



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Economía y Empresa
Administración de Empresas

TEMA:

**Plan de mejoras para el servicio de correspondencia de la
Cooperativa de transporte Putumayo.**

AUTORAS

Arreaga Pita Melany Jazmine
Cabezas Lombeida Betsy Lisheth

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TUTORA:

Lic. Magaly Noemí Garcés Silva, MSc.

Guayaquil, Ecuador

14 de febrero del 2024



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Economía y Empresa
Administración de Empresas

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Arreaga Pita Melany Jazmine y Cabezas Lombeida Betsy Lisheth**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciada en Administración de Empresas**.

TUTORA

f. _____
Lic. Garcés Silva Magaly Noemí, MSc.

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____
Ec. Pico Versoza Lucía, Mgs.

Guayaquil, a los 14 del mes de febrero del año 2024



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Economía y Empresa
Administración de Empresas

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Arreaga Pita Melany Jazmine

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación: **Plan de mejoras para el servicio de correspondencia de la Cooperativa de transporte Putumayo**, previo a la obtención del título de **Licenciada en Administración de Empresas**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría. En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 14 del mes de febrero del año 2024

LA AUTORA

f. _____
Arreaga Pita Melany Jazmine



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Economía y Empresa
Administración de Empresas

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Cabezas Lombeida Betsy Lisheth

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación: **Plan de mejoras para el servicio de correspondencia de la Cooperativa de transporte Putumayo**, previo a la obtención del título de **Licenciada en Administración de Empresas**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría. En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 14 del mes de febrero del año 2024

LA AUTORA

f. _____

Cabezas Lombeida Betsy Lisheth



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Economía y Empresa
Administración de Empresas

AUTORIZACIÓN

Yo, Arreaga Pita Melany Jazmine

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Plan de mejoras para el servicio de correspondencia de la Cooperativa de transporte Putumayo**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 14 del mes de febrero del año 2024

LA AUTORA:

f. _____
Arreaga Pita Melany Jazmine



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Economía y Empresa
Administración de Empresas

AUTORIZACIÓN

Yo, Cabezas Lombeida Betsy Lisheth

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Plan de mejoras para el servicio de correspondencia de la Cooperativa de transporte Putumayo**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 14 del mes de febrero del año 2024

LA AUTORA:

f. _____
Cabezas Lombeida Betsy Lisheth



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Economía y Empresa
Administración de Empresas

REPORTE COMPILATIO

 INFORME DE ANÁLISIS
magister

Melany.Arreaga_Betcy.Cabezas

2%
Textos sospechosos

1% Similitudes
< 1% similitudes entre comillas
< 1% entre las fuentes mencionadas

< 1% Idioma no reconocido

Nombre del documento: Melany.Arreaga_Betcy.Cabezas.docx ID del documento: 30f96373112beaf32ebca550e156f99c91b5d525 Tamaño del documento original: 3,09 MB	Depositante: Magaly Noemí Garcés Silva Fecha de depósito: 26/1/2024 Tipo de carga: interface fecha de fin de análisis: 26/1/2024	Número de palabras: 17.780 Número de caracteres: 118.225
---	---	---

TUTORA

f. _____

Lic. Magaly Noemí Garcés Silva, MSc.

ESTUDIANTES

f. _____
Arreaga Pita Melany Jazmine

f. _____
Cabezas Lombeida Betcy Lisheth.

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios, y a nuestra madre santísima del cisne, por darme sabiduría e inspiración para poder desarrollar esta tesis, a todas aquellas personas que de una u otra manera me colaboraron con el desarrollo de la misma.

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a mis padres, quienes han sido el motor principal de mi vida; les agradezco por haberme dado la tranquilidad de saber que cuento y que contaré con ustedes siempre, los amo con toda mi alma. También quiero agradecer a mi hermano por todo el apoyo y el amor brindado hacia persona, un agradecimiento especial a mi novio y a mi mejor amiga (Melany), que han confiado en mí desde el día número uno, por apoyarme y darme su amor incondicional siempre. Al mismo tiempo agradezco a mis segundos padres (Danny y Katiusca), mis hermanitos pequeños Dann y Danna, a mis abuelos, tíos, primos, padrinos, sobrina, suegros, cuñada, a mis perros (Jagger y Sasha) y a toda mi familia en general. Un agradecimiento especial para mi mami Anita que está en el cielo, ¡promesa cumplida mami! gracias por inculcarme que con Dios todo es posible, igualmente agradezco el apoyo absoluto a mis amigos y conocidos por acompañarme en este largo camino. ¡Los quiero muchísimo!

Arreaga Pita Melany Jazmine

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado con todo mi amor principalmente a Dios por permitirme la culminación de mi carrera, a mi familia mi esposo Cristian por alentarme cada día y mis dos hijas por quienes cada día quiero ser una mejor versión de mí misma, a mis padres y mi hermana por su apoyo incondicional.

A quienes estuvieron apoyándome en este caminar mis maestros y amigos entre ellos destaco a Jefferson y Yesenia por el apoyo y enseñanzas; por último, a alguien que ya no está presente físicamente pero cuyo ejemplo tratare de mantener eternamente para mi Segundita en el cielo con todo mi cariño.

Cabezas Lombeida Betsy Lisheth



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Economía y Empresa
Administración de Empresas

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ec. Pico Versoza Lucía, Mgs.
DIRECTORA DE CARRERA

f. _____

Ec. Coello Cazar, David, Mgs
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Paola Alexandra Traverso Holguín, Mgs
OPONENTE

Índice General

Resumen.....	XV
INTRODUCCIÓN	2
Antecedentes del problema.....	4
Definición del problema	5
Justificación de la investigación.....	5
Objetivo general.....	6
Objetivos específicos.....	6
Preguntas de la investigación	6
CAPÍTULO 1: MARCO DE LA INVESTIGACIÓN	8
Marco teórico	8
Historia del transporte interprovincial en Ecuador	8
La gestión y el servicio de correspondencia	8
Marco conceptual	10
Empresa	11
Gestión	11
Gestión por procesos	11
Diagrama de flujo.....	11
Clientes	11
Satisfacción del cliente.....	12
Modelo SERVQUAL.....	12
Dimensión tangibilidad.....	12
Dimensión fiabilidad.	12
Dimensión capacidad de respuesta	13
Dimensión empatía	13
Dimensión seguridad.	13
Estrategia.....	13
Plan de mejoras	14
Servicio	14
Transporte terrestre interprovincial.....	15
Servicio de Correspondencia	15
Encomiendas	15
Marco referencial.....	16
Diseño de Plan de Mejoramiento Continuo para la Empresa de servicios postales nacional 4-72	16
Aplicación del modelo SERVQUAL para medir la calidad en el servicio de la empresa SERPOST.....	18
Modelo SERVQUAL como estrategia para medir el nivel de atención al cliente en la empresa Imexa Group, sucursal Ambato	19
Gestión de transporte para mejorar la eficiencia en el servicio de entrega en una empresa de delibery, Chiclayo 2021	20

Marco Legal	22
Constitución de la República del Ecuador (CRE)	22
Ley orgánica de defensa del consumidor (LODC)	22
Ley orgánica de transporte terrestre tránsito y seguridad vial	24
Ley general de los servicios postales (LGSP)	24
CAPÍTULO 2: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	27
Diseño de la investigación.....	27
Tipo de investigación/enfoque	28
Alcance	29
Métodos	29
Población.....	29
Muestra.....	30
Cuadro Operacional.....	30
Resultados	34
CAPÍTULO 3: PROPUESTA METODOLÓGICA PARA LA APLICACIÓN DE LA NORMA	58
Componentes de la Propuesta.....	59
Propuesta de plan de Acción	61
Presupuesto.....	64
Cronograma	67
Mecanismo de control de la efectividad.....	69
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	73
REFERENCIAS	76
ANEXOS.....	79

Índice de tablas

Tabla 1. Acuerdos establecidos.....	34
Tabla 2. Disposición resolutive de problemas	35
Tabla 3. Procesos concretos para el servicio.....	36
Tabla 4. Logro de los objetivos propuestos	37
Tabla 5. Reducción de errores.....	38
Tabla 6. Comportamiento	39
Tabla 7. Amabilidad hacia los clientes	40
Tabla 8. Manejo de conocimientos procedimentales	41
Tabla 9. Equipamiento tecnológico innovador	42
Tabla 10. Instalaciones adecuadas para la prestación del servicio.....	43
Tabla 11. Organización de la paquetería.....	44
Tabla 12. Recursos informativos.....	45
Tabla 13. Comunicación continúa.....	46
Tabla 14. Tiempo adecuado de respuesta	47
Tabla 15. Capacidad de respuesta a solicitudes	48
Tabla 16. Atención individualizada	49
Tabla 17. Adecuación de los horarios de atención	50
Tabla 18. Importancia de las necesidades del cliente	51
Tabla 19. Se preocupan por los intereses del cliente	52
Tabla 20. Categoría emergente de la interrogante 1	53
Tabla 21. Categoría emergente de la interrogante 2	54
Tabla 22. Categoría emergente de la interrogante 3	55
Tabla 23. Procedimiento para el desarrollo del componente 1	61
Tabla 24. Procedimiento para el desarrollo del componente 2	62
Tabla 25. Procedimiento para el desarrollo del componente 3	63
Tabla 26. Presupuesto y tiempo estimado para la ejecución de la propuesta	64
Tabla 27. Cronograma propuesto para la implementación	67
Tabla 28. Evidencias y criterios de la efectividad de la propuesta a considerar en cada componente de la propuesta de mejora	70

Índice de figuras

Figura 1. Acuerdos establecidos	34
Figura 2. Disposición resolutive de problemas	35
Figura 3. Procesos concretos para el servicio	36
Figura 4. Logro de los objetivos propuestos	37
Figura 5. Reducción de errores	38
Figura 6. Comportamiento	39
Figura 7. Amabilidad hacia los clientes	40
Figura 8. Manejo de conocimientos procedimentales.....	41
Figura 9. Equipamiento tecnológico innovador	42
Figura 10. Instalaciones adecuadas para la prestación del servicio	43
Figura 11. Organización de la paquetería.....	44
Figura 12. Recursos informativos	45
Figura 13. Comunicación continua	46
Figura 14. Tiempo adecuado de respuesta	47
Figura 15. Capacidad de respuesta a solicitudes	48
Figura 16. Atención individualizada	50
Figura 17. Adecuación de los horarios de atención	51
Figura 18. Importancia de las necesidades del cliente	52
Figura 19. Se preocupan por los intereses del cliente	53
Figura 20. Esquema de componentes de la propuesta.....	60

Resumen

La presente investigación tiene por objetivo principal diseñar un plan de mejoras para los servicios de correspondencia de la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo para generar fidelización de los clientes; pues considera que, para la propiciación de la satisfacción de los clientes se hace necesario el reconocimiento pleno de sus intereses. Esto de acuerdo con los postulados de Gómez (2023), Da Silva (2022) y otros autores, quienes sirvieron de referente para dimensionar la perspectiva operacional de las variables. Desde el marco metodológico, este estudio se encuentra enmarcado en una investigación de tipo descriptiva con diseño de campo en la modalidad de proyecto factible, en la que se empleó como técnica de recolección de datos la encuesta y entrevista, mediada técnicamente por el cuestionario aplicado a los usuarios y guion de entrevista ejecutado a trabajadores internos de la empresa. Los resultados determinantes permitieron identificar que la génesis de falencias está relacionado con la disposición, priorización, actitud, organización, comunicación y la asertividad del personal y de los procesos vinculados con el envío y recepción de correspondencia en la Cooperativa; razón por la cual se propuso estrategias para la optimización de los procesos del servicio de correspondencia de la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo para generar fidelización de los clientes.

Palabras claves: Plan de Mejoras; Servicios de Correspondencia; Fidelización de los Clientes.

INTRODUCCIÓN

El ser humano desde sus orígenes ha estado interesado por buscar mecanismos que como individuo y ser social les permita estar comunicados con su semejante, una forma de expresión y contacto que no se reduce al desarrollo y emisión de mensajes, sino que, además conduce al intercambio e interconexión de un individuo con otros aun en medio de la distancia. Si bien es cierto gran parte de esta relación en la actualidad, se ha visto favorecida con el empleo de las tecnologías que hacen posible dar continuidad a la comunicación, también surgen otras necesidades en este ámbito como lo es estar comunicado por medio del envío físico de correspondencias, documentos, objetos, entre otros.

Lo antes señalado permite evidenciar la importancia que representan las empresas destinadas a la prestación del servicio de correspondencias, las cuales lejos de estar en obsolescencia como característica de la integración de las tecnologías en la comunicación, se constituyen en un eslabón destacable para la configuración de la conexión que requiere la sociedad en términos de favorecer la comunicación y presencia física por medio del envío y recepción de un recurso tangible sin que los individuo involucrados deban movilizarse largas distancias.

Tal realidad se hace evidente en la República del Ecuador, y adquiere mayor sentido cuando la ejecución de los procesos internos en las organizaciones que prestan el servicio de correspondencia, se desarrolla orientados a satisfacer las necesidades e intereses de los clientes, pues esto determina de manera directa, la expresión de conexión efectiva entre emisores y receptores de las paqueterías gestionadas por parte de la empresa prestaría del servicio.

Es por lo antes mencionado, que la presente investigación fue realizada a propósito del reconocimiento de los procesos que ejecuta la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo en la prestación del servicio de encomiendas con el fin de sugerir un plan de mejoras para optimizar dichos procesos. Considerando que los servicios de envío y recepción de correspondencia a nivel nacional en el Ecuador, son cada vez más una alternativa de alta demanda, pues hace posible que los ciudadanos puedan de manera confiable y segura trasladar de un lugar a otro todo tipo de encomiendas, desde documentos simples hasta equipos complejos.

Sin embargo, los múltiples retrasos en los envíos, los altos riesgos de pérdida o errores en la entrega de destino, así como un adecuado almacenaje, entre otros aspectos, tienen un papel importante en el interés que conduce el desarrollo de este estudio; ya que es propiamente la manera en que se desarrolla la gestión de los procesos vinculados a la prestación de servicio lo que conduce y determina el grado de satisfacción que poseen los clientes y con ello su fidelización.

Razón que motivó a las autoras de esta investigación a diseñar un plan de mejoras para los servicios de correspondencia de la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo para generar fidelización de los clientes. Cabe destacar que este estudio se encuentra configurado con apartados que permiten entrelazar el reconocimiento y manejo de las variables desde una perspectiva integradora a través de la estructura que a continuación se detalla:

Contextualización del problema: en este apartado se da una instrucción precisa de la importancia y relación del fenómeno estudiado con énfasis en lo que se presenta en el desarrollo de la producción intelectual de sus autoras. Además, reconoce los procesos evolutivos del fenómeno mediante la descripción de los antecedentes del problema, su definición, objetivos, justificación e interrogantes científicas.

Capítulo I Marco teórico: Vislumbra los referentes actuales que contrastan de manera sinérgica con el análisis documental de la realidad estudiada desde una perspectiva actualizada y multifocal del evento estudiado.

Capítulo II Metodología de la investigación: describe la ruta empleada para el logro de los objetivos de una manera práctica por medio de la selección del enfoque que conduce a los resultados por medio del reconocimiento de la realidad respecto a la manifestación de acciones que caracterizan objetivamente la gestión de los servicios de correspondencia en el contexto de estudio ya señalado.

Capítulo III Propuesta metodológica: dirigido a establecer un conjunto de estrategias que optimicen los procesos del servicio de correspondencia de la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo para generar fidelización de los clientes, este capítulo integra el desarrollo de los cambios estimados como parte del procedimiento que las autoras consideran como base para la mejora del servicio.

Conclusiones y recomendaciones: este apartado detalla de manera sinérgica los logros y perspectivas que las autoras consideraron relevantes destacar en el ejercicio y desarrollo de cada objetivo específico.

Antecedentes del problema

En el mercado competitivo actual, los servicios de correspondencia juegan un papel importante para el desarrollo de muchas actividades comerciales. Así lo indicó el Banco Mundial, al mencionar que “el flete por tierra es vital para el comercio nacional e internacional pues es el principal medio para el desplazamiento de mercancías al alcanzar hasta 80% del tráfico regional” (Ortiz, 2022).

La calidad en el servicio de correspondencia o encomiendas ha ganado protagonismo en los últimos años, debido a la pandemia del COVID-19, la misma que produjo una necesidad imperativa de transportar diversidad de artículos. En Latinoamérica, por ejemplo, este servicio tuvo un incremento durante los últimos cinco años del 30%, según estadísticas referente a servicios postales expuesto por la Unión Postal Universal (UPU, p. 12)

En el Ecuador, la actividad de transportar documentos, artículos de uso personal, mercaderías, entre otros, sigue cobrando terreno. La industria de este servicio vino evidenciando aumentos hasta en un 75% para el año 2021 debido a la gran demanda de compras a través del internet, las mismas que requerían distribuirse a diversos destinos del país por vía terrestre (Mena, 2022, p. 6).

El aumento en el mercado ecuatoriano referente a tránsito de encomiendas y documentos ha dado lugar a la aparición de empresas que se dedican a ofertar este servicio de manera muy personalizada, generando una competencia para las cooperativas de transporte interprovinciales, quienes han sido los pioneros en transportar paquetería.

Sin embargo, el mantener altos estándares en la gestión para transportar de manera eficiente mercancías y otro tipo de artículos, son objetivos de análisis por parte de la administración de las cooperativas de transporte interprovinciales, que han incorporado este tipo de servicio, a fin de optimizar sus procesos de traslado de encomiendas con responsabilidad y sin contratiempos.

El presente estudio se centra en la gestión que realiza la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo, la misma que lleva en el mercado nacional desde hace 42 años transportando pasajeros a distintos destinos del país. Dicha cooperativa incorporó, además, el servicio de distribución, entrega de correspondencia y paquetes a través de sus unidades de transporte, siendo este último servicio, el objeto de análisis de este estudio.

Debido a la magnitud de paquetes que requieren ser transportados a diferentes destinos del país, los conductores y oficiales de los diferentes buses de cooperativas de transporte interprovincial que ofrecen el servicio de encomiendas, se ven en la responsabilidad de trasladar y custodiar dichos envíos de manera segura y oportuna. Además, la labor que juega el personal en cada agencia se ve ante el reto de verificar que se cumpla todos los requisitos para que el envío se realice de manera ordenada.

La cooperativa de transporte interprovincial Putumayo cuenta con 24 agencias a nivel nacional, en las cuales se lleva a cabo el servicio de encomiendas las 24 horas, lo que indica una actividad de mucho movimiento. Y a fin de evitar contratiempos al momento de la entrega de la correspondencia, es meritorio que los procesos empleados sean de calidad, con la finalidad de que los clientes se sientan satisfechos con el servicio. Es por ello, que la presente investigación pretende evaluar los diferentes procedimientos ejecutados para el servicio de encomiendas y plantear mejoras para corregir o potencializar los resultados obtenidos.

Definición del problema

¿De qué manera los procesos del servicio de encomiendas de la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo inciden en la satisfacción de sus clientes?

Justificación de la investigación

El concepto de gestión por procesos toma una relevancia especial, pues una adecuada logística para transportar una encomienda (sean estos documentos y/o paquetes), genera satisfacción en los clientes por el servicio prestado y contribuye a la fidelización del mismo. Es por ello que tanto las teorías, conceptos, referencias, entre otros, redactados en este trabajo investigativo contribuye al enriquecimiento de la literatura científica en lo referente a procesos de gestión para el transporte de encomiendas en las cooperativas de transporte interprovinciales, justificando así este estudio, desde el ámbito teórico.

Aunque el servicio de encomiendas en los transportes interprovinciales es muy antiguo en comparación con la cantidad significativa de empresas dedicadas al servicio de paquetería puerta a puerta creadas en los últimos años, la demanda de envíos a través de las cooperativas sigue teniendo mucha acogida debido a su costo. Y la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo no es la excepción. Por ello, este análisis propuesto suministrará la información primaria, la opinión de los clientes, que faciliten a la gerencia de la empresa en estudio, corregir y optimizar los procesos de logística con estrategias ideales orientadas a alcanzar la satisfacción de los usuarios.

El trabajo de investigación expuesto a continuación será de mucha utilidad para aquellas cooperativas de transporte interprovincial que aún no han incluido en su actividad económica el servicio de correspondencia o encomiendas, y deseen averiguar toda la logística que existe detrás de este tipo de servicios, normativa legal, flujo de procesos, preferencias de clientes en cuanto a qué esperan al momento de cancelar por un servicio de encomiendas, entre otros aspectos.

Por último, el estudio presentado en las siguientes páginas se alinea con promover estrategias de mejoras para un servicio de calidad y aportará a la academia, posibles soluciones a falencias en procesos de logística para servicios de correspondencia que dará paso a investigaciones futuras.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar un plan de mejoras para los servicios de correspondencia de la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo para generar fidelización de los clientes.

Objetivos específicos

Recopilar información bibliográfica en lo referente a servicios de correspondencia y una gestión eficaz que contribuya a establecer una metodología para la realización de la presente investigación.

Identificar falencias en el proceso del servicio de correspondencia de la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo

Evaluar el grado de satisfacción de los usuarios del servicio de correspondencia de la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo.

Establecer estrategias que optimicen los procesos del servicio de correspondencia de la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo para generar fidelización de los clientes.

Preguntas de la investigación

¿Cuáles son las bases conceptuales y evidencias científicas relacionados con planes de mejoras para el proceso del servicio de correspondencia de la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo?

¿Cuál es actualmente el proceso de servicio de correspondencia con el que cuenta la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo?

¿Cuáles son los procesos que se ejecutan dentro de la administración de La Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo para medir la satisfacción de los clientes referente al servicio brindado?

¿Qué estrategias podrían aplicarse para mejorar o potencializar determinados procesos del servicio de correspondencia que ofrece la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo y lograr una mayor fidelización de los clientes?

Capítulo 1: Marco de la investigación

Marco teórico

La historia del servicio de correspondencia es tan antigua como el hombre, debido a la necesidad de éste, referente a comunicarse con sus parientes o transportar bienes a determinado lugar. Con el avance de la ciencia a lo largo de los tiempos este tipo de servicios ha ido evolucionando y hoy por hoy, existen muchas empresas dedicadas a transportar desde documentos hasta carga pesada a todos los rincones del Ecuador.

Historia del transporte interprovincial en Ecuador

El primer transporte interprovincial creado en Ecuador fue el ferrocarril inaugurado en el año 1973 bajo el gobierno de Eloy Alfaro “lo que mejoró sustancialmente el comercio especialmente en la región interandina y permitía conectar a poblaciones alejadas de la capital y de las principales ciudades” (Arguello, Villa y Palahuachi, 2020, p. 82).

Para el año 1922, se importan al país los primeros autobuses que tenían la capacidad de transportar a 30 pasajeros con un costo del pasaje muy económico y poco a poco se fueron formando empresas de este tipo de unidades, entre ellas figura la cooperativa SANTA (Servicio Automotor Nacional de Transporte Ambateño), “la cual fue fundada hace 71 años, convirtiéndose en la empresa más antigua movilizand o pasajeros y encomiendas para todo el país” (García, 2016).

En lo referente a servicios de encomiendas, según la Agencia de regulación y control postal (ARCP), indicó que hace tres años atrás, en el Ecuador estaban registradas 172 empresas dedicadas a ofrecer el servicio de correspondencia (documentos, paquetes pequeños y medianos) tanto a nivel nacional como internacional (ARCP, 2020).

La gestión y el servicio de correspondencia

A lo largo de los años que ha ido evolucionando la historia del transporte tanto de personas como de bienes en el Ecuador, se han generado muchos estudios referentes a la forma de gestionar los procesos de transportación a fin de ejecutarlos de manera eficiente garantizando al usuario un servicio de calidad. Es por ello que se hace necesario identificar los criterios que intervienen en la gestión de las empresas de transporte y como el impacto del mercado han favorecido su evolución permanente.

Desde una perspectiva global, las empresas de transporte han sufrido cambios vertiginosos que refieren la adaptación tanto de las condiciones infraestructurales de los sistemas de transporte, así como de las demandas de los consumidores en termino de modalidades y requerimientos de movilización tanto de pasajeros como de correspondencia.

Los sistemas de transporte han sido transformados con el tiempo a partir de las diferentes rutas de acceso dispuestas para a movilización; en tanto que las modalidades han condicionado la forma en la que se gestan los procesos de traslado. Para Gallego (2003) la evolución del transporte “ha pasado desde la tracción animal hasta el motor de combustión interna, pasando por la máquina de vapor, y las carreteras tienen una importancia fundamental en todos los rincones del planeta” (p. 13).

Esto aunado al avance de las tecnologías, la forma en la que se propician las relaciones comerciales y la efectividad de los servicios en representación de los costos de traslado. Por lo que se puede considerar que existen múltiples dimensiones de factores asociados al transporte tanto de pasajeros como de correspondencia que convergen en los procesos evolutivos del servicio de traslado y envío.

Ahora bien, con énfasis en la gestión del servicio de transporte de pasajeros y correspondencia, es propicio señalar que la gestión tiene sus bases en lo propiamente estratégico y operativo. Entendiendo como fundamento de la gestión estratégica, a aquella que procura el desarrollo de experiencias de servicio ajustadas a las características inventivas de la realidad, procurando el mejor uso de los recursos, de la accesibilidad y transformación continua.

Por su parte la gestión enmarcada a su accionar operativo, privilegia el logro de los objetivos de manera imperiosa en el que se produce el engranaje de procesos asociados a los servicios de transporte; en el cual se procura la funcionalidad, continuidad de las cadenas de acción y el logro de resultados esperados en la logística. Por lo que no puede ser vista la gestión de los servicios de transporte desde una sola perspectiva, e incluso considerarla de forma individualizada en los procesos de la gestión estratégica y operativa.

Al analizar la evolución implicada en la gestión de los servicios de transporte de pasajeros y encomiendas, se puede decir que esta es cada vez más adaptativa, pues es impulsada por las acciones de un mundo globalizado en el que la asistencia tecnológica, así como otros rasgos contextuales marcan el ritmo de la dinámica de las operaciones y estrategias a seguir.

Otro factor a tener en consideración al estudiar la gestión de los servicios de correspondencia y con ello su evaluación, es la adecuación de los modelos paradigmáticos que responden a esquemas de sistemas comerciales, sociales, políticos y culturales en los que se inserta la dinámica de cosmovisiones que alteran el equilibrio y producen sinérgicamente una transformación, que en todos los sentidos es inminentemente necesaria.

Por lo que la gestión administrativa, se constituyen en un elemento clave para toda empresa prestadora del servicio de transporte. Afirma Botero (2017) que la gestión administrativa “se destaca como un factor clave detrás del éxito de la empresa internacionalizada, ya que son los estrategas quienes establecen la dirección de sus empresas” (p. 17).

Por consiguiente, establecer un alcance en la evolución de la gestión de empresas de transporte, sugiere considerar el cambio adaptativo estratégico que se ha considerado a fin de suplir las demandas del mercado de consumidores. En este sentido, hoy en día es frecuente encontrar en el Ecuador, la existencia de empresas que prestan el servicio de transporte que han evolucionado, pues principalmente estaban enfocadas en solamente el transporte de pasajeros, y producto de las demandas y necesidades por parte de los consumidores, han establecido el servicio de encomienda de paqueterías.

Constituyendo así un nuevo modelo de mercado en el que la gestión administrativa atiende tanto el servicio de traslado de pasajeros, como el envío de correspondencia; lo cual supone un reto importante de acuerdo con la estructuración de los protocolos y la marcada diferencia de mecanismos que esto exige.

Alguno de los aspectos más formales está orientado principalmente a la consideración de los factores internos y externos de la gestión, tales como asignación de rutas, movilización de mercancía, desarrollo tecnológico, canales de mejora continua, entre otros aspectos relacionados con la operatividad y estrategia del servicio de transporte.

Marco conceptual

En las siguientes páginas se detallan los diversos conceptos que soportan toda la argumentación del desarrollo del presente análisis. Este apartado se redacta como complemento al marco referencial y teórico, el cual está compuesto por teorías académicas.

Empresa

El experto Zapata (2011, como se citó en Tello, Tul, Vaca y Villavicencio, 2018) mencionó que “empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que, al ser vendidos, producirán una renta que beneficia al empresario, al Estado y a la sociedad en general” (p. 4).

Gestión

Este término ha sido conceptualizado por diversos expertos en materia de administración. Uno de ellos expuso que “la gestión es el conjunto de procedimientos y acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo” (Westreicher, 2020).

Gestión por procesos. De manera específica, en su libro Administración y gestión empresarial, los expertos López, Lara, Villacis y Pérez abordaron este tema y expusieron que “la gestión de procesos percibe la organización como un sistema interrelacionado de procesos que contribuyen conjuntamente a incrementar la satisfacción del cliente. Supone una visión alternativa a la tradicional caracterizada por estructuras organizativas de corte jerárquico funcional” (2019, p. 90)

Diagrama de flujo

“Es una técnica que permite representar gráficamente las operaciones y estructuras que se van a realizar, mediante una simbología estándar, con un único punto de inicio y uno de finalización” (Pinzón y Rodríguez, s.f.). Por su utilidad, es una técnica muy empleada en el mundo de la gestión empresarial para analizar procesos y detectar falencias.

Clientes

Al referirse a esta expresión, Aguilar (2021) lo conceptualiza como la “organización o persona que recibe un producto por ende un beneficio, un beneficio del resultado de una fase y una fase es la fusión de acciones recíprocas relacionadas, las mismas que convierten entradas en salida” (p. 6).

Por su parte, los expertos Brito y Vergara (2022) manifestaron de forma muy puntual referente a qué es un cliente potencial:

El cliente potencial es aquel con el que se decide o se desea conectar la empresa, al momento de transmitir las cualidades, características o beneficios del servicio y/o producto, el cual pueda ser de interés para él, un consumidor que en algún momento futuro puede concretar la compra del bien o servicio (p. 31).

Satisfacción del cliente. Pulido (2013, citado en Trujillo, 2022) mencionó referente a la satisfacción al consumidor como “la percepción del cliente acerca del grado con el cual sus necesidades o expectativas han sido cumplidas” (p. 30).

Modelo SERVQUAL

La experta Gómez (2023), expresó que “el modelo SERVQUAL es un método de medición de la calidad de un servicio que se basa en contrastar las expectativas que tienen los clientes antes de probarlo con las opiniones que comparten una vez que lo obtienen”. Por su parte, otros peritos en la materia manifestaron que:

El modelo SERVQUAL, es un instrumento para medir la calidad de servicio, buscando una comparación entre la prestación del servicio y la percepción original que tienen los clientes externos sobre los factores tales como: dirección, planeación, control, así como todas las áreas de la organización incluyendo gerencia, contabilidad, finanzas, recursos humanos, entre otros (González y Moncayo, 2022, p. 33)

Este modelo de medición evalúa cinco dimensiones que juegan un rol primordial al momento de ofrecer un servicio de calidad. Dichas dimensiones son tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. (Trujillo, 2022, p. 25).

Dimensión tangibilidad. Este ámbito que forma parte del modelo SERVQUAL para medir la calidad en el servicio, “evalúa las cualidades de la infraestructura, equipos, atuendos y mobiliario que existe en un servicio; sin embargo, añaden una percepción global de la calidad de atención, dentro de su medición, pero no como dimensión” (Araujo y López, 2022).

Dimensión fiabilidad. En el año 2022, la administración del estado ecuatoriano en su afán de ofrecer servicios de calidad a los ciudadanos a través de los servidores públicos, en un comunicado del Ministerio de trabajo del Ecuador (MTE), manifestó sobre la expresión fiabilidad lo siguiente:

Se basa en la percepción del usuario sobre la capacidad de la entidad de brindar el servicio acordado en la forma y plazos establecidos, representa la capacidad organizativa y de recursos para hacerlo de manera eficiente y sin fallos, para lo cual son necesarios procesos eficientes y personal calificado para ejecutarlos; de lo contrario existe el riesgo de perder la confianza de los usuarios (p. 4).

Dimensión capacidad de respuesta. Referente a este aspecto del modelo SERVQUAL, el experto Trujillo (2022) se refirió a lo que se pretende medir bajo esta expresión y es “la capacidad que tiene la empresa para proporcionar un servicio rápido, así como, la voluntad de ayudar a los clientes” (p. 25).

Gómez (2023), de manera similar, en su análisis sobre esta temática de manera más puntualizada, expuso que se pretende medir “la disposición que existe para atender a las personas y la velocidad para lograrlo. Incluye el proceso de compra, el de atención, la respuesta a dudas, el tiempo de espera entre una consulta y otra, la resolución de un problema”.

Dimensión empatía. La palabra empatía implica “comprender el estado de ánimo de los demás y nos lleva a un comportamiento más solidario, especialmente con las personas que no pertenecen a nuestra comunidad” (Organización de Naciones Unidas, s.f.).

Desde el punto de vista de la gestión administrativa relacionado a la calidad en el servicio de atención al cliente, la experta Gómez mencionó su criterio sobre qué es la dimensión empatía:

Se refiere al nivel de atención personalizada que se les puede dar a los clientes. Al fin y al cabo, no todos los clientes tienen las mismas necesidades o los mismos problemas, ni siquiera el mismo carácter. Por eso será importante que en el servicio sea evidente que se observan estas diferencias para atenderlos como mejor les resulte (Gómez, 2023).

Dimensión seguridad. Esta dimensión del modelo SERVQUAL “se relaciona directamente con la tranquilidad que tiene el cliente a la persona que se encuentra asesorándole al hacer uso de un servicio se encuentra capacitada.” (Miranda, 2021, p. 1436).

Estrategia

Debido a su amplio uso en el campo empresarial, esta palabra ha sido conceptualizada por múltiples expertos. Por ejemplo, Purcell (2022), en una de sus publicaciones titulada “Tipos, implementación y ejemplos de estrategia empresarial, expuso lo siguiente:

La estrategia, en el campo empresarial, es el procedimiento por medio del cual se plantea un método para controlar y mejorar el desarrollo de un negocio. Facilita el

crecimiento de las empresas mediante la detección de objetivos generales, para los que después se plantean objetivos más pequeños y concentrados en los departamentos o personas adecuadas.

Analizando lo antes mencionado, dentro de un negocio se ejecutan diversos procesos que persiguen alcanzar los objetivos planteados por la gerencia. Una de ellas es el proceso de atención al cliente, un ámbito de constante cambio en cuanto a estrategias, debido a su relevante importancia. “Las estrategias de servicio al cliente son planes de acción que tienen como objetivo satisfacer las necesidades, anticipar las objeciones y superar las expectativas de los consumidores en todas las etapas de su relación con una empresa” (Da Silva, 2022).

Plan de mejoras

Parra (2016, citado en Cueva, 2021), expuso su definición sobre lo que es un plan de mejora: es “un instrumento que implica una planificación orientada al aumento de la calidad en los procesos y de los resultados. Estos planes suelen estar precedidos por la identificación de las fortalezas y de las debilidades” (p. 14).

Servicio

Desde el entorno económico, el experto Miranda expuso que esta expresión es el “conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindando un producto inmaterial y personalizado; un producto intangible, que demanda la necesidad de cumplir con ciertas actividades para poder satisfacer las necesidades de los clientes” (2021, p. 1434)

García y Guerrero (2023) manifestaron en lo relacionado a este concepto, pero direccionando a una atención al cliente:

El servicio al cliente es la acción que realiza la empresa hacia un cliente, que puede definirse como la atención y la ayuda que se le da al mismo bajo cualquier situación, como en la compra de algún artículo, dudas sobre algún y sobre todo en la experiencia que tenga de la calidad de servicio que recibió (p. 17).

Al relacionar los conceptos de los autores mencionados en los párrafos anteriores, se concluye la importancia de focalizar el aspecto de la atención al cliente debido a que se direcciona a la búsqueda de soluciones ante sus necesidades. Este detalle es de interés en la presente investigación, ya que se pretende mejorar los servicios de correspondencia de la empresa en estudio.

Transporte terrestre interprovincial

El experto en economía, Boris Arévalo (2016), en su estudio de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre y Seguridad Vial, mencionó que “el servicio de transporte terrestre público interprovincial (...) es definido según el art. 68 de la ley como aquel que opera, bajo cualquier tipo, dentro de los límites del territorio nacional” (p. 7). Además, puntualizó lo siguiente:

El servicio de transporte terrestre interprovincial, si bien puede ser prestado por operadores privados debidamente autorizados por la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, mediante el permiso de operación como indica el Art. 67, al ser un servicio público, como lo garantiza el Art. 52: “El Estado garantizará la prestación del servicio de transporte público en forma colectiva y/o masiva de personas animales y bienes, dentro del territorio nacional, haciendo uso del parque automotor ecuatoriano y sujeto a una contraprestación económica” (Arévalo, 2016, p. 7)

Servicio de Correspondencia

Al referirse a esta expresión, se la ha conceptualizado como un “servicio de entrega o gestión de entrega de documentos y/o paquetes a través del servicio de correspondencia con propio correo ordinario o mensajería especializada” (Universidad Nacional Autónoma de México, 2021).

Encomiendas

Este término, en Latinoamérica, se refiere a “un paquete enviado a través de un servicio postal o de transporte. Por lo general se trata de una caja con algún objeto en su interior que un remitente le envía a un receptor” (Pérez y Merino, 2022). La encomienda, entonces, consiste en la acción de entregar un paquete que se traslada de un lugar a otro y la velocidad de entregarlo en menos tiempo deriva de los costos. Por ejemplo, Gamber 2019 (citado en Medina 2022), mencionó al respecto:

La entrega en el día del pedido no es fácilmente factible. Un servicio más rápido conlleva un fuerte aumento de los costes. Si los costes son soportados por el proveedor o transferidos al cliente a través de precios más altos es hasta el cálculo del proveedor (p. 22).

Marco referencial

A continuación, se expondrán estudios realizados por otros autores en lo relacionado a la gestión en empresas de transporte de paquetería. De dichas investigaciones, dos fueron realizadas en Perú, una de Colombia y una de Ecuador, todas son tesis de titulación. En la redacción se apreciarán evaluaciones de flujo de operaciones, así como de satisfacción del servicio al cliente de empresas que ofertan el servicio de correspondencia.

Diseño de Plan de Mejoramiento Continuo para la Empresa de servicios postales nacional 4-72.

Investigación realizada en el año 2022 por los autores Trujillo y Rubio de la Corporación Universitaria Minuto de Dios de Colombia. El objetivo principal consistía en diseñar un plan de mejoras para la compañía de servicios postales 4-72, con la finalidad de optimizar sus procesos administrativos y operativos. Para ello, se realizó un análisis para identificar factores de riesgo potenciales que afecten los procesos tanto operativos y administrativos de la empresa en estudio.

La empresa 4-72 se dedica a ofrecer servicios postales a nivel nacional en Colombia desde el año 1963. Los servicios que ofrecen son la mensajería expresa de correos electrónicos, de mercancías, de pagos, entre otros. Su actual director es Juan Vargas quien ha realizado ajustes en pro del mejoramiento de procesos operativos, seguridad y programas de capacitación.

La problemática que ha venido presentando la compañía es un desmejoramiento por diferentes causas, “algunas se relacionan con el desconocimiento de los procesos logísticos, también hay fallas en la supervisión para llevar una actividad positiva, además se perciben desventajas a la actual demanda tecnológica, no hay controles de calidad, entre otras” (Rubio y Trujillo, 2022, p. 41)

La metodología empleada para el desarrollo de este análisis fue de tipo documental y descriptiva. Según los autores, recabaron información en las diversas páginas electrónicas sobre procesos de logística ideales para servicios postales, así como el uso del Diagrama Ishikawa o diagrama Espina de pescado, considera una herramienta ideal para analizar y estudiar procesos y/o situaciones.

Los resultados obtenidos permiten puntualizar causas que generan problemas en la logística del servicio de envío. Entre las causales se citan procesos insuficientes y desactualizados dentro del campo tecnológico, lentitud en la entrega de los envíos

por falta de comunicación y nulidad por rutas de difícil acceso, casos de contratación cuestionables, entre otros.

En base a estas causales detectadas, los investigadores proponen un plan de mejoramiento enfocado a fortalecer el capital humano de la empresa, promover la interacción con la clientela, potencializar el marketing digital y establecer medidas para ejecutar un monitorio continuo para las estrategias de mejoras que se redactan a continuación.

En lo referente al fortalecimiento del capital humano, se sugieren capacitaciones relacionadas a comunicación y cultura organizativa, empleo de herramientas tecnológicas empresariales, así como establecer un programa de incentivos a nivel laboral. Por otra parte, para potenciar la interacción con los clientes de la empresa mediante plataformas digitales, se propone la creación y circulación de un portafolio digital, así como la actualización de la página web con anuncios diseñados para efectos de marketing.

Para mitigar la problemática de procesos deficientes por la desactualización en lo tecnológico, se propone actualizar el software sobre los sistemas de gestión logística centralizando datos en puntos de pago, carga y descarga, inventarios, flujo de caja. Además, implementar un software de gestión, creación de un protocolo de ubicación por unidad de transporte y establecer un programa para mantenimiento de equipos de cómputo.

La modernización de las áreas de trabajo es otro ámbito que se sugirió mejorar con la finalidad de difundir una imagen empresarial. Este aspecto incluye la ampliación de las salas de espera, la reorganización de la parte mobiliaria y una adecuación de una plataforma inteligente para el sistema de turnos. Por otra parte, se requiere contar con un parque automotor en buen estado, lo que incluirá evaluaciones técnicas y mantenimiento de los vehículos, diseño de un formato digital del estado de las unidades para los choferes.

Finalmente, los autores establecen indicadores de seguimiento a las estrategias establecidas en el plan de mejoras redactados en los párrafos anteriores a fin de monitorear las cuatro áreas a optimizar: procesos de formación para mejorar procesos de logística, portafolio digital, servicio que se ofrece a la clientela y posicionamiento de la empresa 4-72 en el mercado de servicios postales.

El trabajo investigativo por los autores Trujillo y Rubio, se consideró de utilidad para conocer la problemática a la que se enfrentan otras empresas que se

dedican a transportar paquetes y analizar posibles soluciones que optimicen la logística de los servicios postales.

Aplicación del modelo SERVQUAL para medir la calidad en el servicio de la empresa SERPOST.

Investigación realizada en Perú por Brander Trujillo de la Universidad San Ignacio de Loyola en el año 2022. La empresa en estudio fue Servicios Postales del Perú S.A. (SERPOST), cuya actividad económica es la prestación de servicios postales con cobertura a nivel nacional e internacional. Su personería es jurídica de derecho privado.

El objetivo del estudio en mención fue de determinar cuál sería la posible relación entre la calidad de atención esperada de los usuarios y percibida por los mismos bajo las cinco dimensiones del modelo SERVQUAL, tales como tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Este modelo de medición de calidad del servicio está destinado a mapear las expectativas del cliente.

La metodología empleada fue de tipo no experimental, cuantitativa descriptiva y transversal. La población de estudio estuvo conformada por 175 clientes entre edades de 18 a 65 años. La técnica de recolección de datos fue la encuesta, a través de un cuestionario de veintidós ítems.

Los resultados que se obtuvieron del cuestionario aplicado, permitieron apreciar una relación negativa entre las expectativas y las percepciones en lo relacionado a calidad en servicios otorgados, siendo la dimensión de capacidad de respuesta la que presentó la mayor brecha de insatisfacción en los usuarios debido específicamente a falta de rapidez en el servicio y no otorgar información de seguimiento del envío.

El plan de mejora se enfocó en sugerir ajustes dentro de dos procesos específicos que retrasan los envíos, tales como los servicios certificados y los comunes. Se desarrollaron 2 diagramas de proceso como sus diagramas de recorrido. El rediseño de los cambios propuestos no incluye aumento de personal ni uso de recursos económicos adicionales.

El análisis de la investigación en mención es interesante, debido a que, gracias a un modelo de medición, se puede detectar un problema en específico al cual, después de un detenido estudio, se logra establecer los cambios idóneos para mitigar los niveles de insatisfacción en los clientes y lograr fidelizarlos. Además, es interesante resaltar

que el proponer mejoras, en algunos casos particulares como este, sólo es necesario modificar pequeñas cosas sin mayor inversión.

Modelo SERVQUAL como estrategia para medir el nivel de atención al cliente en la empresa Imexa Group, sucursal Ambato.

El estudio que se resume a continuación fue realizado en el Ecuador por el Edison Pullatasig de la Universidad técnica de Ambato en el año 2022, cuya evaluación fue realizada en la empresa Imexa Group la cual ofrece servicios de logística internacional, la misma que es considerada como una de las que lideran el mercado de paquetería y servicio de logística.

El objetivo principal establecido para esta investigación consistía en evaluar el nivel en la calidad del servicio que brinda Imexa Group a sus clientes mediante el modelo de medición SERVQUAL, lo que conlleva a la utilización de instrumento de recolección de datos como el cuestionario, que estuvo compuesto por veintidós ítems de preguntas relacionadas a medir las dimensiones de tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y seguridad. Por ello, la metodología empleada fue de carácter no experimental y cuantitativo descriptiva.

Las expectativas de los clientes en cuanto a recibir un servicio de calidad se situaron en un 4,16 mientras que las percepciones dieron como resultado 3,70. Estos datos permitieron calcular el índice de la calidad de servicio, el cual se dio un resultado negativo de 0,46 denotando así, que la empresa Imexa Group no está ejecutando de manera eficiente sus actividades en lo referente a brindar una atención al cliente.

Dentro de la dimensión tangibilidad, los encuestados indicaron que las instalaciones del negocio están carentes de innovación. Por ello, indicaron que desearían ver una estructura física más atractiva para el público porque les generaría mayor confianza.

En lo referente a las dimensiones fiabilidad y capacidad de respuesta, los resultados obtenidos señalaron su deseo que la empresa cumpla con lo prometido, así como también que esté presta a ayudar de forma rápida y eficaz cuando se presenten contratiempos. Es sobresaliente mencionar que el ítem 12, el cual tenía como pregunta: “¿Los empleados de la empresa de logística siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes?”, tuvo una puntuación alta por parte de los encuestados, indicando que están totalmente de acuerdo, es decir, se sienten satisfechos con el servicio recibido dentro de este aspecto (Pullatasig, 2022, p. 53).

Finalmente, en las dimensiones de seguridad y empatía, los clientes mencionaron que para ellos es muy importante percibir el profesionalismo por parte de la empresa en cuanto a sus procesos de logística porque eso les da seguridad al confiar sus encomiendas, así como también expresaron lo necesario sentirse comprendidos gracias al interés por parte del personal que los atiende. Los valores obtenidos en estas dimensiones fueron muy positivos, lo que permite concluir que la empresa mantiene una buena gestión en estos procesos.

La investigación realizada por Pullatasig fue considerada digna de análisis por parte de las autoras, debido a los resultados positivos que presentó la empresa Imexa Group en la mayoría de las dimensiones del modelo SERVQUAL evaluados, denotando así que existen empresas con una alta responsabilidad en brindar servicios de calidad a sus clientes. Además, la estructura de los cuadros de resultados y figuras es ideal para un correcto análisis.

Gestión de transporte para mejorar la eficiencia en el servicio de entrega en una empresa de delivery, Chiclayo 2021.

Estudio realizado por Jhon Sánchez, egresado de la Universidad Señor de Sipán en Perú durante el año 2021. La evaluación de la gestión se llevó a cabo en una empresa de delivery en la ciudad de Chiclayo, que se dedica a ofertar el servicio de entregas de encomiendas a nivel local.

El propósito de la investigación mencionada en el párrafo anterior fue de realizar un diagnóstico de los procesos internos de la empresa de delivery y detectar que afecta su eficiencia en el servicio de entregas. con la finalidad de diseñar una propuesta de gestión de transporte para optimizar su flujo de actividades en beneficio de los clientes.

Esta investigación es de tipo no experimental y transversal. Los instrumentos para la recolección de datos fueron la observación para plasmar el flujo de las actividades durante la recepción, transporte y entrega de la encomienda. Además, se entrevistó a un representante del nivel gerencial y la encuesta fue aplicada a los trabajadores del departamento de operaciones.

La problemática detectada fue que la empresa de delivery no cuenta con un plan de gestión de transporte que enmarque el desempeño eficiente que se espera de las actividades del mismo. Las actividades operativas se desarrollan de manera empírica a criterio de los trabajadores del área implicada, así como también padece de

no contar con unidades de transporte suficientes. Adicional a esto, la empresa sufre de “falta de unidades de transporte requeridas, personal poco calificado, ausencia de programación de rutas óptimas, ausencia de inversión de recursos, entre otras” (Sánchez, 2021, p. 50).

En lo referente al desempeño, el tiempo de espera ante una solicitud de servicio no es el esperado por los clientes y la ausencia de una plataforma tecnológica que integre las actividades, se consideró como una demanda imperativa. A todo lo mencionado, también se suma una mala distribución de los espacios laborales. Todo lo anterior constituyó la base para elaborar el diagrama de Ishikawa, herramienta destinada al diagnóstico de causas y efecto de problemas.

En base a todos los problemas encontrados en las actividades de la empresa de delivery en estudio, se diseñó un plan de requerimiento de materiales, donde se estableció un nuevo organigrama y las funciones de cada departamento, así como los formatos para control de mantenimiento e insumos de las unidades vehiculares.

Adicional, se propuso cambios en el flujograma del servicio para evitar redundancias en procesos que no generaban valor y mejorar los tiempos relacionados a la ejecución de actividades diarias. Finalmente, se bosquejó una propuesta de Layout para lograr una óptima distribución de las instalaciones que facilite la eficiencia en las actividades del servicio de entregas.

A fin de medir la eficiencia, se establecieron indicadores referentes a entregas perfectas, entregas a tiempo, entregas completas y documentación sin problemas. Todos estos son los servicios ofertados de manera puntual por la empresa de delivery. Tomando en consideración los cambios propuestos, se realizó una proyección de los resultados a obtenerse, los cuales, según el autor, aportará una mejora positiva alrededor de un 22% promedio en cada uno de los servicios.

Toda la metodología empleada para la evaluación de la gestión en las actividades de la empresa en estudio, sigue un orden ideal para detectar de manera minuciosa las falencias que podrían presentar otras empresas en su gestión interna. Y se consideró de utilidad incluirla como parte del marco referencial de esta investigación.

Marco Legal

La actividad económica de transportar documentos y paquetes a nivel nacional está regida por diferentes leyes que regulan su funcionamiento y que garantiza al cliente, recibir un servicio eficiente, justo y de calidad. Seguidamente, se enlistan algunas de dichas leyes.

Constitución de la República del Ecuador (CRE)

Dentro del territorio nacional, en el cual se ejecutan diversas actividades económicas, como vender o comprar bienes o servicios, son reguladas por diversas leyes establecidas en beneficio de los ciudadanos con el fin de garantizar un sistema comercial justo. Una de ellas es la Constitución de la República del Ecuador, la cual en su artículo cincuenta y dos menciona:

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor; Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore (CRE, 2015, p.27)

Ley orgánica de defensa del consumidor (LODC)

Dentro de esta ley existen algunos artículos destinados a garantizar a los consumidores, el recibir servicios de calidad. Por ejemplo, en el capítulo dos, titulado Derechos y responsabilidades de los consumidores, el artículo cuatro menciona:

Art. 4.- Derechos del Consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes: 1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos; 2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad; 3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad; 4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar; 5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida (LODC, 2000, p. 4).

Por su parte, en el capítulo quinto de la ley en mención, bajo el título Responsabilidades y obligaciones del proveedor, se establecen los siguientes artículos:

Art. 17.- Obligaciones del Proveedor. - Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable. Art. 18.- Entrega del Bien o Prestación del Servicio. - Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor (LODC, 2000, p.7).

Finalmente, se incluye en esta ley, estipulaciones para aquellos servicios defectuosos. En el capítulo ocho, bajo el título Infracciones y sanciones, se incluye el artículo setenta y cinco, el cual menciona:

Art. 75.- Servicios Defectuosos. - Cuando los servicios prestados sean manifiestamente defectuosos, ineficaces, causen daño o no se ajusten a lo expresamente acordado, los consumidores tendrán derecho, además de la correspondiente indemnización por daños y perjuicios, a que le sea restituido el valor cancelado. Además, el proveedor de tales servicios, será sancionado con una multa de cincuenta a quinientos dólares de los Estados Unidos de América o su equivalente en moneda de curso legal, sin perjuicio de las demás acciones a que hubiere lugar (LODC, 2000, p.20).

Ley orgánica de transporte terrestre tránsito y seguridad vial (LOTTTSV)

A continuación, se exponen los artículos pertinentes a transporte de pasajeros y bienes, es decir, la normativa legal mediante la cual este tipo de servicio debe ejecutarse dentro del territorio nacional. En el libro segundo, bajo el título Del transporte terrestre automotor, menciona lo siguiente:

Art. 46.- El transporte terrestre automotor es un servicio público esencial y una actividad económica estratégica del Estado, que consiste en la movilización libre y segura de personas o de bienes de un lugar a otro, haciendo uso del sistema vial nacional, terminales terrestres y centros de transferencia de pasajeros y carga en el territorio ecuatoriano. Su organización es un elemento fundamental contra la informalidad, mejorar la competitividad y lograr el desarrollo productivo, económico y social del país, interconectado con la red vial internacional. Art. 47.- El transporte terrestre de personas, animales o bienes responderá a las condiciones de responsabilidad, universalidad, accesibilidad, comodidad, continuidad, seguridad, calidad, y tarifas equitativas. (LOTTTSV, 2018, p. 15)

Ley general de los servicios postales (LGSP)

Mediante Asamblea Nacional, en el año 2015, se emite esta ley a fin de definir los lineamientos para que se ejecute la actividad postal en el Ecuador. En el capítulo tres, bajo el título Los servicios postales y sus títulos habilitantes, el artículo quince menciona:

Art. 15.- Servicios postales. Consiste en el desarrollo de uno o varios de los procesos de admisión, clasificación, distribución y entrega de envíos postales dentro del territorio nacional y desde o hacia el exterior. Son servicios postales los siguientes:

1. Admisión. - Es la recepción de cartas, paquetes y envíos postales diversos que los usuarios solicitan a los operadores postales para que transporten y entreguen a un destinatario específico.
2. Clasificación. - Es el ordenamiento de la materia postal de acuerdo con su destino.
3. Distribución. - Es la fase del Servicio Postal que comprende el conjunto de operaciones tendientes a la entrega de los envíos postales.
4. Entrega. - Es la acción de hacer llegar al usuario destinatario, el envío u objeto postal por parte del operador autorizado o concesionario utilizando cualquier medio (LGSP, 2015, p. 9).

Además, dentro la ley en mención, se establecen los derechos y obligaciones de las empresas dedicadas a la actividad postal. A continuación, se cita lo estipulado en el artículo treinta y cuatro: Art. 34.- Obligaciones de las y los operadores postales. Las y los operadores postales tendrán las siguientes obligaciones:

1. Prestar los servicios postales cumpliendo las condiciones y regulaciones establecidas por la Agencia de Regulación y Control Postal.

2. Asegurar el secreto y la inviolabilidad de todo envío postal, de conformidad con lo establecido en las normas nacionales e internacionales.

3. Poner en conocimiento del usuario toda la información relativa a las características y condiciones de acceso, precio, seguros, nivel de calidad, plazo e indemnizaciones de los servicios que ofrecen, y en los sitios donde habiten pueblos indígenas, se informará en su idioma ancestral.

4. Atender y resolver las quejas y reclamos de los usuarios en todos los casos que impliquen incumplimiento de los servicios ofrecidos.

5. Suscribir el respectivo contrato con el usuario, considerando la normativa que la Agencia de Regulación y Control Postal emita para el efecto.

6. Prestar las facilidades necesarias para las inspecciones, auditorías o controles que deba realizar la Agencia de Regulación y Control Postal y entregar la información solicitada.

7. Presentar anualmente los estados contables correspondientes a cada ejercicio fiscal a la Agencia de Regulación y Control Postal.

8. Reportar y entregar a la Agencia de Regulación y Control Postal los envíos postales que hayan sido declarados como no distribuibles y rezagados.

9. Cumplir con la normativa legal vigente para prevenir el lavado de activos.
10. Ofertar el seguro a los envíos postales con valor declarado, de acuerdo con el reglamento establecido por la Agencia de Regulación y Control Postal.
11. Indemnizar a los usuarios en caso de que sus envíos postales sufran pérdida, robo, hurto, expoliación o avería, de acuerdo con el reglamento expedido por la Agencia de Regulación y Control Postal.
12. Pagar a los usuarios en caso de que sus envíos postales con valor declarado sufran pérdida, robo, hurto, expoliación o avería, en el plazo que establezca el reglamento expedido por la Agencia de Regulación y Control Postal.
13. Proteger los datos de los usuarios, por tanto, no podrán facilitar ningún dato relativo a la existencia del envío postal, a su clase, a sus circunstancias exteriores, a la identidad del remitente y del destinatario, ni sus direcciones, salvo pedido expreso de autoridad competente o judicial.
14. Certificar, con validez legal y comercial, cualquier dato relacionado con la prestación de los servicios postales (LGSP, 2015, p. 15)

Capítulo 2: Metodología de la investigación

Todo estudio investigativo esta precedido por un conjunto de procedimientos que, enlazados entre sí, permiten responder las interrogantes científicas planteadas; en este sentido la metodología aplicada en cada estudio es particular y única respecto al contexto donde se ejecuta, esto permite satisfacer la búsqueda y reconocimiento fenomenológico de la realidad; en tanto que proporciona una estructura formal que otorga confiabilidad y efectividad al estudio. Tamayo y Muñoz (2019) definen la metodología como “un procedimiento general para lograr de una manera precisa el objetivo de la investigación; por lo cual se presentan los métodos y técnicas para la realización de la información” (p. 4).

Razón por la cual, este capítulo evidencia los procedimientos metodológicos, estratégicos y técnicos que permitieron a las investigadoras abordar el escenario contextual en representación de la realidad que perciben los informantes. Así también, se plantea el enfoque y tipo de investigación que guiaron a través de técnicas e instrumentos la recolección y procesamiento de la información que favorecieron la evaluación de los procesos relacionados al servicio de correspondencia de la cooperativa de transporte interprovincial Putumayo.

Diseño de la investigación

La elaboración del presente estudio se enmarca dentro de la investigación no experimental, la cual “se realiza a través de la observación, sin intervenir o manipular el objeto estudiado, o tratar de controlar las variables de una situación observada” (Montano, 2021); de tal manera que los datos recolectados como producto de la investigación de campo logren ser sistematizados y analizados desde una perspectiva objetiva.

Debido al manejo de datos a recopilar, el presente análisis es de tipo transversal, al respecto de este tipo de investigación, Coll (2020) expuso que “el estudio transversal es un tipo de investigación observacional centrado en analizar datos de diferentes variables sobre una determinada población de muestra, recopiladas en un periodo de tiempo” (p. 72). Por lo que se define un lapso de tiempo específico en el que se desarrollará la investigación, siendo está determinada por las autoras, quienes a efecto del contexto y obra de la producción intelectual han establecido que se ejecute sobre la base de datos operativos y estratégicos del año 2023 en la Cooperativa de Transporte Interprovincial Putumayo.

Tipo de investigación/enfoque

Todo estudio precisa acciones para el logro de los objetivos propuestos, en este sentido los investigadores, deben establecer el tipo de estudio que les permitirá llegar de manera satisfactoria a la resolución de las interrogantes científicas y consecuentemente al problema. Razón por la cual las investigadoras consideraron que para lograr un plan de mejoras para los servicios de correspondencia de la Cooperativa de Transporte Interprovincial Putumayo para la fidelización de los clientes, era necesario abordar el estudio desde una investigación de tipo descriptivo con modalidad en estudio de proyecto factible.

Blasco y Pérez (2020), al respecto de la investigación descriptiva señala que esta “estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas”. (p. 25). Del mismo modo plantean Hernández, Fernández y Baptista (2019) que la investigación descriptiva “pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a los que se refieren”. Por su parte, Tamayo y Muñoz (2019) establecen que este tipo de estudio permite “el registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos”.

Por su parte, Balestrini Acuña (2021), refiere que los proyectos factibles “son aquellos proyectos o investigaciones que proponen la formulación de modelos, sistemas entre otros, que dan soluciones a una realidad o problemática real planteada, la cual fue sometida con anterioridad o estudios de las necesidades a satisfacer” (p. 9), lo cual le otorga a la investigación una producción de aporte directo a la necesidad existente en la unidad de estudio.

Teniendo lo antes señalado, las investigaciones de tipo descriptiva con modalidad de proyecto factible posibilitan el aprovechamiento de la recolección de la información desde la expresión real de los miembros internos de la organización y los usuarios del servicio, en atención al objeto de estudio, para posteriormente establecer los mecanismos propuestos que conducirán las mejoras requeridas en la gestión y procesos asociados al envío de correspondencias.

Desde el ámbito cuantitativo y cualitativo, por lo cual es necesario conocer lo que se logra desde cada enfoque. Mamani (2019) expresó:

La investigación cualitativa es un tipo de investigación que ofrece técnicas especializadas para obtener respuestas a fondo acerca de las acciones

humanas y de la vida social. Este tipo de investigación es de índole interpretativa y se realiza con grupos pequeños de personas cuya participación es activa durante todo el proceso investigativo y tienen como meta la transformación de la realidad (p. 9).

La investigación mencionada en el párrafo anterior servirá para analizar la gestión en los procesos del servicio de correspondencia que ofrece la cooperativa de transporte interprovincial Putumayo mediante la observación de las instalaciones de la empresa.

Para conocer el nivel de satisfacción del cliente, se recopilará información que deberá procesarse de manera numérica. Por ello, este estudio también será de ámbito cuantitativo, ya que “la investigación cuantitativa es aquella que utiliza métodos cuantitativos e inferencia estadística con el objetivo de extrapolar los resultados de una muestra a una población” (Rus, 2021).

Alcance

El alcance de la investigación a realizar será de carácter descriptivo. En este tipo de alcance “ya se conocen las características del fenómeno y lo que se busca, es exponer su presencia en un determinado grupo humano. En el proceso cuantitativo se aplican análisis de datos de tendencia central y dispersión” (Ramos, 2020, p.2).

En este caso particular, se focaliza en evaluar cada dimensión del modelo SERVQUAL, el mismo que permitirá medir el nivel de satisfacción de los usuarios de la cooperativa de transporte interprovincial Putumayo, así como detectar aspectos en el flujo de los procesos de correspondencia que se deben optimizar para mejorar la eficiencia en el servicio.

Métodos

El método a emplearse será el método deductivo, el cual va “de lo general a lo particular y se fundamenta en el razonamiento que permite formular juicios partiendo de argumentos generales para demostrar, comprender o explicar los aspectos particulares de la realidad” (Samaniego, 2022). De esta manera se podrá determinar si los procesos del servicio de encomiendas de la empresa en estudio, se alinea a los requisitos que establecen las leyes locales en cuanto a ofrecer un servicio eficiente.

Población

El término población dentro del marco de una investigación científica, hace referencia al “conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado, donde

se desarrollará la investigación” (Moreno, 2021). Por lo que estudio ha de considerar la población desde la perspectiva de los actores internos comprendido por los miembros de la Cooperativa directamente involucrados en los procesos de recepción y envío de la correspondencia, así como actores externos conformado por los usuarios que solicitan el servicio de transporte de correspondencias.

De acuerdo con lo antes señalado, la población del estudio es estratificada, por lo que para su identificación se consideró la base de datos de la cooperativa de transporte interprovincial Putumayo. La población relacionada con los actores internos del estudio, está representada por 07 miembros de la Cooperativa; al mismo tiempo que para la cuantificación poblacional de los usuarios se estableció la identificación de los usuarios que contrataron el servicio de encomienda desde el mes de enero hasta octubre del 2023, siendo está conformada por 323 personas.

Muestra

En el campo de la investigación científica, la muestra juega un papel muy significativo. Sampieri (2017, citado en Malavé, 2021), mencionó al respecto:

La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población. El investigador pretende que los resultados encontrados en la muestra se generalicen o extrapolen a la población, en el sentido de la validez externa que se comentó al hablar de experimentos (p. 110).

El muestreo a aplicarse en la presente investigación será el probabilístico, debido a que todos los individuos que conforman la población pueden ser considerados de manera aleatoria simple para la formulación y desarrollo de la investigación, con énfasis en la aplicación de los instrumentos a emplear. Considerando que esta muestra se representa desde la atribución de una población estratificada, el número de la muestra está supeditada a la aplicación de porcentaje representativo el cual es del 10% de cada uno de los estratos.

Quedando finalmente, la muestra del estudio identificada por 03 miembros del personal interno de la Cooperativa y 32 usuarios que han solicitado el desarrollo del servicio de envío de encomiendas durante los meses enero-octubre del año 2023.

Técnica de recolección de datos

Una de las etapas cruciales en todo estudio es la recolección de datos ya que esta representa la forma íntegra de procesos que se articulan y fusionan con intenciones

plenamente definidas desde los objetivos del estudio. Según Arias (2020) la recogida de la información es “el conjunto de procedimientos y métodos que se utilizan durante el proceso de investigación, con el propósito de conseguir la información pertinente a los objetivos formulados en una investigación” (p. 376). En este sentido, siendo este un estudio de campo, se recolectó la información de manera directa con el informante, sin uso de plataformas, teniendo como criterio el acercamiento de las autoras al contexto de estudio, en el que se aplicó encuesta a los usuarios y entrevista al personal de la Cooperativa.

Según Balestrini (2021) se considera como técnicas para la recolección de datos a las “diversas herramientas empleadas según el objeto a que se apliquen y no se excluyen entre sí. Todavía es preciso, por una parte, saber elegir la más adecuada y, por otra utilizarla convenientemente” (p.145).

Por su parte, la Universidad Nacional Abierta (UNA, 2021), define las técnicas de recolección de datos como “el conjunto organizado de procedimientos que se utilizan durante el proceso de recolección de datos” (p.67). Del mismo modo, que Tamayo y Tamayo (2019), explican que la recolección de información “depende en gran parte del tipo de investigación del problema planteado para la misma y puede efectuarse desde la simple ficha bibliográfica, observación, entrevista, cuestionario o encuesta y aun mediante ejecución de investigación para este fin” (p.56).

De manera que, toda investigación requiere de técnicas e instrumentos de recolección de datos para obtener información relativa al problema objeto de estudio, éstos deberán estructurarse de acuerdo al tipo de investigación. Esto indica que las técnicas de recolección de datos deben ser escogidas con suma delicadeza ya que de eso depende la obtención de la información necesaria para el análisis de información.

Para la recolección de la información de la población relacionada con los usuarios del servicio de correspondencia, se utiliza la encuesta, definida por Arias (2019), como la técnica que “pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular. Esta puede ser oral o escrita” (p.72). Por lo que se puede decir que consiste en precisar mediante un instrumento las opiniones o acciones del encuestado con el fin de recolectar información que permita orientar los objetivos del presente estudio.

En orientación a los Instrumentos, Ramírez (2019), define “los instrumentos son herramientas indispensables para el desarrollo de destreza y aplicación de estrategias” (p.139). Según lo antes expuesto, es importante destacar que los

instrumentos son base fundamental para la recolección de información y así la formación de estrategias.

En la presente investigación se considera, el cuestionario, definido éste por Arias (2019) como una modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita, mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas.

El cuestionario está estructurado por preguntas cerradas, en las cuales se establecen las opciones de respuestas a elegir por el encuestado, con base en las alternativas presentadas de acuerdo a las dimensiones de fiabilidad, seguridad, elementos tangibles, capacidad de respuesta y empatía; ya que este tipo de instrumentos permite de manera distante focalizar datos importantes para la investigación en la búsqueda de conocer falencias y grado de satisfacción de los usuarios respecto a los procesos del servicio de correspondencia de la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo

Sistemáticamente, para la atención de la opinión de los miembros internos de la cooperativa, se estableció como técnica de recolección de datos la entrevista individualizada, la cual según Morgan y Cogger, (1975) es “una conversación individualizada con propósito. Es un proceso interactivo que involucra muchos aspectos de la comunicación bidireccional que el simple hablar o escuchar” (p. 37). En tanto que Taylor y Bodgan (1986) atribuyen que la técnica de la entrevista representa “un conjunto de reiterados encuentros cara a cara entre el entrevistador y sus informantes, dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que los informantes tienen respecto a sus vidas, experiencias o situaciones” (p. 67).

Tal técnica estuvo ejecutada por un guion de entrevista como instrumento, con el cual al ser contrastada las respuestas de los informantes según su estrato se logra identificar los rasgos relevantes, sobre los cuales se establecen las estrategias de optimización de los procesos del servicio de correspondencia de la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo para generar fidelización de los clientes.

Cuadro Operacional

Variable: Satisfacción de los usuarios respecto a los procesos del servicio de correspondencia		
Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Se constituye en un estado de bienestar material, físico y psicológico en respuesta a las necesidades requeridas por el consumidor, relacionadas con la expresión de confianza, amparo, efectividad material, atención resolutive y asistencia.	Fiabilidad	Compromiso Disposición Efectividad Responsabilidad Asertividad
	Seguridad	Actitud Cordialidad Integridad
	Elementos tangibles	Recursos materiales Ambiente Organización Información
	Capacidad de respuesta	Comunicación Tiempo de respuesta Capacidad de acción
	Empatía	Personalización Atención Priorización Optimización

Resultados de la investigación

Dimensión: Fiabilidad

Indicador: Compromiso

Ítems 1 ¿Cumplen los acuerdos establecidos?

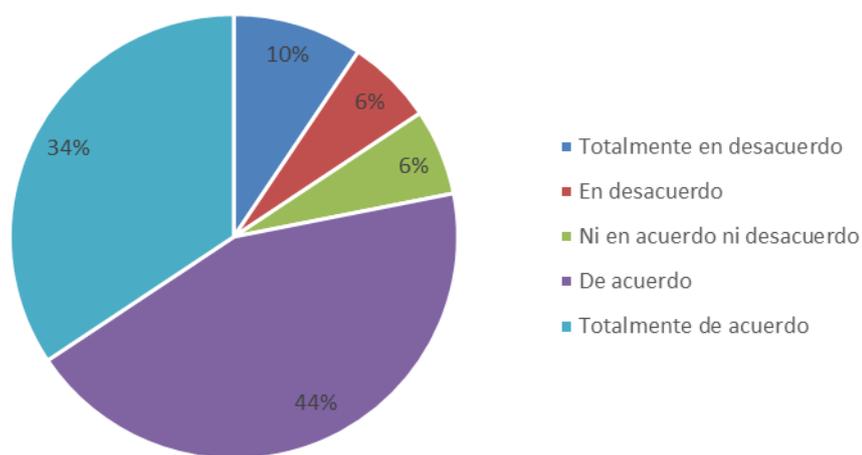
Tabla 1

Acuerdos establecidos

Opciones	Frecuencia	Frecuencia
	Simple	Porcentual
Totalmente en desacuerdo	3	10%
En desacuerdo	2	6%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	2	6%
De acuerdo	14	44%
Totalmente de acuerdo	11	34%
Total	32	100%

Figura 1

Acuerdos establecidos



Análisis:

El compromiso es la base de la expresión de confianza que se produce entre la empresa prestadora de servicio y el cliente, en este se refleja el cumplimiento de los acuerdos establecidos; en este sentido al consultarle a los encuestados respecto a la percepción que tienen del cumplimiento de los acuerdos el 34% manifestó estar totalmente de acuerdo a tal interrogante, no obstante, un 10% expresó considerar que no se cumplen con los acuerdos establecidos.

Indicador: Disposición

Ítems 2 ¿Expresan disposición en la resolución de problemas?

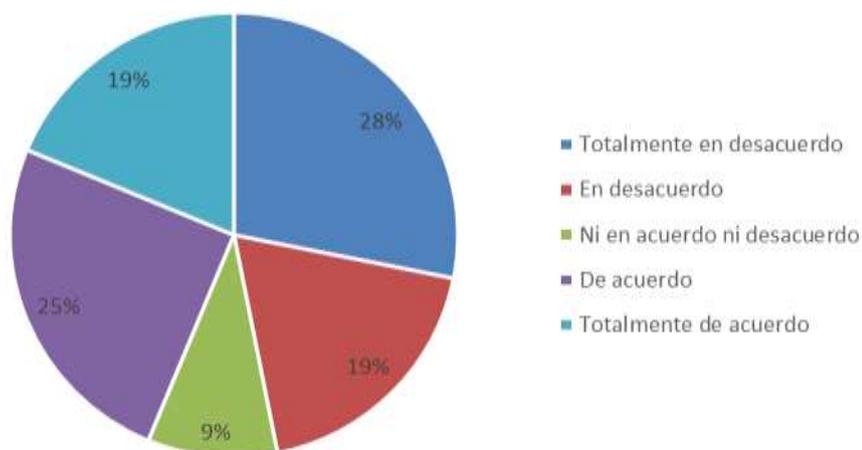
Tabla 2

Disposición resolutive de problemas

Opciones	Frecuencia	Frecuencia
	Simple	Porcentual
Totalmente en desacuerdo	9	28%
En desacuerdo	6	19%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	3	9%
De acuerdo	8	25%
Totalmente de acuerdo	6	19%
Total	32	100%

Figura 2

Disposición resolutive de problemas



Análisis:

La disposición para el evento estudiado en esta investigación, es la manifestación de acciones que procuran dar respuesta a necesidades planteadas por parte de los clientes. Al consultarle a los informantes externos respecto a la disposición resolutive de problemas por parte de la empresa, un 28% afirmó estar totalmente en desacuerdo, lo cual podría conducir a que la empresa poco procura la generación de confianza a través de acciones para la resolución de problemas; en tanto que, un 25% de los usuarios manifestaron estar de acuerdo ya que se percibe por parte de la empresa, disposición para la resolución de problemas.

Indicador: Efectividad

Ítems 3 ¿Aplican procesos concretos en la prestación del servicio?

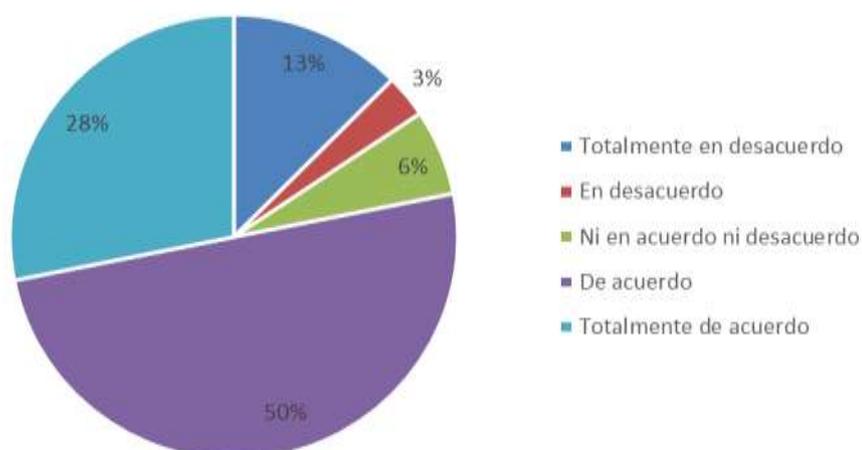
Tabla 3

Procesos concretos para el servicio

Opciones	Frecuencia	Frecuencia
	Simple	Porcentual
Totalmente en desacuerdo	4	13%
En desacuerdo	1	3%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	2	6%
De acuerdo	16	50%
Totalmente de acuerdo	9	28%
Total	32	100%

Figura 3

Procesos concretos para el servicio



Análisis:

La efectividad es uno de los elementos clave para que los clientes se sientan fidelizados con el servicio de correspondencia prestado por la empresa; sin embargo, al consultarles acerca de este indicador, un 13% de los encuestados consideraron total desacuerdo acerca del desarrollo de procesos concretos que propicien la efectividad del servicio, aun cuando el 52% de los informantes expresó estar de acuerdo con que se visionan acciones que proyectan la aplicación de procesos concretos en la prestación de los servicios de encomienda.

Indicador: Responsabilidad

Ítems 4 ¿Alcanzan los objetivos propuestos en el servicio de correspondencia?

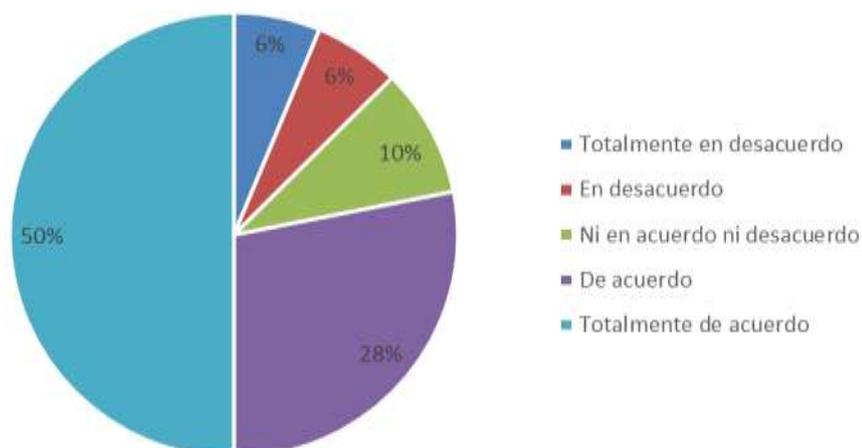
Tabla 4

Logro de los objetivos propuestos

Opciones	Frecuencia Simple	Frecuencia Porcentual
Totalmente en desacuerdo	2	6%
En desacuerdo	2	6%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	3	10%
De acuerdo	9	28%
Totalmente de acuerdo	16	50%
Total	32	100%

Figura 4

Logro de los objetivos propuestos



Análisis:

La responsabilidad, ha de ser una característica necesaria para la consolidación de confianza de los clientes, en búsqueda de un estado de satisfacción óptimo, pues esto permite establecer canales para el logro de las metas establecidas, en el que se refleja la calidad del servicio. Al interrogar a los encuestados, respecto al alcance de los objetivos propuestos en el servicio de correspondencia, un 50% indicó estar totalmente de acuerdo, en tanto que el 10% mantuvo neutralidad al no estar de acuerdo, ni en desacuerdo con la expresión de responsabilidad por parte de la empresa.

Indicador: Asertividad

Ítems 5 ¿Están orientados a la reducción de desaciertos en procesos inherentes al servicio de correspondencia?

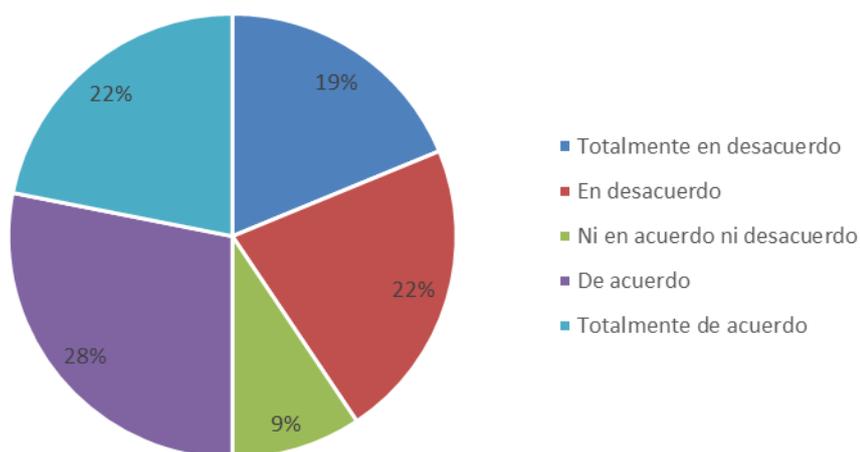
Tabla 5

Reducción de errores

Opciones	Frecuencia	Frecuencia
	Simple	Porcentual
Totalmente en desacuerdo	6	19%
En desacuerdo	7	22%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	3	9%
De acuerdo	9	28%
Totalmente de acuerdo	7	22%
Total	32	100%

Figura 5

Reducción de errores



Análisis:

La asertividad está relacionada con la confianza que se produce en los clientes que acuden a la empresa en búsqueda de un servicio de encomienda, que logre satisfacer en relación con destino, inmediatez y seguridad de la paquetería que es enviada y recibida. Ahora bien, al formular la consulta acerca de la reducción de desaciertos en procesos inherentes al servicio de correspondencia, un 22% manifestó estar totalmente de acuerdo, en tanto que un 19% de los encuestados plantearon total desacuerdo ante tal consulta.

Dimensión: Seguridad

Indicador: Actitud

Ítems 6 ¿Manifiestan actitud positiva proactiva ante requerimientos del servicio de encomienda?

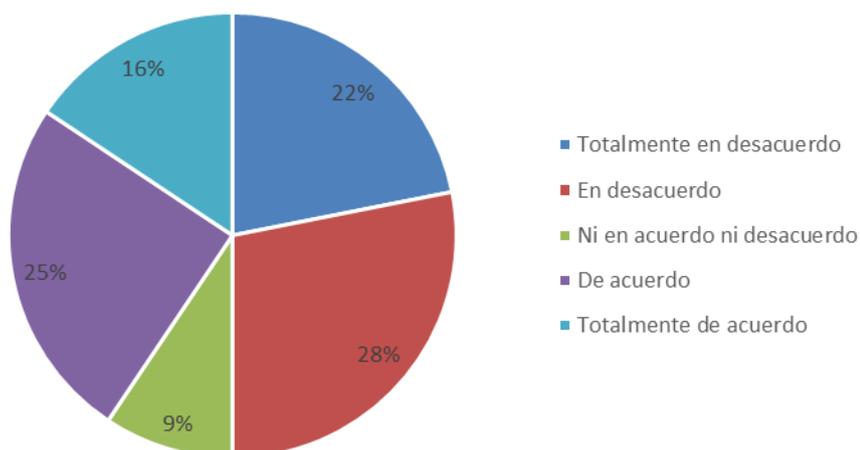
Tabla 6

Comportamiento

Opciones	Frecuencia	Frecuencia
	Simple	Porcentual
Totalmente en desacuerdo	7	22%
En desacuerdo	9	28%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	3	9%
De acuerdo	8	25%
Totalmente de acuerdo	5	16%
Total	32	100%

Figura 6

Comportamiento



Análisis:

La actitud, representa la demostración de una conducta íntegra que procura bienestar en el cliente. Este indicador se encuentra directamente relacionado con la dimensión de seguridad, ya que de esta depende la forma con la que se asiste al cliente ante sus requerimientos, al consultar en relación con la actitud positiva proactiva de los empleados del servicio de encomienda, solo un 16% expresaron que estar totalmente de acuerdo en que la empresa sí posee comportamiento adecuado ante las

solicitudes de los clientes; no obstante el 22% consideró total desacuerdo acerca de la evidencia una actitud adecuada en los empleados ante las necesidades de los usuarios del servicio.

Indicador: Cordialidad

Ítems 7 ¿Atienden de manera cordial a los clientes?

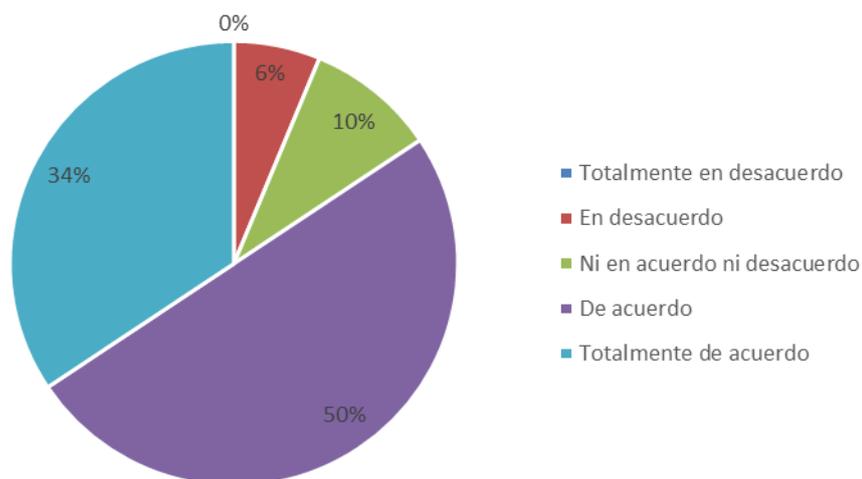
Tabla 7

Amabilidad hacia los clientes

Opciones	Frecuencia	Frecuencia
	Simple	Porcentual
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	2	6%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	3	10%
De acuerdo	16	50%
Totalmente de acuerdo	11	34%
Total	32	100%

Figura 7

Amabilidad hacia los clientes



Análisis:

Prestar un servicio de encomienda proyectivo de seguridad en los clientes, demanda un total establecimiento de rasgos cordiales, ante lo solicitado por el usuario del servicio; esto representa no solo la intencionalidad adecuada del prestador del servicio, sino que además favorece el grado de satisfacción en la comunidad y público presente y futuro. Al formular la consulta de este ítem con los informantes, un 34%

asintió estar totalmente de acuerdo con que atención cordial que brindan en la empresa, en tanto que solo un 6% se expresó en desacuerdo ante la manifestación de tal rasgo en la cooperativa.

Indicador: Integridad

Ítems 8 ¿Manejan de forma estructurada los procesos que favorecen la relación con el consumidor?

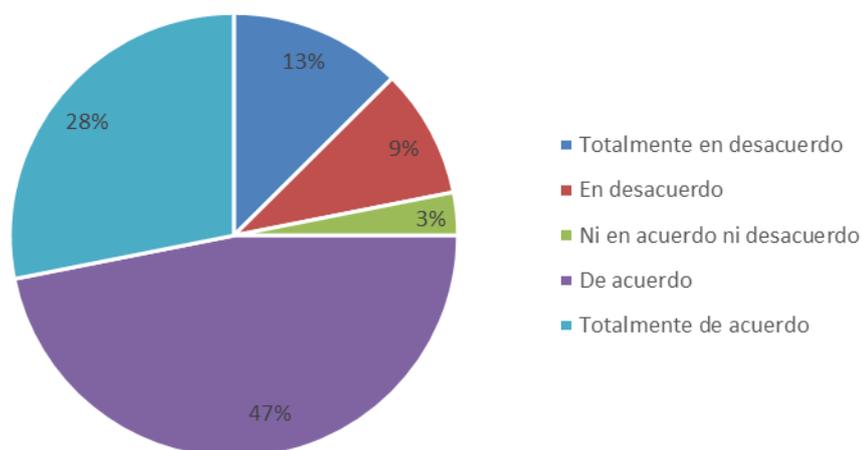
Tabla 8

Manejo de conocimientos procedimentales

Opciones	Frecuencia	Frecuencia
	Simple	Porcentual
Totalmente en desacuerdo	4	13%
En desacuerdo	3	9%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	1	3%
De acuerdo	15	47%
Totalmente de acuerdo	9	28%
Total	32	100%

Figura 8

Manejo de conocimientos procedimentales



Análisis:

La integridad está relacionada con la forma en que se gestan los procesos en el servicio de encomienda y está vinculado con la percepción de seguridad que asiste al usuario, de aquí que su expresión en el accionar de los procesos relacionados con el servicio de correspondencia, sea preponderante. Al consultar a los informantes

respecto al manejo estructurado de los procesos que favorecen la relación con el consumidor, el 47% manifestó estar de acuerdo, en tanto que un 13% destacó estar totalmente en desacuerdo ante la evidencia de procesos estructurados que favorezcan la relación con el cliente.

Dimensión: Elementos tangibles

Indicador: Recursos materiales

Ítems 9 ¿Poseen dispositivos necesarios para recepción y envío de paquetería?

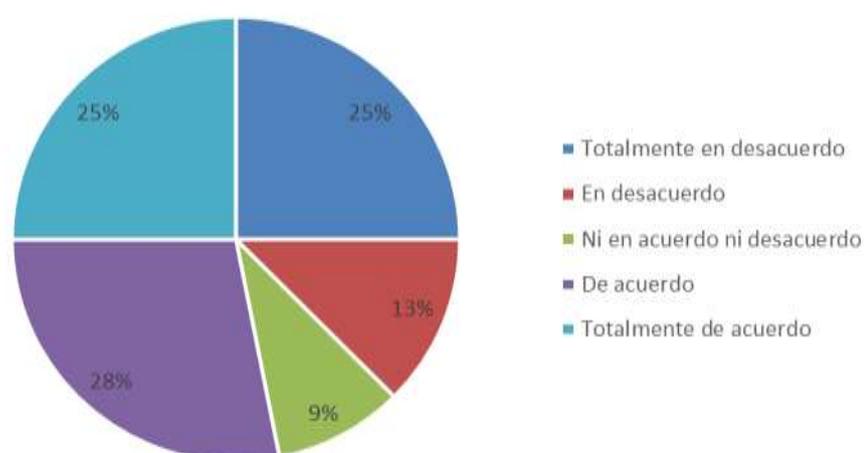
Tabla 9

Equipamiento tecnológico innovador

Opciones	Frecuencia	Frecuencia
	Simple	Porcentual
Totalmente en desacuerdo	8	25%
En desacuerdo	4	13%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	3	9%
De acuerdo	9	28%
Totalmente de acuerdo	8	25%
Total	32	100%

Figura 9

Equipamiento tecnológico innovador



Análisis:

El uso de equipos adecuados en la prestación del servicio de encomienda favorece directamente la forma en que el usuario percibe la calidad de servicio, y con esto se induce a la manifestación de una satisfacción psicológica y material. Al

consultar a los encuestados acerca de si la empresa posee dispositivos necesarios para recepción y envío de paquetería, el 25% manifestó estar en total desacuerdo, en tanto que un 28% señaló estar de acuerdo con los recursos materiales que emplea la cooperativa como elementos tangibles para la prestación del servicio.

Indicador: Ambiente

Ítems 10 ¿Cuentan con un ambiente adecuado para la prestación del servicio?

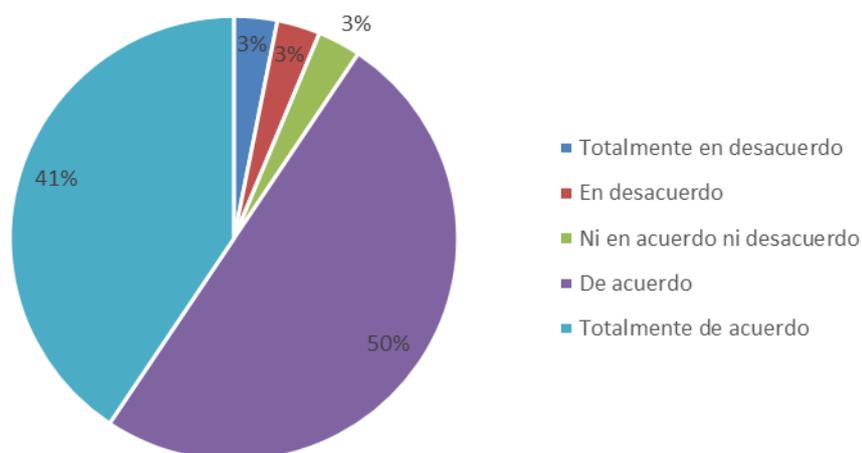
Tabla 10

Instalaciones adecuadas para la prestación del servicio

Opciones	Frecuencia	Frecuencia
	Simple	Porcentual
Totalmente en desacuerdo	1	3%
En desacuerdo	1	3%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	1	3%
De acuerdo	16	50%
Totalmente de acuerdo	13	41%
Total	32	100%

Figura 10

Instalaciones adecuadas para la prestación del servicio



Análisis:

El escenario en el que se desarrolla y evidencian las actividades del servicio de encomienda, tiene un papel importante en la satisfacción de los usuarios respecto a los procesos del servicio de correspondencia; en este sentido, el ambiente representa tanto un canal idóneo para la entrega y recepción de paquetería, como la expresión de confort

para la estancia del cliente. Al indagar acerca de las características del ambiente con el que cuenta la empresa para la prestación del servicio de correspondencia el 50% de los investigados expresaron estar de acuerdo ante tal consulta, en tanto que un 3% consideró estar totalmente en desacuerdo acerca de que las instalaciones son adecuadas para la prestación del servicio.

Indicador: Organización

Ítems 11 ¿Existe organización aparente de la paquetería?

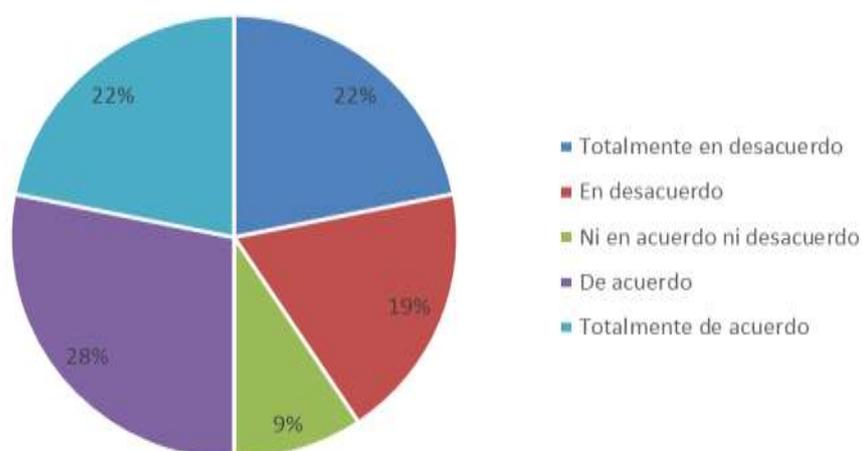
Tabla 11

Organización de la paquetería

Opciones	Frecuencia	Frecuencia
	Simple	Porcentual
Totalmente en desacuerdo	7	22%
En desacuerdo	6	19%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	3	9%
De acuerdo	9	28%
Totalmente de acuerdo	7	22%
Total	32	100%

Figura 11

Organización de la paquetería



Análisis:

La organización facilita tanto la recepción con entrega de correspondencia, así como la percepción de los clientes en términos de un servicio capaz de responder y ubicar claramente la paquetería, con lo cual se logra potenciar el grado de satisfacción

respecto a la demostración de elementos tangibles empleados por la empresa. Al consultar a los encuestados acerca de la organización aparente de la paquetería, el 22% expresó estar en total desacuerdo ante la existencia de tal indicador, en tanto que el un 28% considera estar de acuerdo acerca del empleo de una adecuada organización de la paquetería.

Indicador: Información

Ítems 12 ¿Cuentan con recursos informativos, tales como infografías, anuncios, visuales, entre otros?

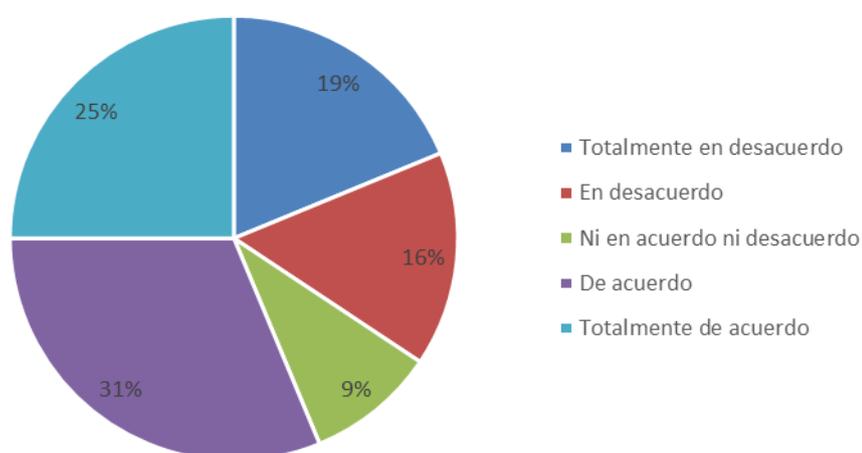
Tabla 12

Recursos informativos

Opciones	Frecuencia	Frecuencia
	Simple	Porcentual
Totalmente en desacuerdo	6	19%
En desacuerdo	5	16%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	3	9%
De acuerdo	10	31%
Totalmente de acuerdo	8	25%
Total	32	100%

Figura 12

Recursos informativos



Análisis:

La función comunicativa de los recursos que muestran información acerca del servicio, rutas, planes y procesos asociados al envío y recepción de correspondencia,

es importante para la consolidación de la satisfacción en los clientes que aplican al servicio de envío de encomienda; en este orden, los recursos informativos, abastecen los elementos visuales para los clientes, al interrogar sobre la base de este indicador, un 31% respondió estar de acuerdo en que existen recursos informativos, aunque se visualiza que el 19% de los encuestados considera totalmente desacuerdo con la existencia de tales recursos.

Dimensión: Capacidad de respuesta

Indicador: Comunicación

Ítems 13 ¿Brindan atención comunicativa eficiente durante todo el proceso de envío y recepción de paquetería?

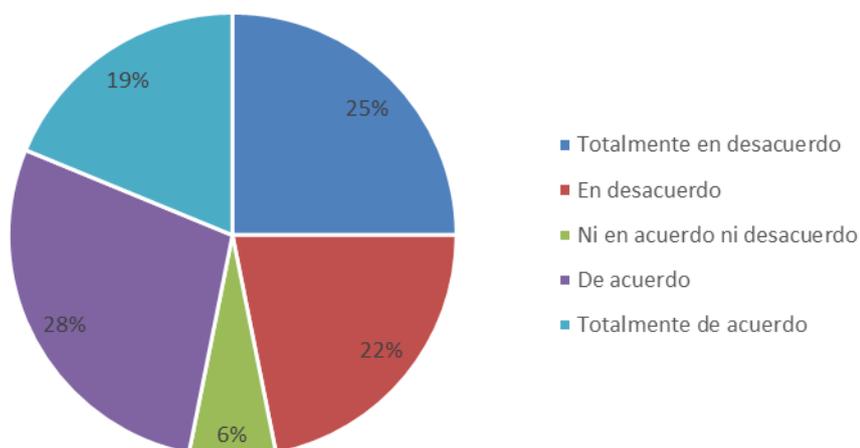
Tabla 13

Comunicación continua

Opciones	Frecuencia Simple	Frecuencia Porcentual
Totalmente en desacuerdo	8	25%
En desacuerdo	7	22%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	2	6%
De acuerdo	9	28%
Totalmente de acuerdo	6	19%
Total	32	100%

Figura 13

Comunicación continua



Análisis:

La comunicación es un elemento clave para la expresión de un servicio de calidad, pues de esta manera los usuarios logran estar informados continuamente acerca del proceso en el que se encuentra la correspondencia en termino de localización y estado de la misma. Al consultar con los informantes respecto a la atención comunicativa eficiente durante todo el proceso de envío y recepción de paquetería, el 28% considera estar de acuerdo que se desarrollan canales adecuados para la comunicación, en tanto que un 25% de los encuestados contestó totalmente desacuerdo ante tal interrogante.

Indicador: Tiempo de respuesta

Ítems 14 ¿Cumplen con un adecuado tiempo de respuesta?

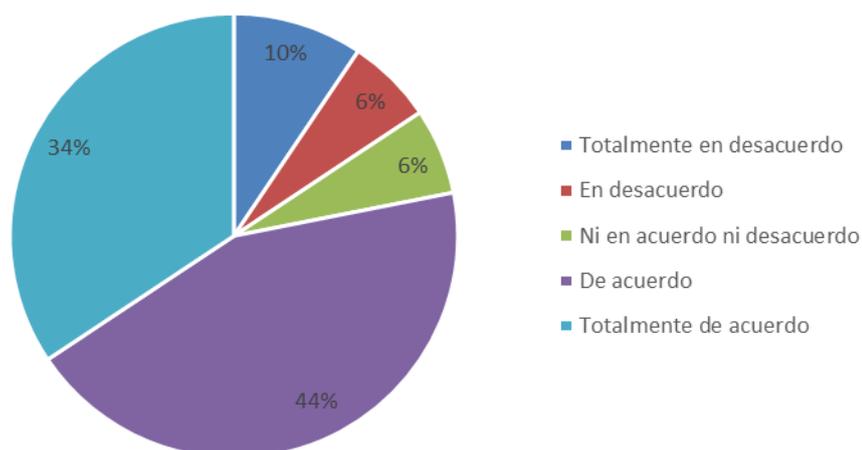
Tabla 14

Tiempo adecuado de respuesta

Opciones	Frecuencia	Frecuencia
	Simple	Porcentual
Totalmente en desacuerdo	3	10%
En desacuerdo	2	6%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	2	6%
De acuerdo	14	44%
Totalmente de acuerdo	11	34%
Total	32	100%

Figura 14

Tiempo adecuado de respuesta



Análisis:

El tiempo de respuesta caracteriza la capacidad de respuesta, ya que este logra identificar la necesidad de información que posea el cliente de manera oportuna; esto favorece tanto la experiencia propia del cliente en atención al servicio de correspondencia, como la satisfacción al poder recibir asistencia constante de forma sincrónica. Como expresión de la consulta en relación con la adecuación del tiempo de respuesta, el 44% manifestó total acuerdo ante la existencia de un lapso propicio para las respuestas a su consulta, en tanto que 10% manifestó debilidad al respecto, considerando que el tiempo empleado es inadecuado.

Indicador: Capacidad de acción

Ítems 15 ¿Tienen capacidad de respuesta ante las solicitudes que realiza el cliente?

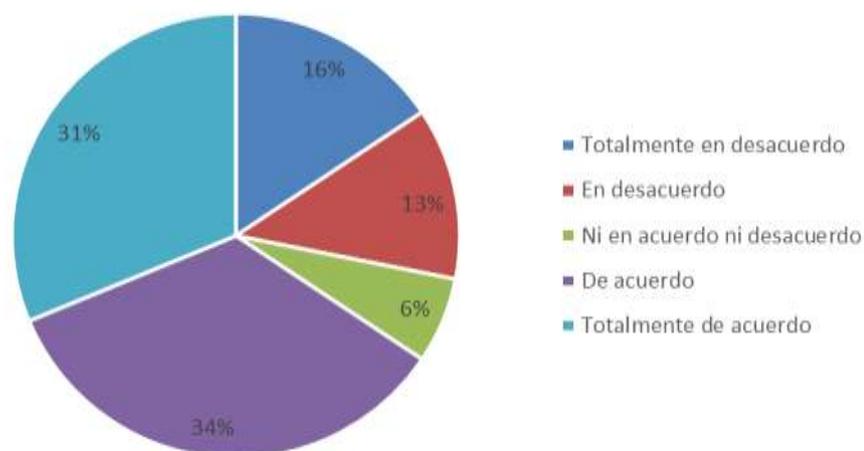
Tabla 15

Capacidad de respuesta a solicitudes

Opciones	Frecuencia	Frecuencia
	Simple	Porcentual
Totalmente en desacuerdo	5	16%
En desacuerdo	4	13%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	2	6%
De acuerdo	11	34%
Totalmente de acuerdo	10	31%
Total	32	100%

Figura 15

Capacidad de respuesta a solicitudes



Análisis:

La acción inmediata a la necesidad de solicitudes por parte del cliente, está vinculado a la satisfacción que se produce cuando se desarrolla una capacidad de acción adecuada; esto en atención a la capacidad de dar una respuesta oportuna, al consultarle a los informantes claves acerca de la capacidad de respuesta ante las solicitudes que este realiza, el 16% considera que no se produce tal proceso; sin embargo, un 31% considera estar totalmente de acuerdo con la capacidad de acción frente las solicitudes presentadas por su parte.

Dimensión: Empatía

Indicador: Personalización

Ítems 16 ¿Dan atención personal individualizada y pertinente al cliente?

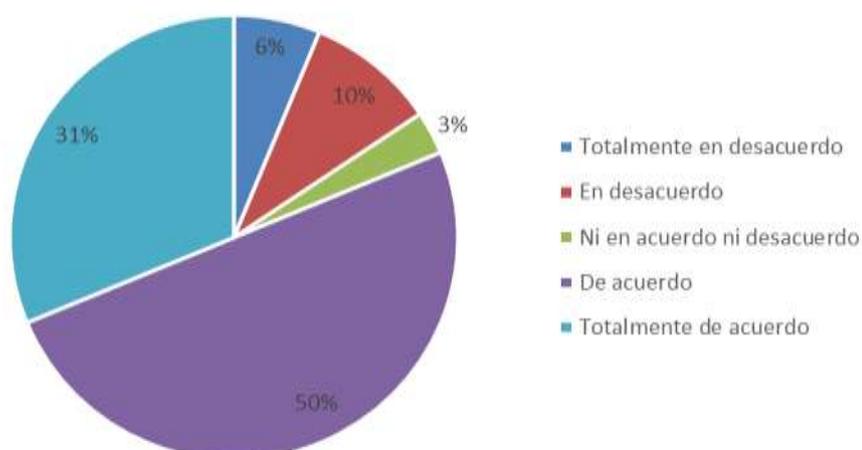
Tabla 16

Atención individualizada

Opciones	Frecuencia	Frecuencia
	Simple	Porcentual
Totalmente en desacuerdo	2	6%
En desacuerdo	3	10%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	1	3%
De acuerdo	16	50%
Totalmente de acuerdo	10	31%
Total	32	100%

Figura 16

Atención individualizada



Análisis:

La personalización de los procesos de atención al cliente sirve como base para la humanización de los procesos, de tal manera que se ejecuten acciones ajustadas a las necesidades del cliente, en este sentido, el 50% de los encuestados considera estar de acuerdo que se brinda una atención personal individualizada y pertinente, en contraste con el 6% de los encuestados que expresaron total desacuerdo ante el desarrollo de una atención de tal forma.

Indicador: Atención

Ítems 17 ¿Los horarios de atención son propicios con las necesidades del cliente?

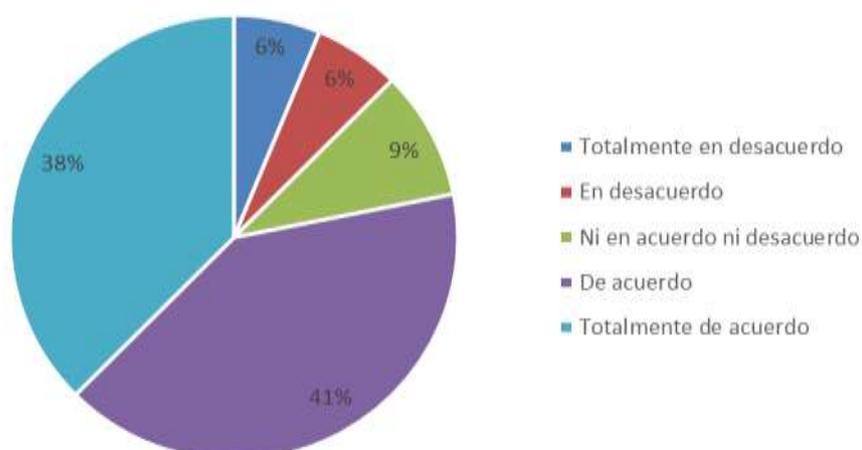
Tabla 17

Adecuación de los horarios de atención

Opciones	Frecuencia	Frecuencia
	Simple	Porcentual
Totalmente en desacuerdo	2	6%
En desacuerdo	2	6%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	3	9%
De acuerdo	13	41%
Totalmente de acuerdo	12	38%
Total	32	100%

Figura 17

Adecuación de los horarios de atención



Análisis:

El horario de atención representa una característica importante en el uso del servicio, pues se procura brindar una asistencia adecuada para que los clientes puedan acceder al envío y recepción de sus correspondencias. Al consultar acerca de los horarios de atención y su correspondencia con las necesidades del cliente, el 41% consideró estar de acuerdo con que la cooperativa cuenta con adecuado horario de atención, en tanto que un 6% expresó que total desacuerdo.

Indicador: Priorización

Ítems 18 ¿Se evidencia priorización de necesidades del cliente y no de la empresa?

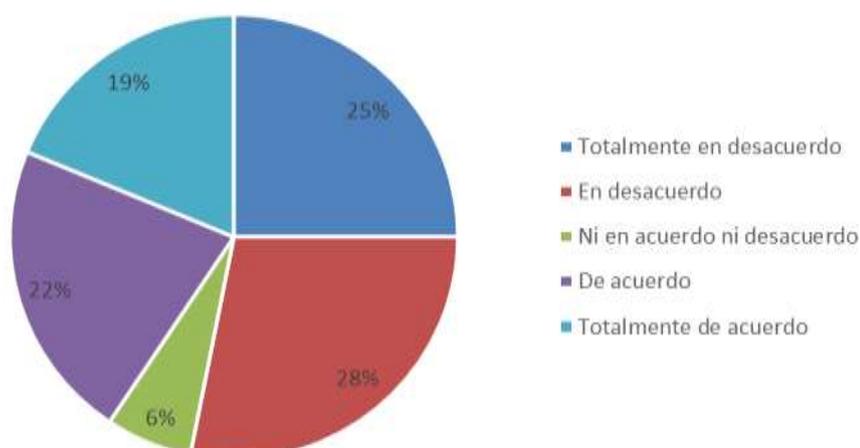
Tabla 18

Importancia de las necesidades del cliente

Opciones	Frecuencia	Frecuencia
	Simple	Porcentual
Totalmente en desacuerdo	8	25%
En desacuerdo	9	28%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	2	6%
De acuerdo	7	22%
Totalmente de acuerdo	6	19%
Total	32	100%

Figura 18

Importancia de las necesidades del cliente



Análisis:

Darle importancia a las necesidades que posee el cliente es fundamental para lograr fidelizarlos y con ello producir un elevado nivel de satisfacción. A este rol empático se le conoce como la base de la interacción entre el servidor y el usuario; al atender este ítem bajo la consulta de los encuestados solo un 19% consideró que, si se evidencia priorización de necesidades del cliente y no de la empresa al estar totalmente de acuerdo con este ítems, en contra oposición del 25% quienes consideran total desacuerdo acerca de la priorización de necesidades del cliente.

Indicador: Optimización

Ítems 19 ¿Son sensibles ante los intereses del cliente?

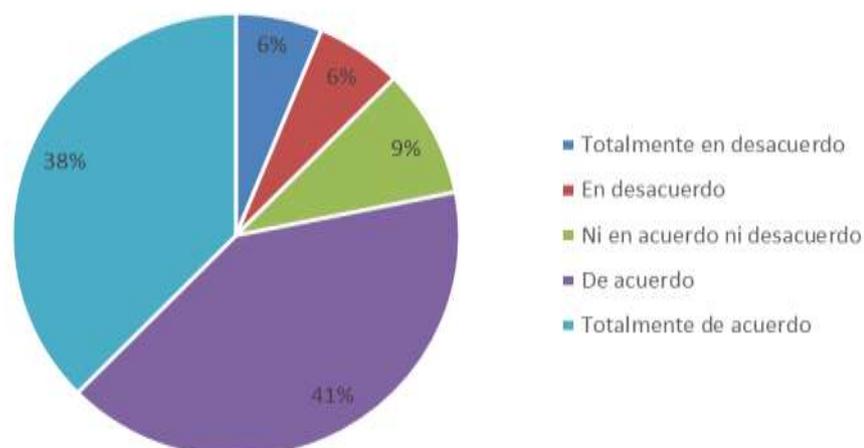
Tabla 19

Se preocupan por los intereses del cliente

Opciones	Frecuencia	Frecuencia
	Simple	Porcentual
Totalmente en desacuerdo	2	6%
En desacuerdo	2	6%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	3	9%
De acuerdo	13	41%
Totalmente de acuerdo	12	38%
Total	32	100%

Figura 19

Se preocupan por los intereses del cliente



Análisis:

Una clave de la atención priorizada en la empatía del servicio, es propiamente la ocupación de los intereses del cliente, pues esto va a permitir accionar de manera efectiva en la asistencia del servicio de correspondencia. Al consultar a los informantes en relación con la sensibilidad ante los intereses del cliente, el 41% consideró estar de acuerdo acerca de que, si se desarrolla una interacción centrada en los intereses del cliente, en tanto que el 6% expresó total desacuerdo como negación a la consulta.

Categorización de la entrevista realizada al personal de la Cooperativa

Tabla 20

Categoría emergente de la interrogante 1: ¿Cuáles son los procesos asociados al servicio de correspondencia con los que cuenta la Cooperativa de Transporte Interprovincial Putumayo?

Categoría	Sub Categoría	Informante 1	Informante 2	Informante 3
Integración sinérgica	Recepción y entrega	procesos de entrega y recepción de paquetería la recepción y entrega al cliente	la recepción, envío y recepción en la oficina de destino, y entrega al cliente de despacho	seguridad que se le brinda al cliente desde el momento de la recepción de la paquetería, su y entrega final

	Almacenaje, distribución y transporte	su embalaje correspondiente	embalaje o empaquetamiento del producto el almacenamiento, transporte, distribución continua de la correspondencia, almacenaje	embalaje, transporte, distribución
	Clasificación	remesas, documentos, incluso algún tipo de equipo	documentos, equipos, insumos de traslados, tales como ropa y otros	del producto, bien material repuesto o documento
	Registro	características del paquete en condición de talla, dimensión y peso guía de envío	se registra todo en el programa que posee la cooperativa para tal fin	programa de registro de cada correspondencia que ingresa y de los datos del cliente
	Comunicación	verificada, almacenada y comunicado al cliente		continuo monitoreo y comunicación

Tabla 21

Categoría emergente de la interrogante 2: ¿Qué es para usted la satisfacción de los usuarios y qué valor tiene para la Cooperativa de Transporte Interprovincial Putumayo en el servicio de correspondencia?

Categoría	Sub Categoría	Informante 1	Informante 2	Informante 3
Fundamento del servicio	Conformidad del cliente	bienestar y funcionamiento del servicio de acuerdo a las necesidades del cliente	grado o nivel de conformidad que posee el cliente que ha contratado el servicio de envío y recepción de correspondencia	estado de conformidad y seguridad en la calidad de servicio prestado por la cooperativa, de acuerdo con los intereses y necesidades específicas de cada uno de

				nuestros usuarios
	Compromiso	la base estructural de toda la relación entre la cooperativa y los clientes y viceversa	calidad en la atención del cliente, el buen resguardo y transporte de la correspondencia, el tiempo estimado de entrega y la capacidad de respuesta ante cualquier evento susceptible	servicio capaz de responder los tiempos de entrega, la atención pertinente del cliente y las garantías de seguridad de nuestra responsabilidad, son la base de compromiso

Tabla 22

Categoría emergente de la interrogante 3: ¿Cuáles son los procesos que se ejecutan dentro de la administración de la Cooperativa de Transporte Interprovincial Putumayo para medir la satisfacción de los clientes referente al servicio brindado?

Categoría	Sub Categoría	Informante 1	Informante 2	Informante 3
Acción caológica	Monitoreo	seguimiento continuo a los paquetes enviados, se le brinda atención específica y personalizada al cliente tanto al momento de la entrega como al momento del retiro de alguna correspondencia	Revisión continua de la distribución de los envíos y recepción de paquetería monitoreo permanente de la correspondencia custodiada y transportada	la comunicación continua es el principal proceso identificar la satisfacción de los clientes respecto al servicio de correspondencia
	Ausencia de registros sistemáticos	no se maneja ningún tipo de registro, a menos que así lo requiera el proceso aplicado para la atención del usuario	no existen informes estructurados que permitan evidenciar la cuantificación del grado de satisfacción del cliente de manera	no cuenta con registros descriptivos que logren identificar el nivel específico de satisfacción de nuestros usuarios

		No se cuenta con buzones de sugerencias	generalizada o específica	
	Intencionada	Los registros con los que se cuentan desde la parte administrativa están más supeditados al control de la mercancía en el almacenaje transporte y distribución de la correspondencia		en casos muy particulares que así se requiera son establecidos de forma detallada las rutas o manejo de la correspondencia, mediante las fichas de envío
	Criterios del servicio	se privilegia la calidad del servicio y la buena atención del cliente	se analizan las quejas o sugerencias de nuestros clientes	reconocer las características con que se desarrolla el servicio en términos de prontitud de entrega, atención, responsabilidad y valores organizacionales reflejados.

Análisis integrador del estado actual de la Satisfacción de los usuarios respecto a los procesos del servicio de correspondencia de la Cooperativa de Transporte Interprovincial Putumayo

En correspondencia con los hallazgos relevadores del estado actual presente en el servicio de correspondencia de la Cooperativa, en atención con los datos suministrados por los usuarios y la información declarada por el personal interno de la organización se pueden apreciar falencias en procesos que integran las dimensiones categóricas del estudio, con mayor énfasis en los registros de los procesos orientados a la valoración de la satisfacción de los usuarios.

Manejo actitudinal del asertividad ante la incertidumbre de comunicar al cliente el estado de su correspondencia durante todo el proceso aun cuando se produce un proceso de comunicación, este no se desarrolla de manera efectiva en atención de las prioridades de los clientes. Lo cual reduce la capacidad de respuesta, motivado a que

la misma está orientada a la acción del caos y no a la prevención, pues no se cuenta con registros o protocolos que ayuden y promuevan un estado de satisfacción.

Así mismo, la falta de aplicación de recursos informativos para que los clientes conozcan el mecanismo que se lleva a cabo en la cooperativa al momento del almacenaje, distribución y transporte de las correspondencias.

Capítulo 3

Propuesta Metodológica para la aplicación de la Norma

La propuesta de mejora es la clave para el desarrollo efectivo de los procesos de mejoras en los servicios de correspondencia de la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo, a fin de que se produzca fidelización de los clientes, considerando que los elementos más críticos de la realidad existente en el escenario de estudio son respectivamente, de la dimensión fiabilidad, la disposición y asertividad; de la dimensión seguridad, la actitud; de los elementos tangibles, el indicador, organización; de la dimensión capacidad de respuesta, el indicador comunicación y finalmente de la empatía, la priorización.

Es oportuno detallar que las estrategias de optimización de los procesos del servicio de correspondencia de la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo, presentadas en la propuesta, constituye un aporte práctico en esta investigación, como cimiento para que se produzca fidelización en los clientes desde una perspectiva filosófica organizacional humanizadora altamente efectiva, que integra las acciones de los trabajadores a través del sistema de correspondencia.

Teniendo en cuenta que el servicio de envío y recepción de correspondencia, tiene un papel importante en la interconexión de la sociedad en términos de traslado de paquetería que circula en el territorio nacional, esta propuesta conduce la generación de cambios y transformaciones sustanciales en los procesos internos de la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo, ya que esta permite optimizar la transferencia de documentos originales, objetos, enseres y un sinfín de mercancía o bienes, al mismo tiempo que propicia lealtad en los clientes como resultado de la calidad de servicio.

Como eje transversal de la propuesta, además de los antes mencionado respecto a la configuración de una filosofía organizacional humanizadora, se tiene también el aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), las cuales evidentemente son imprescindibles para la comunicación los clientes y la optimización de procesos, con especial énfasis en los que se encuentran direccionados a optimizar el eficiente manejo de la información.

La necesidad de asistir esta propuesta mediante el uso de estrategias de optimización de los procesos internos del servicio de correspondencia de la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo, se circunscribe a la expresión de insatisfacciones expuestas por los clientes y la acción calológica planteada por el

personal de la cooperativa; por lo que esta propuesta tiene como objetivo general: Establecer estrategias internas de optimización a procesos del servicio de correspondencia de la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo, para la fidelización de los clientes.

Tal objetivo general de la propuesta, se encuentra mediado por la integración armónica sinérgica de los siguientes objetivos internos: 1. Sensibilizar al personal acerca de la cosmovisión filosófica organizacional que procura la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo para la atención del cliente; 2. Determinar criterios concretos de organización y distribución en la recepción y entrega de la paquetería para satisfacción del cliente; 3. Establecer mecanismo de comunicación continua con los clientes durante el traslado de correspondencia, a través del uso de herramientas tecnológicas.

Componentes de la Propuesta

Como corresponde a la programación de acciones a desarrollar en la propuesta de estrategias que optimicen los procesos del servicio de correspondencia de la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo, en la fidelización de los clientes, se consideran tres medios a desarrollar en el plan de acción, las cuales se describen a continuación:

Sensibilización

Dirigido a la ejecución de la formación integral del personal de la Cooperativa que permita potenciar el sentido de pertenencia organizacional respecto a los aspectos filosóficos humanos de la empresa, de tal manera que desarrollen compromiso con una eficiente atención del cliente, como escenario de propiciación para la expresión de una actitud resolutiva, así como, el desarrollo armónico de las actividades en el buen manejo del proceso comunicativo, la disposición y asertividad.

Estandarización de procesos

Con énfasis en satisfacer la necesidad de los clientes en términos de organización y distribución de las correspondencias que son entregadas y receptadas en las oficinas de la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo, la estandarización de los procesos favorecerá el buen y seguro manejo de la paquetería, tanto en términos de calidad de resguardo, como en la plena priorización de las necesidades del cliente, a fin de que se cumplan lapsos y rutas establecidas en el proceso de almacenaje y distribución.

Accesibilidad informativa

Prevé establecer por medio del uso de las TIC, el intercambio de informativo continuo y permanente con los clientes acerca del estado y/o proceso en el que se encuentra la paquetería en tránsito; como resultado, esto permite al cliente compartir experiencias del usuario con la cooperativa, brindar recomendación del servicio con otros potenciales usuarios de la misma localidad, en tanto que la Cooperativa le favorece en el sostenimiento de un canal libre de evaluación del servicio en términos de satisfacción del cliente.

Figura 20

Esquema de componentes de la propuesta



Propuesta de plan de Acción

Tabla 23

Procedimiento para el desarrollo del componente 1 de la propuesta

Componente: Sensibilización	Objetivo: Sensibilizar al personal acerca de la cosmovisión filosófica organizacional que procura la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo para la atención del cliente.				
Dimensiones	Indicadores				
. Fiabilidad	. Disposición				
	. Asertividad				
. Empatía	. Priorización				
Estrategia: Taller de sensibilización para la formación de una cosmovisión organizacional centrada en la filosofía humanizadora de la atención al cliente.					
Acción	Nivel de Prioridad	Recursos	Tiempo	Responsable	
Diseño de la reestructuración organizativa de la cosmovisión de la Cooperativa, con rasgos de una filosofía humanizadora en la atención al cliente.	Alta	Computador Cuaderno Lápiz	1 semana	Gerencia y coordinador de administración.	
Diseño del taller de sensibilización con énfasis en los valores organizacionales y la atención al cliente.	Alta	Computador Cuaderno Lápiz	3 días	Gerencia, coordinación de administración y coach organizacional.	
Desarrollo de la capacitación del personal en las redes	Alta	<u>Material</u> Proyector. Pizarrón.	1 día	Gerencia, coordinación de administración,	

sociales de la empresa.	Marcadores. <u>Ambiente</u> Aula de clases.	coach organizacional y personal de la cooperativa.
-------------------------	---	--

Tabla 24

Procedimiento para el desarrollo del componente 2 de la propuesta

Componente: Estandarización de procesos	Objetivo: Determinar criterios concretos de organización y distribución en la recepción y entrega de la paquetería para satisfacción del cliente.			
Dimensiones	Indicadores			
. Seguridad	. Actitud			
. Elementos tangibles	. Organización			
. Capacidad de respuesta	. Comunicación			
Estrategia: Mesas de trabajo para la protocolización de la organización y distribución en la recepción y entrega de la paquetería entre el personal de la Cooperativa.				
Acción	Nivel de Prioridad	Recursos	Tiempo	Responsable
Organización de los criterios empleados para el registro de información de clientes.	Alta	Computador Cuaderno Lápiz Ficha de registro de cliente.	2 días	Coordinación administrativa y receptores.
Gestión de información de la paquetería receptada de forma ordenada, segura y rápida que satisface el interés del cliente.	Alta	Guías de envío Computador Cuaderno Lápiz	2 días	Coordinación administrativa, receptores y almacenistas.

Procesamiento de los envíos de acuerdo con el detalle de sus dimensiones, características físicas y rutas.	Alta	Identificador de la paquetería Computador	3 días	Coordinación administrativa, almacenistas y choferes.
--	------	--	--------	---

Tabla 25

Procedimiento para el desarrollo del componente 3 de la propuesta

Componente: Accesibilidad informativa		Objetivo: Establecer mecanismo de comunicación continua con los clientes durante el traslado de correspondencia, a través del uso de herramientas tecnológicas.		
Dimensiones		Indicadores		
<ul style="list-style-type: none"> . Fiabilidad . Capacidad de respuesta . Empatía 		<ul style="list-style-type: none"> . Asertividad . Comunicación . Priorización 		
Estrategia: Sistematización de información y formación para la recepción, traslado y entrega de la correspondencia con el software Sistrack.				
Acción	Nivel de Prioridad	Recursos	Tiempo	Responsable
Creación de roles de acceso y formación a los trabajadores para el suministro de información.	Alta	Computador Internet Software Sistrack	5 días	Coordinación administrativa
Asignación y reporte de las encomiendas receptadas y entregas de acuerdo con la funcionalidad del proceso dado en servicio de	Alta	Computador Internet CRM Software Sistrack	Continuo	Coordinación administrativa, receptores, almacenistas y choferes.

correspondencia (recepción, organización, traslado, distribución y entrega).					
Visualización del estado de órdenes, actualizaciones de los envíos según la ruta dada en la guía de envío por parte de los clientes.	Alta	Computador Internet Software Sistrack	Continuo	Coordinación administrativa Cliente	
Análisis de los datos estadísticos de satisfacción en la medición del servicio dado al cliente.	Alta		Continuo	Coordinación administrativa Cliente	

Presupuesto

Tabla 26

Presupuesto y tiempo estimado para la ejecución de la propuesta

Estrategia	Acción	Tiempo	Servicio/Producto	Importe
Taller de sensibilización para la formación de una cosmovisión organizacional centrada en la filosofía humanizadora de la atención al cliente.	Diseño de la restructuración organizativa de la cosmovisión Cooperativa, con rasgos de una filosofía humanizadora en la atención al cliente.	1 semana	Computador	\$485,00
			2 Cuadernos	\$15,00
			2 Lápices	\$6,00

la atención al cliente.	Diseño del taller de sensibilización con énfasis en los valores organizacionales y la atención al cliente.	3 días	Coach Organizacional	\$150,00
	Desarrollo de la capacitación del personal en las redes sociales de la empresa.	8 horas	Alquiler de video beam	\$40,00
			2 Marcadores	\$3,00
			Aula de clases	\$40,00
Mesas de trabajo para la protocolización de la organización y distribución en la recepción y entrega de la paquetería entre el personal de la Cooperativa	Organización de los criterios empleados para el registro de información de clientes.	2 días	Ficha de registro	\$5,00
	Gestión de la información de la paquetería receptada de forma ordenada, segura y rápida que satisface el interés del cliente.	1 mes	50 Guías identificadores de paquetería	\$12,00
	Procesamiento de los envíos de acuerdo con el detalle de sus dimensiones, características físicas y rutas.		Balanza eléctrica	\$110,00

Sistematización de información y formación para la recepción, traslado y entrega de la correspondencia con el software Sistrack.	Creación de roles de acceso y formación a los trabajadores para el suministro de información.	1 mes	Internet	\$35,00
			Software Sistrack	\$75,00
			CRM	\$35,00
	Asignación y reporte de las encomiendas receptadas y entregas de acuerdo con la funcionalidad del proceso dado en servicio de correspondencia (recepción, organización, traslado, distribución y entrega).			
	Visualización del estado de órdenes, actualizaciones de los envíos según la ruta dada en la guía de envío por parte de los clientes.			
	Análisis de los datos estadísticos de satisfacción en la medición del			

servicio dado al
cliente.

Total presupuesto \$1011,00

Cronograma

Tabla 27

Cronograma propuesto para la implementación

Estrategias	Acciones	Mes 1				Mes 2			
		Semanas				Semanas			
		1	2	3	4	5	6	7	8
Taller de sensibilización para la formación de una cosmovisión organizacional centrada en la filosofía humanizadora de la atención al cliente.	Diseño de la restructuración organizativa de la cosmovisión de la Cooperativa, con rasgos de una filosofía humanizadora en la atención al cliente.								
	Diseño del taller de sensibilización con énfasis en los valores organizacionales y la atención al cliente.								
	Desarrollo de la capacitación del personal en las redes sociales de la empresa.								
Mesas de trabajo para la protocolización de la organización y distribución en la	Organización de los criterios empleados para el registro de información de clientes.								

recepción y entrega de la paquetería entre el personal de la Cooperativa	Gestión de información de la paquetería receptada de la forma ordenada, segura y rápida que satisface el interés del cliente.		
	Procesamiento de los envíos de acuerdo con el detalle de sus dimensiones, características físicas y rutas.		
Sistematización de información y formación para la recepción, traslado	de Creación de roles de acceso y formación a los trabajadores para el suministro de información.		

<p>entrega de la correspondencia con el software Sistrack.</p>	<p>Asignación y reporte de las encomiendas receptoras y entregas de acuerdo con la funcionalidad del proceso dado en servicio de correspondencia (recepción, organización, traslado, distribución y entrega).</p>
	<p>Visualización del estado de órdenes, actualizaciones de los envíos según la ruta dada en la guía de envío por parte de los clientes.</p>
	<p>Análisis de los datos estadísticos de satisfacción en la medición del servicio dado al cliente.</p>

Mecanismo de control de la efectividad

El control de la propuesta de mejora de los servicios de correspondencia de la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo para generar fidelización de los clientes, tiene su base en el análisis y valoración de los procesos inmersos en cada componente del plan de acción considerando en todo momento la expresión de las evidencias destacadas en cada declaración estratégica.

Cabe destacar que los ejes que se articulan en la formulación de la propuesta de mejora obedecen fundamentalmente a la Sensibilización del personal acerca de la cosmovisión filosófica organizacional que procura la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo para la atención del cliente, por medio del establecimiento de criterios concretos de organización y distribución en la recepción y entrega de la paquetería para satisfacción del cliente en el que se configuran mecanismo de comunicación continua con los clientes durante el traslado de correspondencia, a través del uso de herramientas tecnológicas.

Todo lo antes señalado es posible valorarlo principalmente por la relación de tiempos de ejecución una vez que sea fijado el cronograma de ejecución del Plan de Acción en la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo, ya que la evaluación de la eficacia de los procesos puede ser valorada de manera sincrónica con la ejecución de la propuesta a través de los criterios de evidencia establecidos para la atención de cada componente, así mismo se podrá medir a través de la obtención del cumplimiento de por lo menos el 80% de los indicadores de satisfacción orientados a la expresión de disposición, asertividad, priorización, actitud, organización y comunicación. Para lo cual se aplicará nuevamente el instrumento de recolección de datos analizado en el presente estudio una vez ejecutada la propuesta.

A continuación se detallan las evidencias y criterios de efectividad para la valoración de la propuesta:

Tabla 28

Evidencias y criterios de la efectividad de la propuesta a considerar en cada componente de la propuesta de mejora

Componente	Evidencias	Criterios de efectividad	Tiempo
Sensibilización	<ul style="list-style-type: none"> • Estructura organizativa de la cosmovisión de la Cooperativa, con rasgos de una filosofía humanizadora en la atención al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Disposición • Asertividad • Priorización 	2 semanas
	<ul style="list-style-type: none"> • Programa del taller de sensibilización con énfasis en los valores organizacionales y la atención al cliente 		
	<ul style="list-style-type: none"> • Registros fotográficos de la capacitación del personal en las redes sociales de la 		

empresa.		
Estandarización de procesos	<ul style="list-style-type: none"> • Consolidación escrita de criterios empleados para el registro de información de clientes • Criterios para el registro de información de la paquetería receptada de forma ordenada, segura y rápida que satisface el interés del cliente • Registro detallado de los envíos de acuerdo con el detalle de sus dimensiones, características físicas y rutas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actitud 1 • Organización semana • Comunicación
	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de usuarios de acceso y formación a los trabajadores para el suministro de información. • Registro detallado de las encomiendas receptadas y entregas de acuerdo con la funcionalidad del proceso dado en servicio de 	<ul style="list-style-type: none"> • Asertividad 4 • Comunicación semanas • Priorización
	Accesibilidad informativa	

correspondencia

(recepción,

organización,

traslado, distribución

y entrega).

- Estado de órdenes, actualizaciones de los envíos según la ruta dada en la guía de envío por parte de los clientes.
 - Informe de los datos estadísticos de satisfacción en la medición del servicio dado al cliente.
-

Conclusiones y Recomendaciones

El desarrollo del presente estudio condujo la obtención de evidencias concluyentes, tanto en términos de análisis documental sobre las bases que sustentan las variables de estudio, así como la configuración de aspectos vinculados directamente a la realidad, como también la proposición de una solución práctica y factible a la problemática presente en la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo, relacionada con los servicios de correspondencia y su conducción a la fidelización de los clientes.

- En este sentido, el estudio responde a las preguntas de la investigación, de manera detallada y en cada apartado específico previsto para tal fin; sin embargo, a manera de conclusión se presenta a continuación una síntesis de declaraciones de las autoras del estudio, que fortalecen la dinámica investigativa y propician un panorama determinante para el pleno análisis del plan de mejoras para los servicios de correspondencia de la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo, diseñado como propuesta y aporte práctico intelectual.
- Con énfasis en dar respuesta al primer objetivo específico, referido con la recopilación de información bibliográfica en lo referente a servicios de correspondencia y una gestión eficaz que contribuya a establecer una metodología para la realización de la presente investigación; se puede apreciar que existe un sinnúmero de alternativas que conducen la gestión de los servicios de correspondencia y que estos a su vez están dirigidos al logro de la satisfacción de los clientes en términos de las dimensiones fiabilidad, seguridad, elementos tangibles, capacidad de respuesta y empatía.
- En la búsqueda de dar atención al segundo objetivo específico, orientado a la identificación de falencias en el proceso del servicio de correspondencia de la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo, se puede considerar que los nudos críticos en la prestación de un servicio óptimo que conduzca la fidelización del cliente en la referida organización, están vinculados con la disposición, priorización, actitud, organización, comunicación y el asertividad.
- Al evaluar el grado de satisfacción de los usuarios del servicio de correspondencia de la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo, como se plantea propiamente en el tercer objetivo específico, se puede señalar

que un índice importante de clientes se expresó favorablemente respecto a la prestación de servicio de la cooperativa en términos de compromiso, responsabilidad, asertividad, ambiente y personalización; no obstante la perspectiva de los informantes es diversa y en contraste con lo declarado por los empleados se pudo confirmar la necesidad de establecer mecanismos de mejoras para el servicio prestado por la empresa.

- Por consiguiente, al establecer estrategias que optimicen los procesos del servicio de correspondencia de la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo para generar fidelización de los clientes, como respecta al desarrollo del cuarto objetivo específico, se propuso taller de sensibilización para la formación de una cosmovisión organizacional centrada en la filosofía humanizadora de la atención al cliente, la conformación de mesas de trabajo para la protocolización de la organización y distribución en la recepción y entrega de la paquetería entre el personal de la Cooperativa y finalmente, sistematización de información y formación para la recepción, traslado y entrega de la correspondencia con el software Sistrack.
- Por lo que, en síntesis resolutive del problema, el diseño de un plan de mejoras para el servicio de correspondencia de la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo, cubre su efectividad propiamente en que los miembros internos del fenómeno, focalizado en los trabajadores de la organización, quienes juegan un papel fundamental en la humanización de la atención; siendo lo señalado tan importante como la optimización misma de los procesos de recepción, almacenaje, distribución y entrega de las correspondencia.
- De acuerdo con los términos concluyente, se logra recomendar en tres niveles; el primero a la institución pues de ella depende la calidad de la gestión de los servicios de envío y recepción de la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo. En segundo orden a las instituciones educativas que forman en materia de transporte de paqueterías y finalmente a futuros investigadores vinculados con estudiar el fenómeno escudriñado en el presente producto investigativo.
- Por consiguiente, se recomienda a la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo, como base fundamental para el desarrollo táctico, estratégico y

operativo, que centre especial interés en el desarrollo de acciones concretas que procuren por medio de la incorporación de la tecnología de información y comunicación, dar respuesta a los intereses de los clientes, por medio de la configuración de una filosofía humanizadora, eficiente e innovadora.

- A los entes educativos que asisten la formación de personal para las empresas de servicios de envío de correspondencia, que desarrollen en los estudiantes y sentido de desempeño orientado a la búsqueda de satisfacción de los clientes; lo cual sin duda invita a la transformación de los procesos por medio de la integración de las tecnologías de información como base fundamental para la optimización de los procesos y etapas que subyace de este ejercicio comercial.
- A los investigadores, que empleen no solo el desarrollo de acciones propositivas de mejoras a los servicios de correspondencia en búsqueda de privilegiar la satisfacción de los clientes, sino que además ejecuten acciones que permitan poner en práctica propuestas como las señaladas en este estudio y con las cuales se podría materializar acciones que impacten positivamente en el desempeño de la organización.

Referencias

- Agencia de regulación y control postal (2020, 1 de abril). *Registro General de Operadores Postales Habilitados*.(Archivo PDF). <https://n9.cl/zta5s>
- Aguilar, H. (2021). *Estudio de servicio al cliente para el mercado tecnológico. Caso de estudio: Lidenar S.A.*(Tesis. Universidad del Azuay). <https://n9.cl/po5rg>
- Araujo, L. López, C. (2022, 1 de noviembre). *Estado del arte de los estudios del modelo SERVQUAL en la gestión pública*. Ciencia latina, 6(6). <https://n9.cl/o6liz>
- Arévalo, B. (2016). *Estudio de Mercado del Transporte Terrestre Interprovincial en Épocas de Feriado*. (Archivo PDF). <https://n9.cl/q5xe4>
- Arguello, S., Villa, R., Palahuachi, J. (2020). *Historia de la evaluación y gestión del transporte urbano en la provincia de Chimborazo*. ESPOCH. <https://n9.cl/9okdo>
- Brito, A., Vergara, M. (2022). *Análisis del Perfil del Cliente Potencial Para la Demanda de Productos de Pastelería*. (Tesis. Universidad de Santander). <https://n9.cl/0o3b2>
- Coll, F. (2020, 1 de octubre). *Estudio transversal*. Economipedia. <https://n9.cl/x7gbz>
- Constitución de la República del Ecuador. *Registro Oficial 449*. 21 de diciembre del 2015. <https://n9.cl/kfgdw>
- Cueva, J. (2021). *Plan de mejora basado en gestión por procesos en la empresa Protection SA*. (Tesis. Universidad politécnica salesiana del Ecuador). <https://n9.cl/9bcfx>
- Da Silva, D.(2022, 5 de agosto). *Estrategias de servicio al cliente:10 técnicas comprobadas*. <https://n9.cl/r6r9o>
- García, E. Guerrero, A. (2023). *Plan estratégico para el mejoramiento de las ventas de las agencias de viajes de la ciudad de Guayaquil, periodo 2022*. (Tesis. Universidad Católica Santiago de Guayaquil). <https://n9.cl/d2jqw>
- Garcia, M. (2016). *SANTA, precursora del transporte interprovincial*. Diario La Hora. <https://n9.cl/gj5an>
- Gómez, D. (2023, 21 de enero). *SERVQUAL: guía básica sobre el modelo de calidad de servicio*. Hubspot. <https://n9.cl/xs8e7>
- González, A. Moncayo, D. (2022). *Diseño de un plan de mejoramiento en el área de servicio al cliente de la empresa Condustrámites en la ciudad de Pasto, año 2022*. (Tesis. Corporación Universitaria Minuto de Dios). <https://n9.cl/jl3gn>
- Ley general de los servicios postales [LGDP]. *Registro Oficial Suplemento 603*. 7 de octubre del 2015. (Ecuador). <https://n9.cl/0bruw>
- Ley orgánica de defensa del consumidor [LODC]. *Ley No. 2000-21*. 10 de julio del 2000. (Ecuador). <https://n9.cl/hw6r>

- Ley orgánica de transporte terrestre tránsito y seguridad vial [LOTTTSV]. *Registro Oficial Suplemento 398*. 21 de agosto del 2018. (Ecuador). <https://n9.cl/w1pes>
- López, O., Lara, D., Villacis, J., Pérez, J. (2019). *Administración y gestión empresarial. (primera edición)*. Casa editora del Polo. <https://n9.cl/n2dx7>
- Malavé, M. (2021). Análisis de los efectos comerciales y económicos de las importaciones de la industria médica. (Tesis. Universidad de Guayaquil).
- Mamani, Y. (2019). *Introducción a la metodología de la investigación*. Suecia Sverige.
- Medina, G. (2022). *Gestión logística en el servicio de encomiendas de la Flota Babahoyo Interprovincial (FBI) del cantón Jujan*. (Tesis. Universidad Técnica de Babahoyo). <https://n9.cl/d0mb8>
- Mena, S. (2022). *El servicio de mensajería y su incidencia económica en los emprendimientos digitales de Guayaquil*. (Tesis. Universidad Politécnica Salesiana). <https://n9.cl/feejo>
- Ministerio del trabajo (2022, 3 de enero). *Guía de aplicación del modelo SERVQUAL de calidad del servicio*. <https://n9.cl/uh2804>
- Miranda, M. (2021). *La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente, estrategias del marketing digital*, (7)4, 1430-1446. <https://n9.cl/0o3b2>
- Montano, J. (2021, 11 de septiembre). Investigación no experimental. Lifeder. <https://n9.cl/exfjg>
- Moreno, E. (2021, 21 de marzo). La población en una investigación. Investigación científica. <https://n9.cl/m5nz>
- Organización de Naciones Unidas. (s.f). *La ciencia de la empatía*. <https://n9.cl/1kxig>
- Ortiz, A. (2022, 20 de septiembre). *Transporte terrestre, características, tipos, costos e importancia*. <https://n9.cl/9q1lf>
- Pérez, J. Merino, M. (2022, 2 de septiembre). *Encomienda, que es*. <https://n9.cl/e3q86>
- Pinzón, S., Rodríguez, R. (s.f.). *Diagrama de flujo*. (Diapositiva Power Point). <https://n9.cl/p87lz>
- Pulltasig, E. (2022). *Modelo SERVQUAL como estrategia para medir el nivel de atención al cliente en la empresa Imexa Group, sucursal Ambato*. (Tesis. Universidad técnica de Ambato). <https://n9.cl/pikbg7>
- Pursell, S.(2022, 25 de octubre). *Estrategia empresarial: tipos, implementación y ejemplos*. Hubspot. <https://n9.cl/v4jga>
- Ramos, C. (2020). *Los alcances de una investigación*. (Archivo PDF). <https://n9.cl/z8onrw>

- Rubio, V., Trujillo, D. (2022). *Diseño de Plan de Mejoramiento Continuo para la Empresa de servicios postales nacional 4-72*. (Tesis. Corporación Universitaria Minuto de Dios). <https://n9.cl/sil8i>
- Rus, E. (2021, 1 de enero). *Investigación cuantitativa*. Economipedia. <https://n9.cl/0abqi>
- Samaniego, G. (2022, 28 de agosto). *Enfoque, tipo, diseño y método de investigación*. Mi asesor de tesis. <https://n9.cl/jesjr>
- Sanchez, J. (2021). *Gestión de transporte para mejorar la eficiencia en el servicio de entrega en una empresa de delibery, Chiclayo 2021*. (Tesis. Universidad Señor de Sipán). <https://n9.cl/iopfyc>
- Tello, I., Tul, L., Vaca, A., Villavicencio, N. (2018). *Contabilidad General. (Primera edición)*. Ediciones Grupo Compás. <https://n9.cl/tqcwa>
- Trujillo, B. (2022). *Aplicación del modelo SERVQUAL para medir la calidad en el servicio de la empresa Serpost*. (Tesis. Universidad San Ignacio de Loyola). <https://n9.cl/qgtxt>
- Unión postal universal, (2022). *Redes postales, Promoción del desarrollo socioeconómico y contribución al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas en la región de América Latina*. <https://n9.cl/6mcjf>
- Universidad nacional autónoma de México (2021, 6 de febrero). *Servicio de correspondencia. Facultad de ingeniería*. <https://n9.cl/6easn>
- Westreicher, G. (2020, 1 de agosto). *Gestión*. Economipedia. <https://n9.cl/9apt>

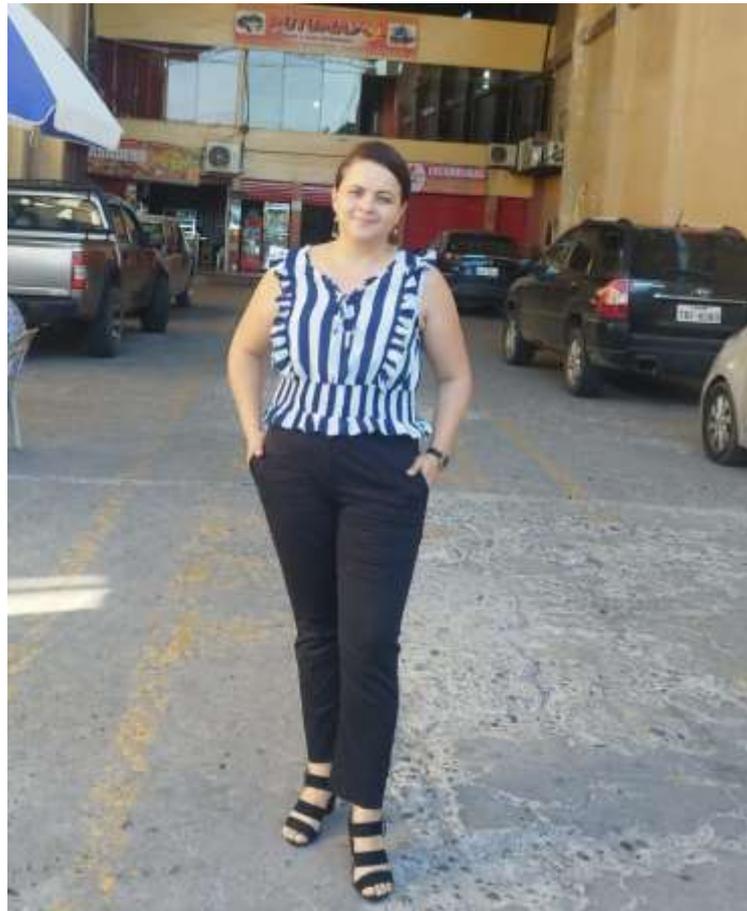
2. Registros fotográficos de visita y aplicación de instrumento de recolección de datos. Oficinas de encomienda.





3. Entrevistas realizadas a informantes claves.







Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Arreaga Pita Melany Jazmine** con C.C: # **094001496-2** autora del trabajo de titulación: **Plan de mejoras para el servicio de correspondencia de la Cooperativa de transporte Putumayo**, previo a la obtención del título de **licenciada en Administración de Empresas** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 14 de febrero del 2024

f. _____

Nombre: **Melany Jazmine Arreaga Pita**

C.C: **094001496-2**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Betsy Lisheth Lombeida Cabezas** con C.C: # **210003337-8** autora del trabajo de titulación: **Plan de mejoras para el servicio de correspondencia de la Cooperativa de transporte Putumayo**, previo a la obtención del título de **licenciada en Administración de Empresas** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 14 de febrero del 2024

f. _____

Nombre: **Betsy Lisheth Lombeida Cabezas**

C.C: **210003337-8**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Plan de mejoras para el servicio de correspondencia de la Cooperativa de transporte Putumayo.		
AUTOR(ES)	Arreaga Pita Melany Jazmine y Cabezas Lombeida Betsy Lisheth,		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Lic. Magaly Noemí Garcés Silva, MSc.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Economía y Empresa		
CARRERA:	Administración de Empresas		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciada en administración de Empresas		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	14 de febrero del 2024	No. DE PÁGINAS:	84
ÁREAS TEMÁTICAS:	Logística, Marketing, Competitividad,		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Plan de Mejoras, Servicios de Correspondencia, Servicio al Cliente, Gestión empresarial, Liderazgo		
RESUMEN:	<p>La presente investigación tiene por objetivo principal diseñar un plan de mejoras para los servicios de correspondencia de la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo para generar fidelización de los clientes; pues considera que, para la propiciación de la satisfacción de los clientes se hace necesario el reconocimiento pleno de sus intereses. Esto de acuerdo con los postulados de Gómez (2023), Da Silva (2022) y otros autores, quienes sirvieron de referente para dimensionar la perspectiva operacional de las variables. Desde el marco metodológico, este estudio se encuentra enmarcado en una investigación de tipo descriptiva con diseño de campo en la modalidad de proyecto factible, en la que se empleó como técnica de recolección de datos la encuesta y entrevista, mediada técnicamente por el cuestionario aplicado a los usuarios y guion de entrevista ejecutado a trabajadores internos de la empresa. Los resultados determinantes permitieron identificar que la génesis de falencias está relacionado con la disposición, priorización, actitud, organización, comunicación y la asertividad del personal y de los procesos vinculados con el envío y recepción de correspondencia en la Cooperativa; razón por la cual se propuso estrategias para la optimización de los procesos del servicio de correspondencia de la Cooperativa de transporte interprovincial Putumayo para generar fidelización de los clientes.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-69216937 +593-4-80274111	E-mail: melany.arreaga@cu.ucsg.edu.ec betsy.cabezas@cu.ucsg.edu.ec	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN(COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: David Coello Cazar		
	Teléfono: +593-4-3804600		
	E-mail: david.coello@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			