



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**Influencia de la calidad de servicio de transporte en la
rentabilidad de la empresa. Utilizando la técnica Servqual,
Caso de estudio Transfrosur Cia. Ltda**

AUTORAS:

**Morocho Gonzales, Michell Jacqueline y
Plaza Ibarbo, Michell Mercedes**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de
INGENIERA COMERCIAL**

TUTOR:

Murillo Delgado, Erick Paul Mae.

Guayaquil, 12 de septiembre del 2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Morocho Gonzales, Michell Jacqueline y Plaza Ibarbo, Michell Mercedes** como requerimiento para la obtención del Título de **INGENIERA COMERCIAL**.

TUTOR:

Murillo Delgado, Erick Paul MAE.

DIRECTORA DE LA CARRERA:

Balladares Calderón Esther Georgina, Mgs.

Guayaquil, a los 12 del mes de septiembre del año 2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

**Nosotras, Morocho Gonzales, Michell Jacqueline y
Plaza Ibarbo, Michell Mercedes**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación, **Influencia de la Calidad del Servicio de Transporte en la rentabilidad de la empresa. Utilizando la técnica SERVQUAL, caso de estudio TRANSFROSUR CIA. Ltda.** Previo a la obtención del Título de **Ingeniera Comercial**, 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 nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 12 del mes de septiembre del año 2016

LAS AUTORAS

**Morocho Gonzales,
Michell Jacqueline**

**Plaza Ibarbo,
Michell Mercedes**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORIZACIÓN

**Nosotras, Morocho Gonzales, Michell Jacqueline y
Plaza Ibarbo, Michell Mercedes**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Influencia de la Calidad del Servicio de Transporte en la rentabilidad de la empresa. Utilizando la técnica SERVQUAL, caso de estudio TRANSFROSUR CIA. Ltda**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 12 días del mes de septiembre del año 2016

LAS AUTORAS

**Morocho Gonzales,
Michell Jacqueline**

**Plaza Ibarbo,
Michell Mercedes**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

REPORTE URKUND
Al 26 de Agosto de 2016

The screenshot shows the URKUND web interface. On the left, there is a metadata section for a document titled "Morocho-Plaza-Tutor Murillo.docx (D21516286)". The document was presented on 2016-08-26 19:53 (-05:00) by michel_m2p@hotmail.com. It was received from paulmurillo.ucsg@analysis.orkund.com. The message subject is "FW: tesis URKUND Morocho Plaza" with a link to "Mostrar el mensaje completo". A summary indicates that 3% of the document's text is present in 6 sources.

On the right, there is a "Lista de fuentes" (List of sources) table with two columns: "Categoria" and "Enlace/nombre de archivo".

Categoria	Enlace/nombre de archivo
>	cap 1 y 2 con formato.docx
	http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/5509/1/T-UC...
	TESIS NOSOTRAS (7).docx
	http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/5504/1/T-UC...
	EXAMEN COMPLEXIVO CASO.doc
	Bodega San Mateo S.A..pdf

At the bottom of the interface, there are navigation icons and a status bar showing "0 Advertencias", "Reiniciar", "Exportar", and "Compartir".

TUTOR:

f. _____
Murillo Delgado, Erick Paul, MAE.

LAS AUTORAS:

f. _____
Morocho González,
Michell Jacqueline


f. _____
Plaza Ibarbo,
Michell Mercedes

Agradecimiento

Agradezco a Dios todo poderoso por haberme dado vida, salud y una familia maravillosa, además de su infinito amor y bondad y por haber guiado mi camino.

A mis queridos padres, Kleber y Jacqueline, quienes a lo largo de mi vida me han apoyado con cariño y son un ejemplo en mi formación profesional.

A mis hermanas, Kerly, Dayana y Anahi quienes me han motivado en cada momento, además de brindarme su ayuda en todo momento.

A mi tutor de Tesis, mi querido profesor el Ing. Paul Murillo, quien gracias a su gran apoyo profesional y noble guía logramos culminar la tesis.

A mi compañera de tesis, Michell Plaza, por la armonía, respeto y cariño que siempre prevaleció a lo largo de nuestra formación profesional y elaboración de tesis.

A mis compañeros de estudios, agradecerles por el apoyo, el ánimo y los consejos en momentos difíciles.

Y además, agradezco a esta prestigiosa universidad que me abrió sus puertas para formarme profesionalmente.

A todos ellos se los agradezco desde el fondo de mi corazón.

Morocho González, Michell Jacqueline

Agradecimiento

Los resultados de este proyecto, están dedicados a todas aquellas personas que de alguna forma, son parte de su culminación. Mis sinceros agradecimientos están dirigidos, hacia Dios en primer lugar; por la vida, salud, capacidad intelectual, fortaleza y mi extraordinaria familia que son mi pilar fundamental y quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar, brindandome su apoyo tanto sentimental como económico.

A mi padre, mi guerrero, mi heroe; que con su ejemplo de vida me ha motivado a seguir luchando dia a dia para ser mejor persona. Cada logro en mi vida lleva su nombre.

A mi hermano menor, aquel compañero de aventuras que me motiva a lograr mis sueños y ser quizas su ejemplo al demostrarle que toda meta es alcanzable si uno se lo propone.

A mis profesores quienes con su dedicacion y amor a su profesión, nos transmitieron todos sus conocimientos, para formarnos profesionalmente y ser utiles para la sociedad.

A nuestro profesor y tutor Erick Paul Murillo Delgado, Mae. Quien con su experiencia y conocimiento en la materia, nos ayudo a plasmar nuestros resultados investigativos en el trabajo de titulación; haciendo de esto un gran realce para la elaboración de este proyecto.

A mi compañera de tesis, Michell Morocho y amigos; por su amistad sincera, consejos, respeto y cariño que siempre prevaleció a lo largo de nuestra formación profesional.

Plaza Ibarbo, Michell Mercedes

Dedicatoria

Dedico este trabajo primero a Dios todopoderoso por ser mi guía espiritual que me conduce siempre por el camino del bien y el éxito.

A mi mamá Jacqueline González le dedico todo el esfuerzo de mi etapa universitaria.

A ella por ser la persona que ha sacrificado su tiempo, esfuerzo y dedicación para poder darme un futuro próspero; por guiarme a lo largo de mi vida, por todos sus consejos en mi etapa universitaria.

A ella por ser una excelente amiga, por ser el pilar fundamental en mi vida y por siempre haber confiado en mí en todo momento.

A ella por ser guía y mi consejera en cada momento de mi vida, por ser mi inspiración para seguir adelante y de esta manera haber alcanzado cada una de las metas trazadas.

Morocho Gonzales, Michell Jacqueline

Dedicatoria

A Dios por ser mi fortaleza espiritual en todo momento y el que me moldea cual alfarero para cumplir sus propósitos, según sea su voluntad.

A mi padre Sr. Jorge Plaza Solis con mucho amor y cariño le dedico todo mi esfuerzo, tenacidad, trabajo y lucha constante puesta a lo largo de mi formación profesional.

A él que ha desempeñado el rol de Padre y Madre; aquel, que ha sabido guiar a sus dos hijos de manera correcta y darles las herramientas necesarias para lograr cada una de las metas propuestas. Porque el estudio es la mejor herencia que nos puede dejar y es la puerta a grandes oportunidades.

A él que con su infinita comprensión, sacrificio y afecto diario me apoyó en cada una de mis actividades universitarias, sin dudar nunca de mi capacidad y decisión para el logro de este objetivo.

Por su esfuerzo, amor y tenacidad hoy le dedico uno de mis logros.

Plaza Ibarbo, Michell Mercedes



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Erick Paul Murillo Delgado, Mae.
TUTOR

Esther Georgina Balladares Calderón, Mgs.
DIRECTORA DE LA CARRERA

Yanina Shegía Bajaña Villagomez Ph.D
DOCENTE COORDINADOR DEL ÁREA

Guayaquil 29 de Agosto de 2016.

Ingeniero

Freddy Camacho

COORDINADOR UTE A-2016

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

En su despacho.

De mis Consideraciones:

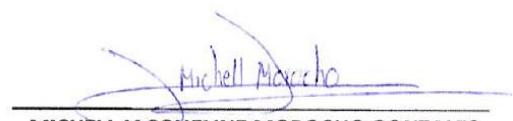
Ingeniero **Erick Paul Murillo Delgado**, Docente de la Carrera de Administración, designado TUTOR del proyecto de grado del **Michell Jacqueline Morocho Gonzales**, cúmpleme informar a usted, señor Coordinador, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto avalo el trabajo presentado por el estudiante, titulado **INFLUENCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE TRANSPORTE EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA. UTILIZANDO LA TÉCNICA SERVQUAL, CASO DE ESTUDIO TRANSFROSURCIA. LTDA** por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades. Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un **3%** de plagio.

Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre B-2016 a mi cargo, en la que me encuentro designado y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación **INFLUENCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE TRANSPORTE EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA. UTILIZANDO LA TÉCNICA SERVQUAL, CASO DE ESTUDIO TRANSFROSURCIA. LTDA** somos el Tutor **Erick Paul Murillo Delgado** y la Srta. **Michell Jacqueline Morocho Gonzales** y eximo de toda responsabilidad al coordinador de titulación y a la dirección de carrera.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: 10/10 Diez sobre Diez.

Atentamente,


ERICK PAUL MURILLO DELGADO
PROFESOR TUTOR-REVISOR PROYECTO DE GRADUACIÓN


MICHELL JACQUELINE MOROCHO GONZALES
ESTUDIANTE DE UNIDAD DE TITULACION

Guayaquil 29 de Agosto de 2016.

Ingeniero

Freddy Camacho

COORDINADOR UTE A-2016

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

En su despacho.

De mis Consideraciones:

Ingeniero **Erick Paul Murillo Delgado**, Docente de la Carrera de Administración, designado TUTOR del proyecto de grado del **Michell Mercedes Plaza Ibarbo**, cúmpleme informar a usted, señor Coordinador, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto avalo el trabajo presentado por el estudiante, titulado **INFLUENCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE TRANSPORTE EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA. UTILIZANDO LA TÉCNICA SERVQUAL, CASO DE ESTUDIO TRANSFROSURCIA. LTDA** por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades. Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un 3% de plagio.

Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre B-2016 a mi cargo, en la que me encuentro designado y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación **INFLUENCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE TRANSPORTE EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA. UTILIZANDO LA TÉCNICA SERVQUAL, CASO DE ESTUDIO TRANSFROSURCIA. LTDA** somos el Tutor **Erick Paul Murillo Delgado** y la Srta. **Michell Mercedes Plaza Ibarbo** y eximo de toda responsabilidad al coordinador de titulación y a la dirección de carrera.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: 10/10 Diez sobre Diez.

Atentamente,


ERICK PAUL MURILLO DELGADO
PROFESOR TUTOR-REVISOR PROYECTO DE GRADUACIÓN


MICHELL MERCEDES PLAZA IBARBO
ESTUDIANTE DE UNIDAD DE TITULACION

Índice General

Agradecimiento	VI
Agradecimiento	VII
Dedicatoria.....	VIII
Dedicatoria.....	IX
Índice De Tablas	XVI
Índice de figuras.....	XVIII
Resumen	XIX
Abstract.....	XX
Introducción	21
Descripción de la Investigación.....	23
I. Tema – Título	23
II. Antecedentes.....	23
III. Justificación	23
IV. Planteamiento y delimitación del tema u objeto de estudios.....	24
V. Contextualización del Tema u objeto de estudio	24
VI. Objetivos.....	24
Objetivo General.....	24
Objetivo Específicos	25
Capítulo I	26
Marco teórico	26
1.1. Calidad.....	26
1.1.1. Concepto	26
1.1.2. Origen de la Calidad	29
1.1.3. Evolución de las fases de la Calidad	30
1.1.4. Importancia de la Calidad	33
1.1.5. Tipos de Calidad.....	35
1.2. Calidad del servicio	36
1.2.1. Concepto de la Calidad del Servicio	36
1.2.2. Importancia de la Calidad del Servicio	38
1.2.3. Habilidades e incentivos de Deming.....	40
1.2.4. Modelo de Calidad del Servicio	41
1.2.5. Servicio al Cliente.....	43
1.2.6. Modelo SERVQUAL	45
1.2.7. Concepto del modelo SERVQUAL	46
1.2.8. Origen del modelo SERVQUAL.....	46
1.2.9. Ventajas del modelo SERVQUAL.....	48
1.2.10. Antecedentes de la utilización de la herramienta SERVQUAL	49
1.3. Rentabilidad.....	50
1.3.1. Concepto de Rentabilidad	50
1.3.2. Objetivo de Rentabilidad.....	51
1.3.3. Importancia de Rentabilidad	52
1.3.4. Indicadores financieros.....	52
Capítulo II	54
Descripción de la empresa	54
2.1. Compañías de transporte. generalidades.	54
2.1.1. Origen del Transporte.....	54
2.1.2. Concepto de Transporte.	55
2.1.3. Estadísticas del sector del Transporte.....	55

2.1.4.	PIB del Transporte.....	58
2.1.5.	Clasificación del Transporte.	59
2.1.6.	Clasificación del Transporte Terrestre.....	61
2.1.7.	Clasificación del Transporte Terrestre de pasajeros.	62
2.1.8.	Clasificación del Transporte Terrestre de pasajeros (buses).....	63
2.1.9.	Transporte Terrestre de pasajeros interprovinciales.	64
2.1.10.	Concepto de compañía.	65
2.1.11.	Concepto de Compañía de Transporte.	65
2.2.	Cooperativa.....	66
2.2.1.	Concepto de Cooperativas	66
2.2.2.	Clasificación de las Cooperativas.....	67
2.2.3.	Cooperativas de Transporte. Generalidades.....	68
2.3.	Descripción de la compañía de transporte Transfrosur Cía. LTDA....	69
2.3.1.	Antecedentes.....	69
2.3.2.	Actividad de la Compañía de Transporte	70
2.3.3.	Estructura organizacional	71
2.3.4.	Filosofía corporativa	73
2.3.5.	Misión	73
2.3.6.	Visión.....	74
2.3.7.	Valores	74
2.3.8.	Competencia de transporte que realiza la ruta Guayaquil, Machala	75
	Capítulo III.....	77
	Metodología	77
3.1.	Tipos de investigación.....	77
3.2.	Métodos de investigación.....	77
3.3.	Universo y muestra	78
3.3.1.	Universo	78
3.3.2.	Muestra.....	78
3.4.	Técnica e instrumento de recolección de datos	79
3.5.	Procesamiento de la información.....	79
3.5.1.	Resultado de la encuesta aplicada a los usuarios del servicio de transporte bajo el Modelo Servqual	80
3.5.2.	Discusión de los Resultados.....	87
3.6.	Análisis Financiero	88
3.7.	Análisis FODA.....	100
	Capítulo IV	104
	Propuesta de solución al problema.....	104
4.1.	Características de la propuesta.....	104
4.2.	Formas y condiciones de aplicación	106
4.3.	Resultados obtenidos.....	109
4.4.	Evaluación financiera	110
4.4.1.	Inversión fija.....	110
4.4.2.	Costos de operación	110
4.4.2.1.	Mano de obra directa.....	111
4.4.2.2.	Gastos Indirectos.....	112
4.4.2.3.	Costos de producción.....	113
4.4.2.4.	Gastos de Marketing	113
4.4.3.	Inversión Total	114
4.4.4.	Financiamiento	114

4.4.5.	Estado de Resultados.....	117
4.4.6.	Flujo de Caja.....	119
4.4.7.	Determinación de indicadores financieros: TIR, VAN, Recuperación de la Inversión y Beneficio Costo.....	120
4.4.8.	Análisis de sensibilidad.....	122
	Referencia	130
	Apéndices	136

Índice De Tablas

Tabla 1. Vehículos destinados al transporte de personas	57
Tabla 2: Bienes Tangibles	80
Tabla 3. Responsabilidad: Servicios complementarios.....	81
Tabla 4. Empatía.....	83
Tabla 5. Seguridad.....	84
Tabla 6. Confiabilidad	85
Tabla 7. Escala Multidimensional SERVQUAL.	87
Tabla 8. Análisis de ratios financieros del sector de transporte terrestre desde Guayaquil – Machala – Huaquillas y viceversa.....	89
Tabla 9. Análisis de ratios financieros de la compañía TURISFROSUR. CIA LTDA. Periodo 2011 – 2015.....	91
Tabla 10. Análisis comparativo entre la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. y el sector de transporte terrestre que va desde Guayaquil – Machala – Huaquillas. Periodo 2011 – 2015.	92
Tabla 11. Matriz MEFE	101
Tabla 12. Matriz MEFI.....	102
Tabla 13. Matriz FODA.	103
Tabla 14. Planteamiento de la propuesta.	105
Tabla 15. Frecuencia actual de salida de unidades.....	107
Tabla 16. Frecuencia propuesta de salida de unidades.....	107
Tabla 17. Costos de alternativas de solución.	109
Tabla 18. Inversión fija.....	110
Tabla 19. Costos de operación anual.	111
Tabla 20. Mano de obra directa.	111
Tabla 21. Gastos Indirectos de fabricación.....	112
Tabla 22. Costos de producción.	113
Tabla 23. Gastos de Marketing.	113
Tabla 24. Inversión Total.	114
Tabla 25. Datos del crédito financiado.....	114
Tabla 26. Tabla de amortización del crédito.	115
Tabla 27. Intereses anuales del crédito financiado.....	117
Tabla 28. Estado de Resultados proyectado a corto plazo.	117
Tabla 29. Estado de Resultados proyectado a mediano plazo (compra de 5 furgonetas nuevas en tercer año de iniciada la propuesta).	118
Tabla 30. Estado de Resultados proyectado a largo plazo (compra de 5 furgonetas nuevas en quinto año de iniciada la propuesta, en reemplazo de las que ya cumplirán su vida útil).	119
Tabla 31. Balance económico de flujo de caja proyectado.	120
Tabla 32. TIR, VAN y Recuperación de la Inversión.....	121
Tabla 33. Análisis de sensibilidad con incremento del 10% en sueldos de choferes.....	122
Tabla 34. Análisis de sensibilidad con incremento del 10% en gastos indirectos.	123
Tabla 35. Análisis de sensibilidad con incremento del 10% en gastos indirectos y sueldos de choferes (mano de obra directa).....	123
Tabla 36. Incremento sostenido del análisis de sensibilidad de la mano de obra directa.....	124

Tabla 37. <i>Incremento sostenido del análisis de sensibilidad de los gastos indirectos.</i>	125
Tabla 38. <i>Incremento sostenido del análisis de sensibilidad de la mano de obra directa y los gastos indirectos.</i>	126

Índice de figuras

<i>Figura 1.</i> Modelo del ciclo de Deming.....	42
<i>Figura 2.</i> Modelo de Gestión SERVQUAL de Suraman, Zeithaml y Berry	45
<i>Figura 3.</i> Vehículos Matriculados, según Provincias año 2013. Total Nacional	56
<i>Figura 4.</i> Entrada y Salida de Pasajeros año 2013	56
<i>Figura 5.</i> Carga, Entrada, Salida (En Tonelada), Por Puertos año 2013.....	57
<i>Figura 6.</i> PIB del Transporte	58
<i>Figura 7.</i> Organigrama de la Compañía de Transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda.....	71
<i>Figura 8.</i> Recorrido Guayaquil - Santa Rosa - Huaquillas.....	75
<i>Figura 9:</i> Recorrido Machala – Pasaje – Huaquillas.	75
<i>Figura 10.</i> Recorrido Guayaquil – Machala – Huaquillas	76
<i>Figura 11.</i> Bienes Tangibles	80
<i>Figura 12.</i> Responsabilidad: Servicios complementarios	82
<i>Figura 13.</i> Empatía.....	83
<i>Figura 14.</i> Seguridad	84
<i>Figura 15.</i> Confiabilidad	86
<i>Figura 16.</i> Análisis de liquidez corriente entre la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. y el sector de transporte terrestre de la ruta Guayaquil – Machala – Huaquillas. Periodo 2011 – 2015.....	92
<i>Figura 17.</i> Análisis de prueba acida entre la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. y el sector de transporte terrestre de la ruta Guayaquil – Machala – Huaquillas. Periodo 2011 – 2015.....	93
<i>Figura 18.</i> Análisis de endeudamiento activo entre la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. y el sector de transporte terrestre de la ruta Guayaquil – Machala – Huaquillas. Periodo 2011 – 2015.....	94
<i>Figura 19.</i> Análisis de endeudamiento activo fijo neto entre la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. y el sector de transporte terrestre de la ruta Guayaquil – Machala – Huaquillas. Periodo 2011 – 2015.	95
<i>Figura 20.</i> Análisis de rotación ventas entre la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. y el sector de transporte terrestre de la ruta Guayaquil – Machala – Huaquillas. Periodo 2011 – 2015.....	96
<i>Figura 21.</i> Análisis de impacto de gastos administrativos entre la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. Y el sector de transporte terrestre de la ruta Guayaquil – Machala – Huaquillas. Periodo 2011 – 2015.....	97
<i>Figura 22.</i> Análisis de Rentabilidad Neta Activa entre la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. y el sector de transporte terrestre de la ruta Guayaquil – Machala – Huaquillas. Periodo 2011 – 2015.	98
<i>Figura 23.</i> Análisis de Rentabilidad operativa patrimonio entre la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. Y el sector de transporte terrestre de la ruta Guayaquil – Machala – Huaquillas. Periodo 2011 – 2015.....	99
<i>Figura 24.</i> Análisis de Rentabilidad financiera entre la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. Y el sector de transporte terrestre de la ruta Guayaquil – Machala – Huaquillas. Periodo 2011 – 2015.	100
<i>Figura.25.</i> Ciclo de Deming aplicado a la compañía TRANSFROSUR.	106

Resumen

El presente trabajo de investigación aborda el tema de la calidad del servicio, desde un punto de vista de un modelo de gestión que pueda tener una influencia en los criterios económicos de la organización. Se realizó el estudio con el interés de determinar la influencia de la Calidad del Servicio de Transporte en la rentabilidad de la empresa, utilizando la técnica SERVQUAL, en el caso de estudio TRANSFROSUR Cía. Ltda. Por lo cual, como instrumento de recolección de información se utilizaron las encuestas que tomaron como base la escala multidimensional del modelo SERVQUAL. Se diagnosticó con la aplicación de la escala SERVQUAL, que la principal causa que está afectando la calidad del servicio e impactando negativamente en la satisfacción del cliente, es la lenta capacidad de respuesta debido que la frecuencia de salida de las furgonetas es de aproximadamente cada hora, planteándose como alternativas su mejoramiento, la adquisición de cinco furgonetas nuevas con base en la aplicación de la técnica del ciclo de Deming, así como la entrega de material informativo y aperitivos para los pasajeros durante el viaje, como estrategias de publicidad y promoción, cuya inversión proyectó un TIR de 56,58%, un VAN de \$165.501,59, un tiempo de recuperación del capital a invertir en 2 años 4 meses y un coeficiente beneficio / costo de \$2.18, concluyéndose que en efecto, es viable y conveniente implementar la propuesta planteada en el cuarto capítulo, porque la calidad del servicio de transporte tiene una influencia directa en la rentabilidad de la compañía TRANSFROSUR Cía. Ltda., esperando una rentabilidad de 33,93% para la inversión nueva.

Palabras Claves: Modelo, SERVQUAL, Calidad, Servicio, Transporte, Rentabilidad.

Abstract

This research addresses the issue of service quality, from a standpoint of a management model that can have an influence on the economic criteria of the organization. The study was performed with interest to determine the influence of Quality Transportation Service on the profitability of the company, using the technique SERVQUAL in TRANSFROSUR Co. case study. Ltda. Therefore, as an instrument of data collection surveys taken based on the multidimensional scale model SERVQUAL they were used. He was diagnosed with the application of the SERVQUAL scale, the main cause that is affecting the quality of service and impacting negatively on customer satisfaction, is the slow responsiveness because the output frequency of the vans is approximately every hour, considering alternatives improvement, the acquisition of five new vans based on the application of the technique Deming cycle and delivery of information materials and snacks to passengers during the journey, such as advertising strategies and promotion, whose investment he projected a 56,58%, IRR, NPV of \$165.501,59, capital recovery time in 2 years, 4 months and coefficient benefit / cost \$2.18, concluding that it is indeed feasible and desirable to implement the proposal made in the fourth chapter because the quality of the transport service has a direct influence on the profitability of the company TRANSFROSUR Cia. Ltda. Expecting a return of 33,93% for new investment.

Keywords: Model, SERVQUAL, Quality, Service, Transportation, Profitability.

Introducción

El desarrollo del presente trabajo para la titulación de Ingeniería Comercial, dará a conocer la relevancia del uso del modelo de gestión SERVQUAL, para la medición de la calidad del servicio de transporte que ofrece la compañía TRANSFROSURCIA. Cía. Ltda. A los clientes que se trasladan a través de las furgonetas de la compañía; de modo que se deje en firme la utilidad de esta herramienta administrativa y de los sistemas de la calidad.

En el primer capítulo se describió el fundamento teórico con base en criterios científicos pertinentes al área de la calidad del servicio, a los modelos de gestión que se encuentran inmersos dentro de la esfera administrativa, como es el caso del SERVQUAL y la escala multidimensional que está contenida en su análisis, así como también la satisfacción de los clientes y los indicadores financieros, poniendo énfasis mayor en la rentabilidad del negocio, sustentando inclusive el estudio con el fundamento legal debido a la línea en que se encuentra establecido.

En el segundo capítulo se describió de manera general el servicio de transporte, en este caso haciendo referencia no solo a las compañías de este sector, sino también a las cooperativas agrupadas en este ramo económico, abordando varios aspectos claves de este negocio, como por ejemplo, la cantidad de pasajeros que han trasladado a nivel nacional, provincial y local, haciendo referencia a los indicadores de rentabilidad, que más adelante fueron calculados.

El Tercer Capítulo se refirió a los aspectos inherentes a la metodología con la cual se procedió al levantamiento de información a través de la aplicación de la escala multidimensional que forma parte del modelo SERVQUAL, con ayuda del programa estadístico informático SPSS, se pudo calcular los principales indicadores de los componentes del modelo de gestión aplicado, cuyo análisis de datos fue esencial para la comprobación de la hipótesis.

Continuando con el análisis investigativo se procedió a realizar el cuarto capítulo, donde se plantearon alternativas de solución con base en el diagnóstico realizado con el modelo de gestión SERVQUAL, para mejorar continuamente la calidad del servicio y satisfacer en mayor

medida las necesidades, gustos y exigencias de los pasajeros que se transportan a través de las furgonetas de la compañía de transporte TRANSFROSURCIA. Cía. Ltda.

La finalización del estudio estuvo asociada a la elaboración de las conclusiones que se relacionaron directamente con los objetivos específicos de la investigación, además de las recomendaciones que son la base para las futuras investigaciones acerca de las variables del estudio.

Descripción de la Investigación

I. Tema – Título

“Influencia de la Calidad de Servicio del Transporte en la rentabilidad de la empresa. Utilizando la técnica SERVQUAL, caso de estudio TRANSFROSURCIA. Ltda”.

II. Antecedentes

Los sistemas de la calidad evolucionaron a tal punto que las organizaciones empresariales se dieron cuenta que no solo se debía producir bienes con altos niveles de conformidad, sino que también se debía satisfacer a los clientes en la atención proporcionada tanto para la distribución, venta y postventa.

Bajo este lineamiento, las empresas capacitaron al talento humano para prepararlos con respecto a la atención del cliente y crearon sistemas de retroalimentación para determinar en qué medida la organización pudo lograr el objetivo de la maximización de los compradores, naciendo de esta manera la escala SERVQUAL como instrumento de medición en el año de 1988.

Actualmente, algunas empresas en el ámbito nacional e internacional han utilizado la escala SERVQUAL con éxito, entre las cuales se citan la compañía Seguros Colón y la empresa SYRY, manteniéndose vigente su utilidad como herramienta válida para mejorar continuamente la calidad del servicio.

III. Justificación

Debido a los requerimientos de los sistemas de calidad organizacionales, la Compañía de Transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda., debe mejorar continuamente la atención al cliente para fortalecer sus relaciones con los compradores y ser más competitivo en un mercado de alta rivalidad.

El presente proyecto permite realizar un estudio sobre como el modelo SERVQUAL ayuda a medir la calidad del servicio al cliente y reconocer su percepción ante las estrategias efectuadas por la Compañía de Transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda., las cuales deben ser conformes a la legislación nacional vigente.

IV. Planteamiento y delimitación del tema u objeto de estudios

El trabajo de titulación se centra en la problemática de la baja rentabilidad financiera reflejada en los estados financieros de los últimos cinco años, la calidad de servicio con respecto a la capacidad de respuesta de la empresa, insuficiente material informativo para los clientes, la insatisfacción del cliente, aumento de quejas; por lo tanto se pretende utilizar la escala SERVQUAL para conocer el nivel de satisfacción del cliente y reconocer las causas que han dado lugar a esta situación conflictiva, siendo el objeto de estudio la calidad del servicio y el campo de aplicación el modelo SERVQUAL.

¿Cómo influye la Calidad del Servicio de Transporte en la rentabilidad de la empresa TRANSFROSUR Cía. Ltda.?

V. Contextualización del Tema u objeto de estudio

El objeto de estudio se refiere a la calidad del servicio en la Compañía de Transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda., que será medida a través de la percepción del cliente y su nivel de satisfacción, mientras que el campo de aplicación es el modelo SERVQUAL que será usado como instrumento de medición de la calidad que ofrece la institución.

VI. Objetivos

Objetivo General

Determinar la influencia de la Calidad del Servicio de Transporte en la rentabilidad de la empresa, utilizando la técnica SERVQUAL, en el caso de estudio TRANSFROSUR Cía. Ltda.

Objetivo Específicos

- 1 Analizar las teorías más relevantes acerca de la técnica SERVQUAL y su utilidad para medir el grado de satisfacción del cliente.
- 2 Diagnosticar las causas principales que afectan la calidad del servicio de transporte y su impacto negativo en la satisfacción del cliente, mediante la aplicación de la escala valorada ServQual.
- 3 Plantear alternativas para mejorar la calidad del servicio de transporte al cliente, con base en los resultados de la escala ServQual.
- 4 Evaluar la factibilidad financiera de la mejora propuesta de la calidad del servicio.

Capítulo I

Marco teórico

1.1. Calidad

Los sistemas de la calidad representan una de las áreas de mayor relevancia dentro de las organizaciones empresariales, que están asociadas implícitamente a todas las áreas de las corporaciones productivas, dedicadas al comercio de bienes o de aquellas que ejercen alguna actividad de servicios.

La calidad constituye un principio general que es el fundamento sobre el cual se asientan las bases de la empresa moderna, porque estos sistemas se enfocan en la satisfacción del cliente, debido a que la principal influencia de aplicar los preceptos de la estandarización de los procesos se encuentra en la percepción del usuario o consumidor final, quien establece realmente qué bien o servicio es bueno o malo para sus intereses, de acuerdo a sus criterios particulares que bien pueden ser generalizados con base en herramientas de medición de la calidad.

Para iniciar con el desarrollo del marco teórico se ha realizado un breve análisis en los sistemas de la calidad, donde se exponen en primer lugar los conceptos generales, para luego abordar otros aspectos como es el caso del origen, importancia y tipos, que se constituyen en la base para llegar a la descripción de la calidad del servicio.

Se describe además los aspectos generales y específicos correspondientes a la técnica que se va a aplicar, en este caso el modelo SERVQUAL que está asociado a la identificación de los diversos componentes que forman parte de la calidad del servicio, indicando su origen, precursores y utilidad en las organizaciones empresariales.

1.1.1. Concepto

Desde la aparición de la humanidad sobre la faz terrestre, la percepción de la calidad de las cosas que utilizaban o consumían, representaron tal vez el mayor de los eventos que propició

el desarrollo de las sociedades desde la antigüedad, promoviendo diversos cambios que perduraron y revolucionaron el comportamiento de las personas.

No solo en el aspecto comercial, sino también en todos los ámbitos de la vida cotidiana, el ser humano percibió que algo de óptima calidad, debía satisfacer en mayor medida varias de sus necesidades básicas o complementarias, inclusive en el plano afectivo que no está asociado completamente a lo material.

Al tratar la calidad desde el plano empresarial, (Tejedor, 2014), considera que se refiere “al conjunto de atributos característicos de los bienes y servicios, cuya propiedad principal es que sea útil para la satisfacción de los requerimientos específicos de quien lo consume o lo utiliza” (p. 28).

Esta conceptualización de la calidad es afín al término de atributos de los productos que tienen características tangibles e intangibles, sin embargo, asocia estas propiedades intrínsecas de los bienes y servicios a la satisfacción del cliente, que es más bien un sentimiento subjetivo que puede ser medido con base en ciertas herramientas ingenieriles.

A pesar que en los inicios del siglo XX, la calidad fue tomada como un atributo objetivo que podía ser medido con registros internos, este concepto concebido como parte del proceso evolutivo de la revolución industrial, cambió después de casi medio siglo de los primeros experimentos realizados por Shewart, quien en la década de 1910 y 1920 llevó a cabo el hallazgo de mayor importancia para los sistemas productivos de aquella época, el control estadístico de la calidad.

Prosiguiendo con la problemática de la calidad empresarial, (Hoyer, 2011), agrega que Deming y Crosby refirieron que el concepto de la calidad denota satisfacción del cliente, “todo bien o servicio que cumple los requisitos esperados por el usuario o consumidor, cumple con los estándares de calidad para los cuales fue creado” (p. 41).

Al respecto, el cumplimiento de los requisitos de los clientes es lo que denota la calidad, de un bien o servicio, esto significa que todo el trabajo de las empresas debe orientarse a satisfacer a los principales activos de las organizaciones, que son los consumidores o usuarios

de los mismos, en quienes se tienen que fundamentar la planificación y administración gerencial de las corporaciones.

(Summers, 2012), al referirse a la calidad cita lo mencionado por Kaoru Ishikawa (1988), al referirse a la calidad manifestó que esta “se puede conseguir al desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto que satisfaga a las necesidades del consumidor”, mientras que E.W. Deming (1989), consideraba que calidad “es el grado predecible de uniformidad y fiabilidad a un bajo costo que se ajuste a las necesidades del mercado y que se mejoran continuamente”.

La suma de las características de un bien o servicio pueden reflejar la calidad de los mismos, cuando se logra satisfacer las necesidades de los usuarios se considera que un producto es de calidad, sin embargo se deben conocer las percepciones de los usuarios puesto que las necesidades pueden ser diferentes y se deben cumplir con todas las requisitos para suplir las expectativas.

Sin embargo, lo más destacable en los preceptos de Edward Deming fue el tópico de la uniformidad, que desde la década de 1980 dio paso a que la mayoría de las organizaciones adopte los conceptos de la estandarización en todos los procesos de producción de bienes o para la prestación de servicios.

De acuerdo a lo citado por(Hoyer, 2011), acerca de los precursores de la calidad como es el caso de Philip Crosby (1989), quien puntualizó que “es entregar a los clientes y al personal de la organización, productos y servicios sin defectos y en menor tiempo, mientras que Yamaguchi (1989), consideraba que es el conjunto de características que definen la actitud para satisfacer necesidades” (p. 96).

De acuerdo a lo señalado por los autores mencionados se puede considerar la calidad como el conjunto de características que buscan satisfacer las necesidades de los clientes o usuarios satisfacen las necesidades de los clientes, además calidad consiste en no tener deficiencias. La calidad es la adecuación para el uso satisfaciendo las necesidades del cliente.

1.1.2. Origen de la Calidad

La calidad ha evolucionado a través de los años con la finalidad de satisfacer las necesidades implícitas o explícitas de los usuarios, el cual está ligada al mejoramiento de las percepciones que experimenta el ser humano al momento consumir o utilizar un determinado producto o al ejecutar diferentes actividades

(Griful, 2013), menciona que “en la edad media surgieron diversos tipos de mercado que se basaban al prestigio de la calidad de los productos en donde se hizo común ponerles marcas a los productos, con el fin de tener una reputación marcada por ejemplo las sedas de damasco, la porcelana china, entre otras, donde el mismo fabricante tienen la responsabilidad del productor por ser un proceso artesanal”.

La calidad es una filosofía que tiene un enfoque a la satisfacción del usuario, por lo que es necesario la evaluación de la mismo con relación al producto que ofrece, sus inicios indican la importancia de la misma, e incluyen mejora continua en el aspecto organizacional, donde cada uno de los colaboradores deben estar comprometidos con el cumplimiento de los objetivos empresariales.

(Tarí, 2013), afirma que “con la llegada de la industrialización el proceso de producción masiva, los pequeños talleres quedaron en menor escala y la gestión de la calidad es realizada en menor proporcionalidad encargada a un personal de supervisión donde estos señalaba los productos que no tienen los parámetros deseados”.

La calidad ha estado presente desde épocas remotas en las producciones pequeñas o artesanales hasta las grandes fábricas que producían a grandes escalas, donde es muy importante la evaluación de los procesos en todos los niveles de las organizaciones productivas o de servicios, para que el negocio pueda surgir.

(Carro, 2014), indica que “la calidad tuvo origen en los japoneses fueron pioneros en la calidad que surgió luego de la segunda Guerra Mundial debido a la situación catastrófica en la economía, donde estos adoptaron medidas de calidad para obtener mejor competitividad lo que arrojó un resultado muy éxito lo que llevó a un enorme crecimiento”.

La implementación de la calidad dentro de las gestiones empresariales demanda de un cambio en la filosofía de la empresa y es una responsabilidad de la gestión administrativa, para mejorar la competitividad del producto o servicio que comercializa y obtener un crecimiento importante en el mercado.

La calidad involucra entre otras cosas, la preparación apropiada del talento humano, así como también la implementación de tecnología de alto nivel, además de la producción de bienes o servicios que guarden características de aceptabilidad y que sean percibidas como excelentes por los usuarios o consumidores, donde la amabilidad en el trato, la seguridad o la garantía, el confort y la capacidad de respuesta, también van ganando terreno en los sistemas de la calidad.

1.1.3. Evolución de las fases de la Calidad

Los sistemas de la calidad evolucionaron en varias etapas que se pusieron en boga en periodos de tiempo prefijados, a los que sucedió una nueva fase, de acuerdo a la evolución natural de la filosofía corporativa y de la Gestión Administrativa, que dio origen al enriquecimiento de algunas disciplinas científicas, como el Marketing por ejemplo.

Desde el apogeo de la revolución industrial a mediados del siglo XIX, los empresarios comenzaron a planificar estrategias para ser más competitivos en un mercado que si bien era grande, se proyectaba hacia un crecimiento de la economía, especialmente con el desarrollo tecnológico que tuvo lugar en el siglo XX.

Fue así como nacieron los sistemas de inspección de la calidad en el mundo entero, que según (Gutiérrez, 2011), “tuvieron su apogeo en los primeros años del siglo XX, durante la cima de la revolución industrial, en donde los mayordomos eran los encargados de supervisar los productos y servicios” que producían las empresas de aquellas épocas, identificando por la observación, “los defectos y reportándolos de acuerdo a registros preestablecidos”.

La evolución de los sistemas de la calidad fue motivada también por el desarrollo tecnológico incesante a partir del inicio de la segunda mitad del siglo XX, lo que se consideró como el detonante para que se extinguieran los sistemas de la calidad por inspecciones de los

mayordomos en las plantas fabriles, dando paso a la siguiente etapa que se denominó con el apelativo del control de la calidad.

Al respecto (Cantú, 2011), recalca que “después de la segunda década del siglo XX, surgió la siguiente etapa de la historia de la calidad, a partir de los estudios de Shewart quien formuló el control estadístico de la calidad de los productos, para medir su nivel de defectuosidad y de conformidad, a partir de algunos parámetros preestablecidos bajo métodos de las estadísticas” (p. 30).

El control de calidad fue el primer paso hacia la conformación de los sistemas de la calidad empresarial basados en el enfoque al cliente, porque si bien es cierto, las herramientas estadísticas que formaban parte de esta metodología, tenían mayor utilidad para la verificación de los defectos de los productos en las plantas fabriles, donde tuvo su comienzo, sin embargo, representan el fundamento cierto de lo que más tarde se denominaría con el nombre de calidad del servicio.

El nacimiento de las normas de estandarización que surgieron a su vez de la metodología del control estadístico de la calidad de Shewart, dieron paso al nacimiento de la siguiente etapa correspondiente al aseguramiento de los sistemas de la calidad, que según (Fea, 2011), “consideraban parámetros preestablecidos por organismos internacionales que velaban por la conformidad de los productos para que guarden las características adecuadas para satisfacer las necesidades humanas”.

Cabe destacar al respecto, que bajo los preceptos del aseguramiento de la calidad, se crearon las normativas internacionales de la calidad ISO 9000, que fue la primera familia de estas normas en publicarse, donde se hizo referencia al fundamento principal para la estandarización de los procesos en el plano internacional.

No obstante, a pesar que la idea de la estandarización germinaría tan solo unas pocas décadas más tarde, primero surgió la idea de Deming acerca de la Calidad Total, que no fue otra cosa más que un axioma para sentar las bases de su herramienta denominada el mejoramiento continuo (Kaizen por su origen japonés), la cual se basaba en un esquema cíclico donde se fundamentan las bases del perfeccionamiento de los procesos en las organizaciones.

Acerca de la Calidad Total, (Gutiérrez, 2011), señala que “la calidad total no solo se centraba en la manufactura de productos totalmente conformes, sino que también abordaba la calidad del servicio como un hecho generador de valor, que podía conseguir que se potencialice la conformidad y competitividad de la corporación”.

La Calidad Total revolucionó el ambiente empresarial en la década de 1970 y 1980, donde tuvo su mayor apogeo, inclusive algunas organizaciones fabriles, comerciales y de servicios establecidas en aquellas épocas, comenzaron a conformar el área de la Calidad Total, como un departamento que tenía la misión de documentar los procesos de la corporación y si era posible, ajustarse a los requisitos legales para fortalecer su competitividad en el mercado y servir de mejor manera a sus clientes.

Entre los principales precursores del aseguramiento y de la calidad total, se citan a Edward Deming, quien fue el experto que más aportó en las investigaciones para indagar acerca de ambos términos, además se cita también a Joseph Jurán, Kaoru Ishikawa, Jenichi Taguchi, Taichi Ono, Phil Crosby, entre los más importantes.

También se debe anotar que la calidad total, según el criterio de Crosby, representaba cero defectos para las organizaciones, que aunque se trata de un ideal bastante difícil de alcanzar, sin embargo, se estimaba a base de esta opinión del autor en referencia, que el objetivo mayor de las empresas consistía en que todos los productos que fabricaba debían guardar los requisitos de conformidad.

Sin duda alguna, la calidad total no se perdió en el tiempo, sino que dio paso a la siguiente etapa de la historia de esta disciplina científica, la Gestión de los Sistemas de la Calidad, que está asociada a la administración de estas actividades que pueden generar valor a las organizaciones modernas del siglo XXI.

Si bien es cierto, la Gestión de la Calidad es una de las áreas pertenecientes a los Sistemas Integrados de Gestión, cabe destacar que se tomó como referencia tan solo la primera área en mención para explicitar los resultados de la investigación, debido a que esta etapa todavía subsiste hasta la actualidad.

De acuerdo al criterio de(Cantú, 2011), la calidad se gestiona a través “de la alta dirección, que establece las políticas inherentes a la conformidad que debe guardar cada área de la empresa con las normativas internacionales de estandarización, con su propia misión y visión, así como con sus objetivos y metas” (p. 102).

En la Gestión de la Calidad intervienen todas las áreas organizacionales y cada colaborador ocupa un lugar preponderante, donde el trabajo en equipo del talento humano que forma parte de la empresa se enfoca en la maximización de la satisfacción del comprador de los bienes o servicios que oferta la entidad.

La empresa no solo oferta bienes o servicios, sino que también se interrelaciona con los clientes, por lo tanto, si bien la Gestión de la Calidad requiere documentación pertinente de cada uno de los procesos, de acuerdo a lo establecido en las normativas de Organización Internacional para la Estandarización, por sus siglas en inglés (ISO), también necesita colmar las expectativas de los clientes en el ámbito de la atención.

En la actualidad, los sistemas de la calidad evolucionaron debido a la incorporación de las TIC en el contexto mundial y nacional, esto facilitó la interacción con los clientes y la investigación del mercado, a través de las redes sociales y el mantenimiento de bases de datos acerca de la evolución de las tendencias del mercado.

Los sistemas de la calidad interactúan con los clientes, cambiando constantemente de acuerdo a las variaciones de las tendencias del mercado y acercando el producto y el servicio a los requerimientos de los usuarios o consumidores, con la única pretensión de beneficiar al mercado meta y ganarse la confianza y la lealtad de los clientes.

1.1.4. Importancia de la Calidad

Los sistemas de la calidad representan uno de los aspectos de mayor significancia para las organizaciones del siglo XXI, que fue evolucionando de manera acelerada a partir del siglo

XX, pero que debe su aporte principalmente a sus precursores, al desarrollo tecnológico, a la globalización de los mercados y a los requisitos legales que surgieron como parte de las necesidades globales, valga la redundancia.

La calidad recaba su importancia en el fortalecimiento de la competitividad de la empresa por esta razón, varios autores recalcan su importancia en la optimización de los recursos y la satisfacción del talento humano que pueden incidir en el crecimiento de la empresa responsable por cubrir las necesidades del consumidor.

(Peresson, 2013), señala que “en el concepto empresarial la calidad tiene relevante importancia, la cual cada vez es más exigente, pues de ello depende la generación de clientes continuos el cual necesitan cada vez de mejoras para ofrecer un mayor nivel de satisfacción” (p. 41).

La calidad es una de las estrategias que facilita el enfoque para que las actividades empresariales se destinen prioritariamente a la satisfacción de las necesidades de los clientes, debido que de ello depende el crecimiento organizacional y el éxito de la gestión de la misma, para que las empresas pueden mantenerse competitivas en el largo plazo.

(Villafaña, 2013), define que “la calidad siempre ha sido la meta en los programas en todas las empresas, con la finalidad de alcanzar a los clientes de una forma eficaz y segura para cubrir sus requerimientos, donde procede la importancia de la calidad”.

El concepto de la calidad incluye la importancia de realizar una mejora continua para que los clientes nuevos y antiguos experimenten mayor satisfacción al consumir o utilizar bienes o servicios, aspecto que debe ser una prioridad para la gestión administrativa, que propicie un mayor crecimiento y rentabilidad de la empresa.

Al respecto, la mejora continua es un aporte de Edward Deming, pero que no precisamente se centra en una técnica, sino en una filosofía que está relacionada con la calidad, donde se pone de manifiesto que nunca las organizaciones empresariales pueden manifestar que han llegado a su máximo esplendor, porque es imposible alcanzar la perfección, lo que significa

que siempre se puede mejorar con base en la evaluación de los procesos y en la aplicación de acciones correctivas o preventivas que el caso amerite.

1.1.5. Tipos de Calidad

La calidad se ha ido transformando con el paso del tiempo, mediante el estudio y la evaluación de las percepciones de los clientes tomando en consideración varios aspectos como la conformidad del usuario con el servicio o producto, así como el cumplir con las expectativas que tienen antes de utilizarlo, otro punto de gran importancia para el consumidor es el precio.

(Ríos, 2012), indica que “la calidad de conformidad es simplemente cumplir con las características requeridas por el cliente vistas mayormente en calidad de talleres o empresas dedicadas a elaborar productos a pedido”.

En la década de 1960 y 1970 primó el principio que la calidad era atribuible a las características del producto, es decir, que bastaba con fabricar bienes con excelentes características para penetrar en los mercados respectivos, sin considerar que se debía enfocarse al cliente, hacia su satisfacción total y no solo hacia el producto, porque en muchas ocasiones este puede ser muy bueno pero por desconocerlo los consumidores o usuarios, entonces puede no tener éxito en el segmento correspondiente.

(Ureña, 2013), menciona que “la calidad en cuanto a la satisfacción de las expectativas de cliente, centrada en la producción del mercado en donde el cliente percibirá como un producto de calidad quien llene o supere las expectativas y satisfaga sus requerimientos”.

Este tipo de calidad es el que está más enfocada a la satisfacción del cliente, que es el concepto que cabe en la actualidad, porque además de ser bueno el bien o servicio, este debe caracterizarse por ofertar más que un producto, preparar al talento humano para que este pueda ser agradable y satisfacer las expectativas de consumidores y usuarios.

(Nebrera, 2014), afirma que “la calidad con relación al valor al precio es aplicable a los productos y servicios, donde este debe devengar el precio con la calidad del producto, ya que el desequilibrio muestra inconformidad, para alguna de las partes”.

El concepto de la calidad incluye diversos aspectos en favor de elevar la satisfacción al cliente, donde la organización debe tomar en cuenta cada uno de ellos con el objetivo de lograr las metas, obtener mayor rentabilidad y crecimiento eficaz, en lo posterior se cita el concepto de la calidad del servicio que se refiere al enfoque a los clientes, en este caso, esta es la principal variable del presente estudio.

1.2. Calidad del servicio

Una vez que fueron revisados los conceptos más relevantes acerca de la calidad, en términos generales, identificando a los principales precursores de estos sistemas de gestión organizacional y de las etapas que la precedieron a la época actual, se procedió a enfocar el estudio en el tópico específico de la calidad del servicio.

La calidad del servicio será tratada de acuerdo a los criterios técnicos y científicos aportados por los autores antedichos en la evolución de los sistemas de la calidad y sus etapas, describiendo los conceptos, importancia y características de modo general, para luego llegar al modelo SERVQUAL que es el problema central del trabajo investigativo.

1.2.1. Concepto de la Calidad del Servicio

El concepto de la calidad del servicio, está orientado también a satisfacer adecuadamente las necesidades y requerimientos de los clientes, quienes no solo quieren consumir o utilizar bienes o servicios excelentes, sino que la atención, el trato, el tiempo en que recibe los mismos, contribuya también con su satisfacción.

El mismo producto que puede ser percibido como bueno por un segmento de mercado específico, no puede satisfacer los requerimientos de otro grupo de personas, por esta razón, el término general de la calidad se especificó en varios ámbitos, naciendo de esta manera otro concepto denominado como calidad del servicio.

(Render, 2014), expresó que la calidad del servicio “trata de contribuir con la maximización del grado de expectativas de los clientes, a través de otros factores

complementarios al producto, como es el trato, la atención esmerada, la capacidad de respuesta en tiempo, entre otros factores” (p. 35).

La calidad del servicio se considera la manera como el cliente percibe el servicio recibido, considerando las características de la empresa tanto en lo material como en los bienes intangibles que es la atención, confiabilidad y seguridad que experimentan, además del tiempo de demora, un trato adecuado que se consideran un valor agregado para garantizar la elección del cliente.

De acuerdo a lo señalado por (Dayan, 2011), para que la calidad del servicio sea idónea es preciso que se cuente con los siguientes elementos, proporcionar la debida importancia del cliente y a sus requerimientos, capacitar al personal para que la atención proporcionada sea profesional, es importante no mentir al cliente y facilitar la asesoría oportuna” (p. 87).

Las instituciones deben poner énfasis en el desarrollo y la práctica de estrategias que permitan medir la satisfacción del cliente, trabajando en las necesidades y expectativas de sus usuarios, ofreciendo un servicio ágil, flexible, oportuno y confiable, planificando acciones para situaciones imprevistas y atendiendo de forma personalizada a los clientes con dedicación y eficacia.

De acuerdo a lo señalado por (Setó, 2012), la calidad del servicio se considera “un papel de vital importancia para las organizaciones, ya que busca proporcionar la satisfacción de las expectativas entre el cliente y la organización, valiéndose de la interacción y retroalimentación entre los usuarios del servicio, teniendo como objetivo mejorar las experiencias que el cliente tiene de la organización” (p. 63).

Se puede considerar un instrumento competitivo que requiere una cultura organizativa, que se da mediante el cumplimiento de los compromisos ofrecidos por las empresas hacia sus clientes, dentro del tiempo acordado para evitar la insatisfacción de los usuarios, de esta manera se puede ofrecer un servicio eficiente y la evaluación de la actividad realizada será positiva para la organización y para los receptores del servicio.

(Larrea, 2011), señala que mediante la calidad del servicio la empresa logrará “proteger su inversión, ganar dividendos significativos, asegurar fuentes de empleo y permanecer en el mercado por largos períodos con ganancias para los empresarios, logrando la satisfacción de las necesidades de los clientes y la calidad de conformidad con los estándares y normativas establecidos” (p. 89).

La calidad se encuentra orientada a la generación de un buen servicio, la manera más factible para conseguir satisfacer las necesidades de los usuarios es mediante la mejora del producto y la adecuación del mismo de acuerdo a las especificaciones necesarios que pueden generar variaciones en el diseño de los procesos mejorando los actuales para el cumplimiento de las metas y propósitos organizacionales.

La calidad del servicio es un axioma que fue ganando crédito en todos los confines del universo, donde los gerentes reconocen que las personas desean que se les consideren importantes, por esta razón, la importancia que tienen componentes como el trato, la atención, la capacidad de respuesta, entre otros, pueden ser significativas en la percepción que experimentan los usuarios o consumidores de los bienes y servicios que se ofertan en los mercados.

1.2.2. Importancia de la Calidad del Servicio

Al hablar, de la importancia de la calidad de servicio esto abarca como objetivo principal obtener buenos resultados de satisfacción del cliente, la elaboración de un producto que entregue beneficios para los consumidores o usuarios, por lo tanto, para conocer la calidad del servicio se realiza la comparación entre las expectativas del usuario y la percepción del resultado del servicio.

De acuerdo a los postulados de la historia de la calidad, la evolución de los sistemas estandarizados a nivel mundial, enfocaron los procesos hacia la satisfacción de los requerimientos de los clientes, que es el principal requisito legal establecido en la Constitución y que orienta el buen vivir de la comunidad beneficiaria.

(Duarte, 2011), manifiesta que “estas establecen las diferencias de calidad de servicio que es un constructo multidimensional entre las expectativas de los consumidores las cuales son percepciones del servicio que reciben al momento de adquirir su producto, cuando el cliente se siente satisfecho se garantiza la fidelidad del cliente.” (p. 34).

Para evaluar la calidad del servicio se efectúa la medición de la percepción de los clientes, esto quiere decir que si el producto tiene todo los beneficios que el cliente busca, esto determina si los factores que están asociados al servicio son satisfactorios y colman las expectativas de los consumidores y/o usuarios.

La calidad del servicio va más allá de los atributos físicos del producto, significa la esencia de la percepción de excelencia que pueden sentir las personas por un objeto tangible o intangible, que no solo satisface una necesidad, sino que se la obtiene de manera oportuna, bajo una atención eficiente y eficaz.

Al respecto, (Vega, 2012), refiere que “la calidad del servicio es de gran importancia para fortalecer la competitividad de los negocios, debido a que genera el valor agregado que el producto o servicio necesita”, en efecto, cuando el personal de la corporación “se coloca por un momento en los zapatos de los usuarios o consumidores”, es cuando se puede conseguir maximizar su grado de satisfacción.

En otras palabras, el término referente a la calidad del servicio esta asociado directamente a las satisfacción que percibe una persona por todo el conjunto de componentes que caracteriza al proveedor de los bienes o servicios, destacándose las habilidad, recursos tecnológicos empleados, la capacidad de respuesta, además de la propia fiabilidad que ofrezca los productos y requerimientos de los clientes.

La calidad del servicio es una herramienta de gran importancia para los administradores del siglo XXI, que además de ofrecer productos de alta calidad, también pretenden ganarse al cliente con otros tipos de servicios que añaden valor a los bienes que comercializan en el mercado, en búsqueda de ser más competitivos que las demás organizaciones que ofertan los mismos productos o servicios.

1.2.3. Habilidades e incentivos de Deming

Edward Deming es uno de los personajes de mayor relevancia en el área de los sistemas de la calidad, porque entregó un aporte importante a través de sus investigaciones, para que esta disciplina científica evolucionara y adquiriera la característica de esencial que tiene actualmente en las organizaciones.

El modelo de Deming fue inspirado por la necesidad de crear constancia en el propósito de mejorar el producto y el servicio, adoptando una filosofía nueva basada en el control y el conocimiento de los involucrados en la atención al cliente, considerando la educación continua del prestador del servicio, de acuerdo al pensamiento del estadístico la inspección de los productos o servicios es una pérdida de tiempo, pues se podía hacer mucho más para satisfacer a los clientes mediante el mejoramiento de los procesos.

De acuerdo a Deming se han establecido catorce puntos o principios que se consideran las habilidades e incentivos del proceso para conseguir la calidad dentro de las organizaciones, como se presenta a continuación según lo citado en el libro de (Miranda, 2013):

- Se debe mejorar constantemente el producto y el servicio con la finalidad de ser más competitivos.
- Considerar filosofías estratégicas para afrontar desafíos económicos de la actualidad.
- Evitar la dependencia de la inspección o verificación para alcanzar la calidad.
- No considerar el precio al momento de elegir un producto, para minimizar el coste total y establecer la lealtad con un proveedor.
- Mejorar el sistema para mejorar la calidad y reducir los costes de los bienes o servicios.
- Instituir el entrenamiento de habilidades.
- Abordar el liderazgo reconociendo diferencias, habilidades, capacidades y aspiraciones para mejorar el equipo de trabajo.
- Evitar las actitudes negativas para favorecer el clima laboral eficaz en el trabajo.
- Eliminar las barreras departamentales de la organización y propiciar la comunicación.
- Impedir las exhortaciones a la calidad, debido a que daña las relaciones internas.
- Evitar establecer objetivos numéricos.

- Eliminar las situaciones que evitan al personal sentirse orgullosos de su trabajo.
- Instituir programas de educación y mejora.
- Buscar la transformación de las actividades organizacionales para la mejora de la misma (p 96).

Edward Deming buscaba con sus axiomas, que al aplicar estos principios en las organizaciones corporativas, se pueda consolidar el sistema de mejoramiento continuo de la Gestión de la Calidad, que representa la base principal de los procesos del servicio o de la producción enfocados hacia los clientes, evento que guarda conformidad con los preceptos actual del buen vivir.

Estos principios se pueden considerar el pilar fundamental de la calidad, lo que le ha permitido a grandes potencias mundiales como Japón lograr posicionarse sobre países destacados debido a su competitividad y las mejoras continuas de sus procesos, de esta manera se busca evitar los errores y eliminar las malas actitudes de parte de los colaboradores de las empresas que deben proporcionar servicio al cliente, además de evitar las inspecciones de los procesos actuales, más bien poniendo énfasis en la corrección de los errores.

1.2.4. Modelo de Calidad del Servicio

La existencia de los modelos de calidad son utilizado por los gerentes y/o administradores, las cuales requieren planificar o esquematizar sus ideas para obtener buenos resultados, esta guía es de gran importancia en las organización empresarial. Los modelos más utilizados por los gerentes para medir la calidad del servicio, es el Modelo de gestión de calidad del servicio, esto permite identificar los principales indicadores de la organización, basándose a la satisfacción del cliente.

(Ruiz C. , 2011), establece que la calidad del servicio, es considerada como “un modelo que simplifica la realidad, la cual se representa los niveles de calidad obtenidos por la organización, empleando los criterios de los usuarios, afirma que este modelo estudia que distinguen los clientes, la cual es denominado también aquellos inherentes a los procesos y recursos de la empresa” (P.4).

La calidad del servicio se asienta también bajo la filosofía de uno de los precursores más importantes de los sistemas de la calidad, en referencia a Edward Deming, quien planteó un ciclo para el perfeccionamiento permanente de las empresas y para el logro continuo de la excelencia organizacional.

En el siguiente esquema se presenta el detalle del modelo del ciclo de Deming que es fácilmente adaptable a la calidad del servicio, como se puede observar a continuación.

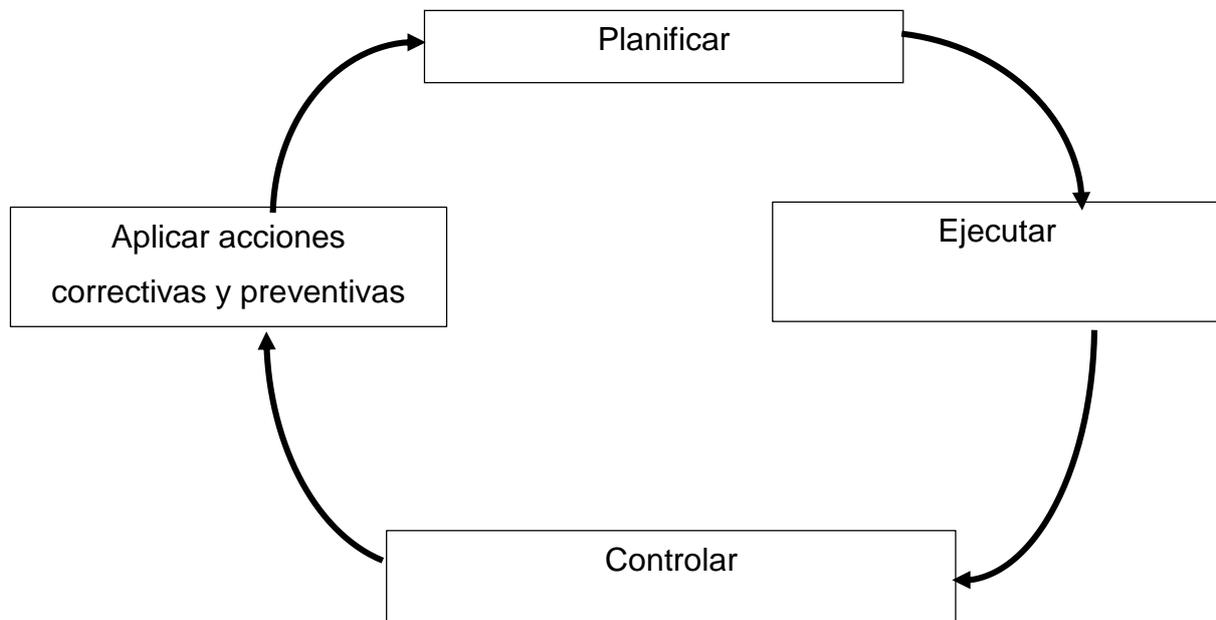


Figura 1: Modelo del ciclo de Deming
Fuente: (Cantú, 2011) y (Díaz, 2013)

Las técnicas de Zeithaml, Parasuraman y Berry, que serán analizadas cuando se profundice en la problemática del modelo SERVQUAL que es el motivo central del estudio, distinguen todos los criterios de los clientes acerca de la calidad del servicio, la segunda dice que las deficiencias que son producidas dentro de las empresas.

El modelo de la calidad del servicio, tiene como expectativas percibir las sensaciones experimentadas por los usuarios, para quienes el consumo del producto o servicio debe ser de su completa satisfacción, situación que es lo más importante para la empresa del siglo XXI, que está buscando perennemente identificar las motivaciones de los usuarios o consumidores para acceder a un bien o servicio determinado.

1.2.5. Servicio al Cliente

El hablar del servicio al cliente se puede conocer como un producto intangible que tiene como referencia determinar la importancia y necesidad de este elemento en el nivel de satisfacción que el cliente puede percibir con relación al producto o servicio que se brinde y el surgimiento de la empresa en busca de ofrecer calidad.

(Drake, 2014), indica que “el Servicio al Cliente es también la eficiencia que tenga el operador a la hora de suministrar un producto en el ámbito que este llegue al lugar el tiempo indicado y este brinde la información necesario para el uso correcto del mismo (p. 14).

El servicio al cliente comprende una amplia gama de aspectos que los clientes toman en consideración y son determinantes para medir la calidad del servicio entre ellos se encuentra la capacidad de respuesta, cortesía, buen trato, mediante las cuales se pretende llenar las expectativas de los usuarios.

(Cohen, 2012), afirma que el Servicio al Cliente es una teoría del trabajo, una manera de realizar las cosas bien en beneficio de la empresa, y que le compete a la organización en general, porque abarca clientes internos como externos y puede ser atendidos en diversas áreas de la empresa, al respecto (Carranza, 2013), menciona que “la satisfacción del cliente muestra la calidad y eficiencia de la organización e indica el éxito que la empresa está empeñada en alcanzar”.

Como se encuentra manifestado anteriormente el cliente es la razón de ser de la empresa, es el objetivo principal de las actividades que realiza la empresariales con el fin de crear un entorno favorable para el buen vivir de la comunidad de usuarios, con relación al servicio al cliente se debe analizar que las personas perciben de diferentes formas la atención brindada, lo que indica que para algunos clientes algo puede bueno, mientras que para otros no, lo que indica que debe ser personalizada dirigida diferentes mercados.

1.2.5.1. Objetivos de Servicio al Cliente

El principal objetivo del servicio al cliente es satisfacerlo a través del trato directo y de la preocupación que muestre el oferente de los bienes y servicios hacia al cliente, quien para preferir a un proveedor determinado de algún producto, no solo se fija en las características físicas y tangibles de los mismos, sino también en la parte intangible que puede estar asociada a la comunicación a la parte afectiva o emocional así como tanto a otras factores que a pesar de ser subjetivos pueden medirse.

(Ayala, 2011), indica que “el servicio al cliente está asociado a llenar las expectativas que responden al Marketing que la empresa incluye al valor del producto los cuales tiene como objetivos como personalizar a la atención a determinada grupo de clientes, resolver problemas asociados con la entrega del servicio del cliente, despegamiento de las dudas acerca del producto entre otros” (p. 38).

Esto significa que el servicio al cliente no solamente está relacionado al uso o consumo de un producto, si no que va más a la de estas característica tangible, cuyos componentes pueden ser tan importantes como los atributos físicos de los mismos, por lo tanto pueden tener un impacto significativo en la percepción de calidad por parte del beneficiario de los bienes en referencia.

(Cohen, 2012), indica que “satisfacer al cliente es una tarea de difícil consecución, debido a las diferentes expectativas que presentan los usuarios, he allí la importancia de mantener personal altamente capacitado que pueda potencializar la imagen de la marca del producto y de la empresa” (p. 233).

Debido a las altas exigencias que presenta el mercado moderno, donde además confluyen rivales altamente competitivos, es necesario que además de las característica tangibles de los productos y servicios, se complementen a los mismos con algunos factores esenciales para atraer la atención al cliente como en este caso se refiere a la atención confort, trato amable, agilidad, higiene, entre otros, que también tienen incidencia en el bienestar de los consumidores y/o usuarios.

1.2.6. Modelo SERVQUAL

En el presente estudio que tiene por propósito conocer la influencia de la calidad del servicio de transporte en la rentabilidad de la empresa TRANSFROSUR CIA. Ltda., para lo cual se utilizará la técnica SERVQUAL, como un método que permite la evaluación de los factores claves para medir la calidad de dicho servicio prestado, utilizando un cuestionario de preguntas identificadas dentro de cinco dimensiones básicas que caracterizan un servicio.

Todo aquello que guarde relación con el modelo SERVQUAL hace referencia no solo a su definición, sino también a su origen, el motivo por el cual fue creado, así como también la utilidad en la empresa actual, inclusive se ha detallado en los antecedentes investigativos, algunas corporaciones en el ámbito nacional e internacional que adoptaron este sistema de la calidad del servicio en sus instalaciones.

En el siguiente esquema se presenta el detalle del modelo SERVQUAL para gestionar la calidad del servicio.

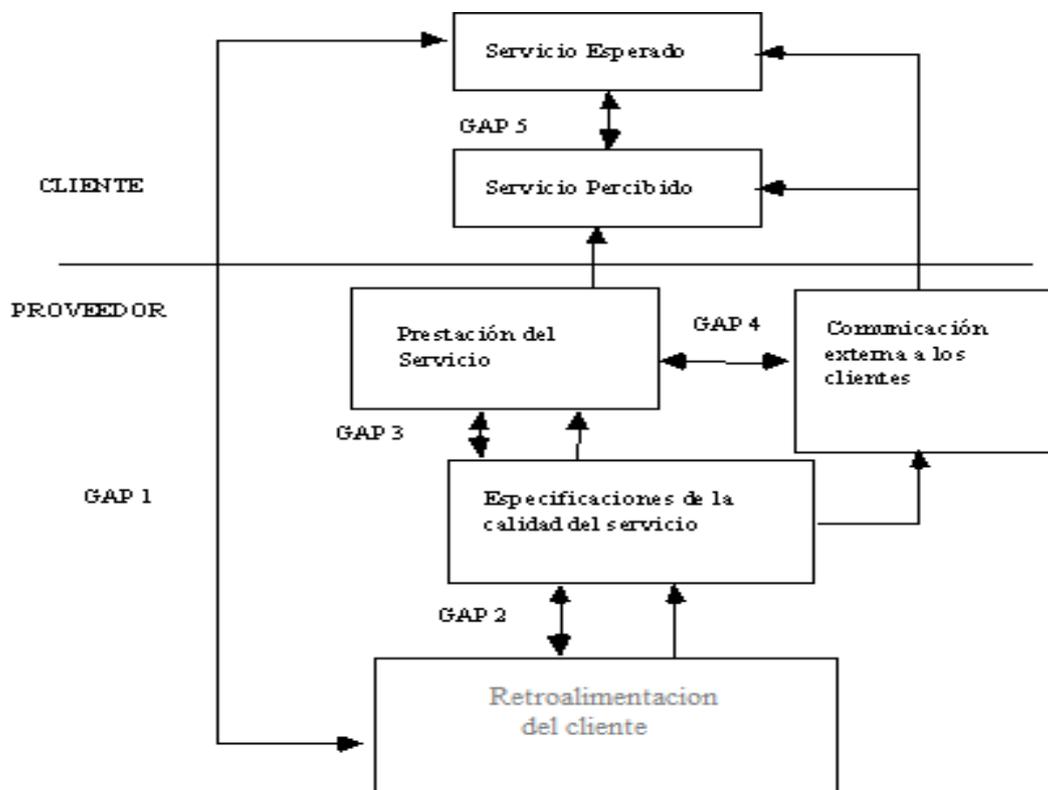


Figura 2: Modelo de Gestión SERVQUAL de Suraman, Zeithaml y Berry
Fuente: (Ruiz C. , 2011), Gestión de la calidad del servicio.
Elaborado por: Autoras.

Si bien es cierto, no será necesario basarse en lo que significan los GAPS para determinar cómo se encuentra esquematizado el modelo SERVQUAL, sin embargo, se debe destacar todo acerca del método para definir su conceptualización, antecedentes, objetivos, propósitos, utilidad y ventajas para las corporaciones y para los propios clientes, que son quienes finalmente se benefician de este modelo.

1.2.7. Concepto del modelo SERVQUAL

Es imprescindible definir de qué se trata el modelo SERVQUAL, enfocando el servicio al cliente como el más importante dentro de las organizaciones, debido a que el usuario o consumidor final es el activo de mayor relevancia dentro de las organizaciones productivas, que en otras palabras está asociado a este método de analizar el nivel de satisfacción de los clientes en un periodo determinado de tiempo y espacio, es decir, un segmento específico del mercado.

SERVQUAL se considera una herramienta que sirve para la medición de la calidad del servicio, utilizando el método cuantitativo, mediante un cuestionario de preguntas debidamente estandarizadas denominadas con este nombre, de acuerdo a (Salvador, 2011), “este modelo es un cuestionario con preguntas estandarizadas para la medición de la calidad del servicio”.

Mediante la escala multidimensional SERVQUAL, considerada una técnica que utiliza el modelo de gestión de la calidad del servicio (GAP) es posible conocer el nivel de percepción del cliente y se pueden identificar los parámetros principales del manejo de la organización y de la percepción del cliente sobre la atención proporcionada.

1.2.8. Origen del modelo SERVQUAL

(Castillo, 2011), señala que la escala multidimensional SERVQUAL es “una herramienta que se utiliza para la medición de la calidad del servicio, originada en el año 1988 creada por Zeithaml, Parasuraman y Berry, desarrollado en Estados Unidos mediante el auspicio del Instituto de Ciencias de Marketing de dicho país” (p. 1).

A través de la escala multidimensional SERVQUAL es posible medir y relacionar la percepción del cliente con las expectativas que tiene la empresa respecto a la calidad del

servicio o el producto que se produzca, comercialice o distribuya, por lo tanto este modelo es de gran importancia para la empresa de transporte ya que permitirá identificar el nivel de satisfacción de los usuarios.

La creación de los sistemas de la calidad ocasionó una revolución en la empresa durante de la década de 1970 y 1980, donde todo el trabajo de las corporaciones se enfocó en maximizar la satisfacción de los clientes, porque algunos autores Zeithaml, Parasuraman y Berry, basados en las teorías de Crosby (1979) y Deming (1982), realizaron varios experimentos para conocer las percepciones de los clientes, creando un modelo que permitía medir lo que pensaba el consumidor o usuario acerca de los bienes que ofertaban las organizaciones productivas.

De acuerdo a lo establecido se indica lo señalado por (Serrano, 2012), quien considera que desde la creación de este modelo de la calidad de servicio llamado SERQUAL, se abrió un amplio debate que tuvo detractores, entre los que asomaron Fick Y Ritchie, SalehRyan, (1991), Paton, Estiben y Knutson (1994), y Heung Wong y Qu (2000), mientras que los detractores fueron Crony, Smith y Torpe (2000), Brady y Brand (2002).

Para Zeithaml, Parasuraman y Berry fundaron la escuela norteamericana de la calidad del servicio, quienes definieron el modelo de la calidad del servicio con base en varias dimensiones que podían ser medibles a las cuales llamaron GAPS, desarrollando una escala de dimensión multinacional a la que otorgaron el nombre de SERVQUAL.

Además se debe destacar que el modelo de la calidad del servicio de Zeithaml, Parasuraman y Berry está asociado a tres modelos que se crearon entre 1987 y 1988, que son de acuerdo a (Setó, 2012):

- Modelo de mejoras de la calidad del servicio organizacional de Moore. (1987).
- Modelo de compensaciones de la calidad del servicio de Jaywood – Farmer (1988).
- Modelo del viaje de servicio de Nash (1988).
- Modelo basado en el proceso de Johnston (1988).
- Modelo del comportamiento de Beddowes (1987).

En consecuencia, los trabajos de Zeithaml, Parasuraman y Berry se enfocaron en los preceptos de los sistemas de la gestión de la calidad y en el pensamiento filosófico de expertos

en esta materia como es el caso de Crosby y Deming, para desarrollar un modelo que no solo permite medir la calidad sino también entregar a la alta dirección una base científica para la toma de decisiones y para el mejoramiento continuo del servicio al cliente con el propósito de maximizar de manera permanente su grado de satisfacción.

1.2.9. Ventajas del modelo SERVQUAL

Una vez definido los conceptos principales acerca de la metodología que será aplicada para la medición de la calidad del servicio al cliente en la Compañía de Transporte donde se analiza la presente investigación, se hace referencia a las ventajas que ofrece esta herramienta de gestión para las corporaciones.

La escala multidimensional SERVQUAL se encuentra relacionada con cinco escalas, que justifican la calidad del servicio, de acuerdo a lo señalado por (Castillo, 2011):

- La confiabilidad para desarrollar el servicio acordado, cumpliendo con el tiempo y las condiciones pactadas.
- La responsabilidad de ayudar a los clientes con rapidez.
- La seguridad proporcionada por el personal, la cortesía y la atención personalizada.
- La empatía considerada como la capacidad de brindar cuidado y atención personalizada a sus clientes.
- Cuidado de las instalaciones físicas, equipo, personal y materiales utilizados en la comunicación, además de la limpieza del área” (p. 3).

Mediante la escala multidimensional SERVQUAL, se busca conocer la percepción del cliente acerca de la atención recibida, tomando en consideración algunos aspectos en los que debe poner énfasis la organización: la confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y cuidado de los bienes materiales o tangibles, de esta manera se logra satisfacer a los usuarios del servicio y mejorar la calidad del mismo.

1.2.10. Antecedentes de la utilización de la herramienta SERVQUAL

El presente trabajo de investigación es un estudio que tiene antecedentes en otras empresas, pero esta vez se realizará a una empresa de transporte llamada Huaquillas, donde se pudo observar la poca planificación que existe lo que puede estar afectando en el nivel de satisfacción que proporciona a sus clientes o usuarios.

El estudio realizado en Valencia – España por (Ospina, 2015), tuvo como propósito conocer la calidad de servicio y valor en el transporte intermodal de mercancías, considerando el modelo SERVQUAL para llevar a cabo dicho objetivo, para lo cual se han considerado 250 clientes beneficiarios de dicho servicio, mediante la aplicación del modelo estadístico se pudo conocer que se han presentado fallas en algunos aspectos como la tecnología, infraestructura, demoras constantes y falta de capacitación del talento humano, por lo tanto se obtuvo resultados que le permitieron a la empresa mejorar sus procesos y mediante la capacitación continua alcanzar la satisfacción de las necesidades de los usuarios para optimizar su capacidad y prestación del servicio.

(Pineda, 2011), presentó la investigación titulada “Aplicación del modelo ServQual y herramientas de ingeniería de la calidad para la planificación del servicio en la Biblioteca Central de la Universidad de Antioquia”, para lo cual se consideró dos interrogantes como los aspectos fundamentales que según la percepción de los usuarios, inciden en la calidad del servicio y cómo establecer normas de servicio adecuadas a sus requisitos, para esto se realizó el diseño de una investigación de campo, de tipo descriptivo, permitiendo la aplicación del modelo SERVQUAL, con la combinación de técnicas de la ingeniería de la calidad, como la Matriz de Despliegue de la Función Calidad y técnicas estadísticas como el análisis de factor, permitiendo conducir a identificar las normas de servicio críticas para atender los requisitos de los usuarios, y que, además, sienta las bases para la formulación de un paquete de valor que supere sus expectativas de calidad.

Se tomó como referencia el proyecto de (Valencia, 2015), cuyo objetivo fue elaborar un modelo de gestión SERVQUAL para facilitar la medición de la calidad del servicio de mantenimiento y limpieza de establecimientos educativos en la empresa SYRY en la parroquia Chongón de Guayaquil, cuyos resultados pudieron medir algunas variables del servicio al

cliente, entre las cuales se citaron la higiene, la atención esmerada, la capacidad de respuesta, entre otros aspectos de gran importancia, con cuyos hallazgos se tuvo la base fundamental para tomar las acciones correctivas y preventivas que faciliten el mejoramiento de la atención al clientes en el servicio de limpieza de baños, patios, aula y demás secciones de la infraestructura escolar de los clientes de esta organización.

La investigación realizada por (Díaz, 2013), tuvo el objetivo determinar un modelo de gestión GAP con Técnica SERVQUAL para la medición de la calidad del servicio al cliente en la empresa Seguros Colon S.A. en la matriz en la ciudad de Guayaquil, en el periodo 2014, mediante la encuesta a 169 clientes donde se observó aspectos como profesionalismo, infraestructura, tecnología y donde además se pudo detectar los problemas como la comunicación, tiempo de servicio, y se pudo concluir que la empresa tienen los recursos necesarios para ejecutar las respectivas correcciones, y la aplicación del modelo SERVQUAL para medir la calidad del servicio al cliente basado en un sistema de retroalimentación y capacitación de los colaboradores.

De esta manera se concluye la funcionalidad del estudio y medición de calidad mediante el modelo SERVQUAL el cual ha sido de gran importancia en los estudios mencionados, donde ha demostrado ser un método efectivo para la evaluación de la calidad y que permite conocer las falencias de la empresa con el fin de ofrecer un producto integral.

1.3. Rentabilidad

Las empresas nacen con la idea de generar ganancias que le permitan ser rentables en un mundo altamente competitivo, lo que significa que este término adquieren gran relevancia para las organizaciones, por esta razón se propuso la conceptualización de este término para favorecer la explicación de esta variable.

1.3.1. Concepto de Rentabilidad

La rentabilidad es un indicador que puede denotar fortaleza o debilidad en las organizaciones, esto significa que una empresa rentable puede tener éxito y mantener en el

mercado, caso contrario podría ser un indicativo de limitación o simplemente de que no se cumplen las expectativas de la dirección.

(Zamora, 2013), indica que la rentabilidad es “la relación existente entre la inversión y la utilidad, la cual mide la efectividad de la gerencia, utilidad por concepto de ventas y el manejo de la inversión, es decir, la noción de aplicad a la actividad económico orientada a alcanzar los resultados esperados”. (Gardey & Pérez, 2015), indica que “la rentabilidad se refiere a la capacidad de generar renta a partir de una cierta inversión que produzca beneficios, provecho, utilidad o ganancias, es decir el rendimiento que se obtiene de la inversión”.

La rentabilidad en su esencia, indica la participación de las ganancias en el conjunto de los ingresos de la empresa, en sus activos o en su patrimonio, lo que a su vez es positivo para las organizaciones porque está evidenciando un rendimiento óptimo como resultado de una óptima gestión directiva, como se enuncia seguido.

1.3.2. Objetivo de Rentabilidad

Algunos textos inician el estudio de la rentabilidad con un concepto acerca de qué significa este término, en efecto, la empresa rentable lo es porque cumple con su misión y objetivos, entre los cuales se propicia la búsqueda de mejoras.

(Sánchez B. , 2012), indica que “el objetivo de la rentabilidad es promover el desarrollo de los capitales de la empresa, las orienta a la búsqueda de nuevas opciones, oportunidades de negocio, búsqueda de mercados entre otras”.(Krugman & Obstfeld, 2013), mencionan que “la rentabilidad se calcula en función de un capital involucrado representado mediante porcentajes de las utilidades producidas en un determinado lapso de tiempo, los cuales permiten elegir entre las alternativas según el rendimiento y eficiencia de las acciones”.

A través del flujo de ingresos y de los egresos que desembolsa la empresa, puede promover la generación de un lucro que resulta de vasta importancia para la continuidad de la organización en el mercado, en otras palabras, la compañía rentable es aquella que se gana la confianza de los clientes y tiene ingresos superiores a los gastos.

1.3.3. Importancia de Rentabilidad

Así mismo (Guerrero, 2010), indica que “la rentabilidad es una forma de medir los beneficios que la empresa puede generar por lo cual es un indicador importante para la toma de decisiones de manera lógica, según la situación financiera de la organización”.(Catacorra, 2011), considera que “la rentabilidad es un indicador muy importante para la evaluación de la calidad y beneficios de la gestión empresarial, mediante el cual se puede tomar decisiones acerca de la viabilidad de la inversión”.

En consecuencia, la rentabilidad es uno de los indicadores que tiene mayor relevancia para los inversionistas, quienes son capaces de decidir acerca de cómo evolucionará su negocio y sus capitales, a través de la variación de este índice que tiene gran una importancia inusitada para las corporaciones empresariales.

1.3.4. Indicadores financieros

Además de la rentabilidad, se deben estudiar diversos indicadores financieros, entre los cuales se citan la liquidez, el endeudamiento y la rotación, cada uno de ellos está asociado íntimamente a los ratios que en muchos casos forman parte de la planeación estratégica del negocio en el ámbito financiero, algunos de los cuales se mencionan seguido:

- El indicador de **liquidez corriente** según (Hurtado, 2013), “se refiere al nivel de una empresa en poder hacer frente a las obligaciones en la medida de liquidez a corto plazo, es decir, la solvencia o la capacidad para cumplir con los compromisos de pagos adquiridos”.
- Acerca del indicador de **prueba ácida** de acuerdo a (Robert, 2012), “es utilizado para medir la liquidez y capacidad de pago de la empresa y la disposición de recursos para cubrir los pasivos a corto plazo”.
- (Finney, 2013), considera al indicador de **endeudamiento activo** como “un índice para conocer el nivel de autonomía financiera el cual permite conocer la dependencia de la empresa de los acreedores y la limitación de endeudamiento”.

- Respecto al indicador de **endeudamiento activo fijo neto**(Carrillo, 2012), indica que “se refiere según al coeficiente de la relación de que tiene el patrimonio de la empresa con la unidad de los activos fijos invertidos y la capacidad de autofinanciamiento”.
- (Ortiz, 2013), se considera al indicador de **rotación ventas** “como sistema que mide la efectividad de la administración, es decir el volumen de ventas asociada con la inversión y las utilidades de la operación a ventas”.
- Referente al indicador de **impacto de gastos administrativos** según (Kennedy & Macmullen, 2013), señala que “son los gastos generados en la empresa el cual debe ser viable para la empresa para la buena administración de los recursos que incluyen los valores de remuneraciones, comisiones otorgada al personal de venta, impuestos, publicidad, etc.”.

Los indicadores financieros se pueden pronosticar en el corto o largo plazo, dependiendo de ciertas características intrínsecas o extrínsecas que pertenecen a la propia organización y que pueden tener un impacto positivo o negativo en la organización, pero cuyo mayor énfasis está referido a la toma de decisiones directivas.

Capítulo II

Descripción de la empresa

2.1. Compañías de transporte. generalidades.

El sector del transporte de pasajeros es muy amplio, porque existe una clasificación muy bien entramada en rutas urbanas, aquellas que van desde un cantón hacia otro, las que recorren diversos puntos entre dos o más provincias e inclusive aquella que llegan hacia el extranjero, particularmente a Colombia y Perú.

Adicionalmente, se debe destacar que las compañías de transporte cumplen las mismas funciones que las cooperativas sirviendo a la ciudadanía, porque trasladan pasajeros desde un lugar a otro, ya sea en los límites urbanos, cantonales, provinciales e incluso internacionales, dependiendo del alcance del negocio.

2.1.1. Origen del Transporte.

El transporte tiene un origen muy remoto, porque nace en la antigüedad, debido a que según la historia de la humanidad, los hombres primitivos debían recorrer grandes distancias demorando mucho tiempo y requiriendo demasiado esfuerzo, porque lo hacían a pie, naciendo el transporte terrestre con uso de animales de carga, como es el caballo y el fluvial en balsas para pasar de un lado a otro de los cuerpos de agua.

Según(Silva, 2015), el transporte es una actividad que tiene sus raíces en el principio de los tiempos, enfatizando lo siguiente:

El principal medio de transporte en las eras primitivas fue el caballo, luego se inventó la balsa, las canoas y los barcos, hasta llegar al siglo XX donde se desarrollaron el auto, el avión y los grandes buques, aunque en la presente investigación se toma la vía terrestre, dentro de la delimitación espacial del estudio.

El transporte evolucionó gracias a la necesidad de las personas por satisfacer sus requerimientos de desplazamiento, de esta manera, se crearon cooperativas y compañías que

aglutinaban a diversas unidades (buses o colectivos), los cuales proporcionaban el servicio para movilizar pasajeros y cargas o encomiendas hacia diversos lugares.

2.1.2. Concepto de Transporte.

El transporte es una actividad muy importante dentro del sector económico, porque genera fuentes importantes de ingresos para el erario nacional, pero en primer lugar satisface la necesidad de movilización de la población, que por motivos de recreación, trabajo, migración, entre otros, decide utilizar el servicio que le ofrecen las compañías y cooperativas de transporte.

El transporte terrestre, según (Bernard, 2015), es una “actividad económica mediante la cual los pasajeros, turistas o personas en general, se transportan desde un lugar de origen hacia otro de destino, clasificándose en urbano, intercantonal, interprovincial e internacional, dependiendo de las rutas que recorran en su actividad cotidiana” (p. 213).

En efecto, el transporte facilita el desplazamiento de las personas desde un lugar a otro, existiendo el marítimo o fluvial, aéreo y terrestre, delimitándose la presente investigación en el último en mención, el cual a su vez se divide en urbano, intercantonal, interprovincial e internacional, dependiendo de su recorrido cotidiano.

2.1.3. Estadísticas del sector del Transporte.

El transporte en el Ecuador forma parte de una importante red de comunicación entre las diferentes localidades, en la que abarca el transporte aéreo, marítimo y terrestre. En el sector de los vehículos matriculados en el 2013 según la Encuesta de Transporte del INEC (2013) se pudo observar que existe un total de 1'722.728 vehículos matriculados a nivel nacional.

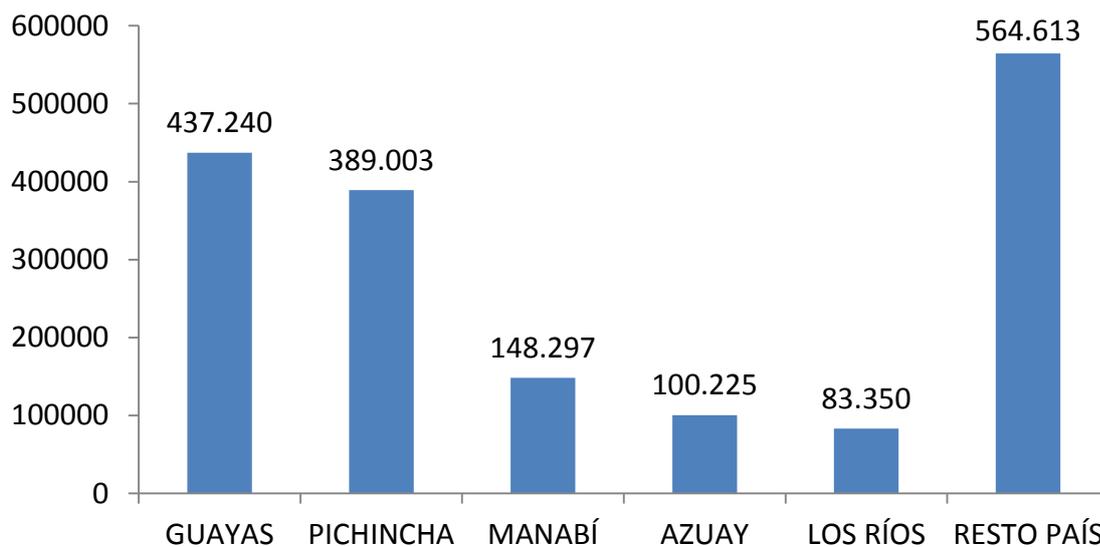


Figura 3: Vehículos Matriculados, según Provincias año 2013. Total Nacional
Fuente: Encuesta de Transporte del INEC (2013)

Por otra parte se registran la salida y entrada de pasajeros en la misma fecha de Entradas 1845.033 y salidas 1756.923 centradas mayormente en las ciudades de Guayaquil y Quito.

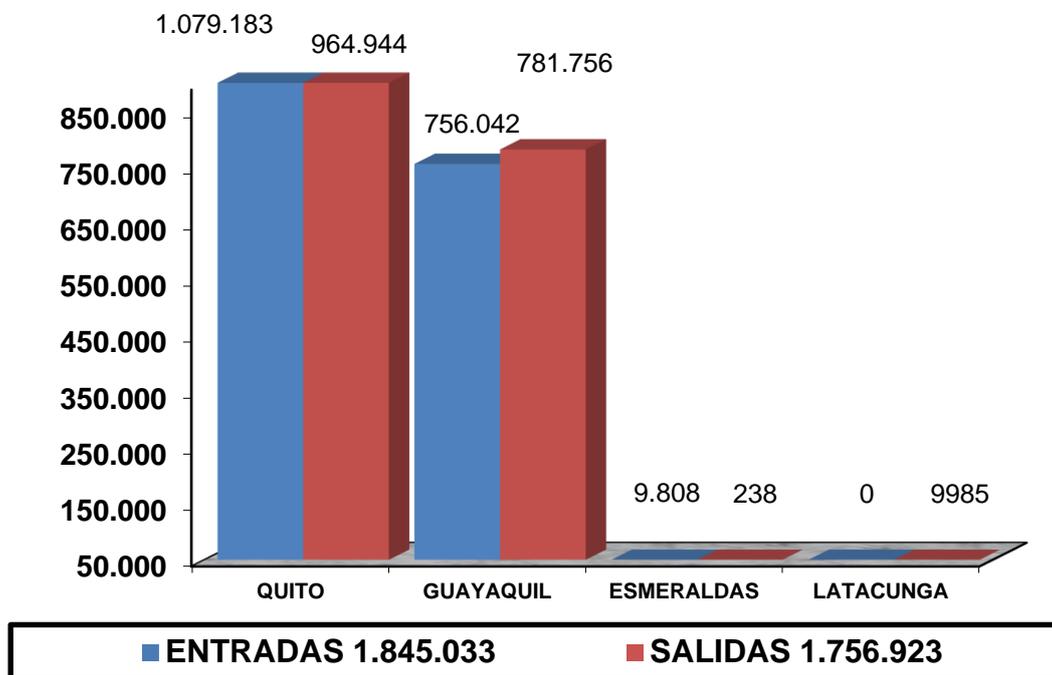


Figura 4: Entrada y Salida de Pasajeros año 2013
Fuente: Encuesta de Transporte del INEC (2013)

Con respecto al transporte marítimo se registró una entrada de 973.421 TM. En total de los diferentes puertos marítimos del país ubicados en Manta, Guayaquil, Balao, Puerto Bolívar La libertad, Salitral.

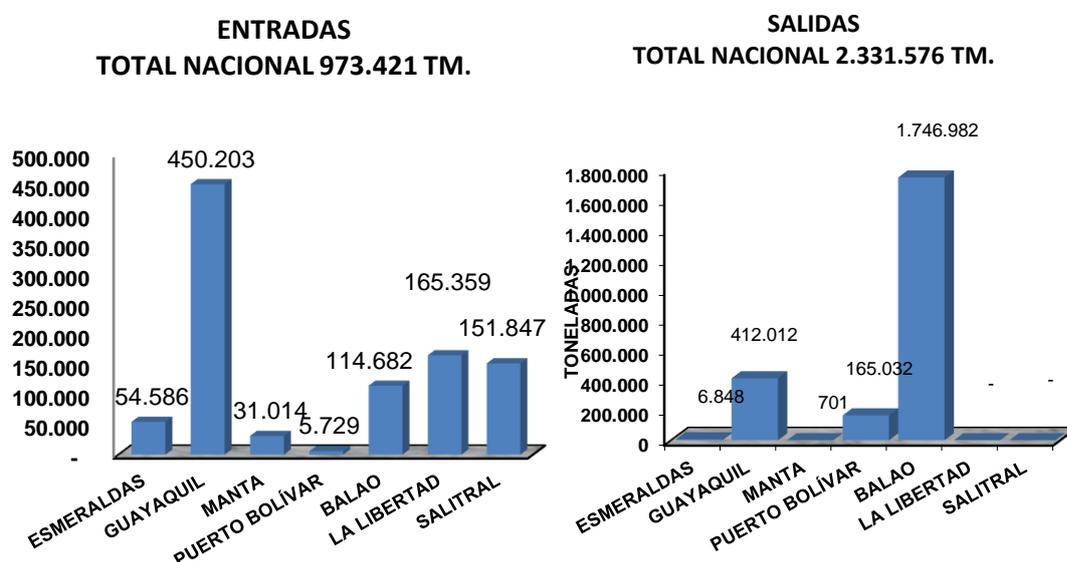


Figura 5: Carga, Entrada, Salida (En Tonelada), Por Puertos año 2013
Fuente: Encuesta de Transporte del INEC (2013)

El transporte en Ecuador por vía terrestre se encuentra solventado por vehículo en carretera el cual se ha registrado un crecimiento enorme con respecto a la década pasada, el Ministerio de Transporte y Obras Públicas (MTOP) indicó que el transporte de personas ha aumentado un 78% a partir del 2002, los cuales se presentan en el siguiente cuadro.

Tabla 1. Vehículos destinados al transporte de personas

Año	Automóvil	Jeep	Motocicleta	Furgoneta(p)	Bus	Colectivo
2002	218.741	71.226	23.827	11.456	7.232	2.678
2012	346.718	135.248	78.323	23.431	9.446	1.479
Cambio (%)	59%	90%	229%	105%	31%	-45%

Fuente: MTOP (2012), Estadísticas de transporte en Ecuador

El transporte de pasajeros terrestre en el interior del país se ha complementado con el aéreo el que se ha podido observar un aumento significativo, ya que el 2012 se transportaron 3.3 millones mientras que en 2002 fue de 1.4 millones lo que muestra el incremento de pasajeros

mediante este medio de transporte siendo los principales destinos Quito, Guayaquil, Manta Cuenca, Baltra, Coca.

La conexión en el Ecuador con el ámbito internacional se da por diferentes medios de transporte por vía terrestre se encuentre el paso con Perú en Huaquillas y con Colombia Rumichaca, mientras que por vía aérea el aeropuerto más importante de Quito, seguido por el de Guayaquil y por Vía marítima se encuentra los puertos de Guayaquil, Manta de los más importante donde entran y salen toneladas de mercadería a diario.

2.1.4. PIB del Transporte.

Un reporte del Banco Central del Ecuador, citado por (Vilema, 2012), agrega que el sector de transporte representó para el país una de las principales fuentes de ingreso, que inclusive aportó con fuentes de trabajo para la población, además de que es una actividad que dinamiza a los sectores productivos y a la sociedad en general.

En el siguiente esquema se presenta el informe del Banco Central del Ecuador con relación al PIB del transporte, señalados en su estudio:

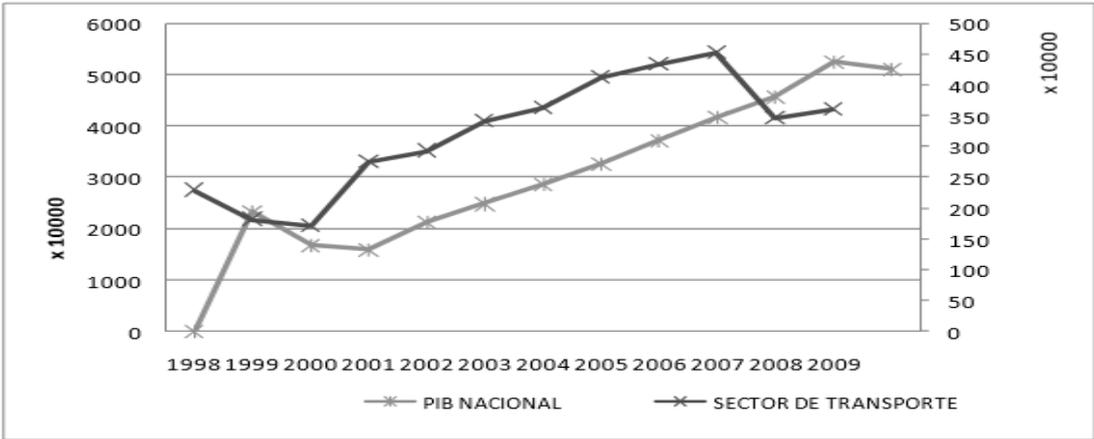


Figura 6: PIB del Transporte
Fuente: Vilema (2012). Banco Central del Ecuador.

(Revista Líderes, 2015), ofrece también un panorama más actualizado del PIB del sector económico del transporte, donde afirma que el transporte participó con el 0,39% del PIB nacional en el año 2013 y 2014, constituyéndose en la quinta fuerza más importante de la

economía, después del petróleo, el comercio, la manufactura y el sector de la construcción, que son los más relevantes.

Inclusive, la misma Revista Líderes en su informa publica que la generación de fuentes de trabajo en este sector económico también resulta de gran interés para la ciudadanía porque el 60% del personal enrolado en esta actividad se encuentra ocupado, además del impacto indirecto que tiene en los negocios.

2.1.5. Clasificación del Transporte.

El transporte es una forma de traslados objetos personas u animales de un lugar a otro por lo que es necesario un medio, de cómo llegar al destino requerido, como en el caso de los pasajeros que puede ser transportados vía terrestre por buses o taxis.

El transporte según el medio natural en el que opera es considerado en la siguiente clasificación aérea, marítima y terrestre utilizado tanto para traslado de personas, como el de carga.

2.1.5.1. Aéreo

El transporte aéreo como su nombre lo indica es por vía aérea a través de aviones, avionetas, jet, helicópteros entre otros, el cual es utilizada para el traslado de pasajeros y de carga, tiene una modalidad de rapidez y eficiencia de la entrega de la carga a su destino con mayor rapidez.

(Mejía, 2013), indica que es “un actividad para el traslado de carga mediante un aeronave de un lugar a otro. Es un medio de transporte que es utilizado para realizarse largos distancia como intercontinental, o para reducir el tiempo de viaje el cual lo caracteriza por su agilidad de llegada y facilidad de seguimiento”.

Es un medio de transporte en el que se puede cruzar largas distancias en un mínimo tiempo de viaje, es una solución eficaz para llegar a un lugar lejano o al otro lado del mundo, es el medio que más avanzado en los últimos años, ofrece comodidad, seguridad y rapidez.

2.1.5.2. Marítimo

La vía marítima es una forma de transportar mayor peso por medio de embarcaciones que recorren lagos, ríos y brazos de mar para llegar a un destino, hace recorridos de puerto a puerto para la distribución o traslado de mercadería pesada, en la antigüedad era la forma más común en la que viajaban las personas, pero la llegada a su destino tardaba varias semanas.

(Carmona, 2012), señala que se puede considerar de vía marítima transportado por medio de vías fluviales como ríos, lagos y por su puesto los mares, que permite el traslado de grandes pesos y volúmenes, tiene mínimas restricciones de tipo de mercaderías, puede transportarse por cantidades, en el caso de transporte de personas el viaje es muy largo.

La gran ventaja del transporte marítimo es que puede transportar cualquier cosa y llevarlo a algún lugar del planeta que tenga un puerto donde desembarcar, aunque la travesía dura largos periodos el envío es menos costoso que otros tipos de transporte.

2.1.5.3. Terrestre

El transporte por vía terrestre es la forma más común de trasladarse dentro de un territorio, el cual puede ser realizado en diferentes tipos de vehículo como autos, camiones, motocicletas, buses tráiler, etc. es una forma fácil individual y colectiva de transportarse con fines turísticos, por trabajo u otros.

(Saavedra, 2013), menciona que es el medio que se desplazan por tierras, carreteras o rieles. El transporte terrestre es un medio que puede presentar diferentes vehículos en el que pueden transportar cualquier cosa, cualquier tamaño y de cualquier tipo con la ventaja de menores costos y menores daños. En el que pueden utilizarse para este tipo de transportes como: vehículos livianos, semipesados y pesados.

El transporte terrestre es el más común y usado en el mundo para desplazarse, debido que no siempre hay en existencia aeropuertos cercanos o ríos cerca de la residencia de los usuarios, es el medio más fácil de abordar y llevar consigo cargas tanto pequeñas como grandes

de manera segura; en el Ecuador se han matriculado 594.645 vehículos en el año 2012, según los registros de la CTE.

2.1.6. Clasificación del Transporte Terrestre.

Transporte terrestre se trata de todo tipo de vehículo que se traslade o desplace sobre la tierra y pueden ser movidos por el hombre que pueden ser el automóvil, bus, camiones etc. Los cuales pueden ser clasificados por la naturaleza según su función en las que se puede nombrar el de cargas: transporte de Mercadería, Pasajeros: Transporte de personas las cuales se conceptualizar detalladamente a continuación.

2.1.6.1. De carga

Desde la antigüedad el ser humano tuvo que desplazar cargas desde un lugar hacia otro, inclusive recorriendo largas distancias, no se conoce desde cuándo los individuos utilizaron los animales de carga para realizar esta función.

(Truyols, 2013), menciona que el transporte de carga “es aquel servicio de transporte que desplaza de un lugar a otro, diversos tipos de cargas o encomiendas de cualquier naturaleza, ya sea para la industria o por motivos personales” (p. 219).

El transporte de carga evolucionó en gran medida en los últimos años, a tal punto que se ha hecho referencia a los camiones y tráiler que circulan transportando diversas cargas pesadas de distintos volúmenes y tonelajes de peso. En el Ecuador se encuentran matriculados 2.729 camiones de carga, según el registro de la CTE, en el 2014.

2.1.6.2. De pasajeros

La evolución del transporte tuvo lugar desde la antigüedad, donde el primer tipo de transportación fue el caballo, luego se inventaron las carrozas que eran movilizadas por la fuerza animal, para culminar con la creación del automóvil y posteriormente de los buses de pasajeros, que actualmente movilizan a miles de personas.

(Blasco, 2014), expresa que “se denomina transporte de pasajeros, a aquel que sirve exclusivamente para el desplazamiento de personas desde un lugar a otro, ya sea por motivo de turismo, trabajo, educación o por cualquier asunto personal de los usuarios” (p. 188).

Los pasajeros son todas las personas que utilizan un medio de transporte mecanizado, por lo general buses urbanos, taxis o inclusive motocicletas, para trasladarse hacia sus sitios de destino, con el objetivo de realizar sus actividades laborales, educativas o personales.

2.1.7. Clasificación del Transporte Terrestre de pasajeros.

De acuerdo a la Ley Orgánica de Tránsito, Transporte Terrestre y Seguridad Vial, que fue promulgada en el año 2010, la clasificación de los diferentes medios de transportes de pasajeros, se presenta en los siguientes ítems a saber:

- **Taxis:** “Es un tipo de vehículo con capacidad de 2 a 6 personas, es un tipo de transporte que utiliza las personas con tipo privado, las cuales deben cancelar una cierta cantidad de dinero por utilizarlo como un servicio prestado por alguna persona y/o asociación”.(Abad, 2013)
- **Camionetas:** “Vehículo de menor tamaño que un camión pero de mayor capacidad que un automóvil, usada para el transporte de personas o mercadería, tanto dentro de la ciudad como en las carreteras”.(Martínez, 2014)
- **Buses:** “Son los vehículos diseñados para el transporte de cierta cantidad de pasajeros, ya sea dentro de vías urbanas o vía carretera. Dentro de estos, se cuentan también los camiones articulados, que se utilizan a manera de “metro”, forman parte de transporte público ya que puede ser utilizado por el público en general, en el que se cancela una pequeña cantidad de dinero”.(Ruiz J. , 2012).

La presente investigación se centra en los buses que son una de las clasificaciones de gran relevancia en el transporte de pasajeros en las grandes ciudades y a nivel nacional, constituyéndose inclusive en uno de los ejes de la economía nacional, contando el país con 9.446 buses y 1,479 colectivos según la estadísticas de Ministerio de Transporte del año 2013.

2.1.8. Clasificación del Transporte Terrestre de pasajeros (buses).

Con relación a la clasificación del transporte terrestre de pasajeros, en la categoría de buses, se citan aquellos que recorren las zonas urbanas, los inter-cantoniales, los interprovinciales e internacionales, estos últimos no tienen alcance en el estudio.

2.1.8.1. Urbano

Los buses urbanos representan uno de los ejes de la economía nacional, porque no solo generan fuentes de trabajo para la población, sino porque también permiten que las personas puedan movilizarse hacia sus lugares de trabajo y dinamizar los negocios, que también se sustenta en el transporte público.

La (Asociación Española de Normalización y Certificación, 2013), dice que “se denomina con el nombre de transporte urbano de pasajeros, a aquel que tiene como alcance de su trabajo cotidiano, el recorrido en zonas urbanas, es decir, de una parroquia a otra, ya definida por la Cooperativas, empresa o línea respectiva” (p. 180).

El transporte urbano de pasajeros recorre amplias zonas urbanas, dependiendo de la ruta, cada una de ellas tiene asignado un código (línea) y un recorrido particular de todos los buses que forman parte de estas organizaciones, que son de gran relevancia para la dinamización de la economía; en el país existen alrededor de 6.555 buses y/o colectivos urbanos, según el registro del Ministerio de Transporte del año 2013.

2.1.8.2. Intercantonal

Se destaca entre la clasificación del transporte terrestre de pasajeros, el denominado cantonal, que puede ofertarse desde el terminal terrestre de las diferentes ciudades o desde algún sitio del cantón o de la localidad de su fundación, a la que sirven.

(González, 2013), indica que “se denomina con el nombre de transporte intercantonal de pasajeros, a aquel que tiene como alcance de su trabajo cotidiano, el recorrido entre diferentes cantones, es decir, de un cantón a otro cantón, pero de la misma provincia”.

Los buses intercantonales ofertan el servicio de transporte a diversos cantones, pero en una misma provincia, es decir, no pueden salirse del límite provincial, que es la limitación por la que precisamente adquieren el nombre de intercantonal; en el país existen alrededor de 2.403 buses y/o colectivos intercantonales, según el registro del Ministerio de Transporte del año 2013.

2.1.8.3. Interprovincial

Finalmente, el análisis investigativo llega a su punto culminante, para tratar el tema de los transportes interprovinciales, el cual tiene como base el recorrido en el territorio nacional, es decir, se puede movilizar hacia distintos puntos de un país.

(Plaza, 2015), establece que “se denomina con el nombre de transporte interprovincial de pasajeros, a aquel que tiene como alcance de su trabajo cotidiano, el recorrido entre diferentes provincias, que pueden ser de la misma región (Guayas – El Oro) o de diferentes (sierra – costa y viceversa, por ejemplo)”.

Las rutas de transporte interprovinciales, transportan pasajeros desde un origen ubicado en un cantón de una provincia diferente a la del destino, precisamente en este contexto se encuentra la Compañía de Transporte Turismo Fronterizo del Sur, TRANSFROSUR Cía. Ltda.; en el país existen alrededor de 1.967 buses y/o colectivos interprovinciales, según el registro del Ministerio de Transporte del año 2013.

2.1.9. Transporte Terrestre de pasajeros interprovinciales.

Una vez que se abordó el tema del transporte terrestre de pasajeros, se propuso tratar el tópico del caso de los interprovinciales, donde se mantiene la expectativa de realizar un breve análisis de las actividades que realiza este tipo de organizaciones, que se encuentran asociadas en Cooperativas o funcionan como compañías.

(Saval, 2013), refiere que “son los vehículos destinados al transporte de pasajeros fuera de una localidad, están especializado en el traslado de personas de un lugar a otro, es decir de un departamento o provincia a otro en un tiempo determinado” (p. 192).

En efecto, el transporte de pasajeros fuera de sus límites provinciales, puede ser una actividad lucrativa, sin embargo, las organizaciones que oferten este tipo de servicios, deben promover la seguridad y confiabilidad que el caso amerite a sus clientes, que son los pasajeros que se movilizan de manera cotidiana de una provincia a otra, en una localidad determinada.

2.1.10. Concepto de compañía.

De la definición de la empresa, se ha realizado el concepto de compañía, para tener una idea clara de lo que significa esta entidad y su potencial en el desarrollo económico, donde tiene un impacto muy relevante, de esta manera, se ha detallado en el siguiente párrafo, el concepto de compañía tomado de la revisión bibliográfica.

(Ilych, 2015), destaca el concepto de la compañía desde el punto de vista económico, describiéndola como una “unidad de tipo social y económica, que fomenta fuentes de empleo, buscando la obtención de lucro a través del empleo de recursos técnicos, materiales, tecnológicos y físicos, para entregar su aporte a la comunidad beneficiaria, mediante la satisfacción de sus necesidades” (p. 191).

Las compañías pertenecen al grupo de empresas que pueden obtener lucro, lo que significa la principal diferencia con las cooperativas o cualquier otro tipo de organización inmersa en la economía popular solidaria, las que si bien es cierto, pueden generar fuentes de trabajo y satisfacen necesidades de la sociedad, no pueden obtener ganancias.

2.1.11. Concepto de Compañía de Transporte.

Si bien es cierto, el servicio de transporte interprovincial e intercantonal lo ofertan las cooperativas de transporte, sin embargo, también lo ofrecen las compañías de transporte legalmente constituidas, quienes a diferencia de las primeras si generan un lucro, porque no pertenecen a las organizaciones de economía popular y solidaria.

Los conceptos de compañía y de transporte, permiten concebir su definición, según (Pérez, 2014), como una “unidad económica, cuyo fin es la obtención de lucro, ofertando el servicio de transporte a la comunidad en general, en el ámbito urbano, intercantonal, interprovincial e internacional, satisfaciendo esta necesidad de la población beneficiaria” (p. 333).

La presente investigación está enfocada desde el punto de vista interprovincial, porque la Compañía de Transporte Turismo Fronterizo del Sur, TRANSFROSUR Cía. Ltda. se dirige desde Guayaquil (cantón de la provincia del Guayas) hacia Huaquillas (cantón de la provincia de El Oro) y viceversa, trasladando pasajeros todos los días en varias unidades furgonetas incorporadas en esta empresa.

2.2. Cooperativa

Como se manifestó en el los primeros párrafos de esta unidad, esta inicia con la descripción conceptual de las Cooperativas, entre las cuales se citan su clasificación, considerando como eje esencial del estudio, los sistemas cooperativistas enfocados en el sector económico del transporte, en cuyo campo de aplicación se encuentra la Compañía de Transporte Turismo Fronterizo del Sur, Transfrosur Cía. Ltda.

2.2.1. Concepto de Cooperativas

El sistema cooperativista nació fruto de la lucha de las clases trabajadores y del pueblo que querían progresar con base en su propio esfuerzo, para no depender de los grandes empresarios de aquellos tiempos, que por pertenecer a los estratos socioeconómicos altos, explotaban a las grandes masas laborales.

Desde su implementación a mediados del siglo XIX en Alemania, las cooperativas se convirtieron en un sistema económico viable que puede propiciar un desarrollo sostenido en la colectividad, por esta razón, se creó extensa legislación referente a este tópico, donde se concibe a este sistema como una mezcla de lo económico y social.

Al respecto, (Carriel, 2013), manifiesta que “la cooperativa es un sistema donde se encuentran asociados de manera autónoma, con el fin de lograr la conformidad, y con ello alcanzar el objetivo para un mejor estado de las personas de la misma” (p. 28).

El sistema cooperativista tiene como objeto principal que toda la comunidad de socios que conforman estas organizaciones pertenecientes a la economía solidaria y popular, salgan adelante bajo un modelo equitativo de reparto de las riquezas, a diferencia del sistema capitalista que solo contemplaba el enriquecimiento del dueño o de los socios de una organización productiva.

(Sánchez, 2012), establece que “esta organización está compuesta por persona natural o personas jurídicas en las cuales se busca el bienestar, económico, cultural; el ingreso y retiro de estas asociaciones puede ser voluntaria, toda persona tienen las mismas obligaciones y derecho” (p. 2).

Las cooperativas tienen como fin principal sustentar económicamente a las comunidades que se asocian bajo esta modalidad, a través del trabajo tesonero en equipo y la aceptación de responsabilidad para sacar adelante a los miembros de estas colectividades, que además de satisfacer las necesidades a los clientes o usuarios a los que sirven, también colman las expectativas laborales de sus miembros.

2.2.2. Clasificación de las Cooperativas

Las Cooperativas se clasifican según su actividad, de acuerdo a la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (2011) en crédito, transporte, producción, vivienda, entre otros, las cuales están reguladas de acuerdo a los preceptos establecidos en el Reglamento General de la LOEPS, que están bajo el control de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

(Torres, 2015), expresa que la clasificación de cooperativas:

En la actualidad se desarrolla como una asociación donde el objetivo principal es mantener una acción económica, sin embargo estas se han distribuido en diversidades tales como: las cooperativas de trabajo, servicios, vivienda, juveniles, entre otros (p. 4).

En efecto, las cooperativas tienen una clasificación que dependen en gran medida de su ámbito de acción, esto significa que se pueden formar este tipo de sistema en cualquier tipo de actividad de negocios o social inclusive, teniendo siempre los mismos fines y objetivos que a su vez se regulan mediante la LOEPS en el Ecuador.

Según, (Ramírez, 2013), explica que la existencia de cooperativa en el mundo se dio origen hace dos siglos, sin embargo la aparición diversas cooperativas se han ido clasificado en las siguientes:

- **Cooperativas de trabajo:** En este tipo de cooperativa gestiona trabajo en diversas áreas tales como: salud, transporte, cultura, entre otros.
- **Cooperativas de consumo:** Son organizaciones donde se emplean actividades de bienes para los consumidores, estos pueden ser: farmacias, tiendas, gasolineras, etc.
- **Cooperativas de vivienda:** Consta de 8 socios en las cuales se encarga de administrar las ventas, alquiler, compra, construcciones, etc.
- **Cooperativas juveniles:** Son organizaciones compuestas por jóvenes, en las cuales se dedican a los laboratorios de establecimientos públicos, privados, comunidades (p. 1).

Debido a la amplitud de la clasificación de las cooperativas, no se ha conceptualizado a todas las entidades de este sector de la economía solidaria y popular, sin embargo, en lo posterior solo se hará referencia a las cooperativas de transporte, debido a que Transfrosur Cía. Ltda. Pertenece a este sector.

2.2.3. Cooperativas de Transporte. Generalidades.

El alcance de la investigación está referido a la calidad del servicio que ofrecen las cooperativas de transporte, en este caso, aquellas que realizan el traslado de pasajeros y encomiendas desde un lugar de origen hacia otro de destino, como es el caso de la Compañía de Transporte Turismo Fronterizo del Sur, TRANSFROSUR Cía. Ltda.

(Bone, 2015), asegura que “las cooperativas de transporte esta asociados por personas físicas o jurídicas, en la cual, ofrece un servicio de transporte terrestre a personas o bienes de las distintas propiedades” (p. 3).

En efecto, las funciones principales de las cooperativas de transporte, es en primer lugar satisfacer las necesidades de desplazamiento de los pasajeros desde un punto a otro del país, y también, cubrir las expectativas de los socios que conforman las mismas para su propio bienestar y de la comunidad en general.

(Baquero, 2014), asegura que “las organizaciones conformadas por personas voluntarias, en las cuales ejercen actividades para la comunidad con la finalidad de desarrollar un ingreso democrático para los socios de la entidad” (p. 5).

Definidos los principales conceptos de la Compañía de Transporte Turismo Fronterizo del Sur, TRANSFROSUR Cía. Ltda., se procedió a describir las generalidades acerca de esta entidad que se encuentra adscrita a la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, en el siguiente numeral a saber.

2.3. Descripción de la compañía de transporte Transfrosur Cía. LTDA

En esta apartado se tratará el tópico de la Compañía de Transporte Turismo Fronterizo del Sur, TRANSFROSUR Cía. Ltda., sus inicios u orígenes, la descripción de sus actividades como empresa, sus valores corporativos, incluida la misión y visión, el organigrama donde constan los principales personeros que la conforman, sus competidores, entre otros aspectos.

A continuación se señalan en cada sub-numeral todo lo relacionado con la descripción de la Compañía de Transporte Turismo Fronterizo del Sur, TRANSFROSUR Cía. Ltda.

2.3.1. Antecedentes

La Compañía de Transporte Turismo Fronterizo del Sur, TRANSFROSUR Cía. Ltda., nace con la idea innovadora de unificar la acción de trabajar y brindar un buen servicio, la cual es planteada por la familia Intriago Zambrano, esta empresa dio inicio el 12 de Marzo del 2002,

formándose con 13 socios donde cada acción constaba de 80 dólares y equivalía a 80 participaciones desarrollando un capital de 650.000 dólares, sin embargo los socios ha vendido sus acciones, constando en la actualidad de 14 socios.

La Compañía de Transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. Consta con el número de RUC: 0992657375001, con la razón social de Turismo Fronterizo del Sur TRANSFROSUR CIA. LTDA., donde su representante legal es el señor Intriago Zambrano Félix Gonzalo, el cual la empresa desarrolla actividades de viaje.

En la sección de los anexos complementarios, se presenta la figura correspondiente al RUC de la Empresa Turismo Fronterizo del Sur TRANSFROSUR Cía.Ltda.

La cooperativa se inauguró con 2 oficinas la matriz ubicada en la ciudad de Huaquillas en la calle Machala y su sucursal en la ciudad de Guayaquil en las calles Chile entre sucre y 10 de agosto. La cooperativa dio inicio a laborar con 10 unidades de transporte y en los últimos años se ha incrementado constando en la actualidad con 31 unidades.

2.3.2. Actividad de la Compañía de Transporte

De acuerdo a lo señalado en el Registro Único Contribuyentes, TRANSFROSUR es una Compañía de Transporte que se encarga de realizar actividades de viajes para el traslado de pasajeros y encomiendas desde Huaquillas hacia Guayaquil y viceversa, sin embargo la presente investigación se limita a las entregas de encomiendas.

Posterior a esto se realizó un registro mercantil en el catón Guayaquil donde consta con el número de Resolución No: 09.GIJ.0003260, DICTADA POR EL Subdirector del Departamento Jurídico de Compañías. Se certifica que la Compañía Turismo Fronterizo del Sur TRANSFROSUR Cía. Ltda., está legalmente escrita y todos sus transmites esta concluidos.

2.3.3. Estructura organizacional

Con relación a la organización de la Compañía de Transporte Turismo Fronterizo del Sur, TRANSFROSUR Cía. Ltda., se presenta el detalle del organigrama en el siguiente esquema:

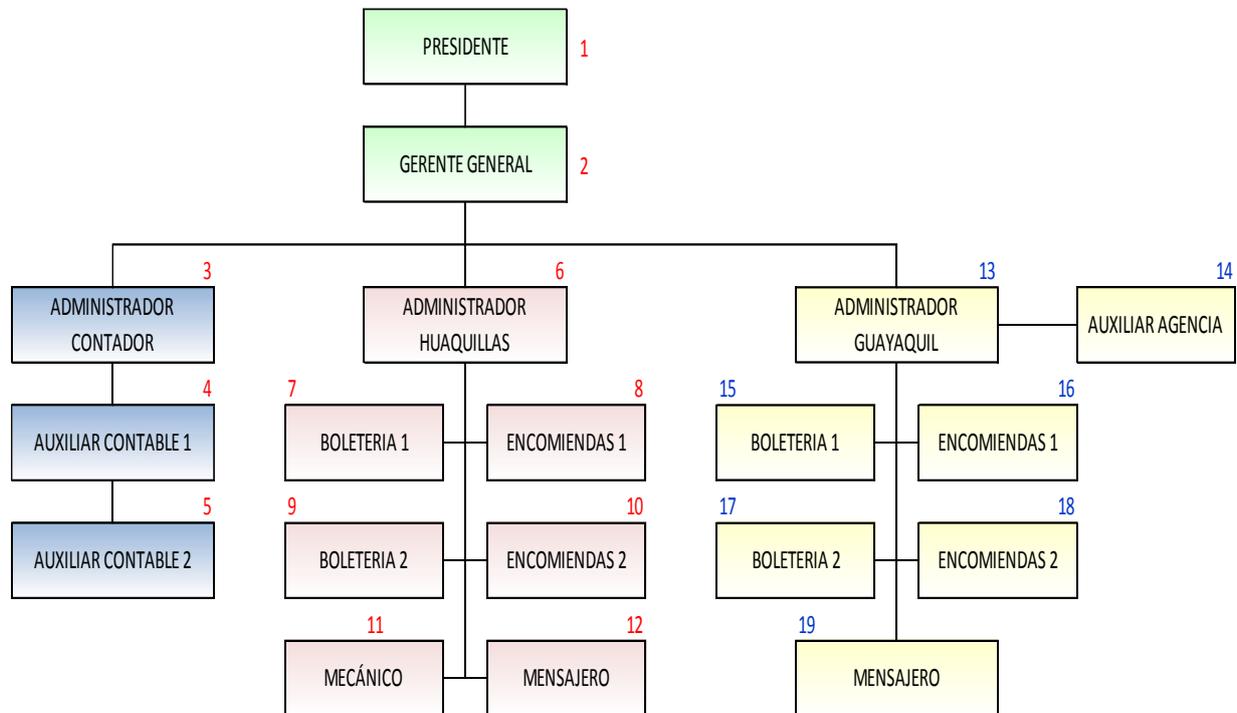


Figura 7: Organigrama de la Compañía de Transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda.
 Fuente: Compañía de Transporte Turismo Fronterizo del Sur, TRANSFROSUR Cía. Ltda.
 Elaborado por: Autoras.

La estructura organizacional de la Compañía de Transporte Turismo Fronterizo del Sur, TRANSFROSUR Cía. Ltda., obedece al mandato de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, que contiene desde el Art. 43 al 51, todas las normativas que indican las funciones de cada una de las áreas que deben formar parte de la organización del sistema cooperativo de cualquier naturaleza.

Las funciones del personal que se encuentra incorporado en la empresa TRANSFROSUR Cía. Ltda., se describen seguido:

❖ **Supervisores:**

- Ejercer un control rígido sobre aquello que se encuentran bajo su supervisión directa.
- Verificar las condiciones generales en los puestos de servicio.
- Verificar, si es posible diariamente, la asistencia y puntualidad de los subordinados.
- Desarrollar un análisis de los riesgos de seguridad en los puestos de servicio.
- Determinar qué posición debe ocupar cada empleado e indicarle como debe actuar en su trabajo cotidiano y en casos de emergencia. Elaborar procedimientos sobre cómo actuar en casos específicos.
- Crear y hacer cumplir las órdenes de servicio.
- Convocar a reuniones periódicas con el personal bajo su mando para analizar el desempeño de todos los miembros del equipo, analizar sugerencias, formular críticas, revisar procedimientos y establecer nuevas rutinas de trabajo.
- Aplicar ejemplarmente las medidas disciplinarias que se necesiten, dejando constancia, de manera detallada, de la causa que motivó la sanción.
- Desarrollar una política de concientización de la necesidad de cooperar con todo lo que tiene que ver con la empresa, mostrando los beneficios que a todos les trae esa actitud.

❖ **Boletería:**

- Elabora registro de salida y de llegada de los vehículos: nombre del chofer, número de la unidad, ruta asignada y cualquier información necesaria para el control del servicio.
- Chequea el horario de entrada y salida de las unidades de transporte de la empresa.
- Chequea la cancelación de transporte del personal de la Institución.
- Transcribe y accede información, operando un computador.
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.

❖ **Mantenimiento de limpieza:**

- Limpiar los pasillos y la sala de espera.
- Barrer y trapear los pisos de la oficina.
- Retire los tapices y alfombras.
- Quitar el polvo de los asientos ubicados en la oficina.
- Vaciar y limpiar los botes de basura.

- Limpiar los espejos y las ventanas.
- Quitar el polvo periódicamente de los cielorrasos, las rejillas de ventilación, las luces y otras áreas altas.
- Mover los muebles para asegurar la limpieza.
- Ser responsable de limpiar las oficinas administrativas.

❖ **Asistente contable:**

- Establecer los procedimientos para la gestión de la información financiera por medio de los registros contables.
- Cumplir con los requerimientos de información para la toma de decisiones por parte de la Dirección general, tales como estados financieros y auxiliares de ciertas cuentas.
- Cumplir con las obligaciones fiscales.
- Llevar mensualmente los libros generales de Compras y Ventas, mediante el registro de facturas emitidas y recibidas a fin de realizar la declaración de IVA.
- Realización de la relación de las Cuentas por Cobrar y por Pagar.
- Verificar que las facturas recibidas en el departamento contengan correctamente los datos fiscales de la empresa que cumplan con las formalidades requeridas.
- Subir las declaraciones de manera puntual.

2.3.4. Filosofía corporativa

Como parte de la filosofía corporativa de la compañía de transporte en estudio, se ha descrito la misión, visión y valores de esta entidad, como fruto de la investigación documental que fue proporcionada por el personal de la institución.

2.3.5. Misión

Ser líderes en el servicio de transporte turístico a nivel nacional brindando calidad, eficiencia y responsabilidad a nuestros clientes. Por lo tanto, crea fuentes de trabajo para nuestros empleados y rendimientos atractivos para los accionistas y dando beneficios al sector turístico.

2.3.6. Visión

Ser reconocidos en el medio turístico como una empresa líder en la transportación de personas, la cual está fundamentada en principios, valores y trabajo en equipo, orientada a satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes, mediante la permanente innovación y desarrollo de sistemas integrados de gestión.

2.3.7. Valores

Los valores corporativos encierran aquellas actitudes deseables que deben formar parte de los hábitos del personal de la organización y que la alta dirección ha querido establecer dentro de la política empresarial para potencializar el desempeño del talento humano de la compañía.

- Claridad de Acción.
- Seriedad y Profesionalismo.
- Capacidad de Ejecución.
- Innovación.
- Transparencia.
- Solidez.
- Liquidez.
- Honestidad.
- Confiabilidad.
- Estructura e imagen corporativa.
- Liderazgo.

2.3.8. Competencia de transporte que realiza la ruta Guayaquil, Machala

La Cooperativa de Transporte CIFA realiza un recorrido de Guayaquil- Santa Rosa - Huaquillas realizando paradas en los terminales de dichos cantones.

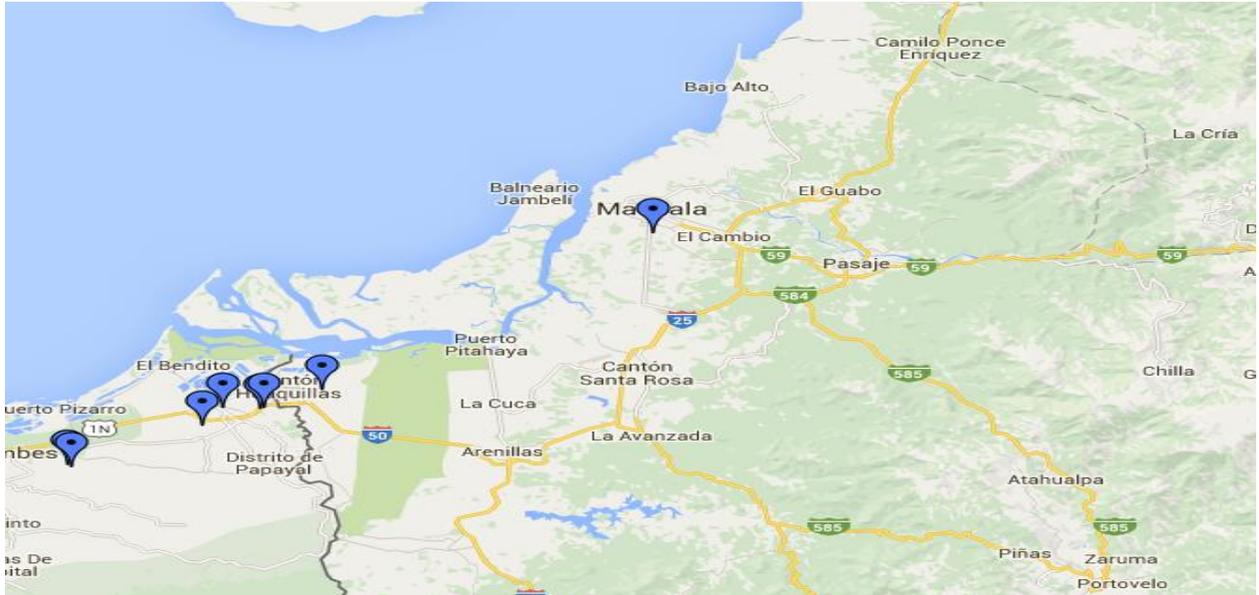


Figura 8: Recorrido Guayaquil - Santa Rosa - Huaquillas
Fuente: Google Maps.
Elaborado por: Autoras.

Ecuatoriano Pullman tiene un recorrido Machala – Pasaje el cual queda a 78,2Km. de distancia de Huaquillas

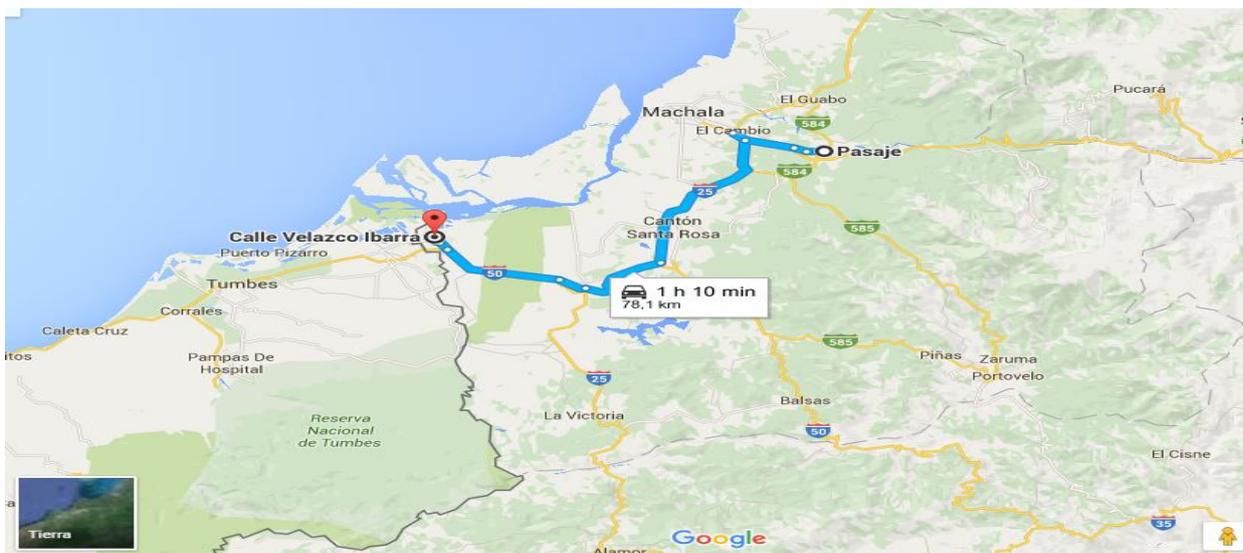


Figura 9: Recorrido Machala – Pasaje – Huaquillas.
Fuente: Google Maps.
Elaborado por: Autoras.

Rutas Orenses realiza un recorrido Guayaquil a Machala el cual queda a 73,3 km de Huaquilas.

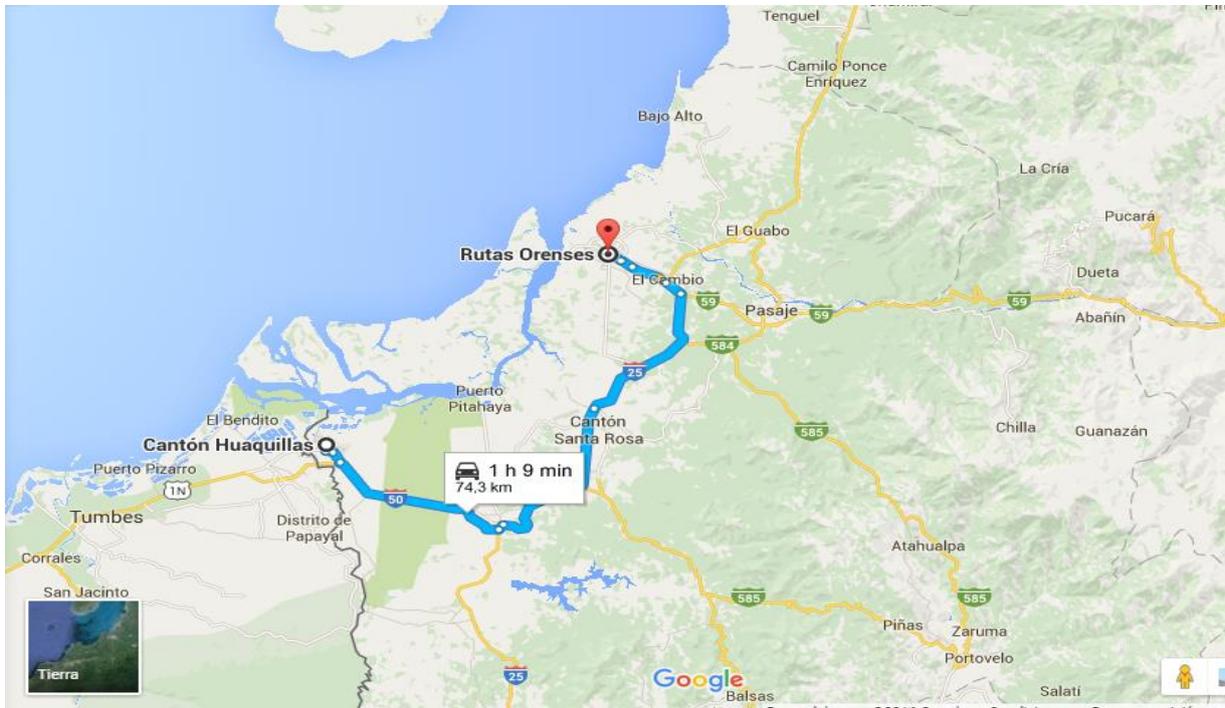


Figura 10: Recorrido Guayaquil – Machala – Huaquilas

Fuente: Google Maps.

Elaborado por: Autoras.

Capítulo III

Metodología

3.1. Tipos de investigación

Dentro del presente estudio se aplicará los tipos de investigación: Descriptiva, Bibliográfica y De campo:

Investigación descriptiva: Mediante este tipo de investigación es posible dar a conocer las falencias que se presentan en la prestación del servicio de transporte de la empresa TRANSFROSURCIA. Ltda., cuya actividad es la de trasladar pasajeros en sus buses desde Guayaquil a Huaquillas y viceversa.

Investigación Bibliográfica: La presente investigación permite recopilar información tomando textos, enciclopedias, informes, normativas legales, revistas y otros documentos que se refieran a las variables del tema correspondiente a la Calidad, Servicio, Habilidades e incentivos de Deming, Modelo de Calidad del Servicio, Servicio al cliente y Modelo SERQUAL, además de información de la cooperativa de transporte para describir los antecedentes, historia y actividad de la misma.

Investigación de Campo: En el presente estudio se consideró necesario aplicar como método de investigación las encuestas a los clientes de la Cooperativa de Transporte TRANSFROSURCIA, aplicando el Modelo SERQUAL, para conocer la confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y el cuidado de las instalaciones físicas, equipos y la capacitación del personal que presta sus servicios en la compañía.

3.2. Métodos de investigación

Se aplicó el método de investigación deductivo para recopilar información relacionada a la problemática de lo general a lo particular permitiendo la exposición de las conclusiones partiendo del análisis de la situación actual de la compañía y cumplir con el propósito del estudio que es determinar la influencia de la Calidad del Servicio de Transporte en la

rentabilidad de la empresa, utilizando la técnica SERVQUAL, en el caso de estudio TRANSFROSUR Cía. Ltda.

3.3. Universo y muestra

3.3.1. Universo

La población está referida a la cantidad de clientes de la Compañía de Transporte Turismo Fronterizo del Sur, TRANSFROSUR Cía. Ltda., la cual fue igual a 16.319 pasajeros que viajaron desde Guayaquil a Huaquillas y viceversa en el año 2015.

3.3.2. Muestra

Por ser el universo de clientes mayor a 100 elementos, se aplicó la siguiente fórmula de muestreo probabilístico:

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

Donde la simbología de la ecuación, representó los siguientes parámetros:

- n = Tamaño de la muestra
- P = Probabilidad de éxito = 0,5
- $Q = 1 - P = 0,5$
- PQ = Constante de la varianza poblacional (0,25)
- N = Tamaño de la población = 16.319pasajeros
- e = Error máximo admisible (al 5%).
- Z = Coeficiente de corrección del error (1,96).

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

$$n = \frac{(0,25) (16.319)}{(16.319 - 1) \frac{(0,05)^2}{(1,96)^2} + 0,25}$$

$$n = \frac{4.079,75}{16.318 \frac{0,0025}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{4.079,75}{(16.318) (0,000650771) + 0,25}$$

n = 375,35 encuestas

La muestra de pasajeros fue igual a 375, que serán encuestados como parte de la investigación.

3.4. Técnica e instrumento de recolección de datos

Se utilizó la técnica de la encuesta para conocer las causas principales que afectan la calidad del servicio e impacto negativamente en la satisfacción del cliente de la compañía TRANSFROSUR Cía. Ltda., para esto se realizó un cuestionario de preguntas cerradas en donde se busca cumplir con los componentes del modelo ServQual como instrumento de recolección de información.

3.5. Procesamiento de la información

Para llevar a cabo la investigación en TRANSFROSUR Cía. Ltda., fue necesario enviar una solicitud de autorización al Gerente de la compañía para recibir la autorización de ingreso a las instalaciones y tener acceso a los registros de la misma, así como para aplicar el instrumento de investigación bajo el método ServQual a los pasajeros de los buses.

Luego de la aplicación de la encuesta se realizó la tabulación de los resultados siendo ingresados en la hoja de cálculo del Programa Microsoft Excel, permitiendo obtener los cuadros y gráficos estadísticos que serán analizados e interpretados para conocer las causas de la insatisfacción de los clientes y poder aplicar alternativas para mejorar la calidad del servicio de transporte al cliente, con base en los resultados de la escala ServQual.

3.5.1. Resultado de la encuesta aplicada a los usuarios del servicio de transporte bajo el Modelo Servqual

Tabla 2: Bienes Tangibles

#	Preguntas	Media	Calificación obtenida	Promedio
1	¿Cómo observó el estado y comodidad de los asientos de los buses pertenecientes a la Compañía de Transporte Transfrosur Cía. Ltda.?	5,88	84%	79%
2	¿Cómo percibe el confort y clima (acondicionador de aire) durante el viaje dentro de los buses pertenecientes a la Compañía de Transporte Transfrosur Cía. Ltda.?	5,955	85%	79%
3	¿Qué impresión le dejó el aseo y la higiene de los buses pertenecientes a la Compañía de Transporte Transfrosur Cía. Ltda.?	5,621	80%	79%
4	¿Los materiales informativos que le entrega el personal de la Compañía, son visualmente atractivos?	4,464	64%	79%
5	¿Qué criterio tiene del estado general de los buses (incluyendo el baño) pertenecientes a la Compañía de Transporte Transfrosur Cía. Ltda.?	5,656	81%	79%

Tomado de: Encuesta aplicada a los usuarios del servicio de transporte.
Elaborado por: Autoras

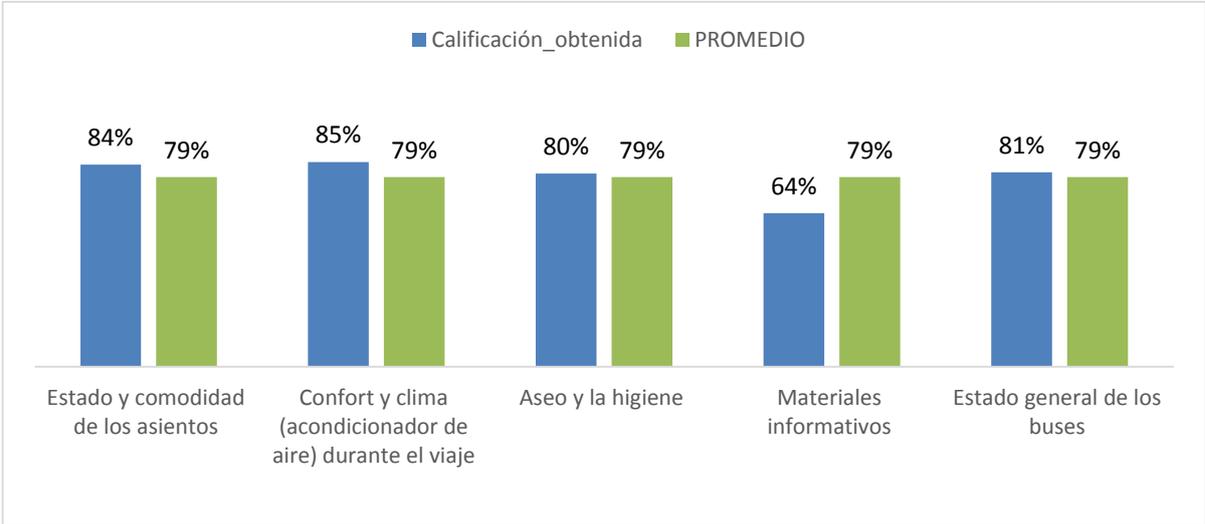


Figura 11. Bienes Tangibles
Tomado de: Encuesta aplicada a los usuarios del servicio de transporte.
Elaborado por: Autoras.

Con relación al componente de los bienes tangibles, los hallazgos obtenidos fueron: 84% de calificación para el estado y comodidad de los asientos de los buses, 85% para el confort y clima (acondicionador de aire) durante el viaje, 80% para el estado referente a la impresión

que le dejó el aseo y la higiene de los buses, el estado de materiales informativos que le entrega el personal de la Compañía obtuvo un 64%, mientras que respecto a la condición del estado general de los buses (incluyendo el baño) pertenecientes a la Compañía de Transporte Transfrosur Cía. Ltda., se obtuvo una calificación de 81%.

Por lo tanto a pesar de que la Compañía de Transporte Transfrosur Cía. Ltda., ofrece a los usuarios un servicio cómodo, ofreciendo asientos en buen estado, unidades confortables con aire acondicionado para los usuarios durante el viaje, además de la higiene y aseo de los buses para garantizar la satisfacción durante el traslado hacia el lugar de destino, se pudo evidenciar que no se ha entregado el material informativo donde los clientes pueden apreciar de forma visual las principales recomendaciones sobre el comportamiento del pasajero en el transporte, los cuidados que debe tener con relación a su equipaje, la forma correcta de actuar ante una situación, por lo tanto es el factor que genera mayor nivel de insatisfacción en el primer componente relacionado con los bienes tangibles, porque los usuarios de la compañía de transporte desconocen el procedimiento a seguir o los cuidados que deben considerar durante su viaje, por lo tanto es necesario que se tome en consideración esta condición para mejorar la calidad del servicio que actualmente se ofrece para garantizar una buena atención que aumente el número de usuarios y a la vez los ingresos de la cooperativa se incrementen.

Tabla 3. *Responsabilidad: Servicios complementarios*

#	Preguntas	Media	Calificación obtenida	Promedio
1	¿El personal de la Compañía siempre se muestra dispuesto a ayudar al pasajero?	5,456	78%	69%
2	¿El personal de la Compañía nunca está ocupado para atender al pasajero?	5,642	81%	69%
3	¿Le proporcionó algún tipo de aperitivo (café, galletas, agua) la Compañía de Transporte Transfrosur Cía. Ltda. Durante el viaje?	3,408	49%	69%

Tomado de: Encuesta aplicada a los usuarios del servicio de transporte.

Elaborado por: Autoras.

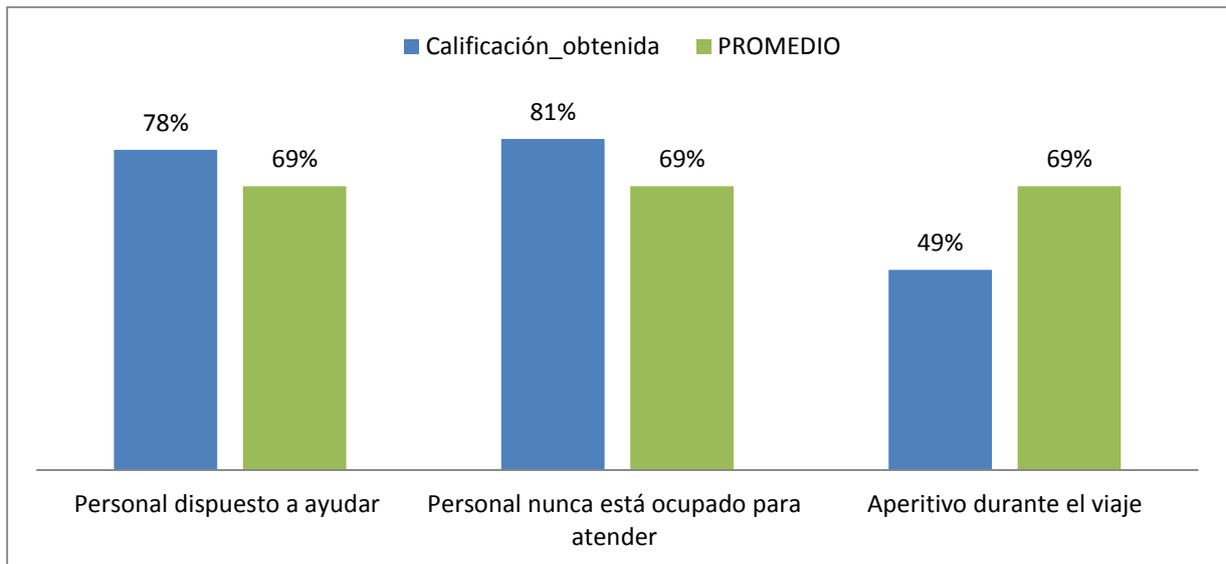


Figura 12. Responsabilidad: Servicios complementarios
 Tomado de: Encuesta aplicada a los usuarios del servicio de transporte.
 Elaborado por: Autoras.

Referente al componente de la responsabilidad donde se involucra los servicios complementarios (valor añadido), los resultados obtenidos fueron: 78% de calificación para la condición correspondiente a la disposición del personal de la compañía para ayudar al pasajero, 81% fue la calificación obtenida respecto a la atención al pasajero y 49% obtuvo la condición referente al ofrecimiento de un aperitivo (café, galletas, agua) durante el viaje.

De acuerdo a lo expresado los clientes sienten satisfacción con relación a la disponibilidad del personal para atender en sus requerimientos, sin embargo el estado de menos satisfacción se debe a que la Compañía de Transporte Transfrosur Cía. Ltda., actualmente no ofrece un aperitivo que sea del agrado de los usuarios de las unidades, por lo tanto se debe considerar esta situación para proponer que la cooperativa considere la opción de ofrecer un break para que los pasajeros, considerando que el viaje que realizan puede durar entre cinco a seis horas, con lo que se busca aportar con un valor añadido además de garantizar el servicio de transporte confiable y seguro.

Tabla 4. Empatía

#	Preguntas	Media	Calificación obtenida	Promedio
1	¿Cómo percibió la cortesía de los choferes y ayudantes (cobradores) de los buses pertenecientes a la Compañía de Transporte Transfosur Cía. Ltda.?	5,864	84%	83%
2	¿Cómo percibió la cortesía del personal que cobra los pasajes en la oficina perteneciente a la Compañía de Transporte Transfosur Cía. Ltda.?	5,931	85%	83%
3	¿Percibe que el personal de la Compañía se preocupe por satisfacer sus necesidades?	5,744	82%	83%
4	¿Percibe que el personal de la Compañía le ofrece atención individual?	5,816	83%	83%

Tomado de: Encuesta aplicada a los usuarios del servicio de transporte.

Elaborado por: Autoras.

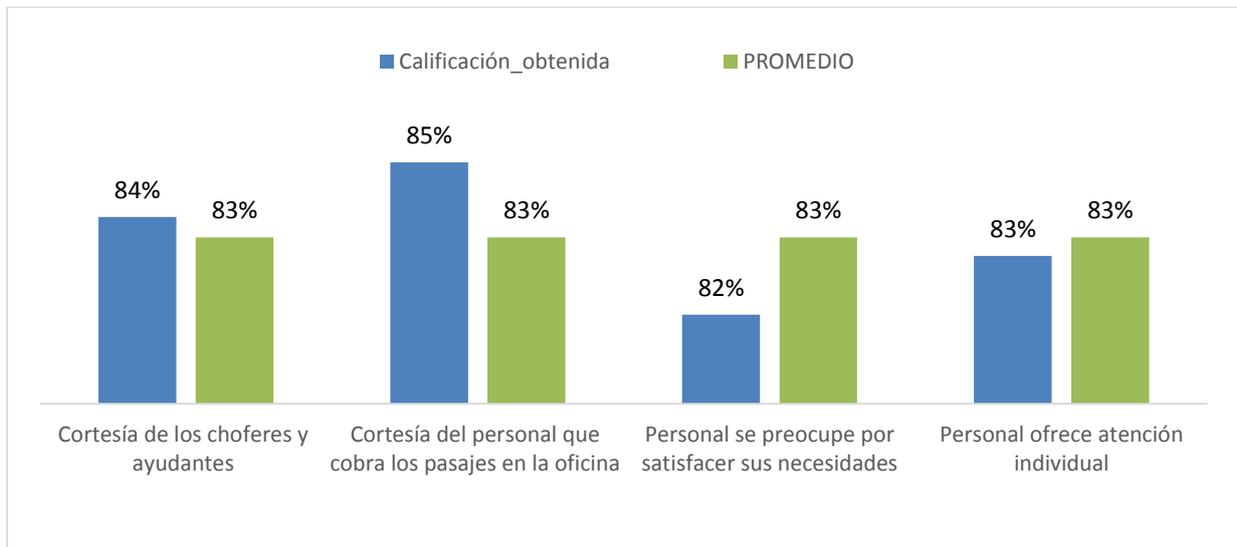


Figura 13. Empatía

Tomado de: Encuesta aplicada a los usuarios del servicio de transporte.

Elaborado por: Autoras.

Con relación al componente de los bienes tangibles, los hallazgos obtenidos fueron: 84% de calificación acerca de la cortesía de los choferes y ayudantes (cobradores) de los buses, 85% para el estado de la cortesía del personal que cobra los pasajes en la oficina, 82% correspondiente a la preocupación del personal de la Compañía por satisfacer las necesidades de los usuarios de los buses de transporte, referente a la situación referente a la atención que los colaboradores ofrecen de forma individual.

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede evidenciar que la condición que recibió una calificación de menor porcentaje es la correspondiente a la percepción de los clientes con

relación a la preocupación que demuestran los colaboradores de la Compañía de Transporte Transfrosur Cía. Ltda., para satisfacer las necesidades de los pasajeros, siendo la empatía del personal hacia los clientes un problema en ciertos casos, ocasionando que el usuario del servicio pierda la confianza y se genere insatisfacción, siendo necesaria la capacitación del personal a fin de asegurar que se logre cumplir de manera acertada con las peticiones, necesidades y requerimientos del cliente generando empatía para lograr el éxito de la empresa.

Tabla 5. Seguridad

#	Preguntas	Media	Calificación obtenida	Promedio
1	¿El comportamiento de los empleados le inspira confianza?	6,003	86%	86%
2	¿Cómo percibió la seguridad física (control de asaltos mediante sistemas de alarmas electrónicas) durante el transporte desde y hacia Huaquillas?	5,947	85%	86%
3	¿Cómo se siente con la seguridad de su equipaje durante el transporte desde y hacia Huaquillas?	6,016	86%	86%
4	¿Cómo percibió la seguridad vial (respeto a las leyes de tránsito por parte del chófer) durante el transporte desde y hacia Huaquillas?	6,088	87%	86%

Tomado de: Encuesta aplicada a los usuarios del servicio de transporte.
Elaborado por: Autoras.

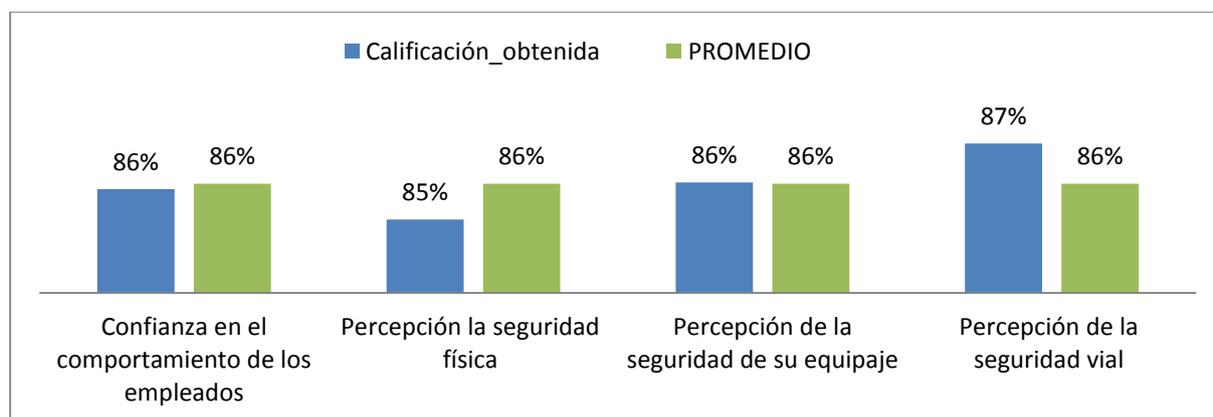


Figura 14. Seguridad

Tomado de: Encuesta aplicada a los usuarios del servicio de transporte.
Elaborado por: Autoras.

Concerniente al componente de la seguridad que los clientes han experimentado al solicitar el servicio de transporte, se han obtenido los siguientes resultados: 86% de calificación para la confianza que los colaboradores le inspiran al usuario, 85% recibió la percepción de la seguridad física durante el transporte desde y hacia Huaquillas, 86% referente a la condición de

la seguridad de su equipaje y 87% la situación de la percepción de la seguridad vial (respeto a las leyes de tránsito por parte del chófer) durante el transporte desde y hacia Huaquillas.

La información obtenida permite determinar que la condición que obtuvo menor porcentaje se refiere a la percepción de los clientes con relación a la seguridad física, donde se involucra el control de asaltos mediante la aplicación de sistemas de alarmas electrónicas dentro del transporte para las rutas desde y hacia Huaquillas, sin embargo los resultados se encuentran por encima del 80% en todas las condiciones del componente, por lo tanto la

Compañía de Transporte Transfrosur Cía. Ltda., ha demostrado preocupación por la seguridad física, de su equipaje y la seguridad vial, ya que cumple con las disposiciones legales como la colocación del Kit de seguridad que estuvo a cargo de la Agencia Nacional de Tránsito (ANT) y la capacitación a los choferes para asegurar que realicen su trabajo de forma adecuada evitando los accidentes de tránsito.

Tabla 6. *Confiabilidad*

#	Preguntas	Media	Calificación obtenida	Promedio
1	¿Cumple la empresa, la promesa de beneficiar a los clientes?	5,576	80%	71%
2	¿Qué opinión le merece la capacidad de respuesta de la Compañía de Transporte Transfrosur Cía. Ltda.?	2,108	30%	71%
3	¿Qué opina acerca de la comunicación e información proporcionada por el personal?	5,509	79%	71%
4	¿El personal de la Compañía le ofrece un servicio eficiente desde la primera vez?	5,872	84%	71%
5	¿Mostró sincera preocupación el personal de la Compañía por resolver las quejas de los clientes?	5,728	82%	71%

Tomado de: Encuesta aplicada a los usuarios del servicio de transporte.
Elaborado por: Autoras.

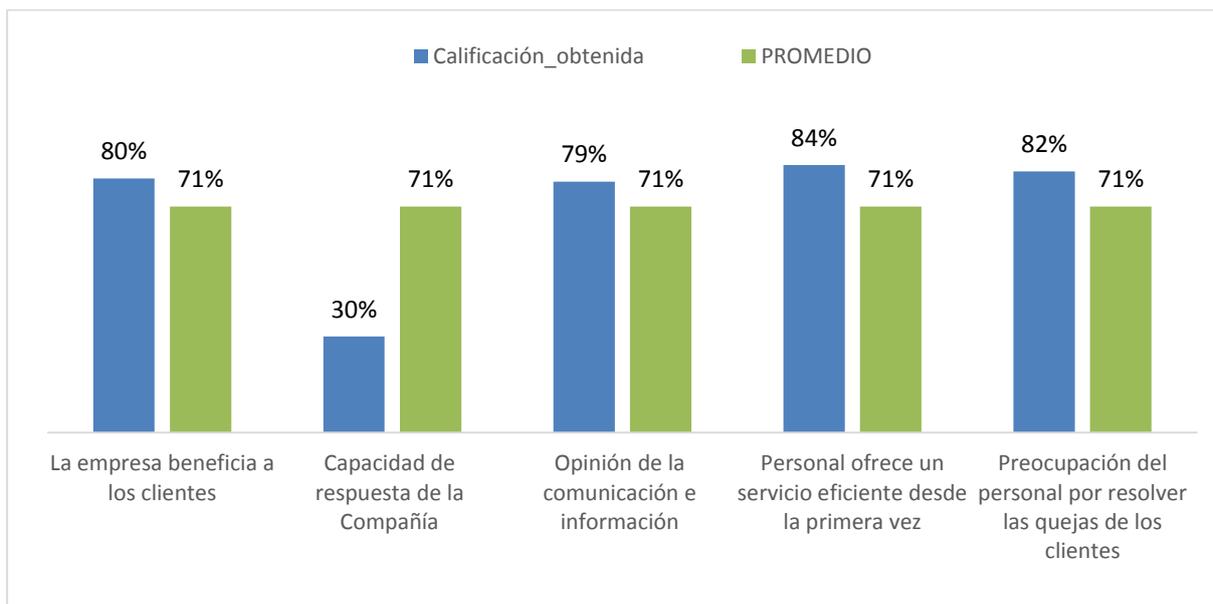


Figura 15. Confiabilidad
 Tomado de: Encuesta aplicada a los usuarios del servicio de transporte.
 Elaborado por: Autoras.

Con relación al último componente correspondiente a la confiabilidad se obtiene que los clientes señalan un 80% de satisfacción con el cumplimiento de las promesas de la empresa de beneficiar a los clientes, el estado referente a la capacidad de respuesta de la Compañía de Transporte Transfrosur Cía. Ltda., se calificó con 30%, la comunicación e información proporcionada por el personal 79%, el servicio que ofrece el personal de la Compañía desde la primera vez 84% y el nivel de preocupación de los colaboradores por resolver las quejas de los clientes con 82%.

Los resultados evidencian el estado referente a la capacidad de respuesta de la Compañía de Transporte Transfrosur Cía. Ltda., como el indicador que menor puntuación recibió, evidenciándose un problema que ha ocasionado la insatisfacción del personal, por la falta de buses generando demoras en la salida de los mismos, debiendo modificarse los turnos que son atrasados y los usuarios consideran que este problema se puede solucionar si la compañía adquiere más buses, por lo tanto se ha considerado esta alternativa como una forma para solucionar este inconveniente y mejorar el servicio que actualmente se ofrece.

3.5.2. Discusión de los Resultados

Al analizar los resultados de la investigación de campo efectuada con base en la aplicación del modelo SERVQUAL que se llevó a cabo mediante el uso de la escala multidimensional de la técnica en mención, formulada a los pasajeros que se transportan de manera cotidiana por medio de las furgonetas de la Compañía de Transporte Transfrosur Cía. Ltda., se obtuvo algunos resultados de los componentes evaluados, considerando la siguiente escala:

Tabla 7. *Escala Multidimensional SERVQUAL.*

Parámetros	Total desacuerdo	En desacuerdo	Parcial desacuerdo	Aceptable	Parcial de acuerdo	De acuerdo	Total de acuerdo
Calificación	1	2	3	4	5	6	7
Porcentaje	0%-10%	10%-25%	20%-45%	35%-65%	55%-69%	70%-84%	85%-100%

Tomado de: Modelo SERVQUAL.

Elaborado por: Autoras.

La Compañía de Transporte Transfrosur Cía. Ltda. no está entregando los materiales informativos a los pasajeros, ni en la cantidad ni con la calidad apropiada, inclusive esta cláusula fue la que obtuvo la menor calificación de aceptabilidad (por debajo de los 70 puntos porcentuales) en el componente de los bienes tangibles, esta situación puede influir en la desinformación del usuario acerca de los aspectos más relevantes del servicio de transporte que ofrece esta cooperativa.

Otro de los hallazgos que se pudo evidenciar fue que la Compañía de Transporte Transfrosur Cía. Ltda. no ha ofrecido a los pasajeros los aperitivos que pueden complementar la satisfacción de los usuarios durante el viaje, lo que constituye una problemática a considerar porque los clientes viajan por más de 4 horas desde Guayaquil hasta la ciudad de Huaquillas y durante este lapso de tiempo no consumen ningún tipo de alimento o bebida, porque el chofer de la furgoneta tiene la orden de no parar durante el trayecto por razones de seguridad, salvo en el caso de petición del cliente por motivo de las necesidades fisiológicas, siendo esta la principal debilidad del componente de la responsabilidad, con un 51% de insatisfacción.

En el componente de la empatía no se observó puntos débiles, porque todos se encuentran por encima del 70% de aceptabilidad establecido por el método escogido que en este caso fue la escala multidimensional del modelo SERVQUAL, por lo tanto, se comprueba un buen nivel de empatía del personal de la compañía de transporte de acuerdo a la percepción del cliente.

De igual manera, la calificación de aceptabilidad de las cláusulas del componente de la seguridad, también se encuentran por encima del nivel de aceptabilidad del 70%, es decir, que los pasajeros se sienten seguros al transportarse en las furgonetas de la Compañía de Transporte Transfrosur Cía. Ltda., tanto en el aspecto vial como en el ámbito físico, sobretodo porque no paralizan su recorrido durante el viaje, sino que van directamente desde Guayaquil a Huaquillas, a diferencia de las cooperativas de transporte ubicadas en el Terminal Terrestre, que llegan hacia Machala y de allí hay que trasladarse a través de otro medio de transporte, además que paran para coger pasajeros durante su trayecto.

El último componente evaluado con base en el modelo SERVQUAL fue la confiabilidad, observándose que los pasajeros de la Compañía de Transporte Transfrosur Cía. Ltda. se sienten insatisfechos con la demora de las furgonetas, porque salen con una frecuencia de una hora o más, dependiendo si existen atrasos o no de estos vehículos, representando ello la principal insatisfacción del cliente, obteniendo solo 30% de satisfacción.

En consecuencia, la baja capacidad de respuesta experimentada por los usuarios del servicio de transporte que ofrece la Compañía de Transporte Transfrosur Cía. Ltda., es la principal debilidad del servicio, por lo tanto se recomienda a los directivos de esta empresa que realicen un esfuerzo para conseguir mayor cantidad de unidades, para minimizar la frecuencia de salida de cada una de ellas y mejorar la satisfacción del cliente que desea que se reduzca el tiempo en la atención, observando además las restantes causas de insatisfacción de los clientes para darle solución.

3.6. Análisis Financiero

El sector económico de las Compañías de Transporte Terrestre representa uno de los más relevantes dentro de este sector, en conjunto con el de las Cooperativas de Transporte,

quienes además de suplir necesidades de movilización de la población, también generan fuentes de trabajo y riquezas para los emprendedores.

Se destacó entre los principales indicadores financieros reportados en las compañías de transporte por parte del organismo de control (Superintendencia de Compañías, 2015), la liquidez, el endeudamiento, apalancamiento, rentabilidad, rotación de cartera, de ventas y de activos, entre los de mayor relevancia para el análisis financiero planteado en este estudio.

Las compañías de transporte terrestre realizan inversiones, no solo en vehículos automotrices, sino también en repuestos, partes y piezas, como es el caso de llantas, lubricantes, aditivos y demás accesorios, así como también invierten en infraestructura y en gastos operativos para mantenerse en funcionamiento, por este motivo, a través del análisis de indicadores financieros se puede determinar su evolución en el mercado, por esta razón se ha realizado un análisis general de la variación de estos criterios considerando el promedio general versus lo obtenido por la compañía TRANSFROSUR Cía. Ltda.

Se realizó la revisión bibliográfica tomando los datos de la Superintendencia de Compañías, de donde se pudo obtener los principales ratios financieros de estas entidades que pertenecen al sector privado y que son reguladas por este organismo de control, donde se tomó la totalidad de las compañías dedicadas a esta actividad las cuales suman 5490 CIAS, para la realización del análisis comparativo del promedio de estos indicadores en el sector de transporte durante el periodo 2011 – 2015 en la tabla siguiente:

Tabla 8. Análisis de ratios financieros del sector de transporte terrestre desde Guayaquil – Machala – Huaquillas y viceversa. Periodos 2011 – 2015.

Años	2 011	2 012	2 013	2 014	2015
Liquidez Corriente	17,2946	17,3548	25,2307	37,7518	24,4015
Prueba Ácida	17,2374	17,2807	20,2709	37,5955	23,0924
Endeudamiento Activo	0,5944	0,5667	0,5649	6,9339	2,1836
Endeudamiento Activo fijo neto	138,9951	83,4982	194,4165	448,8859	216,4425
Rotación Ventas	3,0877	3,2883	3,3314	3,9724	3,4145
Impacto Gastos amín. Ventas	2,4099	101,9445	6,3986	1,3919	28,0564

Fuente: Superintendencia de Compañías (2015).
Elaborado por: Autoras.

Los resultados obtenidos evidencian un crecimiento de la liquidez en el sector económico representado por las compañías de transporte, el cual va desde 17 hasta 38 puntos en el periodo 2011 al 2015, es decir, que se duplica la cifra, indicando que en términos generales estas empresas fortalecieron sus finanzas al contar con mayor cantidad de activos corrientes para hacer frente a las obligaciones contraídas.

También hay una evolución positiva del endeudamiento con base en la relación del patrimonio, a pesar que se incrementó en el 2012 fue descendiendo en los años 2013, 2014 y 2015, mientras que el endeudamiento del activo fijo en cambio se incrementó desde 139 hasta 449 puntos, evidenciando que cada vez fueron mayores los requerimientos de crédito en activos fijos por parte de las compañías de transporte terrestre.

Las estadísticas evidencian también que estas compañías no obtuvieron una rentabilidad adecuada, en ese periodo de tiempo, a pesar que en los años 2013, 2014 y 2015 se levantaron en algo de su situación anómala en el 2011 y 2012, pero no con una variación significativa de la rentabilidad de estas entidades.

La rotación de ventas de las compañías de transporte tuvo también una evolución positiva, evidenciando que cada año crecieron los ingresos por ventas de estas organizaciones, aunque su crecimiento no fue considerable, sin embargo, se registró una evolución al alza en este indicador a partir del 2011 hasta el 2015.

Bajo similares lineamientos se realizó el análisis de los ratios financieros de la compañía TRANSFROSUR Cía. Ltda., que ofrece el servicio de transporte terrestre a los pasajeros que se desplazan de Guayaquil a Huaquillas y viceversa, durante el periodo 2011 al 2015 en que fueron examinados estos indicadores a nivel de las compañías de transporte terrestre en el general, según se observa en el cuadro siguiente:

Tabla 9. *Análisis de ratios financieros de la compañía TURISFROSUR. CIA LTDA.*
Periodo 2011 – 2015.

Años	2 011	2 012	2 013	2 014	2015
Liquidez Corriente	10,8131	0,0018	0,0628	0,5716	2,8507
Prueba Ácida	10,8131	0,0018	0,0628	0,5716	2,8724
Endeudamiento Activo	0,9947	0,6605	0,6127	0,9803	0,8215
Endeudamiento Activo fijo neto	0,0054	0,3399	0,4027	0,0218	60,4112
Rotación Ventas	0,7357	0,7335	0,946	0,8283	60,4334
Impacto Gastos adm ventas	0,8621	0,9841	0,5917	0,7423	60,4235

Fuente: Superintendencia de Compañías (2015).

Elaborado por: Autoras.

Los resultados obtenidos evidencian una disminución de la liquidez en la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda., el cual va desde 10 hasta 0,6 puntos en el periodo 2011 al 2015, es decir, que anualmente se debilitó el activo corriente de esta compañía, contrario a lo apreciado en el sector de compañías de transporte terrestre, donde en promedio se duplicó este indicador en el mismo lapso de tiempo.

Sin embargo, los resultados de la evolución de los indicadores de endeudamiento de la compañía en estudio, coincidieron con los del promedio general del sector, que también obtuvieron una evolución positiva con base en la relación del patrimonio, mientras que en el activo fijo neto se presenta un descenso, opuesto al crecimiento de este criterio en el sector económico donde se encuentra TRANSFROSUR Cía. Ltda., significando que esta entidad no se endeudó tanto en el periodo 2011 – 2014, motivada por la limitada liquidez.

Los indicadores de rentabilidad neta y financiera evidenciaron un leve crecimiento de la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. en el periodo 2011 – 2015, que fue mejor que lo registrado por este sector económico, a pesar de ello, estos incrementos fueron mínimos con relación a lo esperado por sus directivos.

Análisis comparativo

Se procedido a realizar un análisis comparativo de los promedios de la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. y el sector de transporte terrestre que va desde Guayaquil – Machala – Huaquillas valores que se han registrado en la siguiente tabla:

Tabla 10. Análisis comparativo entre la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. y el sector de transporte terrestre que va desde Guayaquil – Machala – Huaquillas. Periodo 2011 – 2015.

AÑOS	Liquidez corriente	Prueba acida	Endeudamiento activo	Endeudamiento activo fijo neto	Rotación ventas	Impacto gastos adm ventas
Promedio Sector 2011-2015	24,41	23,10	2,17	216,45	3,42	28,04
Promedio TRANSFROSUR 2011-2015	2,86	2,86	0,81	60,42	60,42	60,42

Se puede apreciar que los principales indicadores financieros son superiores en el sector de transporte terrestre que en la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda., sin embargo, para demostrar esta aseveración, se ha realizado un análisis comparativo considerando cada uno de los criterios por separado.

Con relación al indicador de liquidez corriente, se ha efectuado un análisis comparativo entre la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. y el sector de la transportación terrestre que va desde Guayaquil – Machala – Huaquillas y viceversa, identificándose los siguientes hallazgos en el esquema que se presenta seguido:

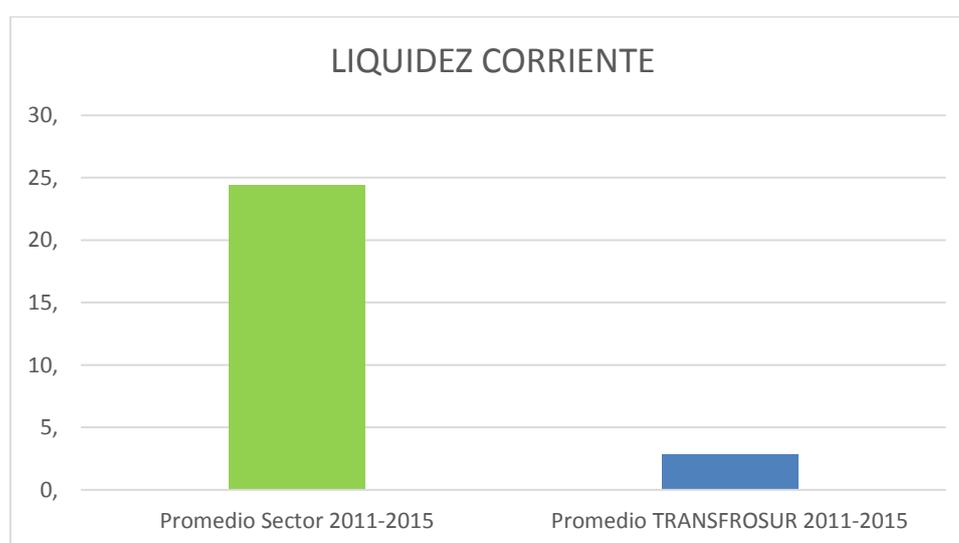


Figura 16. Análisis de liquidez corriente entre la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. y el sector de transporte terrestre de la ruta Guayaquil – Machala – Huaquillas. Periodo 2011 – 2015.

Fuente: Superintendencia de Compañías (2015).

Elaborado por: Autoras.

El promedio de liquidez corriente de la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. Se encuentra por debajo del promedio del sector, lo que es un indicativo de que esta empresa necesita potencializar sus ingresos para mejorar su situación financiera, justificando el fortalecimiento de la calidad de servicio al cliente.

Con relación al indicador de prueba acida, se ha efectuado la analogía entre la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. Con el sector de la transportación terrestre que va desde Guayaquil – Machala – Huaquillas y viceversa, identificándose los siguientes hallazgos:

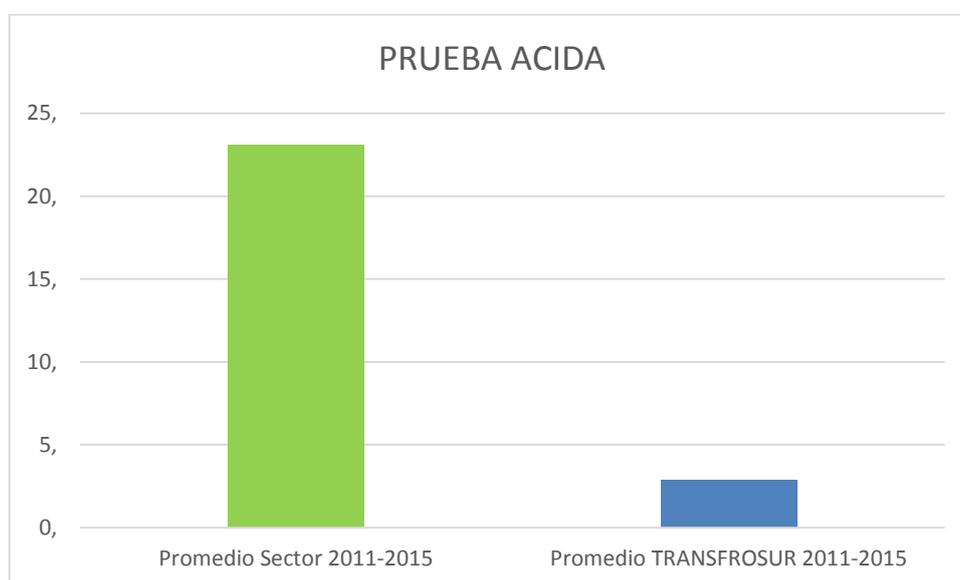


Figura 17. Análisis de prueba acida entre la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. y el sector de transporte terrestre de la ruta Guayaquil – Machala – Huaquillas. Periodo 2011 – 2015.
Fuente: Superintendencia de Compañías (2015).
Elaborado por: Autoras.

El promedio de prueba ácida de la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. Se encuentra por debajo del promedio del sector, lo que representa un indicativo de que la empresa requiere mejorar su capacidad económica para cancelar sus obligaciones corrientes, justificando la necesidad de medir el nivel de satisfacción del cliente para la toma de decisiones que conduzca a la mejor continua.

Con relación al indicador de endeudamiento activo, se ha efectuado un análisis comparativo entre la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. y el sector de la transportación terrestre que va desde Guayaquil – Machala – Huaquillas y viceversa, identificándose los siguientes hallazgos en el esquema que se presenta seguido:

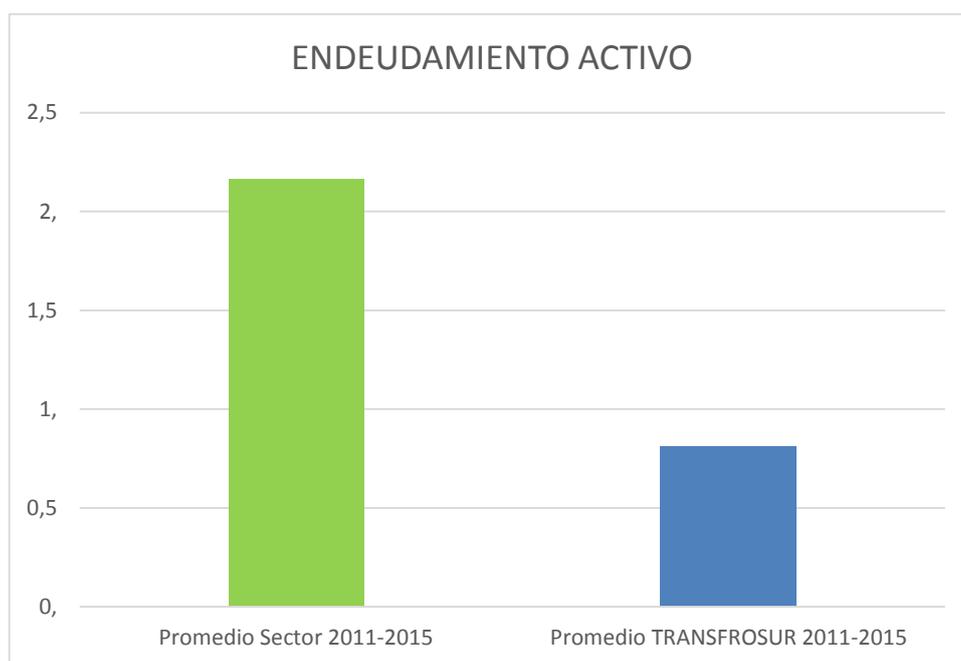


Figura 18. Análisis de endeudamiento activo entre la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. y el sector de transporte terrestre de la ruta Guayaquil – Machala – Huaquillas. Periodo 2011 – 2015.

Fuente: Superintendencia de Compañías (2015).

Elaborado por: Autoras.

El promedio de endeudamiento activo de la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. se encuentra por debajo del promedio del sector, lo que representa un indicativo de que la proporción en que participan los acreedores sobre el valor total es menor en la empresa, debido a que por ser su liquidez más baja que la del sector, entonces las líneas de crédito son menos accesibles.

Con relación al indicador de endeudamiento activo fijo neto, se ha efectuado un análisis comparativo entre la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. y el sector de la transportación terrestre que va desde Guayaquil – Machala – Huaquillas y viceversa, identificándose los siguientes hallazgos en el esquema que se presenta seguido:

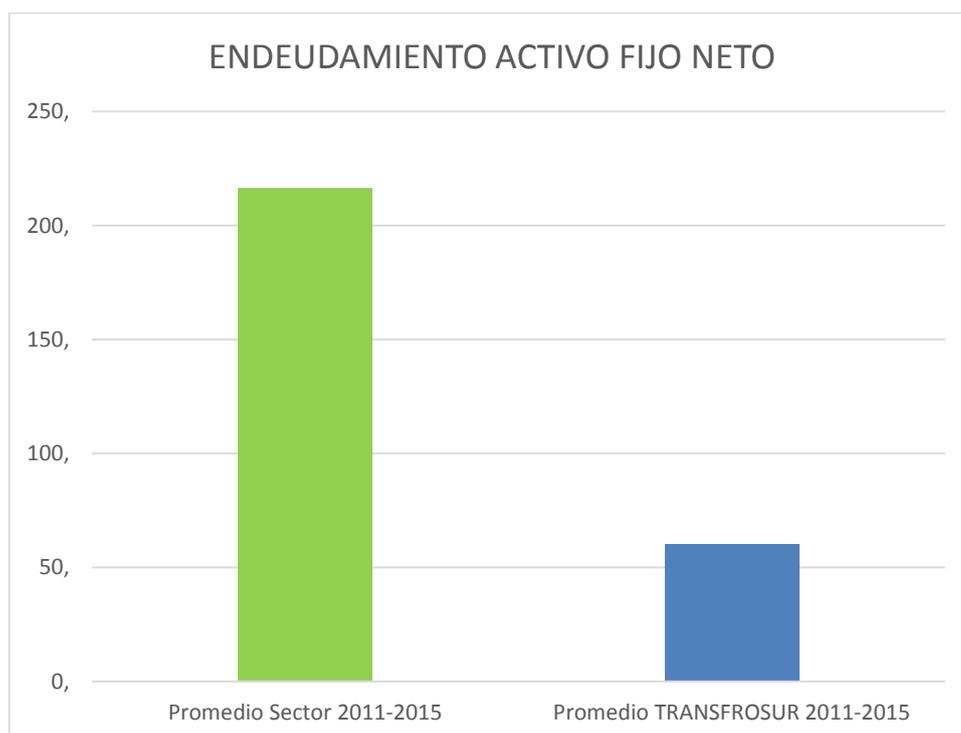


Figura 19. Análisis de endeudamiento activo fijo neto entre la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. y el sector de transporte terrestre de la ruta Guayaquil – Machala – Huaquillas. Periodo 2011 – 2015. Fuente: Superintendencia de Compañías (2015). Elaborado por: Autoras.

El promedio de endeudamiento activo fijo neto de la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. Se encuentra por debajo del promedio del sector, lo que representa un indicativo de que la empresa requiere mejorar su capacidad de autofinanciarse sin necesidad de préstamos monetarios ajenos a la compañía, porque las líneas de crédito son menos accesibles para este sector.

Con relación al indicador de rotación ventas, se ha efectuado un análisis comparativo entre la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. y el sector de la transportación terrestre que va desde Guayaquil – Machala – Huaquillas y viceversa, identificándose los siguientes hallazgos en el esquema que se presenta seguido:

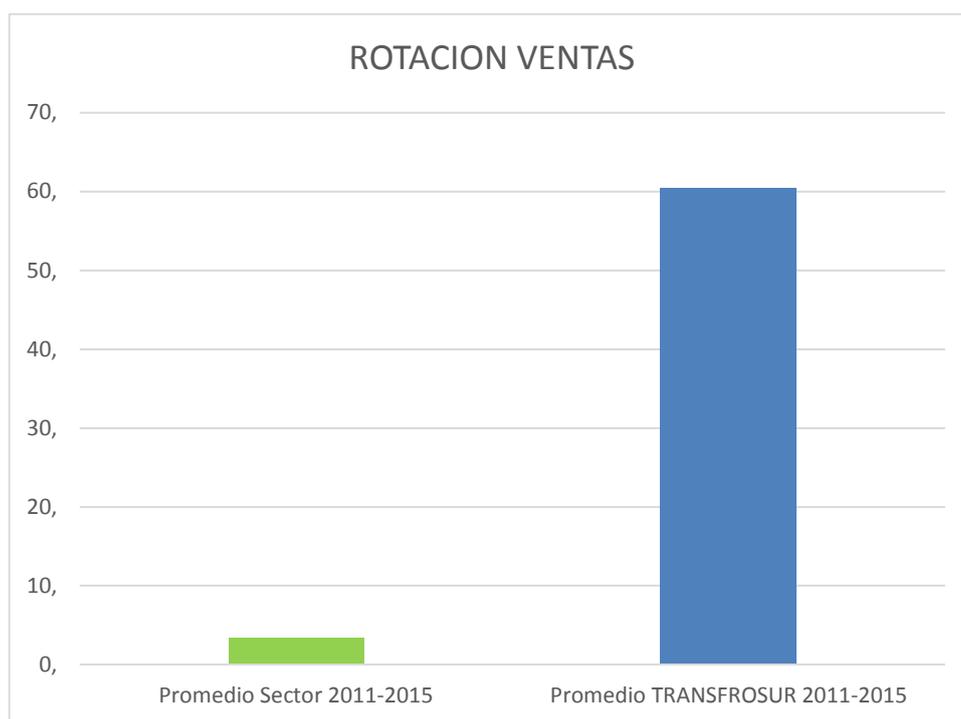


Figura 20. Análisis de rotación ventas entre la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. y el sector de transporte terrestre de la ruta Guayaquil – Machala – Huaquillas. Periodo 2011 – 2015.
Fuente: Superintendencia de Compañías (2015).
Elaborado por: Autoras.

El promedio de rotación ventas de la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. Se encuentra por encima del promedio del sector, lo que representa un indicativo de que por ser menor el promedio de activos en la empresa en estudio, entonces es más factible que los ingresos por ventas superen este monto.

Con relación al indicador de impacto de gastos administrativos, se ha efectuado un análisis comparativo entre la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. Y el sector de la transportación terrestre que va desde Guayaquil – Machala – Huaquillas y viceversa, identificándose los siguientes hallazgos en el esquema que se presenta seguido:

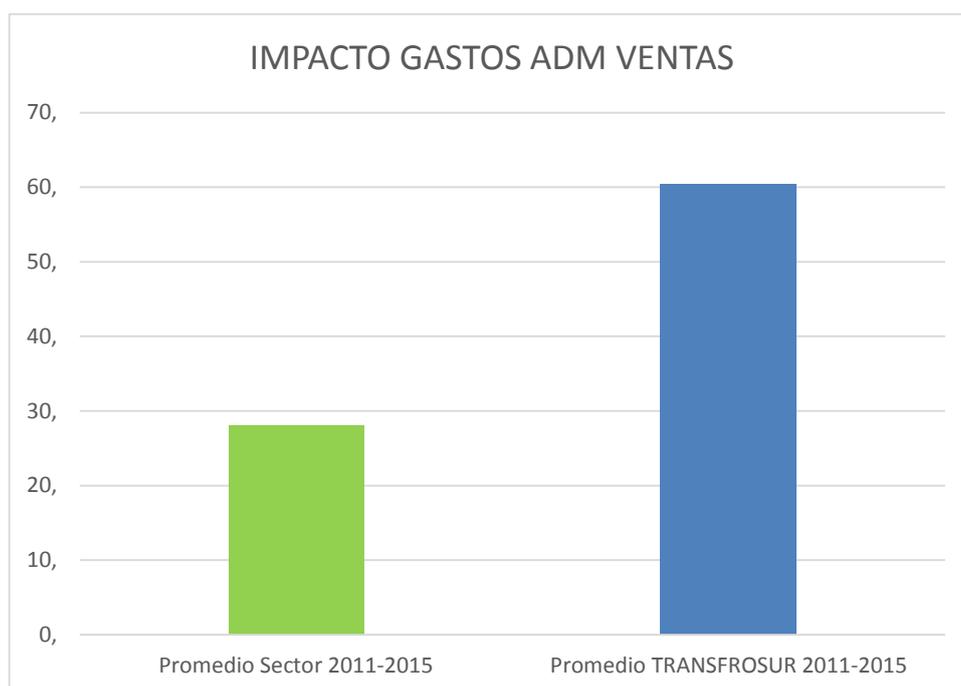


Figura 21. Análisis de impacto de gastos administrativos entre la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. Y el sector de transporte terrestre de la ruta Guayaquil – Machala – Huaquillas. Periodo 2011 – 2015. Fuente: Superintendencia de Compañías (2015). Elaborado por: Autoras.

El promedio de impacto de gastos administrativos de la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. Es mayor al del sector, lo que significa que la empresa en estudio tiene un gasto en administración mayor al promedio, que es un indicativo de la necesidad de la mejora continua para reducir los costos y gastos en esta entidad.

Rentabilidad

Con relación al indicador de rentabilidad neta de activa, se ha efectuado un análisis comparativo entre la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. y el sector de la transportación terrestre que va desde Guayaquil – Machala – Huaquillas y viceversa, identificándose los siguientes hallazgos en la figura a continuación:

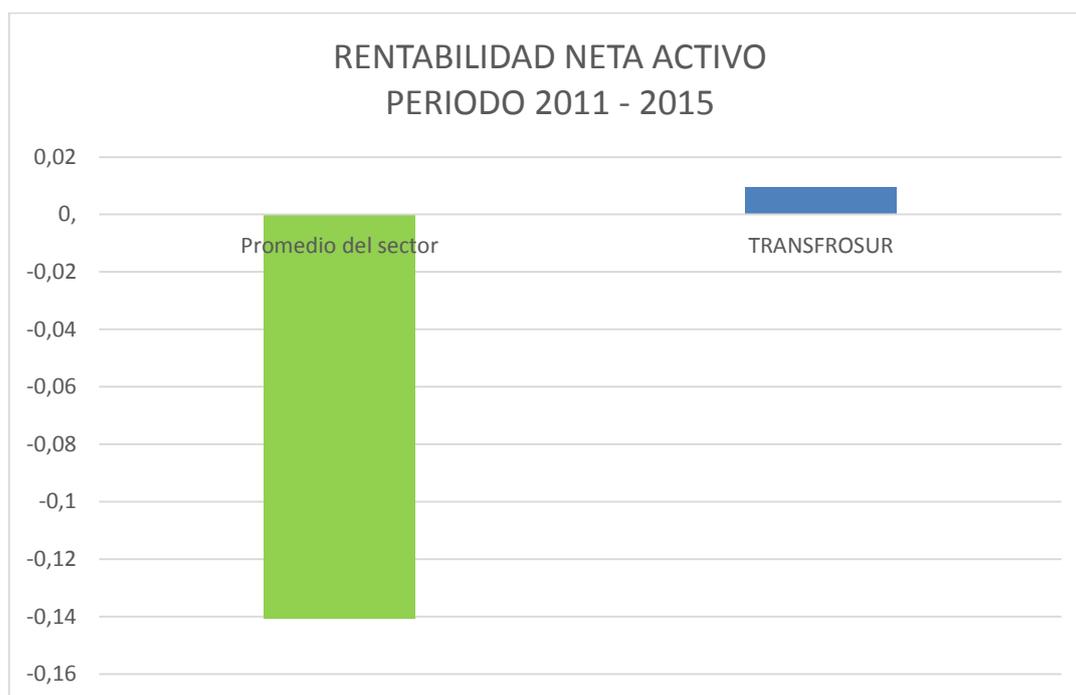


Figura 22. Análisis de Rentabilidad Neta Activa entre la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. y el sector de transporte terrestre de la ruta Guayaquil – Machala – Huaquillas. Periodo 2011 – 2015. Fuente: Superintendencia de Compañías (2015). Elaborado por: Autoras.

El promedio de rentabilidad neta activa de la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. Es mayor a la del sector, lo que significa que la empresa en estudio tiene una rentabilidad neta activa mayor al promedio, sin embargo, ambas rentabilidades son muy bajas, lo que puede ser un reflejo de la crisis económica y recesión que se ha vivido en los últimos años en el Ecuador.

(Guerrero, 2010), indica que “la rentabilidad es una forma de medir los beneficios que la empresa puede generar por lo cual es un indicador importante para la toma de decisiones de manera lógica, según la situación financiera de la organización”.

Con relación al indicador de rentabilidad operativa, se ha efectuado un análisis comparativo entre la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. y el sector de la transportación terrestre que va desde Guayaquil – Machala – Huaquillas y viceversa, identificándose los siguientes hallazgos en la figura a continuación:



Figura 23. Análisis de Rentabilidad operativa patrimonio entre la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. Y el sector de transporte terrestre de la ruta Guayaquil – Machala – Huaquillas. Periodo 2011 – 2015. Fuente: Superintendencia de Compañías (2015). Elaborado por: Autoras.

El promedio de rentabilidad operativa de la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. Es menor a la del sector, lo que significa que la empresa en estudio tiene una rentabilidad operativa menor al promedio, significando que los gastos operativos de la empresa en estudio son muy altos, lo que reduce sus utilidades operativas.

Con relación al indicador de rentabilidad financiera, se ha efectuado un análisis comparativo entre la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. Y el sector de la transportación terrestre que va desde Guayaquil – Machala – Huaquillas y viceversa, identificándose los siguientes hallazgos en la figura a continuación:

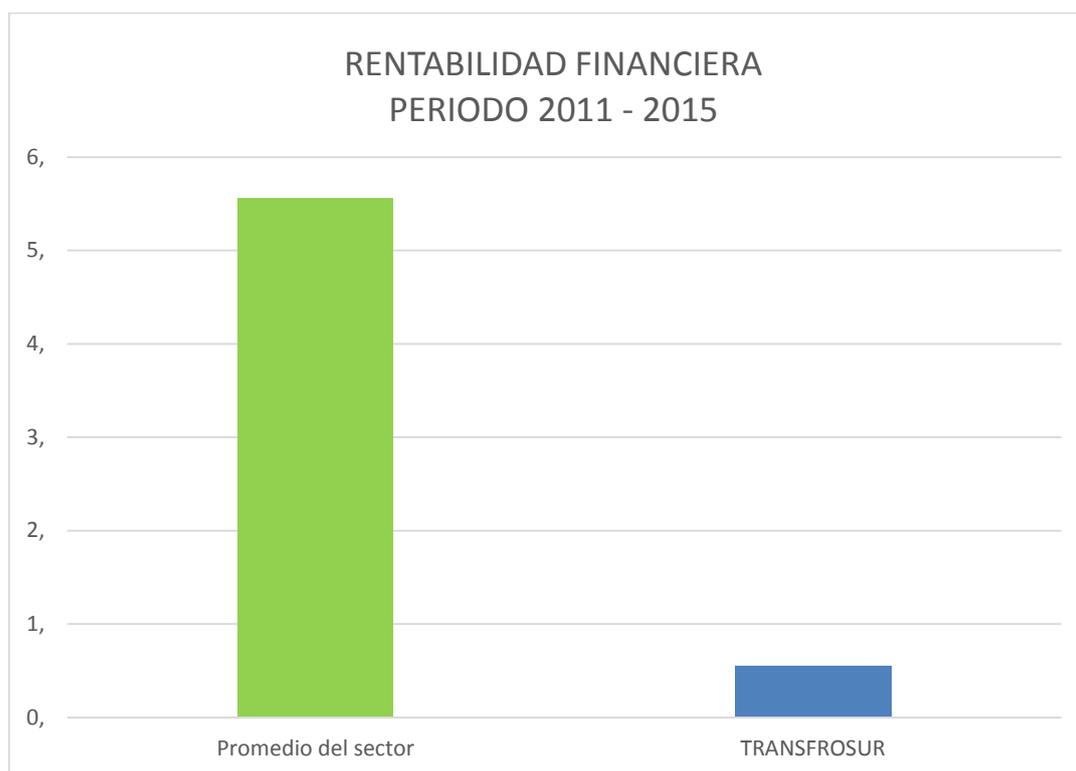


Figura 24. Análisis de Rentabilidad financiera entre la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. Y el sector de transporte terrestre de la ruta Guayaquil – Machala – Huaquillas. Periodo 2011 – 2015.

Fuente: Superintendencia de Compañías (2015).

Elaborado por: Autoras.

El promedio de rentabilidad financiera de la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda. Es menor a la del sector, lo que significa que la empresa en estudio tiene una rentabilidad financiera menor al promedio, significando que los gastos financieros de la empresa en estudio fueron elevados, a pesar de las pocas inversiones que ha realizado con relación a las compañías del sector.

3.7. Análisis FODA

En el siguiente cuadro se presenta el análisis de los ambientes, tanto en el ámbito interno como externo, elaborando en primer lugar la matriz de factor externos (MEFE), para proseguir con la evaluación de los factores internos (MEFI) y culminar con la estructuración de la matriz general denominada FODA.

Tabla 11. *Matriz MEFE*

Factores determinantes de éxito	Peso	Valor	Ponderación
Oportunidades			
Facilidades que otorgan los proveedores para la compra de furgonetas	15%	8	1,20
Vehículos con mayor capacidad de pasajeros	15%	8	1,20
Desarrollo de las telecomunicaciones	15%	8	1,20
Crecimiento poblacional	20%	9	1,80
Estilos de vida de la población	15%	9	1,35
Aumento de demanda de pasajeros por turismo hacia Machala y Huaquillas	20%	9	1,80
Subtotal			7,55
Amenazas			
Ley de Tránsito y Transporte Terrestre incrementó multas por concepto de infracciones de tránsito	15%	5	0,75
Vías (carreteras) en mal estado	15%	5	0,75
Imprudencia de conductores que circulan por las carreteras	15%	3	0,45
Incremento de los costos de los repuestos (piezas y partes) adquiridas vía importación y de los servicios de mantenimiento mecánicos automotriz	20%	3	0,60
Competidores (Cooperativas de Transporte)	15%	3	0,45
Congestionamiento vehicular en lugar de paraderos de vehículos en Guayaquil	20%	5	1,00
Subtotal			4,00

Tomado de: Análisis externo.

Elaborado por: Autoras.

Tabla 12. *Matriz MEFI*

Factores determinantes de éxito	Peso	Valor	Ponderación
Fortalezas			
Aprovechamiento de la tecnología ofreciendo algunos servicios a la clientela	15%	8	1,20
Rastreo satelital en todas las unidades	15%	8	1,20
Buen estado de los vehículos	20%	9	1,80
Confort en el interior de los vehículos (acondicionadores de aire)	15%	9	1,35
Cumplimiento de requisitos legales	20%	9	1,80
Vehículos con cámaras de seguridad incorporadas (para control de la delincuencia)	15%	8	1,20
Subtotal			7,55
Debilidades			
Personal no capacitado en servicio al cliente	15%	3	0,45
Tiempo de espera entre cada viaje por las limitaciones de unidades	15%	3	0,45
Limitada difusión y promoción del servicio	20%	5	1,00
Capacidad financiera limitada con bajo nivel de rentabilidad y liquidez en el periodo 2011 – 2015	15%	3	0,45
No se ha suscrito convenios con hoteles, agencias de viaje u otros componentes del servicio turístico	20%	5	1,00
No se han suscrito alianzas con los proveedores de la empresa	15%	5	0,75
Subtotal			4,10

Tomado de: Análisis interno.

Elaborado por: Autoras.

Tabla 13. *Matriz FODA.*

Visión – Misión – Valores		
	<p style="text-align: center;">Fortalezas: F</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprovechamiento de la tecnología ofreciendo algunos servicios a la clientela • Buen estado de los vehículos • Confort en el interior de los vehículos (acondicionadores de aire) • Cumplimiento de requisitos legales • Vehículos con cámaras de seguridad incorporadas (para control de la delincuencia) 	<p style="text-align: center;">Debilidades: D</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiempo de espera entre cada viaje por las limitaciones de unidades • Limitada difusión y promoción del servicio • Capacidad financiera limitada con bajo nivel de rentabilidad y liquidez en el periodo 2011 – 2015
<p style="text-align: center;">Oportunidades: O</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facilidades que otorgan los proveedores para la compra de furgonetas • Vehículos con rastreo satelital • Desarrollo de las telecomunicaciones • Crecimiento poblacional • Estilos de vida de la población • Aumento de demanda de pasajeros por turismo hacia Machala y Huaquillas 	<p style="text-align: center;">Estrategias FO</p> <p>Mantener el servicio de wi – fi en los vehículos</p>	<p style="text-align: center;">Estrategias DO</p> <p>Paquetes promocionales para ofrecer aperitivos a los pasajeros</p>
<p style="text-align: center;">Amenazas: A</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ley de Tránsito incrementó multas por infracciones de tránsito • Competidores (Cooperativas de Transporte) • Imprudencia de conductores que circulan por las carreteras • Incremento de los costos de los repuestos (piezas y partes) adquiridas vía importación y de los servicios de mantenimiento mecánico • Congestionamiento vehicular en lugar de paraderos de vehículos en Guayaquil 	<p style="text-align: center;">Estrategias FA</p> <p>Mantener información constante con las unidades de policía durante el recorrido en las carreteras.</p> <p>Publicidad del servicio de transporte a través de entrega de folletos informativos.</p>	<p style="text-align: center;">Estrategias DA</p> <p>Adquisición de vehículos nuevos para mejorar la capacidad de respuesta</p>

Tomado de: Análisis interno y externo.

Elaborado por: Autoras.

Capítulo IV

Propuesta de solución al problema

4.1. Características de la propuesta

La evaluación de los componentes de la calidad del servicio a través de los componentes del modelo SERVQUAL, indicaron que las principales dificultades que enfrenta la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda., estuvieron asociadas a la lenta capacidad de respuesta, la limitación de información y el no proporcionar aperitivos a los pasajeros durante el traslado desde Guayaquil a Huaquillas y viceversa.

De las causas identificadas en la evaluación de la calidad del servicio de transporte que ofrece la compañía TRANSFROSUR Cía. Ltda., la lenta capacidad de respuesta es la que obtuvo la menor calificación de satisfacción por parte del cliente, lo que generó que la propuesta se fundamente en la recomendación para que los directivos de esta empresa inviertan en una mayor cantidad de furgonetas para minimizar el tiempo de la frecuencia de salida de estos vehículos, desde Guayaquil hacia Huaquillas y viceversa.

Además, se suman también dos propuestas complementarias para mejorar la satisfacción de los clientes, entre las que se citan la entrega de aperitivos a los clientes durante el recorrido de Guayaquil hacia Huaquillas y viceversa, así como también la entrega de material informativo para comunicar aspectos esenciales del servicio de transporte, de modo que puede mejorarse la empatía y la confianza en la compañía de transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda.

El planteamiento de la propuesta desarrollada en este capítulo se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 14. *Planteamiento de la propuesta.*

Problema	Causas	Soluciones	Herramienta administrativa
Fallas en la calidad del servicio de transporte	Lenta capacidad de respuesta del servicio de transporte	Adquisición de nuevas unidades de transporte (furgoneta) para minimizar el tiempo de la frecuencia de salida de las mismas	Mejoramiento continuo: Ciclo de Deming
	No se proporcionó aperitivos durante el viaje	Porción de aperitivos a los usuarios del servicio de transporte	Marketing: Promoción
	Limitada información al usuario	Entrega de material informativo (folletos, trípticos) al usuario, acerca de los aspectos más relevantes del servicio de transporte que le ofrece la compañía	Marketing: Publicidad, difusión
	Carencia de cortesía de los choferes y ayudantes hacia los usuarios.	Capacitación a los empleados de la empresa de manera semestral.	Capacitación: Atención al cliente.

Tomado de: Análisis interno y externo.
Elaborado por: Autoras.

Las alternativas de solución consideradas en el estudio hacen referencia a la adquisición de nuevas unidades de transporte para minimizar el tiempo de la frecuencia de salida de las furgonetas, que actualmente salen cada hora, existiendo 15 vehículos incorporados en la compañía de transporte actualmente, proponiéndose la adquisición de 5 nuevas unidades para llegar a 20 automotores, además de las estrategias de Marketing inherentes a la publicidad y promoción.

Actualmente, las unidades salen con una frecuencia de tiempo de 50 minutos a una hora de espera, lo que afecta al usuario, por lo general trabajan 12 furgonetas y tres son observadas en mantenimiento, con la propuesta de incorporación de 5 furgonetas nuevas, se puede reducir a media hora la frecuencia de salida de las unidades desde su centro de operaciones en Guayaquil o Huaquillas, lo que además de maximizar la satisfacción de los pasajeros, permitirá

captar mayor cantidad de clientes y generación de ingresos en la compañía TRANSFROSUR Cía. Ltda., propiciando el buen vivir de la colectividad.

4.2. Formas y condiciones de aplicación

La propuesta de incorporación de nuevas unidades al servicio de transporte que ofrece la compañía TRANSFROSUR Cía. Ltda. Mejorará la capacidad de respuesta al cliente, para maximizar su satisfacción, reduciéndose el tiempo en la frecuencia de salida de las furgonetas, en franca aplicación del ciclo de Deming:

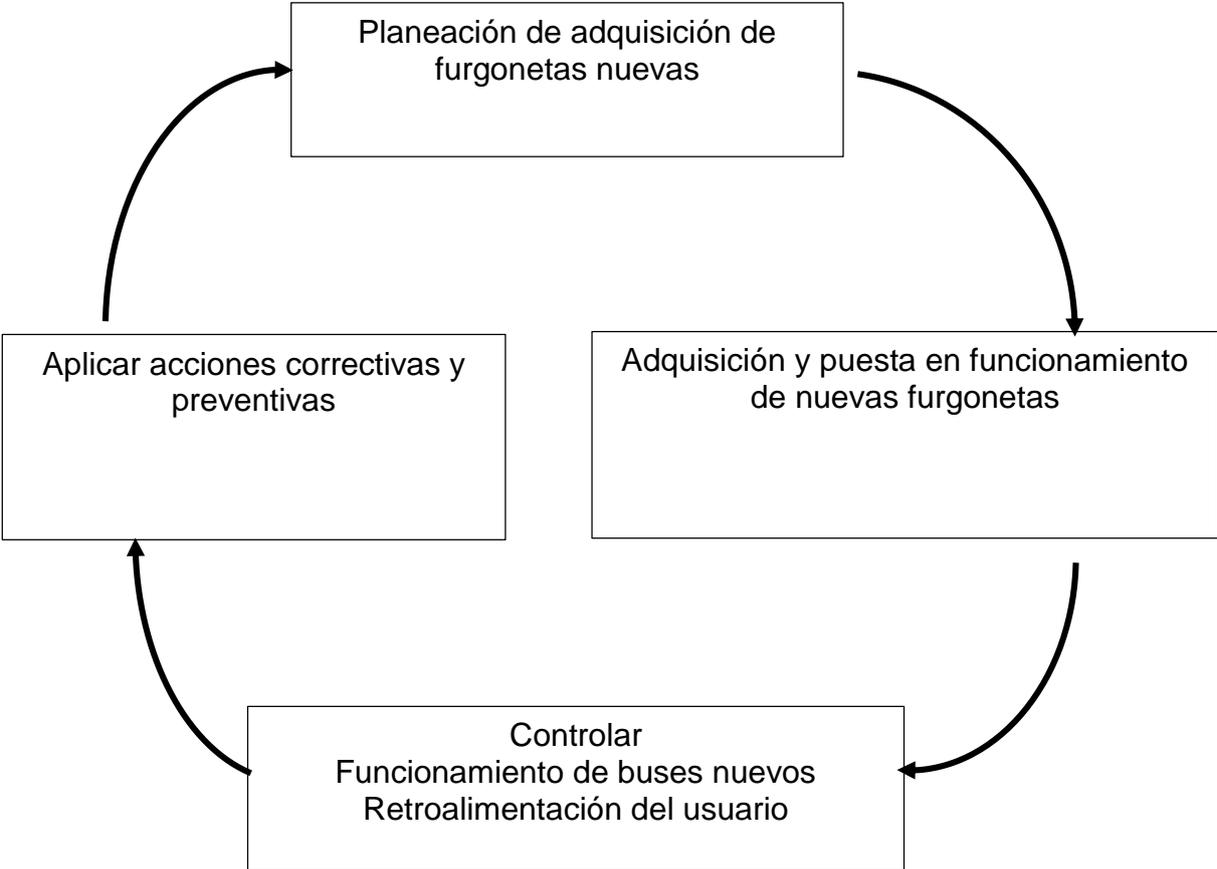


Figura.25. Ciclo de Deming aplicado a la compañía TRANSFROSUR.
Fuente: Cantú, H. (2012) y Delgado, H. (2012).
Elaborado por: Autoras.

Para el efecto, se presentan los registros de salida de frecuencia de las furgonetas, con el método actual y propuesto.

Tabla 15. *Frecuencia actual de salida de unidades.*

Ruta	Horas																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
1	■	■	■	■		■	■	■	■				■	■	■	■								
2		■	■	■	■		■	■	■	■				■	■	■	■							
3			■	■	■	■		■	■	■	■				■	■	■	■						
4				■	■	■	■		■	■	■	■			■	■	■	■	■					
5					■	■	■	■		■	■	■	■			■	■	■	■	■				
6						■	■	■	■		■	■	■	■			■	■	■	■	■			
7							■	■	■	■		■	■	■	■			■	■	■	■	■		
8								■	■	■	■		■	■	■	■			■	■	■	■	■	
9									■	■	■	■		■	■	■	■			■	■	■	■	■
10										■	■	■	■		■	■	■	■			■	■	■	■
11											■	■	■	■		■	■	■	■				■	■
12												■	■	■	■		■	■	■	■				■
13																								
14																								
15																								

Tomado de: Registros internos de la Cooperativa de Transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda.

Elaborado por: Autoras.

Tabla 16. *Frecuencia propuesta de salida de unidades.*

Ruta	Horas																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
1	■	■	■	■	■	■	■	■		■	■	■	■	■	■	■	■							
2		■	■	■	■	■	■	■		■	■	■	■	■	■	■	■							
3			■	■	■	■	■	■		■	■	■	■	■	■	■	■	■						
4				■	■	■	■	■		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■					
5				■	■	■	■	■		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
6					■	■	■	■	■		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			
7						■	■	■	■	■		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
8							■	■	■	■	■		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
9								■	■	■	■	■		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
10									■	■	■	■	■		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
11										■	■	■	■	■		■	■	■	■	■	■	■	■	■
12											■	■	■	■	■		■	■	■	■	■	■	■	■
13												■	■	■	■	■		■	■	■	■	■	■	■
14													■	■	■	■	■		■	■	■	■	■	■
15														■	■	■	■	■		■	■	■	■	■
16															■	■	■	■	■		■	■	■	■
17																■	■	■	■	■		■	■	■
18																	■	■	■	■	■	■	■	■
19																		■	■	■	■	■	■	■
20																			■	■	■	■	■	■

Fuente: Propuesta del autor.

Elaborado por: Autoras.

Al incorporar nuevas unidades en el servicio de transporte, se reducirá el tiempo de espera por parte del usuario, sin embargo, las furgonetas que se plantea adquirir requieren que

se contrate nuevos choferes para que la puedan conducir, para el efecto se detalla el procedimiento a seguir para la contratación de este personal de conducción.

- **Descripción del puesto:** Chofer
- **Funciones que desempeñará:**
 - Conducir las unidades nuevas.
 - Respetar las leyes de tránsito.
 - Atender con cortesía a los usuarios.
- **Objetivo del puesto:** Servir al cliente de manera responsable y con empatía, con sujeción a las leyes de tránsito y a los preceptos constitucionales.

El proceso de selección y reclutamiento del personal de conducción, se regirá bajo los siguientes pasos:

- a) **Recepción de carpetas:** Los aspirantes entregarán su hoja de vida y documentos vía digital o física a la compañía de transporte.
- b) **Selección de carpetas:** Observando su nivel de instrucción, la tendencia de licencia profesional, su experiencia en la conducción de vehículos livianos.
 - **Perfil del puesto:** El perfil del puesto es el siguiente:
 - Título de Bachiller como mínimo.
 - Género masculino preferible.
 - Preferible con experiencia.
 - Deseos de superarse.
 - Cumplimiento de metas.
 - Tiempo completo.
- c) **Entrevistas de Selección:** Los aspirantes que cumplan con el perfil del puesto, serán entrevistas previo a la realización de un test, para identificar su actitud frente al puesto de trabajo, en caso de ser contratado.
- d) **Pruebas de Idoneidad:** Se realiza a través de un test de preguntas correspondientes a las normativas de tránsito, al servicio al cliente, a primeros auxilios, entre los más relevantes.
- e) **Contratación de Personal:** Por medio del contrato de trabajo legalizado conforme a la legislación laboral.
- f) **Capacitación del Personal:** Para que se puede proporcionar la inducción debida a los nuevos choferes, previo a su incorporación al puesto de trabajo.

Mientras que el material informativo y los aperitivos serán entregados para los pasajeros que tomen el servicio, en el caso de los primeros no se requiere que su entrega sea a diario, porque existen pasajeros que viajan varias veces a la semana o al mes, pero en el segundo caso (aperitivo) si es necesario que se le den a los usuarios todos los días para fortalecer su nivel de satisfacción.

4.3. Resultados obtenidos

Los costos de las alternativas de la solución propuestas en este estudio, hacen referencia a la adquisición de furgonetas para reducir el tiempo de espera de los pasajeros, así como al apoyo informativo a través de la folletería correspondiente, mientras que se expone también la entrega de aperitivos a los usuarios como una promoción para incentivar al cliente a escoger el servicio de transporte que le ofrece TRANSFROSUR Cía. Ltda.

Tabla 17. Costos de alternativas de solución.

Alternativa	Descripción	Costos	Porcentaje
1	Adquisición de furgonetas	\$194.266	82,50%
2	Material informativo	\$3.200	1,36%
3	Aperitivos	\$18.000	7,64%
4	Capacitación	\$20.000	8,49%
Total		\$235.466	100,00%

Tomado de: Proveedores.

Elaborado por: Autoras.

La adquisición de furgonetas representa el principal costo de la propuesta, con una participación de 82,50%, es decir, que por cada \$100,00 de inversión en las alternativas planteadas, \$82,50 serán por la compra de vehículos para reducir el tiempo de espera de los pasajeros y maximizar su satisfacción.

4.4. Evaluación financiera

Dentro de este apartado se hace referencia a la inversión que se requiere en el presente estudio para llevar a cabo la propuesta que busca mejorar la calidad del servicio de transporte al cliente, con base en los resultados de la escala ServQual, realizando la compra de activos como son las furgonetas que se utilizarán para proporcionar el servicio y evitar que los usuarios deben esperar varias horas para su viaje, de esta manera se puede comprobar la factibilidad del estudio.

4.4.1. Inversión fija

La inversión fija que se realizará es la compra de 5 furgonetas marca Hyundai, considerando una vida útil de cinco años, el propósito de la adquisición de estos activos es la prestación del servicio a los clientes de la Compañía de Transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda., y evitar la insatisfacción por las frecuentes demoras al utilizar este servicio, en la tabla que se presenta a continuación:

Tabla 18. *Inversión fija*

Detalle	Cant.	Costo unit.	C. Total	%
Maquinarias y equipos				
Furgonetas marca Hyundai	5	\$28.000,00	\$140.000,00	100%
Total Inversión Fija			\$ 140.000,00	100%

Fuente: Propia.

Elaborado por: Autoras.

Para realizar esta compra es necesario un monto de \$140.000,00.

4.4.2. Costos de operación

Los costos de operación se consideran la inversión que la Compañía de Transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda., debe realizar en mano de obra, gastos indirectos, gastos de marketing y gastos financieros, como se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 19. Costos de operación anual.

Detalle	Costo Total	Porcentaje
Mano de obra directa	\$31.506,00	24%
Gastos indirectos	\$22.760,00	18%
Gastos de depreciación	\$22.400,00	17%
Gastos administrativos	\$20.000,00	16%
Gastos de Marketing	\$21.200,00	16%
Gastos financieros	\$ 10.979,65	9%
Total Costos de operación	\$128.845,65	100%

Tomado de: Rubros del capital de operación.

Elaborado por: Autoras.

El rubro correspondiente a los costos de operación anual asciende a \$128.845,65, los mismos que se integran el 24% por la Mano de obra directa que se debe contratar que son los choferes, el 18% por lo gastos indirectos, el 17% por lo gastos de depreciación, el 16% por los gastos administrativos, el 16% de gastos de marketing y el 9% representan los gastos financieros.

4.4.2.1. Mano de obra directa

La Mano de obra directa la constituyen el sueldo anual que se debe cancelar a los cinco choferes que se contrataran para que manejen las furgonetas que se adquirirán para evitar la insatisfacción de los clientes por las demoras en el transporte, en la tabla siguiente se presenta el detalle de este rubro y de los beneficios sociales que percibirán los colaboradores:

Tabla 20. Mano de obra directa.

Mano de obra directa								
DESCRIPCION	INFLACION	SALARIO BASICO UN.	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	IESS	Total
Año 1		\$400,00	\$33,33	\$30,50	\$16,67		\$44,60	\$525,10
Año 2	1,05	\$420,00	\$35,00	\$30,50	\$17,50	\$35,00	\$46,83	\$584,83
Año 3	1,05	\$441,00	\$36,75	\$30,50	\$18,38	\$36,75	\$49,17	\$612,55
Año 4	1,05	\$463,05	\$38,59	\$30,50	\$19,29	\$38,59	\$51,63	\$641,65
Año 5	1,05	\$486,20	\$40,52	\$30,50	\$20,26	\$40,52	\$54,21	\$672,21

Tomado de: Tabla de Sueldos y Salarios.

Elaborado por: Autoras

Tabla 20. *Mano de obra directa.*

CONCEPTO	PAGO POR EMPLEADO	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Año 1	\$525,10	5	\$2.625,50	\$31.506,00
Año 2	\$584,83	5	\$2.924,15	\$35.089,80
Año 3	\$612,55	5	\$3.062,73	\$36.752,79
Año 4	\$641,65	5	\$3.208,24	\$38.498,93
Año 5	\$672,21	5	\$3.361,03	\$40.332,38

Tomado de: Tabla de Sueldos y Salarios.

Elaborado por: Autoras

El monto correspondiente a la mano de obra directa asciende a \$31.506,00, considerando un sueldo de \$525,10 y los beneficios sociales establecidos por la ley.

4.4.2.2. Gastos Indirectos

En la inversión realizada los gastos indirectos se consideran la depreciación de las furgonetas, los gastos de combustible, se ha considerado un 10% por concepto de mantenimiento de vehículos y un monto para cubrir los suministros e insumos, detallados en la siguiente tabla:

Tabla 21. *Gastos Indirectos de fabricación*

Descripción	Costos	Vida útil Años	Valor de salvamento	Depreciación Anual
Depreciación de vehículos	\$140.000,00	5	\$28.000,00	\$22.400,00
Descripción	Unidad	Cantidad	C. unitario	Costo anual
Combustible	Meses	12	\$700,00	\$8.400,00
Mantenimiento (10% de vehículos)				\$14.000,00
Suministros e insumos	Meses	12	\$30,00	\$360,00
Total				\$22.760,00

Tomado de: Carga fabril.

Elaborado por: Autoras.

Este rubro asciende a \$22.760,00, considerando un tiempo de vida útil de 5 años de los vehículos adquiridos.

4.4.2.3. Costos de producción

Los costos de producción se componen de los gastos que se realizaran en el pago de los choferes de las furgonetas y los gastos indirectos que son las depreciaciones, mantenimiento y suministros, el resumen se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 22. *Costos de producción.*

Costos de producción	Montos	Porcentaje
Mano de obra directa	\$31.506,00	58,06%
Gastos indirectos	\$22.760,00	41,94%
Costos de producción	\$54.266,00	100,00%

Tomado de: Cuadro de materiales indirectos.
Elaborado por: Autoras.

El rubro de los costos de producción asciende a \$54.266,00, representada el 58,06 por la mano de obra y 41,94 por los gastos indirectos.

4.4.2.4. Gastos de Marketing

El rubro de los gastos de Marketing lo componen los gastos por aperitivos y los gastos correspondientes a la publicidad y promoción (trípticos y folletos), como se presenta a continuación:

Tabla 23. *Gastos de Marketing.*

Promociones	Pasajeros	Costo unitario	Costo total
Gastos por aperitivos			\$18.000,00
• Aperitivos	12.000	\$1,50	\$18.000,00
Publicidad y promoción			\$3.200,00
• Trípticos	8.000 unid.	\$0,25	\$2.000,00
• Folletos	2.000 unid.	\$0,60	\$1.200,00
Total			\$21.200,00

Tomado de: Tabla de Sueldos y Salarios.
Elaborado por: Autoras.

El monto correspondiente a los gastos de marketing asciende a \$21.200,00, considerando 12.000 usuarios que recibirán aperitivos y la entrega de trípticos y material de folletería con información de importancia para los pasajeros.

4.4.3. Inversión Total

La inversión total es la suma del monto requerido para la compra de los furgones que será la inversión fija de la propuesta que busca mejorar la calidad del servicio de transporte en lo referente a la capacidad de respuesta, además de los costos de operación, como se presenta en la tabla siguiente:

Tabla 24. *Inversión Total.*

Detalle	Costos	%
Inversión fija	\$ 140.000,00	52,07%
Costos de operación	\$ 128.845,65	47,93%
Inversión total	\$ 268.845,65	100,00%

Tomado de: Capital de operación e Inversión fija.
Elaborado por: Autoras.

La inversión total asciende a \$ 268.845,65 representando el 52,07% la inversión fija y 47,93% el capital de operaciones.

4.4.4. Financiamiento

Para llevar a cabo la inversión es pertinente que la Compañía de Transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda., realice un préstamo a una entidad financiera en este caso se ha considerado la Corporación Financiera Nacional (CFN), el monto a financiar es del 60% de la inversión total, considerando la siguiente información para el crédito financiado:

Tabla 25. *Datos del crédito financiado*

Detalle	Costos
Inversión inicial	\$140.000,00
Crédito Financiado (60% inversión fija) C	\$84.000,00
Interés anual:	14%
Interés trimestral (i):	1,17%
Número de pagos en el transcurso de 5 años (n):	60

Tomado de: Capital de operación e Inversión fija.
Elaborado por: Autoras.

Para obtenerlos dividendos mensuales se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{Dividendos mensuales} = \frac{\text{Crédito} \times \text{interés}}{1 - (1 + \text{interés})^{-\text{período}}}$$

$$\text{Dividendos mensuales} = \frac{\$140.000,00 \times 1,17\%}{1 - (1 + 1,17\%)^{-60}}$$

Dividendos mensuales = \$1.954,53

Realizando la fórmula matemática se obtiene que el pago que se debe realizar por el préstamo ascienda a \$1.954,53, obtenido este rubro se procedió a realizar la tabla de la amortización del crédito:

Tabla 26. *Tabla de amortización del crédito.*

Amortización					
Trimestre	n	Crédito C	i	Pago	Deuda
dic-16	0	\$ 84.000,00	1,17%		S (C,i,Pago)
ene-17	1	\$ 84.000,00	\$ 980,00	(\$ 1.954,53)	\$ 83.025,47
feb-17	2	\$ 83.025,47	\$ 968,63	(\$ 1.954,53)	\$ 82.039,56
mar-17	3	\$ 82.039,56	\$ 957,13	(\$ 1.954,53)	\$ 81.042,16
abr-17	4	\$ 81.042,16	\$ 945,49	(\$ 1.954,53)	\$ 80.033,12
may-17	5	\$ 80.033,12	\$ 933,72	(\$ 1.954,53)	\$ 79.012,30
jun-17	6	\$ 79.012,30	\$ 921,81	(\$ 1.954,53)	\$ 77.979,58
jul-17	7	\$ 77.979,58	\$ 909,76	(\$ 1.954,53)	\$ 76.934,81
ago-17	8	\$ 76.934,81	\$ 897,57	(\$ 1.954,53)	\$ 75.877,85
sep-17	9	\$ 75.877,85	\$ 885,24	(\$ 1.954,53)	\$ 74.808,56
oct-17	10	\$ 74.808,56	\$ 872,77	(\$ 1.954,53)	\$ 73.726,79
nov-17	11	\$ 73.726,79	\$ 860,15	(\$ 1.954,53)	\$ 72.632,41
dic-17	12	\$ 72.632,41	\$ 847,38	(\$ 1.954,53)	\$ 71.525,25
ene-18	13	\$ 71.525,25	\$ 834,46	(\$ 1.954,53)	\$ 70.405,18
feb-18	14	\$ 70.405,18	\$ 821,39	(\$ 1.954,53)	\$ 69.272,04
mar-18	15	\$ 69.272,04	\$ 808,17	(\$ 1.954,53)	\$ 68.125,68
abr-18	16	\$ 68.125,68	\$ 794,80	(\$ 1.954,53)	\$ 66.965,95
may-18	17	\$ 66.965,95	\$ 781,27	(\$ 1.954,53)	\$ 65.792,68
jun-18	18	\$ 65.792,68	\$ 767,58	(\$ 1.954,53)	\$ 64.605,73
jul-18	19	\$ 64.605,73	\$ 753,73	(\$ 1.954,53)	\$ 63.404,93
ago-18	20	\$ 63.404,93	\$ 739,72	(\$ 1.954,53)	\$ 62.190,12
sep-18	21	\$ 62.190,12	\$ 725,55	(\$ 1.954,53)	\$ 60.961,14

Fuente: Cuadros de inversión fija y datos del crédito financiado.

Elaborado por: Autoras.

Tabla 26 .Continuación tabla de amortización del crédito.

Amortización					
Trimestre	n	Crédito C	i	Pago	Deuda
oct-18	22	\$ 60.961,14	\$ 711,21	(\$ 1.954,53)	\$ 59.717,82
nov-18	23	\$ 59.717,82	\$ 696,71	(\$ 1.954,53)	\$ 58.460,00
dic-18	24	\$ 58.460,00	\$ 682,03	(\$ 1.954,53)	\$ 57.187,50
ene-19	25	\$ 57.187,50	\$ 667,19	(\$ 1.954,53)	\$ 55.900,15
feb-19	26	\$ 55.900,15	\$ 652,17	(\$ 1.954,53)	\$ 54.597,79
mar-19	27	\$ 54.597,79	\$ 636,97	(\$ 1.954,53)	\$ 53.280,23
abr-19	28	\$ 53.280,23	\$ 621,60	(\$ 1.954,53)	\$ 51.947,30
may-19	29	\$ 51.947,30	\$ 606,05	(\$ 1.954,53)	\$ 50.598,82
jun-19	30	\$ 50.598,82	\$ 590,32	(\$ 1.954,53)	\$ 49.234,60
jul-19	31	\$ 49.234,60	\$ 574,40	(\$ 1.954,53)	\$ 47.854,47
ago-19	32	\$ 47.854,47	\$ 558,30	(\$ 1.954,53)	\$ 46.458,24
sep-19	33	\$ 46.458,24	\$ 542,01	(\$ 1.954,53)	\$ 45.045,72
oct-19	34	\$ 45.045,72	\$ 525,53	(\$ 1.954,53)	\$ 43.616,72
nov-19	35	\$ 43.616,72	\$ 508,86	(\$ 1.954,53)	\$ 42.171,05
dic-19	36	\$ 42.171,05	\$ 492,00	(\$ 1.954,53)	\$ 40.708,51
ene-20	37	\$ 40.708,51	\$ 474,93	(\$ 1.954,53)	\$ 39.228,91
feb-20	38	\$ 39.228,91	\$ 457,67	(\$ 1.954,53)	\$ 37.732,05
mar-20	39	\$ 37.732,05	\$ 440,21	(\$ 1.954,53)	\$ 36.217,72
abr-20	40	\$ 36.217,72	\$ 422,54	(\$ 1.954,53)	\$ 34.685,73
may-20	41	\$ 34.685,73	\$ 404,67	(\$ 1.954,53)	\$ 33.135,86
jun-20	42	\$ 33.135,86	\$ 386,59	(\$ 1.954,53)	\$ 31.567,92
jul-20	43	\$ 31.567,92	\$ 368,29	(\$ 1.954,53)	\$ 29.981,68
ago-20	44	\$ 29.981,68	\$ 349,79	(\$ 1.954,53)	\$ 28.376,93
sep-20	45	\$ 28.376,93	\$ 331,06	(\$ 1.954,53)	\$ 26.753,46
oct-20	46	\$ 26.753,46	\$ 312,12	(\$ 1.954,53)	\$ 25.111,05
nov-20	47	\$ 25.111,05	\$ 292,96	(\$ 1.954,53)	\$ 23.449,48
dic-20	48	\$ 23.449,48	\$ 273,58	(\$ 1.954,53)	\$ 21.768,52
ene-21	49	\$ 21.768,52	\$ 253,97	(\$ 1.954,53)	\$ 20.067,96
feb-21	50	\$ 20.067,96	\$ 234,13	(\$ 1.954,53)	\$ 18.347,55
mar-21	51	\$ 18.347,55	\$ 214,05	(\$ 1.954,53)	\$ 16.607,07
abr-21	52	\$ 16.607,07	\$ 193,75	(\$ 1.954,53)	\$ 14.846,29
may-21	53	\$ 14.846,29	\$ 173,21	(\$ 1.954,53)	\$ 13.064,96
jun-21	54	\$ 13.064,96	\$ 152,42	(\$ 1.954,53)	\$ 11.262,85
jul-21	55	\$ 11.262,85	\$ 131,40	(\$ 1.954,53)	\$ 9.439,72
ago-21	56	\$ 9.439,72	\$ 110,13	(\$ 1.954,53)	\$ 7.595,32
sep-21	57	\$ 7.595,32	\$ 88,61	(\$ 1.954,53)	\$ 5.729,40
oct-21	58	\$ 5.729,40	\$ 66,84	(\$ 1.954,53)	\$ 3.841,71
nov-21	59	\$ 3.841,71	\$ 44,82	(\$ 1.954,53)	\$ 1.931,99
dic-21	60	\$ 1.931,99	\$ 22,54	(\$ 1.954,53)	\$ 0,00
Total			0,011666667	(\$ 1.954,53)	

Tomado de: Cuadros de inversión fija y datos del crédito financiado.

Elaborado por: Autoras.

Por el préstamo realizado se debe cancelar el monto correspondiente a los intereses anuales a la Corporación Financiera Nacional (CFN), obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 27. Intereses anuales del crédito financiado

Año	Monto	Año	Monto
2017	\$ 10.979,65	2020	\$ 4.514,41
2018	\$ 9.116,64	2021	\$ 1.685,87
2019	\$ 6.975,41	Total	\$ 33.271,98

Fuente: Cuadro de amortización del crédito requerido.
Elaborado por: Autoras.

Los gastos financieros ascienden a \$33.271,98, de los cuales en el primer año se requiere cancelar \$10.979,65, en el segundo año \$9.116,64, en el tercer año \$6.975,41, en el cuarto año \$4.514,41 y en el quinto año \$1.685,87.

4.4.5. Estado de Resultados

Además, se calculan los márgenes de utilidad (rentabilidad), en el corto, mediano y largo plazo, a través de la construcción del estado de resultados proyectado, como se presenta seguido:

Tabla 28. Estado de Resultados proyectado a corto plazo.

Descripción	Periodos					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Incremento de ventas	\$ 519.878,20	\$ 714.878,20	\$ 913.778,20	\$ 1.116.656,20	\$ 1.323.591,76	\$ 1.534.666,03
Inversión Fija Inicial						
Materiales e insumos	\$ 179.586,75	\$ 179.586,75	\$ 179.586,75	\$ 179.586,75	\$ 179.586,75	\$ 179.586,75
Mano de obra directa	\$ 110.842,73	\$ 142.348,73	\$ 177.438,53	\$ 214.191,32	\$ 252.690,25	\$ 293.022,63
Gastos indirectos	\$ 162.858,45	\$ 185.618,45	\$ 209.516,45	\$ 234.609,35	\$ 260.956,90	\$ 288.621,82
Costo total de producción del servicio	\$ 453.287,93	\$ 507.553,93	\$ 566.541,73	\$ 628.387,42	\$ 693.233,89	\$ 761.231,19
Utilidad bruta	\$ 66.590,27	\$ 207.324,27	\$ 347.236,47	\$ 488.268,78	\$ 630.357,87	\$ 773.434,84
Margen bruto	12,81%	29,00%	38,00%	43,73%	47,62%	50,40%
Gastos administrativos	\$ 34.609,52	\$ 54.609,52	\$ 75.609,52	\$ 97.659,52	\$ 120.812,02	\$ 145.122,15
Gastos de Marketing	\$ 15.898,97	\$ 37.098,97	\$ 58.722,97	\$ 80.779,45	\$ 103.277,06	\$ 126.224,62
Gastos financieros	\$ 0,00	\$ 10.979,65	\$ 20.096,29	\$ 27.071,70	\$ 31.586,11	\$ 33.271,98
Cotos de Operación anual	\$ 503.796,42	\$ 610.242,07	\$ 720.970,51	\$ 833.898,09	\$ 948.909,09	\$ 1.065.849,94
Utilidad Neta	\$ 16.081,78	\$ 104.636,13	\$ 192.807,69	\$ 282.758,11	\$ 374.682,67	\$ 468.816,09
Margen de utilidad	3,09%	14,64%	21,10%	25,32%	28,31%	30,55%

Tomado de: Inversión fija, capital de operaciones y amortización del préstamo.
Elaborado por: Autoras.

Se observa que el margen de rentabilidad actual es igual a 3,09% el cual se disminuirá en el corto plazo a 14,64% en el primer año de implementada la propuesta, continuando con una escalada hacia el alza en los siguientes periodos donde aumentaron a 21,10%; 28,31%; y 30,55% respectivamente, lo que es positivo para la compañía de transporte.

Tabla 29. Estado de Resultados proyectado a mediano plazo (compra de 5 furgonetas nuevas en tercer año de iniciada la propuesta).

Descripción	Periodos					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Incremento de ventas	\$ 519.878,20	\$ 714.878,20	\$ 913.778,20	\$ 2.030.434,40	\$ 3.354.026,16	\$ 4.888.692,19
Inversión Fija Inicial						
Materiales e insumos	\$ 179.586,75	\$ 179.586,75	\$ 179.586,75	\$ 359.173,50	\$ 538.760,25	\$ 718.347,00
Mano de obra directa	\$ 110.842,73	\$ 142.348,73	\$ 177.438,53	\$ 391.629,85	\$ 644.320,10	\$ 937.342,72
Gastos indirectos	\$ 162.858,45	\$ 185.618,45	\$ 209.516,45	\$ 444.125,80	\$ 705.082,70	\$ 993.704,51
Costo total de producción del servicio	\$ 453.287,93	\$ 507.553,93	\$ 566.541,73	\$ 1.194.929,15	\$ 1.888.163,04	\$ 2.649.394,24
Utilidad bruta	\$ 66.590,27	\$ 207.324,27	\$ 347.236,47	\$ 835.505,25	\$ 1.465.863,12	\$ 2.239.297,95
Margen bruto	12,81%	29,00%	38,00%	41,15%	43,70%	45,81%
Gastos administrativos	\$ 34.609,52	\$ 54.609,52	\$ 75.609,52	\$ 173.269,04	\$ 294.081,06	\$ 439.203,21
Gastos de Marketing	\$ 15.898,97	\$ 37.098,97	\$ 58.722,97	\$ 139.502,42	\$ 242.779,48	\$ 369.004,10
Gastos financieros	\$ 0,00	\$ 10.979,65	\$ 20.096,29	\$ 47.167,99	\$ 9.116,64	\$ 6.975,41
Cotos de Operación anual	\$ 503.796,42	\$ 610.242,07	\$ 720.970,51	\$ 1.554.868,60	\$ 2.434.140,23	\$ 3.464.576,96
Utilidad Neta	\$ 16.081,78	\$ 104.636,13	\$ 192.807,69	\$ 475.565,80	\$ 919.885,93	\$ 1.424.115,23
Margen de utilidad	3,09%	14,64%	21,10%	23,42%	27,43%	29,13%

Tomado de: Inversión fija, capital de operaciones y amortización del préstamo.

Elaborado por: Autoras.

Se observa que el margen de rentabilidad actual es igual a 3,09% el cual se incrementará en el mediano plazo a 14,64% en el primer año de implementada la propuesta, continuando con una escalada hacia el alza en los siguientes periodos donde aumentaron a 21,10%, pero experimentará un incremento notable en el tercer año proyectado a 23,42% con la compra de 5 nuevas furgonetas, luego se espera un incremento de 27,43% y 29,13% respectivamente, en el cuarto y quinto año de ejecutada la propuesta.

Tabla 30. *Estado de Resultados proyectado a largo plazo (compra de 5 furgonetas nuevas en quinto año de iniciada la propuesta, en reemplazo de las que ya cumplirán su vida útil).*

Descripción	Periodos					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Incremento de ventas	\$ 519.878,20	\$ 714.878,20	\$ 913.778,20	\$ 2.030.434,40	\$ 3.354.026,16	\$ 5.035.352,96
Inversión Fija Inicial						
Materiales e insumos	\$ 179.586,75	\$ 179.586,75	\$ 179.586,75	\$ 359.173,50	\$ 538.760,25	\$ 718.347,00
Mano de obra directa	\$ 110.842,73	\$ 142.348,73	\$ 177.438,53	\$ 391.629,85	\$ 644.320,10	\$ 937.342,72
Gastos indirectos	\$ 162.858,45	\$ 185.618,45	\$ 209.516,45	\$ 444.125,80	\$ 705.082,70	\$ 993.704,51
Costo total de producción del servicio	\$ 453.287,93	\$ 507.553,93	\$ 566.541,73	\$ 1.194.929,15	\$ 1.888.163,04	\$ 2.649.394,24
Utilidad bruta	\$ 66.590,27	\$ 207.324,27	\$ 347.236,47	\$ 835.505,25	\$ 1.465.863,12	\$ 2.385.958,72
Margen bruto	12,81%	29,00%	38,00%	41,15%	43,70%	47,38%
Gastos administrativos	\$ 34.609,52	\$ 54.609,52	\$ 75.609,52	\$ 173.269,04	\$ 294.081,06	\$ 439.203,21
Gastos de Marketing	\$ 15.898,97	\$ 37.098,97	\$ 58.722,97	\$ 139.502,42	\$ 242.779,48	\$ 369.004,10
Gastos financieros	\$ 0,00	\$ 10.979,65	\$ 20.096,29	\$ 47.167,99	\$ 9.116,64	\$ 17.955,06
Cotos de Operación anual	\$ 503.796,42	\$ 610.242,07	\$ 720.970,51	\$ 1.554.868,60	\$ 2.434.140,23	\$ 3.475.556,60
Utilidad Neta	\$ 16.081,78	\$ 104.636,13	\$ 192.807,69	\$ 475.565,80	\$ 919.885,93	\$ 1.559.796,35
Margen de utilidad	3,09%	14,64%	21,10%	23,42%	27,43%	30,98%

Tomado de: Inversión fija, capital de operaciones y amortización del préstamo.

Elaborado por: Autoras.

Se observa que el margen de rentabilidad actual es igual a 3,09% el cual se incrementará en el mediano plazo a 14,64% en el primer año de implementada la propuesta, continuando con una escalada hacia el alza en los siguientes periodos donde aumentaron a 21,10%, pero experimentará un incremento notable en el tercer año proyectado a 23,42% con la compra de 5 nuevas furgonetas, luego se espera un incremento de 27,43% en el cuarto año y en el quinto año aumentará a 30,98%, debido a la estrategia de reemplazo de cinco furgonetas nuevas por las que ya hayan cumplido su vida útil.

4.4.6. Flujo de Caja

Mediante el flujo de caja se puede conocer los indicadores financieros correspondientes a la Tasa Interna de Retorno y el Valor Actual Neto, como se puede apreciar a continuación:

Tabla 31. Balance económico de flujo de caja proyectado.

Inflacion 1,05

Descripción	Periodos					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Incremento de ventas		\$ 195.000,00	\$ 198.900,00	\$ 202.878,00	\$ 206.935,56	\$ 211.074,27
Inversión Fija Inicial	\$ 140.000,00					
Costos de Operación mensual	\$ 0,00					
Mano de obra directa		\$ 31.506,00	\$ 35.089,80	\$ 36.752,79	\$ 38.498,93	\$ 40.332,38
Gastos indirectos		\$ 22.760,00	\$ 23.898,00	\$ 25.092,90	\$ 26.347,55	\$ 27.664,92
Gastos administrativos		\$ 20.000,00	\$ 21.000,00	\$ 22.050,00	\$ 23.152,50	\$ 24.310,13
Gastos de Marketing		\$ 21.200,00	\$ 22.260,00	\$ 23.373,00	\$ 24.541,65	\$ 25.768,73
Gastos financieros		\$ 10.979,65	\$ 9.116,64	\$ 6.975,41	\$ 4.514,41	\$ 1.685,87
Cotos de Operación anual		\$ 106.445,65	\$ 111.364,44	\$ 114.244,10	\$ 117.055,03	\$ 119.762,03
Flujo de caja	(\$ 140.000,00)	\$ 88.554,35	\$ 87.535,56	\$ 88.633,90	\$ 89.880,53	\$ 91.312,24
TIR	56,58%	56,58%				
VPN	\$ 305.501,59	\$305.501,59				
VAN	\$ 165.501,59	\$165.501,59				

Tomado de: Inversión fija, capital de operaciones y amortización del préstamo.
Elaborado por: Autoras.

Al desarrollar el flujo de caja, se obtuvieron como resultados más relevantes, flujos de efectivo por la suma de \$88.554,35 en el primer año de ejecución de la propuesta y de \$91.312,24 en el último periodo.

4.4.7. Determinación de indicadores financieros: TIR, VAN, Recuperación de la Inversión y Beneficio Costo

Una vez que se analizaron los flujos de efectivo, se cuenta con todos los elementos suficientes para la determinación de los indicadores financieros, en este caso, los denominados TIR, VAN y Pay Back también conocido como tiempo de recuperación de la inversión, para ello se empleó la fórmula siguiente:

$$P = \frac{F}{(1 + i)^n}$$

La fórmula en mención sirve para el cálculo del TIR, del VAN y del Pay Back, con la diferencia que para el primer indicador en mención, el literal i es el TIR y la P es la inversión inicial, mientras que para el segundo criterio, P es el VAN, mientras que i es la tasa de descuento del crédito, por su parte, F son los flujos de caja y n el tiempo en años, para el efecto se desglosó la tabla siguiente:

Tabla 32. TIR, VAN y Recuperación de la Inversión.

Años	N	Inv. Inicial	Flujos	TIR		VAN		
				i (TIR)	P	i	P (VPN)	VPN
2016	0	\$140.000,00						Acumulado
2017	1		\$ 88.554,35	57,05%	\$ 56.384,56	14%	\$ 77.679,26	\$ 77.679,26
2018	2		\$ 87.535,56	57,05%	\$ 35.488,28	14%	\$ 67.355,77	\$ 145.035,03
2019	3		\$ 88.633,90	57,05%	\$ 22.879,71	14%	\$ 59.825,36	\$ 204.860,38
2020	4		\$ 94.394,94	57,05%	\$ 15.514,93	14%	\$ 55.889,38	\$ 260.749,76
2021	5		\$ 92.998,12	57,05%	\$ 9.732,52	14%	\$ 48.300,31	\$ 309.050,07
Total					\$140.000,00		VAN	\$ 77.679,26

Tomado de: Flujo de caja.

Elaborado por: Autoras.

Se observó en primer lugar que el TIR es igual a 57,05% superior a la tasa de descuento del 14%, mientras que el VAN de \$77.679,26 que se obtiene al quinto periodo de vida útil de las furgonetas es superior a cero, evidenciándose una recuperación de la inversión en 2 años, que es aceptable dado que los vehículos se deprecian en cinco años.

Para reforzar el criterio de factibilidad obtenido con la aplicación de la fórmula en mención, se procedió a determinar matemáticamente el coeficiente costo / beneficio:

$$\text{Coeficiente beneficio / costo} = \frac{\text{VPN}}{\text{Inversión inicial}}$$

$$\text{Coeficiente beneficio / costo} = \frac{\$ 305.501,59}{\$ 140.000,00}$$

Coeficiente beneficio / costo = 2,18

El coeficiente beneficio / costo también evidenció la viabilidad de la inversión, porque se estima que al quinto año de la propuesta, se obtendrá \$2,18 por cada dólar de inversión, con una ganancia neta de \$2,18; es decir, que casi se duplicará el capital invertido.

4.4.8. Análisis de sensibilidad

Se ha realizado el análisis de sensibilidad bajo un escenario donde se proyecta un crecimiento del 10% de los gastos de sueldos de los choferes y 10% de aumento de los gastos indirectos, para culminar con un incremento de ambos rubros.

Tabla 33. Análisis de sensibilidad con incremento del 10% en sueldos de choferes.

Factor de aumento	1,1					
Inflacion	1,03					
Descripción	Periodos					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Incremento de ventas		\$ 195.000,00	\$ 198.900,00	\$ 202.878,00	\$ 206.935,56	\$ 211.074,27
Inversión Fija Inicial	\$ 140.000,00					
Costos de Operación mensual	\$ 0,00					
Mano de obra directa		\$ 34.656,60	\$ 36.142,49	\$ 37.855,37	\$ 39.653,90	\$ 44.365,61
Gastos indirectos		\$ 22.760,00	\$ 23.898,00	\$ 25.092,90	\$ 26.347,55	\$ 27.664,92
Gastos administrativos		\$ 20.000,00	\$ 21.000,00	\$ 22.050,00	\$ 23.152,50	\$ 24.310,13
Gastos de Marketing		\$ 21.200,00	\$ 22.260,00	\$ 23.373,00	\$ 24.541,65	\$ 25.768,73
Gastos financieros		\$ 10.979,65	\$ 9.116,64	\$ 6.975,41	\$ 4.514,41	\$ 1.685,87
Cotos de Operación anual		\$ 109.596,25	\$ 112.417,14	\$ 115.346,69	\$ 118.210,00	\$ 123.795,27
Flujo de caja	(\$ 140.000,00)	\$ 85.403,75	\$ 86.482,86	\$ 87.531,31	\$ 88.725,56	\$ 87.279,01
TIR	58,42%					
VPN	\$ 321.967,43					
VAN	\$ 181.967,43					

Tomado de: Flujo de caja.
Elaborado por: Autoras.

Se observó en primer lugar que el TIR es igual a 58,42% superior a la tasa de descuento del 14%, mientras que el VAN de \$181.967,43 que se obtiene al quinto periodo de vida útil de las furgonetas es superior a cero, evidenciándose una recuperación de la inversión en 2 años, que es aceptable dado que los vehículos se deprecian en cinco años, a pesar del incremento de los sueldos de la mano de obra.

Tabla 34. *Análisis de sensibilidad con incremento del 10% en gastos indirectos.*

Descripción	Periodos					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Incremento de ventas		\$ 195.000,00	\$ 198.900,00	\$ 202.878,00	\$ 206.935,56	\$ 211.074,27
Inversión Fija Inicial	\$ 140.000,00					
Costos de Operación mensual	\$ 0,00					
Mano de obra directa		\$ 31.506,00	\$ 35.089,80	\$ 36.752,79	\$ 38.498,93	\$ 40.332,38
Gastos indirectos		\$ 25.036,00	\$ 26.287,80	\$ 27.602,19	\$ 28.982,30	\$ 30.431,41
Gastos administrativos		\$ 20.000,00	\$ 21.000,00	\$ 22.050,00	\$ 23.152,50	\$ 24.310,13
Gastos de Marketing		\$ 21.200,00	\$ 22.260,00	\$ 23.373,00	\$ 24.541,65	\$ 25.768,73
Gastos financieros		\$ 10.979,65	\$ 9.116,64	\$ 6.975,41	\$ 4.514,41	\$ 1.685,87
Cotos de Operación anual		\$ 108.721,65	\$ 113.754,24	\$ 116.753,39	\$ 119.689,79	\$ 122.528,52
Flujo de caja	(\$ 140.000,00)	\$ 86.278,35	\$ 85.145,76	\$ 86.124,61	\$ 87.245,77	\$ 88.545,75
TIR	54,62%					
VPN	\$ 296.975,71					
VAN	\$ 156.975,71					

Tomado de: Flujo de caja.

Elaborado por: Autoras.

Se observó en primer lugar que el TIR es igual a 54,62% superior a la tasa de descuento del 14%, mientras que el VAN de \$156.975,71 que se obtiene al quinto periodo de vida útil de las furgonetas es superior a cero, evidenciándose una recuperación de la inversión en 2 años y 2 meses, que es aceptable dado que los vehículos se deprecian en cinco años, a pesar del incremento de los gastos indirectos.

Tabla 35. *Análisis de sensibilidad con incremento del 10% en gastos indirectos y sueldos de choferes (mano de obra directa).*

Descripción	Periodos					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Incremento de ventas		\$ 195.000,00	\$ 198.900,00	\$ 202.878,00	\$ 206.935,56	\$ 211.074,27
Inversión Fija Inicial	\$ 140.000,00					
Costos de Operación mensual	\$ 0,00					
Mano de obra directa		\$ 34.656,60	\$ 36.142,49	\$ 37.855,37	\$ 39.653,90	\$ 44.365,61
Gastos indirectos		\$ 25.036,00	\$ 26.287,80	\$ 27.602,19	\$ 28.982,30	\$ 30.431,41
Gastos administrativos		\$ 20.000,00	\$ 21.000,00	\$ 22.050,00	\$ 23.152,50	\$ 24.310,13
Gastos de Marketing		\$ 21.200,00	\$ 22.260,00	\$ 23.373,00	\$ 24.541,65	\$ 25.768,73
Gastos financieros		\$ 10.979,65	\$ 9.116,64	\$ 6.975,41	\$ 4.514,41	\$ 1.685,87
Cotos de Operación anual		\$ 111.872,25	\$ 114.806,94	\$ 117.855,98	\$ 120.844,76	\$ 126.561,76
Flujo de caja	(\$ 140.000,00)	\$ 83.127,75	\$ 84.093,06	\$ 85.022,02	\$ 86.090,80	\$ 84.512,51
TIR	52,89%					
VPN	\$ 289.879,23					
VAN	\$ 149.879,23					

Tomado de: Flujo de caja.

Elaborado por: Autoras.

Se observó en primer lugar que el TIR es igual a 52,89% superior a la tasa de descuento del 14%, mientras que el VAN de \$148.879,23 que se obtiene al quinto periodo de vida útil de las furgonetas es superior a cero, evidenciándose una recuperación de la inversión en 2 años y 4 meses, que es aceptable dado que los vehículos se deprecian en cinco años, a pesar del incremento de los gastos indirectos.

Tabla 36. *Incremento sostenido del análisis de sensibilidad de la mano de obra directa.*

Incremento Sostenido de MOD	TIR
10%	58,43%
50%	53,63%
90%	48,91%
130%	44,25%
170%	39,63%
210%	44,03%
225%	33,29%
227%	33,06%
250%	35,02%
290%	25,71%
330%	20,91%
370%	15,90%
410%	10,54%
450%	4,58%
460%	2,94%
476%	0,01%
490%	-2,62%

Tomado de: Flujo de caja.
Elaborado por: Autoras.

Se observó que el TIR es igual a 0,01% positivo cuando se realiza un incremento sostenido del 476% en la mano de obra directa, la misma que logra soportar un porcentaje menor a 490% dado que si aumentara reflejaría un TIR negativo de -2,62%.

Tabla 37. Incremento sostenido del análisis de sensibilidad de los gastos indirectos.

Incremento Sostenido de Gastos Indirectos	TIR
10%	58,96%
50%	55,62%
90%	52,34%
130%	49,12%
170%	45,95%
210%	42,82%
225%	41,66%
227%	41,50%
250%	39,73%
290%	36,68%
330%	33,66%
370%	30,65%
410%	27,66%
450%	24,67%
460%	23,92%
476%	22,72%
490%	21,67%
530%	18,65%
570%	15,59%
610%	12,46%
650%	9,25%
690%	5,90%
730%	2,36%
740%	1,43%
753%	0,20%
755%	0,00%
770%	-1,48%

Tomado de: Flujo de caja.
Elaborado por: Autoras.

Se observó que el TIR es igual a 0,00% positivo cuando se realiza un incremento sostenido del 755% en la mano de obra directa, la misma que logra soportar un porcentaje menor a 770% dado que si aumentara reflejaría un TIR negativo de -1,48%.

Tabla 38. *Incremento sostenido del análisis de sensibilidad de la mano de obra directa y los gastos indirectos.*

Incremento Sostenido de MOD y Gastos Indirectos	TIR
10%	45,14%
50%	37,37%
90%	29,66%
130%	21,86%
170%	13,67%
210%	4,52%
225%	0,56%
227%	0,00%
250%	-7,60%

Tomado de: Flujo de caja.
Elaborado por: Autoras.

Se observó que el TIR es igual a 0,00% positivo cuando se realiza un incremento sostenido del 227% en la mano de obra directa, la misma que logra soportar un porcentaje menor a 250% dado que si aumentara reflejaría un TIR negativo de -7,60%.

CONCLUSIONES

Se detallaron las teorías más relevantes acerca de la técnica SERVQUAL, identificando que su principal utilidad es la medición del grado de satisfacción del cliente por lo que puede ser adaptado a cualquier ámbito o sector empresarial, debido a que sus componentes de la calidad del servicio correspondientes a la confiabilidad, seguridad, responsabilidad, bienes y empatía, ayudan a determinar las fortalezas y debilidades, que fundamentarán la toma de decisiones directivas.

Se diagnosticó con la aplicación de la escala SERVQUAL, que la principal causa que afecta la calidad del servicio e impacta de manera negativa en la satisfacción del cliente, es la lenta capacidad de respuesta debido que la frecuencia de salida de las furgonetas es de aproximadamente cada hora, a lo que se añadió la limitada información y empatía porque tampoco se sirve aperitivos a los pasajeros durante el viaje correspondiente.

La evaluación de la factibilidad financiera de la mejora propuesta, de la calidad del servicio, proyectó un indicador TIR de 56,58%, un VAN de \$165.501,59 un tiempo de recuperación del capital a invertir en 2 años 4 meses y un coeficiente beneficio / costo de \$2.18, verificándose que en efecto, es viable y conveniente implementar la propuesta planteada en el cuarto capítulo.

Se determinó que la calidad del servicio de transporte tiene una influencia directa en la rentabilidad de la compañía TRANSFROSUR Cía. Ltda., debido a que se proyecta un incremento de este indicador en 52,07% para la inversión nueva, aprobándose la hipótesis formulada en la investigación, significando ello que cada vez que la organización orienta su servicio al cliente, este será más rentable.

Con el análisis de sensibilidad de la compañía TRANSFROSUR Cía. Ltda. Tomando como referencia los gastos de sueldos de los choferes y los gastos indirectos se determinó que la empresa soporta un incremento de 227% con una TIR positiva de 0,00% dado que si se aumentara a 250% reflejaría un TIR negativo de -7,60%.

Producto del estudio exploratorio que se ha realizado y de la propuesta financiera, se ha determinado que puede surgir la siguiente hipótesis: La Calidad del Servicio de Transporte influye en la rentabilidad de la empresa. Utilizando la técnica SERVQUAL, caso de estudio TRANSFROSUR Cía. Ltda. La misma que podría ser probada en estudios posteriores por la empresa una vez aplicado el modelo ServQual; considerando como variable independiente la calidad del servicio y como variable dependiente la rentabilidad de la empresa, para medir la satisfacción del cliente con respecto a la calidad del servicio de transporte terrestre que se brinda desde Huaquillas a Guayaquil o viceversa.

Recomendaciones

Se recomienda a la empresa que mantengan un sistema definido para la retroalimentación del cliente, siendo el modelo SERVQUAL uno de los mecanismos más eficaces para lograr la mejora esperada del servicio. El mejoramiento continuo de la calidad del servicio de transporte debe ser medido con los indicadores de la rentabilidad de la compañía TRANSFROSUR Cía. Ltda. Para evidenciar además del buen vivir de la colectividad, el crecimiento de la empresa y del sector.

Es recomendable que la empresa mejore su capacidad de respuesta, reduciendo el tiempo en la frecuencia de salida de las furgonetas, para minimizar la demora y la insatisfacción del cliente, por lo que se sugiere a la alta dirección que ejecute las alternativas para mejorar la calidad con la adquisición de cinco furgonetas nuevas con base en la aplicación de la técnica del ciclo de Deming,

Además que se fortalezcan los procesos de la gestión de la información al entregar material informativo; también se recomienda mejorar el servicio al cliente mediante las capacitaciones dos veces al año dirigidas al personal de la empresa y brindarles aperitivos a los pasajeros durante el viaje, como estrategias de publicidad y promoción.

Debido a que la proyección con los criterios financieros evidenció un aporte positivo a la rentabilidad y liquidez de la empresa, es necesario que con estas ganancias, la compañía invierta en mejoras para beneficio del cliente, enfocando siempre el servicio hacia el buen vivir de la comunidad beneficiaria.

Referencia

- Abad, V. (2013). Medios de Transporte. Santiago, Chile. : Editorial Usborne Publishing.
Segunda Edición.
- Asociación Española de Normalización y Certificación. (2013). Calidad en el transporte Público de pasajeros. Lima, Perú: Editorial AAVV.
- Ayala, M. (2011). Talleres de servicio al cliente. Madrid: Thomson Paraninfo. Segunda edición.
- Baquero, K. (2014). Diseño de un modelo de caja común para desarrollar la gestión administrativa de la cooperativa de transporte terrestre interprovincial de pasajeros públicos. Milagro, Ecuador: Universidad Estatal de Milagro.
- Bernard, B. (2015). Los medios de transporte. Barcelona, España: Modern Technologies.
<https://www.google.com.ec/search?q=textos+de+transporte&biw=1366&bih=628&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwiMwuGq48PNAhVKWh4KHYxNCfcQsAQIQw#imgsrc=xCz7F7ODWHjVwM%3A>.
- Blasco, E. (2014). Turismo y transporte. Buenos Aires, Argentina. : Editorial Síntesis Primera Edición.
- Bone, I. C. (2015). Análisis de la responsabilidad social en las empresas de transporte público interprovincial del Ecuador. Quito, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana.
<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10134/1/UPS%20-%20ST001687.pdf>.
- Cantú, H. (2011). Hacia una Cultura de la Calidad. México: Editorial Mc Graw Hill.
Undécima Edición.
- Carmona, P. (2012). Manual de transportista. España: Editorial Días de Santos.
- Carranza, M. (2013). Programa de Salud Pública, Comunitaria y Familiar. Buenos Aires: Editorial Harcourt, 1ª Edición.

- Carriel, T. (2013). ¿Qué es Cooperativa y Cuándo formarlas? Perú: Agencia Belga de Desarrollo.
<http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/Cooperativas%20A.pdf>.
- Carrillo, G. (2012). Fundamentos de contabilidad paraprofesionales no contadores. Santafé de Bogotá: Corcas editores Ltda.
- Carro, R. &. (2014). Administración de la calidad total. Buenos Aires, Argentina: Facultad de Ciencias económicas y sociales. Administración de las operaciones.
http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09_administracion_calidad.pdf.
- Castillo, E. (2011). Escala Multidimensional SERVQUAL. Chile: Editado por Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad del Bío-Bío. Primera Edición.
- Cohen, W. (2012). El Plan de Marketing. Bilbao, España: Editorial Deusto. Tercera Edición.
- Dayan, A. (2011). El Marketing. Barcelona, España: Editorial Oikos –Tau. Cuarta Edición.
- Díaz, J. (2013). Modelo de gestión GAP con Técnica SERVQUAL para la medición de la calidad del servicio al cliente en la empresa Seguros Colon S.A. Guayaquil, Ecuador: Universidad de Guayaquil.
- Drake, A. (2014). El Marketing como arma competitiva. Madrid, España: Editorial McGraw-Hill. Sexta Edición.
- Duarte, J. (2011). Calidad de servicios. México: Editorial Prentice Hall Hispanoamericana. Primera edición.
- Fea, U. (2011). Competitividad es Calidad Total. México: Editorial Alfaomega Marcombo. Cuarta Edición.
- Finney, H. (2013). Contabilidad general. México: Unión tipográfica editorial Hispano - Americana.
- Fuentes, T. (2010). Atención al cliente. Madrid: Editorial Paraninfo. Primera edición.

- González, A. (2013). Obligaciones de Servicio Público en el Transporte. Boston, EEUU: Editorial Iustel Portal Derecho. Segunda Edición.
- Griful, E. &. (2013). Gestión de la calidad. Aula Politécnica, organización de empresas. Barcelona, España:
<http://www.aliciagarcia.com/pdf/talleres/gestio%20de%20la%20qualitat.pdf>.
- Gutiérrez, H. (2011). Calidad y Competitividad. México: Editorial Mc Graw Hill. Duodécima Edición.
- Hoyer, R. &. (2011). ¿Qué es la calidad? . Ohio, USA: Tomado de la revista Quality Progress.
<http://www.hacienda.go.cr/centro/datos/Articulo/Qu%E9%20es%20calidad.pdf>.
- Hurtado, A. (2013). Manual de contabilidad comercia. Santafé de Bogotá:
<http://webdelprofesor.ula.ve/economia/mendezm/analisis%20I/IndicadoresFinancieros.pdf>.
- Ilych, I. (2015). Una historia del pensamiento económico. Barcelona, España: UBA.
<https://es.scribd.com/doc/106361069/Economia-Texto-de-Rubin>.
- Kennedy, R., & Macmullen, S. (2013). Estados financiero. Mexico: Editorial Uthea .
- Larrea, P. (2011). Calidad de servicio. Barcelona: Editorial Díaz de Santos S.A. Cuarta edición.
- Martínez, P. (2014). El transporte terrestre de mercancías. Bogotá, Colombia: Editorial Díaz de Santos. Quinta Edición.
- Mejía, R. (2013). Manual especializado en transporte de carga. México: Operarios del Transporte Público de la Ciudad de México.
<http://portal.cenfesac.org.mx/manuales/carga.pdf>.
- Miranda, F. (2013). Introducción a la gestión de la calidad. Madrid – España: Editorial Jacaryan. S.A. Cuarta edición.

- Nebrera, J. (2014). Introducción a la calidad. Ingeniería Industrial especialidad organización. Barcelona, España:
http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/infodir/introduccion_a_la_calidad.pdf.
- Ortiz, H. (2013). Análisis financiero aplicado. Santafé de Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Ospina, S. (2015). Calidad de servicio y valor en el transporte intermodal de mercancías, considerando el modelo SERQUAL. Valencia – España: Editorial Departamento de comercialización e investigación de mercados. Universidad de Valencia Facultad de Economía.
http://mobiroderic.uv.es/bitstream/handle/10550/43626/Tesis%20Doctoral_Santiago%20Ospina%20Pinzon.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Peresson, L. (2013). Sistema de gestión de la calidad con enfoque al cliente. México: Proyecto del MBA. Primera Edición. <http://www.monografias.com/trabajos-pdf/calidad-enfocada-cliente/calidad-enfocada-cliente.pdfv>.
- Pérez, A. (2014). Economía de la empresa. Lima, Perú: Editorial ABC.
<https://josesande.com/>.
- Pineda, U. (2011). Aplicación del modelo Servqual y herramientas de ingeniería de la calidad para la planificación del servicio en la Biblioteca Central de la Universidad de Antioquia. Colombia: Revista Internacional Biblioteca Medellín.
<http://www.scielo.org.co/pdf/rib/v34n3/v34n3a1.pdf>.
- Plaza, A. (2015). Transporte marítimo en la cadena de suministro. Lima: Tórculo Ediciones. Tercera Edición.
- Ramírez, J. (2013). Tipos de Cooperativas. Puerto Rico: CENASE.
<http://liga.coop/banners/9dabf3a988c00b278edee3e53a4805ba.pdf>.

- Render, B. &. (2014). Dirección de la Producción. Ohio – Estados Unidos: Editorial Prentice Hall. Segunda Edición.
- Revista Líderes. (2015). En el Ecuador, la economía se sostiene en seis sectores. Quito, Ecuador: Revista Líderes. <http://www.revistalideres.ec/lideres/ecuador-economia-sostiene-seis-sectores.html>.
- Ríos, N. P. (2012). Logística y calidad. Instituto Tecnológico de Sonora. Sonora, México: Primera Edición <http://www.itson.mx/Paginas/index.aspx>.
- Robert, A. (2012). La contabilidad en la administración de empresas. México: Unión tipográfica Editorial Hispano - Americana.
- Ruiz, C. (2011). Gestión de la calidad del servicio. México: [en línea] 5campus.com, Control de Gestión <<http://www.5campus.com/leccion/calidadserv>> [27/12/2012].
- Ruiz, J. (2012). Transporte por carreteras. Caracas: Editorial Marge Books. Segunda Edición.
- Saavedra, L. (2013). Caracterización del Transporte en Colombia Diagnostico y Proyectos de Transporte e infraestructura. . Colombia: Ministerio de Transporte.
- Salvador, C. (2011). Calidad de servicios: el camino hacia la fidelidad del consumidor. Estrategias para conseguir estabilizar a los clientes. Almería. España: Editorial Universidad de Almería.
- San Miguel, P. (2013). Calidad. Madrid, España: Editorial Paraninfo S.A. Primera Edición.
- Sánchez, A. (2012). Información Estadística de las Cooperativas en el IV Censo Nacional Económico. Lima, Perú: Instituto Nacional de Estadística e Informática. [http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2006/recomendacion_193/_documentos/Informacion-estadistica-cooperativas\(I\).pdf](http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2006/recomendacion_193/_documentos/Informacion-estadistica-cooperativas(I).pdf).
- Saval, T. (2013). Busca y encuentra medios de transporte. Guadalajara, México: Ediciones SM.

- Serrano, A. (2012). Modelo de gestión de la calidad del servicio: revisión y propuesta de integración con estrategia empresarial. España: Editorial Universidad de Cantabria.
<https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEWjaosqMooXNAhUFNj4KHkYk6CYgQFgghMAE&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F2480844.pdf&usg=AFQjCNGJA0bBgg>.
- Setó, D. (2012). De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente. Madrid: Editorial ESIC. Tercera edición.
- Silva, A. (2015). Transportación. Madrid, España: Modern Technologies.
<https://www.google.com.ec/search?q=textos+de+transporte&biw=1366&bih=628&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwiMwuGq48PNAhVKWh4KHkYxNCfcQsAQIQw#imgdii=TfDm6-1E16iQ9M%3A%3BTfDm6-1E16iQ9M%3A%3BxtgosXUR46h50M%3A&imgc=TfDm6-1E16iQ9M>.
- Summers, S. (2012). Administración de la calidad. México: Editorial Pearson Educación. Tercera edición.
- Tarí, J. (2013). Calidad total: fuente de ventaja competitiva. . Compobell, Murcia.: Espagrafic. Publicaciones. Universidad de Alicante.
<http://www.biblioteca.org.ar/libros/140009.pdf>.
- Tejedor, M. (2014). El sistema de calidad en el Plan Andaluz de Urgencias y Emergencias. Ponencia en las Jornadas de Primavera de SEMES-A. Sevilla, España.: Pirámide.
http://hospitalsoterodelrio.cl/pdf/25_Dimensiones_Calidad.pdf.Pág. 1.
- Torres, P. (2015). Sociedades Cooperativas. México: Universidad Interamericana para el Desarrollo.
http://brd.unid.edu.mx/recursos/Sociedades%20en%20Derecho%20Mercantil/SD06/S_D_bloque06.pdf?603f00.

- Truyols, S. (2013). *Introducción al Transporte*. México: Editorial Delta.
- Ureña, E. (2013). *Gestión estratégica de la calidad*. Málaga, España: Universidad de Málaga.
Departamento de Economía.
<http://www.biblioteca.uma.es/bbl/doc/tesisuma/16279463.pdf>.
- Valencia, E. (2015). *Medición de la calidad del servicio de mantenimiento y limpieza de establecimientos educativos en la empresa SYRY*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana.
- Vega, M. (2012). *La calidad en el servicio al cliente*. Madrid, España: Editorial Vértice.
https://books.google.com.ec/books?id=M5yGtQ5m4yAC&redir_esc=y.
- Vilema, L. (2012). *Infraestructura de transporte y comercio*. Quito, Ecuador: Grupo de Investigación & Docencia (GRIDE).
- Villafaña, R. (2013). *Calidad Total. Conceptos básicos de calidad*. Barcelona, España: Primera Edición. <http://cursos.aiu.edu/Calidad/PDF/Tema%202.pdf>.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Apéndice 1

FORMULARIO DE ENCUESTA A LOS CLIENTES DE TRANSPORTE FROTERIZOS DEL SUR “TRANSFROSUR” Cía. Ltda.

Instructivo:

- Señalar con una raya el casillero de su elección teniendo en cuenta que 1 es la menos importante y 7 es la más importante.
- La encuesta es anónima no requiere identificación del encuestado.

Edad: _____

Sexo: Masculino _____. Femenino _____.

Preguntas	Total desacuerdo	En desacuerdo	Parcial desacuerdo	Aceptable	Parcial de acuerdo	De acuerdo	Total de acuerdo
Confiabilidad: capacidad de respuesta							
¿Cumple la empresa, la promesa de beneficiar a los clientes?							
¿Qué opinión le merece la capacidad de respuesta del personal que cobra los pasajes en la oficina perteneciente a la Compañía de Transporte Transfrosur Cía. Ltda.?							
¿Qué opina acerca de la comunicación e información proporcionada por el personal de la Compañía de Transporte Transfrosur Cía. Ltda.?							
¿El personal de la Compañía le ofrece un servicio eficiente desde la primera vez?							
¿Mostró sincera preocupación el personal de la Compañía por resolver las quejas de los clientes?							

Preguntas	Total desacuerdo	En desacuerdo	Parcial desacuerdo	Aceptable	Parcial de acuerdo	De acuerdo	Total de acuerdo
Responsabilidad: Servicios complementarios (valor añadido)							
¿El personal de la Compañía siempre se muestra dispuesto a ayudar al pasajero?							
¿El personal de la Compañía nunca está ocupado para atender al pasajero?							
¿Le proporcionó algún tipo de aperitivo (café, galletas, agua) la Compañía de Transporte Transfrosur Cía. Ltda. Durante el viaje?							
Seguridad (física y vial)							
¿El comportamiento de los empleados le inspira confianza?							
¿Cómo percibió la seguridad física (control de asaltos mediante sistemas de alarmas electrónicas) durante el transporte desde y hacia Huaquillas?							
¿Cómo se siente con la seguridad de su equipaje durante el transporte desde y hacia Huaquillas?							
¿Cómo percibió la seguridad vial (respeto a las leyes de tránsito por parte del chófer) durante el transporte desde y hacia Huaquillas?							
Empatía							
¿Cómo percibió la cortesía de los choferes y ayudantes (cobradores) de los buses pertenecientes a la Compañía de Transporte Transfrosur Cía. Ltda.?							
¿Cómo percibió la cortesía del personal que cobra los pasajes en la oficina perteneciente a la Compañía de Transporte Transfrosur Cía. Ltda.?							

Preguntas	Total desacuerdo	En desacuerdo	Parcial desacuerdo	Aceptable	Parcial de acuerdo	De acuerdo	Total de acuerdo
¿Percibe que el personal de la Cooperativa se preocupe por satisfacer sus necesidades?							
¿Percibe que el personal de la Compañía le ofrece atención individual?							
Bienes tangibles: Estado de conservación, higiene y confort							
¿Cómo observó el estado y comodidad de los asientos de los buses pertenecientes a la Compañía de Transporte Transfrosur Cía. Ltda.?							
¿Cómo percibe el confort y clima (acondicionador de aire) durante el viaje dentro de los buses pertenecientes a la Compañía de Transporte Transfrosur Cía. Ltda.?							
¿Qué impresión le dejó el aseo y la higiene de los buses pertenecientes a la Compañía de Transporte Transfrosur Cía. Ltda.?							
¿Los materiales informativos que le entrega el personal de la Compañía, son visualmente atractivos?							
¿Qué criterio tiene del estado general de los buses (incluyendo el baño) pertenecientes a la Compañía de Transporte Transfrosur Cía. Ltda.?							

Parámetros	Total desacuerdo	En desacuerdo	Parcial desacuerdo	Aceptable	Parcial de acuerdo	De acuerdo	Total de acuerdo
Calificación	1	2	3	4	5	6	7
Porcentaje	0%-10%	10%-25%	20%-45%	35%-65%	55%-69%	70%-84%	85%-100%

Apéndice 2

Certificado de Depósito de Integración de Capital

 BANCO PICHINCHA C.A.				
CERTIFICADO DE DEPÓSITO DE INTEGRACIÓN DE CAPITAL				
Huaquillas, 12 de Febrero del 2009				
Mediante comprobante No.-	116367760, el (la) Sr. (a) (ita): FELIX GONZALO INTRIAGO ZAMBRANO			
Con Cédula de Identidad:	0702885062, consignó en este Banco la cantidad de: 325,00			
Por concepto de depósito de apertura de CUENTA DE INTEGRACIÓN DE CAPITAL de la compañía: TURISMO FRONTERIZO DEL SUR TURISFROSUR CIA.LTDA que actualmente se encuentra cumpliendo los trámites legales para su constitución, cantidad que permanecerá inmovilizada hasta que el organismo regulador correspondiente emita el respectivo certificado que autoriza el retiro de los fondos depositados en dicha cuenta.				
A continuación se detalla el nombre, la CI, y el monto de aportación de cada uno de los socios:				
No.	NOMBRE DEL SOCIO	No. CÉDULA	VALOR	usd
1	CARLOS FRANCISCO VIVAR MARTINEZ	0300808870	\$ 25,00	usd
2	FELIX GONZALO INTRIAGO ZAMBRANO	0702885062	25,00	
3	DOMINGO FELIX INTRIAGO ALVAREZ	1300776778	25,00	
4	FRANCISCO FERNANDO MAYON JURADO	0700733482	25,00	
5	PORFIRIO OSWALDO VERGARA MERCHAN	0701062440	25,00	
6	VIRGILIO OSWALDO ZAMBRANO SALTOS	1301910038	25,00	
7	MAGNER EDUARDO LEIVA HERRERA	070343368	25,00	
8	JACINTO GONZALO CHAVEZ MENDOZA	0904125770	25,00	
9	JOSE ERNANDO ZAMBRANO SALTOS	1301911473	25,00	
10	JULIO CESAR INFANTE CAMPOVERDE	0701795544	25,00	usd
11	SEGUNDO KLEBER MOROCHO TOAQUIZA	0702550591	\$ 25,00	usd
12	ZOILO THOMAS RAMOS VIDAL	1712104304	25,00	
13	PABLO HUMBERTO SAAVEDRA ALBURQUEQUE	0701020505	25,00	
TOTAL				
La tasa de interés que se reconocerá por el monto depositado es del 0,50 % anual, la misma que será reconocida únicamente si el tiempo de permanencia de los fondos en la cuenta es superior a 30 días, contados a partir de la fecha de apertura de la misma.				
Declaro que los valores que deposito son lícitos y no serán destinados a actividades ilegales o ilícitas. No admitiré que terceros efectúen depósitos en mis cuentas provenientes de actividades ilícitas. Renuncio a ejecutar cualquier acción o pretensión tanto en el ámbito civil como penal para el caso de reporte de mis transacciones a autoridades competentes.				
Este documento se emite a petición del interesado y tiene carácter exclusivamente informativo por lo que no podrá entenderse que el Banco Pichincha C.A. se obligue en forma alguna con el cliente o con terceros por la información que emite. Tampoco podrá ser utilizado para autorizar débitos, créditos o transacciones bancarias dentro del Banco. Esta información es estrictamente CONFIDENCIAL y no implica para el Banco ninguna responsabilidad.				
El documento no tiene validez si presenta indicios de alteración.				
 AGENCIA				

Fuente: Compañía de Transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda.
 Elaborado por: Autoras

Apéndice 4
RUC. TRANSFROSUR CIA. LTDA.

	REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES SOCIEDADES	 <i>...le hace bien al país!</i>
NÚMERO RUC:	0992657375001	
RAZÓN SOCIAL:	TURISMO FRONTERIZO DEL SUR TURISFROSUR CIA. LTDA.	
NOMBRE COMERCIAL:	TURISFROSUR	
REPRESENTANTE LEGAL:	CASTILLO ARAUZ ALBERTO LENIN	
CONTADOR:	ROMAN ENRIQUEZ OLGA VIVIANA	
CLASE CONTRIBUYENTE:	OTROS	OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD: SI
CALIFICACIÓN ARTESANAL:	S/N	NÚMERO: S/N
FEC. NACIMIENTO:		FEC. INICIO ACTIVIDADES: 03/07/2009
FEC. INSCRIPCIÓN: 06/04/2010		FEC. ACTUALIZACIÓN: 16/03/2016
FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:		FEC. REINICIO ACTIVIDADES:
ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL		
ACTIVIDADES DE AGENCIAS DE VIAJE		
DOMICILIO TRIBUTARIO		
Provincia: GUAYAS Canton: GUAYAQUIL Parroquia: ROCAFUERTE Calle: CHILE Numero: 616 Interseccion: SUCRE Oficina: P.B. Referencia ubicacion: FRENTE AL MUSEO MUNICIPAL Telefono Trabajo: 042326387 Email: turisfrosur@hotmail.com		
DOMICILIO ESPECIAL		
SN		
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS		
<ul style="list-style-type: none"> * ANEXO ACCIONISTAS, PARTICIPES, SOCIOS, MIEMBROS DEL DIRECTORIO Y ADMINISTRADORES * ANEXO DE DIVIDENDOS, UTILIDADES O BENEFICIOS - ADI * ANEXO RELACION DEPENDENCIA * ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO * DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA - SOCIEDADES * DECLARACION DE RETENCIONES EN LA FUENTE * DECLARACION MENSUAL DE IVA 		
# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS		
# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS	3	ABIERTOS 3
JURISDICCIÓN	\ ZONA 8\ GUAYAS	CERRADOS 0
		
Código: RIMRUC2016000551039		
Fecha: 26/05/2016 16:06:49 PM		

Fuente: Compañía de Transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda.
Elaborado por: Autoras.

Apéndice 4

RUC. TRANSFROSUR CIA. LTDA.



REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES SOCIEDADES



NÚMERO RUC: 0992657375001
RAZÓN SOCIAL: TURISMO FRONTERIZO DEL SUR TURISFROSUR CIA. LTDA.

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS

No. ESTABLECIMIENTO: 001 **Estado:** ABIERTO - MATRIZ **FEC. INICIO ACT.:** 03/07/2009
NOMBRE COMERCIAL: **FEC. CIERRE:** **FEC. REINICIO:**
ACTIVIDAD ECONÓMICA:
ACTIVIDADES DE AGENCIAS DE VIAJE
DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:
Provincia: GUAYAS Canton: GUAYAQUIL Parroquia: ROCAFUERTE Calle: CHILE Numero: 616 Interseccion: SUCRE Referencia: FRENTE AL MUSEO MUNICIPAL
Oficina: P.B. Telefono Trabajo: 042326387 Email: turisfrosur@hotmail.com

No. ESTABLECIMIENTO: 002 **Estado:** ABIERTO - LOCAL COMERCIAL **FEC. INICIO ACT.:** 21/06/2010
NOMBRE COMERCIAL: **FEC. CIERRE:** **FEC. REINICIO:**
ACTIVIDAD ECONÓMICA:
ACTIVIDADES DE AGENCIAS DE VIAJE
DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:
Provincia: EL ORO Canton: HUAQUILLAS Parroquia: HUAQUILLAS Calle: SANTA ROSA Numero: S/N Interseccion: MACHALA Y BENALCAZAR Referencia: FRENTE A OFICINA DE COOPERATIVA RUTAS ORENSES Oficina: P.B. Telefono Trabajo: 072995288 Celular: 0994437621

No. ESTABLECIMIENTO: 003 **Estado:** ABIERTO - LOCAL COMERCIAL **FEC. INICIO ACT.:** 16/03/2016
NOMBRE COMERCIAL: **FEC. CIERRE:** **FEC. REINICIO:**
ACTIVIDAD ECONÓMICA:
ACTIVIDADES DE AGENCIAS DE VIAJE
DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:
Provincia: SANTA ELENA Canton: SANTA ELENA Parroquia: MANGLARALTO Calle: VICENTE ROCAFUERTE Numero: S/N Referencia: COMUNA MONTAÑITA
FRENTE A FARMACIA CRUZ AZUL Email: lenincastilloa@hotmail.com Celular: 0991763728



Código: RIMRUC2016000551039

Fecha: 26/05/2016 16:06:49 PM

Fuente: Compañía de Transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda.
Elaborado por: Autoras.

Apéndice 5

Registro Mercantil TRANSFROSUR CIA. LTDA.

NUMERO DE REPERTORIO: 29.588
FECHA DE REPERTORIO: 03/jul/2009
HORA DE REPERTORIO: 15:46

LA REGISTRADORA MERCANTIL DEL CANTON GUAYAQUIL
1.- **Certifica:** que con fecha tres de Julio del dos mil nueve, en cumplimiento de lo ordenado en la Resolución N° 09.G.IJ.0003260, de la Superintendencia de Compañías de Guayaquil, dictada por el **Subdirector del Departamento Jurídico de Compañías, Ab. Juan Brando Álvarez**, el **8 de junio del 2009**, queda inscrita la presente escritura pública junto con la resolución antes mencionada, la misma que contiene la **Constitución** de la compañía denominada: **TURISMO FRONTERIZO DEL SUR TURISFROSUR CIA. LTDA.**, de fojas **64.991 a 65.029**, Registró Mercantil número **12.502.-** 2.- De conformidad con lo dispuesto en el artículo 33 del código de comercio, se ha fijado y se mantendrá fijo en la sala de este despacho de acuerdo con la ley bajo el número **558** un extracto de la presente escritura pública.

ORDEN: 29588

• UDOLYJJPQHJZRF9C000JHO •

• 466RV0HVKXS0PT •

• 976MCHT9AVONOURC8UX5HG •

• 5KUB10D5UNL1DH0GR55V •

5

REVISADO POR



**REGISTRO
MERCANTIL**
AB. VINCENT DURIN CORNET
REGISTRO MERCANTIL
DEL CANTON GUAYAQUIL
ENCARGADO

Fuente: Compañía de Transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda.
Elaborado por: Autoras

Apéndice 6
TRANSFROSUR CIA. LTDA.



OFICIO No. SC.IJ.DJC.09. 0020078

Guayaquil, 25 SEP 2009

Señores
BANCO DEL PICHINCHA
Ciudad

De mi consideración:

Cúpleme comunicar a usted que la compañía **TURISMO FRONTERIZO DEL SUR TURISFROSUR CIA. LTDA.**, ha concluido los trámites legales previos a su funcionamiento.

En tal virtud, puede el Banco de su gerencia, entregar los valores depositados en la "Cuenta de Integración de Capital" de esa compañía, a los administradores de la misma.

Atentamente,

Ab. Miguel Martínez Dávalos
SECRETARIO GENERAL DE LA INTENDENCIA DE COMPAÑÍAS DE GUAYAQUIL

Fuente: Compañía de Transporte TRANSFROSUR Cía. Ltda.
Elaborado por: Autoras

Apéndice 7
Solicitud de permiso



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Guayaquil, 12 de Mayo del 2016

Econ. Lenin Castillo Arauz

Gerente General

Transfrosur Cia. Ltda.

Ciudad.

De nuestras consideraciones:

Mediante el presente documento nosotras Michell Jacqueline Morocho Gonzales y Michell Mercedes Plaza Ibarbo, alumnas de la Unidad de Titulación de 9no ciclo de la carrera de Administración de Empresas, solicitamos su autorización para poder realizar nuestro trabajo de titulación con el tema "***Influencia de la calidad del servicio de transporte en la rentabilidad de la empresa, utilizando la técnica Servqual***" en sus instalaciones y de esta manera determinar el nivel de satisfacción con respecto a la calidad del servicio que ofrece la compañía a sus pasajeros.

Agradecemos su valiosa colaboración.

Atentamente.

Michell Jacqueline Morocho Gonzales

Michell Mercedes Plaza Ibarbo

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Morocho González, Michell Jacqueline** con C.C: #0705463925 autora del trabajo de titulación: **Influencia de la Calidad del Servicio de Transporte en la rentabilidad de la empresa. Utilizando la técnica SERVQUAL, caso de estudio TRANSFROSURCIA. Ltda.** Previo a la obtención del título de **Ingeniera Comercial** 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, 12 de septiembre de 2016

Morocho González, Michell Jacqueline

C.C: 0705463925



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Plaza Ibarbo, Michell Mercedes** con C.C: # 0931143796 autora del trabajo de titulación: **Influencia de la Calidad del Servicio de Transporte en la rentabilidad de la empresa. Utilizando la técnica SERVQUAL, caso de estudio TRANSFROSURCIA. Ltda.** Previo a la obtención del título de **Ingeniera Comercial** 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, 12 de septiembre de 2016

Plaza Ibarbo, Michell Mercedes

C.C: 0931143796

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Influencia de la Calidad del Servicio de Transporte en la rentabilidad de la empresa. Utilizando la técnica SERVQUAL, caso de estudio TRANSFROSURCIA. Ltda.		
AUTORAS	Morocho González, Michell Jacqueline y Plaza Ibarbo, Michell Mercedes		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Hugo Fernandez Macas/ Erick Murillo Delgado		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
CARRERA:	Administración de Empresas		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniera Comercial		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	12 de septiembre de 2016	No. DE PÁGINAS:	149
ÁREAS TEMÁTICAS:	Servicio al cliente, calidad, estudio financiero		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Modelo, SERVQUAL, Calidad, Servicio, Transporte, Rentabilidad.		
RESUMEN/ABSTRACT: (258 Palabras)			
<p>El presente trabajo de investigación aborda el tema de la calidad del servicio, desde un punto de vista de un modelo de gestión que pueda tener una influencia en los criterios económicos de la organización. Se realizó el estudio con el interés de determinar la influencia de la Calidad del Servicio de Transporte en la rentabilidad de la empresa, utilizando la técnica SERVQUAL, en el caso de estudio TRANSFROSUR Cía. Ltda. Por lo cual, como instrumento de recolección de información se utilizaron las encuestas que tomaron como base la escala multidimensional del modelo SERVQUAL. Se diagnosticó con la aplicación de la escala SERVQUAL, que la principal causa que está afectando la calidad del servicio e impactando negativamente en la satisfacción del cliente, es la lenta capacidad de respuesta debido que la frecuencia de salida de las furgonetas es de aproximadamente cada hora, planteándose como alternativas su mejoramiento, la adquisición de cinco furgonetas nuevas con base en la aplicación de la técnica del ciclo de Deming, así como la entrega de material informativo y aperitivos para los pasajeros durante el viaje, como estrategias de publicidad y promoción, cuya inversión proyectó un TIR de 56,58%, un VAN de \$165.501,59 tiempo de recuperación del capital en 2 años 4 meses y coeficiente beneficio / costo de \$2.18, concluyéndose que en efecto, es viable y conveniente implementar la propuesta planteada en el cuarto capítulo, porque la calidad del servicio de transporte tiene una influencia directa en la rentabilidad de la compañía TRANSFROSUR Cía. Ltda., esperando una rentabilidad de 33,93% para la inversión nueva.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0989978602 – 042-695205 0969714975 – 042-996672	E-mail: Michellplaza2611@gmail.com michell_morocho17@outlook.es	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Freddy Ronalde Camacho Villagómez Teléfono: +593-4-987209949 E-mail: freddy.camacho.villagomez@gmail.com		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			