



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM–Estelí

Trabajo de seminario de graduación para optar

Al grado de

Licenciado en Administración de Empresas

Análisis de la calidad del servicio de transporte público

“FAMILIA ZAMORA del Municipio El Sauce,” I semestre del año

2019

Autores

María Izamara Tercero Betanco

Julisa Estefanía Zamora Delgado

Mario Antonio Zúniga Cárdenas

Tutores

MSC. Flor Idalia Lanuza

MSC. Alberto Sevilla

Estelí, 27 de Enero de 2020



Línea de Investigación N#1: Empresas Familiares

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por darnos la oportunidad de culminar con éxito nuestros estudios, carrera, brindándonos una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

A nuestros padres por habernos apoyado en el transcurso de esta carrera y por creer en nosotros. Los amamos con todo nuestro corazón, este trabajo nos llevó tiempo hacerlo, es para ustedes un mérito por todo lo brindado, solamente le estamos devolviendo lo que ustedes nos dieron en un principio.

De igual manera agradecemos a los propietarios de Transporte público “FAMILIA ZAMORA”, del municipio El Sauce, quienes aportaron información necesaria para la realización de esta investigación.

A la Universidad FAREM-Estelí y al personal docente de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, en especial a nuestros tutores de tesis Msc. Alberto Cayetano Sevilla Rizo y Msc. Flor Idalia Lanuza Gámez, por habernos brindado sus capacidades y conocimientos científicos durante el proceso de la realización de nuestra tesis.

Finalmente, agradecemos a todas las personas que de una u otra forma estuvieron con nosotros, dando sus aportes, sugerencias y conocimientos compartidos; y es por ello que a todos y cada uno les agradecemos todo el esfuerzo, sacrificio y tiempo que entregamos a esta investigación.

Gracias a todos.

María Izamara Tercero Betanco
Julisa Estefanía Zamora Delgado
Mario Antonio Zúniga Cárdenas

DEDICATORIA

Nuestro trabajo de investigación se la dedicamos con todo amor y cariño principalmente a Dios por brindarnos tiempo, sabiduría, salud, los recursos y la oportunidad de culminar este sueño tan anhelado.

Con mucho cariño a nuestros padres que nos dieron la vida y por apoyarnos siempre en cada momento.

Muy especialmente a todas las personas quienes nos dieron esa experiencia necesaria para poder completar nuestra carrera. No tenemos palabras para seguir diciendo el gran regocijo que me da poder terminar esta carrera en donde profesores y compañeros dejan parte de su vida, para dar vida a las ilusiones que hoy en día se hacen realidad. Solo sé que este camino es el comienzo de una gran historia de virtudes.

María Izamara Tercero Betanco
Julisa Estefanía Zamora Delgado
Mario Antonio Zúniga Cárdenas

VALORACIÓN DOCENTE

A través de la presente hacemos constar que: **María Izamara Tercero Betanco, Julisa Estefanía Zamora Delgado y Mario Antonio Zúniga Cárdenas**, estudiantes del V año de la carrera de Administración de Empresas finalizaron su trabajo investigativo en el tema: **“Análisis de la calidad del servicio de transporte público “FAMILIA ZAMORA del Municipio el Sauce, I semestre del año 2019”**.

Este trabajo fue apoyado metodológicamente y técnicamente en la fase de planificación, ejecución, procesamiento, análisis e interpretación de datos, así como sus respectivas conclusiones y recomendaciones. Después de revisar la coherencia, contenido y la incorporación de las observaciones brindadas en pre defensa, defensa final y consultas realizadas a especialistas en el tema, consideramos que el mismo hace una aportación significativa al conocimiento y da aportes relevantes sobre el análisis de la calidad del servicio de transporte público “FAMILIA ZAMORA del Municipio el Sauce. Asimismo, la amplia literatura científica relacionada con el tema indicado evidencia que ocupa un lugar importante entre los desarrollos recientes de la Administración de Empresas.

Además se presentó el artículo científico el cual abarca los elementos necesarios para ser presentado. Por consiguiente, valoramos que el mismo cumple con los requisitos establecidos en la normativa y, por lo tanto, está listo para ser entregado ante la institución rectora.

Dado en la ciudad de Estelí a los cinco días del mes de febrero del 2020.

Atentamente.

Msc. Flor Idalia Lanuza Gámez
Docente FAREM – Estelí

Msc. Alberto C. Sevilla Rizo
Docente FAREM-Estelí

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. ANTECEDENTES	3
1.2. Planteamiento del problema	5
1.3. Preguntas problemas	7
1.4. Justificación	8
II. OBJETIVOS	9
III. MARCO TEÓRICO.....	10
3.1. Calidad de servicio.....	10
3.1.1. Concepto.....	10
3.1.2. Breve aporte de los creadores del concepto de calidad	11
3.1.3. La filosofía de Juran 2 consta de cinco puntos, que son:.....	12
3.1.4. Características de la calidad	13
3.1.5. Componentes de la calidad.....	14
3.1.6. Componentes de la calidad del servicio	14
3.1.7. Importancia de la calidad	15
3.1.8. Servicio	15
3.1.9. Importancia del servicio al cliente.....	16
3.1.10. Tipos de servicio al cliente	16
3.1.11. Factores del servicio	17
3.1.12. Características del servicio	17
3.1.14. Calidad del servicio	18
3.1.15. Características del servicio al cliente	19
3.2. Cliente.....	20
3.2.1. Concepto de Cliente.....	20

3.2.2. El cliente, elemento vital de cualquier empresa	21
3.2.3. Características del cliente:	21
3.2.4. Clasificación de los clientes	22
3.3. Transporte.....	24
3.3.1. Concepto de transporte.....	24
3.3.2. Tipos de medios de transporte.....	26
3.3.3. Transporte de pasajeros.	27
3.3.4. Importancia del uso del transporte.	28
3.3.5. Características de transporte:	28
3.3.6. Introducción a la ley 524	29
3.3.7. Según el capítulo III transporte de pasajeros.	32
3.4. Estrategias	33
3.4.1. Concepto de estrategia	33
3.4.2. Estrategias que ayuden al mejoramiento de la calidad de servicio del transporte público intermunicipal.	33
IV. SUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN	35
4.1. Planteamiento de supuesto.....	35
4.2. CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	36
V. DISEÑO METODOLÓGICO	40
5.1 Tipo de investigación	40
5.1.2. Universo de estudio.....	42
5.2. Muestra.....	42
5.2.1 .Tipo de muestreo	42
5.2.2. Tamaño de la muestra.	42
5.2.3 Técnicas de recolección de datos	43

5.3. Etapas de la investigación	44
5.3.1. Investigación documental.....	44
5.3.2. Elaboración de instrumentos.....	45
5.3.3. Trabajo de campo	45
5.3.4. Elaboración de informe final.....	46
VI. ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	47
6.1. Identificar los factores que inciden en la calidad del servicio de transporte público	47
6.2. Describir las percepciones de los clientes sobre la calidad del servicio. ..	52
6.3. Determinar la calidad del servicio que brinda la empresa de transporte público “FAMILIA ZAMORA”.....	58
6.4. Proponer estrategias que permitan la mejora de la calidad del servicio de transporte	62
VII. CONCLUSIONES	64
VIII. RECOMENDACIONES	65
Bibliografía.....	66

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Accidente de tránsito ocasionado por la unidad.....	47
Gráfico N° 2 Estado de las ventanas de las unidades.....	48
Gráfico N° 3 Las unidades deben tener un plan de emergencia	49
Gráfico N° 4 Conflicto con algún colaborador dentro de la unidad	50
Gráfico N° 5 Inseguridad dentro de la unidad.....	52
Gráfico N° 6 Seguridad y comodidad que brinda el servicio.....	53
Gráfico N° 7 Depósitos de basura dentro de la unidad.....	54
Gráfico N° 8 Calificación de higiene dentro de la unidad.....	55
Gráfico N° 9 Satisfacción en el horario de tiempo que existe entre cada unidad	56
Gráfico N° 10 Trato que se recibe por parte de los trabajadores.....	57
Gráfico N° 11 Atención del servicio de transporte	58
Gráfico N° 12 Tarifa impuesta por el uso del servicio	59
Gráfico N° 13 Por qué se utiliza el servicio de transporte público	60
Gráfico N° 14 Puntualidad del servicio	61

I. INTRODUCCIÓN

El transporte es un factor clave en las economías modernas. Es difícil concebir un crecimiento económico vigoroso que pueda crear trabajo y riqueza sin un eficiente sistema de transporte. Sin embargo, existe una contradicción permanente entre las demandas de la sociedad, que continuamente pide una mayor movilidad, y la opinión pública, que cada vez es más intolerante con los continuos retrasos producidos por la congestión y con la falta de calidad de algunos servicios de transporte.

La presente tesis está basada en el “Análisis de la calidad del servicio de transporte público familia Zamora del municipio el Sauce”. Está dividida en capítulos:

Capítulo 1: Se desarrolló el problema de investigación, su problemática, la formulación de problema, justificación y objetivos,

Capítulo 2: Se amplió el marco teórico, donde se presenta los antecedentes, base teórica relacionada con el problema, los ejes a seguir y las definiciones conceptuales.

Capítulo 3: De igual forma se presenta el marco metodológico en el cual menciona el tipo y el diseño de investigación realizada, la población y muestra, hipótesis, variables, operacionalización de variables, métodos, técnicas e instrumentos de investigación, métodos de análisis e interpretación de resultados donde se presentan los resultados obtenidos por cada instrumento, se analizan y se interpretan.

Capítulo 4: Posteriormente se redactaron estrategias de mejoras del servicio en donde se resaltaron las más importantes dirigidas a los propietarios para proporcionar una mejor calidad de transporte ya que esta es definida por la

demanda de pasajeros y estos buscan un buen servicio tanto en calidad como en confiabilidad.

Capítulo 5: Finalmente se presentan las conclusiones, recomendaciones y referencias bibliográficas.

1.1. ANTECEDENTES

Para la realización de este estudio aplicamos una serie de investigación para más indagación sobre "Análisis de la calidad del servicio de transporte público FAMILIA ZAMORA del Municipio El Sauce." encontramos tesis que nos ayudaran a determinar y obtener información importante para esta investigación.

La primera tesis de licenciatura en administración de Empresa, la cual, es presentada por, Jennifer León Palomo, Pitalva Pinedo(2011) y se titula "Evaluación de la calidad del servicio al cliente en la terminal de transporte de Cartagena" esta investigación es de tipo cualitativa tiene como objetivo analizar la calidad de servicio del transporte intermunicipal de pasajeros ofrecidos en la terminal de transporte de Cartagena, según interpretación de los usuarios del servicio, contratando expectativas y percepciones.

A través de su estudio: "Modelo de estimación de demanda del servicio de transportación público para el Ecuador" Marcelo Meléndez determinó que los consumidores absorben todo el incremento de la subida de precios y disminuye su bienestar al reducir el consumo de otros bienes que sean elásticos. Es este efecto sobre el bienestar social el que determina que este bien se encuentre bajo algún tipo de supervisión del estado (León & Pitalua, 2011).

Br, Juan Félix Huertas Angulo presenta una tesis para optar el grado académico de: Magister en Gestión Pública (2014) titulada "La Calidad de servicio del transporte público urbano en los paraderos del tramo avenida Arequipa – Lima metropolitana 2014" a investigación tiene un nivel desactivo y tiene como objetivo determinar cómo perciben los usuarios la calidad del servicio de transporte público urbano en los paraderos del tramo Av. Arequipa Lima Metropolitano (Huertas, 2015).

Benavidez Vásquez Aleyda Lourdes, Mendoza Castillo José Emanuel, Zelaya López Lesther Agustín, presentan una tercera tesis de Ciencias Económicas y

Administrativas (2016) titulada “Evaluación de calidad del servicio de transporte urbano colectivo intermunicipal. Es de tipo cualitativa, teniendo como objetivo principal evaluar la calidad del servicio del servicio de transporte urbano colectivo intermunicipal en la ciudad de Estelí para la satisfacción de los usuarios (Benavidez, Mendoza, & Zelaya, 2016).

Una cuarta tesis de Master en Gerencias Públicas y Administrativas en la universidad FAREM – Estelí presentada por Bryggytte Xilonem Castellón Lanuza (2016) con el tema “Plan de mejora continua para el fortalecimiento en la calidad del servicio de transporte público colectivo intermunicipal de la ciudad de Estelí año 2015 – 2016”. (Castellón, 2016).

Por lo tanto, la tesis consistirá en el análisis de la calidad del servicio de transporte público “Familia Zamora,” del Municipio El Sauce I semestre año 2019, siendo necesaria la mejora continua de este servicio brindado en la Línea de transporte Sauce, Achuapa, Estelí.

1.2. Planteamiento del problema

En el año actual 2019 se ha visto más afectada la satisfacción de los usuarios del transporte urbano colectivo en el Municipio de El Sauce, mediante este estudio se pretende concientizar a los dueños de esta unidad y así para mejorar el servicio.

El transporte público es un servicio regulado por la Alcaldía Municipal y el Ministerio de Transporte. Es indispensable para que los usuarios realicen sus actividades cotidianas, o bien dirigirse a sus centros de estudio o cual quier otro destino.

Estudios recientes muestran que existen usuarios insatisfechos, por los maltratos hacia los usuarios por el conductor y los ayudantes; por el uso de lenguajes no apropiados, así como la mala conducta hacia el trato con las mujeres.

Por otra parte existe el exceso de pasajeros en los transportes públicos genera incomodidades a los usuarios a la hora de abordar la unidad; además estas unidades no presentan un espacio adecuado para facilitar la salida del usuario, lo cual provoca afectaciones físicas en las personas.

Otra problemática es el deterioro que sufren los buses en el estado mecánico, producto de carreteras en mal estado; por esa razón, es que los usuarios se incomodan por llegar tarde al lugar destinado.

Actualmente no se cuenta con señalizaciones de tránsito necesarias en las carreteras, ya que existen lugares en las que son necesarios pero estas carecen de advertencias, por lo cual se concederá peligroso para las personas que las transita.

Otra situación es que no existe una supervisión periódica donde se obtengan una revisión médica a conductores y ayudantes, que permita asegurar que se encuentren en buenas condiciones físicas y mentales, además que se controle

sustancias (alcohol o drogas) que pueden poner en riesgo la seguridad de los usuarios que aborden el transporte de unidad.

En este sentido, se puede mencionar que los ciudadanos en la actualidad valoran la movilidad como un bien, entendiendo que la demanda de transporte supone siempre un problema colectivo y social en el disponer continuo entre la población y en las distintas modalidades de transporte que se presenta.

El pasaje de El Sauce, Achuapa a Estelí es de C\$ 88 córdobas, esto no es estable a medida que sube la gasolina sube la tarifa del pasaje. El ministerio de transporte le ha asignado un horario que perjudica a los estudiantes que viajan de El Sauce, Achuapa hacia Estelí a realizar sus estudios.

También es evidente el incumplimiento de las medidas de higiene dentro de las unidades, puesto que no todos cuentan con un depósito de basura, para que los pasajeros lo usen.

Las expectativas del trabajo de investigación sobre el análisis de la calidad de servicio de transporte público intermunicipal es proponer estrategias que mejoren la calidad del servicio de transporte a los usuarios de manera que contribuya a la seguridad de los pasajeros, que las unidades de buses estén en buen estado mecánico. Que la empresa familia zamora implemente capacitaciones en temas de Relaciones Humanas a los trabajadores de cada unidad de buses y técnicas de servicio al usuario por las autoridades pertinentes.

Por consiguiente, el propósito es mejorar la calidad de servicio de transporte que necesitan los usuarios y cumplir con los requisitos que exige la Ley 524 en relación al ambiente e higiene.

1.3. Preguntas problemas

A raíz de la descripción anterior, para esta investigación se ha desarrollado unas preguntas-problemas que nos orienta a la realización, y son:

1.3.1. Pregunta general

- ¿Cómo valoran los usuarios la calidad del transporte público que circulan del Municipio El Sauce, Achuapa, Limay hacia Estelí?

1.3.2. Preguntas específicas

- ¿Cuál es la calidad de servicio que brinda la empresa de transporte público a los pasajeros que viajan de El Sauce - Achuapa hacia Estelí?
- ¿Qué percepciones tienen los clientes sobre la calidad del servicio público?
- ¿Cuáles son los factores que inciden en la calidad del servicio de transporte público?
- ¿Qué estrategias aplican para la mejora de la calidad del servicio de transporte público?

1.4. Justificación

El propósito de este estudio se ha elaborado para mejorar el servicio del transporte público, de los habitantes de los municipios (Sauce-Achuapa) y la ciudad de Estelí en el año 2019, tomando en cuenta en la investigación a realizar, las opiniones y los aportes de los usuarios para el mejoramiento del servicio, ya que es necesario para el desarrollo social y económico, la movilización de los usuarios.

Otro de los propósitos de este estudio es que no se han realizado investigaciones sobre la calidad del servicio del transporte público en el municipio El Sauce al departamento de Estelí.

Brindando un servicio de calidad del transporte público se beneficiarán el usuario, transportista, municipalidad y visitantes en el aspecto económico, de bienestar y de condiciones para desempeñar sus roles con eficiencia. A partir de los resultados de esta investigación, se propondrán a los transportistas algunas soluciones a los problemas que enfrentan, a fin de adoptar medidas encaminadas a mejorar la calidad de servicio.

El estudio servirá para el mejoramiento de las unidades de transporte que los propietarios ofrezcan mejores condiciones del servicio con seguridad y comodidad a los usuarios.

De igual manera este estudio, servirá para investigaciones futuras que realicen o deseen saber acerca de la calidad del transporte público, el cual puede ser un punto de partida para nuevas investigaciones.

II. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

- ✓ Analizar la calidad del servicio de transporte público “FAMILIA ZAMORA” del Municipio El Sauce, en el I semestre del año 2019.

2.2. Objetivos específicos

- ✓ Identificar los factores que inciden en la calidad del servicio de transporte público.
- ✓ Determinar la calidad del servicio que brinda la empresa de transporte público “FAMILIA ZAMORA”.
- ✓ Describir las percepciones de los clientes sobre la calidad del servicio.
- ✓ Proponer estrategias que permitan la mejora de la calidad del servicio de transporte público.

III. MARCO TEÓRICO

Para realizar este trabajo de investigación hemos considerado cuatro ejes teóricos para la realización del Marco Teórico, los cuales son: Calidad de servicio, Cliente, Transporte, Estrategias.

3.1. Calidad de servicio

3.1.1. Concepto

Es la capacidad de un conjunto de características intrínsecas, debe considerarse el nivel de satisfacción de todos los actores directa o indirectamente inmersos en el sistema (usuarios, trabajadores del sector de transporte). Para tener buena calidad en el transporte público es fundamental que cada uno de los actores tenga sus objetivos bien definidos, que conozca todos sus derechos y obligaciones y sepan realizar con eficiencia y calidad todas sus tareas y actividades (Abadi, 2011).

La calidad es la capacidad de un conjunto de características intrínsecas para satisfacer requisitos. En ese sentido la calidad interna corresponde al mejoramiento de la operación interna de una compañía y la calidad externa corresponde a la satisfacción de los clientes, a través de productos y servicios que satisfagan las expectativas del cliente.

Para Abadi(2011) define qué calidad es la totalidad de funciones, características o comportamientos de un bien o servicio. No hay calidad que se pueda medir por su apreciación o el análisis de las partes constitutivas de un servicio recibido. Por tanto, la clasificación se hace con carácter integral, es decir, evaluando todas las características, funciones o comportamientos.

Según Palacio,Soriano (2010, pág. 86) define que la calidad se debe asociar directamente con el cliente, siendo el grado de satisfacción, rasgos y

características de un producto o servicio que se sustentan, para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente. Mientras Ramos expresa que la calidad es el conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad, para satisfacer las necesidades expresadas de los clientes. (Palacio, Soriano, 2010)

Pero Guilló J.J (2012, págs, 48,49) Define la calidad como “el acto de producir bienes y/o servicios según especificaciones que satisfagan las necesidades y expectativas de los clientes. Para poder entender mejor la calidad es importante conocer a los grandes maestros creadores de las diferentes filosofías, así como el entorno en el que se desarrollaron.

3.1.2. Breve aporte de los creadores del concepto de calidad

El gran maestro Jorge Carvajal, hace referencia a la filosofía de William Edwards Deming¹. Sus principales aportaciones se definen en los siguientes puntos, que son:

- 1) Crear constancia en el propósito de mejorar el producto y el servicio, con el objetivo de llegar a ser competitivos, de permanecer en el negocio y de proporcionar puestos de trabajo.
- 2) Adoptar la nueva filosofía. Nos encontramos en una nueva era económica y los diferentes objetivos deben ser conscientes del reto, deben aprender sus responsabilidades y hacerse cargo del liderazgo para cambiar.
- 3) Dejar de depender de la inspección para lograr la calidad. Eliminar la necesidad de la inspección en masas, incorporando la calidad dentro del producto en primer lugar desde una buena capacitación al trabajador hasta la post-venta.

- 4) Acabar con la práctica de hacer negocios sobre la base del precio. En vez de ello, minimizar el costo total. Tender a tener un sólo proveedor para cualquier artículo, con una relación a largo plazo de lealtad y confianza.
- 5) Mejorar constantemente y siempre el sistema de producción y servicio, para mejorar la calidad y la productividad, y así reducir los costos continuamente.
- 6) Métodos modernos de capacitación. Es de vital importancia la actualización en la capacitación para aprovechar tanto maquinas, herramientas, materias primas.
- 7) Implantar métodos de liderazgo. El objetivo de la supervisión debería consistir en ayudar a las personas, a las máquinas y aparatos para que hagan un trabajo mejor. La función supervisora de la dirección necesita una revisión, así como la supervisión de los operarios. Eliminar el miedo, de manera que cada uno pueda trabajar con eficacia para la compañía.
- 8) Implantar un programa riguroso de educación y auto mejora. El enriquecimiento del conocimiento en el personal, será de suma importancia en la mejora de su productividad dentro de la empresa. Poner a todo el personal de la compañía a trabajar para conseguir la transformación. La transformación es tarea de todos, es decir, involucrar a todos a cumplir con la calidad.

3.1.3. La filosofía de Juran 2 consta de cinco puntos, que son:

- 1) Medir el costo de tener una calidad pobre: Al identificar en forma total los costos que nos acarrearía tener una mala calidad, hacer conciencia a todos para tratar de lograr siempre la mejor calidad en todos los aspectos.

- 2) Adecuar el producto para el uso: Fabricar un producto o servicio ideal que satisfaga las necesidades del cliente plenamente. También se aplica de dos maneras:
 - El efecto principal se acusa en las ventas, por lo general la mayor calidad cuesta más.
 - El efecto principal se acusa en los costos, por lo general la mayor calidad cuesta menos.
- 3) Estar en trato constante con el cliente, para saber si se han cumplido sus expectativas con el producto o servicio ofrecido.
- 4) Mejorar proyecto por proyecto: Se refiere que al realizar un servicio o producto se haga con la mejor calidad posible y al efectuar el próximo servicio o producto se supere la calidad.
- 5) La calidad es el mejor negocio: Invertir en la calidad es un excelente negocio, por los magníficos resultados que trae consigo, como son: ser competitivos, aumentar las ganancias, satisfacer al cliente, reducir los desechos, etc.

3.1.4. Características de la calidad

Según Zabiski (2013, pág. 55): (Zabiski, 2013)

- 1) Buscar de forma activa la satisfacción del cliente, priorizando en los objetivos sus necesidades y expectativas.
- 2) Orientar la cultura de la organización dirigiendo los esfuerzos hacia la mejora continua e introduciendo métodos de trabajo que lo faciliten.
- 3) Motivar a sus empleados para que sean capaces de producir productos o servicios de alta calidad.

3.1.5. Componentes de la calidad

Zabiski (2013) menciona los siguientes componentes:

- 1) Hacer las cosas siempre bien a la primera.
- 2) Fomentar la comunicación.
- 3) Prevenir errores.
- 4) Tener objetivos de mejora permanente.
- 5) Involucrar a toda la organización.
- 6) Importancia de los Recursos Humanos.
- 7) Toda persona es proveedor y cliente.
- 8) Externo o interno de otras personas.

3.1.6. Componentes de la calidad del servicio

Según Abadi (2011, pág. 7)

Confiabilidad: La capacidad de ofrecer el servicio de manera segura, exacta y consistente. Significa realizar bien el servicio.

Accesibilidad: Es el grado en el que todas las personas pueden utilizar un objeto, visitar un lugar o acceder a un servicio, obtener información, independientemente de sus capacidades técnicas, cognitivas o físicas.

Respuesta: Se entiende por tal, la disposición de atender y dar un servicio rápido. Los clientes cada vez somos más exigentes en éste sentido.

Seguridad: Los clientes deben percibir que los servicios que se le prestan carecen de riesgos, que no existen dudas sobre las prestaciones.

3.1.7. Importancia de la calidad

Para Zabiski (2013, pág. 55) .La mayoría de los clientes busca calidad al mejor precio, sin embargo, lo que puede ser “excelente” para algunos no lo es para otros. Cuando un individuo adquiere un producto o servicio, lo hace para satisfacer una necesidad.

La calidad es el resultado del esfuerzo arduo, se trabaja de forma eficaz para poder satisfacer el deseo del consumidor, cliente o usuario. Dependiendo de la forma que un producto o servicio se aceptado o rechazado por estos, podremos decir si este es bueno o malo.

Muchas veces el nivel de calidad se mide de acuerdo a la reacción y preferencias del cliente. Desde el mismo momento en que este llega al establecimiento comercial, sabe exactamente que va a comprar o que servicio quiere utilizar, por lo tanto, es fundamental que la calidad sea medible para que los clientes puedan estar satisfechos con el producto o servicio brindado.

3.1.8. Servicio

Expresa Ramos (2010,pag.43). Qué servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. En otras palabras, el servicio es una actividad realizada para brindar un beneficio o satisfacer una necesidad.

Para Serna (2011, págs. 48,49) .El servicio es un conjunto de elementos, acciones, interacciones personales y actitudes que diseñamos, para satisfacer las necesidades del cliente.

El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos.

3.1.9. Importancia del servicio al cliente

Serna (2011, pág. 50) expresa que mayor porcentaje de pérdida de clientes y usuarios es por haberse sentido despreciados por alguien del personal, bien por una mala atención o por indiferencia. Un cliente perdonara un error si se le atiende correctamente y se soluciona de forma eficaz pero es muy difícil que olvide una atención poco profesional y mucho menos si siente que se le ha tratado mal o como un objeto. (Serna, 2011)

3.1.10. Tipos de servicio al cliente

Según Huamani,J.J(2014, pág. 35).El tipo de servicio que percibe el cliente son los siguientes: Malo, Regular, Normal.

Tipos de Servicios, Según Violanz (2015, págs. 75,76):

- 1) Servicios públicos: Están gestionados por el Estado, los ayuntamientos, etc. Estos servicios tienen un fin social, no económico. Dentro de este tipo de servicios se encuentra la sanidad, el orden público, la educación. Así mismo el transporte, el abastecimiento de agua potable etc. También es público, debido a que las empresas privadas no perciben una compensación económica superior a la cantidad invertida en el proyecto.

- 2) Servicios privados: Los gestores de estos servicios son empresas privadas, cuyo objetivo principal es obtener una compensación económica. Complementan los servicios públicos.

3.1.11. Factores del servicio

UNE.EN.ISO (2008, págs. 6-8).Menciona los siguientes factores

- 1) Servicio ofertado: Rutas establecidas para los clientes.
- 2) Accesibilidad: Facilidad para acceder y descender del bus.
- 3) Información: Información al cliente sobre normas de seguridad.
- 4) Tiempo : Duración del recorrido del origen al destino
- 5) Atención al cliente: Satisfacción del cliente
- 6) Seguridad: Protección del cliente
- 7) Impacto Ambiental: Mejoramiento del ecosistema

3.1.12. Características del servicio

- 1) Intangibilidad: los servicios no se pueden ver, sentir, ni oler antes de comprarlos.
- 2) Inseparabilidad: la creación de un servicio puede tener lugar mientras se consume, examen de la vista, un viaje, un masaje, un corte de cabello, entre otros.
- 3) Variabilidad: la calidad de los servicios depende de quienes los proporcionan, así como de cuándo, en dónde y cómo se proporcionan.
- 4) Carácter perecedero: los servicios no se pueden almacenar para su venta o su utilización posterior.

Para Abadi (2011). Se puede clasificar los servicios en los siguientes tipos:

- Servicios genéricos:

Son los que la mayoría de los consumidores necesitan como descanso, limpieza, transporte, entrenamiento o asesoramiento.

- Servicios básicos:

Servicios mínimos que buscan los consumidores, un ejemplo puede ser cuando una persona solicita el servicio médico a domicilio.

- Servicios globales:

Se le llama a la oferta conjunta de servicios.

Empatía Quiere decir ponerse en la situación del cliente, en su lugar para saber cómo se siente.

La calidad del servicio siempre variará, dependiendo de las circunstancias del problema y de la interacción entre el empleado y el cliente.

El propósito de la calidad son los factores que inciden en el servicio, para lo cual existen estrategias que pueden mejorar la satisfacción del cliente.

3.1.14. Calidad del servicio

La calidad del servicio es uno de los principios que los clientes demandan con mayor interés.

Según Peresson,L(2010, pág. 26) es el hábito desarrollado y practicado por una organización, para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes, ofrecerles un servicio accesible, adecuado, flexible, seguro y confiable, de tal manera que el cliente se sienta comprendido personalmente. El objetivo de la calidad son los factores que inciden en el servicio.

Mientras Abadi(2011, pág. 26) define calidad de servicio como la totalidad de funciones, características o comportamientos de un bien o servicio. No hay calidad que se pueda medir por su apreciación o el análisis de las partes constitutivas de un servicio recibido. Por tanto, la clasificación se hace con carácter integral, es decir, evaluando todas las características, funciones o comportamientos.

3.1.15. Características del servicio al cliente

En cambio Violanz (2015, págs. 65,67) menciona algunas Características de calidad del servicio al cliente:

- a) Rapidez del Servicio: Se refiere al tiempo estipulado por kilómetros recorridos, tomando en cuenta límites de velocidad y señales viales.

- b) La Seguridad del Viaje: El uso de las señales viales presentadas en cada vía de tránsito es un elemento fundamental para el aseguramiento de la seguridad del viaje. Otro elemento fundamental son las revisiones del equipo, que eliminan las fallas y disminuyen los errores en el manejo y funcionamiento del medio de transporte durante el viaje. Se hace referencia a:
 - Chequeo de la unidad de transporte antes de realizar el viaje.

 - Respeto a los límites de velocidad.

 - Mantenimiento de buses de transporte puede ser correctivo o preventivo, con el mantenimiento preventivo se busca reducir las fallas, anticiparlas, tener mayor seguridad y confiabilidad en el viaje, tener mayor vida útil del vehículo y reducir los gastos de mantenimiento, es por eso que se vuelve algo muy importante.

- c) Se establecerá un programa definido de revisiones constantes, resaltando la importancia de un sistema efectivo, registrando cada operación de revisión, cambio de pieza u otro producto a cambiar.

- d) Mantenimiento: Se toman en cuenta los cambios de aceite, refrigerantes, selladores, limpiadores, calibración de bombas de inyección, filtro de aire, así como el cambio de llantas según su desgaste, su correcto alineamiento y balanceo, y afinamiento del motor.

- e) Terminal de Buses: La terminal de buses es el local donde el usuario se dirigirá para obtener el servicio de transporte. Este espacio será rentado para la venta de alimentos y refrescos, de forma que los clientes puedan consumir cualquiera de los productos de su agrado.

3.2. Cliente

3.2.1. Concepto de Cliente

Según Violanz (2015, pág. 65) Se le llama cliente a aquella persona que solicita un bien o servicio a cambio de un pago. Esto quiere decir, que los clientes de una empresa son aquellos que contratan de forma ocasional o frecuente los servicios o productos que esta ofrece.

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios. Cliente se utiliza para hacer referencia a las personas o entidades que hacen usufructo de los recursos o servicios que brinda otra (Violanz, 2015).

Szmuch (2009). Todos son clientes alguna vez, o siempre. Muchos de ellos tienen anécdotas en las que se ha sido tratado maravillosamente: el vendedor, empleado, telefonista, recepcionista han hecho sentirse muy bien y, lo más importante, han solucionado una inquietud, necesidad o reclamo. Y se ha tenido de los otros también, cuando parece que en lugar de estar ahí para hacer el trabajo, simplemente están ahí para fastidiar, contestar mal, y empeorar las cosas.

Uno de los motivos por los cuales las personas encargadas de atender al público no hacen bien su trabajo es que no han sido capacitados para eso. No se sabe cuál es su rol o función dentro del negocio o la empresa. No se conoce la filosofía

del lugar, si es que el negocio alguna vez se planteó tener alguna filosofía en relación a la atención y cuidado del cliente.

Otro motivo por el que se desatiende al cliente es posiblemente que a la persona no le guste el trabajo que está haciendo. El fastidio les sale por los poros... y, el cliente termina saliendo de la oficina con una sensación espantosa ante la mala actitud del que atendió. Muchas veces el mismo cliente va mal predispuesto ante el recuerdo de situaciones parecidas donde se lo ha tratado mal.

3.2.2. El cliente, elemento vital de cualquier empresa

Martínez (2007). En el documento consideraciones teóricas sobre atención al cliente se refiere a lo siguiente: El cliente es el núcleo en torno al cual debería girar siempre la política de cualquier empresa.

Superadas las teorías que sitúan el producto como eje central, se impone un cambio radical en la cultura de las empresas hacia la retención y fidelización del cliente, concebido éste como el mayor valor de las organizaciones y ante el que se supeditan todos los procesos, incluidos los referentes a la fabricación y selección de los productos y servicios que se ofertan y, por supuesto, la relación con el cliente.

3.2.3. Características del cliente:

- 1) Es la persona más importante en cualquier negocio.
- 2) No depende de nosotros; nosotros dependemos de él.
- 3) No interrumpe nuestro trabajo; es el propósito del mismo.
- 4) Comunica sus expectativas claramente.
- 5) Paga en tiempo y forma.
- 6) Tiene alta integridad.

- 7) Psicológicas, Estilo de vida, Actitudes Motivaciones. Aprendizaje o conocimiento de los productos (Violanz, 2015, pág. 67).

Martínez (2007). En el documento consideraciones teóricas sobre atención al cliente se refiere a lo siguiente:

- 1) Son las personas más importantes para cualquier organización
- 2) Un cliente no depende de usted, es usted quien depende del cliente.
- 3) Un cliente no interrumpe su trabajo, sino que es la finalidad del mismo.
- 4) No le está haciendo ningún favor al servirle, sino que ese es su obligación.
- 5) Son seres humanos llenos de necesidades y deseos. Su labor es satisfacerlos
- 6) Merecen el trato más amable y cortés
- 7) Representan el fluido vital de la organización, sin ellos la organización no tendría razón de ser.

3.2.4. Clasificación de los clientes

Martínez (2007). Citando a Karl Albrecht y Jack Carson en el libro La excelencia de los servicios y La revolución de los servicios, clasifica a los clientes, en clientes internos y externos; donde:

- Interno: Son aquellas personas dentro de la empresa, que por su ubicación en el puesto de trabajo, sea operativo, administrativo o ejecutivo, recibe de otros algún producto o servicio, que debe utilizar para alguna de sus labores.
- Externos: Son aquellos que no pertenece a la empresa u organización y va a solicitar un servicio o a comprar un producto.

Aun cuando en los conceptos anteriores, resulte sustentable el término de cliente interno no todo el mundo acepta esta definición y es que entre ambos tipos de clientes existen diferencias que los separan notablemente, en cuanto a:

Diferencias entre clientes internos y externos.

Diferencias	Clientes Internos	Clientes Externos
Las necesidades que satisfacen	Buscan satisfacer necesidades de afiliación, seguridad, autoestima, autorrealización, poder, seguridad monetaria.	Buscan satisfacer una necesidad mayoritaria y fácilmente identificada, alimentación, transportación, sed, recreación, etc.
Las formas en que retribuyen sus necesidades	Retribuyen la satisfacción de una necesidad mediante el propio esfuerzo físico y mental. Recibe menos dinero que el equivalente al esfuerzo realizado. Retribuyen	Retribuyen la satisfacción de una necesidad mediante el dinero. Paga más que el costo del producto recibido
El poder de elección del cliente	Los proveedores de trabajo resultan escasos, por lo que los clientes internos están dispuestos a cualquier cosa por conseguir un trabajo donde satisfacer sus necesidades.	Cuando se siente insatisfecho con su proveedor, lo puede abandonar y buscar otro (hoy en día no existe un único proveedor de un producto o un servicio, y las diferencias entre los

		proveedores son cada vez menores).
Duración del proceso de satisfacción de las necesidades (Duración del ciclo de servicio)	Es un poco más larga, en este caso generalmente interactúa casi todos los días, como mínimo 8 horas de las 24 del día, rara vez son satisfechas sus necesidades de forma inmediata, sino durante el transcurso del tiempo.	La duración de ciclo de servicio resulta relativamente más corta, de forma esporádica. Esto hace que se vea obligado a realizar una valoración de la calidad del producto o servicio recibido en función de la relación entre lo que obtuvo y lo que esperaba obtener.

Fuente: Martinez M. L.(2007)

3.3. Transporte

3.3.1. Concepto de transporte

Para Alfaro (2011, pág. 26) El transporte se refiere al traslado de personas o bienes de un sitio a otro. La empresa de transportes incluye toda la infraestructura que se necesita para realizar el movimiento de personas o productos a su destino. El transporte es una actividad de desplazamiento de objetos o personas de un lugar punto de origen a otro punto de destino en un vehículo medio o sistema de transporte que utiliza una determinada infraestructura red de transporte.

El transporte implica progreso para las sociedades de cualquier lugar del mundo, siendo un factor importante para la economía, ya que se encarga del traslado de maquinaria, materiales, productos, personas, animales y todo aquello que una sociedad requiere para vivir. El transporte genera intercambio de todo tipo, esto

ha logrado que la transportación y la comunicación sean los canales principales para el desarrollo de las sociedades.

Esta ha sido una de las actividades terciarias que mayor expansión ha experimentado a lo largo de los últimos dos siglos, debido a la industrialización; al aumento del comercio y de los desplazamientos humanos tanto a escala nacional como internacional y los avances técnicos que se han producido y que han repercutido en una mayor rapidez, capacidad, seguridad y menor coste de los transportes.

Los aspectos que definen a una sociedad son su territorio, el desarrollo económico y tecnológico, las necesidades para sobrevivir de tipo material, alimenticia y cultural, dentro de todo esto se encuentra su transporte, la organización de este, sus estrategias y la importancia que la empresa del transporte tiene para el desarrollo de una nación.

El transporte se refiere al traslado de personas o bienes de un sitio a otro. La empresa de transportes incluye toda la infraestructura que se necesita para realizar el movimiento de personas o productos a su destino.

El transporte público de pasajeros se evalúa de distinto modo por parte de los usuarios, los empresarios o trabajadores; el recorrido de una línea de transporte de cargas puede ser indiferente para los habitantes de las ciudades que están en el inicio y el final del viaje y clave para los habitantes de zonas rurales o pequeñas localidades que se ven afectados por su paso. Esto quiere decir que la comprensión del tránsito será más rica y pertinente cuando apele a una variedad de perspectivas.

Transporte público o transporte en común es el término aplicado al transporte colectivo de pasajeros. A diferencia del transporte privado, los viajeros del transporte público tienen que adaptarse a los horarios y a las rutas que ofrezca el

operador y dependen en mayor o menor medida de la intervención regulatoria del Gobierno. Los servicios se mantienen mediante cobro directo a los pasajeros. Normalmente son servicios regulados y subvencionados por autoridades locales o nacionales. (Alfaro, 2011).

3.3.2. Tipos de medios de transporte

Sánchez (2015, págs. 28,29) Menciona algunos tipos de transporte

Transporte marítimo: Realiza su función de transporte por mar, de un punto geográfico a otro. Puede ser por barco o buque.

Transporte terrestre: El transporte de personal o mercancías puede ser en diferentes tipos de vehículos: de carga para productos que necesitan llegar a un almacén; camionetas para servicios de mensajería, autobuses de pasajeros que abarcan diferentes destinos en el país. Es aquel que se lleva a cabo por carreteras, calles, caminos o cualquiera otro sendero que pudiesen llegar a transitar peatones, bicicletas, autos u otros vehículos que no basen su funcionamiento en rieles.

Transporte por ferrocarril: Es la formación que se traslada sobre vías férreas, puede ser con el fin de trasladar pasajeros o simplemente cargas. Se distingue del transporte terrestre porque las vías marcan un camino pre-establecido, y porque el vehículo utilizado (el tren) no puede salirse del mismo. Es uno de los medios más efectivos en cuanto a la relación costo-beneficio, ya que su uso no sólo es económico, sino que también apoyado en buenas condiciones es muy seguro y efectivo.

Transporte aéreo: Es el que se lleva a cabo con la utilización de aviones, de aeronaves, helicópteros y que requieren del apoyo de un aeropuerto, indispensable para el buen funcionamiento de los medios de transporte aéreo. Es

uno de los métodos más modernos, ya que la aviación civil y comercial apenas supera los cien años de existencia.

Transporte naval: Es aquel se traslada por vías navegables, sirviéndose de medios tales como el transporte marítimo, el transporte fluvial, los barcos de carga, los barcos de pasajeros (como los cruceros, por ejemplo) o incluso los hidroaviones, que pueden aterrizar tanto en los aeropuertos como sobre el agua.

Transporte combinado: Es cuando se utiliza más de un modo de transporte, y la mercadería enviada desde un lugar atraviesa varios medios para llegar a destino. Este proceso se ha profundizado con la industrialización del mercado y de la economía, y se corporiza en los contenedores, por ejemplo, que posibilitan el traslado por diferentes vías sin la ruptura de las cargas.

Transporte ferroviario: El transporte por tren actualmente sigue transportando a personas en varios países del mundo y mercancías en grandes volúmenes en su mayoría. Tiene sus propios caminos sobre rieles para llegar de una estación a otra en donde la distancia puede no ser tan extensa.

3.3.3. Transporte de pasajeros.

El servicio público de transporte de pasajeros, según su radio de acción, se clasifica en:

- a) Intermunicipal: Es el transporte de pasajeros que se realiza entre diferentes municipios.
- b) Intermunicipal: Es el transporte de pasajeros dentro de los límites de un mismo municipio y se clasifica así:
- c) Rural: Es el que se realiza entre poblados, valles y comarcas entre sí, en el ámbito de un mismo municipio.
- d) Internacional: El transporte terrestre internacional de pasajeros es el que se extiende a otros países circulando desde o con destino al territorio

nacional procedentes de otros países, este servicio se regirá de acuerdo al principio de reciprocidad. (Sánchez, 2015, pág. 30)

3.3.4. Importancia del uso del transporte.

Según Villa (2014, pág. 45) (Villa, 2014) define la importancia de transporte como: En la historia del desarrollo económico, político y cultural de toda sociedad, constituida como Estado, los medios de transporte han desempeñado un papel estratégico: el traslado de personas, bienes y mercancías de todo tipo, de un lugar a otro. A veces esto sucede dentro de una misma ciudad o población, en otras ocasiones entre el campo y la ciudad, y otras muchas veces entre distintas poblaciones.

Sucede que el transporte no sólo lleva personas, bienes y mercancías, traslada también la cultura propia de la sociedad con toda su riqueza y variedad; y también elementos culturales de otras sociedades que, muchas veces, acaban integrándose a la propia. Así que estamos ante una actividad de gran importancia para la sociedad y el Estado.

El transporte juega un rol crucial en la economía; es un factor clave en la determinación de costos para los diferentes bienes y servicios que se comercializan en un mercado cada vez más exigente y cambiante. Su rol en la industria es de suma importancia para el traslado de insumos, materias primas y productos terminados para diversas industrias y clientes en territorios nacionales e internacionales.

3.3.5. Características de transporte:

- 1) Promueve el servicio de entrega puerta a puerta.
- 2) Es mayormente utilizado a nivel interno.

- 3) Tiene algunas limitaciones en cuanto a la cantidad de personas que puede transportar.
- 4) Tiene capacidad de respuesta y rapidez.
- 5) Posee libertad de horarios de transporte.
- 6) Puede transportar bienes o persona.

Alcaldía Municipal El Sauce(2017, págs. 35,36) Documento Plan de Desarrollo Urbano. P.D.U (2017). Expresa cinco pasos para la organización de un sistema de transporte público:

- 1) Elaborar una declaración coherente de políticas de transporte público delinear estrategias para implementarlas.
- 2) Instalar un proceso de planificación eficaz.
- 3) Crear una estructura adecuada del transporte.
- 4) Desarrollar un régimen regulador apropiado
- 5) Crear normas técnicas de transporte público

La línea de transporte público familia Zamora

Está conformada de la siguiente manera:

- 1) Sauce - Achuapa - Estelí
- 2) Limay - Achuapa - Estelí
- 3) Sauce - León
- 4) Sauce - Costa Rica
- 5) Viajes expresos.

3.3.6. Introducción a la ley 524

El transporte intermunicipal es regulado por la Empresa quien dicta normas y reglamentos apegados a la Constitución Política de la República de Nicaragua y a la Ley N° 524 Ley General de Transporte Terrestre.

La Ley No. 524, Ley General de Transporte Terrestre, es la ley que norma, dirige y regula el servicio público de transporte terrestre en Nicaragua. En el Capítulo VI, Arto.40, La Ley específica que el Ministerio de Transporte e Infraestructura es el ente regulador del servicio público de transporte terrestre a nivel nacional, pero en el Arto No.42 define que le corresponde a las alcaldías el otorgamiento de concesiones y permisos a las modalidades intermunicipales.

Ley 524 (Ley General de Transporte Terrestre, 2005).

Artículo 1. La presente Ley General de Transporte Terrestre (LGTT) tiene por objeto normar, dirigir y regular el servicio público de transporte terrestre de personas y bienes en el territorio nacional, así como establecer los requisitos y procedimientos administrativos para la obtención, renovación y cancelación de concesiones de explotación o licencias de operación del transporte terrestre.

Artículo 2. Son principios del servicio público de transporte terrestre los siguientes: Comodidad, eficiencia y seguridad para el usuario; y derechos de los usuarios del servicio público de pasajeros, los siguientes. Se les cobre una tarifa acorde con la calidad del servicio que reciben y que la misma sea aprobada por autoridad competente. Exigir un servicio seguro, confortable, higiénico. Recibir un trato respetuoso y digno de parte del conductor y ayudantes.

Artículo 3. El transporte de servicio público terrestre de pasajeros, en cualquiera de sus modalidades, es un servicio que únicamente se prestará con fundamento en la concesión que otorgue el Estado, a través del MTI o las municipalidades. La vigencia y renovación de dicha concesión estará sujeta al estricto cumplimiento de lo establecido en la presente Ley y su Reglamento.

Los concesionarios están obligados a cumplir con las normas técnicas, a fin de garantizar la seguridad y comodidad de los usuarios y la protección del medio ambiente.

Según el Capítulo II Clasificación del Transporte Terrestre.

Artículo 4. Según el ámbito territorial, el servicio público de transporte terrestre se clasifica en:

- Transporte Nacional: Es el que se realiza en todo el territorio de la República de Nicaragua, transportando pasajeros o carga, o una combinación de ambos.
- Transporte Internacional: El transporte internacional de pasajeros o carga es el que se extiende a otros países, circulando en tránsito o con destino al territorio nacional. Este servicio se regirá por las disposiciones contempladas en la presente Ley y por los tratados o convenios que Nicaragua suscriba con otros países con relación a la materia, bajo el principio de reciprocidad (Ley 524, 2005).

Artículo 5. Las modalidades del servicio público de transporte terrestre son las siguientes:

- 1) Transporte de pasajeros: El que se presta en forma regular y que moviliza a personas de un lugar a otro dentro del territorio nacional, hacia otros.
- 2) Transporte de carga: El traslado de bienes y todo tipo de objetos, sólidos o líquidos, que se presta a otros.
- 3) Transporte mixto: Es el que moviliza simultáneamente personas y carga, siempre y cuando esta última no exponga la seguridad de los usuarios. Este servicio funciona únicamente en zonas rurales.

Artículo 6. La prestación del servicio público de transporte terrestre en todas sus modalidades deberá realizarla el concesionario establecido con vehículos de su propiedad o unidades emergentes debidamente autorizadas.

Artículo 7. Todos los vehículos de servicio público de transporte terrestre, en sus distintas modalidades, que transiten por calles, caminos y carreteras del territorio nacional, deberán cumplir las normas técnicas para la inspección de sus condiciones físicas y mecánicas, y obtener la constancia de aprobación.

Artículo 8. Los conductores de vehículos del transporte público terrestre, en todas sus modalidades, deberán obtener licencias para conducir que expida la Policía Nacional, en los términos que indiquen la Ley para el Régimen de Circulación Vehicular e Infracciones de Tránsito y cumplir con las obligaciones contenidas en la presente Ley y su Reglamento.

Artículo 9. Los conductores y el personal auxiliar del servicio público de transporte terrestre deberán someterse periódicamente a los exámenes médicos correspondientes, los que deberán hacer énfasis en detectar el uso de drogas o sustancias que pongan en peligro la vida y los bienes de los usuarios, todo de conformidad con lo establecido en la presente Ley, en la Ley para el Régimen de Circulación Vehicular e Infracciones de Tránsito y a la normativa que elabore el MTI para tal efecto.

Artículo 10. Para lograr que la prestación de los servicios sea eficiente y segura, los conductores y personal auxiliar de los vehículos del servicio público de transporte terrestre, deberán portar un certificado por haber asistido a los cursos de capacitación y adiestramiento en los centros o escuelas de instrucción especialmente autorizados por el MTI y la Policía Nacional.

3.3.7. Según el capítulo III transporte de pasajeros.

Artículo 11. El servicio público de transporte de pasajeros, según su radio de acción, se clasifica en:

a) Intermunicipal: es el transporte de pasajeros que se realiza entre diferentes municipios.

b) Rural: es el que se realiza entre poblados, valles y comarcas entre sí, en el ámbito de un mismo municipio.

3.4. Estrategias

3.4.1. Concepto de estrategia

Para Reyes R (2011, págs. 35,36) Estrategia es el proceso a través del cual una organización formula objetivos, y está dirigido a la obtención de los mismos. Estrategia es el medio, la vía, es el cómo para la obtención de los objetivos de la organización. Es el arte de entremezclar el análisis interno y la sabiduría utilizada por los dirigentes para crear valores de los recursos y habilidades que ellos controlan. Para diseñar una estrategia exitosa hay dos claves; hacer lo que hago bien y escoger los competidores que puedo derrotar.

Mientras Peresson,L (2010, pág. 36) define la estrategia como la dirección en la que una empresa necesita avanzar para cumplir con su misión. Esta definición ve la estrategia como un proceso en esencia intuitivo. El cómo llegar ahí es a través de la planeación a largo plazo y la planeación táctica.

Estrategia es un conjunto de acciones planificadas, que son diseñadas para facilitar la toma de decisiones y orientadas a alcanzar un determinado resultado.

3.4.2. Estrategias que ayuden al mejoramiento de la calidad de servicio del transporte público intermunicipal.

a) Brindar seguridad de los usuarios

Actividades:

1. Evitar el exceso de pasajeros en las unidades.
2. Mantener cerradas las puertas de las unidades durante el recorrido.

3. Evitar frenazos por parte de los conductores de las unidades.
4. Respetar las Leyes de Tránsito.

b) Cumplir con los requisitos que exige la Ley 524 en relación al ambiente e higiene.

Actividades:

1. Limpiar las unidades al finalizar cada recorrido.
2. Exigir que cada unidad cuente, por lo menos, con un depósito de basura.
3. Concientizar a los clientes para que depositen la basura en los lugares proporcionados por la unidad (esto por parte de los cobradores).

c) Mejorar los elementos de calidad que necesitan los clientes

Actividades:

1. Reparar los asientos de las unidades.
2. Moderar el uso de la radio, no exceder el volumen del mismo.
3. Brindar capacitaciones de relaciones humanas, técnicas de servicio al usuario.

d) Capacitar con regularidad a los trabajadores en el área técnica del servicio prestado.

- Instruir a los colaboradores en temáticas de servicio al cliente y relaciones humanas.

e) Implementar elementos innovadores para mejorar la calidad del servicio de transporte.

- Los conductores y los ayudantes den un servicio de calidad a los clientes.

IV. SUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Planteamiento de supuesto

La calidad del servicio de transporte incide en la satisfacción del cliente.

4.2. CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Objetivos	Variables	Conceptos	Sus variables	Indicadores	Técnicas	Fuente
1. Determinar la calidad del servicio que brinda la empresa de transporte público “FAMILIA ZAMORA”.	Calidad de servicio	Calidad de servicio es la totalidad de funciones, características o comportamientos de un bien o servicio. No hay calidad que se pueda medir por su apreciación o el análisis de las partes constitutivas de un servicio recibido. Por tanto, la clasificación se hace con carácter integral, es decir, evaluando todas las características, funciones o comportamientos (Abadi, 2011)	Calidad interna Calidad externa Seguridad Cambio	Buena atención al usuario Higiene Seguridad Puntualidad Tarifa Chequeo mecánico Aspecto de los ayudantes y conductor Comodidad.	Encuesta Entrevista Guía de observación	Usuarios Conductor Ayudante

Objetivos	Variables	Conceptos	Sus variables	Indicadores	Técnicas	Fuente
2. Describir las percepciones de los clientes sobre la calidad del servicio.	Percepciones de los clientes	Personas que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas. (Serna, 2011)	Expectativas Rendimiento percibido	Seguridad del vehículo Comodidad del usuario Higiene Puntualidad en el horario Amabilidad	Encuesta Entrevista Guía de observación	Usuarios Conductor Ayudante

Objetivos	Variables	Conceptos	Sus variables	Indicadores	Técnicas	Fuente
3. Identificar los factores que inciden en la calidad del servicio de transporte público	Factores	Medios que facilitan o dificultan la calidad del servicio de transporte público intermunicipal.	Medios que Facilitan Dificultan	Seguridad del vehículo Comodidad del usuario Higiene Puntualidad en el horario	Encuesta Entrevista Guía de observación	Usuarios Conductor Ayudante

Objetivos	Variables	Conceptos	Sus variables	Indicadores	Técnicas	Fuente
4. Proponer estrategias que permitan la mejora de la calidad del servicio de transporte	Estrategias	Es una guía de acción en el sentido de que orienta y coordina a todo lo que se hace. Es un sistema de planificación aplicada a un conjunto, articulado de acciones.	Guía de acciones Orienta y coordina Planificación de acciones	Aspecto Ambiental Seguridad Puntualidad Amabilidad Confianza Respeto	Encuesta Entrevista Guía de observación	Usuarios Conductor Ayudante

V. DISEÑO METODOLÓGICO

5.1 Tipo de investigación

Es una investigación aplicada por que percibe fines inmediatos, para establecer una propuesta de plan que garantice la mejora continua del funcionamiento del sector transporte y la satisfacción de todos los actores involucrados, principalmente los usuarios o clientes del servicio, de los municipios Sauce, Achuapa, Limay recorrido hacia Estelí en el año 2019.

Según el enfoque filosófico, la investigación es de tipo mixto, porque contiene aspectos cuantitativos y cualitativos. Porque en ella se explica el fenómeno del servicio del transporte público rural en los municipios Sauce, Achuapa, Limay recorrido hacia Estelí.

Mediante la caracterización del sector transporte, el procesamiento estadístico de las percepciones de los usuarios en cuanto al servicio y la comparación concreta de la información recopilada con los indicadores teóricos. Esta investigación utilizó métodos deductivos, ya que los datos obtenidos para la muestra se generalizaron para toda la población y para el sector transporte de otros municipios.

Conceptos: Investigación cuantitativa y cualitativa: Es cuantitativa porque determina el procesamiento numérico de la información y cualitativa porque permite dar cuenta del proceso de la investigación recopilada en el trabajo de campo, a través de la interacción con los sujetos que estudian.

Mendez A Carlos E. (2010, págs 68,69) dice que para que exista Metodología Cuantitativa debe haber claridad entre los elementos de investigación desde donde se inicia hasta donde termina, el abordaje de los datos es estático, se le asigna significado numérico.

Es cuantitativa porque determina el procesamiento numérico de la información y cualitativa porque permite dar cuenta del proceso de la investigación recopilada en el trabajo de campo, a través de la interacción con los sujetos que estudian.

Mediante la caracterización del sector transporte, el procesamiento estadístico de las percepciones de los usuarios en cuanto al servicio y la comparación concreta de la información recopilada con los indicadores teóricos. Esta investigación utilizó métodos deductivos, ya que los datos obtenidos para la muestra se generalizaron para toda la población y para el sector transporte de otros municipios.

El abordaje de los datos cuantitativos es estadísticos, hace demostraciones con los aspectos separados de su todo, a los que se asigna significado numérico y hace inferencias. La objetividad es la única forma de alcanzar el conocimiento, por lo que utiliza la medición exhaustiva y controlada, intentando buscar la certeza del mismo. El objeto de estudio es el elemento singular Empírico. Sostiene que al existir relación de independencia entre el sujeto y el objeto, ya que el investigador tiene una perspectiva desde afuera.

La teoría es el elemento fundamental de la investigación Social, le aporta su origen, su marco y su fin. Comprensión explicativa y predicativa de la realidad, bajo una concepción objetiva, unitaria, estática y reduccionista.

Es una investigación de campo, porque la información se obtuvo mediante entrevistas, encuestas y observaciones que se desarrollaron en la terminal, en las unidades públicas y en los recorridos de los buses.

De acuerdo al tiempo es de corte transversal por que se desarrolló en el periodo comprendido del I semestre del año 2019.

5.1.2. Universo de estudio.

El universo de estudio está conformado por 2 líneas de transporte público colectivo intermunicipal:

- 1) Sauce, Achuapa - Estelí
- 2) Limay, Achuapa - Estelí

El 50 % de los habitantes de estos municipios viajan en bus, que corresponden a 7,500 personas; dicha cantidad constituyó la población objeto de investigación. De estos últimos el 20 % correspondiente a 1,500 utilizan el transporte público colectivo, que corresponde a 80 usuarios por día (López, 2019).

El universo de estudio son los usuarios del transporte público y está conformado por comerciantes, estudiantes y población en general.

Universo: 7,500 personas.

Población: 1,500 personas que utilizan el transporte público.

5.2. Muestra.

5.2.1 .Tipo de muestreo

El tipo de muestreo es probabilístico, se realizó el muestreo aleatorio simple para seleccionar los usuarios a encuestar.

5.2.2. Tamaño de la muestra.

$$n = \frac{N Z^2 P. Q}{(N-1) e^2 + Z^2 P.Q}$$

N = Población. Cantidad de personas del municipio usuarios del transporte

P = Estimación proporcional de la población (0.5)

Q = (1-P) = Diferencia de la estimación proporcional de la población (1-0.5) =0.5

Z = (1 - σ) Valor del estadístico Z (tabla de distribución normal) para un riesgo de σ x 100

e = error estándar muestral

N = 7,500 usuarios

e = 0.05 (5%)

Nivel de confianza: 0.95

Z = 1.96 (valor tabla), si la seguridad es del 95 %.

$$n = \frac{7,500(1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(7,500 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5)} = \frac{7,203}{22.80} = \underline{316} \text{ usuarios}$$

Muestra: 316 usuarios.

5.2.3 Técnicas de recolección de datos

Para, Hernández. Sampieri, Fernández Collado, (2010, pág. 45) Recolectar los datos implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan, a reunir datos con propósito, específico.

La entrevista:

Para Pineda Alvarado & Canales, (2010, pág. 65...66) la entrevista es “una conversación, es el arte de realizar preguntas y escuchar respuestas”. Además, esta técnica está fuertemente influenciada por las características personales del entrevistador, así mismo, ha llegado a convertirse en una actividad de nuestra cultura, aunque la entrevista es un texto negociado, donde el poder, el género, la raza, y los intereses de clases han sido de especial interés en los últimos tiempos.

Es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto (Pineda, Alvarado, & Canales, 1994).

La encuesta:

Conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa de grupos sociales, para averiguar estados de opinión o conocer otras cuestiones que les afectan. (R.A.E, 2015). Consiste en obtener información de los sujetos de estudio, proporcionados por ellos mismos, sobre opiniones, conocimientos, actitudes o sugerencias (Pineda, Alvarado, & Canales, 1994).

La observación:

Es el registro visual de lo que ocurre en una situación real, clasificando y consignando los acontecimientos pertinentes de acuerdo con algún esquema previsto y según el problema que se estudia. Es un método que permite obtener datos tanto cuantitativos como cualitativos. La determinación de que se va a observar estará determinada por lo que se está investigando, pero “generalmente se observan características o factores ambientales. (Pineda, Alvarado, & Canales, 1994).

5.3. Etapas de la investigación

5.3.1. Investigación documental

Tiene el propósito de profundizar sobre el problema de investigación, el cual, se realizaron indagaciones sobre el sector transporte en el municipio de El Sauce, Achuapa y Limay, en documentos de las Alcaldías, monografías y estudios previos de la biblioteca.

Para conocer las líneas de transporte existentes, se solicitó a la dirección de transporte de la empresa familia Zamora, un mapa de las actuales líneas del transporte público

colectivo. Para la recopilación de información, se realizó trabajo de campo que incluye observación, entrevistas a propietarios y conductores, y una encuesta a ayudantes y usuarios, con el objetivo de conocer la opinión y percepción del usuario, referente a los medios de transporte que utiliza.

La observación permitió tener una visión del entorno que se pretendía estudiar, para ubicar los puntos de conflicto (si existen) y realizar comparaciones del funcionamiento de las unidades de buses.

Antes de dar inicio al desarrollo investigativo de este trabajo fue necesario conocer la principal problemática de la institución, así mismo de la existencia de estudio que se relaciona con la temática elegida, con el fin de tener certeza de que la investigación sea de carácter innovador.

Luego de definir el tema se requirió consultar algunas fuentes de información como: Documentos, sitios web, tesis, etc. Lo que facilita el desarrollo teórico conceptual importante y coherente para diseñar el marco teórico de la indagación, utilizando como referencia todo el proceso.

5.3.2. Elaboración de instrumentos

Se elaboraron entrevistas estructuradas asociadas a los objetivos específicos, interrogantes de investigación y al supuesto planteado. Se elaboraron entrevista a propietarios, encuesta a los trabajadores, de igual manera se aplicara encuesta a usuarios de dichas unidades.

5.3.3. Trabajo de campo

Esta investigación se basa en la obtención de información sobre el análisis de la calidad de servicio de transporte público, para ellos utilizamos instrumentos que facilitaron dicha información, la cual hemos estudiado para la realización de nuestra

tesis, ya que es un tema de gran importancia porque involucra a la población en general, la entrevista la hemos realizado con preguntas claves que se aplicaron a personas que día a día utilizan este servicio.

5.3.4. Elaboración de informe final

En esta etapa analizamos la información que nos brindaron los usuarios a través de encuesta con el programa SPSS 2019, lo cual nos facilitó diseñar las tablas de contingencia y tabular gráficos de resultados, representando así el porcentaje de cada una de las preguntas aplicadas. Con ello llegar a elaborar recomendaciones que ayuden a mejorar la calidad del servicio, obteniendo conclusiones precisas y concisas de la investigación.

VI. ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Para dar salida a los objetivos propuestos de la investigación se realizó el análisis de los resultados con siguiente estructura.

Se encuestaron 316 usuarios que corresponde a la muestra obtenida, de una manera eficaz se elaboró una base de datos con el programa de SPSS 2019, en donde realizamos la descripción exacta de tablas y gráficos que representa la opinión que tienen los usuarios acerca del transporte.

De igual manera se analizó las entrevistas a trabajadores y dueños, obteniendo información que permitió profundizar el del tema de investigación.

6.1. Identificar los factores que inciden en la calidad del servicio de transporte público

- Seguridad del vehículo

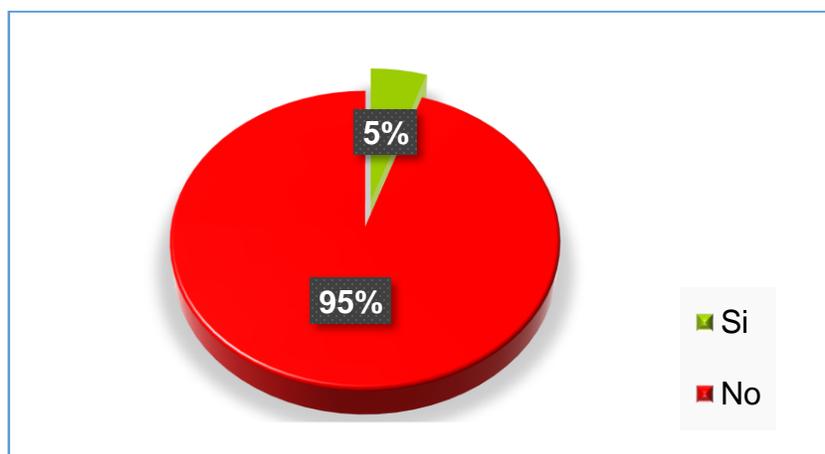


Gráfico N° 1 Accidente de tránsito ocasionado por la unidad

Fuente: Elaboración propia

Mediante el gráfico n°1 de la encuesta realizada se pudo obtener que un 95% de la población no a estado involucrado en accidentes de tránsitos ocasionados por la

unidad, y un 5% corresponde a usuarios que si han estado involucrado en accidente de tránsito.

Según datos del gráfico n°1 se refleja que la mayoría de la población no ha estado involucrado en ningún accidente, por la seguridad que tiene cada unidad, y el resto corresponde a las personas que por negligencia de los mismos conductores se han involucrado en accidente de tránsito, donde según manifestaron que no han tenido personas lesionadas y mucho menos muertes.

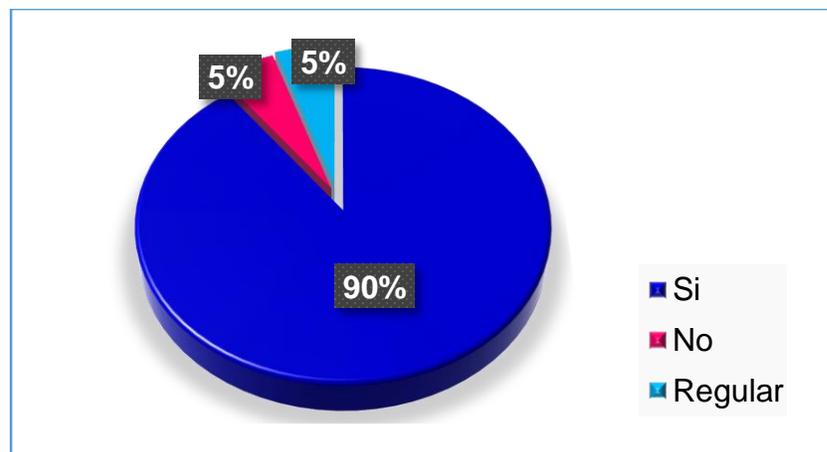


Gráfico N° 2 Estado de las ventanas de las unidades

Fuente: Elaboración propia

Mediante la gráfica n°2 podemos observar que un 90% de la población encuestada consideran en buen estado las ventanas de las unidades, un 5% que están regulares y el otro 5% que están en mal estado.

Según la información obtenida podemos analizar que el estado de las ventanas tendría que ver con la comodidad del usuario ya que al no servir ocasionaría insatisfacción en la época de lluvia o en el verano que existe mucho polvo por el mal estado de la carretera. Podemos decir que la población considera en buen estado las ventanas y que en esa parte se sienten cómodos al abordar las unidades de este servicio (transporte Zamora).

Para valorar la calidad de servicio del transporte público se encontraron diferentes factores que incidían los cuales son la educación, el respeto, la amabilidad y la higiene los cuales son indispensables para un buen servicio de las unidades contribuyendo a que los usuarios se sientan cómodos a la hora de abordar las unidades.

- **Seguridad**

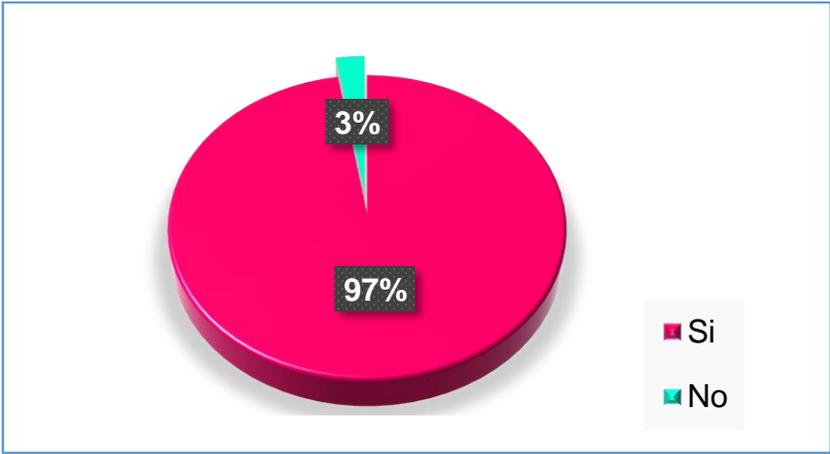


Gráfico N° 3 Las unidades deben tener un plan de emergencia

Fuente: Elaboración Propia

Según datos obtenidos a través de encuestas realizadas a los usuarios, en el Gráfico n°3 un 97% de la población considera que las unidades deben tener un plan de emergencia y un 3% que no está de acuerdo con un plan de emergencia.

Con el gráfico n°3, se analiza que las unidades de transporte deben contar con un plan de emergencia para una mejor calidad de servicio, en caso de que se presentara una situación de emergencia como un huracán, incendio de llanta o motor. En cuanto a estos los propietarios asumen planes como: enviar repuestos de la unidad al dañarse en el camino, contar con extinguidor en la unidad, mantener el chequeo de aceite del motor, revisar las luces y frenos anden en buen estado.

- **Amabilidad**

La amabilidad es un de las cualidades importante que se debe tener al brindar un servicio, según la información que nos brindaron a través de uno de los dueños es que muchas veces las personas son mal educadas y ofenden a los trabajadores, donde es ahí que se ha visto mucho el descontento de los usuarios al ver discusiones entre las dos partes, de igual manera nos manifestó que el busca la manera de que sus trabajadores no se involucren en este tipo de problemas, donde muchas veces atenido que despedir a trabajadores que se han visto en vuelto en este tipo de problema.

- **Respeto**

La palabra respeto proviene del latín respectus y significa “atención” o “consideración”. De acuerdo con el diccionario de la Real Academia Española (RAE), el respeto se asocia con el acatamiento que se hace a alguien; incluye atención y cortesía.

El respeto es un valor que permite al ser humano reconocer, aceptar, apreciar y valorar las cualidades del prójimo y sus derechos. Es decir, el respeto es el reconocimiento del valor propio y de los derechos de los individuos y de la sociedad.

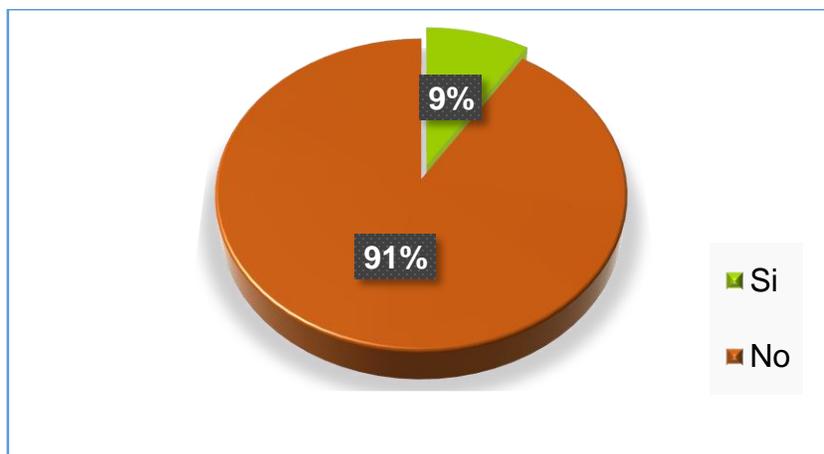


Gráfico N° 4 Conflicto con algún colaborador dentro de la unidad

Fuente: Elaboración propia

En el gráfico n°4 podemos observar que un 91% de la población encuestada no atenido conflicto con uno de los colaboradores dentro de la unidad y el 9% si ha tenido conflictos con colaboradores de la unidad.

Según el gráfico n°4 se refleja que la mayoría de los usuarios no han tenido conflicto con los colaboradores de la unidad por las medidas que han venido tomando los propietarios al no practicar el respeto dentro de las unidades que brindan el servicio. Uno de los propietarios no dijo que los han llamado al Ministerio de Transporte para llegar a arreglo con uno de los usuarios que ha recibido mal trato por parte de trabajadores de la unidad e incluso daños de sus pertenencias.

Podemos mencionar que el respeto que se da al usuario tiene que ver mucho en la calidad del servicio, ya que al existir este tipo de comportamientos no usarían este servicio y seria de muy mal gusto para la demás población que abordan las unidades.

Algunas de las estrategias que podrían tomar en cuenta los propietarios de las unidades para mejorar la calidad de servicio serían capacitar a los trabajadores de cada unidad para que mejoren su comportamiento hacía los usuario que las unidades presenten un lugar dentro donde los usuarios pueda depositar sus quejas o sugerencias del transporte Zamora.

6.2. Describir las percepciones de los clientes sobre la calidad del servicio.

- Seguridad del vehículo

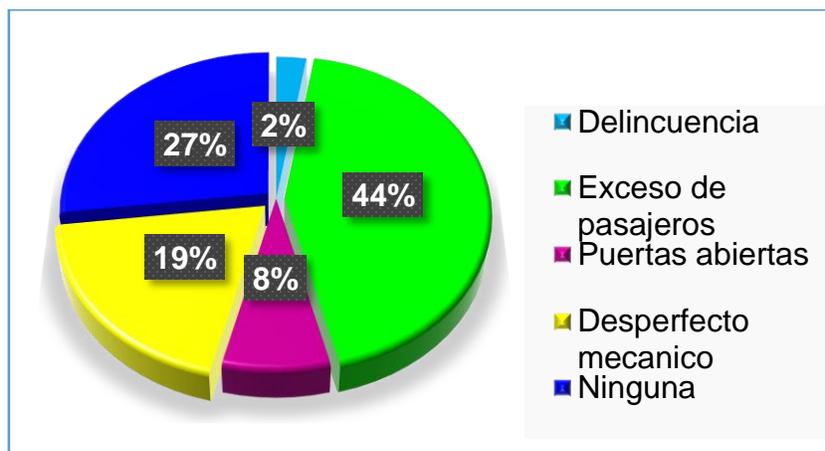


Gráfico N° 5 Inseguridad dentro de la unidad

Fuente: Elaboración propia

Se observa en el gráfico n°5 mediante indagaciones que realizamos a través de encuesta a los usuarios que un 44% de los encuestados que la principal causa de inseguridad dentro de las unidades es el exceso de pasajeros, un 27% corresponde a que no existe, un 19% dijo que las causas de inseguridad sería los desperfectos mecánicos, un 8% a puertas abiertas y un 2% a la delincuencia.

De acuerdo a la entrevista realizada una de las preguntas que se les hizo acerca de las inspecciones mecánicas y el exceso de pasajeros, dijeron que existen multas al viajar con exceso de pasajeros y que realizan inspecciones mecánicas semanales, en casos de malas condiciones de la unidad envían a otra unidad (Acuña, 2019).

Según la información de la población la mayoría refiere que es por exceso de pasajeros en ciertas fechas del año, lo cual ha hecho que produzca cierta incertidumbre en los usuarios de igual manera el mal estado de las carreteras, que al viajar muy lleno se produzca un accidente, y grandes índices de delincuencias.

- **Comodidad del usuario**

En la Ley general de transporte terrestre dice en el capítulo 1 artículo n°2: Son principios del servicio público de transporte terrestre los siguientes: Comodidad, eficiencia y seguridad para el usuario; y derechos de los usuarios del servicio público de pasajeros, los siguientes. Se les cobre una tarifa acorde con la calidad del servicio que reciben y que la misma sea aprobada por autoridad competente. Exigir un servicio seguro, confortable, higiénico. Recibir un trato respetuoso y digno de parte del conductor y ayudantes (Ley General de Transporte Terrestre, 2005).

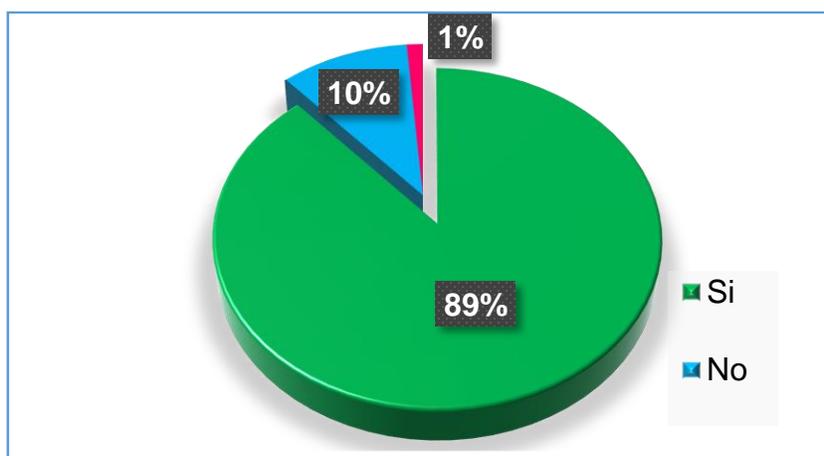


Gráfico N° 6 Seguridad y comodidad que brinda el servicio

Fuente: Elaboración propia

Según las informaciones obtenidas mediante la aplicación de encuestas a los usuarios en el gráfico n°6 se observa que el 89% de los usuarios está satisfecho con la seguridad que brinda el servicio, mientras que el 10% no está satisfecho con la seguridad del servicio y el 1% dice que es regular la seguridad brindada.

Con respecto a la atención brindada a los usuarios uno de los propietarios resaltó que si han recibido quejas de la inconformidad que tienen los usuarios acerca de los daños que sufren sus pertenencias cuando los llevan en la canastera o discusiones, por malos entendidos que se da entre usuario y trabajador (Acuña, 2019).

Según los datos obtenidos en investigación previa de encuesta a usuarios el 89% está satisfecho con la seguridad y comodidad que se les ofrece, donde pudimos

observar que los ayudantes ven por la comodidad de cada persona que aborda la unidad, al ellos ayudar a subir y ubicar a cada usuario.

- **Higiene**

La higiene hace referencia a la rama de la medicina que tiene como fin la prevención de enfermedades y la conservación de la salud, ya sea visto desde los aspectos personales como los ambientales (Raffino, 2019).

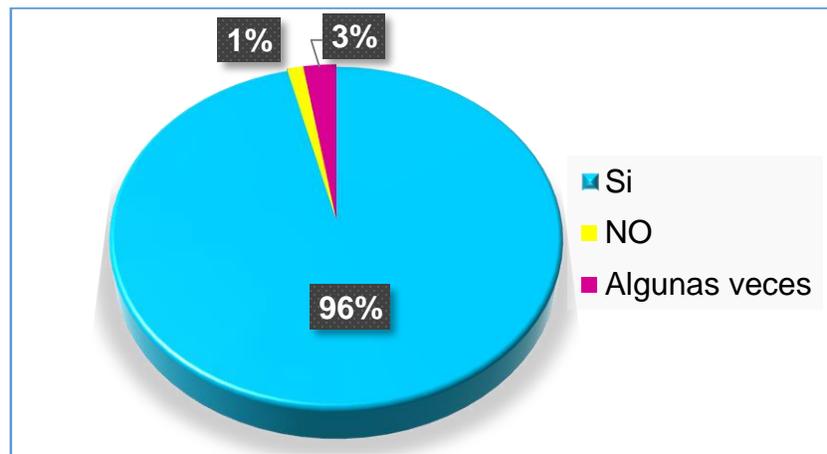


Gráfico N° 7 Depósitos de basura dentro de la unidad

Fuente: Elaboración propia

Según la información obtenida mediante la aplicación de encuestas el Gráfico 8 se observa que el 96% de los usuarios opinan que han observado depósitos de basura dentro de las unidades de transporte y un 13% que no ha visto depósitos de basura.

Según con la información obtenida un 93% de la población han observado depósitos de basura y un 6% desconoce el uso de este en la unidad de transporte en donde observamos que los usuarios utilizan mucho este tipo de estrategias que implementan las unidades para evitar la contaminación del medio ambiente.

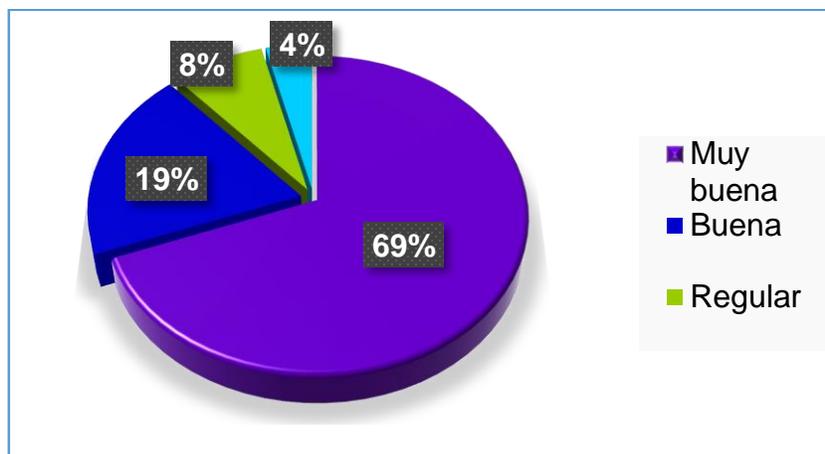


Gráfico N° 8 Calificación de higiene dentro de la unidad

Fuente: Elaboración propia

Según la información obtenida mediante encuesta realizada a usuarios en el gráfico n°8 el 69% de la población considera que es muy buena la higiene dentro de la unidad y un 19% que es buena, 8% regular y un 4% califico que la higiene es mala. Con relación a la higiene de las unidades los propietarios nos comentaron que existe un convenio entre las unidades de transporte y los del MTI, que las unidades se deben mantener limpias, el cual ellos lo realizan 2 veces al día, en cada unidad (Acuña, 2019).

En la gráfica se plantea como los usuarios consideran la higiene de las unidades en el cual se observó que la mayoría de la población considera que si se mantienen la higiene dentro de las unidades para darles un mejor servicio adecuándose al bien humano.

- **Puntualidad en el horario**

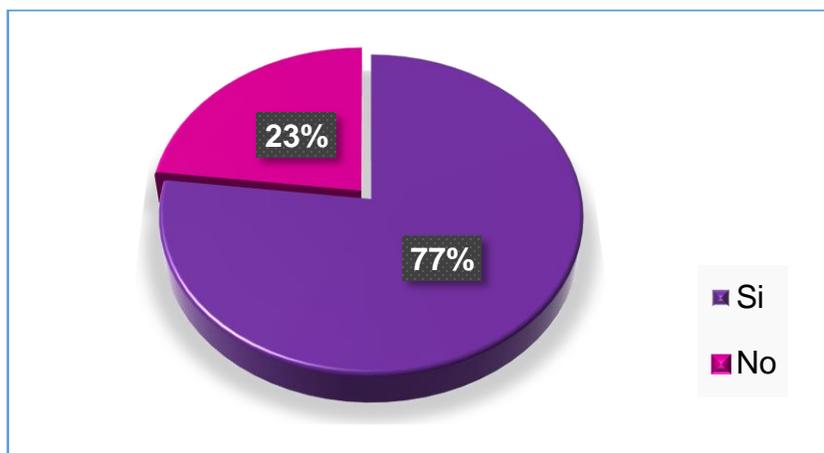


Gráfico N° 9 Satisfacción en el horario de tiempo que existe entre cada unidad

Fuente: Elaboración propia

En el gráfico n°9 podemos observar que un 77% de la población encuestada está de acuerdo con el intervalo de tiempo que existe entre cada unidad y un 23% no lo está.

De lo anterior referimos que la población está satisfecha con el horario establecido de cada unidad, ya que la mayoría realizan diligencias personales, donde necesitan un lapso de tiempo, y la otra parte de la población corresponde la mayoría a estudiantes que no están de acuerdo con el horario, puesto que los días sábados no abordan la unidad por el tiempo que está establecido. Cabe señalar que la satisfacción no solamente se refiere a puntualidad sino también al trato de los colaboradores y a la calidad del servicio de la unidad.

- **Amabilidad**

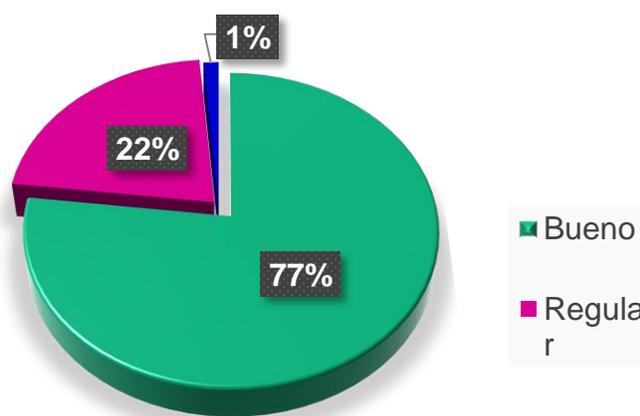


Gráfico N° 10 Trato que se recibe por parte de los trabajadores

Fuente: Elaboración propia

En el gráfico n°10 se observa que el 77% de encuestados consideran que el trato que reciben por parte de los trabajadores del transporte familia Zamora es bueno, el 22% corresponde que el trato es regular y el 1% de la población consideran malo el trato que reciben por parte de los trabajadores.

En el gráfico n°10 se refleja que la mayoría de la población considera que el trato que recibe por parte de los trabajadores es el adecuado, donde manifestaban el buen trato que se les da. La otra parte de la población mencionaba que existe ayudantes que un mal carácter que los trataban mal y que siempre les ayudaban de una manera indiferentes con ellos, lo cual no se debería de estarse dando este tipo de comportamientos ya que incide en la calidad del servicio que brindan.

Con respecto a la opinión que tiene los usuarios con respecto al transporte familia Zamora se obtuvo muy buenas respuestas ya que los usuarios en su mayoría tienen una buena imagen de este servicio por la atención que los trabajadores ofrecen para con el cliente.

6.3. Determinar la calidad del servicio que brinda la empresa de transporte público “FAMILIA ZAMORA”.

- Buena atención al usuario

“Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes” (Instituto Tecnológico de Sonora, 2013)

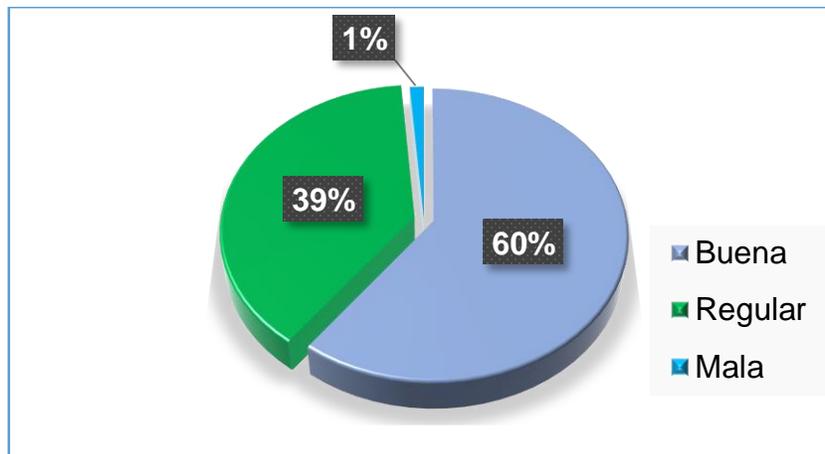


Gráfico N° 11 Atención del servicio de transporte

Fuente: Elaboración propia

Según información obtenida mediante la aplicación de las encuestas a los usuarios del transporte familia Zamora, en el Gráfico n°11 se observa que el 60% de los encuestados consideran que la atención del servicio es buena, mientras que un 39% que es regular y un 1% que es mal la atención del servicio que se les brinda. A través de la entrevista realizada a propietarios, ellos expresaron que la calidad que ellos ofrecen es buena (Acuña, 2019).

Según los datos del gráfico se puede mencionar que la mayoría de las personas consideran que la atención que se les brinda es de calidad, donde de igual manera

se observa persona insatisfecha, por el trato de ayudante a pasajero, se pudo observar que una parte de la población encuestada describe que es malo el servicio, por los conflictos que han tenidos con los trabajadores de la unidad.

- **Tarifa**

Tarifa procede del árabe hispánico ta'rifá que, a su vez, tiene su origen en un vocablo del árabe clásico que puede traducirse como "definición". Una tarifa puede ser el listado de los precios o cuotas a pagar que se exige para utilizar un servicio o acceder a un producto (Pérez & Merino, 2012).

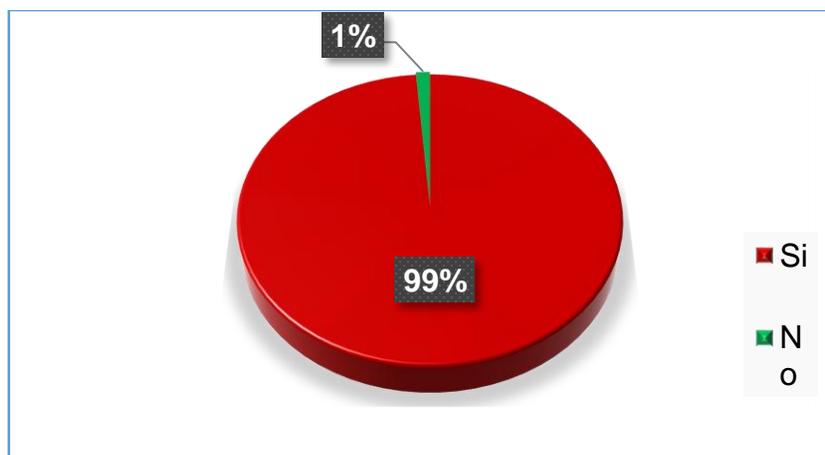


Gráfico N° 12 Tarifa impuesta por el uso del servicio

Fuente: Elaboración propia

En el gráfico n°12 se obtuvo que un 99% de los encuestados están de acuerdo con tarifa impuesta por el uso del servicio y el 1% que no está de acuerdo con la tarifa del servicio.

Según la información obtenida mediante las encuestas el transporte Zamora brinda una tarifa correspondiente a lo ya establecido con el reglamento del MTI, algunas personas se quejan por tarifas altas por cargamentos que llevan y el cobro es alto.

- **Comodidad**

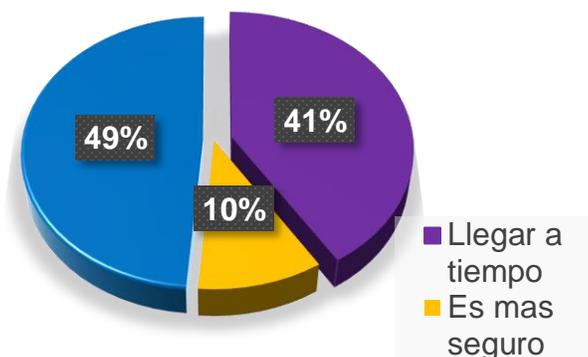


Gráfico N° 13 Por qué se utiliza el servicio de transporte público

Fuente: Elaboración propia

Según la encuesta realizada a los usuarios en la figura n°13 se observa que el 49% de los encuestados que utilizan este servicio porque les beneficia, un 41% dijeron que para poder llegar a tiempo y un 10% porque es más seguro utilizar el servicio de transporte público.

A través de la información obtenida por encuestas realizadas a usuarios de la unidad la mayoría opina que estas unidades la utilizan por un beneficio propio, ya que los usuarios que más viajan son personas productoras, que eligen por una comodidad propia, la otra población es para llegar a tiempo al destino propuestos ya que no existe otra empresa con unidades a esas horas, el porcentaje menor menciona que es por seguridad, la atención y comodidad.

- **Puntualidad**

La palabra puntualidad viene del latín punctum, que significa un punto en el tiempo o en el espacio. La puntualidad es una actitud que se adquiere desde los primeros años de vida mediante la formación de hábitos en la familia, donde las normas y costumbres establecen horarios para cada una de nuestras actividades. También es un reflejo de respeto al tiempo de los demás, ya que en la escuela y en la vida social, llegar a tiempo es un signo de buena educación (Cladera, 2012).

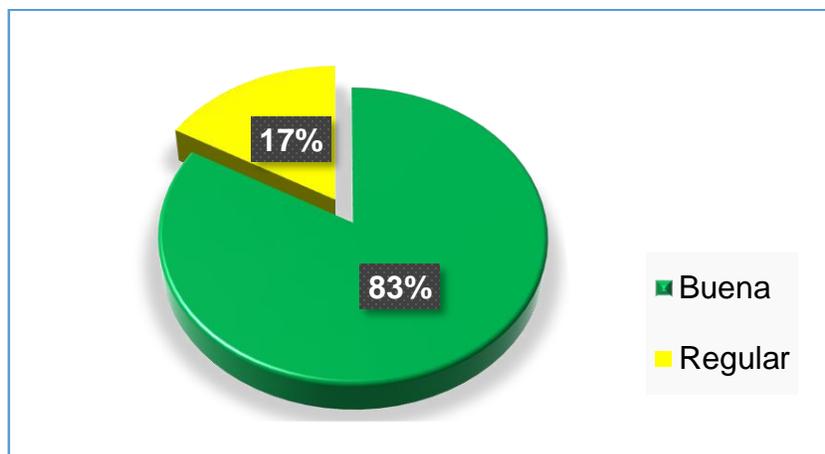


Gráfico N° 14 Puntualidad del servicio

Fuente: Elaboración propia

Mediante el gráfico n°14 de la encuesta realizada a los usuarios pudimos obtener que la puntualidad del servicio que brindan es de buena calidad que equivale al 83% y un 17% que es regular la puntualidad. Mediante entrevista realizada a propietarios con respecto a la puntualidad refirieron que cumplen con el horario establecido, ya que al incumplir horarios son sancionan con multas, en ocasiones se ha visto el incumplimiento en los horarios por el deterioro de la carretera (Acuña, 2019).

La información obtenida por las encuestas se puede observar que la mayoría de los usuarios está satisfecho con la puntualidad del servicio, porque la mayoría son personas trabajadoras, la responsabilidad del propietario para un mejor servicio al cliente, la otra parte de la persona encuestada lo califico como regular, porque había muchos desperfectos mecánicos en las unidades de transportes y donde de igual manera la carretera están en mal estado.

- **Chequeo mecánico**

Según la información obtenida en las encuestas de conductor y ayudantes, pudimos ver que las inspecciones mecánicas las realizan mensualmente, verificando de esta manera el estado de las unidades que brindan el servicio, y repararlo en condiciones de que estuviesen en mal estado.

Según la investigación podemos señalar que la empresa brinda el servicio adecuado ya que los dueños de las unidades han tomado decisiones que han creado la confiabilidad d los usuarios con respecto a la calidad, ya que la información obtenida fue muy positiva y a favor del transporte.

6.4. Proponer estrategias que permitan la mejora de la calidad del servicio de transporte

La estrategia que se presentan a continuación fue elaborada mediante el FODA, en donde se hicieron cruces de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del transporte Zamora.

Estrategias de mejora

Línea Estratégica N°.1 Uso de la tecnología como medio de comunicación en las Redes Sociales.

Objetivo: Incentivar a los propietarios a que se actualicen con las nuevas innovaciones de la tecnóloga para un mejor servicio.

Actividades

1. Registrarse en las Redes sociales como Facebook, WhatsApp para estar comunicados con los clientes y así poder dar cualquier aviso o incidencia con más responsabilidad y a tiempo.

Línea Estratégica N°.2 Proporcionar unidades emergentes en temporadas festivas.

Objetivo: Realizar un estudio para determinar si es necesario el incremento de nuevas unidades.

Actividades

1. Realizar una reunión con los propietarios para evaluar el uso de más unidades.
2. Contar con unidades de mayor capacidad de personas en horarios más demandados

3. Aumentar el número de unidades especialmente en horas de mayor afluencia.

Línea Estratégica N°.3 proponer a las autoridades pertinentes la problemática existente de carretera.

Objetivo: Establecer alianza para la reparación de carretera.

Actividades

1. Realizar reuniones para ponerse de acuerdo con el tema respecto a la carretera.
2. Incentivar a las autoridades pertinentes la importancia de que las carreteras estén en buen estado.
3. Realizar inspecciones sobre el terreno.

Línea Estratégica N°.4 Fortalecer relaciones humanas.

Objetivo: Desarrollar las capacidades técnicas y humanas de los colaboradores para una mejor atención al usuario.

Actividades

1. Capacitar con regularidad a los colaboradores en el área técnica del servicio prestado.
2. Exigir la participación de todos los colaboradores en charlas o cursos brindados por los entes reguladores.
3. Instruir a los colaboradores en temáticas de servicio al cliente y relaciones humanas.
4. Proporcionar un certificado por estar listo para laborar en una unidad de servicio de transporte.

VII. CONCLUSIONES

Se ha logrado determinar que el transporte Zamora del Municipio El Sauce es de calidad, ya que los usuarios se sienten satisfechos por el buen trato que reciben y la atención que les brinda los trabajadores, el cual hacen que estos continúen realizando sus labores diarias, viajando en la unidad.

Esta empresa de servicio público debe modernizar el servicio para que sea acorde con las necesidades de sus usuarios, tomando en cuenta los intereses prioritarios de esos empresarios, sin obviar el marco regulatorio y las estrategias de desarrollo municipal para prestar un mejor servicio que este al nivel de los avances tecnológicos actuales referente al transporte.

Existen factores que están relacionados con la calidad del servicio en las cuales podemos resaltar el mal estado de las carreteras, ya que por estas las unidades se deterioran rápidamente y los usuarios se incomodan por retrasos que esta tiene más que todo en tiempos de lluvia.

Es relevante el hallazgo en el presente estudio relacionado a que los usuarios del transporte público, se encuentran satisfechos con el servicio brindado por esta empresa, resaltando algunos aspectos esenciales tales como la calidad, accesibilidad y confiabilidad del servicio, aspectos que contribuyen a que los usuarios se desarrollen con una excelente seguridad ciudadana.

Se logrado determinar con esta investigación referente al supuesto que la calidad del servicio incide de uno u otra forma en la satisfacción de los clientes. A través de este estudio se propusieron estrategias que ayudaran a la mejora de la calidad del servicio de transporte público, teniendo en cuenta las necesidades de cada usuario ejecutando y practicando políticas de funcionamiento y de trato así los involucrados.

VIII. RECOMENDACIONES

Esta investigación pretende ser de gran utilidad para el usuario de las unidades de servicio de transporte interurbano, para su propietario y autoridades pertinentes.

1. Tomar en cuenta las estrategias planteadas en la presente investigación con el fin de mantener la calidad del servicio de transporte interurbano colectivo.
2. Capacitar a los empleados de las unidades de servicio en temas sobre relaciones humanas, para mantener la excelente atención que hasta en la actualidad han brindado.
3. Motivar a los usuarios el cuidado de las unidades de transporte que utilizan para mantener el buen estado de su infraestructura y de esta manera sigan gozando de un excelente servicio.
4. Mantener chequeos mecánicos frecuentemente en las unidades de transporte para que el servicio se mantenga eficaz.
5. Que adquieran unidades nuevas y no usadas al momento de cambiar la flota vehicular.
6. Mejorar la red vial para evitar desperfectos mecánicos en las unidades y por ende pérdidas económicas para el propietario.
7. Hacer campaña de sensibilización a través de medios radiales, televisivos y escritos a los usuarios para que hagan uso de los basureros internos en las unidades para que la basura no sea tirada por las ventanas.
8. Realizar buena selección de personal al momento de contratar un nuevo empleado.
9. Evitar consumir alcohol y cigarrillo a bordo de estas unidades por respeto al resto de usuarios y para no infraccionar la ley.

Bibliografía

- Abadi, M. (2011). *Concepto de Calidad*. Recuperado el Junio de 2019, de Componentes de la calidad del servicio de transporte: <http://source:mymanagementguide.com>
- Alcaldía Municipal El Sauce. (2017). *Documento P.D.U.* Recuperado el 21 de Junio de 2019, de Transporte publico: Local Alcaldía Municipal El Sauce.
- Alfaro, D. (2011). *Concepto de transporte*. Recuperado el Junio de 2019, de Conceptos basicos de transporte: <http://ficus.pntic.mec.es/ibus0001/servicios/transportes.html>
- Benavidez, A., Mendoza, J., & Zelaya, E. (2016). Evaluacion de la calidad del servicio de transporte urbano colectivo intramunicipal por los usuarios de la ciudad de Estelí año 2016. *Seminario de Graduación - Administración de Empresas*. Facultad Reginal Multidisciplinaria FAREM - ESTELÍ, Estelí - Nicaragua.
- Castellón, B. (2016). Plan de mejora continua para el fortalecimiento en la calidad del servicio de transporte público colectivo intramunicipal de la ciudad de Estelí, año 2015-2016. *Tesis para optar al título de Máster en Gerencias y Administración Pública*. Facultad Regional Multidisciplinaria De Estelí, FAREM - ESTELÍ, Estelí - Nicaragua.
- GuillóJ.J. (2012). *Calidad total*. Recuperado el 22 de Junio de 2019, de Fuente de ventajas competitivas: España,Universidad de Alicante,Edición Limitada.
- Hernandez sampieri,Fenandez Collado. (2010). *Usuarios inmersos en la muestra*. Recuperado el 18 de Julio de 2019, de HLLInteramericana,Editores S.A.deC.D.Mexico.
- Huamani,J.J. (2014). *Calidad en el Servicio*. Recuperado el 21 de Junio de 2019, de Servicio público: <http://es.slideshare.net/Jefdezmxvtas/calidad-en-elServicio-presentación-960207>.

- Huertas, J. (2015). La calidad de servicio del transporte publico urbano en los paraderos del tramo Av. Arequipa - Lima Metropolitana - 2014. *Tesis para optar el grado académico de: MAGISTR EN GESTIÓN PÚBLICA*. Escuela de Posgrado UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, Perú.
- León, J., & Pitalua, E. (2011). Evaluacion de la calidad del servicio al cliente en la terminal de transporte de Cartagena. *Proyecto de grado presentado como requisito para obter el titulo de Administrador de Enpresas*. Universidad de Cartagena, Cartagena.
- Ley General de Transporte Terrestre. (2005). Los articulos del 1 al 12. *Ley 524*. Managua, Nicaragua.
- Martinez, C. D. (2013). *Mundiario*. Recuperado el Octubre de 2019, de Marketing experiencial: Un paso mas alla de la buena atencion al cliente: <http://mundiario.com/blog/2013/06/21/marketing-experiencial-un-pasomas-alla-de-la-atencion-al-cliente/>
- Martinez, M. L. (2007). *Universidad de la habana*. Recuperado el Octubre de 2019, de Consideraciones Teoricas sobre la Atencion al Cliente: <http://www.eumed.net/ciel>
- Mendez A Carlos E. (2010). *Metodología, diseño y desarrollo del proceso de investigación*. Recuperado el 30 de Julio de 2019, de <http://www.bibliociencias.cu/gsd/collect/libros/index/assoc/HASH6CB4.dir/doc/pdf>.
- Palacio,Soriano. (25 de Junio de 2010). *Calidad de servicio*. Recuperado el 25 de Junio de 2019, de Calidad: <http://www.Fundación/Seminario/2010/QI/S>.
- Peresson,L. (26 de Juio de 2010). *Calidad con enfoque al cliente*. Recuperado el 26 de Junio de 2019, de Gestión de calidad.: [Ltp://www.cuencagov.ec/?q=page-emov](http://www.cuencagov.ec/?q=page-emov).
- Pineda, E., Alvarado, E., & Canales, F. (1994). Metodologia de la investigación. En *Manual para el desarrollo de personal de salud*. Washington: Publicacion de Organizacion Paramericana de la Salud. Recuperado el 18 de Julio de 2019, de <http://iris.paho.org/xmlui/handle/123456789/3132>

- Pliceres R Barriento. (2009). *Manual para la elaboración de Tesis y trabajo de investigación*. Recuperado el 30 de Julio de 2019, de Puebla Mexico, Academia de investigación, Universidad Politecnica
- R.A.E. (2015). *Diccionario Real*. Recuperado el 18 de Julio de 2019, de Academia Española ,Madrid, Francisco del Hierro,<http://WWWrea.es>
- Ramos, E. (2010). *Concepto de Servicio*. Recuperado el Junio de 2019, de La calidadd en el servicio al cliente.
- Reyes R. (31 de Octubre de 2011). *Estrategias de negocio de calidad*. Recuperado el 24 de Junio de 2019, de Estrategias: [htt://www.crecenegocio.com/C Estrategias](http://www.crecenegocio.com/C Estrategias).
- Sánchez. (2015). *Tipos de transportes*. Recuperado el Junio de 2019, de Transporte: <http://www.tipos.co/tipos-de-transporte/>
- Serna, H. (2011). *Concepto de servicio al cliente*. Recuperado el Junio de 2019, de Conceptos basicos de servicio al cliente: <http://www.tranporte.mx/la-estrategias-del-transporte>.
- Szmuch, L. (2009). *Atencion al cliente*. Recuperado el Octubre de 2019, de Revista en contacto, v.33: <http://encontactopnl.blogspot.com/2009/02/revista-en-contacto-n-33atencion-al.htm>
- UNE.EN.ISO. (2008). *Factores*. Recuperado el 26 de Junio de 2019, de Seminario: <http://www:Fundacion Cetimo.org/fundación/seminarios/2004/QI/SGonzalezpdf>.
- Villa, I. (2014). *Importancia y características del uso de transporte*. Recuperado el Junio de 2019, de Todo Economía: <http://www.transporte.mx/la-importancia-del-transporte>.
- Violanz, M. (2015). *Tipo de servicio*. Recuperado el Junio de 2019, de Servicio al cliente: <https://www.entrepreneur.com/article/26,85,43>.
- Zabiski, E. (28 de Junio de 2013). *Características potenciales de un buen servicio al cliente, componentes e importancia*. Recuperado el junio de 2019, de Definicion de cliente: <https://www.euston96.com/transporte-terrestre/>

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN APLICADA																
ACTIVIDADES / SEMANAS ASIGNADAS		Mayo			Junio				Julio				Agosto			
		2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	
1	Integración del equipo de trabajo															
2	Elección de la línea de investigación															
3	Delimitación del tema															
4	Antecedentes de la investigación															
5	Planteamiento del problema															
6	Preguntas - problemas															
7	Objetivo general															
8	Objetivos específicos															
9	Elaboración de marco teórico															
10	Operacionalización de los objetivos															
11	Diseño metodológico															

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE SEMINARIO DE GRADUACIÓN															
ACTIVIDADES / SEMANAS ASIGNADAS		Septiembre			Octubre				Noviembre				Diciembre		
		2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1	Elaboración de instrumentos														
2	Revisión de instrumentos														
3	Aplicación de instrumentos														
4	Análisis y elaboración de resultados														
5	Recomendaciones														
6	Conclusiones														
7	Revisión general														

Anexo 2. Encuesta

ENCUESTA A LOS USUARIOS

La presente encuesta fue elaborada por estudiantes de V año de administración de empresas, dirigida a los usuarios que utilizan el transporte público colectivo Intermunicipal de la empresa familia Zamora del Municipio El Sauce departamento de León. /2019.

Objetivo: Comprobar la calidad del servicio por parte de los usuarios que utilizan el transporte público colectivo de la Empresa Familia Zamora del Municipio El Sauce.

Nombre de ruta: _____ **Fecha:** _____

I. Datos generales de los usuarios

Edad: ___ **Sexo:** M ___ F ___ **Nivel académico:** _____ **Ocupación:**

II. Generalidades del servicio

1. ¿Con que frecuencia utiliza usted el servicio de transporte público colectivo?
a. Pocas veces b. Siempre c. En Ocasiones
2. ¿Con que fin utiliza el servicio de transporte público colectivo?
a. Llegar a tiempo b. Es más seguro c. Le Beneficia
3. ¿Está de acuerdo con la tarifa impuesta por el uso del servicio?
a. Sí b. No

III. Calidad del servicio de transporte público colectivo empresa familia Zamora

4. ¿Cómo califica usted la atención del servicio de transporte público colectivo?
a. Muy buena b. Regular c. Mala
5. ¿Cómo considera el trato que recibe por parte de los trabajadores?
a. Bueno b. Regular c. Malo
6. ¿Ha tenido algún conflicto con algún colaborador dentro de la unidad?
a. Sí b. No
7. ¿Qué tipos de conflictos a experimentados en las unidades de transporte?

8. ¿Cómo califica la puntualidad del servicio?
a. Muy buena b. Regular c. Mala
9. ¿Cuáles son las causas principales de inseguridad dentro de la unidad?
a. Delincuencia b. Exceso de pasajeros c. Puertas abiertas
d. Desperfecto Mecánico
10. ¿Cómo califica la higiene dentro de la unidad?
a. Buena b. Regular c. Muy Buena
11. ¿Ha observado depósitos de basura dentro de las unidades?
a. Sí b. No c. Algunas veces
12. ¿Considera en buen estado las ventanas de las unidades?
a. Sí b. No
13. ¿Ha estado involucrado en algún accidente de tránsito ocasionado por alguna unidad?
a. Sí b. No
14. ¿Considera usted que las unidades deben poseer un plan de emergencia?
a. Sí b. No
- IV. Satisfacción del usuario**
15. ¿Está satisfecho con la seguridad que brinda el servicio?
a. Sí b. No
16. ¿Está de acuerdo con el intervalo de tiempo que existe entre cada unidad?
a. Sí b. No
17. ¿Le gustaría que se implementara un sistema de cobro electrónico?
a. Sí b. No
18. ¿Está de acuerdo con que le permita el acceso a la unidad a los vendedores ambulantes?
a. Sí b. No

Anexo 3. Entrevista

ENTREVISTA A PASAJEROS

Los estudiantes de V año de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, elaboramos guía de entrevista dirigida a los pasajeros que abordan la unidad de transporte público colectivo intermunicipal, municipio El Sauce departamento de León.

Objetivo: Verificar cómo funciona y se organiza el servicio de transporte público intermunicipal de la empresa Familia Zamora, El Sauce.

1. ¿Cuáles son los problemas más frecuentes que presentan las unidades en los horarios designados?
2. ¿Cree que el transporte cumple con todos los reglamentos del ministerio de transporte les exige?
3. ¿La limpieza de la unidad es la adecuada para que las personas se sientan satisfechas?
4. ¿El trato que reciben de parte de los trabajadores de la unidad es el adecuado?
5. ¿Los trabajadores de las unidades utilizan medidas de seguridad?
6. ¿Las unidades siempre cumplen con el horario establecido?
7. ¿Qué opina acerca de la calidad del servicio?
8. ¿Las unidades viajan con exceso de pasajeros frecuentemente?
 - a. Si
 - b. No
9. ¿Realizan paradas no establecidas?
 - a. Sí
 - b. No

ENTREVISTA A PROPIETARIOS

Los estudiantes de V año de la carrera de Administración de Empresas, elaboramos guía de entrevista dirigida a los dueños del transporte público colectivo intermunicipal, del Transporte Zamora El Sauce departamento de León.

Objetivo: Verificar cómo funciona y se organiza el servicio de transporte público intermunicipal De la Empresa Familia Zamora, El Sauce.

Nombre del entrevistado: _____ **Fecha:** _____

Edad: ____ **Nivel académico:** _____ **Ocupación:** _____

1. ¿Existe un tipo de sanción para los transportistas al incumplir los horarios establecidos?
2. ¿Existe alguna exigencia de parte de la alcaldía para la limpieza de las unidades?
3. ¿Cuáles son los requisitos que pide la alcaldía para los conductores de las unidades?
4. ¿Cuáles son las medidas de seguridad que debe presentar la unidad a los usuarios?
6. ¿Se necesita algún límite de edad para laborar en las unidades de transporte?
7. ¿Cuáles son las herramientas que utiliza para laborar en su trabajo?
8. ¿Existen sanciones por el exceso de pasajeros en las unidades?
9. ¿Cumple con el horario establecido?
a. Sí b. No
10. ¿Existen sanciones por paradas no establecidas?

- a. Sí b. No

11. ¿Qué requisitos debe tener para laborar en esta unidad?

- a. Record Policial b. Fotocopia de Cedula c. Certificado de Salud
d. Otros ¿Cómo cuáles?

12. ¿Ha recibido sugerencias de mejora por parte de los usuarios?

- a. Sí b. No

Si es si ¿qué tipos se sugerencias?

13. ¿Ha recibido quejas por la atención brindada a los usuarios?

- a. Si b. No

Si es si ¿Cómo cuáles?

14. ¿Poseen un plan de emergencia?

15. ¿Poseen normas de seguridad dentro de la unidad?

16. ¿Los trabajadores están inscrito en el Seguro Social?

17. ¿Cómo considera usted la calidad del servicio que ofrecen?

- a. Bueno b. Regular c. Mala

18. ¿Con qué frecuencia realizan inspección mecánica a las unidades de transporte?

- a. Semanal b. Quincenal c. Mensual

19. ¿De no cumplir con la trayectoria de la ruta se les asigna alguna multa?

- a. Si b. No

ENTREVISTA A CONDUCTORES Y AYUDANTES

La presente entrevista fue elaborada por estudiantes de V año de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, y es dirigida a los ayudantes y conductores que laboran en el transporte público colectivo intermunicipal, Empresa Familia Zamora del Municipio El Sauce departamento de León.

Objetivo: Verificar el servicio de transporte público colectivo de conductores y ayudantes, Municipio El Sauce departamento de León /2019.

I. Datos generales del Conductor y Ayudante.

Edad: _____ **Nivel Académico:** _____ **Ocupación:** _____

Nombre de Ruta: _____ **Horario de trabajo:** _____

II. Generalidades del Servicio.

1. ¿Qué requisitos debe tener para laborar en esta unidad?

- a. Record Policial
- b. Fotocopia de Cedula
- c. Certificado de Salud
- d. Todo lo anterior

2. ¿Considera pesada la jornada de trabajo?

- a. Sí
- b. No

3. ¿Cuenta con un día libre durante la semana?

- a. Sí
- b. No

5. ¿Está inscrito en el Seguro Social?

- a. Sí
- b. No

6. ¿Cómo considera usted la calidad del servicio que ofrecen?

- a. Bueno
- b. Regular
- c. Mala

7. ¿Se ha realizado los exámenes médicos que exige la Ley 524?

- a. Sí
- b. No

8. ¿Qué población utiliza más este servicio?
- a. Comerciantes
 - b. Particulares
 - c. Trabajadores

III. Calidad del Servicio

9. ¿Con que frecuencia limpian la unidad de transporte?
- a. Una vez al día
 - b. 1 a 3 veces
 - c. Ocasionalmente
 - d. Todos los días
10. ¿Cómo valora las condiciones físicas de la unidad?
- a. Buena
 - b. Regular
 - c. Mala
11. ¿Ha sufrido algún accidente de tránsito en sus horas laborales?
- a. Sí
 - b. No
12. ¿Ha recibido alguna multa de tránsito?
- a. Sí
 - b. No
13. ¿Con qué frecuencia realizan inspección mecánica a las unidades de transporte?
- a. Semanal
 - b. Quincenal
 - c. Mensual
14. ¿De no cumplir con la trayectoria de la ruta se les asigna alguna multa?
- a. Sí
 - b. No
15. ¿Cómo califica el trato que recibe por parte de los usuarios que abordan la unidad?
- a. Bueno
 - b. Regular
 - c. Malo
16. ¿Ha tenido algún conflicto con los usuarios que abordan la unidad?
- a. Sí
 - b. No
17. ¿Cuáles considera que son los conflictos más frecuentes entre usted y el usuario?
- a. Abuso verbal
 - b. Abuso Físico
 - c. Otros

18. ¿Considera usted que atiende de forma educada y respetuosa al usuario?

- a. Sí b. No

19. ¿Cómo considera el cuidado de la unidad por parte de los usuarios?

- a. Bueno b. Regular c. Malo

20. ¿Ha recibido sugerencias de mejora por parte de los usuarios?

- a. Sí b. No

21. Si es SI ¿Qué tipo de sugerencia?

22. ¿Ha recibido quejas por la atención brindada a los usuarios?

- a. Si b. No

Anexo 4. Guía de observación

GUÍA DE OBSERVACIÓN

Objetivo: Constatar las condiciones físicas, y de atención que reciben los usuarios que abordan la unidad de transporte público colectivo intermunicipal empresa familia Zamora Municipio El Sauce León.

Nombre de la ruta: _____ **Fecha:** _____ **Hora de inicio:** _____ **Hora de Finalización:** _____ **Nombre del observador/a:** _____

I. Condiciones Físicas.

1. Limpieza de la unidad de transporte.
 - a. Muy buena
 - b. Buen
 - c. Regular
 - d. Mala
2. Estado de los asientos.
 - a. Muy buena
 - b. Buena
 - c. Regular
 - d. Mala
3. Condiciones de las ventanas de la unidad.
 - a. Muy buena
 - b. Regular
 - c. Mala
4. Altura de los agarraderos de las unidades.
 - a. Alto
 - b. Bajo
 - c. Normal
5. Existencia de recipientes de basura.
 - a. Sí
 - b. No
6. Existencia de normas de seguridad dentro de la unidad.
 - a. Sí
 - b. No
7. Sonido del radio dentro de la unidad.
 - a. Normal
 - b. Alto

II. Atención de los trabajadores hacia los usuarios

8. Trato del trabajador hacia el usuario.
 - a. Buena
 - b. Regular
 - c. Mala
9. Cobro de tarifa.
 - a. Correcta
 - b. Incorrecta

10. Vocabulario de los trabajadores de la unidad.

- a. Agradable
- b. Desagradable

11. Forma de conducir.

- a. Muy buena
- b. Regular
- c. Malo

12. Los ayudantes ayuda a subirse a los usuarios a la unidad.

- a. Sí
- b. No

Anexo 5. FODA

FODA de estrategia

<p>Propuesta de estrategias para la mejora del servicio Zamora</p>	<p>Fortalezas Internas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tarifa del servicio aceptable. 2. Puntualidad. 3. Buen estado de las unidades de transporte. 	<p>Debilidades Internas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Puertas abiertas de las unidades durante la trayectoria. 2. Exceso de pasajero en fechas importantes del año.
<p>Oportunidades Externas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rutas emergentes en días feriados. 2. Usuarios satisfechos. 	<p>Estrategias FO</p> <p>Uso de la tecnología como medio de comunicación en las Redes Sociales.(F1,F2,O2)</p>	<p>Estrategias DO</p> <p>Proporcionar nuevas unidades de transporte en días de afluencia de usuarios en días feriados. (O1, D2).</p>
<p>Amenazas Externas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Infraestructura de las carreteras en mal estado. 2. Baja de números de usuarios en tiempos de lluvia. 3. Retraso de las unidades debido a reparaciones de carreteras. 4. Accidentes por exceso de pasajeros. 	<p>Estrategias FA</p> <p>Proponer a las instituciones competentes la reparación de carreteras que afectan a las unidades de transporte. (A1,A2,A3,F3)</p>	<p>Estrategias DA</p> <p>Brindar capacitaciones de relaciones humanas, técnicas de servicio al usuario por las autoridades pertinentes. (D1, A4).</p>

Anexo 6. Tablas de Frecuencia

Frecuencia con que utilizan el servicio de transporte público colectivo					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pocas veces	85	26.9	26.9	26.9
	Siempre	182	57.7	57.7	84.6
	En ocasiones	49	15.4	15.4	100.0
	Total	316	100.0	100.0	

Para que utiliza el servicio de transporte público colectivo					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Llegar a tiempo	130	41.0	41.0	41.0
	Es más seguro	32	10.3	10.3	51.3
	Le beneficia	154	48.7	48.7	100.0
	Total	316	100.0	100.0	

Está de acuerdo con la tarifa impuesta por el uso del servicio					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	312	98.7	98.7	98.7
	No	4	1.3	1.3	100.0
	Total	316	100.0	100.0	

Calificación de la atención del servicio de transporte público colectivo					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Buena	190	60.3	60.3	60.3
	Regular	122	38.5	38.5	98.7
	Mala	4	1.3	1.3	100.0
	Total	316	100.0	100.0	

El trato que recibe por parte de los trabajadores de la unidad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Buena	243	76.9	76.9	76.9
	Regular	69	21.8	21.8	98.7
	Mala	4	1.3	1.3	100.0
	Total	316	100.0	100.0	

Conflicto con algún colaborador dentro de la unidad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	28	9.0	9.0	9.0
	No	288	91.0	91.0	100.0
	Total	316	100.0	100.0	

Calificación de la puntualidad del servicio					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Buena	263	83.3	83.3	83.3
	Regular	53	16.7	16.7	100.0
	Total	316	100.0	100.0	

Como califica la higiene dentro de la unidad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy buena	219	69.2	69.2	69.2
	Buena	61	19.2	19.2	88.5
	Regular	24	7.7	7.7	96.2
	Mala	12	3.8	3.8	100.0
	Total	316	100.0	100.0	

Depósitos de basura dentro de las unidades					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	304	96.2	96.2	96.2
	NO	4	1.3	1.3	97.4
	Algunas veces	8	2.6	2.6	100.0
	Total	316	100.0	100.0	

Las principales causas de inseguridad dentro de la unidad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Delincuencia	8	2.6	2.6	2.6
	Exceso de pasajeros	138	43.6	43.6	46.2
	Puertas abiertas	24	7.7	7.7	53.8
	Desperfecto mecánico	61	19.2	19.2	73.1
	Ninguna	85	26.9	26.9	100.0
	Total	316	100.0	100.0	

Las unidades deben tener un plan de emergencia					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	308	97.4	97.4	97.4
	No	8	2.6	2.6	100.0
	Total	316	100.0	100.0	

Considera en buen estado las ventanas de las unidades					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	284	89.7	89.7	89.7
	No	16	5.1	5.1	94.9
	Regular	16	5.1	5.1	100.0
	Total	316	100.0	100.0	

Ha estado involucrado en algún accidente de tránsito ocasionado por alguna unidad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	16	5.1	5.1	5.1
	No	300	94.9	94.9	100.0
	Total	316	100.0	100.0	

Satisfacción con la seguridad que brinda el servicio					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	280	88.5	88.5	88.5
	No	32	10.3	10.3	98.7
	Regular	4	1.3	1.3	100.0
	Total	316	100.0	100.0	

Esta de acuerdo con el intervalo de tiempo que existe entre cada unidad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	243	76.9	76.9	76.9
	No	73	23.1	23.1	100.0
	Total	316	100.0	100.0	

Implementara un sistema de cobro electrónico					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	61	19.2	19.2	19.2
	No	255	80.8	80.8	100.0
	Total	316	100.0	100.0	

Está de acuerdo que se le permita el acceso a la unidad a los vendedores ambulantes					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	259	82.1	82.1	82.1
	No	57	17.9	17.9	100.0
	Total	316	100.0	100.0	

Anexo 7. Fotografías



Ilustración 1,2 Fuente: Fotografía propia, Estelí (gasolinera puma), unidad de Limay, Achuapa, Estelí.



Ilustración 3,4 Fuente: Fotografía propia, interior de la unidad.



Ilustración 5,6 Fuente: Fotografía propia, cotran norte, Estelí (Terminal de autobuses, unidad de Sauce, Achuapa, Estelí).



Ilustración 7, 8 Fuente: Fotografía propia, interior de la unidad.



Ilustración 9 Fuente: Fotografía propia, unidad de transporte de la línea Limay, Achuapa, Estelí.



Ilustración 9 Fuente: Fotografía propia, unidad de transporte de la línea Sauce, Achuapa, Estelí.



Ilustración 11 Fuente: Fotografía propia.