



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN - MANAGUA

**Facultad Regional Multidisciplinaria - FAREM-Estelí**

**Organización y la calidad del servicio de taxi intramunicipal de la  
ciudad de Estelí del año 2017**

**Trabajo de seminario de graduación para optar**

**Al grado de**

**Licenciado en la carrera de administración de empresas**

**Autores**

Margarita Elizabeth Rugama Ruiz

Eylin Anais Chavarría Mendoza

Henry Fernando López Matamoros

**Tutora**

Dra. Beverly Castillo Herrera

**Estelí, 11 de Diciembre, 2017**



## **DEDICATORIA**

### **A Dios:**

Dedicamos este trabajo principalmente a Dios, por habernos dado la vida y permitirnos el haber llegado hasta este momento tan importante de nuestra formación profesional. Por habernos guiado por el buen camino y darnos las fuerzas para seguir adelante en los momentos más difíciles.

### **A nuestras Familias:**

A mi padre Jeronimo Remigo Rugama Rugama, a mi madre Alba Del Rosario Ruiz Talavera, a mi hermana María Jisela Rugama Ruiz y Hermano Nery Onell Rugama Ruiz. Por apoyarme a cumplir con mis metas. (Margarita Elizabeth Rugama Ruiz).

A mi Padre José Leónidas Chavarría Zamoran, a mi madre Eyling Del Carmen Mendoza Álvarez, a mis hermanos y la Lic. Luz Verónica Flores Talavera, a mi amiga Belkis Yessenia Sanchez, por brindarme su apoyo incondicional para lograr mis triunfos. (Eylin Anais Chavarría Mendoza).

A mis abuelitos, mi padre Henry López Arteta, mi madre Lesbia Francisca Matamoros, mi esposa Dunia Zeledón, mis hijos y compañeras de grupo. (Henry Fernando López Matamoros).

A ellos dedicamos todas las bendiciones que de parte de Dios vendrán a nuestras vidas como recompensa de tanta dedicación, tanto esfuerzo y fe en la causa misma y quienes nos prestaron tiempo que les pertenecía para terminar.

A nuestras amigas, Sayra Elena Jirón Pastora, Rosmery Edith Moreno Moran, Blanca Mayquel Calero Castro y Elsa Lisbeth Martínez Espinoza, por haber compartido con nosotros sus conocimientos, tiempo, compañerismo y sobre todo su amistad.

## **AGRADECIMIENTO**

Le agradecemos infinitamente a nuestro Creador Dios por habernos acompañado y guiado a lo largo de nuestra carrera, por darnos la fuerza la sabiduría para poder llegar hasta esta etapa por proveernos salud, dinero, tiempo y paciencia, por ser nuestra fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarnos una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

A nuestros padres quienes nos dieron la vida y siempre están ahí para apoyarnos en nuestros proyectos, ayudarnos a crecer y a luchar superando cada obstáculo para alcanzar nuestros triunfos.

A la Doctora Beverly Castillo, tutora de Seminario de Tesis, por sus orientaciones y recomendaciones metodológicas que nos permitieron elaborar el presente trabajo, por la confianza apoyo y dedicación.

A todas aquellas personas que de una u otra manera estuvieron presentes en nuestro camino aconsejándome, dando sus aportes, sugerencias y conocimientos compartidos.

# CONTENIDO

<b>CAPITULO I. INTRODUCCION</b> .....	1
1.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	3
1.3. PREGUNTAS PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN.....	6
1.3.1. PREGUNTA GENERAL.....	6
1.3.2. PREGUNTAS ESPECÍFICAS .....	6
1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
<b>CAPITULO II. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION</b> .....	8
2.1. OBJETIVO GENERAL .....	8
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	8
<b>CAPITULO III. MARCO TEORICO</b> .....	9
3.1. COOPERATIVAS .....	9
3.1.1. OBJETIVOS FUNDAMENTALES DE LAS COOPERATIVAS.....	9
3.1.2. CARACTERÍSTICAS DE LAS COOPERATIVAS.....	10
3.1.3. PRINCIPIOS COOPERATIVOS .....	10
3.1.4. VALORES COOPERATIVOS .....	12
3.1.5. TIPOS DE COOPERATIVAS .....	13
3.1.6. SOCIOS DE COOPERATIVAS .....	14
3.1.7. ESTRUCTURA INTERNA DE LAS COOPERATIVAS .....	15
3.2. TRANSPORTE .....	15
3.2.1. DEFINICIONES SOBRE EL CONCEPTO DE TRANSPORTE .....	16
3.2.2. TIPOS DE TRANSPORTE .....	19
3.2.3. LEY DE TRANSPORTE EN NICARAGUA .....	21
3.2.4. SEGURIDAD EN EL TRANSPORTE .....	24
3.3. CLIENTE.....	26
3.3.1. DEFINICIÓN DE CLIENTE.....	26
3.3.2. SERVICIO AL CLIENTE .....	27
<b>CAPITULO IV. HIPOTESIS DE INVESTIGACION</b> .....	34
4.1. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN .....	34
4.1.1. CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	34
<b>CAPITULO V. METODOLOGÍA</b> .....	35

<b>5.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>35</b>
<b>5.2. UNIVERSO DE ESTUDIO.....</b>	<b>35</b>
<b>5.2.1. DESCRIPCIÓN DE LA CIUDAD DE ESTELÍ.....</b>	<b>36</b>
<b>5.3. LA MUESTRA DE ESTUDIO .....</b>	<b>37</b>
<b>5.3.1. TIPO DE MUESTREO .....</b>	<b>37</b>
<b>5.3.2. TAMAÑO DE LA MUESTRA .....</b>	<b>37</b>
<b>5.4. TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS. ....</b>	<b>39</b>
<b>5.5. ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>40</b>
<b>Etapa 1: Investigación documental.....</b>	<b>40</b>
<b>Etapa 2: Elaboración de instrumentos.....</b>	<b>40</b>
<b>Etapa 3: Trabajo de campo.....</b>	<b>41</b>
<b>Etapa 4: Análisis y elaboración de documento final. ....</b>	<b>41</b>
<b>CAPITULO VI. RESULTADOS.....</b>	<b>42</b>
<b>6.1. ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DEL SERVICIO DE TAXI INTRAMUNICIPAL DE LA CIUDAD DE ESTELÍ.....</b>	<b>42</b>
<b>6.1.1. ORGANIZACIÓN DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL PARA ATENDER A LOS TAXIS INTRAMUNICIPALES .....</b>	<b>42</b>
<b>6.1.2. FUNCIONAMIENTO DE LAS COOPERATIVAS DE TAXIS DE LA CIUDAD DE ESTELÍ</b>	<b>45</b>
<b>6.1.3. FUNCIONAMIENTO DEL SERVICIO DADO POR LOS CADETES.....</b>	<b>46</b>
<b>6.4. CONDICIONES FÍSICAS, PSICOLÓGICAS Y DE SEGURIDAD DE LOS USUARIOS DE TAXIS DE LA CIUDAD DE ESTELÍ.....</b>	<b>52</b>
<b>6.4.1. GENERALIDADES DEL SERVICIO DE TAXI INTRAMUNICIPAL .....</b>	<b>52</b>
<b>6.4.2. EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE TAXI.....</b>	<b>54</b>
<b>6.4.3. SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE TAXI.....</b>	<b>54</b>
<b>6.4.4. CONDICIONES FÍSICAS Y PSICOLÓGICAS.....</b>	<b>56</b>
<b>6.4.5. SEGURIDAD.....</b>	<b>58</b>
<b>6.5. PROPUESTA DE ESTRATEGIA PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE TAXI INTRAMUNICIPAL EN LA CIUDAD DE ESTELÍ.....</b>	<b>59</b>
<b>6.5.1. ANÁLISIS DE FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS (FODA) EN LA CALIDAD DEL SERVICIO DE TAXI INTRAMUNICIPAL.</b>	<b>59</b>
59	
<b>6.5.2. PROPUESTA DE ESTRATEGIAS. ....</b>	<b>61</b>
<b>CAPITULO VIII. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>67</b>

<b>CAPITULO IX BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>69</b>
<b>X. ANEXOS.....</b>	<b>72</b>

# ORGANIZACIÓN Y LA CALIDAD DEL SERVICIO DE TAXI INTRAMUNICIPAL DE LA CIUDAD DE ESTELÍ DEL AÑO 2017

## RESUMEN

La presente investigación evalúa la calidad del servicio de taxis intramunicipal en la ciudad de Estelí con el fin de crear estrategias para la mejora de la calidad porque es un servicio fundamental para el desarrollo de las diversas actividades cotidianas que realiza la población. Este estudio es importante para las cooperativas ya que servirá de referencia para conocer el grado de satisfacción de los clientes considerando tres ejes teóricos: cooperativas, transporte intramunicipal, y clientes. La investigación es de tipo aplicada y cuantitativa. La hipótesis que guía este estudio es: a mayor calidad del servicio, mayor satisfacción de los usuarios de taxis intramunicipal en la ciudad de Estelí. Se aplicaron encuestas a los cadetes y usuarios de taxis, y entrevistas semi-estructuradas a los propietarios de las cooperativas. Para medir la calidad del servicio se consideraron tres aspectos: Confiabilidad del servicio, socialización y responsabilidad. Los resultados revelan que la calidad del servicio de taxis en la ciudad de Estelí es regular, por lo que se proponen las siguientes líneas estratégicas: Mejora de la calidad del servicio de taxi, que tiene como objetivo ofertar un servicio de calidad, con la finalidad de la satisfacción a las necesidades de los clientes y divulgación de las tarifas de taxi para que población maneje lo que tiene que pagar y den a conocer los casos que los cadetes no respeten estas tarifas, preparación acerca de los riesgos que generan los accidentes de tránsito y volumen excesivo de música y radio en la salud de los usuarios y una mejora de capacidad de respuesta que requiere de una estación de llamadas y página web para mejorar la respuesta del servicio.

**Palabras clave:** transporte, taxis, clientes, calidad de servicio, Estelí.

# **ORGANIZATION AND QUALITY OF THE TAXI INTRAMUNICIPAL SERVICE OF THE CITY OF ESTELÍ OF THE YEAR 2017**

## **ABSTRACT**

The present investigation evaluates the quality of the service of intra-municipal taxis in the city of Estelí with the purpose of creating strategies for the improvement of the quality because it is a fundamental service for the development of the diverse daily activities that the population realizes. This study is important for cooperatives as it will serve as a reference to know the degree of customer satisfaction considering three theoretical axes: cooperatives, intra-municipal transport, and customers. The research is of the applied and quantitative type. The hypothesis that guides this study is: to higher quality of the service, greater satisfaction of the users of intra-municipal taxis in the city of Estelí. Surveys were applied to the cadets and taxi users, and semi-structured interviews were given to the owners of the cooperatives. To measure the quality of the service, three aspects were considered: Reliability of the service, socialization and responsibility. The results reveal that the quality of the taxi service in the city of Estelí is regular, for which the following strategic lines are proposed: Improvement of the quality of the taxi service, which aims to offer a quality service, with the purpose of satisfaction to the needs of customers and disclosure of taxi rates for the population to manage what they have to pay and disclose the cases in which the cadets do not respect these rates.

**Keywords:** transportation, taxis, customers, quality of service, Estelí.



## **CAPITULO I. INTRODUCCION**

El transporte urbano es lo que permite la movilización o traslado de los ciudadanos de un lugar a otro para realizar las actividades propias de una sociedad, como lo es trabajo, educación, cultura, deporte, recreación, entre otros. Para realizar ese traslado es necesario contar con un sistema de transporte urbano, que a su vez está conformado por tres (3) subsistemas: el transporte urbano (medios de transporte), la infraestructura vial (vías, carreteras, paradas, bahías, entre otros) y el sistema de tránsito (semáforos, señalización, demarcación, entre otros).

En cuanto al transporte público urbano, está conformado por el público y de alquiler, el primero es un sistema de transportación que opera con rutas fijas y horarios predeterminados y puede ser utilizado por cualquier persona a cambio del pago de una tarifa previamente establecida, y, el segundo, puede ser utilizado por cualquier persona que pague una tarifa en vehículos proporcionados por un operador, chofer o empleado ajustándose a los deseos de movilidad del usuario, entre estos servicios están los taxis.

Para que los clientes se formen una opinión positiva de un servicio, la empresa debe satisfacer todas las necesidades y expectativas, esto es lo que se llama calidad de servicio. Este concepto está referido a la situación de comodidad o incomodidad que puedan sentir los diversos usuarios de un servicio.

### **1.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

Para determinar los antecedentes de esta investigación se revisaron diversas fuentes en las que se seleccionó información relacionada al tema y se identificaron dos tesis en la Biblioteca Urania Zelaya de FAREM-ESTELI, una tercera investigación en un sitio de internet de la UNAN-LEON y un estudio realizado por la alcaldía de Estelí.

En la Alcaldía del municipio de Estelí existe un documento llamado “Estudio de transporte colectivo en las principales calles de Nicaragua como resumen ejecutivo”, cuyo principal objetivo es formular planes de desarrollo de los sistemas de transporte colectivo y de circulación vial de las principales ciudades entre ellas: León, Chinandega, Masaya, Granada, Estelí, Matagalpa, Juigalpa y Jinotepe. Los propósitos específicos son: diseñar sistemas de transporte urbano colectivo que respalden mejor las actividades económicas del país, coordinar la planificación, programación, construcción y operación de transporte urbano colectivo y proveer datos exactos y amplios que sirvan de base para tomar decisiones más importantes sobre el desarrollo del transporte urbano colectivo. (Alcaldía de Estelí, 1999)

En la biblioteca Urania Zelaya de la Facultad Regional Multidisciplinaria (UNAN Managua/ FAREM Estelí) se encontró referencias de tesis relacionada con este tema, una de estas se titula “Evaluación de la calidad del servicio de transporte urbano colectivo intermunicipal por los usuarios de la ciudad de Estelí año 2016.”, su principal objetivo es, evaluar la calidad del servicio de transporte urbano colectivo intermunicipal en la ciudad de Estelí para la satisfacción de los usuarios en el año 2016. Presentada por estudiantes de la carrera de administración de empresas: Aleyda Lourdes Benavidez Vásquez. Josué Enmanuel Mendoza Castillo, Lesther Agustín Zelaya López.

También se encontró referencia de la tesis titulada “Plan de mejora continua para el fortalecimiento en la calidad del servicio de transporte público colectivo intermunicipal de la ciudad Estelí, año 2015-2016”, realizada con el objetivo de diseñar un plan de mejora continua para el fortalecimiento en la calidad del servicio de transporte público colectivo intermunicipal de la ciudad Estelí, año 2015-2016. Presentada por Lic. Bryggytte Xilonem Castellón Lanuza.

Los trabajos encontrados abordan la temática del servicio urbano público teniendo cierta relación con la presente investigación, pero lo que convierte diferente este estudio es que se trata de la organización y la calidad del servicio de taxi

intermunicipal de la ciudad de Estelí, tomando en cuenta la opinión de directores de cooperativas, cadetes y usuarios de taxi.

## **1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El transporte intramunicipal es un servicio regulado por las Alcaldías Municipales y el Ministerio de Transporte e Infraestructura; cuyos fundamentos están dentro del marco jurídico de la Ley 524, Ley General de Transporte Terrestre.

El sistema de transporte de taxi en la ciudad de Estelí esta categorizado como privado y público. Este servicio es fundamental para el desarrollo cotidiano de las diferentes actividades que realiza la población de todas las edades, ya que es un medio para movilizarse a distintos puntos de la ciudad para llevar a acabo asuntos de tipo laborales, personales y académicos.

La calidad en el servicio de taxi es de gran importancia porque los clientes siempre exigen lo mejor, es por esto que este aspecto se convierte en una tarea ardua y difícil, porque se debe tener en cuenta las necesidades y expectativas de los usuarios porque forma parte del agrado y conformidad percibida sobre el servicio que es reflejada por medio de la tranquilidad, bienestar, protección y confianza que un conductor tengan con sus clientes.

Actualmente, en la ciudad de Estelí existen 5 cooperativas, algunas de ellas no están dando toda su capacidad de proveerle a los clientes un servicio rápido y oportuno.

Se han presentado una serie de debilidades, desde el punto de vista económico, como de seguridad y bienestar de la población como en materia de infraestructura de transporte, crecimiento del uso del automóvil particular, generando el problema de congestionamiento, niveles de hacinamiento en las horas pico, a veces incremento de velocidad a niveles peligrosos en ciertos sectores.

Uno de los puntos que genera inconformidad en el usuario de taxi está relacionado con el servicio y la inseguridad, entre los problemas más comunes que viven a diario los clientes esta que los taxistas temen llevar pasajeros a determinadas zonas, ya que según ellos hay ciertos barrios del municipio de Estelí (Los Ángeles, Oscar Gámez, Villa Cuba, Esperanza y Sandino, Camilo Segundo y la Chiriza), que son solitarios y peligrosos con un alto índice de delincuencia, es decir zonas rojas o inseguras. Los cadetes argumentan que entrar a estos puntos de la ciudad pone en riesgo a los usuarios porque pueden ser asaltados, por eso prefieren prevenir que lamentar.

La presentación del cadete influye en la confianza que puede brindar al pasajero, sobre esto existen casos de conductores que manejan con aliento alcohólico, falta de limpieza e higiene, con vestimenta poco adecuada en horario laboral, estos son puntos que generan desconfianza e inseguridad a los pasajeros, porque no tienen la certeza que llegaran a salvo a su destino, porque si conducen tomados son propensos a ocasionar accidentes de tránsito, además, la manera de vestir les puede causar la impresión que no son personas serias.

Las zonas en las cuales las calles están en mal estado son otros de los lugares pocos transitados por los taxistas, se niegan a prestar sus servicios porque ocasiona daños en las unidades en: la suspensión, los bushing, los amortiguadores, las llantas, y desalineado; esto afecta directamente la economía de las cooperativas y de los propietarios de taxi, un ejemplo de este problema es entrar algunas cuerdas del barrio Oscar Gámez porque no están adoquinadas y son muy pedregosas, lo cual hace que se deterioren los vehículos.

La duda de los pasajeros sobre la tarifa es debido a la falta de información sobre los diferentes precios que existen según el distrito o localidad. También se debe a la desactualización de las tarifas que ocasiona el abuso del conductor, otras veces el taxista cobra el precio correcto sobre el servicio, pero el pasajero le reclama que lo

está estafando. En este caso es necesario informar a la población acerca de las tarifas que están establecidas, solo de esta manera se evitaran disgustos entre cadete y usuario.

Otra problemática son las omisiones que los prestadores de este servicio realizan en correspondencia a la Ley 524, respecto a la tarifa diferida del pasaje. En la última reforma a dicha ley se acordó la aprobación del incremento en la tarifa del pasaje de 12-15 córdobas en el transcurso del día y de 20-30 córdobas en el transcurso de la noche causando inconformidad de parte de los usuarios; afectando la economía de las personas que hacen uso de este servicio.

Algunas pobladoras se sienten inseguras al abordar un taxi, porque han habido casos en los cuales los taxistas se han sobrepasado con las pasajeras, sobre todo cuando van solas, sin compañía y se trasladan a zonas solitarias, esto ha generado temor y alteraciones psicológicas en dependencia de la duración, intensidad y frecuencia del acoso, razón por la cual algunas mujeres prefieren movilizarse en rutas urbana o a pie, siendo este un factor que disminuye la calidad del servicio de taxi y ocasiona pérdida de clientes.

El ruido es considerado un contaminante ambiental que ocasiona malestar en el ser humano, aunque la música suele ser agradable y relajante, cuando se sintoniza en alto volumen provoca incomodidad, es por eso que cuando en las unidades de taxi el cadete pone la radio en un volumen elevado causa inconformidad a algunos pasajeros, que pueden abordar el vehículo abrumados por el estrés laboral y académico o con problemas de salud. Este aspecto genera un malestar físico, al ser afectado el sentido auditivo, a su vez provoca la pérdida de pasajeros, porque prefieren esperar a un taxista conocido que a uno que no tiene en cuenta el malestar que provoca con la música.

Debido a los problemas antes mencionados los pobladores que han tenido malas experiencias en cuanto al uso de servicio de taxi, prefieren viajar en rutas urbanas,

ya que se les brinda un mejor servicio, la tarifa es estable (C\$ 4), hay más seguridad y la población femenina es menos propensa a estar en episodios de acoso por el número de pasajeros.

### **1.3. PREGUNTAS PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.3.1.PREGUNTA GENERAL**

¿Cómo es la organización y la calidad del servicio de taxi intramunicipal de la ciudad de Estelí del año 2017?

#### **1.3.2.PREGUNTAS ESPECÍFICAS**

1. ¿Cómo está organizado el servicio de taxis en la ciudad de Estelí?
2. ¿Qué factores influyen en la calidad del servicio de taxi intramunicipal de la ciudad de Estelí?
3. ¿Qué riesgos viven a diario los usuarios de taxi intramunicipal de la ciudad de Estelí?
4. ¿Cuáles son las consecuencias psicológicas que enfrentan los pasajeros de taxi por la mala atención de los cadetes?
5. ¿Qué estrategias se pueden diseñar para mejorar la calidad del servicio de taxi en la ciudad de Estelí?

## **1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

A partir de los resultados de esta investigación, se beneficia a los propietarios porque dispondrán de información sobre la valoración de los cadetes y usuarios sobre el servicio dado en sus unidades, y al incluir una propuesta para mejorar la calidad, pueden tomar decisiones que les permitan ofrecer mejores condiciones del servicio, seguridad, higiene y comodidad. Además, exigiendo a los cadetes que cumplan estrictamente con las leyes de tránsito, políticas y normas orientadas por la alcaldía y cooperativas, garantizando el orden, y reduciendo los accidentes.

Este estudio beneficia a los cadetes porque podrán exponer los problemas que enfrentan al momento de dar el servicio, así como conocer la opinión de sus usuarios, lo que implica adoptar medidas encaminadas a mejorar la calidad del servicio.

Esta investigación es de gran beneficio para los usuarios de taxi porque se podrá visibilizar su opinión sobre el servicio y dar sugerencias que puedan ser útiles para mejorar y tener una mejor valoración sobre las condiciones del servicio de taxi en la ciudad de Estelí.

Esta investigación está contribuyendo al fortalecimiento de las líneas de investigación de la carrera de Administración de Empresas, referida a la línea No. 5 de Cooperativa y Asociaciones.

La investigación servirá como fuente bibliográfica para futuras investigaciones en diversos estudios relacionados con evaluación de la calidad del servicio de taxi intermunicipal de la ciudad de Estelí.

## **CAPITULO II. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION**

### **2.1. OBJETIVO GENERAL**

Determinar el funcionamiento de la calidad del servicio de taxis intramunicipal para el diseño de una estrategia que mejore la atención del cliente o usuario en la ciudad de Estelí en el año 2017.

### **2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Describir la organización y el funcionamiento del servicio de taxi intramunicipal de la ciudad de Estelí.
2. Analizar las condiciones físicas, psicológicas y de seguridad que viven a diario los usuarios del servicio de taxi intermunicipal de la ciudad de Estelí.
3. Diseñar estrategias para el mejoramiento de la calidad del servicio de taxi intramunicipal de la ciudad de Estelí.



## **CAPITULO III. MARCO TEORICO**

Para la realización de este estudio, se han considerado tres ejes teóricos para el marco teórico conceptual, los cuales son: 1) Cooperativas; 2) Transporte; y 3) Clientes. A continuación, se detalla cada eje teórico:

### **3.1. COOPERATIVAS<sup>1</sup>**

Una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se ha unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada. La Cooperativa es una forma de organizar empresas con fines económicos y sociales, donde lo importante es trabajar en común para lograr un beneficio. Se diferencia de otro tipo de empresa en que es más importante el trabajo de los asociados que el dinero que aportan.

#### **3.1.1. OBJETIVOS FUNDAMENTALES DE LAS COOPERATIVAS.**

El cooperativismo busca desarrollar al hombre, con el valor de la cooperación, de la igualdad, de la justicia, del respeto y del trabajo conjunto, para ello se fija objetivos los cuales son:

- Lograr mediante el esfuerzo propio y la ayuda mutua, el desarrollo y mejoramiento social, económico y cultural de sus asociados, clientes y de la comunidad.
- Fomentar el desarrollo sostenible de la cooperativa mediante la integración económica y social de asociados, clientes e instituciones nacionales e internacionales.
- Promover el desarrollo del recurso humano operativo y de dirigencia, mediante la actualización tecnológica, a fin de dar servicios de calidad y eficiencia.
- Contribuir al desarrollo y fortalecimiento del movimiento cooperativo mediante la integración a nivel local, nacional, regional e internacional.

- Estimular el ahorro sistemático en aportaciones y depósitos.
- Brindar a todos los clientes que cumplan con las obligaciones de la cooperativa, todo tipo de crédito en condiciones competitivas.

### 3.1.2. CARACTERÍSTICAS DE LAS COOPERATIVAS

- Hay algunos rasgos que caracterizan a las cooperativas, entre ellos tenemos:
- Son grupos de personas que se asocian voluntariamente para hacer algo que individualmente no podrían hacer;
- Se administra democráticamente;
- Proveen bienes o servicios que son necesarios o deseables en la vida de la comunidad;
- Operan sobre la base de la ayuda mutua, esto es la gente trabajando unida para la solución de sus problemas;
- Realizan actividades con la mira de prestar sus servicios y no con el propósito de obtener beneficios.

### 3.1.3. PRINCIPIOS COOPERATIVOS

Los principios cooperativos son normas o guías mediante las cuales las cooperativas ponen en práctica sus valores, García (2010) propone los siguientes:

- **Control democrático de los miembros:** Las cooperativas son organizaciones democráticas controladas por los socios, los cuales participan activamente en la definición de sus políticas y en la toma de decisiones. Los hombres y mujeres seleccionadas para representar y administrar las cooperativas de primer grado y los socios tienen iguales derechos de voto (un socio, un voto). Las cooperativas de grado superior también se organizan mediante procedimientos democráticos.

- **Membresía abierta y voluntarias:** Los socios contribuyen equitativamente al capital de sus cooperativas y administran dicho capital en forma democrática. Por lo menos una parte de dicho capital es propiedad común de la cooperativa. Normalmente, los socios reciben una retribución limitada sobre el capital aportado (dividendos). Los socios asignan los excedentes para todos con base a los siguientes fines: el beneficio de los socios en proporción a sus operaciones con la cooperativa (patrocinio); el apoyo a otras actividades aprobadas por los socios; y el desarrollo de su cooperativa mediante la posible creación de reservas, las cuales podrían ser, en todo o en parte, indivisibles.
- **Autonomía e independencia:** Las cooperativas son organizaciones autónomas de ayuda mutua, controladas por sus socios. Si entran en acuerdos con otras organizaciones, incluidos los gobiernos, o si obtienen capital de fuentes externas, lo hacen en términos que aseguren el control democrático por parte de sus socios y que mantengan la autonomía de la cooperativa.
- **Educación, entrenamiento e información:** Las cooperativas brindan educación y capacitación a sus socios, a sus dirigentes electos, sus gerentes y empleados para que puedan contribuir eficazmente al desarrollo de sus cooperativas. Informan al público en general, especialmente a los jóvenes, a los líderes de la comunidad y los medios de opinión, en torno a la naturaleza y los beneficios del cooperativismo.
- **Participación económica de los miembros:** Las cooperativas sirven a sus socios en forma más eficaz y fortalecen el movimiento cooperativo al trabajar de forma integrada mediante estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales.<sup>2</sup>

### 3.1.4. VALORES COOPERATIVOS

Las cooperativas están basadas en los valores de ayuda mutua, responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad. En la tradición de sus fundadores, los socios cooperativos hacen suyos los valores éticos de la honestidad, la transparencia, la responsabilidad social y el amor al prójimo.

- **Ayuda mutua:** Pasamos de la "Ayuda Mutua" al concepto de valor "Autoayuda" que plantea que cada persona puede y debería esforzarse por controlar su destino.
- **Responsabilidad:** Forma parte de la dignidad humana y se aprende en el núcleo familiar; asimismo el objetivo de una cooperativa es dar un servicio de calidad a sus propios dueños (socios).
- **Democracia:** Las asociaciones cooperativas se rigen mediante las más limpias y depuradas normas democráticas: libre manifestación de la voluntad de cada persona con igual valor a la de los demás.
- **Igualdad:** De oportunidades entre asociados y asociadas, en derechos y obligaciones con la cooperativa, así como las ganancias que reciban de acuerdo a sus transacciones con la cooperativa.
- **Solidaridad-Equidad:** Donde la solidaridad está orientada hacia adentro (sus asociados) porque las cooperativas tienen un interés mutuo.

---

<sup>1</sup>Comité de ACCOVI R.L, (2005). recuperado 28 de octubre 2017. Aspectos fundamentales del Cooperativismo.

### 3.1.5. TIPOS DE COOPERATIVAS<sup>3</sup>

1. **Cooperativas de servicios:** Son las que se organizan con el fin de satisfacer diversas necesidades comunes de los socios o de la colectividad, los mismos que podrán tener la calidad de trabajadores, tales como: trabajo asociado, transporte, vendedores autónomos, educación y salud. En las cooperativas de trabajo asociado sus integrantes tienen, simultáneamente, la calidad de socios y trabajadores, por tanto, no existe relación de dependencia.
2. **Cooperativa de taxis:** Una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para formar una organización democrática cuya administración y gestión debe llevarse a cabo de la forma que acuerden los socios, generalmente en el contexto de la economía de mercado o la economía mixta, aunque las cooperativas se han dado también como parte complementaria de la economía planificada. Su intención es hacer frente a las necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes a todos los socios mediante una empresa. La diversidad de necesidades y 16 aspiraciones (trabajo, consumo, comercialización conjunta, enseñanza, crédito, etc.) de los socios, que conforman el objeto social o actividad corporativizada de estas empresas, definen una tipología muy variada de cooperativas.
3. **Cooperativas de Trabajo:** Una cooperativa de trabajo es una asociación de personas que se reúnen para trabajar en forma conjunta, con el fin de mejorar su situación social y económica, dejando de ser asalariadas para transformarse en dueñas de su propio destino. El servicio que prestan estas cooperativas consiste en brindar ocupación al asociado. No se puede ser asociado a la cooperativa si no se trabaja en la misma. Tampoco puede trabajarse en la cooperativa sin ser asociado (salvo excepciones). Solo pueden asociarse

---

<sup>2</sup> Ressel, Silva & Coppini, 2013, Manual teórico práctico de introducción al cooperativismo / coordinado por Alicia B. Ressel. – 1a ed. - La Plata: Universidad Nacional de La Plata, 2013. Recuperado el 28 de octubre 2017.

personas físicas, ya que se requiere para ello, que presten su fuerza de trabajo. Entre las ventajas que ofrecen podemos destacar: permiten obtener una fuente laboral permanente; mayor valorización de su trabajo; contribuyen a la dignificación del hombre; desarrollan aptitudes de los trabajadores asociados, etc.

4. **Cooperativas de Consumo:** Tienen como objetivo satisfacer las necesidades de los asociados en su carácter de consumidores. Estos se asocian para conseguir mejores precios, calidad, medida de los bienes. Distribuyen entre los asociados artículos de consumo o uso personal y familiar, como pueden ser: comestibles, indumentaria, farmacia, muebles, electrodomésticos, etc. Entre sus ventajas se destacan las siguientes: eliminan a los intermediarios, buscan la mayor satisfacción de las necesidades de sus asociados, actúan sobre el precio de los productos, favorecen el ahorro individual y colectivo, defienden los intereses de los asociados – consumidores, tienen posibilidades ilimitadas de desarrollo.
  
5. **Cooperativas de Seguro:** Surgieron para responder a la necesidad humana de cobertura técnica del riesgo potencial en que se desenvuelven todos los actos de la vida. Sus servicios están destinados a proteger a sus asociados de riesgos personales o patrimoniales, por ejemplo: vida, enfermedad, invalidez, accidentes, daños a terceros, incendio, granizo, mortandad del ganado, etc. También pueden cubrir riesgos individuales o colectivos, y los inherentes a las actividades que desarrollen diversos tipos de cooperativas: incendio, mercaderías en tránsito, accidentes de trabajo, etc.

### **3.1.6. SOCIOS DE COOPERATIVAS**

Las cooperativas cuentan con una asamblea general de socios o de representantes, un consejo de administración, un consejo de vigilancia y una gerencia cuyas atribuciones y deberes, constan de un reglamento y en el estatuto social de la

cooperativa. En la designación de los miembros de estas instancias se cuidara de no incurrir en conflictos de intereses. (Solís & Zurita, 2011, pp. 12-15).

Para ser parte de una cooperativa se debe cumplir algunos requisitos, según (Montaño, 2015, p. 29) podrán ser socios de una cooperativa las personas naturales legalmente capaces o las personas jurídicas que cumplan con el vínculo común y los requisitos establecidos en el reglamento de la presente ley y en el estatuto social de la organización.

### **3.1.7. ESTRUCTURA INTERNA DE LAS COOPERATIVAS**

Las cooperativas tienen una estructura interna en la cual participan sus integrantes, según Rojas (2004) las cooperativas con una asamblea general de socios o de representantes, un consejo de administración, un consejo de vigilancia y una gerencia cuyas atribuciones y deberes, además de las señaladas en esta ley, constaran en su reglamento y en el estatuto social de la cooperativa. En la designación de los miembros de estas instancias se cuidará de no incurrir en conflictos de intereses.

## **3.2. TRANSPORTE**

Según Ferro (2011) se denomina transporte al traslado de personas o bienes de un lugar a otro. El transporte es una actividad fundamental de la Logística que consiste en colocar los productos de importancia en el momento preciso y en el destino deseado. Dentro de «transporte» se incluyen numerosos conceptos; los más importantes son infraestructuras, vehículos y operaciones.

Los transportes pueden también distinguirse según la posesión y el uso de la red. Por un lado, está el transporte público, en el que los vehículos son utilizables por cualquier persona previo pago de una cantidad de dinero. Por otro, está el transporte

privado, aquél que es adquirido por personas particulares y cuyo uso queda restringido a sus dueños.

El transporte se ha convertido en una actividad fundamental dentro de la sociedad, teniendo su máximo desarrollo durante la Etapa de la Industrialización. (Montaño, 2015, p. 45).

El transporte es una actividad del sector terciario, entendida como el 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. 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. (Benavidez, Mendoza, & Zelaya, 2016, p. 19)

### **3.2.1. DEFINICIONES SOBRE EL CONCEPTO DE TRANSPORTE<sup>4</sup>**

Es de todas las operaciones que efectúa el ser humano, una de las más necesarias y la más multiforme a la vez. No hay uno sólo de nuestros actos, que no implique en su elaboración, en su realización, el desplazamiento de personas, de cosas, de pensamiento. Además del transporte como actividad económica, productiva y de renta, debemos considerar el transporte individual como actividad económica y objeto de consumo, por ejemplo, para el transporte entre lugares de residencia y de trabajo o para el consumo de ocio descanso, esparcimiento o deporte.

Desde el punto de vista económico, es una necesidad consecuente de la insuficiencia de producción, en cualquier localidad, de todos los bienes de consumo

---

<sup>4</sup> Islas & Zaragoza (2007). Serie de documentos sobre el análisis de los sistemas de transporte, de la cual el presente texto es el primer volumen. Editorial. País. Pág. 19-22. Recuperado 10 julio 2017.



necesarios, así como la posibilidad de fabricar otros productos, en cantidad superior al consumo local.

Es el traslado de un sitio a otro, de personas y mercancías, motivado por el hecho de que están en un lugar, pero se necesitan en otro.

Existen dos clases de transporte: primero, el de productos manufacturados o materias primas a, o desde el lugar de venta o de producción. Segundo, el de las personas que necesitan recorrer la distancia que separa físicamente los lugares donde deben desarrollar las actividades que realizan durante el día.

Es la expresión del intercambio material tanto de mercancías como de personas. A medida que la especialización económica y cultural se va propagando de un lugar a otro, actúa como vínculo que une a la sociedad humana.

Es un proceso tecnológico, económico y social que tiene la función de trasladar en el espacio a personas y bienes, o sea, para llevar satisfactores a necesidades distantes o viceversa, para vencer las barreras de tiempo.

De hecho, el transporte es un fenómeno con causas y efectos vinculados y traslapados en los contextos sociales, económicos y tecnológicos, relacionado tanto con personas como con cosas, y con determinados objetivos a cumplir, y por esto, con características definidas que los términos tránsito y tráfico no explican.

Más bien, los fenómenos de tránsito son una consecuencia (entre otras), de la realización de transporte. Es decir, para poder llevar a cabo la transportación de bienes o personas, es necesario pasar, esto es, transitar por algún medio físico, lugar, calle, etc. Por otra parte, las acciones de tráfico (de bienes, propiamente), sólo son posibles merced a la participación del transporte que las lleva del lugar del oferente al lugar del demandante, puesto que generalmente las gentes que trafican se encuentran separadas en el espacio, y por ello recurren al transporte.

Cualquiera que sea el enfoque que se emplee, la región en estudio o el grupo humano involucrado; es innegable el impacto que tiene el transporte. Tal impacto oscila entre lo positivo y lo negativo, dependiendo de las características de los sistemas de transporte y de su adecuación a la comunidad donde se crean u operan tales sistemas. En efecto, todo sistema de transporte puede proporcionar ciertos beneficios o ventajas y, en contrapartida, ocasionar otros costos o desventajas, por lo que es imprescindible la consideración y análisis cuidadoso de estos aspectos, a fin de conocer el valor real de dichos sistemas de transporte, o sea, la comparación de beneficios contra costos, para una correcta evaluación, tanto de un sistema que ya esté en operación como de varias opciones a implantar.

Sin embargo, a pesar del reconocido interés que reviste la evaluación de tales impactos del transporte, debe tenerse presente dos problemas al abordar su medición: primero, que no todos los efectos son mensurables con el mismo criterio o patrón, lo que dificulta el análisis; y segundo, que siendo el transporte causa y efecto de muchas de las actividades del ser humano, conlleva un alto grado de dinamismo lo cual se refleja en su variabilidad que aumenta debido a muchos factores exógenos.

Es claro que la principal dificultad que enfrenta el tomador de decisiones en la gestión de los sistemas de transporte consiste en encontrar la combinación de características del sistema de transporte que resultan necesarias para garantizar un servicio adecuado. Es obvio que la lista de características posibles es realmente muy grande. Por tal motivo, es imprescindible tratar de saber cuáles características contribuyen más al logro de objetivos del sistema de transporte. Algunas de las características o posibles atributos de los sistemas de transporte, reconociendo que la lista no es exhaustiva: velocidad, capacidad, seguridad, frecuencia, regularidad, facilidad de acceso, simplicidad, responsabilidad, cobertura, flexibilidad y economía.

### 3.2.2. TIPOS DE TRANSPORTE<sup>5</sup>

Los diferentes tipos de transporte pueden ser clasificados en función de una gran diversidad de criterios, como son los costes, disponibilidad y rapidez, flexibilidad, o comodidad; con sus ventajas y desventajas. (López F. , 2010, p. 26)

En este caso, de forma general se enumeran los distintos tipos de transporte, de acuerdo a Pérez (2007, p. 198).

- **Transporte Terrestre:** modo de transporte que se realiza por la superficie terrestre, principalmente transporte sobre ruedas.
- **Transporte por Carretera:** medio de transporte por excelencia en el transporte de viajeros y mercancías, es el más utilizado por sus características de flexibilidad y rapidez. Además, es imprescindible para el resto de las modalidades de transporte en los servicios de transporte auxiliares.
- **Transporte Intermodal:** se caracteriza principalmente por no existir ruptura de carga, ya que el transporte de mercancías se traslada en una sola unidad de carga sin manipular ni cambiar la mercancía a otro medio de transporte.
- **Transporte Marítimo:** medio de transporte que se realiza por el mar, con un desarrollo paralelo al fenómeno de la globalización de los mercados. Es el modo de transporte más utilizado en el tráfico internacional de mercancías, ideal para transportar grandes volúmenes de mercancías distantes entre sí geográficamente sin posibilidad de transporte terrestre.
- **Transporte Ro-Ro:** es el transporte de cualquier tipo de buque que transporta carga rodada como los vehículos.

---

<sup>5</sup> Pérez V, (2005), calidad del servicio, recuperado el 28 de octubre 2017.

- **Transporte Puerta a Puerta:** se le llama al transporte marítimo de un puerto a otro, el llamado puerta a puerta, ya que el contenedor de mercancías se puede mover a cualquier punto fuera de la terminal portuaria.
- **Transporte Fluvial:** traslado de productos o pasajeros a través de ríos con una profundidad apropiada, complementario al transporte marítimo. El transporte fluvial es de gran importancia en Europa, y es una importante vía comercial entre los ríos Mississippi y el Amazonas.
- **Transporte por Ferrocarril:** sistema de transporte terrestre guiado sobre carriles o rieles de cualquier tipo. Cabe destacar la diferencia en el ancho de vía entre España y el resto de los países de Europa, problema que se resuelve con los vagones de ejes intercambiables que se adaptan al ancho de vía europeo. El transporte por ferrocarril es competidor directo del transporte marítimo en transportes de determinadas mercancías.
- **Transporte Combinado:** se refiere al transporte por carretera y ferrocarril.
- **Transporte Aéreo:** modo de transporte que se realiza por el aire. Es el medio más rápido, más moderno, y también con más restricciones en la capacidad de carga y medidas de seguridad entre otras. Uno de los mayores inconvenientes del transporte aéreo es el alto coste del flete; aunque la rapidez en el transporte aéreo internacional compensa los elevados costes del flete.

### 3.2.3. LEY DE TRANSPORTE EN NICARAGUA<sup>6</sup>

Los medios de transporte tan utilizados a diario por las personas requieren de una prestación detallada integralmente para ofrecer valor y satisfactoria para quien compre el servicio. Medios de transporte que para los efectos económicos del país es un servicio que sirve de motor al desarrollo del comercio. “En este sentido, los costos de transporte desempeñan un papel fundamental. Es por esto, que es indispensable efectuar mejoras en los servicios de transporte y adecuarlos a los avances tecnológicos y de las comunicaciones, a fin de lograr servicios de transporte más rápidos, seguros y menos costosos, de forma tal que garanticen la satisfacción de manera eficiente y oportuna.” (Alcaldía de Managua, 2005).

El 29 del mes de septiembre del 2004 fue aprobado la Ley de Transporte en Nicaragua, que reúne un total de 149 artículos. Esta ley tiene como objetivo que las cooperativas se organicen bajo cualquiera de las formas previstas en la Ley y que gocen de igualdad de derechos que las demás empresas existentes en el país para garantizarles un pleno ejercicio de la libertad organizativa que demanda el movimiento cooperativo.

Algunos artículos de esta Ley que se utilizan como referentes conceptuales para esta investigación y son:

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

- **Intermunicipal:** Es el transporte de pasajeros dentro de los límites de un mismo municipio y se clasifica así:

---

<sup>6</sup>Asamblea Nacional de la República de Nicaragua (2015). Ley n°499. Gaceta N°17 del 25 enero 2005, recuperada el 10 de julio 2017 de [http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/\(\\$All\)/F133348E36258F4A062570A100583C72?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/($All)/F133348E36258F4A062570A100583C72?OpenDocument).

- **Urbano colectivo:** Estará conformado por un sistema de rutas que estructuran una red, las que puedan funcionar con servicios de condición convencional circunscrito a los límites del núcleo urbano de la ciudad por lo cual han sido autorizados. Dentro de este sistema podrán operar los servicios rápido y semi rápidos.
- **Suburbano:** Es el que se realiza entre núcleos urbanos y las poblaciones adyacentes del mismo municipio.
- **Rural:** Es el que se realiza entre poblados, valles y comarcas entre sí, en el ámbito de un mismo municipio.
- **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.

**Artículo 12.** El servicio público de transporte de pasajeros, atendiendo a la calidad del servicio y al tipo de vehículo, se clasifica en:

**Colectivo:** Es el que utiliza un determinado número de personas con rutas y horarios previamente establecidos;

- **Convencional u ordinario:** Es el que moviliza pasajeros en dimensiones colectivas en forma regular, en rutas y horarios previamente establecidos, autorizado para subir y bajar pasajeros a lo largo del trayecto.
- **Expreso:** Es un servicio que moviliza pasajeros de un lugar a otro, en rutas y horarios previamente establecidos, sin detenerse hasta llegar a su destino. Tiene una condición superior al convencional, con mejores unidades, más rápido,

directo y confortable. Es un servicio adicional, simultáneo y alternativo al servicio ordinario o convencional.

**Artículo 13.** Todos los concesionarios del servicio público de transporte de pasajeros y turismo, a nivel nacional e internacional están obligados a proteger a los usuarios por los daños que sufran por la prestación del servicio, a través de una Póliza de Seguro que protegerá al usuario desde que aborde hasta que descienda del vehículo.

**Artículo 14.** El MTI o las municipalidades, en los casos que corresponda, fijará el número de unidades que funcionarán en cada ruta o modalidad, a partir de un adecuado estudio de las necesidades de la población, así como de la necesidad de mantener un equilibrio entre oferta y demanda, que permita a los concesionarios obtener márgenes de utilidades aceptables para mantener y modernizar las unidades de transporte. Para tal efecto, se tomarán en consideración las recomendaciones del último Plan Nacional de Transporte, las de los Concejos Municipales y la del Consejo Nacional de Transporte.

**Artículo 15.** El MTI, en coordinación con los municipios, será la institución responsable de llevar un control sobre las concesiones que se otorgan y para tal fin establecerá el Registro Nacional de Concesiones.

Todo vehículo de uso colectivo habrá de tener un mínimo de facilidades para el depósito de basura, a fin de proteger el medio ambiente y la higiene en general.

**Artículo 16.** Las normas técnicas del transporte de pasajeros, carga, turismo y especial, el tipo de vehículos, capacidad de los mismos, años de funcionamiento o vida útil, y otras características serán establecidas en las normativas respectivas que a tal efecto dicte el MTI o las municipalidades.

## **3.2.4. SEGURIDAD EN EL TRANSPORTE**

### **3.2.4.1. CONCEPTO DE SEGURIDAD**

Ésta hace referencia a la seguridad que existe en el local y que, por tanto, se le da al cliente al momento de visitarlo. Se da, por ejemplo, cuando se cuenta con suficiente personal de seguridad, cuando se tienen claramente marcadas las zonas de seguridad, cuando se tienen claramente señalizadas las vías de escape, cuando se cuenta con botiquines médicos, etc. (Davila, 2008, p. 37).

### **3.2.4.2. PRINCIPALES CAUSAS QUE ORIGINAN ACCIDENTES <sup>7</sup>**

#### **Factores Naturales**

La maniobrabilidad de un automóvil siempre tiene límites, la trayectoria tiene tanta mayor rigidez y el vehículo es más difícil de parar conforme la velocidad es más elevada y la carretera más resbalosa.

El conductor sabrá los límites de su libertad solamente si conoce con suficiente exactitud la velocidad de su auto y las cualidades de adherencia del revestimiento de la carretera.

**Lluvia:** Al comenzar a llover se forma una especie de jabón producido por los residuos de tierra, grasa y gasolina, lo que provoca que los vehículos derrapen, además, la lluvia supone una reducción de la visibilidad.

Cuando la lluvia es muy fuerte los limpiaparabrisas pueden ser incapaces de evacuar el agua, dejando una continua capa de ésta sobre el cristal, por lo que deberá reducir la velocidad; si la falta de visibilidad es excesiva, deberá detener el

---

<sup>7</sup> Urbina, S. (2005). Seguridad y servicio. Conceptos y características de seguridad y servicio. Palermo, Argentina. Recuperado el 20 de julio del 2017, de: <http://www.ejendals.com/es/products-and-services/services/safetyconcept/>.



vehículo a un costado de la carretera y esperar que pase la tormenta, que raramente dura más de unos minutos.

Evidentemente en tiempo lluvioso, los neumáticos en malas condiciones afectan negativamente en el control del vehículo.

**Neblina:** Es una de las peores condiciones atmosféricas con que puede enfrentarse el conductor, pues su habilidad no puede mejorar la visibilidad ni permitirle aumentar

Siempre se debe evitar rebasar con neblina, pero si fuera necesario se debe tener siempre la suficiente visibilidad para completar la maniobra sin peligro dentro de los límites de velocidad y distancia de frenado.

### **Condiciones de la Carretera.**

La vía sobre la que se desplaza el auto tiene características propias: anchura, pendiente, arqueado, sinuosidades, etc., las trayectorias del vehículo seguras y peligrosas dependen igualmente de esas características, que el conductor ha de tomar en cuenta constantemente.

Un automóvil patina cuando se conduce a demasiada velocidad para las condiciones de la carretera; los elementos sobre la superficie de rodamiento que aumentan los riesgos de patinar y derrapar son: lodo, hojas secas y arena.

Recuperar el control de un auto que patina es una operación difícil, ya que existen varios tipos de patinazos: el de las ruedas traseras, las delanteras y de las cuatro ruedas, en todo caso, una presión del freno sólo acentúa aún más el deslizamiento de las ruedas sobre la carretera; con un movimiento del volante la trayectoria se corrige, pero este movimiento tiene que ser rápido y mesurado a la vez, no realizable en el instante de pánico que por lo general provoca el derrape del automóvil.

## **Condiciones del Conductor.**

Todos los riesgos al conducir aumentan si el conductor no está en las mejores condiciones físicas y mentales, algunos factores que afectan negativamente la seguridad al conducir son los siguientes:

Alcohol, Fármacos, Fatiga y Tensión.

### **4) Exceso de Velocidad.**

## **5) Condiciones del Vehículo.**

Son tres las etapas que se deben llevar a cabo para evitar accidentes:

- Ver el Peligro.
- Conocer la Defensa
- Actuar a tiempo.

## **3.3. CLIENTE**

### **3.3.1. DEFINICIÓN DE CLIENTE**

"La palabra cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a la «persona que depende de». Es decir, mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que mi empresa puede satisfacer. (Barquero, Rodríguez, Huertas, & Barquero, 2007, p. 5)

El cliente es la parte más importante del proceso de venta. No se puede vender nada a menos que el cliente esté dispuesto a comprar. Mientras mejor conozca a sus clientes su mercado y su nivel de servicio requerido, mas venta tendrá su negocio es fácil conocer a sus clientes, converse con ellos esto puede parecer un consejo elemental y sin embargo la mayor parte de las empresas no lo hacen. (Cyr & Gray, 2004, p. 277)

Un cliente es una persona u organización que demanda bienes o servicios proporcionados por el productor o el proveedor de servicios. Es decir, es un agente económico con una serie de necesidades y deseos, que cuenta con una renta disponible con la que puede satisfacer esas necesidades y deseos a través de los mecanismos de mercado. (Mitchell, 2008, p. 15).

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. La retroalimentación del cliente sobre la satisfacción de sus expectativas y necesidades, además de considerar su opinión acerca de los productos y prestación del servicio, son consideradas las bases fundamentales para lograr una correcta implementación de un sistema de mejora continua de cualquier empresa. (Denton, 1991, p. 21)

### **3.3.2. SERVICIO AL CLIENTE**

Desde la antigüedad, el hombre siempre ha buscado satisfacer sus necesidades mediante lo que estos producían. Al pasar el tiempo, la forma de obtener los productos cambio porque ahora tenían que desplazarse a grandes distancias. Luego, esto fue reemplazado con la aparición de centros de abastecimientos, por ejemplo, los mercados, ya que en estos había más variedad de productos. Más adelante, los agricultores mejoraron sus productos debido a la alta competitividad que existió en los mercados, tanta era la competencia que la calidad del producto ya no era suficiente, es por ellos que surge un nuevo enfoque en la venta del producto, que en la actualidad recibe el nombre de servicio al cliente. (Cardenas, 2010, p. 27)

Hoy en día, existen poderosas herramientas que nos permite llegar de una manera más eficiente hacia nuestros clientes, de modo que permite fidelizarlos.

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. De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa. Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing. (Gómez, 2009, p. 35).

Según Pimentel (2014, p. 26) los clientes evalúan la calidad de servicio por medio de 5 componentes que son:

1. **Confiabilidad.** Es la capacidad de ofrecer un servicio de una manera exacta, segura y consciente o sea que funcione.
2. **Respuesta rápida y oportuna.** Es la capacidad para brindar un servicio puntual de entrega, y respeto hacia el cliente.
3. **Seguridad e Higiene.** Conocimiento y cortesía de empleados, así como la habilidad para transmitir seguridad e higiene ya sea en el servicio mismo o en las instalaciones de la parte vendedora que inspiren confianza.
4. **Empatía.** Atención personalizada y cuidadosa a clientes ante sus dudas de uso del producto o el servicio.
5. **Tangibles.** Aspectos físicos del servicio, como la presentación del producto en su envase, y hasta la manera de vestir de los empleados o vendedores.

Los servicios al cliente incluyen una amplia gama de factores que incluyen la eficiencia, la velocidad de respuesta, atención al detalle, la escucha, la confianza, el suministro de información y el seguimiento. La actitud es importante en términos de variables tales como la amabilidad, el respeto, la preocupación y la autenticidad. El tipo y nivel de servicio prestado dependerá de la forma que los clientes interactúen con la organización y sus empleados. Por ejemplo, los diferentes

comportamientos serán importantes para aquellos que compran en una tienda tratando directamente con el personal de ventas, en comparación con los que compran a través de Internet. Las interacciones pueden ser cara a cara, por teléfono o por escrito. (Denove & Power, 2006, p. 272).

El servicio al cliente se refiere a la relación que hay entre un proveedor de productos o servicios y aquellas personas que utilizan o compran sus productos o servicios. Es la suma total de lo que hace una organización para satisfacer las expectativas de los clientes y producir su satisfacción. El servicio al cliente se refiere a la comprensión tanto de la naturaleza de los clientes, en el pasado, presente y futuro de la organización, de las características y beneficios de los productos o servicios que presta y el proceso transaccional completo, desde el conocimiento inicial de un cliente potencial hasta la satisfacción pos compra. (Pullido, 2005, p. 45).

Como finalidad, el servicio al cliente busca principalmente-y tal lo indica su nombre-dar respuesta o solución a las consultas o problemas que los clientes puedan experimentar en relación al uso o consumo de los productos o servicios que adquirieron a la empresa. Pero, un fin implícito, es la fidelización del cliente con la empresa: un cliente contento seguramente estará mucho más dispuesto a adquirir nuevos productos/servicios de la empresa que un cliente que no ha obtenido respuestas o soluciones. (Pérez, 2007, p. 32).

### **3.3.2.1. ELEMENTOS DEL SERVICIO AL CLIENTE**

En el servicio al cliente participan varios elementos: el cliente, el personal de contacto o sea el personal del almacén o negocio, el soporte físico o local, exhibición. El personal de contacto es quien se enfrenta a las diferentes situaciones con el cliente que se conocen como los momentos de verdad y el servicio mismo. Con estos cuatro elementos mencionados interactúan de una manera simultánea: el sistema de organización interna y los demás clientes. (Universidad Politécnica de Madrid, 2011, p. 25).

El cliente, ya lo hemos mencionado, es el consumidor objetivo del servicio. Es el elemento primordial, si no hay cliente no hay servicio, y debemos indicar que su presencia es absolutamente indispensable. El soporte físico, se refiere al soporte material necesario para la prestación del servicio. De este soporte físico se sirven, el personal de contacto, el cliente y ambos a la vez. Se divide en los instrumentos necesarios para la prestación del servicio como son los muebles, las maquinas, los exhibidores, las exhibiciones, etc. Y el entorno o ambiente, decoración, merchandising, uniformes, etc. El servicio mismo, que depende de la estrategia y plan de acción trazados y el personal de contacto. Los elementos que participan en una estrategia de servicio son: el cliente, el soporte físico, el personal de contacto y el servicio mismo. (Seto, 2004, p. 67).

El descuido del concepto de excelencia en épocas de rápida evolución como esta, hace que el riesgo de perder mercado sea permanente, por eso la satisfacción de las demandas del cliente y la mejora continua son pilares de cualquier plan para obtener ventajas competitivas sostenibles. Según Tigani (2006, p. 46) estos niveles están divididos en 3 partes:

1. Insatisfacción: Cuando el cliente no queda satisfecho con el producto adquirido.
2. Satisfacción: Cuando el producto cumple con las expectativas del cliente.
3. Complacencia: Cuando el cliente recibe lo que esperaba.

### **3.3.2.2. IMPORTANCIA DEL SERVICIO AL CLIENTE**

Es fundamental medir el nivel de satisfacción de un cliente siendo el resultado de comparar su percepción de los beneficios de un producto o servicio en relación con las expectativas de beneficios a recibir del mismo, con lo que el nivel de satisfacción es una función de la diferencia entre el valor percibido y las expectativas.

En el mundo globalizado en el cual nos encontramos, la competencia de las empresas es cada vez mayor. Por eso, las compañías además de enfocarse en sus productos se ven en la necesidad de dirigir sus estrategias en el mejoramiento del servicio al cliente. A continuación, detallaremos los factores importantes que los clientes requieren en una buena atención al cliente. (Urdatena, 2006, p. 34).

Un buen servicio al cliente puede llegar a ser un elemento promocional para las ventas tan poderosas como los descuentos, la publicidad o la venta personal. Atraer un nuevo cliente es aproximadamente seis veces más caro que mantener uno. Por lo que las compañías han optado por poner por escrito la actuación de la empresa. Se han observado que los clientes son sensibles al servicio que reciben de sus suministradores, ya que significa que el cliente obtendrá a las finales menores costos de inventario. (Ishikawa, 2000, p. 56).

El buen servicio al cliente debe estar presente en todos los aspectos del negocio en donde haya alguna interacción con el cliente, desde el saludo del personal de seguridad que está en la puerta del local, hasta la llamada contestada por la secretaria. Para lo cual es necesario capacitar y motivar permanentemente al personal para que brinde un buen servicio al cliente, no solo a aquellos trabajadores que tengan contacto frecuente con el cliente, sino a todos los que en algún momento puedan llegar a tenerlo, desde el encargado de la limpieza hasta el gerente general. Así mismo, el buen servicio al cliente no solo debe darse durante el proceso de venta, sino también una vez que esta se haya concretado. (Seto, 2004, p. 76).

### **3.3.2.3. VENTAJAS DEL SERVICIO AL CLIENTE**

Los representantes de servicio al cliente deben desempeñar tanto una función reactiva como proactiva para conservar a los clientes. En su función reactiva resuelven problemas para satisfacer al cliente. En su función proactiva se anticipan a los deseos y necesidades de los clientes y determinan como su empresa puede satisfacerlos. (Universidad Politécnica de Madrid, 2011, p. 76).

De acuerdo a Gutiérrez (1989, p. 56) los estudios demuestran que los clientes valoran el servicio más que la calidad y el precio de los productos. En la actualidad, algunas de las compañías más exitosas se han distinguido prestando el mejor servicio al cliente.

**Punto de vista del cliente:** A los ojos del cliente, todo empleado representa a la empresa. Por esta razón, en cada experiencia que el consumidor tiene con un representante de ventas se determina la continuidad o cancelación de las negociaciones. Cuando un cliente tiene una mala experiencia con una empresa, se le contara, en promedio, a entre 8 y 16 personas. De hecho, son muy contados los clientes que se quejan ante la compañía, sencillamente se van a otra parte.

**Lealtad del cliente:** La mayor parte de las ventas de un negocio proviene de sus clientes leales, ya que estos repiten sus compras, recomiendan la empresa a otros clientes, compran diversos artículos y se resisten al atractivo de los competidores. Cuesta de cinco a 10 veces más atraer clientes que conservar a los existentes.

**Satisfacción de cliente**<sup>8</sup>: Aunque hoy en día la mayoría de las empresas proclama que la satisfacción y el servicio al cliente se encuentran entre sus prioridades, la realidad a la que se enfrenta este último (en forma de promesas incumplidas, contestadores automáticos, largas colas de espera, etc.) confirma más bien lo contrario. Ello suele deberse a que, para muchas de esas empresas, el vínculo entre unos niveles altos de satisfacción del consumidor y los beneficios generales permanece poco claro. Como resultado y, a pesar de sus declaraciones, la mayoría de las empresas no se compromete en firme con sus clientes. Este lamentable descuido acarrea unas pérdidas económicas considerables, ya que existe una relación directamente proporcional entre unos clientes descontentos y el valor de las acciones. El nexo entre la satisfacción del cliente y los beneficios de las empresas se manifiesta, para la mayoría de ellas, en los siguientes indicadores:

---

<sup>8</sup> Power & Denove (2016). Satisfacción del cliente. Pág. 2-4. Recuperado el 20 julio 2017.



**La fidelidad.** La probabilidad de que unos consumidores complacidos repitan una compra es mucho mayor si un grado alto y reiterado de satisfacción ha conseguido crear en ellos un sentimiento de Fidelidad. Esta se ve condicionada por factores como el número de competidores, la frecuencia de compra, la disponibilidad de información sobre las alternativas, el coste de las adquisiciones y la utilización de programas que fomenten la fidelidad del cliente. Para este, el conjunto de todos estos factores puede agruparse bajo el denominador común del “coste de cambio”. El “coste de cambio” es, ante todo, el riesgo o el esfuerzo que para un consumidor entraña un cambio de marca. Cuanto más notorios sean todos estos factores (excepto el coste de adquisición), menor será el “coste de cambio” para el cliente, y la fidelidad hacia la marca estará más directamente ligada a su satisfacción. Incluso cuando el “coste de cambio” es alto.

**Recomendación verbal.** La fuerza de una recomendación verbal es mayor que la de toda la publicidad de una empresa en su conjunto. A cada industria le afecta de una manera diferente. No obstante, la importancia que una recomendación de este tipo cobra es decisiva para una industria si 1) la compra que realiza el cliente supone una inversión financiera sustancial; 2) los datos disponibles para el consumidor son suficientes como para permitirle tomar una decisión informada.

**Precios extra.** El cliente está dispuesto a pagar un precio extra si el producto destaca por su esmerada calidad y un servicio de atención excelente. Los consumidores de la mayoría de productos y servicios toman en consideración la reputación de estos cada vez que comparan unos con otros. Según un estudio realizado.

**Mayor nivel de ventas.** Las empresas con un alto nivel de satisfacción consiguen que la preferencia de sus clientes se extienda desde una a varias marcas propias más y, en consecuencia, aumentan así sus ventas.

## CAPITULO IV. HIPOTESIS DE INVESTIGACION

### 4.1. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

A mayor calidad del servicio, mayor satisfacción de los usuarios de taxis intramunicipales en la ciudad de Estelí.

**Variable independiente:** Calidad.

**Variable pendiente:** Satisfacción del cliente.

#### 4.1.1. CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	INDICADORES	INSTRUMENTO
<b>Calidad</b>	Calidad es un concepto relativo y depende de la valoración que tiene una persona por las prestaciones de un producto o servicio. (Gómez, 2009, p. 10)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Atención a Usuarios.</li><li>• Seguridad.</li><li>• Personal capacitado.</li><li>• Chequeo mecánico.</li><li>• Accesibilidad geográfica.</li><li>• Estado actual de las unidades.</li><li>• Porte y aspectos de los conductores.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Encuestas</li><li>• Entrevistas semi-estructuradas</li></ul>
<b>Satisfacción del cliente.</b>	Satisfacción del cliente según Tigani (2006) es cuando el producto cumple con las expectativas del cliente.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Servicio de calidad.</li><li>• Comodidad.</li><li>• Seguridad.</li><li>• Higiene</li><li>• Tarifa.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Encuestas</li><li>• Entrevistas semi-estructuradas</li></ul>

## **CAPITULO V. METODOLOGÍA**

### **5.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

La investigación es aplicada porque se está tratando un problema real sobre la calidad del servicio de taxi intramunicipal de la ciudad de Estelí y se sugiere una estrategia para los propietarios de las Cooperativas mejoren el servicio al cliente.

Según el enfoque filosófico es cuantitativa porque se estudia la relación entre dos variables, la calidad del servicio con la satisfacción del cliente que utiliza el servicio de taxi intramunicipal en la ciudad de Estelí.

### **5.2. UNIVERSO DE ESTUDIO**

El universo de estudio de esta investigación constituye las 5 cooperativas de taxis intramunicipal de la ciudad de Estelí. Las cooperativas son instituciones que tienen por objetivo la realización de servicio con el fin de facilitar la actividad de prestar un servicio de transporte.

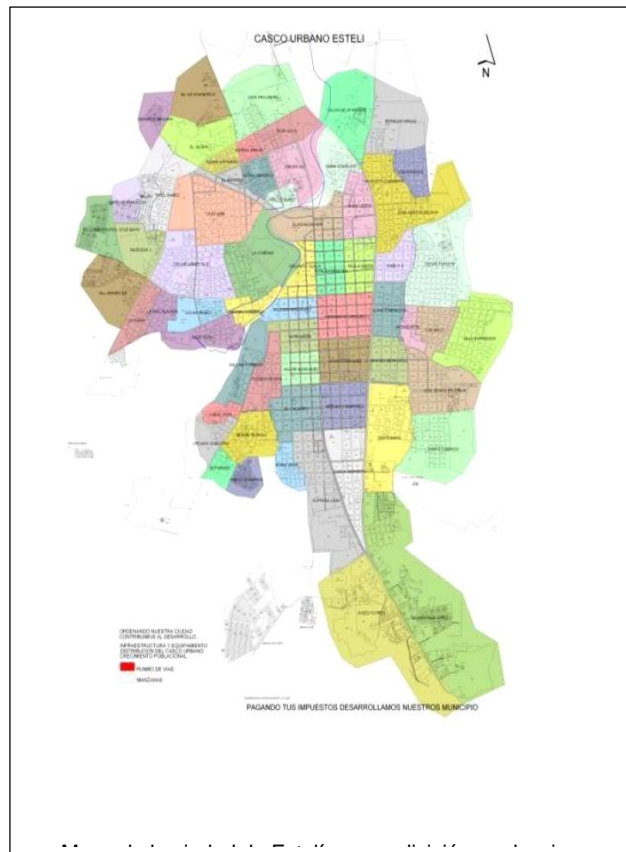
El Universo de estudio son los 264 conductores de taxis intramunicipales que funcionan en la ciudad de Estelí, y se distribuyen de la siguiente manera: 1) La Cooperativa Oscar Benavidez tiene 18 unidades; 2) la Cooperativa Divino Niño con 52 unidades; 3) La Cooperativa Francisco Rivera Quintero 14 unidades; 4) La Cooperativa Rio Piedra con 60 unidades; y 5) La Cooperativa Hermosa Soberana 34 unidades. También existen 86 taxis individuales que no están organizados en ninguna cooperativa.

El universo de estudio referido a los usuarios se consideró a un total de 52,800 personas que usan el servicio de taxi intramunicipal en la ciudad de Estelí, éstas son las personas que pagan una tarifa al conductor a cambio de un servicio prestado.

## 5.2.1. DESCRIPCIÓN DE LA CIUDAD DE ESTELÍ<sup>9</sup>

Estelí es un departamento de Nicaragua, localizado al norte de la zona central del país. Para el año 2011 se estima que la población del Municipio de ESTELI es de 125,484 habitantes con una densidad de 128 hab/km<sup>2</sup>. La densidad en el área Urbana es de 2,740 hab/km<sup>2</sup> y en la zona Rural es de 28 hab/km<sup>2</sup>.

En el área Urbana, los barrios del Distrito 3 son los más densamente poblado, ya que lo habitan un promedio de 10,323 hab/km<sup>2</sup>. El 80 % de la población se concentra en esta zona, lo que refleja un alto porcentaje de urbanización.



### BARRIOS DE ESTELI POR DISTRITOS

La ciudad de Estelí presenta un sistema de carreteras y calles que atraviesan las principales avenidas, por lo cual el automóvil y la motocicleta son los medios de transporte más utilizados por los particulares, además del servicio de taxis y buses urbanos, que cubren las distintas rutas que atraviesan la ciudad. En 1990 corrían por las tranquilas calles estilianas 2,000 vehículos, pero 2017 ahora son 11,000 unidades, provocando desorden, anarquía y accidentes por la deficiente circulación de automotores.

<sup>9</sup> Instituto Nicaragüense de Fomento Municipal (INIFOM). (2011). Caracterizaciones Municipales.

### 5.3. LA MUESTRA DE ESTUDIO

#### 5.3.1. TIPO DE MUESTREO

El tipo de muestreo es probabilístico. Se realizó un muestreo aleatorio simple para seleccionar a los 52,800 a encuestar.

#### 5.3.2. TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para el cálculo de la muestra con población finita se utilizó la siguiente fórmula:

Dónde:

$N$  =Población.

$P$  =Estimación proporcional de la población.

$Q = (1 - p)$  = Diferencia de la estimación proporcional de la población.

$Z = (\sigma + 100)$ . =Valor del estadístico  $Z$  (tabla de distribución normal) para riesgo de  $\sigma \times 100$ .

$e$  = error estándar muestral.

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

##### 5.3.2.1. MUESTREO A LOS TAXISTAS/CADETES

El universo de estudio está conformado por 264 taxistas/cadetes, dedicados al cobro y atención al usuario, con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95% de como se muestra a continuación:

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

$$n = \frac{264(1.96)^2 (0.50) (0.50)}{(264-1) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.50) (0.50)} = \frac{253.5}{1.61} = 157.4 \text{ ENCUESTAS}$$

**Cuadro No.1. Distribución de las encuestas por cooperativa de taxis**

<b>Cooperativas</b>	<b>Número de taxis</b>	<b>%</b>	<b>Número de encuestas</b>
Oscar Benavidez	18	6.81	11
Divino Niño	52	19.70	31
Francisco Rivera Quintero	14	5.30	8
Rio Piedra	60	22.72	36
Hermosa Soberana	34	12.87	20
Individuales	86	32.60	51
<b>Total</b>	<b>264</b>	<b>100</b>	<b>157</b>

Fuente: Información facilitada por las Cooperativas de taxis de Estelí. Agosto, 2017

### **5.3.2.2. MUESTREO USUARIOS DEL SERVICIO**

El universo de estudio está conformado por 52,800 que hacen uso del servicio de taxi intramunicipal de la ciudad de Estelí, con un margen de error del 5%, con un nivel de confianza del 95%. El tamaño de la muestra fue:

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

$$n = \frac{52,800(1.96)^2 (0.50) (0.50)}{(52,800-1) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.50) (0.50)} = \frac{50,709.12}{132.95} = 381.4 \text{ ENCUESTAS}$$

**Cuadro No.2. Distribución de encuestas a clientes por cooperativas de taxis:**

Cooperativas	Número de taxis	Clientes por día	%	Número de encuestas
Oscar Benavidez	18	3,600	6.81	26
Divino Niño	52	10,400	19.70	75
Francisco Rivera Quintero	14	2,800	5.50	21
Rio Piedra	60	12,000	22.72	86
Hermosa Soberana	34	6,800	12.87	49
Individuales	86	17,800	32.60	124
<b>TOTAL</b>	<b>264</b>	<b>52,800</b>	<b>100</b>	<b>381</b>

Fuente: Información facilitada por las Cooperativas de taxis de Estelí. Agosto, 2017

## 5.4. TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

En este estudio se aplicaron dos tipos de técnicas para la obtención de datos: entrevista y encuesta.

- 1. Encuesta:** La encuesta es un cuestionario estructurado que se da a una muestra de la población y está diseñado para obtener información específica de los encuestados. (Kuznik, Hurtado, & Espinal, 2010, p. 321)
- 2. Entrevista semi-estructurada:** La entrevista es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el tema propuesto. (Vallez, 2009, p. 26) .

## **5.5. ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN.**

### **Etapa 1: Investigación documental.**

Para delimitar esta investigación se recopiló información documental en la Alcaldía Municipal de Estelí, específicamente del área de transporte. Así mismo, se construyó el Marco teórico-conceptual en base a los conceptos y definiciones relacionados con el tema y se incluyen las referencias correspondientes a las obras y autores consultados. Para la construcción de los antecedentes de la investigación se consultaron libros de la biblioteca Urania Zelaya de la FAREM Estelí y otras fuentes bibliográficas en internet.

También para cumplir con los objetivos específicos se obtuvo información documental de las cooperativas sobre: organización, y funcionamiento del transporte intramunicipal.

### **Etapa 2: Elaboración de instrumentos.**

Al ser una investigación cuantitativa, el principal instrumento es la encuesta. Se elaboraron dos formatos de encuestas una dirigida a los cadetes de taxis (Ver Anexo No.1), la primera con el propósito de evaluar la calidad del servicio de taxis intramunicipal de la ciudad de Estelí. La segunda (Ver Anexo No.2) fue elaborada para los usuarios del servicio para conocer la calidad del servicio que reciben.

Además, se diseñaron dos entrevistas semi-estructuradas, una dirigida a los encargados de las cooperativas de Estelí, y se enfocó en la organización y el funcionamiento del servicio de taxi intramunicipal de la ciudad de Estelí. Otra guía de entrevistas dirigida a los usuarios de taxis, para apoyar al análisis de la información obtenida de las encuestas.



### **Etapa 3: Trabajo de campo.**

Se encuestó a la totalidad de la muestra calculada, que representa a 157 cadetes de taxi y a 381 usuarios, los cuales se seleccionaron utilizando un muestreo aleatorio simple.

También se realizó una entrevista a los directores de las cooperativas de taxi de la ciudad de Estelí (Iván García, Iván Ruiz, Valentín Sevilla) y otra al Lic. Orlando Castillo, director del Área de transporte de la Alcaldía Municipal de Estelí.

### **Etapa 4: Análisis y elaboración de documento final.**

Se analizó la información obtenida con la implementación de cada instrumento. Para procesar la encuesta se diseñaron tablas de frecuencia, para cada una de las preguntas, el procesamiento se realizó con el programa Excel del paquete informático office.

Cada entrevista fue grabada, transcrita, editada y analizada en base a los ejes temáticos del estudio, dan el sustento cualitativo de los resultados estadísticos.

El informe final se elaboró en base a una guía orientada en la Normativa de trabajos de Seminario de Graduación de la UNAN-Managua, y que fue proporcionada por la Dra. Beverly Castillo Herrera, docente que imparte las asignaturas de Investigación Aplicada y Seminario de Graduación en la carrera de Administración de Empresas.

## **CAPITULO VI. RESULTADOS**

### **6.1. ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DEL SERVICIO DE TAXI INTRAMUNICIPAL DE LA CIUDAD DE ESTELÍ.**

#### **6.1.1. ORGANIZACIÓN DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL PARA ATENDER A LOS TAXIS INTRARMUNICIPALES**

Hoy día el taxi en sus diversas representaciones sigue siendo una de las formas más antiguas y más reconocibles de transporte público. Esto no quiere decir que otras formas de movilizarse no han existido en paralelo con él, sino más bien que su historia es significativa y su funcionamiento es parte de la vida diaria de los usuarios del servicio.

El taxi es un modo de transporte público que ofrece un servicio rápido, cómodo, privado y de traslado de puerta a puerta a los usuarios y se encarga de captar la demanda que, por restricciones temporales, no pueden satisfacer ni el transporte público colectivo, ni el privado. Este medio de movilización es necesario en las ciudades, se complementa con los sistemas de transporte público para ofrecer una mejor movilidad.

Dentro del transporte municipal están las rutas urbanas o públicas, todos los tipos de taxi, transporte especial (Transporte empresarial), transporte escolar, y el transporte sub urbano.

El transporte intramunicipal en Nicaragua es regulado por la Alcaldía Municipal, quien dicta normas y reglamentos apegados a la constitución política de la republica de Nicaragua y a la ley No. 524 Ley General de Transporte Terrestre. La Alcaldía de la ciudad de Estelí cuenta con un departamento de transporte encargado de controlar las tarifas y que te preste un buen servicio a los usuarios.

Además, garantiza el permiso para que pueda funcionar las diferentes cooperativas y cobrar impuestos según como los directores de las cooperativas deseen pagar ya sea mensual o anual.

Según Iván presidente de la cooperativa Hermosa Soberana los requerimientos de la alcaldía son:

C\$ 100 por vehículo mensual

C\$ 500 anuales para el permiso de operación

C\$ 125 anuales para etiqueta de rodamiento

C\$ 150 anuales de inspección mecánica

C\$ 220 anuales de matrícula

Vehículo rotulado con el nombre de la cooperativa y no polarizado.

El servicio de taxi está organizado en 5 cooperativas y 86 taxis individuales, además de contar con 150 socios. El total de taxis existentes son 264 unidades, cada una de ellas están inscritas en el departamento de transporte de la Alcaldía Municipal de Estelí.

El sector del taxi ha sido tradicionalmente un mercado regulado en términos de tarifas y del control de entradas, las cuales son medidas con la fijación de un precio por kilómetro y un precio por hora, la cual se aplica alternativamente en función de la velocidad de circulación.

Cuando la velocidad de circulación es inferior a la del cambio de arrastre, el cálculo del importe del servicio se basa en la aplicación de la tarifa temporal y cuando la velocidad es superior a la del cambio de arrastre este cálculo se basa en la aplicación de la tarifa kilométrica. Sabiendo que la velocidad del cambio de arrastre es la velocidad que resulta de dividir el valor correspondiente a la tarifa temporal (precio por hora de servicio) por el valor correspondiente a la tarifa basada en la distancia (tarifa kilométrica).

Los cambios en la tabla de tarifas tienen un impacto directo en el precio que se paga, estos cálculos establecen la estabilidad entre los viajes y un elemento de control reglamentario para que los clientes reciban un trato justo y sin prejuicios.

Las cooperativas para garantizar un buen servicio cuentan con un taller de mantenimiento para garantizar un mejor funcionamiento en el vehículo y así prestar un buen servicio, a su vez, cumplen con el Ministerio de Transporte (MTI) cada año para realizar una serie de inspecciones para seguir funcionando. Todas las actividades que se desarrollan en ella, son dirigidas, coordinadas y controladas por los socios a través de organismos y cargos que tienen funciones específicas.

La función común y principal es la de crear condiciones necesarias para que la Cooperativa pueda funcionar en forma adecuada, desarrollarse y cumplir con sus objetivos económicos y sociales. Tomando en consideración la planeación, organización, dirección, control, coordinación y evaluación; para lograr que el plan de trabajo se cumpla, es decir, que todos los socios realicen las actividades establecidas en dicho plan de esta forma se determina la función de cada uno de los trabajadores y sus horarios establecidos.

Las cooperativas están organizadas por un director quien se encarga de funcionamiento y de la organización de todos los recursos y del personal que labora para esta, llevando un control adecuado, además tiene que presentar una fianza fijada por el Consejo, registrarse en el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas, condiciones de honorabilidad, corrección o idoneidad particularmente en el manejo de fondos y bienes cooperativos y la capacitación cooperativa tanto práctica como teórica en materia administrativa.

El sub director es nombrado por el Consejo de Administración, preferiblemente entre los socios de la Cooperativa debe realizar las siguientes funciones dirigidas u orientadas por el director:

- Dirigir y ubicar a los empleados
- Exigir cumplimiento y responsabilidad
- Destituir empleados por faltas comprobadas asistir a reuniones del consejo cuando éste lo solicite
- Trabajar armónicamente con el Consejo, supervisar el estado de las Cuentas Caja y Bancos y Cuidar los valores de la Cooperativa.

El Contador es nombrado por el Consejo de Administración, puede ser o no socio de la Cooperativa, debe elaborar y dirigir la contabilidad y elaborar en asocio con el Gerente los respectivos balances.

### **6.1.2. FUNCIONAMIENTO DE LAS COOPERATIVAS DE TAXIS DE LA CIUDAD DE ESTELÍ**

Para garantizar un buen funcionamiento entre las cooperativas y la alcaldía existe una unión de cooperativa para solucionar los problemas que se presenten con los usuarios de taxi, además se encargan de establecer las tarifas de cada recorrido que realiza la unidad; sino se cumple con la tarifa establecida se realiza una multa a la cooperativa o al propietario de la unidad.

La Alcaldía de Estelí es la encargada de capacitar cada seis meses a los cadetes de taxi ya sean de cooperativas o individuales para que brinden un servicio de calidad y así satisfacer a los usuarios, ultimadamente no han realizado la capacitación antes mencionada esto tiende a disminuir la calidad y la satisfacción de los pasajeros.

Uno de los principales aspectos que determinan el buen funcionamiento de una cooperativa, es el control del manejo financiero, que le corresponde a la administración y la contabilidad, vinculado a la transparencia, calidad y eficiencia del servicio.

### 6.1.3. FUNCIONAMIENTO DEL SERVICIO DADO POR LOS CADETES

Se realizó una encuesta a los cadetes para evaluar la calidad del servicio de taxi que brindan, incluyendo aspectos como: requisitos de trabajo, horario, el estado de salud, la higiene u aseo de la unidad, atención a los usuarios, el trato de los pasajeros, tarifa y las recomendaciones para la cooperativa o propietario de taxi.

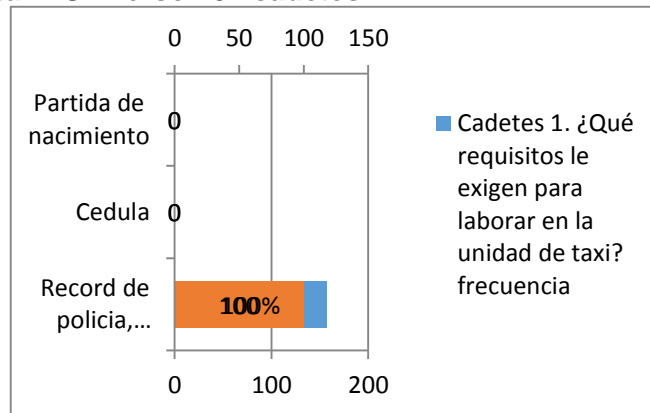
#### 6.3.1.1. ASPECTOS GENERALES DE FUNCIONAMIENTO DE LAS UNIDADES DE TAXI

Según los datos de las encuestas los requisitos exigidos por las cooperativas y propietarios de las unidades de taxi a los cadetes son los siguientes: record de policía, certificado de salud y licencia de conducir. (Ver gráfico N°1).

De acuerdo con la opinión del director de la cooperativa se identificó que una de las razones por la cual exigen requisitos es por la seguridad de los usuarios, peatones, conductores y la seguridad de las cooperativas.

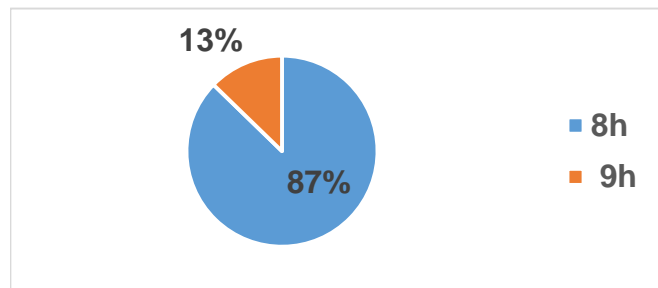
En este gráfico los datos indican que el 87% de los taxistas trabajan un total de 8 horas, y sólo el 13% labora 9 horas (Ver gráfico N°2).

**Gráfico 1. Requisitos para laborar en unidades de taxi. Universo 157 cadetes.**



Fuente: Datos primarios de la encuesta. Junio, 2017

**Gráfico 2. Horas laborales diarias. Universo 157 cadetes.**

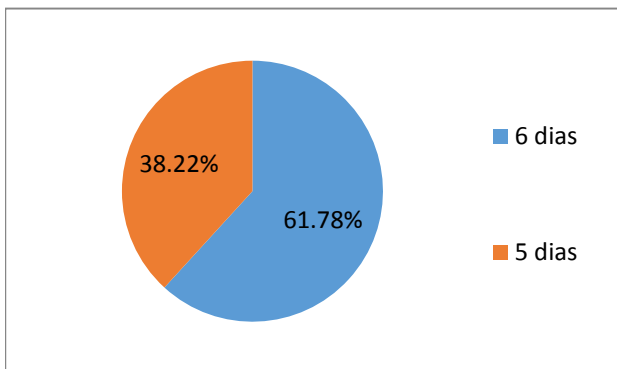


Fuente: Datos primarios de la encuesta. Junio, 2017

El horario mínimo de servicio asignado por las cooperativas y propietarios de taxi es de 8 horas, incluyendo 1hr de descanso para comidas. El servicio comprende los horarios e: 6:00am a 3:00pm; de 3:00pm a 10:00pm y de 10:00pm a 6:00am.

Sin embargo, algunos taxistas (Adonis Sánchez placa n°ES156, Hartin Guillen placa n°ES055, Carlos Moreno placa n°ES167 el día 20 de julio del año 2017) afirmaron que trabajan para algunos propietarios sin un horario establecido, ganan por comisión y dan un porcentaje al dueño y el resto de dinero es para el combustible y su salario.

**Grafico 3. Días laborales semanales. Universo 157 cadetes.**

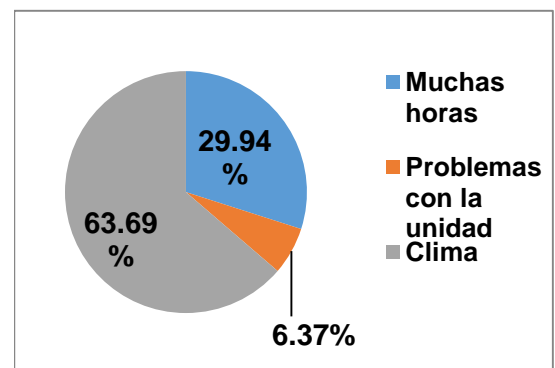


Los cadetes se sienten conformes con los días laborados porque los beneficia económicamente, ya que ganan por día.

El gráfico No.4 refleja que el 63.69% considera pesada la jornada de trabajo debido a factores climáticos “El sol y el calor es un poco sofocante” afirmo uno de los taxistas encuestados, (Hartin Guillen, quien labora en la unidad de taxi con placa n°ES 055 el día 20 de julio del año 2017). Esto ocasiona incomodidad y afecta un poco la salud.

El 61% de los cadetes trabajan 6 días a la semana y son trabajadores de las cooperativas, el 38.78% 5 días y laboran para los propietarios ya que las cooperativas exigen cumplir sus horarios debido a que el municipio funciona las 24h.

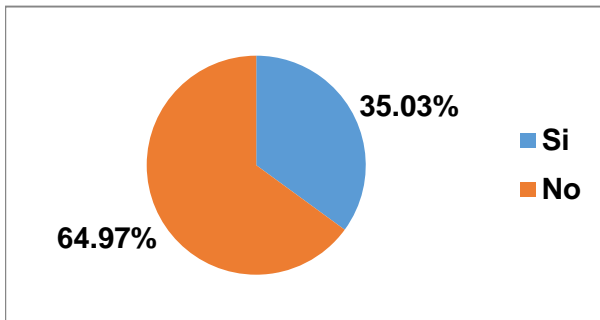
**Gráfico 4. Razones por las cuales la jornada laboral es pesada. Universo 157 cadetes.**



Fuente: Datos primarios de la encuestas, junio 2017

El 29.94% cree que es cansado cuando se trabaja muchas horas, como por ejemplo en el turno de la noche porque tienen que recorrer casi toda la ciudad y a esto hay que sumar el sueño. Finalmente un 6.37% opina que se debe a problemas con la unidad, ya que esto ocasiona pérdida de tiempo al tener que llevar los taxis a chequeos mecánicos.

**Gráfico 5. Padecimiento de problemas de salud. Universo 157 cadetes.**



Fuente: Datos primarios de la encuestas, junio 2017

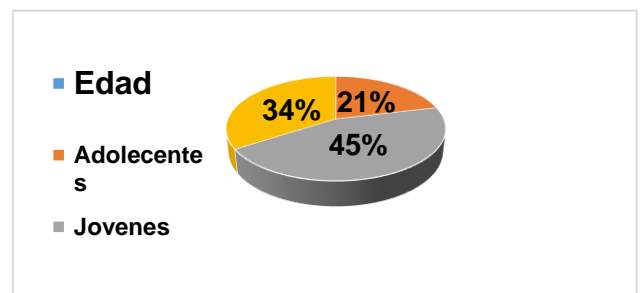
El 64.97% de los cadetes afirma que no han sufrido problemas de salud durante las jornadas de trabajo ya que las cooperativas está n pendiente de brindarles comodidad en la unidad. Pero, un 35.03% opinan que han sufrido malestares físicos tales como: problemas en la columna, ardor al orinar, dolor de cabeza por el sol y

otros. *“Las enfermedades no son nada grave, es algo normal por el clima” afirmo el cadete de la unidad (Carlos Moreno, Unidad N°ES 167el día 20 de julio del año 2017).*

### 6.3.1.3. SERVICIO A LOS USUARIO.

En la siguiente gráfica podemos observar los resultados sobre la variable cuantitativa edad. Del total de encuestas procesadas (381), se puede deducir que el 45% de las personas encuestadas son jóvenes y el 34% son adultos y un 21% adolescentes.

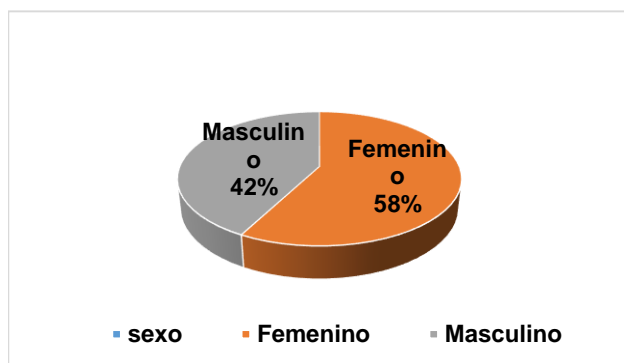
**Gráfico 6. Edad de los usuarios. Universo 381 usuarios.**



Fuente: Datos primarios de la encuestas, junio 2017



**Grafico 7. Sexo de los usuarios. Universo 381 usuarios.**

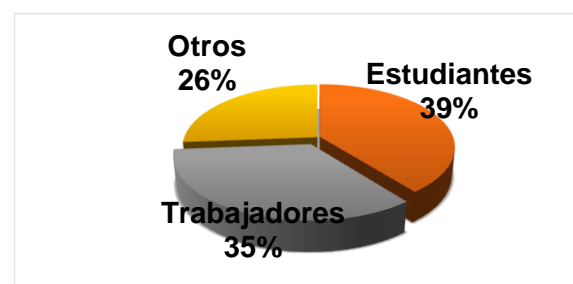


Fuente: Datos primarios de la encuestas, junio 2017

Los resultados sobre la variable cualitativa SEXO. Del total de encuestas procesadas (381), se puede deducir que el 58% de las personas encuestadas pertenecen al sexo femenino y el 42% restante pertenece al sexo masculino. Este indicador muestra, que el sector femenino es el que demanda con mayor frecuencia en el servicio de taxi.

Los resultados de la variable cualitativa OCUPACIÓN. De la gráfica se puede deducir que el 39% de los encuestados estudian, el 35% trabajan y el otro restante son otro tipo de usuario.

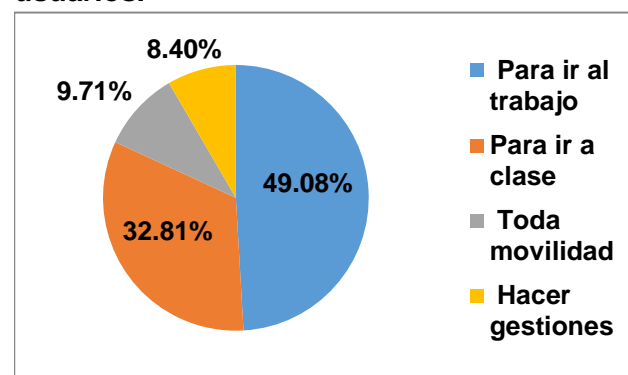
**Grafico 8. Ocupación de los usuarios. Universo 381 usuarios.**



Fuente: Datos primarios de la encuestas, junio 2017

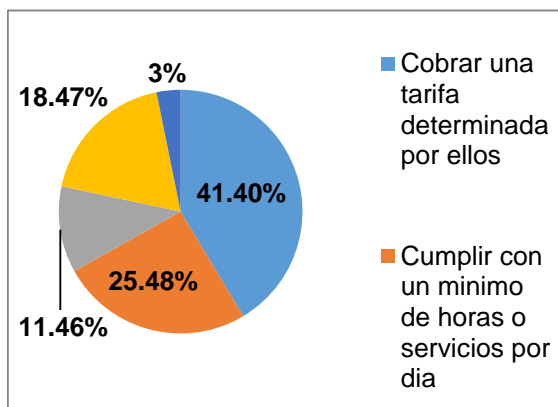
El 49.08% de la población utiliza el servicio de taxi para movilizarse a sus centros de trabajo por las mañanas y a sus hogares en horas de almuerzo y hora de salida, el 32.81% son estudiantes que se dirigen a diferentes institutos de secundaria y universidades, y el 9.71% a varios lugares de la ciudad para realizar otras actividades y el 8.40% a hacer otras gestiones.

**Grafico 9. Uso del servicio de taxi. Universo 381 usuarios.**



Fuente: Datos primarios de la encuestas, junio 2017

**Gráfico 10. Forma en que se controla la calidad del servicio de taxi. Universo 157 cadetes.**



**Fuente: Datos primarios de la encuestas, junio 2017**

En relación al control de los ingresos, el 41.40% de los cadetes indicaron que cobrar la tarifa establecida es de suma importancia para el bolsillo de los usuarios porque todos utilizan el servicio para suplir la necesidad de transportarse, no todos cuentan con los recursos para pagar un alto precio y debe respetarse lo establecido. Además, la alcaldía ha indicado cual debe ser el precio de cada recorrido, y un 25.48% cumplir el horario.

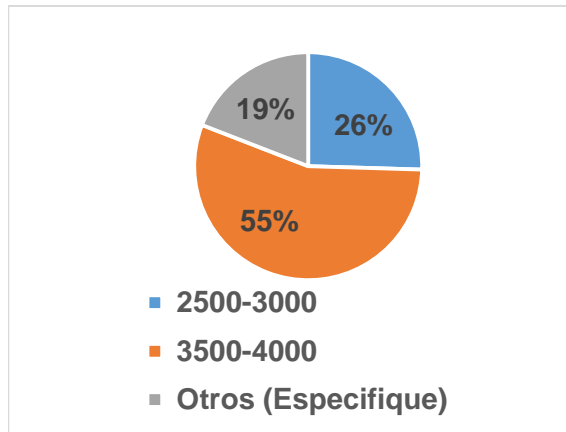
*“Todos tenemos un horario establecido por el propietario debemos respetar la hora de comida y la hora de entregar al otro turno”. (Hartin Guillen, Unidad con el n°ES 055 el día 20 de julio del año 2017)*

Las cooperativas y propietarios exigen a los cadetes que cumplan porque la unidad debe circular todo el día para cumplir las expectativas que se han propuesto. El 18.47% indico que es exigido vestir adecuadamente, *“si uno de nosotros vestimos de short o camisola lo sancionan por 1 o 2 meses” (Adonis Sánchez. Unidad n°ES156 el día 20 de julio del año 2017)*

El 11.46% debe seguir la ruta que indican los usuarios porque pagan la tarifa cobrada y exigen una mejor atención y un servicio de calidad. El 3.18% reciben sanción si no cumplen con los controles indicados por la alcaldía, cooperativas y propietarios, se les puede suspender la licencia o el permiso de conducir.

### 6.3.1.4. TARIFAS Y SALARIO

**Grafico 11. Ganancias de los cadetes.**  
*Universo 157 cadetes.*



Fuente: Datos primarios de la encuestas, junio 2017

En el gráfico No.8 se muestra el salario semanal de los cadetes, al respecto el 55.41% ganan de C\$3500 a C\$4000, el 25.48% de C\$ 2500 a C\$ 3000 y 19.11% de C\$ 1500 a C\$ 2000 córdobas. Se estima que cada cadete debe invertir parte del dinero en combustible, dar la parte que corresponde a la cooperativa y al propietario de la unidad. Ejemplo, algunas cooperativas exigen a los cadetes C\$ 700 semanales, si los taxistas no consiguen esta suma

tienen que darlas de su salario.

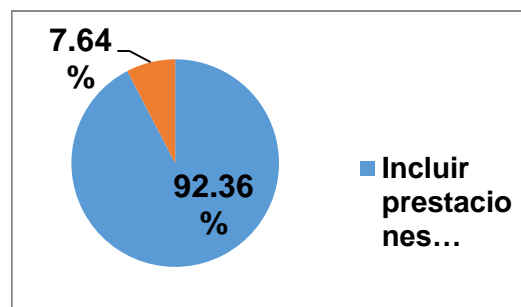
Según las encuestas (Ver gráfico N°12), los cadetes indican que entre las condiciones que deberían mejorarse en el trabajo es la incorporación del seguro social y prestaciones sociales y otras condiciones ya que cuando tienen accidentes y se enferman no cuentan con un seguro.

El 92.36% necesita y desea que las cooperativas incluyan prestaciones sociales y el 7.64%, también les gustaría ser respaldados por un contrato cual tener un respaldo que les permita pedir su liquidación al dejar de trabajar para un cooperativa o dueño de taxi.

*“No ingresan a los taxistas al INSS porque no existe un contrato de trabajo, todos los días cortan el ciclo, no existe forma de constatar cuánto ganan los cadetes,*

*además ellos adquieren el suficiente dinero para asegurarse por sí mismos”.* (Iván Pavel Ruiz Lovo presidente de la cooperativa Hermosa Soberana)

**Grafica 12. . Recomendaciones a las empresas para la mejora de las condiciones laborales. Universo 157 cadetes.**



**Fuente:** Datos primarios de la encuestas, junio 2017

## **6.4. CONDICIONES FÍSICAS, PSICOLÓGICAS Y DE SEGURIDAD DE LOS USUARIOS DE TAXIS DE LA CIUDAD DE ESTELÍ**

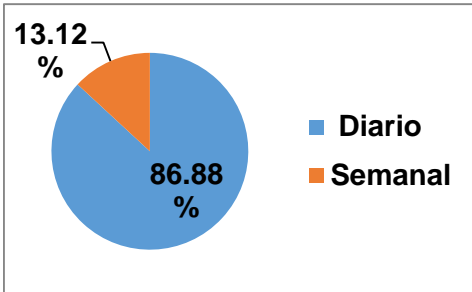
### **6.4.1. GENERALIDADES DEL SERVICIO DE TAXI INTRAMUNICIPAL**

El sector del taxi es un medio muy utilizado por la población Estiliana, ya que permite la movilización o traslado de los ciudadanos de un lugar a otro para realizar las actividades propias de una sociedad, como trabajo, educación, cultura, deporte, recreación, entre otros servicios de taxi ha sido tradicionalmente un mercado regulado en términos de control del precio del servicio. Las tarifas se regulan con la fijación de precio del combustible, siendo este una de las razones más importantes para regular los costes del servicio prestado.

*“Los cambios en la tabla de tarifas tienen un impacto directo en el precio que se paga, los cálculos de la tarifa establecen la estabilidad entre los viajes y un elemento de control reglamentario para que los clientes reciban un trato*

*justo y sin prejuicios*". (Orlando Castillo, encargado del área de transporte Alcaldía de Estelí, 22 de julio del año 2017).

**Gráfico 13. Frecuencia de uso del servicio de taxi. Universo 381 usuarios.**



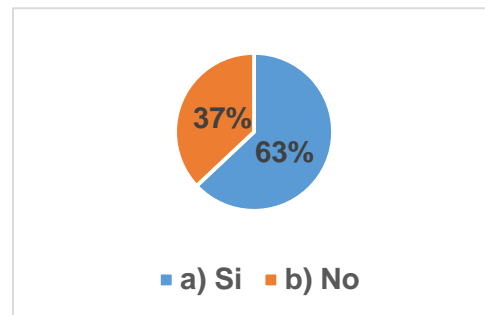
Fuente: Datos primarios de la encuestas, junio 2017

Según los resultados del estudio el 86.88% de los usuarios utilizan el servicio de taxi a diario para incorporarse a sus respectivas actividades y llegar puntual a su destino ya que viajar en ruta o caminando es un poco retrasado y el 13.12% lo usan semanalmente debido a la poca circulación de rutas los días sábados y domingos para llevar a cabo diferentes actividades. (Ver gráfico N° 13)

El 63% de los usuarios está de acuerdo con el precio impuesto por el servicio debido al alza del precio del combustible y el mantenimiento del vehículo y el 37% no está de acuerdo por la tarifa impuesta porque asumen que los cadetes imponen el precio que ellos quieren. (Ver gráfico N° 14). Como puede notarse la mayoría de los usuarios que participaron en el estudio 63% están de acuerdo con la tarifa establecida, sin embargo, el 37% está en desacuerdo

quizás porque no tiene conocimiento del alza en los precios del servicio de taxi, esto genera inconformidad y disgustos entre pasajeros y cadetes.

**Gráfico 14. Satisfacción de los usuarios en relación el precio del servicio. Universo 381 usuarios.**

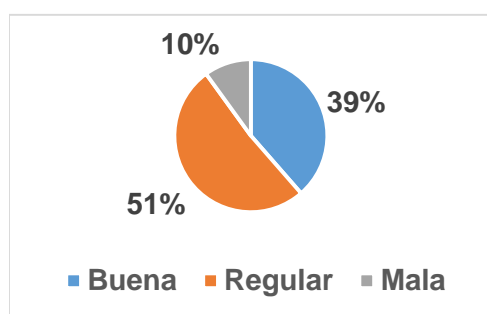


Fuente: Datos primarios de la encuestas, junio 2017

## 6.4.2. EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE TAXI.

La calidad de servicio está orientada a la forma como se presta el servicio al cliente, a la satisfacción de sus necesidades, y por lo tanto, es éste quién puede valorarla, razón por la cual los modelos que permitan cuantificar o valorar la calidad de servicio deben estar orientados a los clientes o usuarios, a identificar la percepción que tienen del servicio.

**Gráfico15. Calificación de la atención recibida en las unidades de taxi.**  
Universo 381 usuarios.



Fuente: Datos primarios de la encuestas, junio 2017.

El 51% de los usuarios opina que la atención es regular debido al carácter de los taxistas y al cambio de tarifa ya que algunos dicen un precio y al llegar al destino de los usuarios cobran otro ya sea por el mal estado de las calles o el clima, el 39% afirma que es buena porque las llevan al punto acordado y las unidades se encuentran siempre limpias y el 10% califica como mala por la falta de seguridad y atención descortés por parte del cadete.

(Ver gráfico N° 15).

## 6.4.3. SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE TAXI.

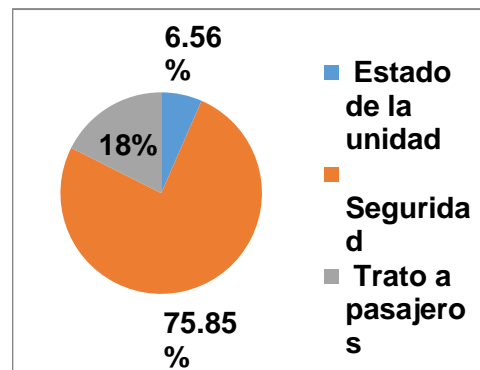
El servicio de taxi está encaminado a satisfacer las necesidades de los usuarios en cuanto a: Calidad de servicio, Comodidad, Seguridad, Precios accesibles, Accesibilidad, Atención al usuario. Esta actividad se ve afectado por diversos factores como el estilo de vida de los usuarios, su cultura, clase social y motivación.

La regulación de la calidad abarca los estándares de los vehículos y los conductores, este tipo de regulación es más una regulación de seguridad que una de competitividad.

El sentimiento que tienen los usuarios de que su traslado está en buenas manos. Incluye el conocimiento y la actitud de atención que proyecte su personal y la capacidad que tenga para generar confianza.

Existen algunos factores que influyen en el buen servicio de taxi, al respecto el 78.85% de los usuarios indica primeramente la seguridad, ya que esto les da la garantía de que llegaran a tiempo y a salvo a su destino sin estar implicados en algún problema. El 18% considera importante el trato que les brindan los conductores de taxi, porque la arrogancia y la poca cortesía solo les genera incomodidad, finalmente el 5.56% menciona el estado de la unidad porque es clave en un servicio

**Gráfico 16. Factores que influyen en el buen servicio de taxi. Universo 381 usuarios.**

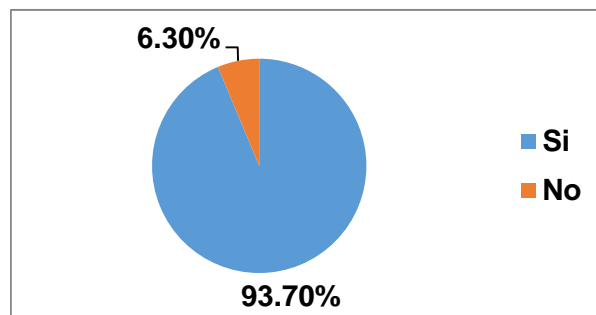


Fuente: Datos primarios de la encuesta, junio 2017.

El 93.70% afirmó estar satisfechos por el tiempo que dura llegar a su destino y el 6.30% se sienten insatisfechos.

Según los directores de las cooperativas de taxi garantizan un buen servicio, ya que cuentan con un taller de mantenimiento para un mejor funcionamiento en el vehículo y así prestar un buen servicio. (Ver gráfico N°17).

**Gráfico 17. Satisfacción en relación a la duración del servicio. Universo 381 usuarios.**

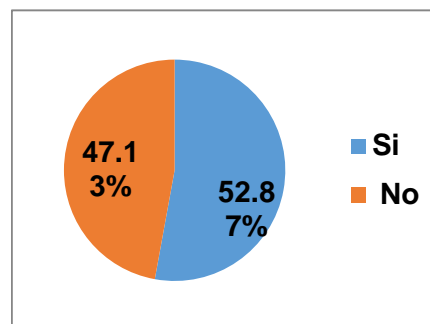


Fuente: Datos primarios de la encuesta, junio 2017.

#### 6.4.4. CONDICIONES FÍSICAS Y PSICOLÓGICAS.

En el gráfico No.18 se observa que un 52.87% de los cadetes han sufrido accidentes de tránsito en horas de trabajo, argumentan que se debió a los conductores irresponsable que manejan ebrios, por jóvenes motorizados intentan hacer acrobacias pasando por alto las señales de viales y por fallas mecánicas de los vehículos que no les brindan mantenimiento. Mientras el 47.13% no han sufrido accidentes porque tienen precaución al manejar y respetan las señales.

**Gráfico 18. Accidentes de tránsito en horas laborales. Universo 157 cadetes.**



**Fuente: Datos primarios de la encuestas, junio 2017.**

Este dato está vinculado a las condiciones físicas de los usuarios, ya que los accidentes de tránsito son un problema de salud pública ocasionado por la irresponsabilidad de los conductores y por el consumo de sustancias alucinógenas. La información que genera esta gráfico indica que los pasajeros están en peligro, ya que un poco más de la mitad de los cadetes encuestados (52.87%) han estado involucrados en accidentes de tránsito en horas laborales por el comportamiento inadecuado del conductor del otro vehículo o motocicleta.

A las secuelas físicas hay que agregar las repercusiones psicológicas, ya que por muy pequeño que sea el accidente este genera traumas como es el hecho que tanto el usuario como el taxista sientan temor de volver a vivir una situación similar, lo que provoca un malestar en la salud mental.

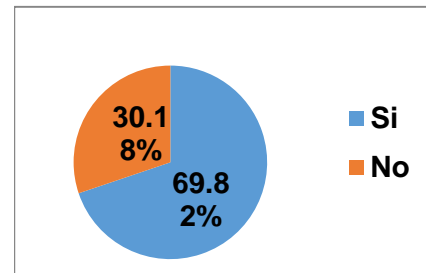
Según los usuarios de taxi, en los accidentes de tránsito resultan afectados tanto pasajeros como cadetes, debido al impacto con otro vehículo que genera lesiones en el cuerpo que deja con secuelas al accidentado, algunas de los molestares son dolores en el cuello, vértigo, dolores en la cabeza, musculares, columna y en las



articulaciones. Cuando ocurren situaciones de este tipo el pasajero pierde la confianza al abordar un taxi, por lo que prefieren transportarse en otro tipo de vehículo para prevenir episodios que generen malestares físico y psicológicos.

El 69.82% de los usuarios opina que el volumen de las frecuencias de radio que sintonizan los taxistas es normal, mientras el 30.18% de los encuestados encuentran excesivos los ruidos como: la música estruendosa, uso inadecuado de la bocina, entre otros; la cual les ocasiona irritabilidad y alteraciones de comportamiento en la salud humana. (Ver gráfico N° 19)

**Gráfico 19. Volumen de frecuencias de radio en las unidades de taxi. Universo 381 usuarios.**



**Fuente: Datos primarios de la encuestas, junio 2017.**

Este gráfico refleja que el 30.45% de los usuarios encuestados perciben un malestar físico porque el sonido excesivo de la música, radio y bocinas afecta el sentido auditivo, a su vez, si la persona aborda la unidad de taxi abrumada por el cansancio y ajetreo del día intensifica el estrés alterando la salud mental.

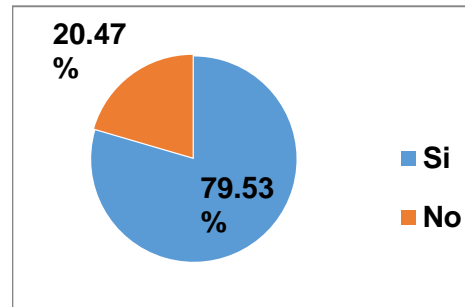
Para los usuarios se vuelve un poco tedioso abordar una unidad de taxi en la cual llevan música escandalosa, a alto volumen y con letras poco sanas, un ejemplo de estos son las canciones de reggaetón que tienen contenido obsceno, que no contribuye a la relajación de una persona que puede ir molesta, cansada o triste. Es importante destacar que no a todos los pasajeros les gusta el mismo estilo música, además, por el estrés y al ajetreo diario se torna incomodo oír mucho ruido.

Algunos usuarios suelen sentir malestares al abordar una unidad de taxi con música a alto volumen porque tienen problemas como dolor en la cabeza o en el sentido auditivo, por lo que el ruido descomunal altera los efectos de estos padecimientos que afectan la salud física de las personas.

### 6.4.5. SEGURIDAD

El 79.53% de los usuarios están satisfechos con la seguridad que brinda el servicio de taxi porque son conductores capacitados y supervisados por la alcaldía, cooperativas o propietarios de la unidad, por el estado de la unidad de transporte y la confianza que brinda el conductor a los pasajeros, mientras que el 20.47% se sienten inseguros al recibir el servicio debido a conductores piratas que no están inscritos en la Alcaldía municipal además de transitar por la ciudad sin ninguna autorización. (Ver gráfico N° 20).

**Gráfico 20. Satisfacción en cuanto a la seguridad del servicio. Universo 381 usuarios.**



**Fuente: Datos primarios de la encuestas, junio 2017.**

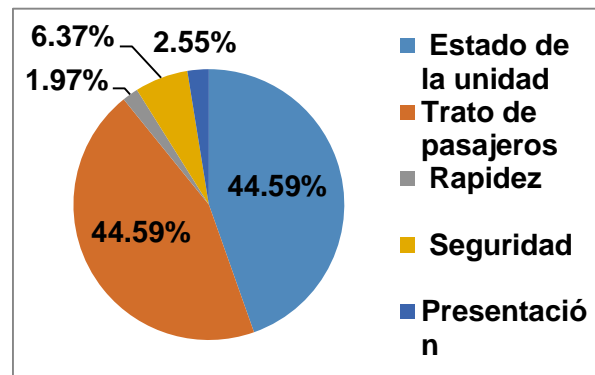
Una forma de referirse a la confiabilidad tiene que ver con la regularidad o constancia del servicio que presente diferentes condiciones de operación (por ejemplo, en frecuencia o rapidez) será un servicio poco confiable, porque genera incertidumbre en el usuario, y éste tiene que planear su viaje de tal manera que llegue a tiempo a su lugar de destino, llevando consigo aún, el riesgo de llegar tarde.

En el gráfico No.21 se muestra que los dos principales factores que influyen en la calidad de servicio a los clientes son: el trato a los pasajeros (44.59%) que los hace sentir seguros y en confianza; y el estado de la unidad (49.59%) porque una falla mecánica puede ocasionar accidentes, y los pasajeros deben viajar seguros.

Sólo un 6.37% considera que la seguridad influye en la calidad del

servicio porque ningún pasajero viajara con un conductor ebrio u agresivo porque les da desconfianza, mientras que 2.55% opina que la vestimenta del cadete tiene que ver ya que si están mal vestidos al usuario da la impresión que les van a robar, maltratar o violar. Solamente un 1.97% de los cadetes indicaron que la rapidez refleja calidad porque hay quienes desean llegar rápido a su trabajo, clase u otras actividades.

**Gráfico 21. Factores que influyen en la calidad del servicio de taxi. Universo 381 usuarios.**



**Fuente: Datos primarios de la encuestas, junio 2017.**

## **6.5. PROPUESTA DE ESTRATEGIA PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE TAXI INTRAMUNICIPAL EN LA CIUDAD DE ESTELÍ.**

### **6.5.1. ANÁLISIS DE FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS (FODA) EN LA CALIDAD DEL SERVICIO DE TAXI INTRAMUNICIPAL.**

En base a toda la información obtenida del estudio se ha elaborado una matriz FODA a fin de precisar las estrategias que mejorarán la calidad del servicio de taxi intramunicipal en la ciudad de Estelí.

### MATRIZ FODA

<b>DEBILIDADES</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carencia de un plan estratégico.</li> <li>• Falta de educación vial de los conductores.</li> <li>• Trato inadecuado de los cadetes.</li> <li>• Accidentes de tránsito.</li> <li>• Inestabilidad en el personal.</li> <li>• Incremento del precio de las tarifas de taxi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calles y barrios nuevos</li> <li>• Subsidios en los combustibles</li> <li>• Ritmo de vida acelerado de los ciudadanos</li> <li>• Subsidios en compra de vehículos</li> <li>• Oferta en productos y servicios financieros.</li> </ul>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buen estado mecánico en las unidades.</li> <li>• Bastante afluencia de clientes.</li> <li>• Cantidades de unidades de taxi</li> <li>• Higiene en las unidades de taxi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de los aranceles generando la elevación de precios en las importaciones.</li> <li>• Congestionamiento de tránsito en el perímetro urbano</li> <li>• Clima y la repercusión en las unidades.</li> <li>• Falta de mantenimiento de las calles por parte de la Alcaldía municipal de Estelí.</li> <li>• Existencia de competidores en el mercado.</li> </ul>

Fuente: Análisis de factores externos e internos, entrevistas, encuestas.

<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS DO</b>
Créditos para realizar la compra de unidades o herramientas necesarias para la prestación del servicio de taxi.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de tarifas que sean justas beneficiándose todos los socios de la cooperativa y el cliente.</li> <li>• Otorgación de buen servicio, con seguridad.</li> </ul>
<b>ESTRATEGIAS FA</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b>
Diferenciación del servicio, a través de una excelente atención, mejorando el confort y la imagen de los vehículos, obteniendo ventaja competitiva.	Mejor atención al cliente.

## **6.5.2. PROPUESTA DE ESTRATEGIAS.**

Los resultados evidencian un acercamiento al nivel de satisfacción de los clientes del sector taxi, para efectos de una estrategia de mejora validada desde la satisfacción del servicio al cliente desde los propios usuarios.

Establecer un programa de mejora continua y capacitación a los empleados de las cooperativas que incidan en los empleados, conocimientos del servicio al cliente principalmente en los referentes a la actitud, respuesta rápida, conocimiento de la labor, trato cordial y poder conocer más las necesidades del cliente.

### **ESTRATEGIA 1: MEJORA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE TAXI.**

**Objetivo:** Ofertar un servicio de calidad, con la finalidad de la satisfacción a las necesidades de los clientes.

#### **Políticas**

- Las capacitaciones serán de carácter obligatorio, donde participarán todos los taxistas, deben ser puntuales y participar activamente en el proceso de capacitación.
- La capacitación se llevará a cabo tres días a la semana en un horario desde dos horas.

#### **Actividades**

- Realizar un plan de capacitación para los cadetes de taxi.
- Se lo realizara a través de conferencias de temas tales como: relaciones humanas, atención al cliente, seguridad vial y mecánica básica.
- 

#### **Resultados esperados**

- Mejorar los conocimientos y motivación a todos los taxistas.

- Ofertar servicios de calidad.
- Satisfacer a los usuarios.

## **ESTRATEGIA 2. DIVULGACIÓN DE LAS TARIFAS DE TAXI.**

**Objetivo:** Informar a la población acerca de las tarifas estipuladas por la entidad encargada del transporte de taxi.

### **Políticas:**

- La divulgación se llevará a cabo en el tiempo que las entidades creen convenientes.
- Se hará una consulta pública para saber si la población tiene conocimiento de las tarifas de taxi.

Luego de haberse aplicado la divulgación la población podrá exponer los casos en los que no se respete la tarifa establecida.

### **Actividades:**

- Publicación de las tarifas en los medios de comunicación radiales y televisivos.
- Las viñetas se grabarán en un lenguaje popular para que sea entendible para la audiencia.
- Funcionarios de entidades encargadas de la divulgación harán programas en vivo para responder las dudas de los usuarios.
- Se les explicara a los pasajeros el precio establecido según los turnos diurnos y nocturnos y según la distancia del recorrido del taxi.
- Habrá un espacio en el que los usuarios hagan denuncias en caso de que no se estén respetando las tarifas establecidas.

**Resultados esperados:**

- Que la población adquiriera información actual acerca de las tarifas de taxi establecidas para los turnos diurno y nocturno.
- Respeto de las tarifas por parte de los taxistas
- Satisfacción de los usuarios de unidades de taxis.

**ESTRATEGIA 3. PREPARACIÓN ACERCA DE LOS RIESGOS QUE GENERAN LOS ACCIDENTES DE TRÁNSITO Y VOLUMEN EXCESIVO DE MÚSICA Y RADIO EN LA SALUD DE LOS USUARIOS DE TAXI.**

**Objetivo:** Brindar información a los cadetes de taxi acerca de las desmejoras que generan los accidentes de tránsito y el volumen de la música en la calidad del servicio al cliente.

**Políticas:**

- Las capacitaciones se realizarán 4 veces al año.
- La participación de los cadetes es de tipo obligatorio.
- Se realizarán evaluaciones escritas para saber si los cadetes comprenden los contenidos.
- Posterior a la realización de las capacitaciones se harán encuestas de opinión a los usuarios para saber si los taxistas ponen en práctica lo aprendido.

**Actividades:**

- Ciclo de capacitaciones.
- Accidentes de tránsito: Causas, consecuencias económicas, físicas y psicológicas y medidas de prevención
- Regulación del volumen de la música y estaciones de radio en las unidades de taxi: Consecuencias del volumen excesivo a la salud, detonantes psicológicos que generan enfermedad en los usuarios, dramatizaciones de situaciones.

### **Resultados esperados:**

Con este ciclo de capacitaciones se pretende:

- Reducido el índice de accidentes de tránsito en las que se vean implicados cadetes de taxi.
- Disminuirán las quejas de los usuarios sobre el alto volumen de música o radios en las unidades de taxi.
- Se aminoran los riesgos físicos y psicológicos en los usuarios de taxi.

## **ESTRATEGIA 4: CAPACIDAD DE RESPUESTA**

**Objetivo:** Brindar un servicio fácil y rápido.

### **Políticas:**

- Se debe encontrar previamente autorizado, por una empresa de transporte publico individual.
- Administración eficiente de los medios con unas condiciones técnicas y de seguridad adecuada para la adquisición del servicio.

### **Actividades:**

- Realización de actividades prácticas y colectivas.
- Establecer una central para solicitar el servicio de taxi desde llamada telefónica.
- Crear una página web que contengan toda la información para solicitar el servicio de taxi.
- Implementación del plan que permita la masificación del radioteléfono y la capacitación para su uso en servicio de taxi y la seguridad.

### **Resultados esperados:**

- Expedición información confiable que requiere el servicio de taxi.
- Adquisición de un servicio de taxi fácil, rápido y seguro.



## CAPITULO VII. CONCLUSIONES

A continuación, se presentan las conclusiones del estudio de acuerdo a los objetivos de investigación:

En relación a la organización y funcionamiento del servicio de taxi en Estelí: las cooperativas hacen lo posible por brindar servicio público y servicio privado de calidad, la mayoría de entidades se enfrentan al reto de mejorar en cuanto a la transparencia y rendición de cuentas desde el punto de vista gubernamental, incluyendo políticas de mejora de la productividad y la competitividad a nivel de ciudad, no pueden desconocer y quedar estancadas en una gestión que no evoluciona o no se acomoda a los nuevos sistemas gestión orientados a la satisfacción de los clientes.

Los cadetes de taxi tienen que cumplir requerimientos como presentar record de policía, certificado de salud y cedula, el 63.69% de los encuestados considera pesada la jornada laboral por factores como el clima, y un 35.03% ha sufrido algún problema de salud debido a los horarios extensos de trabajo. Entre las recomendaciones que ellos mencionan para mejorar sus condiciones están incluir prestaciones sociales con un 93.36% ya que ellos no cuentan con un seguro social, así como el respaldo a través de un contrato de trabajo para tener derecho a liquidación cuando dejan de trabajar a un dueño de taxi o cooperativa.

En cuanto las condiciones físicas y psicológicas sobresalen que un 52.87% de los cadetes ha sufrido accidentes de tránsito en horas laborales, esto supone ser un riesgo para el bienestar de los usuarios, quienes además pueden padecer afectaciones psicológicas como traumas. Las razones por las cuales los cadetes han estado en estas situaciones son por la irresponsabilidad de otros conductores y por jóvenes que hacen acrobacias en motocicletas. El ruido es otro factor que deja secuelas en el sentido auditivo, en esto 30.45% de los encuestados menciono que los taxistas escuchan música a alto volumen lo que les provoca incomodidad.

El 79.35% de los usuarios catalogan la seguridad del servicio como buena, aspecto clave en la calidad que prestan los cadetes, la manera de vestir y el comportamiento de los taxistas en horas laborales proporcionan seguridad a los usuarios, da una buena impresión en ellos al momento de abordar las unidades de taxi.

Es importante señalar que los usuarios consideran un riesgo los accidentes de tránsito, porque en esta situación se exponen a padecer dolores articulares, cuello y vértigo, a su vez el ruido en las unidades de taxi les perjudica cuando padecen dolores en la cabeza y problemas auditivos, además la música con alto volumen genera malestar en personas que no tienen un buen estado de ánimo.

Se sugieren cuatro estrategias, la primera consiste en establecer un programa de innovación en el servicio con un componente de seguridad, realizando una investigación puntual donde se involucre empleados de las cooperativas, tanto directivos como de operación, empleados de las cooperativas y clientes. La segunda se trata de una divulgación periódica de las tarifas de taxi para que la población maneje estos datos y pueda exponer casos en los que cadetes se excedan. Finalmente se propone una capacitación sobre accidentes de tránsito y regulación del volumen de la música y estaciones de radio en las unidades de taxi, así como una estación de llamadas y página web para mejorar la respuesta del servicio.

## **CAPITULO VIII. RECOMENDACIONES**

En este capítulo se enumeran y describen las recomendaciones a los involucrados a la temática del presente estudio:

### **A cooperativas de taxi:**

- ❖ Se recomienda priorizar la capacitación que se capacite a los cadetes para brindar una atención de calidad y calidez al usuario de servicio de taxi.
- ❖ Llevar a cabo reuniones periódicas para conocer a detalle las dificultades que enfrentan los cadetes para buscar alternativas de solución que contribuyan en la satisfacción del cliente.
- ❖ Aplicar estrategias evaluativas del buen funcionamiento organizacional de las cooperativas de taxi para identificar las deficiencias que hay que fortalecer.

### **A cadetes de taxi:**

- ❖ Brindar a los usuarios de taxi un servicio de calidad y calidez basado en la cortesía y la buena presentación.
- ❖ Conducir de manera responsable sin consumir sustancias alucinógenas.
- ❖ Escuchar música con un volumen moderado para no incomodar al pasajero.
- ❖ Cobrar al usuario la tarifa justa establecida por las cooperativas de taxi y Alcaldía de Estelí.

### **A Alcaldía de Estelí:**

- ❖ Establecer mecanismos que regulen el cumplimiento de las tarifas de taxi establecidas
- ❖ Recepcionar los casos en los cuales usuarios expresen que no se están respetando las tarifas e indagar al respecto para brindar una respuesta satisfactoria.

### **A estudiantes que realicen investigaciones relacionadas con el tema:**

- ❖ Se recomienda profundizar en las condiciones físicas y psicológicas de los usuarios y elaborar estrategias en las que la población pueda integrarse.

## CAPITULO IX BIBLIOGRAFÍA

- Alcaldía de Managua. (2005). Obtenido de Recuperado el 05 de mayo del 2017, de:  
<http://www.Erods.files.wordpress.com>
- Asamblea Nacional de la República de Nicaragua. (2005). Recuperado el 10 de julio de 2017, de  
Recuperado el 10 de mayo del 2017, de:  
[http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/\(\\$All\)/F133348E36258F4A062570A100583C72?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/($All)/F133348E36258F4A062570A100583C72?OpenDocument)
- Asamblea Nacional de Nicaragua. (13 de Junio de 2005). Reglamento de la ley general de transporte Terrestre. Managua, Nicaragua.
- Barquero, M., Rodríguez, C., Huertas, F., & Barquero, J. D. (2007). *Marketing de clientes* (2 ed.). (2. McGraw-Hill Interamericana de España S.L., Ed.) España, Mc Graw, España: Mc Graw Interamericana.
- Benavidez, A. L., Mendoza, J. E., & Zelaya, L. A. (2016). *Evaluacion de la calidad del servicio de transporte urbano colectivo intermunicipal por los usuarios de la ciudad de Esteli*. UNAN-FAREM-Esteli, Esteli. Esteli: FAREM-Eseli. Recuperado el 20 de julio de 2017
- Cardenas, R. (2010). *Como lograr la calidad en bienes y servicios*. México: Limusa, S.A.
- Castillo, O. (22 de julio de 2017). Transporte. (M. Rugama, & E. Chavarria, Entrevistadores) Esteli, Nicaragua. Recuperado el 22 de julio de 2017
- Comite de ACCOVI R.L. (2005). Historias padres del cooperativismo. *ACCOVI y el cooperativismo* (págs. 21-27). San vicente, Venezuela.: San Vicente.
- Cyr, D., & Gray, D. (2004). *Marketing en la pequeña y mediana empresa* (Peter Ujfalaussy farkas ed.). (S. Cargraphics, Ed., & B. Angela Garcia, Trad.) Bogotá, Colombia, Bogota, Colombia: Norma, S.A.
- Davila, N. (03 de Abril de 2008). *Seguridad Publica*. Recuperado el 2017 de julio de 15, de Seguridad Publica: <http://www.seguridadpublica.es/2008/04/el-municipio-concepto-yelementos-del-municipio-poblacion-territorio-y-organizacion/>
- Denove, C., & Power, J. (2006). *Satisfacción*. México: Edamsa.
- Denton, K. (1991). *Calidad en el servicio de clientes* (Diaz de Santo S.A 1991, Juan bravo 3-A. 28066 ed.). (J. B. 1991, Ed., & H. T. Gulf Publishing company, Trad.) Madrid, España, Madrid, España: Lavel S.A, HUMANES (Madrid).
- Ferro, C. (2011). *Medios de transporte*. Obtenido de Recuperado el 14 de mayo del 2017: <https://tecnoguias.wordpress.com/2011/03/24/taller-medios-de-transporte/>

- García, F. (2010). *Administración cooperativa*. Obtenido de Recuperado el 25 de mayo del 2017, de: [https://www.coopeduc.com/files/archivos/administracion\\_cooperativa.pdf](https://www.coopeduc.com/files/archivos/administracion_cooperativa.pdf)
- Gómez, E. (2009). *Barreras contra el buen servicio*. Argentina: El CID.
- Gutiérrez, M. (1989). *Administrar para la calidad*. México: Limusa.
- Hernandez, F. (2010). *Gestion y Administración*. Obtenido de Recuperado el 25 de mayo del 2017, de: <http://www.gestionyadministracion.com/empresas/gestionestrategica.html>
- Instituto Nicaraguense de Fomento. (2011). Recuperado el 10 de julio de 2017, de Recuperado el 15 de mayo del 2017, de: <https://webesteli.wordpress.com/asi-es-esteli/>
- Ishikawa, K. (2000). *Qué es el control de calidad*. Colombia: Norma.
- Islas, V., & Zaragoza, M. (2007). *Análisis de sistema de transporte*. México: Publicación Técnica No 307.
- Juran, J. (1995). *Análisis y planeación de la calidad*. México: McgrawHill.
- Kuznik, A., Hurtado, A., & Espinal, A. (2010). *El uso de la encuesta de tipo social*. Barcelona, España: MonTI 2 (2010: 315-344). ISSN 1889-4178.
- López, F. (2010). Relaciones entre el concepto de movilidad. *EIA*, 38.
- López, H. (2017). Fotorgrafía de servicio de taxis. Estelí, Nicaragua.
- Mitchell, J. (2008). *Abrace a sus clientes* (Fabian Bonnette ed.). (F. Bonnette, Ed.) Bogota Colombia, Avenida El Dorado Bogota Colombia., Colombia: Impresión colombia.
- Montaño, N. E. (2015). *Planeación estrategica para la cooperativa de taxi*. Loja, Ecuador: Universidad Loja.
- Nicaragua, S. d. (3 de julio de 2008). *mapa Esteli, Nicaragua*. Recuperado el 20 de julio de 2017, de mapa Esteli, Nicaragua: <http://www.vmapas.com/America/Nicaragua/Esteli/maps-slideshow.html>
- Pérez, V. (2007). *Calidad total en la atención al cliente*. España: Ideas propias.
- Pimentel, C. (6 de agosto de 2014). *Administración pública y calidad de los servicios, Importancia de la calidad del servicio y clasificación*. Malaga, España: Malaga. Obtenido de Administracion de los servicios, importancia de la calidad del servicio.
- Power, J., & Denove, C. (2006). *Satisfaction*. (L. summaries, Ed.) California, EEUU, California, EEUU: Portfolio.
- Pullido, H. G. (2005). *Calidad Total y Productividad*. México: McGrawHil.

- Ressel, A., Silva, N., & Coppini, V. N. (2013). *Manual teórico práctico de introducción al cooperativismo*. Argentina: 1ra edición la plata.
- Rojas Arias, P. (2004). *Desarrollo Organizacional y Gerencial Un Enfoque*. Quito, Ecuador: Digidoc-Indugraf.
- Satelites. (2008). *Mapa de Esteli, Nicaragua*. Recuperado el 20 de Julio de 2017, de Recuperado el 9 de septiembre del 2017, de:: <http://www.vmapas.com/America/Nicaragua/Esteli/maps-slideshow.html>
- Seto, D. (2004). *De la calidad del servicio a la fidelidad del cliente*. España: Esic.
- Solís, C., & Zurita, A. (2011). *Ley orgánica de la economía popular solididad sector popular, financiero y solidario*. Quito: Emblema.
- Tigani, D. (2006). *Excelencia en servicio*. Obtenido de Recuperado el 01 de octubre del 2017, de:: [http://www.laqi.org/pdf/libros\\_coaching/Excelencia+en+Servicio.pdf](http://www.laqi.org/pdf/libros_coaching/Excelencia+en+Servicio.pdf)
- Universidad Politécnica de Madrid. (2011). *Servicio de Evaluación, Planificación y Calidad*. Obtenido de Recuperado el 11 de septiembre del 2017, de:: [http://www.UPV.es/orgpeg/web/manual\\_gstion\\_procesos.pdf](http://www.UPV.es/orgpeg/web/manual_gstion_procesos.pdf)
- Urbina, S. (28 de mayo de 2005). *Seguridad y servicio*. Recuperado el 20 de julio de 2017, de Seguridad y servicio: <http://www.ejendals.com/es/products-and-services/services/safetyconcept/>
- Urdatena, J. (2006). *Políticas y Calidad de Servicio del Transporte Público Urbano en el Municipio Maracaibo*. Guayaquil, Ecuador: Guayaquil.
- Vallez, R. M. (2009). *Voces diferente mujeres científicas*. Hidalgo, México: Universidad Autonoma de Hidalgo, México C,P 42000.
- Visión Chile. (2015). *Estrategia y gestión de negocios*. Obtenido de Recuperado el 14 de mayo del 2017, de:: <http://www.businessvisionchile.com/Servicios/diagnostico-desituacion-actual-de-la-empresa>

# **X. ANEXOS**



## **ANEXO No.1. ENTREVISTA A DIRECTORES DE COOPERATIVAS DE TAXI DE LA CIUDAD DE ESTELI.**

**Objetivo:** Describir la organización y el funcionamiento del servicio de taxi intramunicipal de la ciudad de Estelí.

### **ORGANIZACIÓN**

1. ¿Cómo está organizado el servicio de taxi en la ciudad de Estelí?
2. ¿Cómo está organizada su cooperativa para garantizar buen cumplimiento del servicio de taxi?
3. ¿De qué manera cumple con los requisitos de su cooperativa con el ministerio de transporte?
4. ¿Qué responsabilidad tiene su cooperativa con la alcaldía?

### **FUNCIONAMIENTO**

1. ¿De qué manera se coordina su cooperativa con otras cooperativas y la alcaldía para garantizar un buen servicio en su taxi?
2. ¿Cómo funciona su relación con sus cadetes / u propietarios de taxi?
3. ¿Cómo controla las tarifas en el servicio de taxi?
4. ¿Qué problemas tiene su cooperativa para garantizar un buen servicio?
5. Sugerencias para mejorar el servicio.

## **ANEXO No.2. ENCUESTA A CADETES/CONDUCTORES**

La presente encuesta fue elaborada por estudiantes de v año de administración de empresas de FAREM - ESTELI y es dirigida a los cadetes que laboran en las unidades de taxi de la ciudad de Estelí.

**Objetivo:** Evaluar la calidad del servicio de taxi de la ciudad de Estelí.

## DATOS GENERALES

Edad -----

Nivel académico -----

Horario de trabajo-----

## GENERALIDADES DEL SERVICIO

1. ¿Qué requisitos le exigen para laborar en la unidad de taxi?
  - a) Récor de policía, certificado de salud, ,licencia profesional-----
  - b) Cedula-----
  - c) Partida de nacimiento-----
  
2. ¿Trabaja entre las 10 pm y 6 am?                      Si-----                      No-----
3. ¿Descansa al menos un día a la semana?                      Sí-----                      No-----
4. ¿Considera pesada la jornada de trabajo?                      Si-----                      No-----
5. ¿Porque la considera pesada?
  - a. Muchas horas -----
  - b. Problemas con la unidad -----
  - c. Clima -----
  - d. Otros(anote)-----
  
6. ¿Ha sufrido alguna vez problemas de salud debido a las largas jornadas de trabajo?                      Si-----                      No-----
7. ¿Está inscrito en el seguro social?                      Sí -----                      No-----
8. ¿Qué población utiliza más este servicio de taxi?  
Estudiantes-----                      Trabajadores-----                      Particulares-----

## CALIDAD DEL SERVICIO

9. ¿Con que frecuencia aseaa la unidad de taxi?  
 Diario----- 1 a 2 veces por semana-----  
 3 a 4 a la semana----- Cada 15 días -----  
 Fines de semana -----
10. ¿Ha sufrido accidentes de tránsito en sus horas laborales?  
 Si----- No-----
11. ¿Cómo considera usted la calidad del servicio que ofrece?  
 Buena----- Regular----- Mala -----
12. ¿Factores que influyen en la calidad del servicio?  
 a. Estado de la unidad ----- c. Rapidez----- e. Presentación -----  
 d. Seguridad ----- f. otros(anote)-----
13. Trato a pasajeros-----
14. ¿Cómo califica el trato que recibe por parte de los usuarios que aborda la  
 unidad de taxi? Bueno----- Regular----- Malo-----
15. ¿El vehículo que usa es propio o alquilado?  
 Propio-----  
 Alquilado-----
16. ¿Cuánto gana a la semana por el servicio de transporte que brinda  
 (descontando los gastos por gasolina y otros)?  
 C\$ -----
17. ¿De qué manera la empresa controla la calidad de sus servicios? (Puede  
 marcar más de una opción)  
 a) Cobrar una tarifa determinada por ellos-----  
 b) Cumplir con un mínimo de horas o servicios por día -----  
 c) Seguir la ruta que los usuarios me indican-----

- d) Vestirme de determinada manera-----
- e) Me exigen una alta calificación de los usuarios/clientes-----
- f) Si no cumpla con alguno de los controles indicados, me sancionan (baja del servicio temporal o definitiva) -----
- g) Otros (anote)-----

18. ¿Cómo valora el servicio que usted le da al usuario?

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

19. ¿Qué recomendaciones le daría a la empresa para mejorar sus condiciones de trabajo?

- a) Incluir prestaciones sociales-----
- b) Otros(anote)-----

### ANEXO No.3. ENCUESTA A LOS USUARIOS

La presente entrevista fue elaborada por estudiante de V año de administración de empresas de FAREM-ESTELI y es dirigida a los usuarios que utilizan el transporte de taxi intramunicipal en la ciudad de Estelí en el año 2017.

**Objetivo:** Evaluar la calidad del servicio de taxi por parte de los usuarios de la ciudad de Estelí en el año 2017.

#### DATOS GENERALES

Edad-----

Sexo-----

Nivel académico-----

Ocupación-----

#### GENERALIDADES DEL SERVICIO

1. ¿Cada cuánto utiliza el servicio de taxi?  
Diario----- Semanal----- Quincenal-----
2. ¿Con que fin utiliza el servicio de taxi?  
Para ir al trabajo ----- Toda movilidad-----  
Para ir a la escuela----- Hacer gestiones-----  
Otros (escribir) -----
3. ¿Está de acuerdo con el precio impuesto por el servicio?  
Sí----- No-----

#### III EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE TAXI

4. ¿Qué le parece la atención del servicio de taxi?  
Buena----- Regular----- Mala-----

5. Factores que influyen en la calidad del servicio
  - a) Estado de la unidad-----
  - b) Seguridad-----
  - c) Presentación del taxista-----
  - d) Rapidez-----
  - e) Trato a pasajeros-----
6. ¿Ha tenido conflictos con los cadetes de taxi por el servicio?  
Si----- NO-----
7. ¿Cuáles han sido los conflictos más frecuentes con los cadetes de taxi?  
Agresión verbal----- Inseguridad-----  
Estafa en la tarifa----- Rehúso al prestar el servicio-----  
Otro-----
8. ¿Cómo califica la higiene dentro de la unidad de taxi?  
Buena----- Regular----- Mala-----
9. ¿Cómo considera el estado físico en el que se encuentran las unidades de taxi?  
Buenas----- Regular----- Malas-----
10. ¿Cómo considera usted el volumen de las frecuencias de radio que sintonizan los taxistas?  
Alto----- Normal----- Bajo-----
11. ¿Los cadetes utilizan vestimenta acorde con su trabajo?  
Si----- No-----
12. ¿El aseo personal de los conductores es apreciable?  
Si----- No-----
13. ¿Tiene acceso al servicio cuando lo requiere?  
Si----- No-----
14. ¿El conductor le informa el costo de la tarifa al iniciar el servicio?  
Si----- No-----
15. ¿Una vez culminado el servicio el conductor mantiene el monto establecido inicialmente?  
Si----- No-----
16. ¿Considera usted que el sistema de tarifas establecidas es accesible?  
12 a 15----- 16 a 20----- 21 a 30----- 31 a 40----- 41 a 50-----

17. ¿Al momento de utilizar el servicio el conductor posee los conocimientos sobre la ubicación solicitada por usted?

Si----- No-----

### **SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE TAXI**

18. ¿Está satisfecho con la seguridad que brinda el servicio de taxi?

Si----- No-----

19. ¿Se siente satisfecho con tiempo que dura hasta llegar a su lugar de destino?      Sí----- No-----

20. ¿Le afectado el trayecto incompleto de parte del servicio de taxi?

Si----- No-----

21. ¿Le afecta la poca circulación de unidades de taxi en su barrio?

Si----- No-----

22. ¿El conductor demuestra ser amable durante la prestación del servicio?

Si----- No-----

23. ¿El conductor desempeña su trabajo con respeto?

Si----- No-----

24. ¿El personal muestra preocupación por mantenerlo satisfecho?

Sí----- No-----

25. ¿Conoce sus deberes y derechos como usuario del servicio de transporte de taxis?      Sí-----      No-----

26. ¿Conoce las leyes, normas y ordenanzas que regulan el servicio de transporte?      Si-----      No-----

### **SEGURIDAD**

27. ¿Durante el traslado el transportista respeta las señales de tránsito?

Si----- No-----

28. ¿El personal que presta el servicio realiza un desempeño laboral que brinda seguridad?      Si-----      No-----

29. ¿El conocimiento de las direcciones por parte del conductor le transmite una sensación de seguridad?      Si-----      No-----
30. ¿El transportista conduce dentro de los límites de velocidad establecido?  
Si-----      No-----
31. ¿Los niveles de ruido (música, teléfono, entre otros) dentro de la unidad son aceptables?      Si-----      No-----
32. ¿El conductor le exige hacer uso del cinturón de seguridad?  
Sí-----      No-----
33. ¿Durante la prestación del servicio el conductor evita el uso del celular?  
Sí-----      No-----



## ANEXO No.4. FOTOGRAFIAS SOBRE EL SERVICIO DE TAXIS EN ESTELI



Fotografía 1. Pobladora tomando taxi. Fuente López (2017)



Fotografía 2. Unidad de taxi en calle central de la ciudad de Estelí. Fuente López (2017)



Fotografía 3. Pobladora tomando taxi. Fuente López (2017)



Fotografía 4. Cadete de taxi brindando su servicio a una pobladora. Fuente López (2017)