autoras

4.4.6 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD

Gráfico N. 21
Publicidad



Fuente: Propia

Elaboración: Las autoras

Publicidad Radial.

Una manera eficaz de incrementar las ganancias, atrayendo nuevos clientes es brindar información sobre los servicios que ofrece la cooperativa y para ello se hará uso de medios publicitarios como los descritos a continuación:

Radio Spazio 104.7 FM, es la estación más escuchada a nivel provincial y fuera de ella, se realizaran anuncios rotativos durante todo el día.

Radio Guaranda 101.1 FM, emisora escuchada a nivel provincial, se realizarán 3 menciones al día.

Estos medios de comunicación fueron escogidos debido a la popularidad de la que gozan entre la población de Guaranda.

Cuadro N. 34
Acción-Publicidad Radial

Acción-Publicidad radial		
Descripción	Costo mensual	Costo anual
Radio Spazio	\$ 60,00	\$ 720,00
Radio Guaranda	\$ 50,00	\$ 600,00
Total	\$ 110,00	\$1.320,00

Elaboración: Las autoras

Publicidad por medio de periódicos y volantes

Sin lugar a duda en el mercado en el cual estamos haciendo la investigación es un medio pequeño que de acuerdo a nuestra observación son público lectores de los medios escritos locales. Por esta razón tomaremos en cuenta el diario la tribuna y el bolivarense para promocionar el servicio e imagen de la institución en estudio.

Para que de esta manera las personas tengan conocimiento de todos los servicios que ofrece la cooperativa día a día. Se utilizará un cuarto de página a color, lo cual será publicado una vez al mes, de esta manera se pretende fortalecer la imagen como institución de ofrecer servicio a los clientes.

Por su parte se asignaran recursos para la elaboración de volantes que contenga toda la información de la cooperativa como horarios, rutas de destino, precios, página web y números telefónicos para que los usuarios puedan despejar todas sus inquietudes, este será entregado al momento de la adquisición del boleto y también se encontrarán ubicados detrás de las cabinas de las unidades vehiculares. Se estima la compra de 500 volantes mensuales para efectos de esta publicidad.

Cuadro N. 35
Acción-Publicidad por Periódico y Volantes

Acción-Publicidad por periódico y volantes		
Descripción	Costo mensual	Costo anual
Periódico La Tribuna	\$ 40,00	\$ 480,00
Periódico El Bolivarense	\$ 40,00	\$ 480,00
Volantes	\$ 30,00	\$ 360,00
total	\$ 110,00	\$ 1320,00

Elaboración: Las autoras

Creación de página web

El principal objetivo de la Cooperativa “Flota Bolívar” es posicionarse como una de las primeras opciones en la mente de los usuarios a la hora de transportarse. La estrategia de marketing es dar a conocer los servicios de la empresa y crear una base de clientes, el mensaje que la cooperativa intentará comunicar es que ofrece un servicio de mejor calidad que la competencia. Para ello se empleará la creación de una página web que incluirá una gran cantidad de información de los servicios además ofrecerá la oportunidad a los usuarios de realizar reservaciones por este medio. Se invertirá en este sitio tiempo y dinero con el propósito de dar al cliente la sensación de que todas sus exigencias son tomadas en cuenta.

Cuadro N. 36
Acción-Creación Página Web

Acción-Creación página web	
Descripción	Costo anual
Pagina web	\$ 152,00

Elaboración: Las autoras

4.5 CÁLCULO DE COSTOS DE LA PROPUESTA

Cuadro N. 37
Cálculo de Costos de la Propuesta

Cálculo de costos de la propuesta	
Estrategias	Costo
Competitividad	\$ 11.928,00
Servicio	\$ 10.592,00
Promoción	\$ 4.376,00
Infraestructura	\$ 3.597,80
Comunicación	\$ 319,20
Publicidad	\$ 2792,00
Total	\$ 33.605,00

Elaboración: Las autoras

4.6 COSTO TOTAL DE LA PROPUESTA

Cuadro N. 38
Costo Total de la Propuesta.

Actividad	Objetivo de las estrategias
Diseño de Estrategias	Mejorar la calidad del servicio de Transporte Interprovincial de la Cooperativa "Flota Bolívar"
Responsables	Costo
Cooperativa de Transporte Interprovincial "Flota Bolívar"	\$ 33.605,00
Cronograma de Actividad	
CRONOGRAMA	
2013	
E F M A M J J A S O N D	
x x x x X x x x x x X x	

Fuente: Propia

Elaboración: Las autoras

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Luego de realizar un estudio en la Cooperativa Flota Bolívar, analizar el desempeño de los empleados, medir el nivel de satisfacción de los usuarios en cuanto al servicio que reciben se puede concluir lo siguiente:

- La Cooperativa “Flota Bolívar” está dispuesta a mejorar pero actualmente no cuenta con herramientas necesarias para hacerlo.
- Los empleados tienen toda la predisposición de ayudar a los pasajeros aunque requieren cierto grado de capacitación para realizarlo correctamente.
- Los directivos buscan soluciones que satisfagan las necesidades de los usuarios y al mismo tiempo de la Cooperativa.

- Los usuarios de los servicios que presta la Cooperativa buscan recibir un valor agregado a más del servicio actual.
- Un proyecto que permita mejorar la calidad del servicio de transporte aumentará el número de usuarios que opten por los servicios de la Cooperativa y al mismo tiempo incrementará las ganancias de esta.

5.2 RECOMENDACIONES

En base al estudio realizado, las recomendaciones son las siguientes:

- Cada socio deberá ser responsable de que su respectiva unidad posea los documentos en regla y esté en condiciones para operar satisfactoriamente.
- Cumplir a cabalidad lo establecido en la Ley Orgánica de Transporte Terrestre y Seguridad Vial a fin de precautelar los intereses de la Cooperativa y los usuarios.
- El Gerente de la Cooperativa debe encargarse de dirigir a la empresa hacia la consecución de logros para bienestar de clientes y empleados.

- Todos los esfuerzos y actividades que se desarrollen en la Cooperativa deberán estar dirigidos a la satisfacción del cliente.
- Buscar perfeccionarse continuamente por medio de la adquisición de equipos y tecnología necesaria para brindar cada día una mejor atención.
- Los empleados deben estar dispuestos a escuchar sugerencias de los clientes.
- Para fomentar el trabajo en equipo es conveniente que los empleados se reúnan por lo menos una vez al mes a tratar temas relacionados con el servicio o disipar algún inconveniente.
- La Cooperativa deberá estar abierta a la posibilidad de implementar la rotación de cargos en la parte administrativa como una manera de que todos los empleados conozcan completamente las actividades que se desarrollan internamente.
- Buscar asesoría de establecimientos como ANETA para mejorar el desempeño de los choferes.
- Implementar un sistema de calificación a los empleados, basado en el desempeño y su esfuerzo por ofrecer un servicio de calidad, a fin de estimular a los empleados a desarrollarse en todas las áreas.

- Establecer un control mensual de suministros para evitar el mal uso de ellos.
- Se recomienda a la Cooperativa “Flota Bolívar” poner en práctica la propuesta presentada en el capítulo cuatro.

6. BIBLIOGRAFÍA

- ANDRÉS CASTELLANOS RAMÍREZ. (2009). Manual de la Gestión logística del Transporte y Distribución de mercancías. Ediciones Uninorte.
- ÁNGEL MOLINERO Y LUIS IGNACIO SÁNCHEZ. Transporte Público: Planeación, diseño, operación y administración. Edición VAEM.
- BENJAMÍN CENDRERO AGENJO Y SEBASTIAN TRUYOLS MATEU. (2008). El Transporte: aspectos y tipología. Primera edición Publicaciones Universitarias.
- C. ROSANDER. (1992). La Búsqueda de la Calidad en los Servicios. Editorial Díaz de Santos.
- FERNANDO GOSSO. (2008). Hipersatisfacción del Cliente. Primera Edición. Editorial Panorama S.A de CV.
- GABRIEL JAIME SOTO, NORA ELENA RESTREPO. (2008). Entrenamiento para Vendedores. Grupo Editorial Norma.
- HUMBERTO DOMÍNGUEZ COLLINS. (2006). El Servicio Invisible. Fundamento de un Buen Servicio al Cliente. Ediciones ECOE.
- ILPES. Guía para la Presentación de Proyectos. Siglo XXI Editores.
- ISAIÁS ÁLVAREZ GARCÍA. (2002). Planificación y Desarrollo de Proyectos Sociales y Educativos. Noriega Editores.

- JAIME VARO. (1994). Gestión Estratégica de la Calidad en los Servicios Sanitarios. Un Modelo de Gestión Hospitalaria. Ediciones Díaz de Santos S.A.
- JOSÉ V. MERINO FERNÁNDEZ. (2003). Programas de Animación Sociocultural: Tres instrumentos para su diseño y evolución. Edición NARCEA S.A.
- MANUEL FRANCISCO SUÁREZ BARRAAZA. (2007). El Kaizen. La filosofía de mejora continua e innovación incremental detrás de la administración por calidad total. Panorama Editorial.
- NICHOLAS I. GARBER, LESLER A. HOEL. (2005). Ingeniería de Tránsito y Carreteras.
- UNIVERSIDAD ESTATAL A DISTANCIA. Manual de Transporte Público. Editorial EUNED.
- <http://maps.google.com.ec/maps>
- <http://www.guaranda.gob.ec/>
- <http://yebool.com.ec/ecuador/regiones/sierra/provincia-de-bolivar>

ANEXOS

ANEXO N. 1 - FICHA DE OBSERVACIÓN

Ficha de Observación		
Objetivo: Observar el comportamiento de los usuarios y personal de la Cooperativa con el fin de percibir el nivel de satisfacción del cliente.		
PREGUNTAS	CALIFICACIÓN	
	SÍ	NO
1.- Existe agilidad al momento de atender a los usuarios		
2.- El trato a los usuarios se da con amabilidad		
3.- Los empleados utilizan de manera adecuada los recursos de la cooperativa.		
4.- Los usuarios tienen queja del servicio prestado.		
5.- Los empleados se sienten cómodos con las instalaciones actuales.		
6.- Los empleados se muestran dispuestos a resolver inquietudes de los usuarios.		
7.- El personal cuenta con sus respectivas identificaciones y uniformes.		
COMENTARIOS:		
SUGERENCIAS:		
Responsable: Fecha:		

ANEXO N. 2 – FOTOS

CON UN SOCIO DE LA COOPERATIVA “FLOTA BOLÍVAR”



OFICINA DE ENCOMIENDAS



SECRETARIA DE LA OFICINA DE ENCOMIENDAS



BOLETERÍA EN LA TERMINAL TERRESTRE DE GUAYAQUIL



OFICINA DE BOLETERÍA



TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

ENTREVISTA



OFICINA MATRIZ FLOTA BOLIVAR, CIUDAD GUARANDA, JUNTO A EMPLEADOS SOLICITANDO INFORMACIÓN.



ANEXO # 3 - TRABAJO DE CAMPO

Levantamiento de Información, Entrevistas

Preguntas para Socios de la Cooperativa

1. Actualmente la Cooperativa cuenta con una misión, visión y políticas establecidas dentro de la misma.
2. Considera que existe una competencia directa para la Cooperativa.
3. ¿Cuántos socios existen en la actualidad y cuál es su opinión con respecto a la situación por la que atraviesa la Cooperativa?
4. ¿Qué cambios considera necesarios dentro de la Cooperativa?
5. Considera que existen falencias en la administración de la Cooperativa.
6. ¿Cuál es la temporada en la que se presenta un mayor número de pasajeros?
7. Cuenta la Cooperativa con la oferta necesaria ante la demanda existente.
8. Considera que como empresa cumplen con las expectativas de los usuarios.
9. ¿Qué fortalezas considera que posee la Cooperativa?
10. ¿Cómo están distribuidas las frecuencias y considera que es la adecuada con respecto a la demanda?

Preguntas para el Gerente de la Cooperativa

1. Ha pensado ingresar a competir a un nuevo mercado.
2. Cómo cree que influiría el hecho de tener objetivos claros en las actividades de la Cooperativa.

3. Qué cambios considera urgentes en la Cooperativa.
4. La implementación de equipos de oficina permitirá mayor agilidad al momento de la atención al cliente.
5. La cooperativa cuenta con la oferta necesaria ante la demanda existente.
6. A qué se debe la falta de difusión de los servicios de la Cooperativa.
7. Cree que el personal con el que cuenta la Cooperativa se encuentra capacitado para brindar una buena atención al público.

ANEXO # 4 - LEYES GENERALES

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR⁵

Título II Derechos, capítulo tercero, sección novena. Personas usuarias y consumidoras.

Según los artículos de la Constitución de la República del Ecuador se protegen los derechos de los usuarios de la siguiente manera.

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionado por caso fortuito o fuerza mayor.

Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

⁵ Constitución de la República del Ecuador. Montecristi, 24 de julio de 2008.

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

Art. 55.- Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas.

Para el ejercicio de este u otros derechos, nadie será obligado a asociarse.

En estos artículos se garantiza el derecho de las personas de gozar de servicios de óptima calidad, además de disponer de la información veraz acerca de estos. Las empresas que presten servicios deben contar con sistemas de medición de satisfacción de los usuarios a fin de reparar cualquier inconveniente que surja con el servicio que se presta.

Las empresas serán responsables civil y penalmente en caso de que la información que se ofrece no sea la correcta o el servicio que se presta es deficiente y en toda situación en la que el afectado sea el usuario.

Todas las personas usuarias podrán asociarse a fin de promover y hacer respetar sus derechos en este ámbito.

LEY ORGÁNICA DE TRANSPORTE TERRESTRE, TRÁNSITO Y SEGURIDAD VIÁL⁶

Título III: DE LOS ÁMBITOS DEL TRANSPORTE

Art. 65.- (Sustituido por el Art. 30 de la Ley s/n, R.O. 415-S, 29-III-2011).- El servicio de transporte público comprende los siguientes ámbitos de operación: intracantonal, interprovincial, intraregional, intraprovincial e internacional.

La celebración de los contratos de operación, será atribución de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Regionales o de la Agencia Nacional, en aquellas provincias que no formaren parte de una región, con sujeción a las políticas y resoluciones de la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial y de conformidad con lo establecido en la presente Ley y su reglamento.

Art. 68.- El servicio de transporte público interprovincial es aquel que opera, bajo cualquier tipo, dentro de los límites del territorio nacional. La celebración de los contratos de operación será atribución de la Comisión Nacional del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, de conformidad con lo establecido en la presente Ley y su Reglamento.

⁶ Ley Orgánica reformativa a la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial. El Art. 1 del D.E. 410 (R.O. 235, 14-VII-2010), cambió la denominación del Ministerio de Gobierno, Policía, Cultos y Municipalidades, por la de Ministerio del Interior.

REGLAMENTO DE LA LEY ORGÁNICA DE TRANSPORTE TERRESTRE, TRÁNSITO Y SEGURIDAD VIAL⁷

Título III: DE LAS CONDICIONES DE TRANSPORTE TERRESTRE

Art. 36.- El transporte terrestre de personas y bienes es un servicio esencial y una actividad económica estratégica del Estado, que responde a las condiciones de:

RESPONSABILIDAD.- Es responsabilidad del Estado generar las políticas, regulaciones y controles necesarios para propiciar el cumplimiento, por parte de los usuarios y operadores del transporte terrestres, de lo establecido en la Ley, los reglamentos y normas técnicas aplicables.

UNIVERSALIDAD.- El Estado garantizará el acceso al servicio de transporte terrestre, sin distinción de ninguna naturaleza, conforme a lo establecido en la Constitución de la República y las leyes pertinentes.

ACCESIBILIDAD.- Es el derecho que tienen los ciudadanos a su movilización y de sus bienes, debiendo por consiguiente todo el sistema de transporte en general responderá a este fin.

COMODIDAD.- Constituye parte del nivel de servicio que las operadoras de transporte terrestre de pasajeros y bienes deberán cumplir y acreditar, de conformidad a las normas técnicas y homologaciones que para cada modalidad y sistema de servicio están y estuvieren establecidas por la Comisión Nacional.

⁷ Reglamento General para la Aplicación de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial. Dado en el Palacio Nacional, en Quito, a 25 de mayo del 2009. Decreto 1738 (Suplemento del Registro Oficial 604, 3-VI-2009).

CONTINUIDAD.- Conforme a lo establecido en sus respectivos contratos de operación, permisos de operación, autorizaciones concedidas por el Estado sin dilaciones e interrupciones.

SEGURIDAD.- El Estado garantizará la eficiente movilidad de transporte de pasajeros y bienes, mediante una infraestructura vial y de servicios adecuada, que permita a los operadores a su vez, garantizar la integridad física de los usuarios y de los bienes transportados respetando las regulaciones pertinentes.

CALIDAD.- Es el cumplimiento de los parámetros de servicios establecidos por los organismos competentes de transporte terrestres, tránsito y seguridad vial y demás valores agregados que ofrezcan las operadoras de transporte a sus usuarios.

Título IV: DE LA ATENCIÓN PREFERENTE A PASAJEROS

Art. 37.- Gozarán de atención preferente las personas con capacidades especiales, adultos mayores de 65 años de edad, mujeres embarazadas, niños y adolescentes. Para el efecto, las unidades de transporte masivo dispondrán de áreas especiales y debidamente señalizadas, en concordancia con las normas técnicas INEN vigentes para este tipo de servicio.

Art. 38.- El conductor brindará asistencia especial a las personas señaladas en esta sección, según sus necesidades, facilitándoles el acceso a los vehículos y ofreciéndoles la mayor comodidad dentro de la categoría respectiva. Además, la infraestructura física del vehículo y de los corredores del transporte deberá ser accesible a este grupo de usuarios.

Art. 39.- Las personas a las que se refiere este título tendrán derecho a embarcar al bus en forma previa prioritaria a cualquier otro usuario. En caso de ser necesario, el personal encargado de la prestación del servicio, determinará la conveniencia de desembarcarlo primero o al final de la salida del resto de los pasajeros.

Art. 40.- Las sillas de ruedas, camillas, muletas u otros equipos que requieran las personas referidas en este título, serán transportadas gratuitamente como equipaje prioritario.

Art. 41.- Las personas citadas en este título tendrán derecho a acceder directamente a la boletería para la compra de pasajes o cualquier otra gestión sin hacer fila

Art. 42.- Tendrán derecho a las tarifas preferenciales:

1. Las personas con capacidades especiales que cuenten con el carné o registro del Consejo Nacional de Discapacidades, según el Art. 20 de la Ley sobre Discapacidades, pagarán una tarifa preferencial del 50% en el transporte terrestre, y el servicio prestado será en las mismas condiciones que los demás pasajeros que pagan tarifa completa.
2. Los estudiantes de los niveles pre-primario, primario y secundario, que acrediten su condición mediante presentación del carné estudiantil otorgado por el Ministerio de Educación, pagarán una tarifa preferencial del 50% y estarán sujetos a las siguientes condiciones:
 - a) Periodo o año escolar.
 - b) Horarios de lunes a viernes.

c) Los días sábados, por situaciones especiales como desfiles cívicos, participaciones comunitarias, eventos académicos, culturales y deportivos estudiantiles, pagarán una tarifa preferencial del 50% en el transporte terrestre; y, el servicio prestado será en las mismas condiciones que los demás pasajeros que pagan tarifa completa.

3. Las personas mayores de 65 años que acrediten su condición mediante la presentación de la cédula de ciudadanía o documento que lo habilite como tal, pagarán una tarifa preferencial del 50% en todo el transporte terrestre.

Título V: DEL SERVICIO DE TRANSPORTE TERRESTRE

Capítulo I: FINES DEL TRANSPORTE TERRESTRE

Art. 43.- Los fines del servicio de transporte terrestre automotor dentro de la prestación de servicios son los siguientes:

2. Transporte de personas.- Consiste en el traslado de personas de un lugar a otro, dentro y fuera del territorio nacional, garantizando su movilidad en términos de comodidad, seguridad y accesibilidad.
3. Transporte de bienes o mercadería.- Consiste en el traslado de bienes o mercadería de un lugar a otro, dentro y fuera del territorio nacional, constituyendo una actividad importante en el aparato productivo nacional, permitiendo que genere la circulación de recursos y dinamice la economía ecuatoriana.

Capítulo II: DEFINICIÓN DE LOS ÁMBITOS DE OPERACIÓN DEL TRANSPORTE TERRESTRE

Art. 44.- De conformidad con la Ley, se definen los siguientes ámbitos de operación del transporte terrestre de pasajeros y/o bienes en vehículos automotores:

- 1. Servicio de Transporte Urbano:** Se presta al interior de las cabeceras cantonales. El perímetro urbano de un cantón, según sea el caso para el servicio de transporte, será determinado por las Comisiones Provinciales en coordinación con las Municipalidades; o por los Municipios que administren las competencias en materia de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial. Será responsable de este registro la Comisión Provincial en donde se preste el servicio, o el Municipio que haya asumido la competencia.
- 2. Servicio de Transporte Intraprovincial:** se presta dentro de los límites provinciales pudiendo o no hacerlo entre cantones y parroquias. Será responsable de este registro la Comisión Provincial respectiva en donde se preste el servicio;
- 3. Servicio de Transporte Interprovincial:** se presta dentro de los límites del territorio nacional. Será responsable de este registro la Comisión Nacional;
- 4. Servicio de Transporte Internacional:** se presta fuera de los límites del país, teniendo como origen el territorio nacional y como destino un país extranjero o viceversa; para la prestación de este servicio, se observará lo dispuesto por la Comisión Nacional y la normativa

internacional vigente que la República del Ecuador haya suscrito y ratificado.

Capítulo III: CLASIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS DEL TRANSPORTE TERRESTRE

Sección I: CLASES DE TRANSPORTE TERRESTRE

Art. 45.- El servicio de transporte terrestre público de pasajeros consiste en el traslado de personas o bienes de un lugar a otro dentro del territorio nacional, cuya prestación estará a cargo del Estado. En el ejercicio de esta facultad, el Estado decidirá si en vista de las necesidades del usuario, la prestación de dichos servicios podrá delegarse, mediante contrato, permiso o autorización de operación, a las compañías o cooperativas legalmente constituidas para este fin.

Sección III: CLASIFICACIÓN DEL SERVICIO DE TRANSPORTE TERRESTRE PÚBLICO DE PASAJEROS

Art. 49.- El servicio de transporte terrestre público de pasajeros y bienes se clasifica en:

Transporte urbano, que se divide en los siguientes tipos:

Transporte individual.- Sirve para el desplazamiento de personas en vehículos de dos ruedas de tracción a motor.

Transporte colectivo.- Destinado al traslado colectivo de personas, que operan sujetos a itinerario, horario y tarifa.

Transporte masivo.-Destinado al traslado masivo de personas en corredores viales a nivel, elevado o subterráneo, que operen sujetos a itinerario, horario y tarifa fija.

Transportes especiales.-es el traslado de personas utilizando medios y vías especiales.

Transporte intraprovincial.- Destinado al traslado colectivo de personas y bienes dentro de la provincia, en rutas definidas por un origen, un destino y puntos intermedios, sujetos a una tarifa fijada.

Transporte Interprovincial.- Destinado al traslado colectivo de personas y bienes dentro de los límites provinciales, en rutas definidas por un origen, un destino y puntos intermedios y sujetos a una tarifa fijada por la autoridad competente.

Transporte Internacional.- Destinado al traslado de personas y bienes de un país de origen a otro país de destino, utilizando la infraestructura vial y pasos fronterizos acordados y aplicando los convenios y acuerdos internacionales suscritos por el Ecuador.

ANEXO # 5 - COTIZACIONES

<http://www.pymeswebtools.com>

Plan básico: Descripción

Este plan incluye todas las características del plan básico anual, pero con la diferencia y la gran ventaja de que es un único pago por la plataforma y web hosting. Las características del plan básico vitalicio son:

- Utiliza tu propio dominio
- 2 cuentas de e-mail (1 gb)
- 200 mb de espacio en disco
- Transferencia 10 gb
- Versión mobile del sitio web
- Administración de reservas
- Integración con redes sociales
- Vitalicio único pago \$152
- Soporte premium
- Editor de logos premium
- Marketing y seo
- Carrito de compras
- E-commerce
- Vende hasta 5 productos

Radio Guaranda 101.1 Guaranda Bolívar www.guaranda.com/

Duración de cuña	Horario rotativo
1 cuña de 10 segundos	\$ 6.00
1 cuña de 30 segundos	\$ 10.00
1 cuña de 40 segundos	\$ 11.00
1 cuña de 60 segundos	\$ 13.00
Duración de cuña	Horario rotativo
1 cuña de 10 segundos	\$ 6.00
1 cuña de 30 segundos	\$ 10.00
1 cuña de 40 segundos	\$ 11.00
1 cuña de 60 segundos	\$ 13.00

Teléfono Panasonic Kx-ts500.

U\$S 13⁰⁰

Artículo nuevo

Guayas (Guayaquil)

Medios de pago

- Efectivo
- Depósito Bancario

Medios de envío

A convenir con el vendedor

Puede retirarse personalmente. Guayas (Guayaquil)



Dispensador Agua Al Ambiente Y Caliente Libera

U\$S 50⁰⁰

Artículo nuevo

Guayas (Guayaquil)

Medios de pago

Efectivo

No enfría agua, sólo caliente y dispensa

Trabaja con botellón de 5 galones



INTERMOBIL CIA LTDA

TODOS NUESTROS PRODUCTOS

SE VENDEN CON FACTURA

PRECIO EN EFECTIVO: 300.00+iva

Impresora punto de venta de matriz de punto Epson tm-u220a-103 velocidad de impresión 4.7 líneas por segundo, funciones: puerto paralelo, color blanco.



FORMA DE PAGO: EFECTIVO- DEPÓSITO BANCARIO

CINTICOMP *Tú mejor elección!!!*

ÚLTIMA TECNOLOGÍA!!!

- DISCO DURO **2000GB** 7200RPM
- MEMORIA RAM **8GB** DDR3 KINGSTON PC 1333
- PROCESADOR **intel CORE I7 3.4GHZ**
- MAINBOARD INTEL H61 EXCLUSIVO PARA CORE I7 DE SEGUNDA GENERACIÓN
- LECTOR DE MEMORIAS 5 EN 1: SD/MC/MMC/XD/USB
- CASE CINTICOMP ATX 600W DOBLE VENTILACIÓN - VARIOS MODELOS
- DVD-RW MARCA SAMSUNG 22x

LCD 19" LG

SUPEROFERTA \$989
PRECIO NORMAL: \$1.068.12

- ✓ MULTIFUNCIÓN HP 2050 (Impresora, scanner y copiadora independiente del PC)
- ✓ REGULADOR APEX CON 8 TOMAS 1500VA
- ✓ MESA DE MADERA, EXCLUSIVA DE IMPORTACIÓN CON TECLADO Y CAJÓN MÓVIL PORTA CD'S, PORTA IMPRESORA Y PORTA PARLANTES
- ✓ PARLANTES EXCLUSIVOS CINTICOMP 3 PIEZAS CON SUBWOOFER 2.1
- ✓ SILLA GIRATORIA HIDRÁULICA GRANDE
- ✓ MOUSE ÓPTICO CON SCROLL USB
- ✓ COBERTORES CINTICOMP 3 PIEZAS
- ✓ PAD MOUSE CINTICOMP (Diseños exclusivos)
- ✓ AUDÍFONOS CON MICRÓFONO
- ✓ TECLADO MULTIMEDIA

GRATIS!!!

- WEBCAM CINTICOMP
- FLASH MEMORY HP 4GB

CRÉDITO DIRECTO
Sin entrada Sin garante al instante...

Ejecutivo de Ventas *Christina*

CF OFIC SERVI
 Matriz: Av. Guillermo Pareja Rolando y Av. Hermana Miguel Cda. IETEL Mz. 3 V. 6
 Telf.: 2628202 - 2626264 * Celular: 082817152 - 097579504
 Sucursal: Cda. La Gloria Sda. Emapa Mz. 52 Villa 31 Av. Agustín Freire
 (a lado del C.C. Garzocentro 2000) * Teléfono: 2237080
 Sucursal 2: Cda. La Albarada Mz. AH Solar 25 frente a Supermaxi * Telf.: 6037505

PROFORMA
 0004261

FECHA: 14/12/2012
 CLIENTE: Daniela castillo
 DIRECCIÓN:
 TELÉFONO: 0997162070
 E.U.C.:
 VENDEDORA: Sobera Lopez

CANT.	ARTICULO	P. UNITARIO	P. TOTAL
1	Cartón Litográfico 120x60 con cubierta metálica 8 y 4 pts	220	220
2	Silla Scauturo 5 brazos	85	170
1	Armadora 85x80 11x10x93	160	160
1	pacha metálica 200x090	240	240

FORMA DE PAGO:
 BANCO: _____ CHEQUE: _____ CREDITO: _____ DIAS: _____
 OBSERVACIONES: _____ TIEMPO DE ENTREGA: _____
 SON: _____ DOLARES: _____
 VTO. BNO. DEBERENCIA VTO. BNO. VENTAS FIRMA DEL CLIENTE

SUB-TOTAL \$ 290
 DESCUENTO \$
 TOTAL USD \$ 290
 I.V.A. 12% USD \$ 34,80
 TOTAL USD \$ 324,80

NOTA: SALIDA LA MERCADERIA NO SE ACEPTAN DEVOLUCIONES ORIGINAL CLIENTE * COPIA: EMISOR

DOCUPRINTING
 Imprenta offset diseño e impresión laser a color.
DANNY ISRAEL LAVERDE ESCOBAR
 Febres Cordero 1813 y García Moreno Telf.: 2377989
 2370746 - 2455257 - 082540738
 docuprinting@hotmail.com

COTIZACION
 0006194
 R.U.C. 1715537682001

Guayaquil: 14/Enero/2012
 Cliente: Sandra León
 Dirección:
 Guía de Remisión:
 C.I. / R.U.C.:
 Telf.:

CANT.	DESCRIPCION	V./UNIT	V./TOTAL
73	Credenciales de 1 solo lado a tamaño de 9x5,5	2,50	182,50
5,000	Tarjetas de presentación de 2 lados impresos en cartulina couche	0,05	250,00

Estos valores no incluyen iva

Orden No _____ SUB-TOTAL
 _____ DESC.
 _____ I.V.A. 0%
 TOTAL 432,50

C.I. # RECIBI CONFORME xerox

ANEXO # 6 – VARIOS

Cuadro de precios de encomiendas de acuerdo a la Agencia Nacional Postal.

Categoría	Descripción de categoría	Peso	Valor
Encomiendas	Documentos, sobres y paquetes.	100-1000 gramos	2.00-4.00
Encomiendas	Documentos, sobres y paquetes.	1-1000 libras	5.00-15.00

Personal de la Cooperativa Flota Bolívar			
Cargo	Número de Puestos	Remuneración mensual	Remuneración Anual
Gerente	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Contador	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Cajera	2	\$ 636,00	\$ 7.632,00
Chofer	52	\$.400,00	\$280.800,00
Secretaria	1	\$ 318,00	\$ 3.816,00
Jefe de encomiendas	1	\$ 318,00	\$ 3.816,00
oficiales	52	\$ 16.536,00	\$ 198.432,00
Conserje	1	\$ 318,00	\$ 3.816,00
Operador	3	\$ 954,00	\$ 11.448,00
Total	114	\$ 43.480,00	\$ 521.760,00

ingresos estimados por Transporte de pasajeros						
Rutas	Turnos Ida- Vuelta	Pasajeros Diarios	pasajeros mensuales	Pasajeros Anuales	Precio	Ventas Anuales
Guaranda-Guayaquil	13	260	7800	93600	\$ 4,25	\$ 397.800,00
Guaranda-Quito	10	200	6000	72000	\$ 4,50	\$ 24.000,00
Guaranda-Chillanes	9	180	5400	64800	\$ 2,00	\$ 129.600,00
Guaranda-Riobamba	8	160	4800	57600	\$ 2,00	\$ 115.200,00
Guaranda -San Luis	3	60	1800	21600	\$ 5,00	\$ 108.000,00
Guaranda-Babahoyo	3	60	1800	21600	\$ 2,50	\$ 54.000,00
Guaranda-Sto. Domingo	2	40	1200	14400	\$ 6,00	\$ 86.400,00
Guaranda-Caluma	1	20	600	7200	\$ 2,50	\$ 18.000,00
Quito-san Luis	1	20	600	7200	\$ 6,00	\$ 43.200,00
total	50	1.000	30000	360000		\$ 1.276.200,00

Ingresos estimados por envío de encomiendas

Rutas	Turnos Ida-Vuelta	envíos diarios	envíos mensuales	envíos anuales	precio promedio	ventas anuales
Guaranda-Guayaquil	13	65	1950	23400	\$ 3,00	\$ 70.200,00
Guaranda-Quito	10	50	1500	18000	\$ 3,00	\$ 54.000,00
Guaranda-Chillanes	9	45	1350	16200	\$ 3,00	\$ 48.600,00
Guaranda-Riobamba	8	40	1200	14400	\$ 3,00	\$ 43.200,00
Guaranda -San Luis	3	15	450	5400	\$ 3,00	\$ 16.200,00
Guaranda-Babahoyo	3	15	450	5400	\$ 3,00	\$ 16.200,00
Guaranda-Sto. domingo	2	10	300	3600	\$ 3,00	\$ 10.800,00
Guaranda-Caluma	1	5	150	1800	\$ 3,00	\$ 5.400,00
Quito-San Luis	1	5	150	1800	\$ 3,00	\$ 5.400,00
Total	50	250	7500	90000		\$ 270.000,00