

REPÚBLICA DEL ECUADOR



**INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO TENA**
Tecnología, Innovación y Desarrollo



ADMINISTRACIÓN

**MANUAL DE SERVICIO PARA LOS USUARIOS DE LA
COOPERATIVA DE TRANSPORTES CENTINELA TENA DE
LA CIUDAD DE TENA.**

Informe Final de Trabajo de Integración Curricular, presentado como requisito parcial para optar por el título de Tecnólogo Superior de en Administración.

AUTORA: Illapa Illapa Gabriela Dayana

DIRECTORA: Ing. Natali Maribel Freire Tixe

Tena - Ecuador

2023

APROBACIÓN DEL DIRECTOR

ING. NATALI MARIBEL FREIRE TIXE

DOCENTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA.

CERTIFICA:

En calidad de Directora del Trabajo de Integración Curricular denominado: **MANUAL DE SERVICIO PARA LOS USUARIOS DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTES CENTINELA TENA DE LA CIUDAD DE TENA**, de autoría de la señorita GABRIELA DAYANA ILLAPA ILLAPA, con CC. 1500969561 estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, **CERTIFICO** que se ha realizado la revisión prolija del Trabajo antes citado, cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen los respectivos reglamentos e instituciones.

Tena, 12 de diciembre del 2022

ING. NATALI MARIBEL FREIRE TIXE

DIRECTORA

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

Tena, 13 de abril del 2023

Los Miembros del Tribunal de Grado abajo firmantes, certificamos que el Trabajo de Integración Curricular denominado: **MANUAL DE SERVICIO PARA LOS USUARIOS DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTES CENTINELA TENA DE LA CIUDAD DE TENA**, presentado por GABRIELA DAYANA ILLAPA ILLAPA, estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, ha sido corregida y revisada; por lo que autorizamos su presentación.

Atentamente;

Mg. Betty Alexandra Jaramillo Tituaña
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Lcdo. Héctor Aníbal Lozada Grefa
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Mg. Sergio Iván Ruiz Gaibor
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AUTORÍA

Yo, GABRIELA DAYANA ILLAPA ILLAPA, declaro ser la autora del presente Trabajo de Integración Curricular denominado: **MANUAL DE SERVICIO PARA LOS USUARIOS DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTES CENTINELA TENA DE LA CIUDAD DE TENA**, y absuelvo expresamente al Instituto Superior Tecnológico Tena, y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo al Instituto Superior Tecnológico Tena, la publicación de mi trabajo de Titulación en el repositorio institucional- biblioteca Virtual.

AUTORA:

ILLAPA ILLAPA GABRIELA DAYANA

CÉDULA: 150096956-1

FECHA: Tena, 13 de abril del 2023

CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR

Yo, **GABRIELA DAYANA ILLAPA ILLAPA**, declaro ser la autora del Trabajo de Integración Curricular titulado: **MANUAL DE SERVICIO PARA LOS USUARIOS DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTES CENTINELA TENA DE LA CIUDAD DE TENA**, como requisito para la obtención del Título de: **TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN**: autorizo al Sistema Bibliotecario del Instituto Superior Tecnológico Tena, para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual del Instituto, a través de la visualización de su contenido que constará en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio el Instituto. El Instituto Superior Tecnológico Tena, no se responsabiliza por el plagio o copia del presente trabajo que realice un tercero. Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Tena, 23 de mayo de 2022, firma el autor.

AUTOR: Gabriela Dayana Illapa

FIRMA:

CÉDULA: 1500969561-1

DIRECCIÓN: Sagrado Corazón de Jesús

CORREO ELECTRÓNICO: gabriela.illapa@itstena.edu.ec

CELULAR: 0980651526

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR: Ing. Natali Maribel Freire Tixe

TRIBUNAL DEL GRADO:

Mg. Betty Alexandra Jaramillo Tituaña (Presidente).

Lcdo. Héctor Aníbal Lozada Grefa (Miembro).

Mg. Sergio Iván Ruiz Gaibor (Miembro).

DEDICATORIA

A mi Madre, Hermano y Familia quienes, con sus consejos, paciencia y el esfuerzo que hacen día a día me han permitido llegar a cumplir una meta más en mi vida, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y dedicación a pesar de las adversidades que puede tener en mi camino, me alentaron y confiaron en mí, y jamás les defraudaré, y que siempre confié en Dios, porque el guía mi camino.

Gabriela Dayana Illapa Illapa

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mis sinceros agradecimientos a Dios, quien me guio y me permitió estar donde estoy. A mis queridos docentes que son los conocimientos, experiencias me guiaron en esta etapa estudiante, agradezco a mi madre por apoyarme en todo momento, A mi familia, mi esposo, mi hija que han sido fuente de mi esfuerzo para seguir adelante y mi apoyo.

Gabriela Dayana Illapa Illapa

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL DIRECTOR	i
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	ii
CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR.....	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL.....	v
ÍNDICE DE CUADROS.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	x
INDICE DE IMÁGENES	x
TITULO	1
RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	3
A. FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA.....	4
2.1 Necesidad	4
2.2 Actualidad	7
2.3 Importancia	8
2.4 Presentación del problema de investigación a responder.....	9
2.5 Delimitación.....	10
2.5.1 Delimitación Espacial	10
2.5.2 Delimitación Temporal	10
2.6 Beneficiarios	10

	2.6.1 Directos	10
	2.6.2 Indirectos.....	10
B.	OBJETIVOS	11
	3.1 Objetivo General	11
	3.2 Objetivos Específicos.....	11
C.	ASIGNATURAS INTEGRADORAS	12
D.	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	14
	5.1 Análisis Situacional.....	14
	5.1.1 Para qué sirve el Análisis Situacional	15
	5.1.1.1 Importancia del Análisis Situacional	15
	5.1.2.1 Factores del Análisis Macroentorno.....	16
	5.1.2 Análisis Microentorno.....	17
	5.1.2.1 Factores del Análisis microentorno.....	17
	5.1.3 Análisis FODA.....	17
	5.1.4 Utilidad del FODA	18
	5.1.5 Análisis Interno	18
	5.1.6 Análisis Externo	19
	5.2 Manual de Servicios al usuario	19
	5.2.1 Importancia de un manual.....	20
	5.2.2 Ventajas de un Manual.....	21
	5.2.3 Gestión de calidad	21
	5.2.3.1 Procesos de servicios.....	22
	5.2.4 Indicadores de servicios	22
	5.2.5 Factores de Servicios al cliente	23
	5.3 Marco Legal	24

5.4	Marco Conceptual	28
E.	METODOLOGÍA	30
6.1	Materiales y equipos	30
6.2	Ubicación del Área de estudio	30
	6.2.1 Población.....	31
	6.2.2 Muestra.....	31
6.3	Tipos de Investigación/estudio.....	32
6.3.1	Investigación No experimental	32
6.3.2	Investigación Descriptiva.....	32
6.3.3	Investigación Exploratoria	33
6.3.4	Método Estadístico.....	33
6.3.5	Enfoque Cuantitativo	33
6.3.6	Investigación De Campo	34
6.3.7	Investigación Bibliográfica	34
6.3.8	Método Estadístico.....	35
6.3.9	Método Analítico	35
6.3.10	Herramientas	35
	6.3.10.1 Entrevista.....	35
	6.3.10.2 Encuestas.....	36
6.4	Metodología para cada objetivo	36
	6.4.1. Metodología para el Objetivo 1.....	36
	6.4.2. Metodología para el Objetivo 2.....	37
	6.4.3. Metodología para el Objetivo 3.....	39
F.	RESULTADOS.....	41
7.4.1.	Resultados del Objetivo 1	41

7.4.2. Análisis Foda de la Cooperativa de Transporte Centinela del Tena	55
7.4.3 • Diseñar una propuesta de implementación de un Manual de Servicio para los usuarios de la Cooperativa de Transportes Centinela Tena de la ciudad de Tena.....	59
G. CONCLUSIONES	81
H. RECOMENDACIONES	82
I. BIBLIOGRAFÍA	83
J. ANEXOS	88

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Árbol de Problema	9
Cuadro 2 Asignaturas Integradoras	12
Cuadro 3 Modelo de Análisis FODA.....	18
Cuadro 4 Materiales y Equipos	30
Cuadro 5 Matriz MAFE	38
Cuadro 6 Análisis FODA	55
Cuadro 7 Estrategias MAFE	57

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Frecuencia de uso de las unidades de transporte Centinela del Tena	42
Tabla 2 Calificación del servicio que le brinda la Cooperativa de transporte	43
Tabla 3 Estado físico de las unidades de transporte Centinela del Tena	44
Tabla 4 Evaluación del aseo de las unidades de transporte Centinela del Tena ..	45
Tabla 5 Calificación en base al cumplimiento de los horarios y recorridos establecidos	46
Tabla 6 Consideración de la Buena imagen personal de los trabajadores	47
Tabla 7 Trato ofrecido por los Trabajadores de la Cooperativa.....	48
Tabla 8 Expectativas del servicio de la Cooperativa	49
Tabla 9 Calificación en el sistema de ventas de Boletería	50
Tabla 10 Recomendación del uso de este Transporte	51

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Frecuencia de uso de las unidades de transporte Centinela del Tena ...	42
Gráfico 2 Calificación del servicio que le brinda la Cooperativa de Transporte Centinela del Tena.....	43
Gráfico 3 Estado físico de las unidades de transporte Centinela del Tena	44
Gráfico 4 Evaluación del aseo de las unidades de transporte Centinela del Tena	45
Gráfico 5 Calificación en base al cumplimiento de los horarios y recorridos establecidos	46
Gráfico 6 Consideración de la Buena imagen personal de los trabajadores	47
Gráfico 7 Trato ofrecido por los Trabajadores de la Cooperativa	48
Gráfico 8 Expectativas del servicio de la Cooperativa	49
Gráfico 9 Calificación en el sistema de ventas de Boletería.....	50
Gráfico 10 Recomendación del uso de este Transporte.....	51

INDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 Jerarquización de Variables	14
Imagen 2 Ubicación del Área de estudio	30
Imagen 3 Esquema del FODA	37

**MANUAL DE SERVICIO PARA LOS USUARIOS DE LA COOPERATIVA
DE TRANSPORTES CENTINELA TENA DE LA CIUDAD DE TENA.**

RESUMEN

El trabajo tuvo como objetivo la realización de un manual de servicio al usuario para la Cooperativa de Transporte Centinela del Tena, se utilizó herramientas para la recolección de datos y análisis como son: la entrevista estructurada, encuestas a los usuarios, describiendo a base de un enfoque cuantitativo, teniendo como método no experimental, exploratorio, descriptivo siendo herramientas absolutas para la recabación de información y encontrar las falencias internas, externas del lugar de investigación. Que el 52% utilizan diariamente el transporte Centinela del Tena, el 60% manifiestan que el servicio de la cooperativa satisface sus expectativas. Se identificó necesidades, los trabajadores han demostrado comportamientos, actitudes no deseadas en su puesto laboral, no tienen una guía administrativa que ayude a desarrollar relaciones humanas eficaces. En cuestión del uniforme un 56% usuarios manifiestan que mantiene una buena imagen personal para la prestación del servicio. Se concluye que existen deficiencias en la forma de conducción, cumplimientos de recorridos. Se obtuvo un 38% (143) usuario manifiesta que regularmente cumplen con los recorridos. Debido aquello se ha propuesto implementar un manual de servicio al usuario la misma que fortalecerá a la cooperativa y permitirá contrarrestar sus problemas, garantizando el buen servicio, la comunicación, las relaciones humanas.

Palabras clave: Manual, servicio, usuario, transporte

ABSTRACT

The objective of the work was the realization of a user service manual for the Sentinel del Tena Transport Cooperative, tools were used for data collection and analysis such as: structured interview, user surveys, describing based on a quantitative approach, having as a non-experimental, exploratory, descriptive method being absolute tools for collecting information and finding internal shortcomings, external to the place of investigation. That 52% use daily the Centinela del Tena transport, 60% state that the service of the cooperative meets their expectations. Needs were identified, workers have demonstrated behaviors, unwanted attitudes in their workplace, they do not have an administrative guide that helps develop effective human relationships. In terms of the uniform, 56% users state that it maintains a good personal image for the provision of the service. It is concluded that there are deficiencies in the way of driving, fulfillment of routes. It was obtained 38% (143) user states that they regularly comply with the routes. Because of this, it has been proposed to implement a user service manual which will strengthen the cooperative and counteract its problems, guaranteeing good service, communication, human relations.

Keywords: Manual, service, user, transport

Reviewed by

Lcda. Carmen Gutiérrez Heras, Mg
Languages Center Coordinator- IST Tena

A. FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA

2.1 Necesidad

El servicio al cliente se ha convertido en uno de los pilares fundamentales para desarrollo económico a nivel mundial, y no podía ser de otra manera en Latinoamérica, es de los factores importantes de una empresa u organización, debe ser relevante y tomado en cuenta en todo momento al ofrecer un producto o servicio. Todo tipo de organización debe comprender de una manera exacta y perceptible que al ofrecer un servicio este se basa de una buena atención y el esfuerzo que realice en cada una de ella. No se puede obviar que en los últimos años los clientes se han ido evolucionando y muestran una percepción y expectativa que causan más demanda y desean un servicio de alta calidad. En relación a lo mencionado, se sostuvo que:

Sin duda, el servicio al cliente constituye para las organizaciones una de las grandes exigencias que demanda adecuada atención para lograr una impecable prestación del mismo. Debido a su relevancia, las empresas realizan un gran esfuerzo por entregar a sus clientes este conjunto de actividades que implican una naturaleza propia, con el fin de lograr que el usuario se sienta complacido y lo encuentre acorde con el valor invertido por su adquisición. (García., 2016, p. 382)

Para concluir, el servicio al cliente es una prioridad competitiva, que en cualquier país es lo fundamental para la mejor relación que tiene empresa-cliente. El cliente debe recibir la primera impresión y ser el espectador que se deslumbre en el servicio que le ofrezca cualquier empresa. La clave para tener un cliente fidelizado es convertir un servicio regular a un servicio excelente, donde el cliente se integre a un ambiente lleno de confianza y satisfacción. Tener una cultura y valores es la única manera de hacer del servicio una prioridad realizada, es necesario el trabajo en equipo, compañerismo, y la cooperación de todos que conforman la organización para tener asegurado la calidad del servicio prestado.

El transporte es necesario en el sistema económico y humano. Al incluirse dentro del sistema, este pasa a ser un prestador de servicios siendo su función principal la integración de personas y así también trasladar bienes de un lugar a otro. Es un elemento funcional en cualquier país, sin embargo, las exigencias de los individuos ponen a prueba su funcionamiento, en cuanto el transporte pretende incrementar la eficiencia en la prestación de servicio en términos de calidad, comodidad, seguridad. En relación a lo mencionado se, sostuvo que:

El transporte es fundamental para el desarrollo económico de las ciudades, a través del movimiento físico de personas y mercancías. Crea oportunidades de empleo, conecta los centros de trabajo con sus trabajadores, permite la interacción social, disminuye costos, eleva la productividad e incrementa la calidad de vida de las personas. (Vega et al., 2017, p.3)

En este sentido el transporte en una ciudad es uno de ejes dinámicos que tiene constante movimiento y es estrictamente relacionado con la calidad y eficacia que puede ofrecer, se orienta al cumplimiento de las necesidades presentes y futuras del usuario. Considerando que el transporte es la herramienta permanente para la operación de actividades cotidianas de los individuos.

El sector de transporte de pasajeros es el generador de empleos e ingresos. En este sentido, Rodríguez & Becerra. (2014) sostuvo al respecto que:

El sector de transporte de pasajeros, al igual que otros sectores de la economía nacional, actualmente registra una serie de problemas relacionados con competitividad. Por lo anterior, instituciones como la ANDI, en el Tercer Congreso Nacional de Transporte de Pasajeros, identifica las siguientes problemáticas en el sector: No hay Homogeneidad en servicio de transporte, existencia de prelación de precios y deficiente control por parte del estado. (pág. 34)

La informalidad en el transporte de pasajeros, constituye una amenaza, debido a que no se garantiza al pasajero un buen servicio, las empresas formales, dejan de percibir utilidades, por tanto, es difícil invertir, innovar

y crecer. En consecuencia, el sector no puede crear, ni mantener ventajas competitivas.

Para concluir, en el sector de transporte de pasajeros, las unidades son los componentes primordiales para la operación y recorridos que se lleva a cabo a diferentes lugares dentro de una ciudad. Se ha evidenciado que existe una falta de intervención pública para regular la prestación de servicios y esto produce un déficit de calidad al usuario y no se obtiene un servicio aceptable. El usuario tiene esa percepción y satisfacción que pone a prueba todos los días al interactuar con cada trabajador de cualquier empresa, siempre será su punto de vista el factor predominante. Cumple con la misión de trasladar a las personas hacia su destino, a cambio del pago de una tarifa acordada y al destino. Donde los transportistas deben acoplarse a los horarios y rutas asignadas para la prestación del servicio.

El Servicio de Transporte dentro de una ciudad es notable, ya que permite la movilización diaria de las personas de un lugar a otro, para desempeñar diversas actividades que van desde acudir a establecimientos educativos y laborales, así también de la transportación de productos. El usuario tiene requerimientos constantemente que debemos satisfacer para crear confianza, seguridad, conformidad, recalando que la satisfacción del servicio se consigue solo con clientes altamente satisfechos.

2.2 Actualidad

Desde la posición de Collaguazo & Santamaria (2014) En la actualidad el Transporte Público de Pasajeros (TPP) “Este tipo de servicio, en el Ecuador, atraviesa una difícil situación, que principalmente se ve reflejado en un deteriorado servicio de transporte interprovincial de pasajeros a nivel nacional”. (Pág.1) En Ecuador el sector de transporte de pasajeros ha estado en total descuido, esto se debe a un gran déficit de malas prácticas de servicio que en su mayoría no son controlados adecuadamente o simplemente son ignorados sin los costos sociales que esta situación genere.

En conclusión, el servicio al usuario es lo básico y fundamental, siendo el transporte la herramienta de movilización más demandada para trasladarse a cualquier lugar, esto también recae al momento de prestar sus servicios, suscitando variedad de problemas como, por ejemplo, comportamiento, comodidad, seguridad y la poca experiencia que poseen ante cualquier situación.

El servicio es considerado como el factor más importante en el sistema del transporte de pasajeros, sin embargo, en muchas ocasiones puede ser el empleado el que no se encuentre capacitado para brindar un buen servicio, afectando el desarrollo y crecimiento de la empresa. La forma de llegar al usuario y dejar la mejor impresión, es otorgar el buen servicio que cumpla con su expectativa. Toda empresa debe tener alternativas que les ayuden a mejorar su forma de servir a un cliente, para garantizar que todas las actividades sean cumplidas y satisfacer sus mismas necesidades y del cliente. La cultura y los valores de la empresa deben impregnarse en cada integrante de la empresa, que sean capaces de introducirse en el sistema y ser parte de ello, y lograr una ventaja competitiva.

2.3 Importancia

En la actualidad la cooperativa de transporte Centinela Tena está conformada por 26 socios, se estimó que el 10% del personal tiene conocimiento de cómo atender las necesidades del usuario ya que su error es delegar a terceras personas (Oficiales o Auxiliares) sus actividades diarias. Desde ese momento generan incomodidad al pasajero al abordar a la unidad de transporte. Las inseguridades en las unidades son notables que se ven involucrados por el maltrato hacia los usuarios por los conductores y ayudantes y los usuarios no se sientan en un ambiente de respeto y a la final insatisfechos con el servicio brindado optan por utilizar las unidades de la competencia disminuyendo sus ingresos diarios percibidos.

El servicio al cliente dentro de la cooperativa de transporte Centinela Tena es la base fundamental para el desarrollo de las actividades económicas de la ciudad de Tena y así lograr la satisfacción del servicio y percibir ingresos a cada dueño de su unidad y tener un sustento económico para sus familias. Todos los esfuerzos deben estar orientados hacia el cliente, porque ellos son los que dan el movimiento a las actividades diarias de la cooperativa.

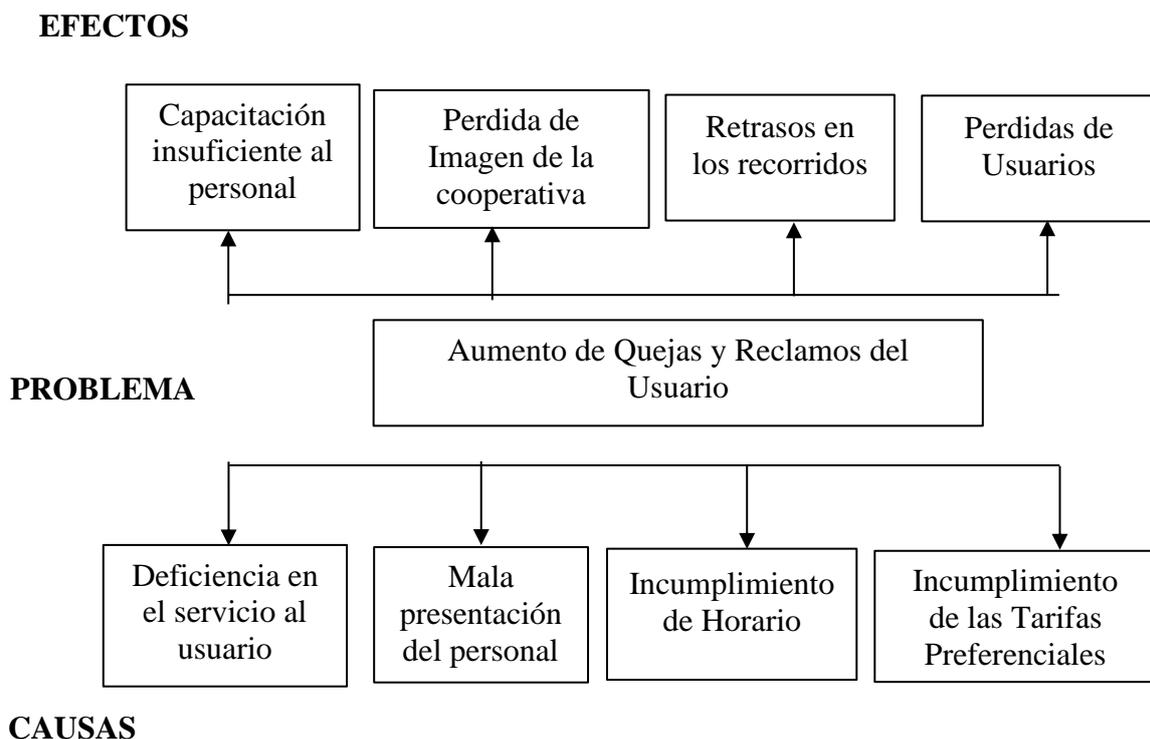
La Cooperativa de Transporte Centinela Tena busca el método de brindar un servicio de calidad por ello se ha visto la necesidad de **Diseñar un Manual de Servicio al Usuario** para el beneficio de la Cooperativa, este servicio debe estar sustentado parámetros que demuestren calidad en la oferta brindada como es la seguridad del usuario, su comodidad, el cumplimiento de horarios y recorridos y la breve resolución de las posibles quejas que se presenten.

2.4 Presentación del problema de investigación a responder

La problemática va encaminada a las siguientes preguntas: ¿Manual de servicio para los usuarios de la cooperativa de Transporte Centinela del Tena? y ¿Es importante diseñar un manual de servicio al usuario para la Cooperativa de Transporte Centinela de Tena?

La Cooperativa de Transporte Centinela de Tena cuenta con una gran afluencia de usuarios que optan por utilizar su unidad de transporte, pero esto no satisface por completo sus requerimientos, la falta de un buen servicio al cliente es la base del problema, por ello la cooperativa pierde su imagen corporativa, y no solo por eso, se ha encontrado falencias en la selección y contratación de personal que no cuenta con mucha experiencia o capacitaciones que les oriente como poder entregar o gestionar una buena atención y servicio al cliente. Esta estrategia suele ser a menudo menospreciada u olvidado por parte de ciertos socios que forman parte de la cooperativa, ya sea por ignorancia o por falta de interés. De ahí se desprende la propuesta de DISEÑAR UN MANUAL DE SERVICIO AL USUARIO PARA LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE CENTINELA DEL TENA.

Cuadro 1 Árbol de Problema



Campo: Administración

Área: Servicios

Aspecto: Manual de Servicios

Sector: Transporte

2.5 Delimitación

2.5.1 Delimitación Espacial

Provincia: Napo

Cantón: Tena

Ciudad: Tena

Parroquia: Tena

Barrio / Comunidad:

Asociación, empresa, emprendimiento: Cooperativa de Transporte de Pasajeros “Centinela del Tena”

2.5.2 Delimitación Temporal

El trabajo de investigación se desarrolló en el ciclo académico mayo 2022 – octubre 2022

2.6 Beneficiarios

2.6.1 Directos

Socios

2.6.2 Indirectos

Usuarios

B. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Elaborar un manual de Servicio para los usuarios de la Cooperativa de Transportes Centinela Tena de la ciudad de Tena.

3.2 Objetivos Específicos

- Ejecutar un análisis situacional al servicio que brinda la cooperativa de Transportes Centinela Tena.
- Evaluar el servicio que ofrece la Cooperativa de Transportes Centinela Tena a sus usuarios.
- Diseñar una propuesta de implementación de un Manual de Servicio para los usuarios de la Cooperativa de Transportes Centinela Tena de la ciudad de Tena

C. ASIGNATURAS INTEGRADORAS

Cuadro 2 Asignaturas Integradoras

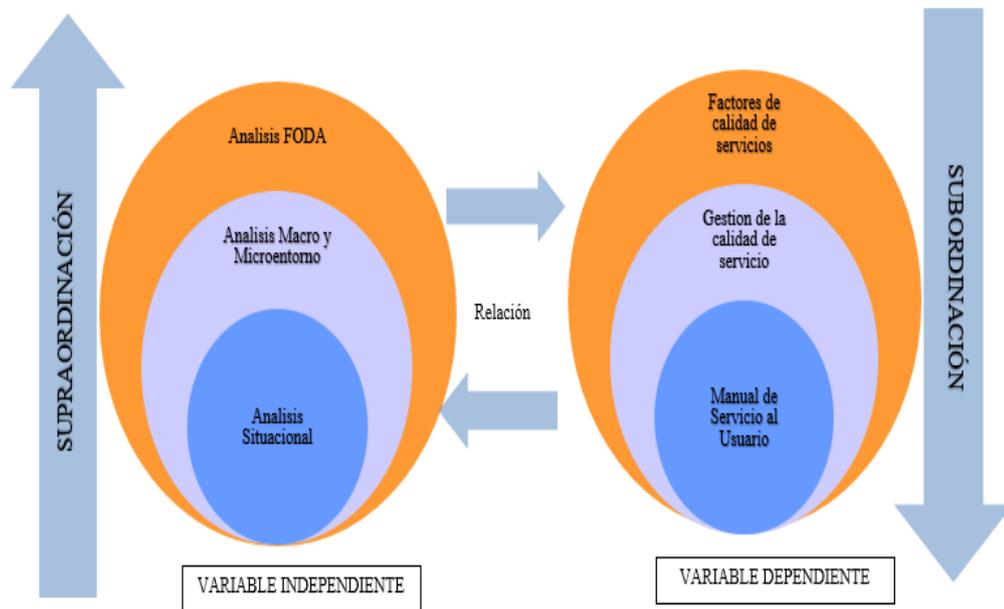
Línea de Investigación	Asignaturas	Resultados	Directa	Indirecta	
Aseguramiento de la Calidad de las Empresas públicas y privadas El Desarrollo del Talento Humano y las Empresas públicas y privadas	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	Analiza la importancia, características y componentes de la Planificación, su trayectoria y desarrollo alcanzado, diagnostica la situación actual de las organizaciones en sus procesos de Planificación Estratégica direccionamiento alcanzado y requerimiento para su crecimiento.	X		
	MICROECONOMÍA	Analiza el comportamiento de los mercados, su equilibrio y desequilibrio en el contexto de la realidad nacional.		X	
	MACROECONOMÍA	Analiza la oferta y demanda agregada, variables económicas, elaboración de flujogramas económicos, cálculo de la matriz insumo-producto en una matriz simplificada.			X
	INVESTIGACIÓN DEL MERCADO	Identifica el aporte de la investigación de mercado en las diferentes decisiones de las organizaciones de manera eficiente.	X		
	ADMINISTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	Interrelaciona la naturaleza y contexto de la Administración de la Producción y Operaciones desde sus orígenes y su proyección al futuro de acuerdo a teorías existentes para su mejor comprensión y entendimiento.			X
	MATEMÁTICA FINANCIERA	Determina el Interés simple, Interés compuesto y sus aplicaciones en la liquidación de documentos financieros, endeudamiento e inversiones a corto, mediano y largo plazo.		X	

MÉTODOS ESTADÍSTICOS	Describe los datos estadísticos con el fin de presentar la información en forma de resumen por medio de tablas y gráficos.	X
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	Formula la solución de problemas de índole administrativo aplicando metodologías y técnicas de investigación.	X
GESTIÓN DE TALENTO HUMANO	Efectúa un análisis básico de las modalidades de reclutamiento y selección de personal.	X
EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA	Identifica cada una de las características de la expresión oral y escrita a través de la lectura y análisis para expresarlas en documentos administrativos como: carta, solicitud, redacciones de certificados, instancias, informes, actas, cartas de presentación y recomendación y el memorándum.	X
CIUDADANÍA Y BUEN VIVIR	Planifica y construir los principios de convivencia ciudadana apoyada en los valores, de ética y honestidad bajo los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021.	X
LEGISLACIÓN LABORAL	Evalúa las diferentes modalidades de trabajo, reformas existentes de la intermediación laboral de acuerdo al mandato y establecer los sueldos básicos de los sectores productivos conforme a las tablas sectoriales.	X
LIDERAZGO Y EMPRENDIMIENTO	Distingue los componentes de un estilo de liderazgo centrado tanto en logro de las tareas como en la calidad de las relaciones entre los integrantes del equipo con elevado grado de responsabilidad.	X
HERRAMIENTAS DE COLABORACIÓN DIGITAL	Maneja adecuadamente el procesador de texto, hoja electrónica y elaboración de presentaciones mediante diapositivas.	X

Fuente: Sílabos de las Asignaturas de TSAMD 2022

D. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Imagen 1 Jerarquización de Variables



5.1 Análisis Situacional

El análisis situacional es un método que se enfoca en realizar un estudio de los factores internos y externos que puedan causar problemas en la empresa, posteriormente buscar las soluciones precisas y correctas para las situaciones que están viviendo. (Guilcapi, 2014, p.45) Para recalcar, esta herramienta es el pilar fundamental del inicio del estudio que permitirá desenredar cualquier problema y así establecer actividades para dar soluciones a las preocupaciones de la organización.

5.1.1 Para qué sirve el Análisis Situacional

El análisis estudiara los factores internos y externos que afecten directa e indirectamente a cualquier organización. En este sentido, Sy Corvo (2022) sostuvo al respecto:

Analiza tanto los factores del macro entorno, que afectan a muchas empresas, como los factores del micro entorno, que afectan específicamente a una empresa. El propósito es indicarle a una empresa sobre su posición organizacional y del producto, así como su supervivencia general dentro del entorno. También significa pronosticar los resultados si se toma una decisión en cualquier dirección.

Para concluir, el análisis permite conocer la situación actual y los posibles problemas a futuro y así diseñar estrategias se puede emplear para el crecimiento y posicionamiento en el mercado.

5 1.1.1 Importancia del Análisis Situacional

El análisis define con precisión y cautela los factores externos como internos. En este sentido, Sy Corvo (2022) sostuvo al respecto:

Un componente fundamental de cualquier plan de negocios y periódicamente debe verificarse para certificar que se mantenga actualizado. Un análisis situacional delimita tanto los factores externos como internos de una empresa, identificando su entorno empresarial, sus capacidades, clientes actuales y potenciales, y el impacto que pueden causar en la organización.

Para concluir este análisis identifica los problemas que se están suscitando en una empresa e identifica los posibles elementos donde se están prodigando este recurso analítico.

5.1.2 Análisis Macro entorno

El análisis macroentorno son las fuerzas mayores que engloban todo el entorno global externo influyendo sobre cualquier empresa, optimizando las oportunidades en consecuencia provocar desafíos en la compañía (Kotler y Armstrong 2013).

Recalcando esta información se puede orientar a buscar posibles soluciones en cuanto a su idea principal es el estudio del entorno global de un contexto problemático para lo cual se debe buscar procedimientos correctivos inmediatos y que sean inclusivos.

5.1.2.1 Factores del Análisis Macroentorno

Según Kotler y Armstrong (2013) Lo factores son los siguientes:

- **Entorno Demográfico:** Estudia la población y su distribución. Incluye a todas las personas que componen el mercado y se basa en cambios en la estructura de edad de la población, cambios en los hogares, cambios en la geografía y el crecimiento de la población mundial.
- **Entorno Económico:** Investigación sistemática sobre el entorno en el que operan las empresas; también se enfoca en analizar las implicaciones y desafíos de una economía abierta y global.
- **Entorno Cultural:** Estudia a los individuos a la forma de su descendencia cultural o patrimonial en base a su nación, permitiendo conocer sus creencias, valores.
- **Entorno político y legal:** Se hace referencia que las decisiones se acogerán a las normas que las empresas se rigen.
- **Entorno Tecnológico:** los avances tecnológicos ha sido el fenómeno importante en todos los procesos administrativos y permitiendo mejorar las presentaciones de los servicios al mundo en diferentes plataformas.

5.1.2 Análisis Microentorno

El análisis microentorno son factores cercanos y directas con la empresa, que afectan al desempeño de los competidores, clientes, proveedores, canales de distribución influyendo en su capacidad de servir al cliente (Kotler y Armstrong, 2013). Recalcando son factores que inciden y son constantes en las posibles afectaciones que producen a cada uno de elementos del entorno.

5.1.2.1 Factores del Análisis microentorno

Según Kotler y Armstrong (2013) los factores del Análisis Microentorno

- **Proveedores:** Son intermediarios encargados de proporcionar a las empresas un conjunto de recursos necesarios para el proceso productivo.
- **Competencia:** Aquella empresa que domina una industria utilizando tácticas desfavorables para obtener una ventaja estratégica y posicionarse con sus productos o servicios en el mercado.
- **Intermediarios de Marketing:** Son organizaciones de negocios independientes que ayudan a las personas a publicitar, vender y distribuir todos sus productos a los clientes finales.
- **El Público:** personas o grupo de personas tiene interés existente y fuerte sobre la capacidad de una empresa para cumplir sus objetivos.
- **El Cliente:** La satisfacción del cliente es el principal objetivo de cualquier empresa, por lo que cualquier esfuerzo sobre ellos beneficiará a la organización.

5.1.3 Análisis FODA

Es una herramienta de gestión aplicable tanto a organizaciones privadas como públicas, que ayuda a evaluar la situación en la organización e identificar factores que influyen y requieren la organización pública desde el exterior” (Barrios, 2016). Esta herramienta facilita la implementación de estrategias, aprovechando sus oportunidades y minimizando sus debilidades.

Dicho esto, el análisis Foda es una técnica identificadora para encontrar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y amenazas de una organización. Este análisis en la base central de un proyecto, te ayuda a verificar los factores que pueden influir negativamente o positivamente a tu organización y a partir de eso se logra eficientes decisiones y las acciones pertinentes.

Cuadro 3 Modelo de Análisis FODA

MODELO DE ANALISIS FODA		
	POSITIVO	NEGATIVO
INTERNO	Fortalezas	Debilidades
EXTERNO	Oportunidades	Amenazas

Fuente: Barrios, 2016

5.1.4 Utilidad del FODA

El análisis FODA se utiliza para hacer un diagnóstico preciso y completo de un proyecto, utilizando información relevante para hacer una elección informada de un modelo o sus posibles caminos (Uriarte, 2019).

Recalcando el análisis Foda es un instrumento útil para la lluvia de ideas, permite diagnosticar el problema, entender que tan efectiva es emplear este análisis en una organización. Determina la dirección del desarrollo o simplemente proporciona una base de ayuda para los directivos de la organización que oriente el modo en que esta funciona.

5.1.5 Análisis Interno

El análisis interno examina los factores clave que han determinado el desempeño pasado, evalúa su desempeño e identifica las fortalezas y debilidades de la organización en actividades y actividades relacionadas con la misión (Trujillo, 2018).

Ante lo dicho es desarrollar una auditoría interna en una organización donde se evidencia las fortalezas y debilidades que en una parte son capacidades y recursos

que atribuyen positivamente a la gestión de la empresa y por otro lado son factores negativos que obstaculizan el adecuado desempeño de la empresa.

5.1.6 Análisis Externo

El análisis externo se refiere a la identificación de factores fuera de la empresa que afecta a la organización y determinan su desempeño positivo (oportunidades) y negativo (amenazas). El propósito del análisis es identificar las amenazas y oportunidades que crea el entorno externo para las operaciones y funciones de la organización” (Trujillo, 2018).

Recalcando son las circunstancias externas que afectan y favorecen el desarrollo de la empresa. Las oportunidades son fuerzas impulsadoras que deben ser diagnosticadas e implementadas rápidamente en la empresa. Las amenazas son factores que tienden a perjudicar directa o indirectamente el desarrollo potencial. Primero conocerlas para actuar.

5.2 Manual de Servicios al usuario

El servicio al cliente es el conjunto de actividades que permiten a una empresa interactuar con las personas que necesitan un producto o servicio. El servicio al cliente se basa en el comercio por naturaleza, por lo que su capacitación debe estar alineada con la estrategia comercial de la organización (Torrenegra, 2017)

Es una herramienta donde los empleados pueden guiarse para llevar a cabo las actividades diarias. Recalcando es un documento que contiene toda la información que sus empleados necesitan para adquirir experiencia. Cuando combina esto con un excelente enfoque centrado en el cliente, es más fácil sentar las bases para el éxito de su negocio.

La atención al cliente es una actividad desarrollada por una organización enfocada a satisfacer las necesidades de los clientes, aumentando la eficiencia y la

competitividad (Godoy, 2011, p. 25) Por lo tanto, necesitamos sensibilidad y visualización de las prioridades que deben ser respondidas en el momento oportuno. Servicio. Por esta razón, necesitamos empatizar y visualizar prioridades a las que se debe responder en tiempo y forma y así poder establecer las funciones que debe desempeñar cada empleado en relación con el puesto que logran crear un entorno satisfactorio para los usuarios en su servicio.

Martínez (2021) El servicio de calidad y los sentidos humanos pueden ser respaldados por herramientas organizacionales como un manual de servicio al usuario que actúa como un mapa de navegación para todos los empleados de la organización. El documento incluye elementos como misión, visión y objetivos de servicio, estándares y atención a la discapacidad, canales de atención y protocolos para condiciones especiales, utilizando un enfoque humanitario conceptual y estructuralmente. (pag.100)

5.2.1 Importancia de un manual

El Manual de Procesos y Procedimientos tiene como propósito principal apoyar el desarrollo de los procedimientos que las organizaciones deben implementar en su día a día para asegurar el cumplimiento de cada jurisdicción constitucional o estatutaria. Definir y lograr la misión a través de una visión procesable (Sánchez, 2013).

Explicar en detalle los procedimientos operativos de la organización; gracias a ellos podemos evitar los grandes errores que suelen ocurrir en las áreas funcionales de la empresa

Los manuales son una importante herramienta de gestión porque buscan ser lo más eficaces y eficientes posibles en el desempeño de las labores que se les encomiendan, con el fin de lograr los objetivos de cada empresa, así como de la unidad administrativa que la integra. Esencialmente, un manual es una forma de comunicar las decisiones gerenciales sobre políticas, organización y procedimientos. En la gestión moderna, el número y la frecuencia de tales decisiones que aumentan constantemente.

5.2.2 Ventajas de un Manual

Las actividades deben documentarse, analizarse y simplificarse, y deben establecerse procedimientos para respaldar las buenas prácticas que aumentan la eficiencia y la eficacia, evitan la pérdida de tiempo, esfuerzo y materiales, y mantienen una cultura de calidad centrada en el cliente (García, 2016, p. 382).

Permiten a los usuarios contar con una guía o tutorial que les permitirá mejorar la atención a sus usuarios.

- Cualquiera puede obtener acceso para crear su propio perfil.
- Fácil de usar y aprender.
- Las personas en diferentes partes del mundo pueden acceder al trabajo en el mismo documento o biblioteca.
- Capacidades de publicación web mejoradas para usuarios no técnicos
- Es una herramienta flexible que se puede utilizar en una variedad de aplicaciones. Estas son herramientas gratuitas.
- Le permite recibir mensajes consecutivos.

Un manual bien escrito puede ser una valiosa herramienta de gestión. Esto queda claro cuando considera que las pautas se han convertido en la forma en que opera toda la organización, incluso como simples puntos de entrada; es decir, son expresiones específicas del pensamiento gerencial que se enfocan en la interdependencia de sistemas con diferentes funciones y actividades.

5.2.3 Gestión de calidad

Gestión de la Calidad se entiende al conjunto de “una serie de actividades coordinadas que gestionan y controlan una organización con respecto a la calidad”. Históricamente, la función se desarrolló como una combinación compleja de métodos prácticos e ideologías para simular enfoques que pueden resolver problemas complejos de gestión organizacional, lo que sugiere que la gestión de

calidad es un enfoque sistemático para el desempeño organizacional hazlo de acuerdo al plan (Mejías et al.,2018)

La calidad, por su parte, es la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, y es un conjunto de herramientas diseñadas para prevenir errores o desviaciones que puedan ocurrir en el proceso de obtención de un producto o servicio con su ayuda. Primero, se debe enfatizar que el problema no es detectar errores cuando ocurren, sino prevenir errores antes de que ocurran, de ahí la importancia de los errores en el sistema de gestión de la organización. De nada sirve corregir constantemente los errores si no aprendemos de ellos y tratamos de anticiparnos a su ocurrencia.

5.2.3.1 Procesos de servicios

Según Arbos (2012) los servicios “es una actividad que implica un contacto directo y personal con los clientes”. Por eso es tan importante que no influya en actividades que lo pongan en un aprieto y reduzcan la satisfacción general del cliente.

El proceso de servicio consiste en brindar un servicio excelente para mantener la lealtad de los clientes existentes y atraer nuevos usuarios. Esto es extremadamente importante porque no importa qué tan bueno sea nuestro servicio, un mal servicio al cliente puede afectar sus ingresos.

5.2.4 Indicadores de servicios

Según (Andrada, 2019) “Los indicadores engloban mucha información sobre el estado de la calidad, así como las mejoras potenciales de un determinado nivel de servicio”. Dicha información puede ser abrumadora, por lo que, para facilitar su análisis, comprensión y comparabilidad, se elaboran adicionalmente o indicadores de calidad de servicios los indicadores se pueden reorganizar también atendiendo a s tipología: excelencia, servicio, seguridad, puntualidad, usabilidad, accesibilidad o capacidad.

De tal manera los indicadores de servicio cumplen la función de medir el nivel de calidad de un producto o servicio brindado a una audiencia en particular.

5.2.5 Factores de Servicios al cliente

Se recomienda medir la eficiencia. Los servicios de pasajeros deben analizarse frente a los niveles de servicio requeridos en relación con los niveles de servicio reales. Este análisis permitirá a los gestores de transporte implementar estrategias para mejorar los servicios que prestan. De acuerdo a los principales componentes que se pueden considerar en la evaluación de la calidad del tráfico, se utiliza como medida del nivel de calidad de los servicios de transporte público. (Morocho & Rodríguez , 2019).

Recalcando los factores son componentes que influyen a la eficacia del servicio convirtiéndose en los aspectos más importantes y determinantes del éxito.

5.3 Marco Legal

LEY ORGANICA DE TRANSPORTE TERRESTRE, TRANSITO Y SEGURIDAD VIAL

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto la organización, planificación, fomento, regulación, modernización y control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, con el fin de proteger a las personas y bienes que se trasladan de un lugar a otro por la red vial del territorio ecuatoriano, y a las personas y lugares expuestos a las contingencias de dicho desplazamiento, contribuyendo al desarrollo socio-económico del país en aras de lograr el bienestar general de los ciudadanos.

Art. 2.- La presente Ley se fundamenta en los siguientes principios generales: el derecho a la vida, al libre tránsito y la movilidad, la formalización del sector, lucha contra la corrupción, mejorar la calidad de vida del ciudadano, preservación del ambiente, desconcentración y descentralización interculturalidad e inclusión a personas con discapacidad.

En cuanto al transporte terrestre, tránsito y seguridad vial, se fundamenta en: la equidad y solidaridad social, derecho a la movilidad de personas y bienes, respeto y obediencia a las normas y regulaciones de circulación, atención al colectivo de personas vulnerables, recuperación del espacio público en beneficio de los peatones y transportes no motorizados y la concepción de áreas urbanas o ciudades amigables.

Art. 3.- El Estado garantizará que la prestación del servicio de transporte público se ajuste a los principios de seguridad, eficiencia, responsabilidad, universalidad, accesibilidad, continuidad y calidad, con tarifas socialmente justas.

Art. 4.- Es obligación del Estado garantizar el derecho de las personas a ser educadas y capacitadas en materia de tránsito y seguridad vial, en su propia lengua y ámbito cultural. Para el efecto, el Ministerio del Sector de la Educación en coordinación con la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, desarrollarán los programas educativos en

temas relacionados con la prevención y seguridad vial, principios, disposiciones y normas fundamentales que regulan el tránsito, su señalización considerando la realidad lingüística de las comunidades, pueblos y nacionalidades, el uso de las vías públicas, de los medios de transporte.

TITULO I

De las Condiciones de Transporte Terrestre

Art. 40.- El transporte terrestre de personas y bienes es un servicio esencial 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 terrestre, 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 responder 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, reglamentos técnicos y homologaciones que para cada modalidad y sistema de servicio estuvieren establecidas por la Agencia Nacional de Tránsito.

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 terrestre, tránsito y seguridad vial y demás valores agregados que ofrezcan las operadoras de transporte a sus usuarios.

Estandarización. - A través del proceso técnico de homologación establecido por la ANT, se verificará que los vehículos que ingresan al parque automotor cumplan con las normas y reglamentos técnicos de seguridad, ambientales y de comodidad emitidos por la autoridad, permitiendo establecer un estándar de servicio a nivel nacional.

Medio Ambiente. - El estado garantizará que los vehículos que ingresan al parque automotor a nivel nacional cumplan con normas ambientales y promoverá la aplicación de nuevas tecnologías que permitan disminuir la emisión de gases contaminantes de los vehículos.

CAPITULO I

De la Atención Preferente a Pasajeros

Art. 41.- Gozarán de atención preferente las personas con discapacidades, adultos mayores de 65 años de edad, mujeres embarazadas, niñas, niños y adolescentes. Para el efecto, el sistema de transporte colectivo y masivo dispondrán de áreas y accesos especiales y debidamente señalizados, en concordancia con las normas y reglamentos técnicos INEN vigentes para estos tipos de servicio.

Art. 42.- El sistema de transporte terrestre 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. La Agencia Nacional de Tránsito y los GADs, en el ámbito de sus competencias, controlarán el cumplimiento de estas obligaciones.

Art. 43.- Las personas a las que se refiere este capítulo tendrán derecho a embarcar al bus en forma previa y 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. 44.- Las sillas de ruedas, coches para bebés, camillas, muletas u otros equipos que requieran las personas referidas en este capítulo, serán transportadas gratuitamente como equipaje prioritario.

Art. 45.- Las personas citadas en este capítulo tendrán derecho a acceder directamente a la boletería para la compra de pasajes o cualquier otra gestión sin hacer fila.

Art. 46.- Tendrán derecho a las tarifas preferenciales:

1. Las personas con discapacidad que cuenten con el carné o registro del Consejo Nacional de Discapacidades, según el artículo 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 básico y bachillerato que acrediten su condición mediante presentación del carné estudiantil otorgado por el Ministerio de Educación, pagarán una tarifa preferencial del 50% bajo las siguientes condiciones:
 - a) Que el servicio lo utilicen durante el periodo o duración del año escolar.
 - b) Que lo utilicen 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.

3. Las niñas, niños y adolescentes, pagarán una tarifa del 50%. Los niños, niñas y adolescentes hasta los 16 años de edad no estarán en la obligación de presentar ningún documento que acredite su edad. Los adolescentes estudiantes desde los 16 años de edad en adelante accederán a la tarifa preferencial mediante la presentación de su cédula de identidad.

4. 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.

En todos los casos, el servicio prestado será en las mismas condiciones que los demás pasajeros que pagan tarifa completa.

Art. 66.- El servicio de transporte público intracantonal, es aquel que opera dentro de los límites cantonales. La celebración de los contratos y/o permisos de operación de estos servicios será atribución de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales o Metropolitanos o de la Agencia Nacional en los cantones que no hayan asumido la competencia, 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.

5.4 Marco Conceptual

Calidad: Se basa en la satisfacción del cliente interno y externo. La calidad es el conjunto de rasgos y características de un bien o servicio que se relacionan con su capacidad para satisfacer una necesidad específica o implícita.

Cooperativa: Son corporaciones centradas en las personas que pertenecen, están controladas y administradas por sus miembros en respuesta a las necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales compartidas.

Indicadores: Es una característica específica, observable y medible que se puede utilizar para demostrar los cambios y el progreso de un programa hacia un resultado particular.

Problema: Cuestión que se plantea para hallar un dato desconocido a partir de otros datos conocidos, o para determinar el método que hay que seguir para obtener un resultado dado.

Procesos: es una serie de pasos, organizados de acuerdo con cierta lógica, para lograr un cierto resultado.

Servicios: las actividades, intereses o placeres alquilados o vendidos son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad.

Usuario: Es aquel individuo que utiliza de manera habitual un producto, o servicio. Es un concepto muy utilizado en el sector informático y digital.

Transporte: Medio por el cual son trasladados mercadería, objetos o seres vivos de un lugar a otro.

Seguridad: La seguridad es un estado de control sobre los peligros y las condiciones que pueden causar daño físico, mental o material para proteger la salud y el bienestar de las personas y las comunidades.

E. METODOLOGÍA

6.1 Materiales y equipos

Cuadro 4 Materiales y Equipos

Materiales	Equipos
Internet (Napo TV Fibra Óptica)	Laptop (hp EliteBook Intel inside CORE i5vPro)
Empastado	Celular (Huawei Y9 primer 2019)
Anillado	

6.2 Ubicación del Área de estudio

El proyecto de titulación se realizó en el Terminal Centinela del Tena, ubicado en el Cantón Tena.

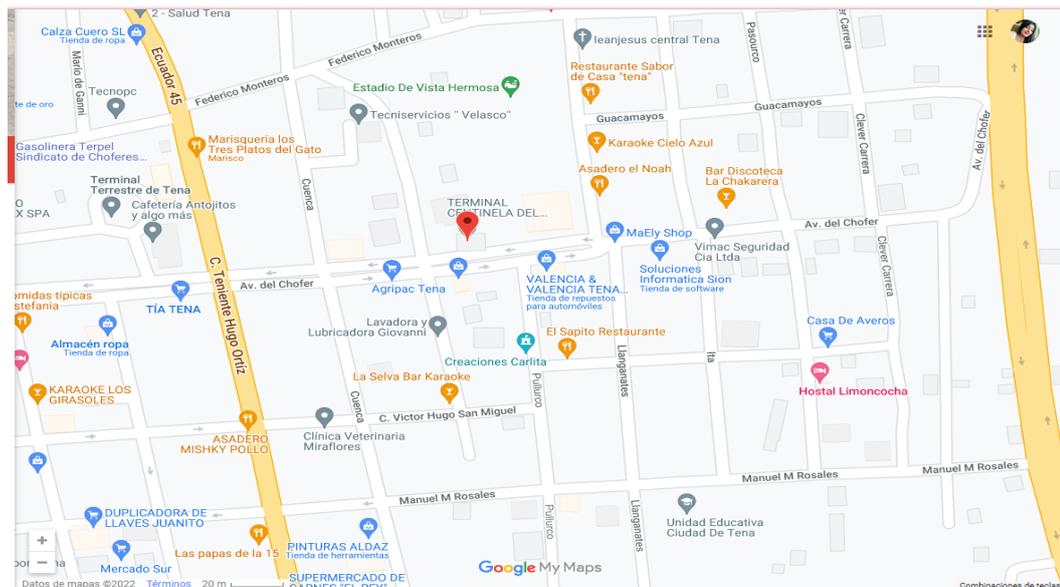
Dirección: Calle Víctor Hugo Vasco

Ciudad: Tena/Napo

Teléfono: 062-887-928

Email: centinela_del_tena@yahoo.es

Imagen 2 Ubicación del Área de estudio



Fuente: Google Maps 2022

6.2.1 Población

La población utilizada en la investigación pertenece Al Cantón Tena provincia de Napo. En su último y vigente censo se tuvo una población de 60.880 habitantes en el 2010; la tendencia de crecimiento de la población al 2020 será mayor en el Tena urbano que en el resto de parroquias se constituye en un sector multiétnico y pluricultural, su población actualmente llega a los 60.880 habitantes, de la cual el 61,7% de la población viven en la zona rural y el 38% en la zona urbana de Tena.

6.2.2 Muestra

Para establecer el número de la población, se accedió a la página del GAD Municipal de Tena, donde N es la población resultante, se considera que es de 60.880 habitantes considerando la zona urbana y rural del cantón Tena. De la cual hemos tomado toda la población del Cantón Tena.

La muestra obtenida para la investigación se la tomó de la población mediante la siguiente fórmula:

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

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Universo o población

z= Coeficiente de nivel de confianza

p= Probabilidad a favor

(1-p) = Probabilidad en contra

e= Error de estimación

$$\begin{aligned} n &= \frac{N * Z^2 * p * (1 - p)}{(N - 1) * e^2 + Z^2 * p(1 - p)} \\ n &= \frac{60.880 * (1,96)^2 * 0,5 * (0,5)}{(60.880 - 1) * 0,05^2 + 1,96^2 * 0,5(0,5)} \\ n &= \frac{58469,152}{153.1579} \\ n &= 381 \end{aligned}$$

Datos:

$N = 60.880$

$z = 95\% = 1,96$

$p = 0,5$

$(1-p) = 0,5$

$e = 0,05$

6.3 Tipos de Investigación/estudio**6.3.1 Investigación No experimental**

La investigación no experimental es aquella que el investigador realiza mediante una observación minuciosa, sin la manipulación de las variables del estudio los sucesos identificados en su ambiente natural para su respectivo análisis (Sampieri, 2014, p. 152). Por tal motivo se utilizó esta investigación en su totalidad, se realizaron las observaciones pertinentes en cada momento de estudio, en consecuencia, procesando la información autentica, clara y concreta que se obtuvo sin ninguna alteración de su veracidad, Asimismo estudiarlos y formular una evaluación que ayude a mejorar las condiciones del lugar.

6.3.2 Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva Esto incluye especificar todos los aspectos similares del fenómeno en estudio, presentar planes detallados para determinar la estructura y el comportamiento, y analizar los datos de acuerdo con la realidad (Guevara et al., 2020, p.163). A través de este método nos ayudara a encontrar el diagnóstico actual del sitio a estudiar, entregándonos una información real para diseñar una estructura base con las observaciones claras y precisas.

6.3.3 Investigación Exploratoria

La investigación exploratoria es un tipo de investigación que explora un problema que aún no se encuentra claramente definido, en consecuencia, provoca incertidumbre y desconfianza en los resultados obtenidos (Sampieri, 2014, p.97). en definitiva, para una excelente investigación y dar solución a un problema identificado mediante la problemática planteada y desarrollando un árbol de problemas, daremos solución mediante la previa obtención de datos, en base a una encuesta y entrevista realizada, y sin alterar ni manipular la información, interpretando cada resultado de manera real, específica y entendible libremente si los resultados tengan un porcentaje de insatisfacción y aceptación.

6.3.4 Método Estadístico

Indica los procedimientos que permiten presentar, resumir, describir y comparar un conjunto de datos numéricos, instrumentos válidos para resumir la información en unas pocas medidas que nos permitan conocer, describir e interrelacionar las variables de la investigación para la posterior toma de decisiones (Lafuente & Marín,2008).

Es una serie de procedimientos para el control de los datos sea cuantitativos y cualitativos, permitiendo comprar cualquier hipótesis o relacionar cualquier resultado obtenido, y tomar decisiones acertadas.

6.3.5 Enfoque Cuantitativo

El enfoque cuantitativo es un estudio donde se refuta una hipótesis a base de la recolección de datos, estadísticos y numéricos, permitiendo conocer los comportamientos y teorías para la obtención de resultados (Sampieri,2014, p.4). Con base a lo expuesto la presente investigación tendrá un enfoque cuantitativo ya que se recolectará información mediante encuestas que permitirán el previo análisis

de datos para contestar las preguntas planteadas y establecer con precisión los resultados de la investigación.

6.3.6 Investigación De Campo

Consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos sin manipular o controlar variables. Estudia fenómenos sociales en su ambiente natural (Palella & Martins, 2012, pág. 88). La investigación de campo se realizó en las instalaciones de la organización, esto proporcionará un enlace directo a la situación actual de la unidad. El objetivo es recopilar y registrar datos relacionados con el tema de investigación para la cual se utilizaron los instrumentos necesarios a saber del personal que trabaja en una organización.

6.3.7 Investigación Bibliográfica

Se basa en una revisión sistemática, rigurosa y en profundidad de cualquier tipo de material documental. Intenta analizar un fenómeno o establecer una relación entre dos o más variables. Al elegir este tipo de estudio, los investigadores utilizan documentos; recopilar, seleccionar, analizar y presentar resultados coherentes. (Palella & Martins, 2012, pág. 87) Este estudio reunirá más información para desarrollar el estudio, en libros, Internet, tesis y artículos relacionados con el tema en estudio, la información se recopilará en bibliotecas y los resúmenes comparten características temáticas similares requeridas para el análisis que permitirá un buen desarrollo trabajo de investigación.

6.3.8 Método Estadístico

Este método especifica procedimientos que nos permiten presentar, resumir, describir y comparar un conjunto de datos numéricos o encontrar herramientas efectivas para agregar información en un conjunto de indicadores que nos permiten comprender, describir y correlacionar variables de investigación para una toma de decisiones posterior (Lafuente & Marín, 2010, pág. 7). Permitirá la tabulación de los datos obtenidos de la encuesta, de manera estadística, reflejada en gráficos con los porcentajes de cada ítem.

6.3.9 Método Analítico

Este método implica tomar partes de un todo para examinarlas por separado y examinarlas para ver las conexiones entre ellas, por ejemplo, es un método de investigación para dividir el todo en partes. El único propósito es observar la naturaleza y las consecuencias de los fenómenos. Este enfoque sin duda contribuye a una mejor explicación y comprensión de los fenómenos estudiados, así como a la creación de nuevas teorías. (Gomez, 2012, pág. 16).

6.3.10 Herramientas

6.3.10.1 Entrevista

Mediante esta técnica, el investigador obtiene información sobre el punto de vista y la experiencia de individuos o grupos. Generalmente se define como diálogo y puede ser de diferentes tipos: estructurado, semiestructurado o incluso informal (Neill & Cortez Suárez, 2018). La técnica de la entrevista se aplica principalmente a la gestión, ya que el gerente tiene un conocimiento profundo del funcionamiento de la cooperativa que está bajo su responsabilidad, con el único objetivo de obtener información útil que le permita aplicar posteriormente las reglas, pasos, procesos de calidad donde le guía a dar un buen servicio.

6.3.10.2 Encuestas

Una encuesta es una técnica que tiene como objetivo recopilar datos de un número de personas cuyas opiniones anónimas son de interés para el investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utilizó una lista escrita de preguntas, que se entregó a los sujetos para que también respondieran por escrito. Ese listado se denomina cuestionario Bajaña (2012). Para obtener datos importantes y comentarios de todos integran una cooperativa, se aplicará un cuestionario con preguntas relevantes al tema de investigación.

6.4 Metodología para cada objetivo

6.4.1. Metodología para el Objetivo 1

Mediante una solicitud se solicitó al Gerente de la Cooperativa de Transporte Centinela del Tena todas las facilidades del caso para la investigación del Trabajo de Integración Curricular con fines estrictamente académicos. (**Ver anexo 1**) y con la autorización del estudio se dio paso a realizar la investigación (**Ver anexo 2**).

Ejecutar un análisis situacional al servicio que brinda la cooperativa de Transportes Centinela Tena.

Se procedió a la investigación de campo para extraer datos e información directamente del centro de estudio, con el fin de dar respuesta a alguna situación o problema planteado previamente, de manera rápida y eficaz. Aplicando la encuesta, como una herramienta de estudio para la investigación de campo de forma virtual con la facilidad de obtener rápidamente los datos tabulados, la encuesta contiene 10 preguntas cerradas que estuvieron basadas en la escala de Likert y alternativas dicotómicas, en cuanto a 5 y 3 ítems (**Ver anexo 3**) de 381 respuestas de acuerdo a las variables del mismo. La encuesta se dirigió netamente a la población del cantón Tena, personas de varias comunidades fueron encuestadas mediante un dispositivo electrónico para agilizar el proceso.

6.4.2. Metodología para el Objetivo 2

- **Evaluar el servicio que ofrece la Cooperativa de Transportes Centinela Tena a sus usuarios.**

Para la determinación del objetivo se realizó un análisis FODA la cual consiste en una herramienta diseñada para comprender la situación actual de la Cooperativa de Transporte Centinela del Tena que facilita conocer y evaluar las condiciones de operación reales de una organización, a partir del análisis cualitativo de esas cuatro variables principales, que son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con el fin de proponer acciones y estrategias mediante una matriz FODA para su beneficio, cabe recalcar que servirán para plasmar aspectos específicos como la misión, visión y estrategias, con el objetivo de dar una directriz acorde a la necesidad y falencias que posee la Cooperativa de Transporte Centinela del Tena.

Mediante la aplicación de entrevista estructura a la Cooperativa de Transporte Centinela del Tena. **(Ver anexo 4)**

Por esta razón, se utilizó el esquema de Foda donde se presentarán las fortalezas, debilidades, Amenazas, oportunidades encontradas en la entrevista realizada, en ese orden comprender la situación de la cooperativa

Imagen 3 Esquema del FODA



Fuente: Mundial.com 2018

La Matriz MAFE

Estrategias (MAFE) derivan directamente de la matriz FODA le permite asegurar el uso de fuerza interna para aprovechar las oportunidades externas y la reducción de riesgos, uso de fortalezas. Por lo tanto, se busca contrarrestar las debilidades y neutralizar amenazas. Por supuesto, arreglar los puntos débiles, aprovechar las oportunidades internas. (Trejo et al, 2016, p. 11)

Por ende, se desarrolló esta matriz MAFE para resaltar las estrategias planteadas para fortalecer, minimizar, maximizar y aprovechar los factores internos y externos de la cooperativa que ayude al mejoramiento del servicio al usuario.

Cuadro 5 Matriz MAFE

MATRIZ MAFE		
FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Recursos son percibidos como valiosos y competitivos por la organización al igual que los logros que aporta circunstancias sociales favorables.	Se define como un elemento que hace vulnerable a una organización, o simplemente una actividad que una empresa realiza mal, dejándola en una posición de debilidad.
FACTORES EXTERNOS		
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
Las oportunidades son fuerzas que están fuera del control de la organización pero que reflejan el entorno externo. Factores potenciales de crecimiento o mejora.	Buscan las fortalezas internas de la empresa para capitalizar las oportunidades externas.	Intentan superar las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas.

AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
Las amenazas son todo lo contrario a lo anterior, son un conjunto de fuerzas ambientales que están fuera del control de la organización, pero representan fuerzas o aspectos negativos y problemas potenciales.	Utilizan la capacidad de su empresa para evitar o mitigar las amenazas externas.	Son tácticas defensivas que pretenden disminuir las debilidades internas y evitar las amenazas del entorno

FUENTE: Ponce, 2007

6.4.3. Metodología para el Objetivo 3

- **Diseñar una propuesta de implementación de un Manual de Servicio para los usuarios de la Cooperativa de Transportes Centinela Tena de la ciudad de Tena.**

Investigación documental: Se aplicó el método bibliográfico para realizar el proceso sistemático y secuencial de recolección, selección, y análisis de la información más relevante de la investigación, en cuanto al procedimiento para el desarrollo de un manual de servicio al usuario para la Cooperativa de Transporte Centinela del Tena en cual constará la calidad y procesos de servicios, pasos para un excelente servicio y soluciones a reclamos de los usuarios. Los choferes y oficiales deben cumplir para mantener un servicio confortable y empático, ya que por otra parte contempla como un documento guía. Por la cual se hizo uso de libros, revistas de divulgación o de investigación científica, y diferentes sitios Web.

La estructura que tendrá el manual de servicio al usuario serán los siguiente:

Portada: En esta hoja se incluye el logotipo de la cooperativa, nombre para enmarcar institucionalmente que es “Manual de servicio para los usuarios” se incluye los nombres completos de la autora que preparo el documento, y el año de elaboración.

Introducción: Sirve como presentación del manual donde reúne los procedimientos.

Misión: Se a conocer también la razón de ser de la empresa.

Visión: Donde se quiere llegar a medio y largo plazo.

Valores Morales: Se detalla los valores, a los que se rigen los socios de la cooperativa, son indispensables al momento de dar el servicio al usuario.

Organigrama: Se detalla en forma ordenada las funciones que cada directivo.

Objetivos: Manifiestan de manera precisa lo que se pretende alcanzar con el manual.

Unidad 1. Usuario/Usuario

Usuario/Usuario: se detalla n breve concepto y la importancia en la cooperativa del usuario.

Tipos de Usuario: Se expresa como tratar a cada uno.

Elementos de la calidad del servicio: Son las expectativas y la satisfacción del usuario.

Unidad 2. Calidad y Procesos de servicios

La importancia de saber mirar, escuchar y preguntar al usuario: detalla como relacionarse y actuar al frente del usuario.

Comunicación: La forma cómo actuar, vocalizar en un lenguaje verbal y no verbal.

Presupuesto de implementación

Resultados esperados: Implementar el manual con éxito.

Cronograma de actividades: En que tiempo se estima a realizar.

F. RESULTADOS

7.4.1. Resultados del Objetivo 1

El Gerente de Cooperativa de Transporte Centinela del Tena accedió mediante un documento de aceptación de la solicitud para la investigación de Trabajo de Integración Curricular permitiendo todas las facilidades del caso. (Ver Anexo 2)

Ejecutar un análisis situacional al servicio que brinda la cooperativa de Transportes Centinela Tena.

Para lograr este objetivo, la recolección de información se lleva a cabo en un segmento investigativo, que se define como la población de la que se extrae la muestra a estudiar, se aplicó una encuesta que estuvo enfocada a la recopilación de información relevante a fin de diseñar un Manual de Servicio para los usuarios de la Cooperativa de Transportes Centinela Tena de la ciudad de Tena, donde se planteó 10 preguntas cerradas que estuvieron basadas en la escala de Likert y Alternativas dicotómicas.

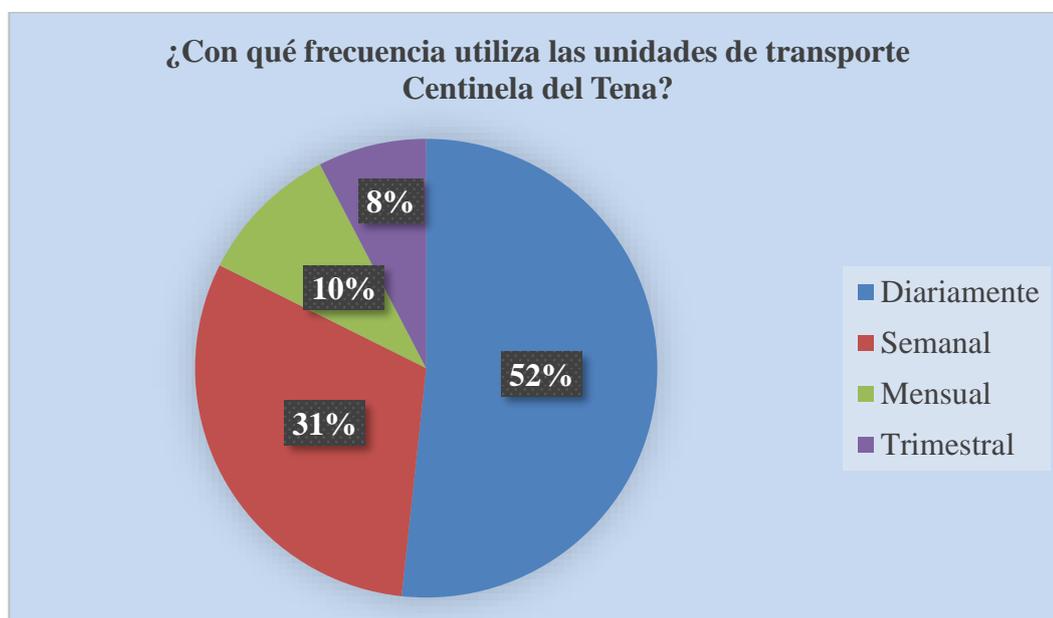
Posteriormente se tabularán los resultados y se logrará el desarrollo del objetivo de investigación. Para la obtención de los resultados por la aplicación de la encuesta a la población del Cantón del Tena se realizó y detalló los siguientes análisis en base a la “fórmula para el cálculo de la muestra” que dio un total de 381 personas a encuestar de una población total de 60.880 individuos de lo que respecta al área de estudio.

Pregunta 1 ¿Con qué frecuencia utiliza las unidades de transporte Centinela del Tena?

Tabla 1

Ítems	Frecuencia	%
Diariamente	197	52%
Semanal	117	31%
Mensual	38	10%
Trimestral	29	8%
Total	381	100%

Gráfico 1



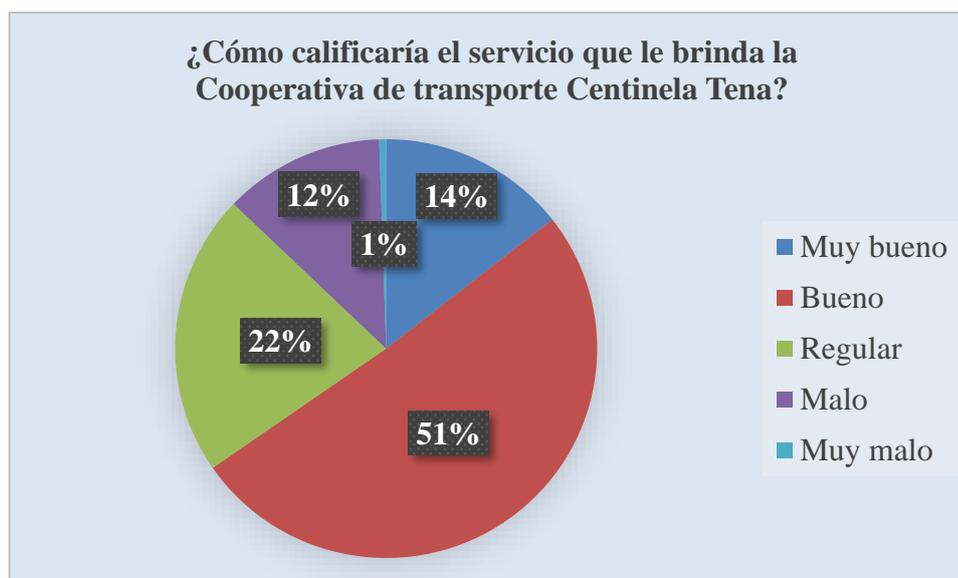
Interpretación: Con base al gráfico 1 se puede decir que, de las 381 personas encuestadas, el 52% (197) utiliza diariamente las unidades de transporte Centinela del Tena, posteriormente el 31% (117) semanalmente, 10% (38) mensualmente, también un 8% (29) que utilizan trimestralmente. De acuerdo al nivel de los resultados obtenidos se observa que las personas en sus actividades diarias, frecuentan las unidades de transporte para su movilización.

Pregunta 2 ¿Cómo calificaría el servicio que le brinda la Cooperativa de transporte Centinela Tena?

Tabla 2

Ítems	Frecuencia	%
Muy bueno	55	14%
Bueno	194	51%
Regular	83	22%
Malo	47	12%
Muy malo	2	1%
Total	381	100%

Gráfico 2



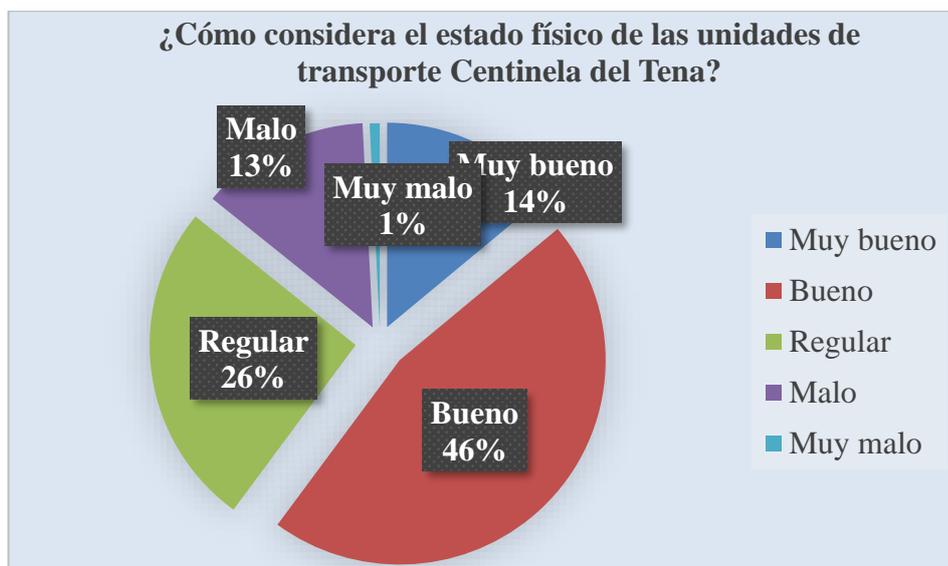
Interpretación: En el gráfico 2, del total de 381 personas encuestadas el 51% (194) califica el servicio de la Cooperativa como bueno, 22% (83) encuestados como regular y 14% (55) Muy bueno además de un 12% (47) Malo y un 1% (2) Muy malo. Con esta información obtenida se evidencia que el 51% de los usuarios califican el servicio que brinda la cooperativa es aceptable.

Pregunta 3. ¿Cómo considera el estado físico de las unidades de transporte Centinela del Tena?

Tabla 3

Ítems	Frecuencia	%
Muy bueno	53	14%
Bueno	176	46%
Regular	98	26%
Malo	51	13%
Muy malo	3	1%
Total	381	100%

Gráfico 3



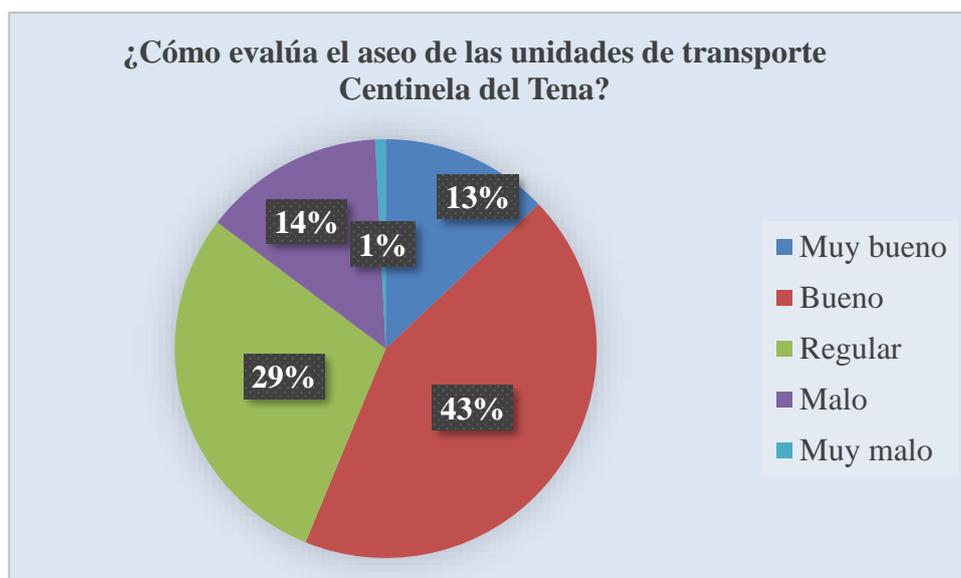
Interpretación: Como se puede mostrar en el gráfico 3 del total de 381 personas encuestadas el 46% (176) considera que el estado físico de las unidades es buena, mientras que existe el 26% (98) de las personas que el estado físico de las unidades es regular, el 14% (53) manifestó que las unidades están en muy buen estado, el 13% (51) corresponde a encuestados que exponen que tiene mal estado sus unidades, y por el ultimo corresponde el 1% (3) que consideran muy malo. En base el resultado obtenido la mayoría de las personas encuentran en un buen estado físico las unidades, posteriormente da un resultado favorable y las unidades es tan con una estética aceptable.

Pregunta 4. ¿Cómo evalúa el aseo de las unidades de transporte Centinela del Tena?

Tabla 4

Ítems	Frecuencia	%
Muy bueno	49	13%
Bueno	165	43%
Regular	111	29%
Malo	53	14%
Muy malo	3	1%
Total	381	100%

Gráfico 4



Interpretación: En el gráfico 4 se puede observar que los usuarios en un 43% (165) manifiestan que tienen un buen aseo las unidades mientras que el 29% (111) los encuestados mencionan que el aseo es regular, 14% (53) Malo, 13% (49) Muy bueno y 1% (3) Muy malo. Con la información obtenida se puede notar que los encuestados consideran que la limpieza es aceptable.

Pregunta 5. ¿Cómo califica el cumplimiento de los horarios y recorridos establecidos?

Tabla 5

Ítems	Frecuencia	%
Muy bueno	42	11%
Bueno	139	36%
Regular	143	38%
Malo	55	14%
Muy malo	2	1%
Total	381	100%

Gráfico 5



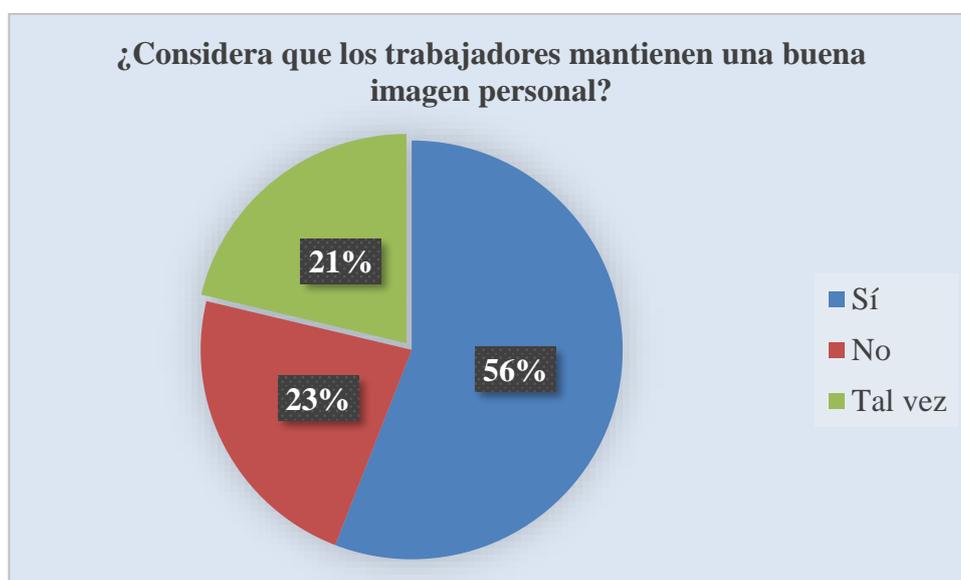
Interpretación: Según los resultados del gráfico 5 se puede evidenciar que 38%(143) de las personas encuestadas califican el cumplimiento de los horarios y recorridos muy regular no todos los días cumplen con sus recorridos, 36% (139)los encuestados manifiestan que los recorridos son cumplidos, se puede observar que también un 14%(55) y 1% (2) los recorridos no son cumplidos en su respectivo horario. Con esta información obtenida se evidencia un déficit en el cumplimiento de los horarios y recorridos con un resultado regular en su servicio.

Pregunta 6. ¿Considera que los trabajadores mantienen una buena imagen personal?

Tabla 6

Ítems	Frecuencia	%
Sí	213	56%
No	87	23%
Tal vez	81	21%
Total	381	100%

Gráfico 6



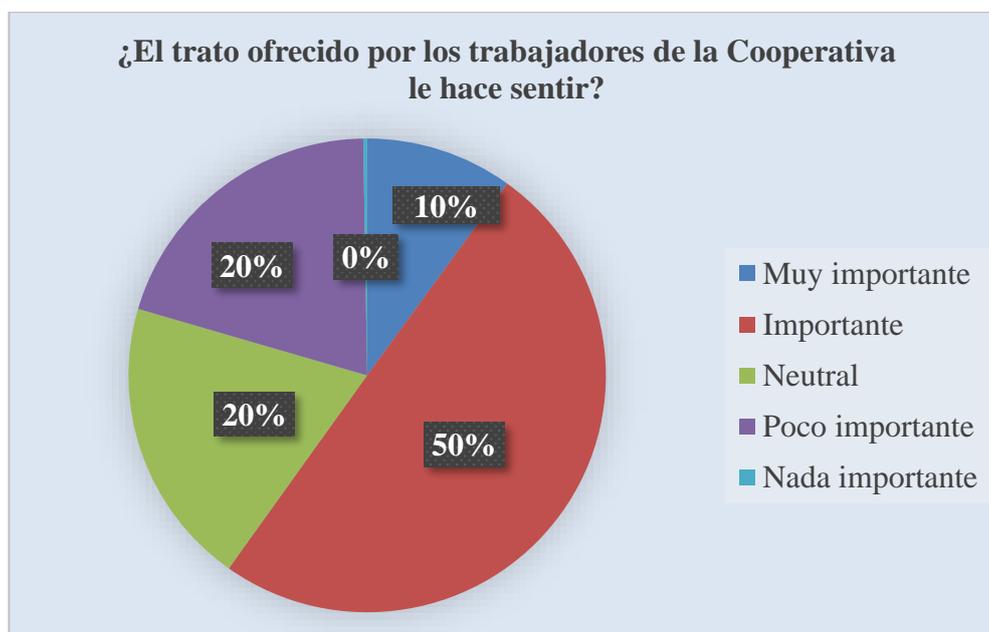
Interpretación: De acuerdo al gráfico 6 de un total de 381 personas encuestadas se puede evidenciar que el 56% (213) de los encuestados los trabajadores si mantienen una buena imagen personal, mientras que el 23% (87) no lo mantiene al parecer de los encuestados, y por último un 21% (81) consideran que tal vez lo hacen, no todos mantiene su imagen a la hora de trabajar en su unidad. Con esta información los encuestados manifestaron que la imagen personal es un elemento fundamental a la hora de dar el servicio en consecuencia mantener su aspecto formal y presentables.

Pregunta 7. ¿El trato ofrecido por los trabajadores de la Cooperativa le hace sentir?

Tabla 7

Ítems	Frecuencia	%
Muy importante	38	10%
Importante	190	50%
Neutral	75	20%
Poco importante	77	20%
Nada importante	1	0%
Total	381	100%

Gráfico 7



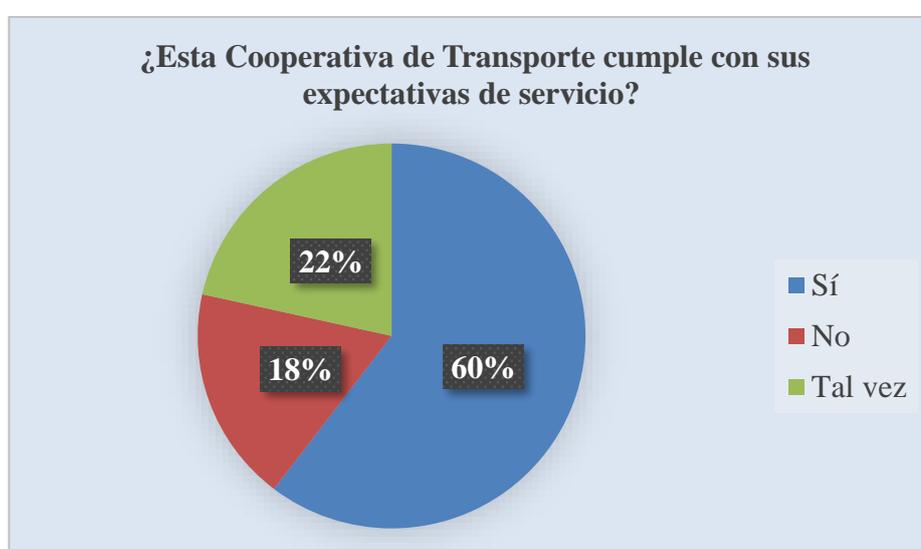
Interpretación: Como se puede evidenciar en el gráfico 7, del 100% de las personas encuestadas el 50% (190) dice que el trato que le da la cooperativa le hace sentir importante, 10% (38) le consideran muy importantes, mientras que el 40% (152) se siente neutral y de igual manera poco importante. Con base al resultado obtenido se evidencia que el 50% de los encuestados se sienten satisfechos, valorados.

Pregunta 8. ¿Esta Cooperativa de Transporte cumple con sus expectativas de servicio?

Tabla 8

Ítems	Frecuencia	%
Sí	230	60%
No	69	18%
Tal vez	82	22%
Total	381	100%

Gráfico 8



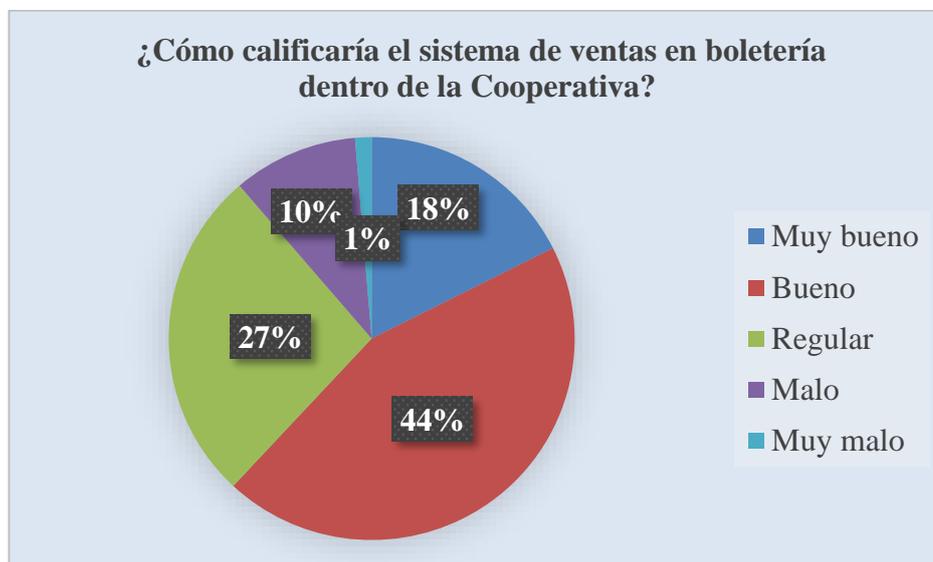
Interpretación: En el gráfico 8, un 60% (230) del 100% (381) los encuestados manifiestan que, si cumplen con sus expectativas de servicio, mientras que un 22% (82) mantienen un tal vez con el servicio, y un 18% (69) no cumplen con sus expectativas de servicio. Con base al resultado obtenido se evidencia que el 60% de los encuestados cumplen con las expectativas de servicio de transporte.

Pregunta 9. ¿Cómo calificaría el sistema de ventas en boletería dentro de la Cooperativa?

Tabla 9

Ítems	Frecuencia	%
Muy bueno	67	18%
Bueno	169	44%
Regular	102	27%
Malo	38	10%
Muy malo	5	1%
Total	381	100%

Gráfico 9



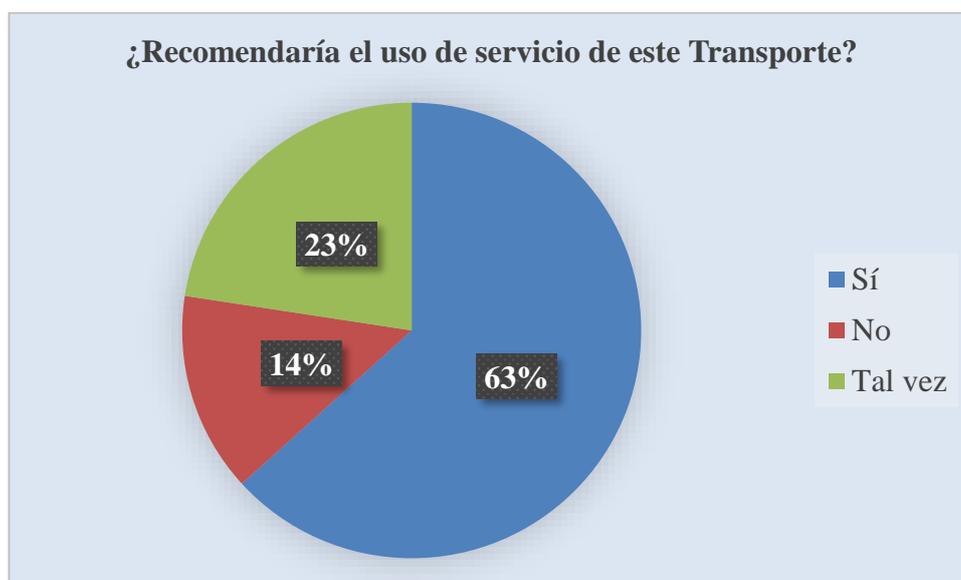
Interpretación: Como se puede evidenciar en el gráfico 9, de las 381 personas encuestados, 44% (169) califican que el sistema de ventas en boletería es bueno, mientras que el 27% (102) lo considera regular la venta en boletería, también un 18% (67) lo considera muy bueno y existe un 11% del total de un mal sistema de ventas en boletería. En base al resultado obtenido se evidencia claramente que existe un buen manejo en el sistema de ventas en boletería que brinda la Cooperativa de Transporte Centinela del Tena

Pregunta 10. ¿Recomendaría el uso de servicio de este Transporte?

Tabla 10

Ítems	Frecuencia	%
Sí	241	63%
No	54	14%
Tal vez	86	23%
Total	381	100%

Gráfico 10



Interpretación: En el gráfico 10 de un total de 381 de personas encuestadas un 63% (241) si recomendarían el uso de servicio de transporte, muestran que un 23% (86) tal vez lo recomendaría y un 14% (54) no lo harían. Con la información obtenida se puede decir que los encuestados si recomendarían el servicio a otras personas para que utilicen las unidades de transporte de la Cooperativa Centinela del Tena.

7.4.2 Resultados del Objetivo 2

Evaluar el servicio que ofrece la Cooperativa de Transportes Centinela Tena a sus usuarios.

En el presente objetivo mediante la aplicación de una encuesta estructurada se pudo obtener datos importantes para la investigación, donde se pudo evidenciar los factores negativos y positivos de la cooperativa y consecutivamente las posibles soluciones que están dando, para captar más usuarios.

1. ¿El tiempo que lleva operando la cooperativa, que cambios ha visto?

La Cooperativa lleva operando alrededor de 30 años brindando el servicio dentro la provincia del Napo, estamos enfocados en el transporte de pasajeros a las diferentes comunidades en el cantón Tena es el 99% de nuestro trabajo obviamente desde que se constituyó la cooperativa hasta la presente fecha habido un crecimiento institucional pues a eso se ha visto una mejora y desde una relación bastante aceptable entre la cooperativa como prestador del servicio con las diferentes comunidades que a larga son los usuarios que se benefician a la cooperativa.

2. ¿Mencione cuáles son las fortalezas de la cooperativa de Transporte Centinela del Tena?

Como una de las fortalezas de la cooperativa podríamos decir que son gente netamente de aquí de la ciudad del tena entonces conocen las zonas los lugares a donde prestan los servicios desde luego es un plus fundamental porque no son gente de afuera, gente extraña que viene a conocer la idiosincrasia de nuestra gente ya que las comunidades son predominante indígenas pues nosotros hemos asimilado parte de nuestra cultura cual nos permite tener una amistad, empatía entre la cooperativa y las diferentes comunidades.

3. ¿Cree que la cooperativa se ve amenazada por la competencia? ¿por qué?

Bueno eso es un hecho siempre que entra la competencia a lugares que nosotros prestamos el servicio se crea una competencia desleal, cuando dentro la empresa Ciudad de Coca con 7 rutas desde el Coca al Tena, entonces ellos llegaron con prácticas demás desleal, rebajaron los pasajes, no cumplen sus horarios, adelantan turnos entonces todo eso dentro de mejor nuestro servicio crea esa competencia desleal al mismo tiempo son puntos generadores de peligros ya que los correteos en la vía conlleva a generar un accidente.

4. ¿Cuáles son las deficiencias en la cooperativa y por qué?

Como problema que afrontamos la cooperativa es el malestar de las vías, nuestras unidades sufren daños permanentes por el estado deplorable que tenemos vías de acá en la provincia del Napo lo cual incluso nos incrementa el costo de mantenimientos de las unidades, todo el sistema operativo se ve amenazados ya que muchas de las veces se debe suspender turnos por el daño de los vehículos.

5. ¿Los choferes y oficiales reciben capacitación sobre el servicio al cliente?

Si, no solamente en el servicio al cliente sino también en diferentes áreas que se ha recibido capacitaciones incluso por organismos de aquí de la provincia como la seguridad a personas con discapacidades la misma Agencia Nacional de Tránsito y la Policía Nacional permanentemente ha dado capacitaciones en diferentes áreas.

6. ¿Los choferes y oficiales que conocimientos tienen acerca de dar un servicio de calidad a sus usuarios?

Como le decía hemos recibido pocos programas de capacitaciones en la cooperativa para contemplar todo eso, yo creo que la prioridad para nosotros es tener un trato amable con nuestros usuarios para que nosotros dependemos y vivimos de ellos.

7. ¿Qué beneficios se les ha brindado a los choferes y oficiales de la cooperativa?

La cooperativa tiene asignado dentro del reglamento interno los beneficios por ser parte de la cooperativa como es un almacén con lubricantes, llantas una lavadora donde los precios son bastantes cómodos lo que permite un poquito rebajar los costos operativos e igual manera , ofrecemos incentivos de alguna manera premiamos su accionar dentro de la cooperativa y lo que respecta ser personas dedicadas a su trabajo, responsables, atentas con el pasajero, eso permite a la cooperativa ir captando un prestigio acá dentro lo que es el componente del transporte.

8. ¿Qué cambios o alternativas sugeriría para el avance de la cooperativa?

Estamos abiertos a generar cambios que nos permitan ir posicionando a la cooperativa como la mejor operadora de transporte en la provincia del Napo, a esto a permitido elabora un plan estratégico para los 5 años la cual está desarrollando la cooperativa y de igual manera siempre buscar las mejores alternativas que nos permita mediante rifas, incentivos para atraer a los pasajeros para que de una manera se sienta importante, alagado por el servicio que da la cooperativa.

9. ¿Ha implementado algún tipo de estrategia del servicio al usuario en su Cooperativa que se encuentra a cargo?

Nosotros pues periódicamente hacemos rifas en donde sorteamos mediante los boletos que adquieren los pasajeros televisores, ciertos productos, también hemos implementado dar una gaseosa a los pasajeros que tiene un recorrido más largo.

10. ¿Existe un manual en la Cooperativa de Transporte Centinela del Tena que indique el proceso del servicio al usuario?

No tenemos un Manual, existe un plan estratégico, pero de manera general que está desarrollado para ir cumpliendo ciertas actividades durante los 5 años, eso nos da la pauta para ir haciendo o generar ciertas metas de la cooperativa, pero expresamente un Manual del servicio al usuario pese que tenemos una comisión específica de atención al usuario, no tenemos un manual que se relación al servicio al usuario.

11. ¿Considera necesario el diseño de un manual de servicio al usuario que mejore la relación y satisfacción de sus clientes?

Si, con todo lo que permita mejorar como cooperativa obviamente es positivo, nos ayudara al posicionamiento como la mejor opción de transporte en la Provincia del Napo.

7.4.2. Análisis Foda de la Cooperativa de Transporte Centinela del Tena

Cuadro 6 Análisis FODA

INTERNAS	EXTERNAS
<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajadores netamente de la Ciudad del Tena • Conocimientos de rutas • Tiene 30 años brindado el servicio de transporte de pasajeros. • Unidades propias 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acceder a capacitaciones por entidades publicas • Crecimiento de la población • Convenios con instituciones educativas.
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • La atención y servicio al cliente es ineficiente por parte de los trabajadores. • Falta de un control en los horarios • Escasez y obsolescencia en las unidades • El personal no usa adecuadamente el uniforme en los días formales. • Inexistencia de un manual de servicio al usuario. 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competencia desleal • Vías en mal estado en las todas las rutas en circulación. • Incremento de cooperativas • Aumento del precio del combustible.

Interpretación: Mediante el Análisis Foda, previo a la entrevista ejecutada al Gerente de la Cooperativa de Transporte de pasajeros Centinela del Tena, permitió evidenciar factores que favorecen a la empresa entre ellas, todos los trabajadores que conforman la cooperativa son netamente de la ciudad del Tena, que por ende poseen conocimientos de las rutas a la perfección, la cooperativa va laborando 30 años brindando el servicio de transporte de pasajeros, así mismo las unidades son propias, son factores que potencializan a la cooperativa. En consecuencia, existen debilidades que afectan a la empresa estos son: el déficit en los conocimientos de la atención y servicio al cliente por parte de los trabajadores, así mismo la falta de un control en los horarios de cada unidad, escasez y obsolescencia de las unidades por último el descuido del personal al no utilizar adecuadamente el uniforme correspondiente. Son factores internos que la cooperativa puede manejar y buscar las estrategias adecuadas para mejorar cada día. Ante las oportunidades existentes del crecimiento de la población, convenios con instituciones educativas, y al acceso de capacitaciones gratuitas por parte de entidades públicas, la cooperativa podrá aumentar su capacidad de conocimientos que ayuden a mejorar cada debilidad identificada, y la implementación de nuevas técnicas de servicio para ser apoyo y guía a los trabajadores.

Estrategias DAFO

Cuadro 7 Estrategias MAFE

<p>Análisis Interno</p>	<p>Fortalezas</p> <p>F1 Trabajadores netamente de la Ciudad del Tena</p> <p>F2 Conocimientos de rutas</p> <p>F3 Tiene 30 años brindado el servicio de transporte de pasajeros.</p> <p>F4 Unidades propias</p>	<p>Debilidades</p> <p>D1 La atención y servicio al cliente es ineficiente por parte de los oficiales.</p> <p>D2 Falta de un control en los horarios</p> <p>D3 Unidades obsoletas</p>
<p>Análisis Externo</p> <p>Amenazas</p> <p>A1 Competencia desleal</p> <p>A2 Vías en mal estado</p> <p>A3 Incremento de cooperativas</p>	<p>Estrategia F-A</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los conocimientos de los trabajadores permitirán la atracción de usuarios. • Diseñar un plan de publicitario para el reconocimiento de la cooperativa. • Aprovechar el conocimiento de las ubicaciones de las comunidades y brindar un buen servicio de excelencia. 	<p>Estrategia D-A</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vigilar los tiempos de recorridos y establecer sanciones a los conductores que infringen esta disposición. • Realizar gestiones en el GAD municipal para solicitar arreglados de las vías en mal estado.

Oportunidades	Estrategia F-O	Estrategia D-O
O1 Acceder a capacitaciones O2 Crecimiento de la población O3 Convenios con instituciones educativas.	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar financiamiento para cambiar la estética de las unidades. • Implementar más unidades de transportes. • Realizar convenios con instituciones educativas lejanas y aumentar los ingresos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear un plan de capacitaciones para mejorar el servicio al usuario y fortalecer las relaciones laborales • Buscar la expansión de nuestra flota vehicular con los convenios.

Interpretación: Las estrategias DAFO con la identificación de los factores internos y externos, se plantearán las estrategias para conseguir mayores beneficios, donde Estrategia-FA Mejorar fortalezas para minimizar las amenazas, Estrategia-DA Contrarrestar las debilidades y amenazas (emplea fortalezas para las estrategias defensivas), Estrategia-FO Optimizar fortalezas para maximizar las oportunidades, Estrategia-DO Disminuir las debilidades para explotar las oportunidades. La cooperativa deberá optar por una estrategia basada en la reorientación, la mejora en el servicio al usuario, y mejoramiento para lograr nuevas oportunidades de mercado.

7.4.3 • Diseñar una propuesta de implementación de un Manual de Servicio para los usuarios de la Cooperativa de Transportes Centinela Tena de la ciudad de Tena

- Elaborar un Manual de Servicio para los usuarios de la Cooperativa de Transportes Centinela Tena de la ciudad de Tena

En consecuencia, de la falta de servicio al usuario por parte de los choferes y oficiales en laboran en la Cooperativa de Transporte Centinela Tena, y la gran necesidad de una guía que les oriente en el proceso de servicio para actuar al momento de servir al usuario, y mejore la imagen corporativa, se ha creado la propuesta de implementar un manual de servicio a los usuarios, que tiene por objetivos contrarrestar las quejas, reclamos y ofrecer un servicio eficaz y eficiente.

COOPERATIVA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS "CENTINELA DEL TENA"



MANUAL DE SERVICIO PARA LOS USUARIOS

GABRIELA DAYANA ILLAPA ILLAPA

AUTORA

TENA - NAPO - ECUADOR

2022

ÍNDICE

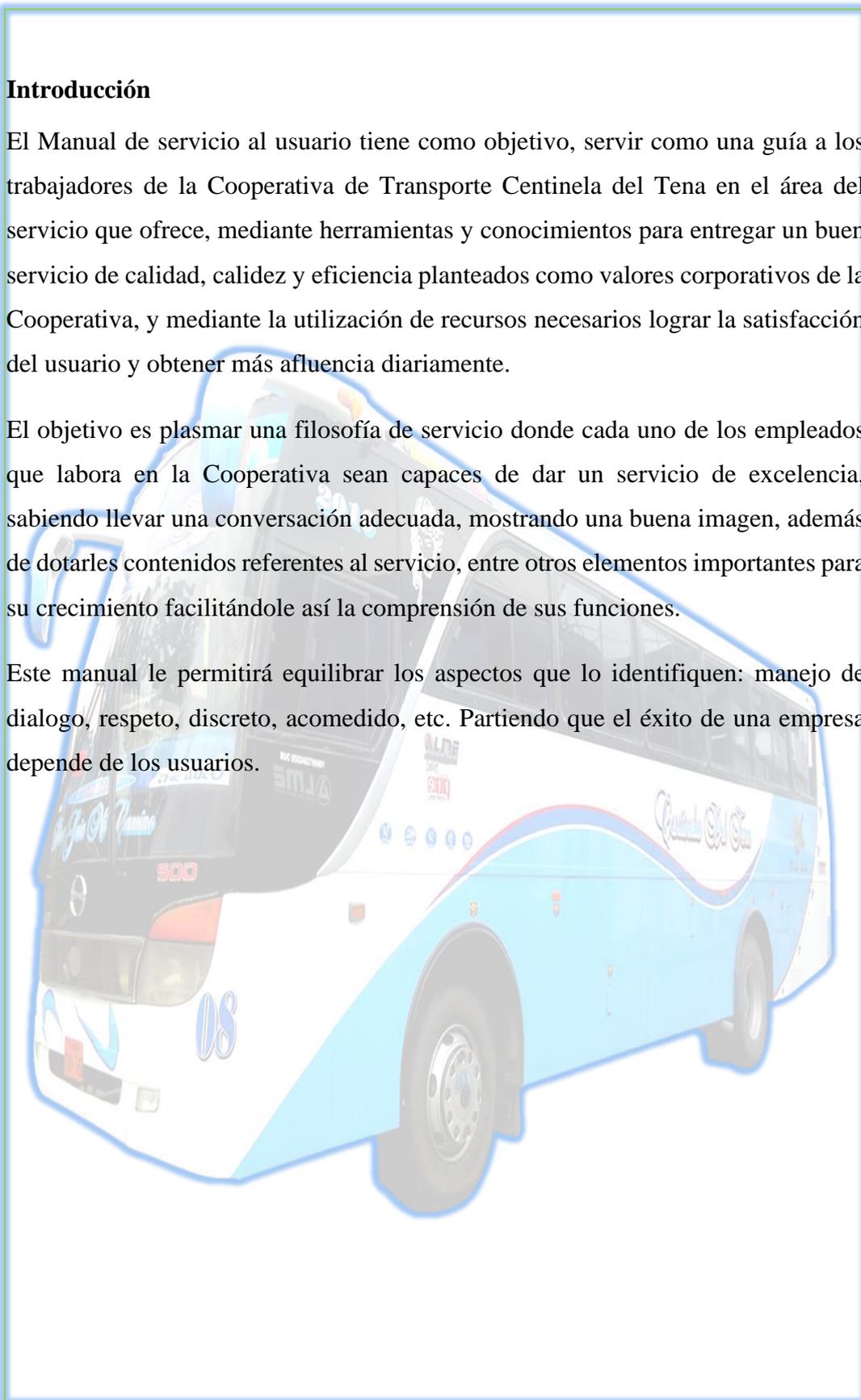
Portada.....
Introducción.....	1
Misión.....	2
Visión.....	2
Valores Morales.....	3
Estructura Organizacional.....	4
Objetivos.....	4
Objetivo General.....	4
Objetivos Específicos.....	4
Unidad 1. Usuario/ Usuaría.....	5
Usuario/Usuaría.....	6
Tipos de Usuario.....	6
Elementos de la Calidad de Servicio.....	9
Calidad del servicio.....	10
Unidad 2. Calidad y Procesos de Servicios.....	11
Objetivos de servicio y atención al usuario.....	12
La importancia de saber mirar, escuchar y preguntar al usuario.....	13
Factores indispensables para el buen servicio.....	13
Reglas de atención de manera presencial en Boletería.....	14
Evaluación del servicio.....	15
Presupuesto de Implementación.....	16
Cronograma de Actividades.....	17

Introducción

El Manual de servicio al usuario tiene como objetivo, servir como una guía a los trabajadores de la Cooperativa de Transporte Centinela del Tena en el área del servicio que ofrece, mediante herramientas y conocimientos para entregar un buen servicio de calidad, calidez y eficiencia planteados como valores corporativos de la Cooperativa, y mediante la utilización de recursos necesarios lograr la satisfacción del usuario y obtener más afluencia diariamente.

El objetivo es plasmar una filosofía de servicio donde cada uno de los empleados que labora en la Cooperativa sean capaces de dar un servicio de excelencia, sabiendo llevar una conversación adecuada, mostrando una buena imagen, además de dotarles contenidos referentes al servicio, entre otros elementos importantes para su crecimiento facilitándole así la comprensión de sus funciones.

Este manual le permitirá equilibrar los aspectos que lo identifiquen: manejo de dialogo, respeto, discreto, acomedido, etc. Partiendo que el éxito de una empresa depende de los usuarios.



Misión

La Cooperativa de Transportes de Pasajeros “CENTINELA DEL TENA”, es una organización que presta el servicio de transporte de pasajeros y encomiendas en sus diferentes rutas y frecuencias, con eficiencia, modernas unidades y personal altamente calificado y comprometido con el mejoramiento continuo, a fin de proporcionar un servicio oportuno y de calidad, satisfaciendo las necesidades de los señores usuarios y generando con esta actividad un mejor nivel de vida para nuestros socios, colaboradores y la sociedad en general.

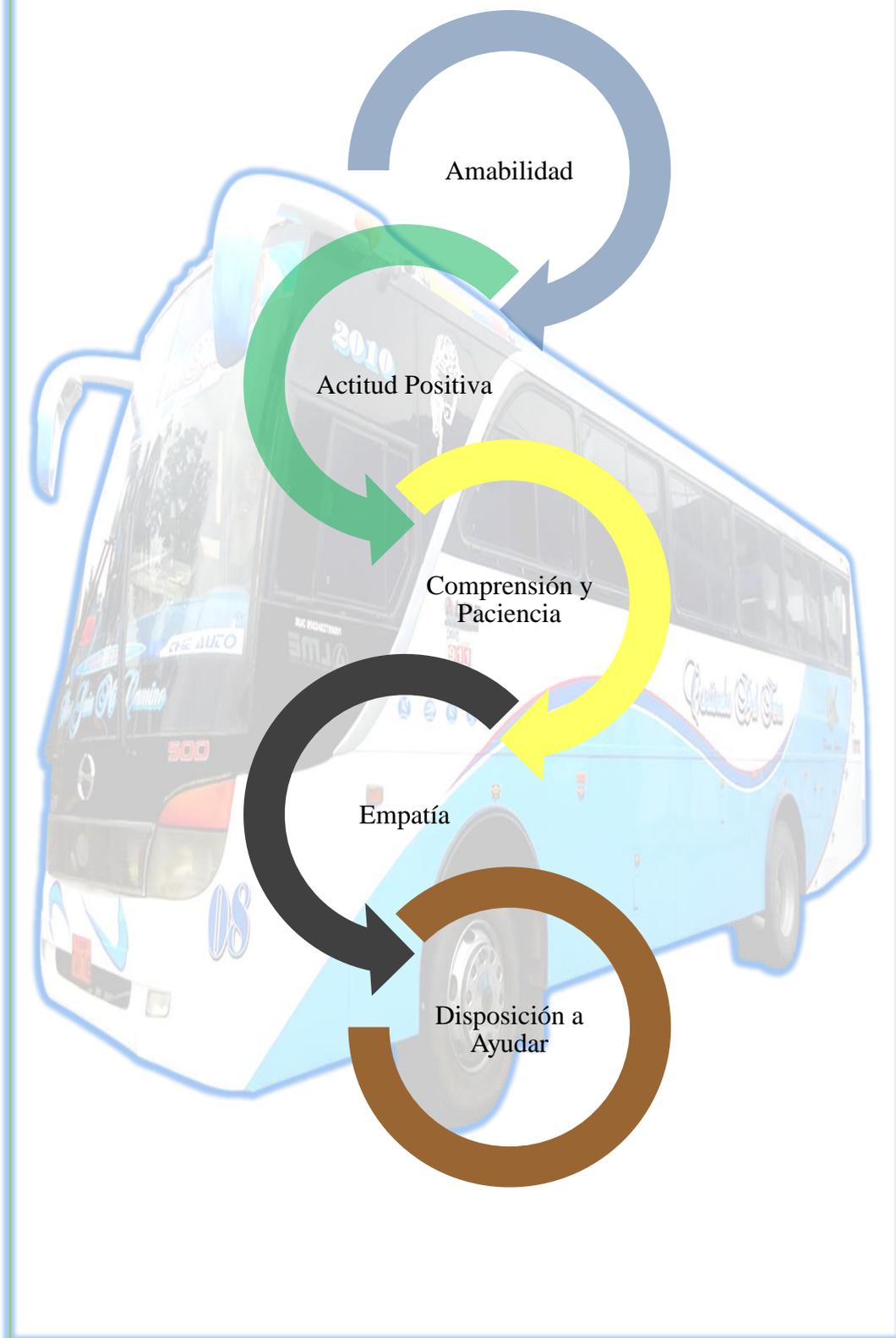
Fuente: Cooperativa de Transporte de Pasajeros Centinela del Tena

- **Visión**

Constituirnos en una institución de servicio de transporte público innovadora y competitiva por excelencia, con unidades modernas que cumplan los más altos estándares de calidad, confort y seguridad, personal altamente calificado garantizará establecer una estrecha relación de amistad y confianza con los usuarios y responder efectiva y eficientemente a sus necesidades, consolidando al mismo tiempo un ambiente de compañerismo, equidad y colaboración a fin de ser considerados como la mejor opción del transporte.

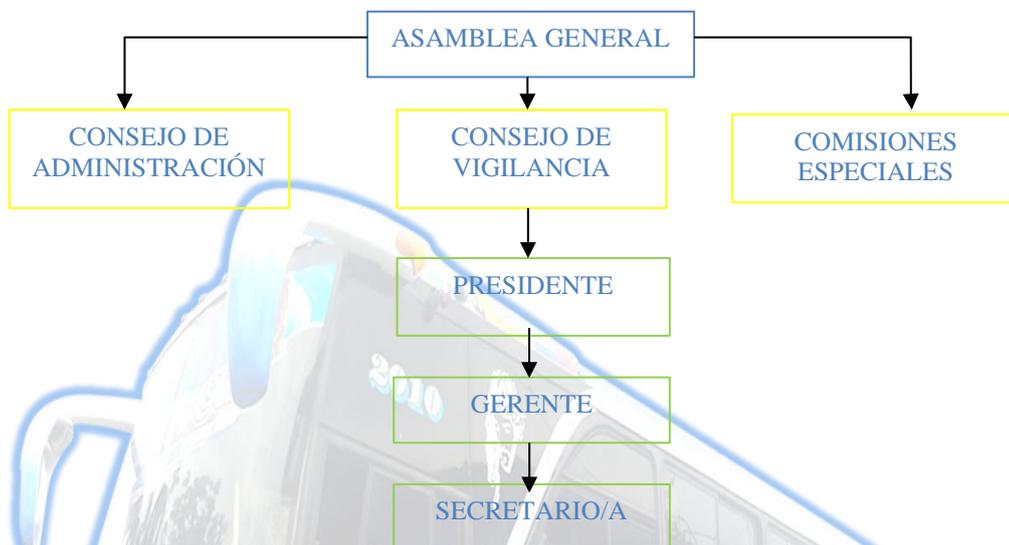
Fuente: Cooperativa de Transporte de Pasajeros Centinela del Tena

- **Valores Morales**



- **Estructura Organizacional**

Figura Estructura Organizacional



Fuente: Cooperativa de Transporte de Pasajeros Centinela del Tena

- **Objetivos**
- **Objetivo General**

Ofrecer a los trabajadores un soporte teórico sobre los aspectos relacionados con el servicio al usuario, para que incorporen en forma eficiente las buenas prácticas al momento de interactuar con los usuarios.

- **Objetivos Específicos**
- Fortalecer las capacidades de comunicación y trato entre usuario y chofer-oficial
- Determinar qué medidas tomar cuando existen reclamos de los usuarios.
- Conocer los tipos de usuarios y como tratarlos en el momento oportuno.

UNIDAD 1. USUARIO/USUARIA



UNIDAD 1. USUARIO/USUARIA

- **Usuario/Usuaría**

Es la persona o grupo de personas que hacen uso de un servicio habitualmente. En el ámbito del transporte este término es muy utilizado. El usuario es la fuente importante de ingreso a la entidad dedicada a la prestación del servicio, siendo el beneficiario directo sus trabajadores.

“Un gran servicio al cliente no significa que el cliente siempre tiene la razón, significa que siempre se le respeta”. CHRIS LOCURTO

- **Tipos de Usuarios**

Niñas, Niños, Adolescentes

- Mucha paciencia
- Darle una atención minuciosa
- Responder con calma y educadamente



Extranjeros

- Ser consciente de las dificultades del lenguaje y, por tanto, de las dificultades de comprensión.
- Considere posibles cambios culturales, religiosos, etc.
- Comprender las circunstancias especiales que puedan surgir.



Personas con Discapacidad

- Si viaja con nosotros una persona con discapacidad, le hablaremos directamente a ella, no a su acompañante como único interlocutor.
- Nos presentaremos como empleados de la Cooperativa.
- Evitaremos inevitablemente expresiones comunes y de uso común.



Personas Mayores

- Recibirlos con una actitud cálida, positiva, optimista y constructiva.
- Respetar el ritmo de expresión y comprensión, pero sin precipitarse.
- Pronunciación estándar, voz ligeramente elevada si se detecta pérdida auditiva.
- Hable a un ritmo moderado o lento si es necesario.
- Utilice un lenguaje claro.
- Sea flexible al dar instrucciones.
- Resumir instrucciones o información general en notas breves, siempre en letras grandes y claras.



Personas con Discapacidad Visual

- No te preocupes; notarán nuestra postura tensa.
- Para que la gente sepa de nuestra presencia, tomamos la iniciativa de saludar, tocar suavemente nuestra mano y su mano, y preguntar cómo podemos ayudar.
- Hablaremos directamente con la persona ciega a nuestro cuidado y no utilizaremos de vocal a su acompañante.



Personas con Discapacidad Auditivas

- Hablar de frente vocalizando bien las palabras
- Tener libreta y un esfero a la mano.



Personas con Discapacidad Física Motriz

- Trátelos con naturalidad.
- Bríndeles la ayuda que necesitan para compensar sus dificultades para caminar y moverse.
- Si no está seguro de qué ayuda necesitan, tómese el tiempo y pregúnteles directamente.
- Ser adaptable al ritmo de sus movimientos.



- **Elementos de la calidad de servicio**

1

ACCESIBILIDAD

- Tener la información actualizada constantemente de los horarios de salida, entrada y retornos.
- Anunciar a los usuarios, las rutas de cada unidad.

2

EMPATÍA

- Trate al usuario de una manera agradable.
- Muéstrese amigable, accesible, servicial.
- Recuerde que el usuario es la razón de la Cooperativa.
- Siempre agradezca.
- Contacto visual con el usuario.

3

CAPACIDAD
DE
RESPUESTAS

- Mostrar preocupación y ayudar, cuando un usuario necesita ayuda al subir a su unidad.
- Demuestre interés por ayudar a los usuarios a llegar a su lugar de destino.
- Este atento a cualquier inquietud y solvete esa duda sin cansar al usuario.
- Realice un servicio impecable v satisfactorio.

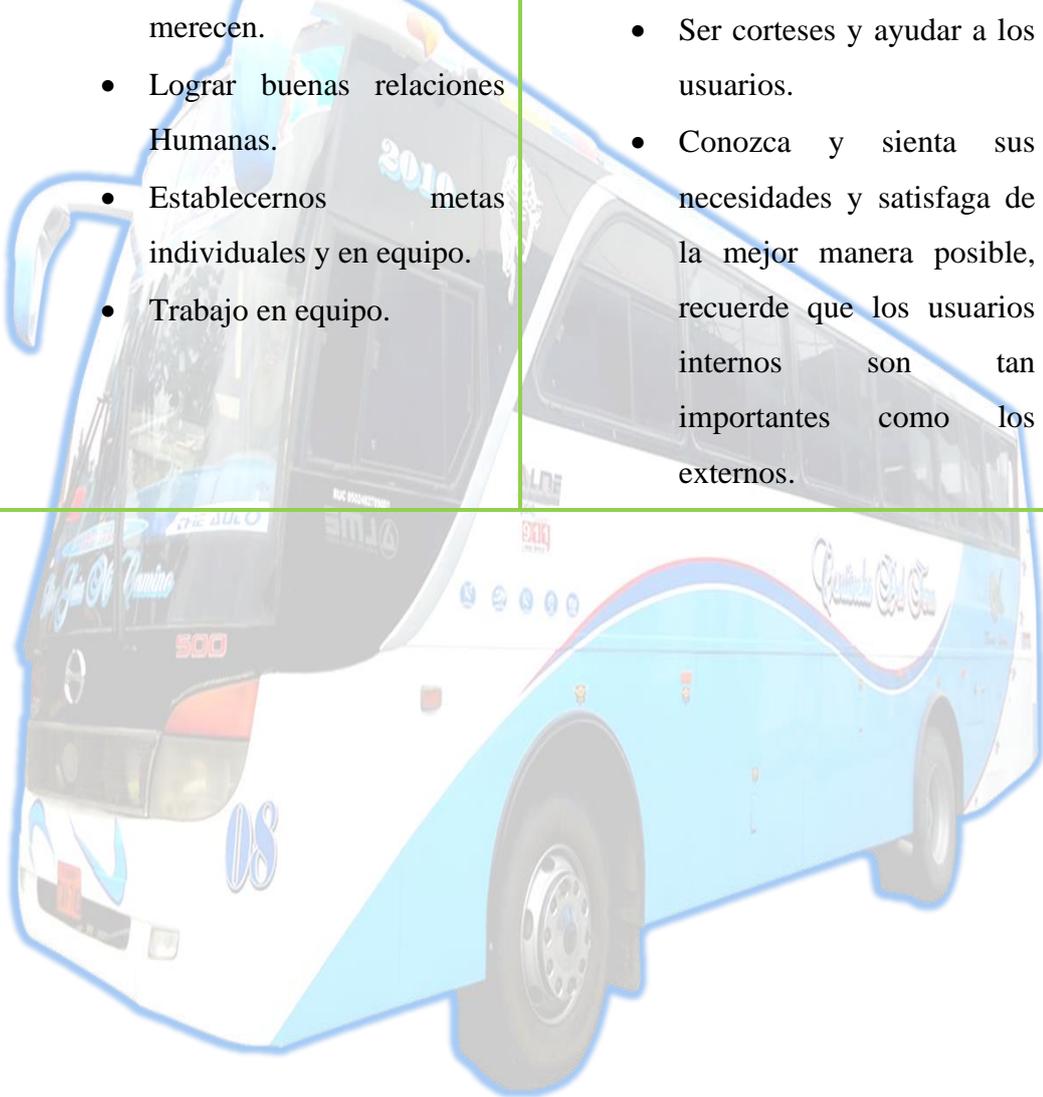
4

TANGIBILIDAD

- Mantenga siempre el vehículo limpio.
- Siempre coloque una funda de residuos para que los usuarios coloquen la basura.
- Mantenga siempre con un aroma agradable su unidad.
- Tener su documentación en regla.
- Mantener su imagen personal intacta.
- Lleve consigo su material de aseo

- **Calidad del Servicios**

Valor de Excelencia	Valor Agregado
<ul style="list-style-type: none"> • Los funcionarios deben cumplir las expectativas de los usuarios. • Los usuarios son la razón de nuestra empresa y deben ser atendidos como se lo merecen. • Lograr buenas relaciones Humanas. • Establecernos metas individuales y en equipo. • Trabajo en equipo. 	<p>El usuario percibe, pero no paga por ello, y es mejorado el servicio percibido.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buena Atención • Cumplimiento de horarios y recorridos. • Ser corteses y ayudar a los usuarios. • Conozca y sienta sus necesidades y satisfaga de la mejor manera posible, recuerde que los usuarios internos son tan importantes como los externos.



UNIDAD 2

CALIDAD Y PROCESOS DE SERVICIO

10



- **Objetivo de Servicio y Atención al Usuario**
- Estandarización de servicios para usuarios externos e internos en todas las oficinas.
- Ayudar a los usuarios a familiarizar a las nuevas instituciones con los intereses y la cultura de servicio.
- Capacitar y promover la promoción y desarrollo de las relaciones humanas de las autoridades.
- Ha mejorado el grado de especialización de los recursos humanos y es más competitivo en el servicio al cliente.
- Brindar un servicio de calidad a los usuarios internos y externos.
- Motivar a los directivos a valorar y promover las relaciones con los usuarios y trabajar en equipo.
- Promover la comprensión de los usuarios sobre la evaluación y la importancia del servicio.
- **La importancia de saber mirar, escuchar, preguntar al usuario**

MIRE	ESCUCHE	PREGUNTE
<ul style="list-style-type: none"> • Cuando se encuentra en plática con un usuario, mírelo atentamente, jamás desvíe su mirada a otro lado. • Una pequeña distracción puede causar problemas. • Mire fijamente donde coloque la carga de los usuarios 	<ul style="list-style-type: none"> • Jamás interrumpa cuando una persona le esté hablando, puede ser de mucha importancia. • Ponga atención y escuche a una sola persona cuando le diga donde colocar sus pertenencias o carga para no confundir. 	<ul style="list-style-type: none"> • Al interactuar con el usuario, pueden formularse preguntas del trabajador-usuario, deben ser capaces de darles respuestas correctas, claras y detalladas para evitar malos entendidos o a su vez manejarlas y ejecutarlas.

- **Comunicación**

En el servicio al usuario uno de las bases fundamentos es la comunicación, parte importante al estambrar una conversación, facilitando una comunicación que desea recibir un usuario en el momento de utilizar nuestros servicios y se sienta cómodo.

- **Comunicación Verbal**

Se expresa mediante: mensajes a través de palabra ya sea oral y escrita.

CONFIANZA		IMPIDEN
<ul style="list-style-type: none"> • No interrumpa, deje que el usuario hable primero. • Escuche con cuidado, no se distraiga. • Sonría: Una sonrisa transmite confianza. • Hable lo necesario. • Muéstrese humano y sensible. 		<ul style="list-style-type: none"> • No se prepotente, sea paciente y modesto al escuchar. • No sea egocéntrico • Timidez, indiferencia. • Ser confortativo. • Sentimientos,

Comunicación Verbal

Se expresa mediante: gestos, movimientos corporales, contacto ocular, expresiones faciales y el habla.

Manos: contrólelas en todo momento. Ocultarlos dentro del bolsillo, demuestra desinterés.

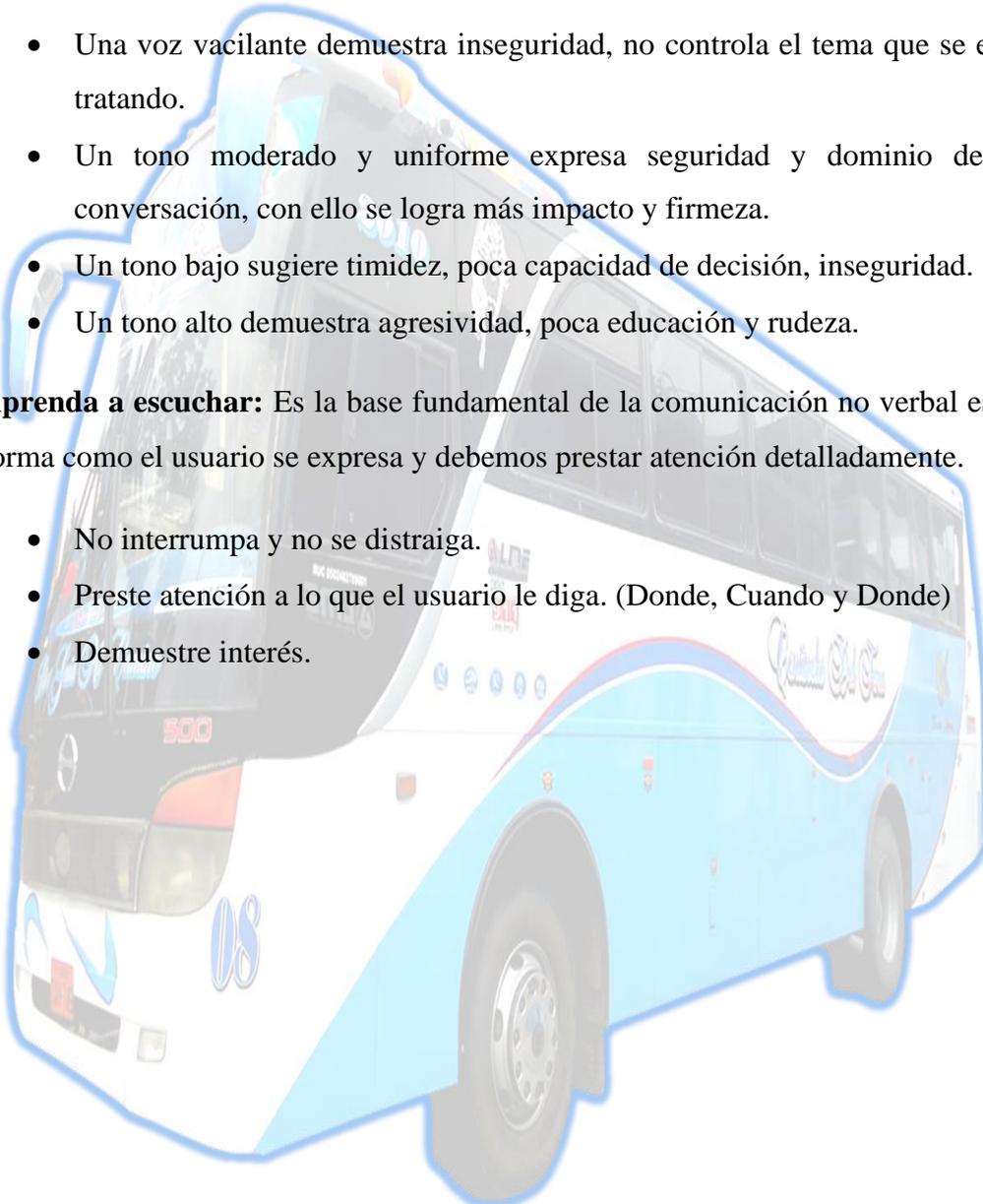
Naturalidad: Exprésese de una forma original, natural, sin intimidar al usuario, ponerse firme y demostrar interés.

La voz: la voz dice mucho de la personalidad, utilice un tono moderado uniforme, sin titubear, Esto demuestra seguridad en sí mismo.

- Una voz vacilante demuestra inseguridad, no controla el tema que se está tratando.
- Un tono moderado y uniforme expresa seguridad y dominio de la conversación, con ello se logra más impacto y firmeza.
- Un tono bajo sugiere timidez, poca capacidad de decisión, inseguridad.
- Un tono alto demuestra agresividad, poca educación y rudeza.

Aprenda a escuchar: Es la base fundamental de la comunicación no verbal es la forma como el usuario se expresa y debemos prestar atención detalladamente.

- No interrumpa y no se distraiga.
- Preste atención a lo que el usuario le diga. (Donde, Cuando y Donde)
- Demuestre interés.



- **Factores Indispensables para el buen servicio**

- Conductores y oficiales deben mantener su apariencia personal de manera formal.
- Utilizar todos los días el uniforme de la cooperativa
- Cuidar su higiene personal y su presentación impecable.

APARENCIA CORPORATIVA



- Conductores y oficiales deberán escuchar cada sugerencia o reclamo que el usuario le realice.
- Mente abierta para estar en contacto con el usuario
- No interrumpir y no contradecir al usuario recuerdo que el usuario siempre tiene la razón.
- Tener una actitud relajante y positiva.
- Ser amable y demostrarlo

ESCUCHAR AL USUARIO



- Conductores y oficiales antes de brindar cualquier ayuda, preséntese y pregunte si requiere apoyo y cuál es la mejor forma de ayudarlo.

AYUDAR AL USUARIO



- **Reglas de Atención de manera presencial en Boletería**

- **Atención Presencial**

En ventanilla la persona que recibe a los usuarios ofrecerá todos los servicios que la cooperativa disponga en este caso, recepción de encomiendas, boletería, de una forma cálida y humana.

- **Sistema de Turnos**

En ventanilla ubicada al ingreso de la oficina, la persona encargada deberá recibir en forma ordenada y de llegada a los usuarios, para la realización del servicio que requiera.

- **Atención Preferencial**

La persona encargada en ventanilla deberá percatarse al momento de ingreso de una persona, ya sea Mujeres embarazadas, adultos mayores, personas con discapacidad, deberá darle un trato preferencial al momento de solicitar los servicios de la Cooperativa.

- **Presentación de los puestos de trabajo**

El puesto de trabajo deberá mantenerse limpio, ordenado, sin ningún material ajeno a la labor, para posibles distracciones y dar un buen servicio al usuario.

- **Evaluación del Servicio**

Conocer las reclamaciones, sugerencias de nuestros usuarios nos permitirán tener una información y comentarios muy valiosos que debemos solucionarlo u acogerlos de una manera específica. Para mejorar sus preferencias y así dar un servicio impecable.

Por ende, se implementó un registro de reclamación que a su vez detalla los siguientes aspectos:

- Datos de identificación del reclamante.
- Selección del motivo de la sugerencia.
- Descripción del reclamo, sugerencia exacta.
- Identificador en calidad de reclamante.

	<p style="text-align: center;">COOPERATIVA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS CENTINELA DEL TENA, REGISTRO DE QUEJA, RECLAMO, SUGERENCIA O FELICITACIÓN</p>	<p style="text-align: right; font-size: small;">Espacio para radicación</p>
-----------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------

Fecha:

ANÓNIMO

1. DATOS PERSONALES:

Si la petición es anónima no es necesario que diligencia las siguientes casillas:

NOMBRES Y APELLIDOS:	
DIRECCIÓN	
Documento de Identidad:	

2. EN CALIDAD DE:

CLIENTE

EMPLEADO

OTRO (USUARIO)

En representación de:

3. MOTIVO DE SUGERENCIA, QUEJA, RECLAMO

Calidad de servicio	<input type="checkbox"/>
Envío de encomienda	<input type="checkbox"/>
Atención del Personal	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>

Exponga su sugerencia/Queja/Reclamo de la manera más concisa posible

Firma del peticionario:

Calle Cuenca y Tena – Socoprán Telf. 062-887-928
email: centinela_del_tena@yahoo.es

- **Presupuesto de Implementación del Manual de servicio al usuario de la Cooperativa de Transporte de Pasajeros Centinela del Tena**

Descripción	Cantidad	V.U (USD)	V/T (USD)
Curso de Capacitación a los Trabajadores de la Cooperativa (55 trabajadores)	1 experto	1.000	1.000
Costo del manual	55 unidades	10	550
Seguimiento y evaluación (c/d 2 meses)	55 unidades	20	1.100
		Subtotal	2.650,00
		10% Imprevistos	265,00
		Valor Total	2.915,00

Nota: La capacitación lo expondrá una persona especializada en temas de servicios al cliente y usuario, y al mismo tiempo se dará el seguimiento y la evaluación dentro de 2 meses para lograr el servicio del usuario.

- **Cronograma de Actividades**

Cuadro Plan de socialización del Manual

Plan de Ejecución del Manual del Servicio al Usuario

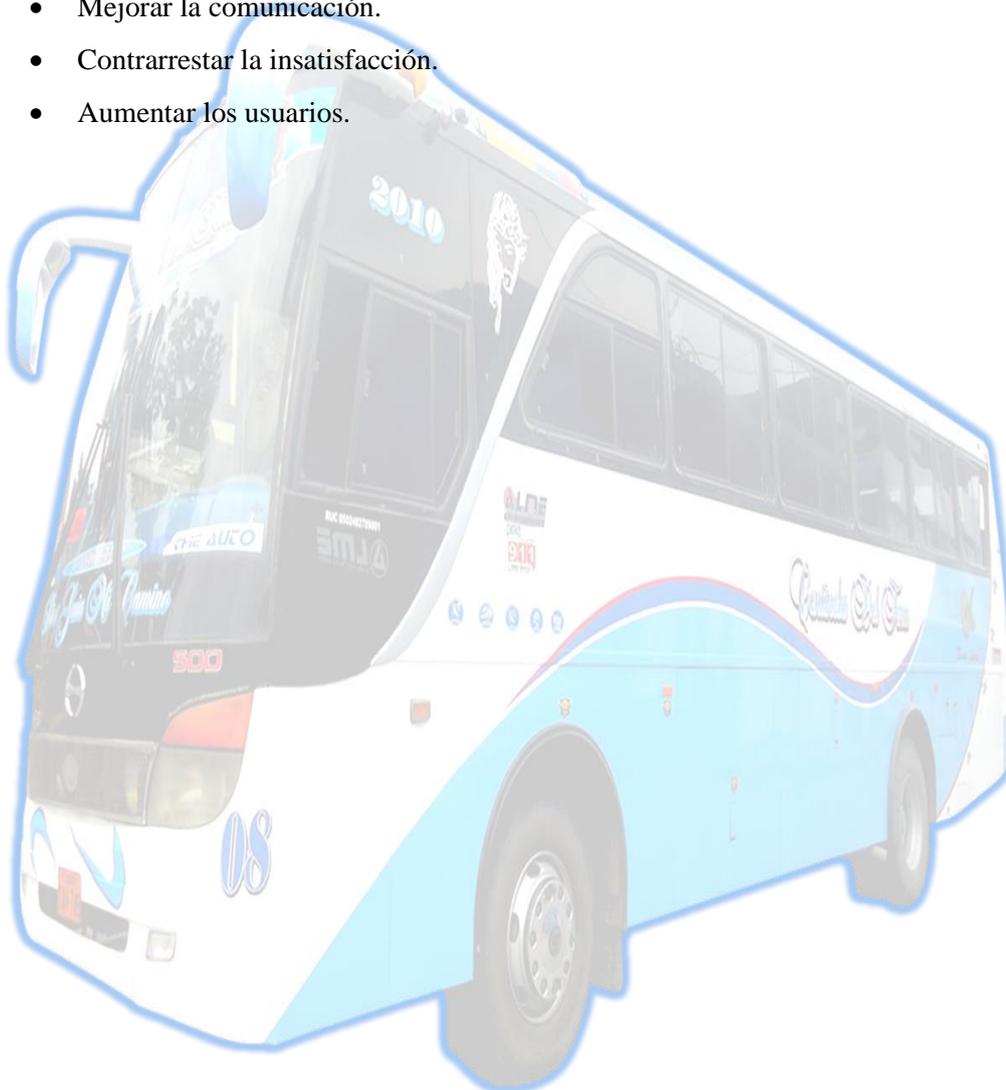
		Meses											
Medio	Modalidad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Sede de la Cooperativa	Presentación									X	X		
Evaluación y Seguimiento	Test de preguntas	X					X						X

La socialización del manual se realizará cualquier semana, o mes que el gerente lo requiera para obtención de los resultados positivos. Los empleados deben mantenerse en constante capacitación para lograr un buen servicio al usuario, y ser la Cooperativa de Transporte más aceptada por las personas.

Resultados Esperados

En los resultados esperados que ha propuesto y si se implementa este manual en la Cooperativa de Transporte de Pasajero Centinela del Tena se va a lograr:

- Brindar un mejor servicio al usuario.
- Mejorar las relaciones humanas, entre todo tipo de usuario que se puede presentar.
- Mejorar la comunicación.
- Contrarrestar la insatisfacción.
- Aumentar los usuarios.



G. CONCLUSIONES

- Mediante el análisis situacional se pudo realizar una muestra de población del cantón del Tena, habitantes de 60.880 de la cual se obtuvo 381 persona. Una vez tabuladas y analizadas la información de 381 habitantes se obtuvo las siguientes conclusiones: Que el 52% de la población utiliza diariamente las unidades de Transporte Centinela del Tena, el 60% manifiestan que el servicio de la cooperativa satisface sus expectativas. En cuestión de uniforme un 56% de usuarios manifiestan que mantiene una buena imagen personal para prestación del servicio. Consecutivamente hubo un 38% de usuarios que las unidades no cumplen en totalidad los recorridos establecidos. Con los datos más destacados de las encuestas se refleja que existe factores favorables y no favorables. Debido aquello se buscará las soluciones que fortalezca y potencialice a la Cooperativa datos que permitan visualizar las falencias y hacer retroalimentación de los problemas.
- En la situación actual en cuanto al mal servicio del usuario que se encuentra la Cooperativa se procedió a realizar el análisis FODA, con la ayuda a la entrevista realizada se identificó los aspectos internos y externos que afectan a la cooperativa, se estableció estrategias eficaces con una matriz MAFE, que permitirá mejorar la imagen de la cooperativa y tengan una base para la toma de decisiones.
- En base en lo encontrado se propuso diseñar el Manual de servicio al usuario donde se estimó la calidad y procesos de servicios, pasos para un excelente servicio y soluciones a reclamos de los usuarios que estarán encaminadas a mejorar el servicio y que los usuarios estén satisfechos al usar las unidades.

H. RECOMENDACIONES

- Buscar siempre las soluciones mediante planteamientos de encuestas a los usuarios, que arrojen datos que permitan visualizar las falencias y hacer retroalimentación de los problemas que se vayan encontrando, para mejorar el servicio al usuario y también capacitando a los trabajadores en ciertos tiempos determinados, en temas administrativos y en temas de calidad y servicio al usuario.
- Evaluar mediante un Análisis Foda los posibles factores externos e internos que puedan perjudicar la integridad de la Cooperativa, analizando cada factor y buscar estrategias alternativas para ofrecer un servicio de calidad, eficiencia al usuario, es indispensable que los directivos tomen acciones estratégicas para contrarrestar las debilidades, utilizando herramientas que permitan potencializar sus habilidades.
- Aplicar el manual propuesto para que se ejecuten las técnicas que les facilitaran más conocimientos y realicen un servicio excelente.

I. BIBLIOGRAFÍA

- Análisis del entorno: Macroentorno y Microentorno. (8 de junio de 2020). Ilerna Online. <https://www.ilerma.es/blog/aprende-con-ilerma-online/comercio-marketing/macroentorno-y-microentorno/>
- Andrada, L., De Lucas, S. (2019). *Un análisis de los principales indicadores de calidad. de los aeropuertos de España, Chile, Brasil y Perú*. ACCI (Asociación Cultural y Científica Iberoamericana). https://books.google.com.ec/books?id=bVHDwAAQBAJ&hl=es&source=gbs_navlinks
- Arbós, L. (2012). *Los servicios. Gestión de los procesos de servicios: Organización de la producción y dirección de operaciones*. Ediciones Díaz de Santos. https://books.google.com.ec/books?id=wZQf6ank7XwC&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Bajaña, F. (2012) *Implementación de un Manual de Funciones para mejorar el servicio a los usuarios en la Cooperativa De Transporte Urbano Fluminense de la Ciudad De Babahoyo Provincia de Los Ríos*. [Previo A la Obtención del Título de Ingeniero Comercial]¹ <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/T-UTB-FAFI-IC-000096.pdf>
- Barrios, A. (2011). *Planificación estratégica, presupuesto y control de la gestión pública*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello. https://books.google.com.ec/books?id=fxiLmRKCLtkC&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Collaguazo Suquillo, N., Santamaria Vilatuña, D.N. (2014) *Requerimientos Básicos para la Estructuración de una Empresa de Transporte Interprovincial de Pasajeros en el Ecuador, Caso De Estudio: Cooperativa De Transportes Occidentales*. [Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del Ecuador – Matriz]. [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/9.55.000547%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/9.55.000547%20(2).pdf)

- Díaz, A. B. (2013). *Introducción al Marketing*. San Vicente (Alicante): Editorial Club Universitario.
- García, A. (2016) Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Telos*. vol. 18, núm. 3, Pág. 381-398. <https://www.redalyc.org/pdf/993/99346931003.pdf>
- García, A. (2016). *Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente*. Redalyc, 382.
- Godoy, N. (2011). *El capital humano en la atención al cliente y la calidad de*. Redalyc, 25. <https://www.redalyc.org/pdf/2190/219022148002.pdf>
- Gómez, S. (2012). *Metodología de la Investigación*. Estado de Mexico: ISBN 978-607-733-149-0.
- Gómez, S. (2012). *Metodología de la Investigación*. Estado de Mexico: ISBN 978-607-733-149-0. https://www.aliat.click/BibliotecasDigitales/Axiologicas/Metodologia_de_la_investigacion.pdf
- Guevara, G., Verdesoto, A., Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 163-173. [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-MetodologiasDeInvestigacionEducativaDescriptivasEx-7591592%20\(10\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-MetodologiasDeInvestigacionEducativaDescriptivasEx-7591592%20(10).pdf)
- Guilcapi, C. (2014) Análisis de mercado para el diseño de contenidos del programa de Maestría en Turismo de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, para el año 2014. [Tesis previo a la obtención del título de Ingeniero en Mercadotecnia]. <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/8042/1/T-ESPE-047699.pdf>.

Kotler, P. Y Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Pearson Educación.

https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf

Lafuente, C., & Marín, A. (2010). Metodologías de la investigación en las ciencias sociales: Fases, fuentes y selección de técnicas. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 5-18.

<https://www.redalyc.org/pdf/206/20612981002.pdf>

Martínez, R. (2021). *Gestión del servicio humanizado en salud 2a Edición: Con visión multivariable y guías de mejoramiento*. Ediciones de la U.

https://books.google.com.ec/books?id=9eAZEAAAQBAJ&dq=Manual+d+servicio+al+usuario+que+es&source=gbs_navlinks_s

Mejías, A., Gutiérrez H., Duque, D., D'Armas, M., Cannarozzo, M. (2018). *Gestión de la Calidad Una herramienta para la sostenibilidad organizacional*.

Venezuela: ISO 9001. https://www.researchgate.net/profile/Humberto-GutierrezPulido/publication/341135279_Gestion_de_la_Calidad_Una_herramienta_para_la_sostenibilidad_organizacional/links/5eb090c445851592d6b8cb65/Gestion-de-la-Calidad-Una-herramienta-para-la-sostenibilidad-organizacional.pdf

Morocho, A. S., & Rodríguez, J. F. (2019). *Calidad de servicio de transporte público urbano en la ciudad de azogues* [Trabajo de Titulación previo a la

obtención del título de Ingeniero Mecánico Automotriz] <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/17313/1/UPSCT008257.pdf>

Neill, D., & Cortez Suárez, L. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*, 70. ©

Editorial UTMACH <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12498/1/Procesos-y-FundamentosDeLaInvestiacionCientifica.pdf>

NICOLAS COLLAGUAZO, D. L. (2014). *REQUERIMIENTOS BASICOS PARA LA ESTRUCTURACIÓN DE UNA EMPRESA DE TRANSPORTE INTERPROVINCIAL DE PASAJEROS EN EL ECUADOR, CASO DE ESTUDIO: COOPERATIVA DE TRANSPORTES OCCIDENTALES*. QUITO

Ortega, G. (2017). Cómo se genera una investigación científica que luego sea motivo de publicación. *Journal of the Selva Andina Research Society*, 155-156,

Palella , S., & Martins, F. (2012). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. Caracas: FEDUPEL. <https://issuu.com/originaledy/docs/metodologc3ada-de-la-investigac3b>

Peiró, R. (08 de junio del 2020). Usuario. *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/usuario.html>

Regoli, S. (2007). LA REGULACIÓN DEL TRANSPORTE PÚBLICO URBANO DE PASAJEROS. EL CASO DE LA. *Documentos y Aportes en Administración Pública y Gestión Estatal*, 143-146.

Rodríguez, E. (2010). *Metodología de la Investigación*. Tabasco: Univ. J. Autónoma de Tabasco.

Rodríguez Álvarez, D.A, Becerra Gualdrón, C.Y. (2014). Competitividad del Sector Transporte Intermunicipal de Pasajeros en Boyacá. *Inquietud Empresarial*. Vol. XIV (2). Pag 33-67. <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/fabioblanco,+3+Competitividad+sector.pdf>

Sampieri Hernández, R. (2014) *Metodología de la Investigación*. *DERECHOS RESERVADOS © 2014, respecto a la sexta edición por McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.* Pág. 4 <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

- Sanchez, M. (2013). *Diseño del Manual de políticas y procedimientos administrativos y su incidencia en la eficiencia y eficacia de procesos para el área de secretaria del colegio técnico fiscal provincia del azual de la Ciudad de Guayaquil*. Guayaquil.
- Sy Corvo, H. (25 de mayo de 2022). *Análisis situacional*. Lifeder. Recuperado de <https://www.lifeder.com/analisis-situacional/>.
- Talaya, Á. E. (2011). *Principios de marketing*. Madrid: ESIC Editorial .
- TORRENEGRA, E. S. (2017). *¿CUANTA RAZON TIENE EL CLIENTE?: MANUAL PRACTICO DE SERVICIO AL CLIENTE*. EJ BLACK. [https://books.google.com.mx/books?id=WZU6DwAAQBAJ&printsec=fro
ntcov](https://books.google.com.mx/books?id=WZU6DwAAQBAJ&printsec=frontcov)
- Trujillo, R. (2018). *Planificación Estratégica*. Clube de Autores. [https://books.google.com.ec/books?id=HSh6DwAAQBAJ&hl=es&source
=gbs_navlinks_s](https://books.google.com.ec/books?id=HSh6DwAAQBAJ&hl=es&source=gbs_navlinks_s)
- Uriarte, J. M. (13 de noviembre de 2019). *Análisis FODA*. Uriarte, J. M. (13 de noviembre de 2019). *Análisis FODA*. Obtenido de <https://www.caracteristicas.co/analisis-foda/>
- Vega Camacho, O.H, Rivera Rodríguez, H.A y Malaver Rojas, N. (2017). *Contrastación entre expectativas y percepción de la calidad de servicio del sistema de transporte público de autobuses en Bogotá*. *Revista Espacios*. Vol. 38 (N.º 43). Pág.3. <https://www.revistaespacios.com/a17v38n43/a17v38n43p03.pdf>
- Vega, O., Rivera , H., & Rojas, N. (12 de Mayo de 2017). *Contrastación entre expectativas y percepción de la calidad de servicio del sistema de transporte público de autobuses en Bogotá*, pág. 3. *Espacios*. <https://www.revistaespacios.com/a17v38n43/a17v38n43p03.pdf>
- Valle, J. H. (2012). *ANÁLISIS SITUACIONAL*. Mexico: AZCAPOTZALCO.

J. ANEXOS

Anexo 1. Solicitud de Pedido

Tena, 17 de junio de 2022

Señor
Carlos Chávez
GERENTE DE LA COOPERATIVA "CENTINELA TENA"
Presente, -

ASUNTO: SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA REALIZAR TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN SU COOPERATIVA DE TRANSPORTE "CENTINELA TENA"

De mi consideración:

Yo, **ILLAPA ILLAPA GABRIELA DAYANA**, portador de la cédula de ciudadanía N° 1500969561, ante Ud. Con el debido respeto me presento y expongo lo siguiente:

Que, estando en la última etapa de culminación de mi carrera profesional en **TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN** en el Instituto Superior Tecnológico Tena, solicito a Ud. me conceda la autorización para realizar el trabajo de investigación en su Cooperativa que usted muy gentil lo representa sobre el tema **"MANUAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE "CENTINELA TENA"**

Por la atención que se digne brindar al presente, anticipo mis agradecimientos.

Srta. Gabriela Illapa
C.I. 150096956-1
ESTUDIANTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA

Anexo 2. Aceptación de la Solicitud

COOPERATIVA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS
“CENTINELA DEL TENA”
Acuerdo Ministerial 003232 – 2 de julio de 1992
Resolución N° SEPS-ROEPS-2013-001670 – 01 de Junio del 2013
TENA - NAPO - ECUADOR

Oficio N° 00130-CTPCT
Tena, 17 de junio de 2022.

Señorita
Illapa Illapa Gabriela Dayana
Estudiante del Instituto Superior Tecnológico Tena
Presente. -

De mi consideración:

El Presente tiene por finalidad hacerle llegar a usted un cordial saludo, con esta oportunidad me permito poner en su conocimiento que analizado su oficio s/n con fecha 17 de junio de 2022, he resuelto aceptar su solicitud presentada para que pueda realizar la investigación en nuestra cooperativa y a la vez agradecerle por tomarnos en cuenta para que seamos parte de su proyecto a finales de su carrera.

Deseándole lo mejor en la culminación de su carrera, con sentimientos de alta consideración y estima me suscribo.

Atentamente,

Carlos Chávez
GERENTE C.T.P.C.T.



Resivido 17-06-2022
Gabriela Illapa


Calle Cuenca y Tena – Socopron Telf. 062-887-928
email: centinela_del_tena@yahoo.es

Anexo 3. Encuesta Virtual



MANUAL DE SERVICIO PARA LOS USUARIOS DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTES CENTINELA TENA DE LA CIUDAD DE TENA.

Saludos cordiales, la presente encuesta tiene como objetivo recopilar información a fin de Diseñar un manual de servicio para los usuarios de la Cooperativa de Transporte Centinela Tena de la Ciudad de Tena

gabriela.illapa@est.itstena.edu.ec (no se comparten)
[Cambiar cuenta](#)

1. ¿Con qué frecuencia utiliza las unidades de transporte Centinela del Tena?

- Diariamente
- Semanal
- Mensual
- Trimestral

2. ¿Cómo calificaría el servicio que le brinda la Cooperativa de transporte Centinela Tena?

- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Malo
- Muy Malo

3. ¿Cómo considera el estado físico de las unidades de transporte Centinela del Tena?

- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Malo
- Muy Malo

4. ¿Cómo evalúa el aseo de las unidades de transporte Centinela del Tena?

- Muy Bueno

- Muy Malo

4. ¿Cómo evalúa el aseo de las unidades de transporte Centinela del Tena?

- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Malo
- Muy Malo

5. ¿Cómo califica el cumplimiento de los horarios y recorridos establecidos?

- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Malo
- Muy Malo

6. ¿Considera que los trabajadores mantienen una buena imagen personal?

- Si
- No
- Tal vez

7. ¿El trato ofrecido por los trabajadores de la Cooperativa le hace sentir?

- Muy Importante
- Importante
- Neutral
- Poco Importante
- Nada Importante

8. ¿Esta Cooperativa de Transporte cumple con sus expectativas de servicio?

- Si
- No
- Tal vez

9. ¿Cómo calificaría el sistema de ventas en boletería dentro de la Cooperativa?

- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Malo
- Muy Malo

10. ¿Recomendaría el uso de servicio de este Transporte?

- Si
- No
- Tal vez

Tema: MANUAL DE SERVICIO PARA LOS USUARIOS DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTES CENTINELA TENA DE LA CIUDAD DE TENA.

Saludos cordiales, la presente encuesta tiene como objetivo recopilar información a fin de Diseñar un manual de servicio para los usuarios de la Cooperativa de Transporte Centinela Tena de la Ciudad de Tena.

INDICACIONES: Lea detenidamente cada pregunta y seleccione el ítem con el fin de determinar claramente las necesidades e intereses de los usuarios de la Cooperativa de Transporte Centinela Tena de la Ciudad de Tena, el documento es con fines estrictamente académicos y totalmente anónimo.

1. ¿Con que frecuencia utiliza las unidades de transporte Centinela del Tena?

Diariamente	Semanal	Mensual	Trimestral

2. ¿Cómo calificaría el servicio que le brinda la Cooperativa de transporte Centinela Tena?

Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo

3. ¿Cómo considera el estado físico de las unidades de transporte Centinela del Tena?

Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo

4. ¿Cómo evalúa el aseo de las unidades de transporte Centinela del Tena?

Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo

5. ¿Cómo califica el cumplimiento de los horarios y recorridos establecidos?

Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo

6. ¿Considera que los trabajadores mantienen una buena imagen personal?

Sí	No	Tal vez

7. ¿El trato ofrecido por los trabajadores de la Cooperativa le hace sentir?

Muy Importante	Importante	Neutral	Poco importante	Nada importante

8. ¿Esta Cooperativa de Transporte cumple con sus expectativas de servicio?

Sí	No	Tal vez

9. ¿Como calificaría el sistema de ventas en boletería dentro de la Cooperativa?

Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo

10. ¿Recomendaría el uso de servicio de este Transporte?

Sí	No	Tal vez



Elaborado por:	
<p>Gabriela Dayana Illapa Illapa</p> <p><small>Firmado digitalmente por Gabriela Dayana Illapa Illapa Fecha: 2022.07.27 15:51:53 0206</small></p> <p>Gabriela Dayana Illapa Illapa ESTUDIANTE</p>	
Validado por:	Legalizado:
 <p><small>Firmado digitalmente por:</small> NATALI MARIBEL</p> <p>Ing. Natali Maribel Freire Tixe TUTOR</p>	 <p><small>Firmado digitalmente por:</small> BETTY ALEXANDRA JARAMILLO TITUANA</p> <p>Ing. Betty Jaramillo T, Mg. DOCENTE DE LA ASIGNATURA DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</p>

Anexo 4. Entrevista al Gerente de la Cooperativa de Transporte Centinela de Tena



ENTREVISTA ESTRUCTURADA AL GERENTE DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE CENTINELA TENA

Entrevistado: Carlos Alberto Chávez

Lugar: SEDE DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE CENTINELA TENA

Cargo: Gerente

Saludos Cordiales, la presente entrevista tiene como objetivo recopilar información relevante para determinar la situación actual de la Cooperativa de Transporte Centinela del Tena, este documento es con fines estrictamente académicos.

1. ¿El tiempo que lleva operando la cooperativa, que cambios ha visto?
2. ¿Mencione cuáles son las fortalezas de la cooperativa de Transporte Centinela del Tena?
3. ¿Cree que la cooperativa se ve amenazada por la competencia? ¿por qué?
4. ¿Cuáles son las deficiencias en la cooperativa y por qué?
5. ¿Los choferes y oficiales reciben capacitación sobre el servicio al cliente?
6. ¿Los choferes y oficiales que conocimientos tienen acerca de dar un servicio de calidad a sus usuarios?
7. ¿Qué beneficios se les ha brindado a los choferes y oficiales de la cooperativa?
8. ¿Qué cambios o alternativas sugeriría para el avance de la cooperativa?
9. ¿Ha implementado algún tipo de estrategia de atención al cliente en su Cooperativa que se encuentra a cargo?
10. ¿Existe un manual en la Cooperativa de Transporte Centinela del Tena que indique el proceso del servicio al cliente?
11. ¿Considera necesario el diseño de un manual de servicio al usuario que mejore la relación y satisfacción de sus clientes?

Elaborado por:	
 <p>Firmado digitalmente por Gabriela Dayana Illapa Illapa Fecha: 2022.07.27 17:52:36 -05'00'</p> <p>Gabriela Dayana Illapa Illapa ESTUDIANTE</p>	
Validado por:	Legalizado:
 <p>Firmado digitalmente por: NATALI MARIBEL</p> <p>Ing. Natali Maribel Freire Tixe TUTOR</p>	 <p>Firmado digitalmente por: BETTY ALEXANDRA JARAMILLO TITUANA</p> <p>Ing. Betty Jaramillo T, Mg. DOCENTE DE LA ASIGNATURA DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</p>

Foto 1



Sede la Cooperativa de Transporte Centinela de Tena

Foto 2



Entrevista Al Gerente de la Cooperativa