



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA.**

**PROCESO DE TITULACIÓN**

**ABRIL 2023-SEPTIEMBRE 2023**

**EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA**

**PRUEBA PRÁCTICA**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**

**LICENCIADO EN COMERCIO**

**TEMA:**

**SERVICIO AL CLIENTE COMO INDICADOR DE CALIDAD EN LA  
COMPAÑÍA DE TRANSPORTE ESCOLAR E INSTITUCIONAL RIVERAS  
DEL BABAHOYO S.A. CTEIRB (ECUADOR)**

**ESTUDIANTE:**

**HUGO ALBERTO VEGA FERNANDEZ**

**TUTOR:**

**ING. DARWIN FABIAN TOSCANO RUIZ, PhD**

**AÑO 2023**

## **RESUMEN**

La realización del presente caso de estudio está basada en el servicio al cliente como indicador de calidad de la Compañía de Transporte Escolar e Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB, los indicadores de calidad permiten evaluar el desempeño de productos, servicios y personas, a través de este estudio se pretende determinar cómo afecta la manera en que se da el servicio a los usuarios del transporte para determinar si el servicio brindado es de calidad y el cliente tiene la satisfacción deseada.

El servicio que se da al cliente es de relevancia en la la Compañía de Transporte Escolar e Institucional Riveras Del Babahoyo S.A., por tanto, el analizar los procesos de la gestión administrativa también contribuirá a detectar aquellos indicadores para que el servicio se mantenga dentro de los estándares de calidad en la transportación de personal escolar e institucional.

Medir la satisfacción del cliente y que sea alta con respecto a otros prestadores de servicio de transportación terrestre es un indicador que dentro de la empresa las gestiones de los administradores dan resultados positivos para mantener un cliente satisfecho y que siga contratando los servicios que ofrece la Compañía de Transporte Escolar e Institucional Riveras Del Babahoyo S.A.

**Palabras claves:** servicio, cliente, calidad, transporte, indicadores

## **ABSTRACT**

The realization of this case study is based on customer service as a quality indicator of the School and Institutional Transportation Company Riveras Del Babahoyo S.A., quality indicators allow evaluating the performance of products, services and people, through this study aims to determine how it affects the way in which the service is provided to transport users to determine if the service provided is of quality and the client has the desired satisfaction.

The service provided to the client is relevant in the Compañía de Transporte Escolar e Institucional Riveras Del Babahoyo S.A., therefore, analyzing the administrative management processes will also contribute to detecting those indicators so that the service remains within the quality standards in the transportation of school and institutional personnel.

Measuring customer satisfaction and that it is high compared to other ground transportation service providers is an indicator that within the company the efforts of the administrators give positive results to keep a satisfied customer and that they continue contracting the services offered by the Company. of School and Institutional Transportation Riveras Del Babahoyo S.A.

**Keywords:** service, client, quality, transport, indicators

## INTRODUCCIÓN

El servicio de transporte está dado entre el usuario y un profesional del transporte que puede ser el dueño o la empresa que tiene a su cargo unidades de transportes para ofrecer el servicio. La Compañía de Transporte Escolar e Institucional Riveras del Babahoyo está constituida por 106 socios, los mismos que tienen acciones que para la compañía cada vehículo de un socio representa una acción, lo que significa para el socio un cupo.

Para que una empresa de transporte califique a dar un servicio de calidad a sus clientes debe de tener en la parte física vehículos que den comodidad y seguridad, al transportarse, luego ser conducidos por un profesional acreditado del transporte y cumplir con los horarios en los que se ofrece transportarse.

En la compañía de transporte Escolar e institucional Rivera Del Babahoyo S.A. CTEIRB se percibe que el problema se da al momento de cumplir con los requisitos básicos como son los tiempos dados para cumplir con los requerimientos del cliente, respetar horarios, lo que se ha visto en disminución en fletes y clientes que califican el servicio como poco satisfactorio.

Se identificó como falencia una inadecuada preparación de parte del personal que permita satisfacer al cliente con criterios de calidad y buena atención. Es importante destacar que la compañía no cuenta con un manual de atención de servicio al cliente, que genere vínculos y fidelización a través de la calidad, el respeto, comodidad, puntualidad y ágil atención.

En la compañía de transporte es frecuente que al no respetar los turnos asignados se asigne vehículos que en ocasiones no es el que se ha contratado lo que con frecuencia provoca molestias al cliente que con justa razón hacen los reclamos pertinentes, los mismo

que no son tomados en consideración para mejorar el servicio y reducir los inconvenientes, quejas por parte de los usuarios.

Así mismo, hay que considerar que una compañía que no ofrezca un adecuado servicio y no tome en consideración los cambios necesarios para mejorarlos, lo más consecuente será que cambien de prestadora de servicios, y por ende se vea afectada su parte de ingresos, que para toda empresa es necesario cuidar la rentabilidad.

Por tanto, la Gestión Administrativa debe mantenerse atenta a los cambios y al adecuado manejo de los recursos económicos, humanos y materiales y sin olvidar que existe el cliente interno, que en este caso son los socios que estarán complacidos con los beneficios de una gestión de calidad.

Actualmente, la operación de los servicios de transporte se está transformando y tratando de adaptarse al ritmo del mundo globalizado, pero la forma de operar de sus empresas está estancada. Para una compañía de servicios que no mire a futuro corre el riesgo de quedarse obsoleta, por tanto, es urgente que las compañías de transporte realicen un análisis de la gestión que están realizando, tendiendo como partida el talento humano que interviene en el proceso y una parte fundamental y no menos importante las unidades que se utilizan en la transportación, unidas ambas partes suman un servicio de calidad teniendo las condiciones óptimas que busca el usuario en el servicio de transporte.

Hay factores que determinan la calidad en el servicio de transporte entre ellos se encuentra la seguridad que perciba el usuario o cliente, el adecuado desempeño del personal que da el servicio, cumpliendo con las normas dispuestas a nivel nacional como es la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial y el respectivo Reglamento a la Ley.

## **DESARROLLO**

La Compañía de Transporte Escolar e Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB, es una empresa domiciliada en la ciudad de Babahoyo, capital de la Provincia de Los Ríos; República del Ecuador dedicada a la prestación de servicio de transporte comercial, escolar, institucional, la compañía en todo lo relacionado con Tránsito Transporte Terrestre, está sometida a la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y seguridad Vial y sus Reglamentos; y, a las regulaciones que sobre esta materia dictaren los organismos competentes de Transporte Terrestre y Tránsito. La compañía es de nacionalidad ecuatoriana, se consideran dueños de la compañía los accionistas, actualmente son 106; está gobernada por la Junta General de Accionistas y administrada por el Directorio, el Presidente y el Gerente General, quienes tendrán las atribuciones, derechos y obligaciones establecidas en la Ley de Compañías.

El presente caso de estudio se encuentra basado en el análisis del indicador de calidad a través del servicio al cliente que ofrece la Compañía de Transporte Escolar e Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB (ECUADOR), se encuentra enmarcado en la línea de investigación "Gestión administrativa, financiera, tributaria, auditoria, control", donde se da especial importancia a la coordinación que tienen las diferentes actividades de trabajo realizadas de forma eficiente y eficaz para la coordinación de todos los elementos humanos y materiales para la obtención de un producto o un servicio como es el caso de la empresa de transporte.

Se ha planteado conocer a través de un enfoque cualitativo cuáles son las expectativas del cliente con relación al servicio que brinda la compañía y el grado de satisfacción que obtiene el cliente al recibir efectivamente el servicio, también se realizó una entrevista al gerente de la compañía. Esto se ha hecho posible a través de utilizar instrumentos medición

cuantitativa como son las encuestas a los usuarios del servicio y de esta manera medir cuáles son sus expectativas, el nivel de información que poseen al tomar el servicio.

Las empresas de servicios deben instruir a sus clientes respecto de los beneficios del servicio que recibirán, es decir, el dónde y cuándo participar en el proceso del servicio que desean obtener y así de esta forma se alcanzarán los mejores resultados en el momento de tener la experiencia al adquirir el servicio. En este proceso el contacto de la empresa con el cliente es vital, esto es, a través campañas publicitarias que brinden información, sitios web, autoservicios, pantallas de computadoras, esto puede incluir incentivos financieros para motivar al cliente a acceder al servicio (Cordova Buiza, 2018).

El servicio también es el resultado de la ejecución de procesos que realiza la empresa para crear valor a un segmento de los clientes o usuarios de bienes, sean estos tangibles e intangibles, con el fin de dar garantía de derechos y facilitar el cumplimiento de sus deberes en un marco jurídico vigente (Ministerio del Trabajo, 2020).

Los servicios tienen características particulares como son la intangibilidad inseparabilidad, variabilidad y caducidad. La intangibilidad porque no se puede percibir por medio de los sentidos con anticipación, es decir no se puede calificar antes de haberlos obtenidos, por lo tanto, el reto para la empresa es que suelen realizar pruebas físicas y presenciales para que el cliente tenga una idea de lo que se está ofertando. Otra característica es su inseparabilidad puesto que los servicios se producen y consumen al mismo tiempo. También la variabilidad se da porque los servicios van a depender de quien lo da o presta, cuándo y en dónde se reciben. En cuanto a la caducidad del servicio, estos no se pueden guardar ni almacena (Kotler et al., 2021).

Por tales características se destacan las estrategias que se pueden implementar para que las empresas prestadoras de servicios mejoren su rentabilidad:

**Precio diferencial:** Distribuir la demanda que ocurre en horas pico.

**Fomento de la demanda en horas no habituales:** Promover el servicio en horas poco convencionales.

**Servicios adicionales:** Ofrecer a los clientes otras alternativas para cuando están esperando el servicio.

**Sistemas de reserva:** Permite controlar la demanda y manejar la atención que se da en el servicio.

**Colaboradores con trabajo a medio tiempo:** Que exista el personal para cubrir la atención al cliente en horarios cuando la demanda se incrementa.

**Introducción de rutinas de eficacia en horas pico:** Realizar los trabajos que ameriten ser necesarios cuando exista más demanda del servicio.

**Incremento de la participación del usuario:** El cliente pueda atenderse de ser necesario, en actividades que no demanden ayuda necesariamente como llenar documentos, o tomar artículos para llevar.

**Infraestructuras para futura expansión:** Cuando la demanda del servicio amerite que se creen nuevos espacios para brindar una atención más comodidad o cobertura donde el cliente o usuario tenga una mejor experiencia (Kotler et al., 2021).

El diseño que tengan los servicios es importante. La empresa debe implementar procesos efectivos donde el cliente tenga una participación activa, es decir, el cliente sienta que es importante para el proveedor del servicio que ha escogido. Vale la pena decir que procesos incorrectamente diseñados hacen en muchas ocasiones que la prestación del servicio sea decepcionante, aburrido, y en los peores escenarios que el personal de la empresa se



enfrente al cliente, lo que provoca una reducción en la productividad del empleado y la pérdida del usuario del servicio (Alcaide Casado, 2019).

En el análisis de un servicio se puede destacar que para emitir un criterio sobre ellos es necesario asociarlos a nuestros sentidos, puesto que para calificarlos tenemos que traerlos al plano físico. A diferencia de los productos, estos no se producen con características uniformes de tal manera que sean iguales, más bien suelen ser diferentes así sea el mismo servicio con otro proveedor (Paredes Sandoval et al., 2019).

La calidad se ha definido como un proceso donde participan todas las áreas de la empresa en forma activa en el perfeccionamiento de productos y/o servicios que le brinden satisfacción al cliente y aumenten su fidelidad al servicio brindado por la empresa. Así mismo también nos da un parámetro para medir la satisfacción de los clientes desde la producción hasta la entrega y consumo de un servicio o un bien ( D'Alessio Ipinza, 2020).

La calidad de un producto o servicio se precisa como la percepción que posee el cliente con respecto del valor percibido, es decir, lo que el cliente está dispuesto a pagar por dicho bien o servicio. Los clientes o usuarios perciben valor en un servicio en cuanto este puede ayudarles a resolver un problema, una necesidad y calificaran la calidad en función del grado de satisfacción que el producto o servicio les otorgue. Es por esto que es importante que las empresas que dan servicios tengan instrumentos que permitan medir las diferentes etapas del proceso al dar un servicio, puesto que afectará la calidad final del mismo (Cámara de Comercio de Málaga, 2019).

Para la empresa un reto es la calidad del servicio, más cuando esta se debe crear en la mente del usuario, cliente o consumidor, siendo lo más importante que lo que se ofrezca en el servicio supere ampliamente las expectativas o deseos que se tenga del servicio, por tanto, la calidad tiene una relación directa con los niveles de satisfacción que se pueda dar una vez que

se ha obtenido el servicio y a su vez que el cliente se sienta motivado a acudir al mismo proveedor del servicio (Izquierdo Espinoza & Anastacio Vallejos, 2021).

Actualmente, en un mundo globalizado, las empresas necesitan mejorar sus índices de eficiencia y competitividad para tener la preferencia y lealtad de sus clientes o usuarios. Por tanto, la calidad del servicio es vista como una oportunidad para que la empresa puede tener la fidelidad y preferencia frente a la competencia, es decir, que la calidad en el servicio será percibida en la relación favorable que tenga los deseos del cliente versus expectativas y a su vez lo que obtuvo finalmente, en consecuencia, siempre las expectativas deberán ser superadas por lo satisfecho que deje la empresa al cliente (Silva Treviño et al., 2021)

La Constitución de la República del Ecuador en la Sección Novena Personas Usuarias y Consumidoras establece con respecto a los derechos de los consumidores:

**Art. 52.-** Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor (Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador, 2021, p. 27).

**Art. 54.-** Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas (Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador, 2021).

Dentro del marco legal para el servicio de transporte en el Ecuador la Ley Orgánica De Transporte Terrestre Transito Y Seguridad Vial el Libro II del Transporte Terrestre Automotor establece en el Título I De La Naturaleza Y Objeto:

**Art. 46.-** El transporte terrestre automotor es un servicio público esencial y una actividad económica estratégica del Estado, que consiste en la movilización libre y segura de personas o de bienes de un lugar a otro, haciendo uso del sistema vial nacional, terminales terrestres y centros de transferencia de pasajeros y carga en el territorio ecuatoriano. Su organización es un elemento fundamental contra la informalidad, mejorar la competitividad y lograr el desarrollo productivo, económico y social del país, interconectado con la red vial internacional (Asamblea Constituyente, 2021, p. 20).

De las condiciones que se establecen para este servicio el Reglamento a Ley De Transporte Terrestre Transito Y Seguridad Vial, en el Libro II Del Transporte Terrestre Automotor, en el Título I De Las Condiciones De Transporte Terrestre expone:

**Art. 40.-** El transporte terrestre de personas y bienes es un servicio esencial que responde a las condiciones de:

**RESPONSABILIDAD.** - Es responsabilidad del Estado generar las políticas, regulaciones y controles necesarios para propiciar el cumplimiento, por parte de los usuarios y operadores del transporte terrestre, de lo establecido en la Ley, los reglamentos y normas técnicas aplicables.

**UNIVERSALIDAD.** - El Estado garantizará el acceso al servicio de transporte terrestre, sin distinción de ninguna naturaleza, conforme a lo establecido en la Constitución de la República y las leyes pertinentes.

**ACCESIBILIDAD.** - Es el derecho que tienen los ciudadanos a su movilización y de sus bienes, debiendo por consiguiente todo el sistema de transporte en general responder a este fin.

**COMODIDAD.** - Constituye parte del nivel de servicio que las operadoras de transporte terrestre de pasajeros y bienes deberán cumplir y acreditar, de conformidad a las normas, reglamentos técnicos y homologaciones que para cada modalidad y sistema de servicio estuvieren establecidas por la Agencia Nacional de Tránsito.

**CONTINUIDAD.** - Conforme a lo establecido en sus respectivos contratos de operación, permisos de operación, autorizaciones concedidas por el Estado sin dilaciones e interrupciones.

**SEGURIDAD.** - El Estado garantizará la eficiente movilidad de transporte de pasajeros y bienes, mediante una infraestructura vial y de servicios adecuada, que permita a los operadores a su vez, garantizar la integridad física de los usuarios y de los bienes transportados respetando las regulaciones pertinentes.

**CALIDAD.** - Es el cumplimiento de los parámetros de servicios establecidos por los organismos competentes de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial y demás valores agregados que ofrezcan las operadoras de transporte a sus usuarios.

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

MEDIO AMBIENTE. - El estado garantizará que los vehículos que ingresan al parque automotor a nivel nacional cumplan con normas ambientales y promoverá la aplicación de nuevas tecnologías que permitan disminuir la emisión de gases contaminantes de los vehículos (Asamblea Nacional Constituyente, 2021, pp. 10-11).

Los indicadores de calidad son herramientas que sirven para determinar el valor y la calidad, ya sea de un bien o un servicio que ofrezca una empresa. El departamento o unidad de calidad debe crear estándares que controlen los procesos que dan como resultado, sea un bien o un servicio. De los controles que realice la empresa dependerá el posicionamiento y competitividad de la compañía (Cámara de Comercio de Málaga, 2019).

Los indicadores de calidad son considerados como herramientas que permiten la medición tangible y cuantificable de productos y servicios para garantizar la plena satisfacción del cliente, por lo cual son considerados como instrumentos de control de calidad del producto o servicio. Existen indicadores de eficiencia y eficacia. Los indicadores de eficacia permiten medir el logro de lo que se propone, esto es, los resultados. El indicador de eficiencia permite medir el desempeño de un proceso, es decir, en cómo se han realizado lo que se ha hecho y en los recursos que se han utilizado (Ministerio del Trabajo, 2020).

La atención que se da a la calidad de los servicios hoy es una determinante para obtener la lealtad del usuario o cliente. Por consiguiente, una empresa debe poner su mayor esfuerzo en buscar que los servicios que ofrecen aporten el máximo de satisfacción al momento de tener la experiencia y hacer uso del servicio que el cliente solicite (Terán Ayay et al., 2021).

El presente estudio de caso Servicio al cliente como indicador de calidad en la Compañía de Transporte Escolar E Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB (Ecuador) la investigación es de tipo documental porque se analiza el aporte de los diferentes

conceptos con relación al tema, y es descriptiva por el análisis que se realiza con respecto del tema.

En el presente caso de estudio, la investigación se presenta con enfoque cualitativo, puesto que se evalúa la calidad de los servicios que la Compañía de Transporte Escolar E Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB, mediante los instrumentos de recolección de información como son las encuestas y las entrevistas que se realizó al gerente de la compañía, con las cuales se obtuvo información sobre la calidad del servicio que la empresa da a los clientes del servicio de transporte.

Se encuadra dentro de la modalidad de graduación de examen complejo, puesto que contempla la segunda etapa sobre caso de estudio, donde se analiza la temática del servicio al cliente en la Compañía de Transporte Escolar E Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB.

La población que se toma en consideración en el presente caso de estudio son los clientes que toman el servicio de transporte escolar e institucional en la compañía.

La investigación centró su unidad de análisis en los clientes que toman el servicio de transporte, los mismos que a través de sus respuestas dieron la información necesaria para realizar las conclusiones, por ser los involucrados directos en percibir la forma en que se da el servicio de transporte en la compañía y de sugerir las mejoras que se podrían hacer para que ellos puedan tener un servicio de calidad.

## CONCLUSIONES

Acorde con los datos que se obtuvieron en la entrevista realizada al gerente y en las encuestas a los clientes de la Compañía de Transporte Escolar e Institucional Riveras del Babahoyo CTEIRB S.A. se obtuvo las siguientes conclusiones:

Los clientes quieren cambios referentes a la forma de comunicación que actualmente maneja la empresa, deseen que sus necesidades referentes a comunicación, seguridad y demás servicios que da la compañía sean completamente satisfechas mediante utilizar los medios digitales, especialmente el WhatsApp, por considerarlo un medio práctico y sencillo para poder despejar sus dudas e interactuar con la compañía y obtener comunicación rápida y oportuna.

Al contratar los servicios los clientes desean obtener servicios de transportes de calidad y para ellos esto significa que el servicio debe de responder aspectos que consideran importantes como son la puntualidad, seguridad, comodidad y un buen trato al contratar los servicios brindados por la compañía de transporte.

Para un cliente significa de vital importancia que el chofer durante el viaje tenga una buena calificación, puesto que actualmente los clientes no obtienen de acuerdo a sus criterios de un servicio de transporte de calidad al calificarlo de bueno y pésimo la manera de conducir de un chofer.

Lo más importante que debe considerar la empresa y peligroso es que los clientes si están dispuestos a cambiar de compañía si se les presenta una mejor oferta que la que actualmente está dando la Compañía de Transporte Escolar e Institucional Riveras del Babahoyo CTEIRB S.A.

En efecto existe la disposición de parte de la gerencia de la compañía representada por su gerente de conocer los cambios que se deben implementar para que la empresa tenga un

servicio de calidad en la transportación, como son conocer lo que la Ley Orgánica De Transporte Terrestre Tránsito Y Seguridad Vía sobre el servicio de transporte, y; Reglamento manifiesta expresamente sobre lo que significa dar un servicio de calidad, y esto mantenerlo como política dentro de la empresa.



## BIBLIOGRAFÍA

- D'Alessio Ipinza, F. (2020). *Administración y Dirección de la Producción Enfoque estratégico y de calidad*. México: Pearson Educación.
- Alcaide Casado, J. C. (2019). *Marketing para las empresas de servicio profesionales*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Asamblea Constituyente. (2021). *Ley Orgánica de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial*. Quito: Lexis Finder.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2021). *Reglamento a la Ley de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial*. Quito: Lexis Finder.
- Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador. (2021). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Ediciones Constitucionales.
- Cámara de Comercio de Málaga. (28 de Noviembre de 2019). *master-malaga.com*. master-malaga.com: <https://www.master-malaga.com/empresas/criterios-nivel-calidad-producto/>
- Cordova Buiza, F. (2018). *Marketing de servicios*. Lima: Producción de Contenidos y Recursos.
- Izquierdo Espinoza, J. R., & Anastacio Vallejos, C. A. (2021). La calidad de servicio: revisión sistemática. *Tzhoeoen*, 13(2), 85. <https://doi.org/10.26495/tzh.v13i2.2002>
- Kotler, P. (2019). *Marketing 4.0*. LID. <https://doi.org/9788417277826>
- Kotler, P., & Stigliano, G. (2020). *Retail 4.0 10 Reglas para la era digital*. LID. <https://doi.org/ISBN:9788417880163>
- Kotler, P., Hollensen, S. O., & Oliver, M. (2022). *El marketing en redes sociales*. Ulrico Hoepli Editore. <https://doi.org/ISBN:9791254990018>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Satiawan, I. (2021). *Marketing 5.0*. Madrid: LID.
- Ministerio del Trabajo. (1 de Agosto de 2020). *www.trabajo.gob.ec*. [www.trabajo.gob.ec: https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/08/31-DSPI-16-Guia-para-la-aplicacion-de-la-matriz-de-reporte-de-indicadores.pdf](https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/08/31-DSPI-16-Guia-para-la-aplicacion-de-la-matriz-de-reporte-de-indicadores.pdf)
- Paredes Sandoval, M., Moreno Cueva, N. Y., Teran Andrade, P. E., & Salgado Chasipanta, D. J. (2019). *Marketing de servicios*. Guayaquil: Grupo Compás.
- París, J. A. (2018). *Marketing Estratégico*. AlfaOmega. <https://doi.org/ISBN:9789587783865>
- Silva Treviño, J. G., Macías Hernández, B. A., Tello Leal, E., & Delgado Rivas, J. G. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente. *Scielo*, 15(2), 86-87. <https://doi.org/10.29059/cienciauat>
- Terán Ayay, N. T., Gonzáles Vásquez, J., Ramírez López, R., & Palomino Alvarado, G. d. (2021). Calidad de servicio en las organizaciones de Latinoamérica. *Ciencia Latina*, V(1), 1186-1187. <https://doi.org/> [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v5i1.320](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i1.320)

# ANEXOS

## Anexo N°1.

### Carta de autorización de la Compañía de Transporte Escolar E Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA  
DECANATO



Babahoyo, 14 de septiembre de 2023  
D-FAFI-UTB-00736-2023


Ingeniera.  
Aracelly Pumaquero López.  
**GERENTE GENERAL DE LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE ESCOLAR E INSTUCIONAL RIVERA DE BABAHOYO S.A CTEIRB (ECUADOR).**

De mis consideraciones:

Reciba un cordial saludo por parte de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo, donde formamos profesionales altamente capacitados en los campos de Tecnologías de la Información y de Administración, competentes, con principios y valores cuya practica contribuye al desarrollo integral de la sociedad, es por ello que buscamos prestigiosas Empresas e Instituciones Públicas y Privadas en las cuales nuestros futuros profesionales tengan la oportunidad de afianzar sus conocimientos.

El señor **HUGO ALBERTO VEGA FERNANDEZ** con cédula de identidad No. **1206124891** estudiante de la carrera de Ingeniería Comercial, matriculado en el proceso de titulación en el periodo junio – octubre 2023, trabajo de titulación modalidad Estudio de Caso, previo a la obtención del grado académico profesional *universitario* de tercer nivel como Licenciado en Comercio, solicita por intermedio del Decanato de esta Facultad el debido permiso para poder culminar su proyecto, el cual titula: **"SERVICIO AL CLIENTE COMO INDICADOR EN LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE ESCOLAR INSTITUCIONAL RIVERAS DE BABAHOYO S.A CTEIRB (ECUADOR)"**.

Atentamente,

  
Ldo. Eduardo Galeas Guijarro, MAE.  
DECANO  
c.c: Archivo



  
Aracelly Pumaquero  
Gerente General  
14/09/23



|   |   |  |
|---|---|--|
| Av. Universitaria Km 2 7/8 vía Montalvo. Teléfono (05) 2572024<br>e-mail: decanato@afifi@utb.edu.ec | Elaborado por:<br>Ing. Marilyn Coloma Aguilar | Revisado por:<br>Ldo. Eduardo Galeas Guijarro, MAE |
|---|---|--|

***Anexo N° 2***

***Documento del RUC de la Compañía de Transporte Escolar E Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB***

**Razón Social**  
COMPANÍA DE TRANSPORTE ESCOLAR E  
INSTITUCIONAL RIVERAS DEL BABAHOYO  
S.A CTEIRB

**Número RUC**  
1291744389001

**Representante legal**  
• PUMAQUERO LOPEZ ARACELI LORENA

|   |   |   |
|---|---|---|
| <b>Estado</b><br>ACTIVO                             | <b>Régimen</b><br>GENERAL                     |   |
| <b>Fecha de registro</b><br>30/08/2012              | <b>Fecha de actualización</b><br>12/12/2022   | <b>Inicio de actividades</b><br>02/08/2012  |
| <b>Fecha de constitución</b><br>02/08/2012          | <b>Reinicio de actividades</b><br>No registra | <b>Cese de actividades</b><br>No registra   |
| <b>Jurisdicción</b><br>ZONA 5 / LOS RIOS / BABAHOYO |   | <b>Obligado a llevar contabilidad</b><br>SI |
| <b>Tipo</b><br>SOCIEDADES                           | <b>Agente de retención</b><br>NO              | <b>Contribuyente especial</b><br>NO         |

**Domicilio tributario****Ubicación geográfica**

Provincia: LOS RIOS Cantón: BABAHOYO Parroquia: CLEMENTE BAQUERIZO

**Dirección**

Calle: AUTOPISTA QUITO Número: S/N Intersección: SIN CALLE Número de piso: 0  
Referencia: JUNTO AL HOTEL LA CHORRERA

**Medios de contacto**

Email: jprm1963@hotmail.com Teléfono trabajo: 052745121 Celular: 0988529706

**Actividades económicas**

• H49220501 - SERVICIOS DE AUTOBUSES ESCOLARES Y AUTOBUSES PARA EL TRANSPORTE DE EMPLEADOS.

**Establecimientos**

|                 |                 |
|-----------------|-----------------|
| <b>Abiertos</b> | <b>Cerrados</b> |
| 1               | 0               |

**Obligaciones tributarias**

- 2021 - DECLARACIÓN SEMESTRAL IVA
- 1021 - DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA SOCIEDADES
- ANEXO RELACIÓN DEPENDENCIA
- ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO
- ANEXO ACCIONISTAS, PARTICIPES, SOCIOS, MIEMBROS DEL DIRECTORIO Y ADMINISTRADORES - ANUAL

**Razón Social**  
COMPAÑIA DE TRANSPORTE ESCOLAR E  
INSTITUCIONAL RIVERAS DEL BABAHOYO  
S.A CTEIRB

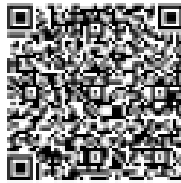
**Número RUC**  
1291744369001

• ANEXO DE DIVIDENDOS, UTILIDADES O BENEFICIOS - ADI

**i** Las obligaciones tributarias reflejadas en este documento están sujetas a cambios. Revise periódicamente sus obligaciones tributarias en [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec).

### Números del RUC anteriores

No registra



Código de verificación: RCR1687375220520784  
Fecha y hora de emisión: 21 de junio de 2023 14:20  
Dirección IP: 10.1.2.143

Validez del certificado: El presente certificado es válido de conformidad a lo establecido en la Resolución No. NAC-06ERCC/15-00000217, publicada en el Tercer Suplemento del Registro Oficial 462 del 19 de marzo de 2015, por lo que no requiere sello ni firma por parte de la Administración Tributaria, mismo que lo puede verificar en la página transaccional SRI en línea y/o en la aplicación SRI Móvil.



*Anexo N° 4*

**TABLA 1**

*Aplicación de la entrevista al Gerente de la CTEIRB S.A*

| <b>ORDEN</b> | <b>PREGUNTAS</b>   | <b>DATOS RELEVANTES</b>  |
|--------------|--|--|
| 1            | Desea usted que la compañía sea la preferida por los usuarios al momento de pedir el servicio de transporte  | Por supuesto que sí. Mas pienso que se podría realizar cambios para tener la preferencia del cliente   |
| 2            | ¿Conoce usted lo que sus clientes prefieren al momento de pedir el servicio de transporte?   | No exactamente, supongo que seamos responsables y que puedan llegar a su destino sin problemas   |
| 3            | Tiene usted conocimiento de lo que exige la Ley Orgánica De Transporte Terrestre Transito Y Seguridad Vía sobre el servicio de transporte                            | Tengo una idea de lo que se dice respecto de nuestro trabajo que es la transportación. Pero si en ocasiones pienso que deberíamos saber más del tema.    |
| 4            | Sabía usted que esta Ley y el Reglamento exige servicios de calidad, en términos de comodidad, seguridad en el momento que un cliente tomo el servicio de transporte | Algo conozco, pero no podría decir que tengo conocimiento cabal de todo lo que se exige respecto de lo que el cliente tiene derecho respecto al servicio |
| 5            | Diría usted que la compañía tiene socios que cumplen con estos requisitos al momento de dar el servicio  | Definitivamente no todos, sino no existirían quejas con respecto al cumplimiento de horarios y del servicio  |
| 6            | Estaría usted dispuesto a capacitar a los socios de la compañía para que el servicio de mejores experiencias al cliente al momento de transportarse                  | Claro que sí, estoy consciente que si no se mejora en el servicio el cliente buscará otra compañía y eso no es de beneficio para nadie en el negocio     |
| 7            | De qué manera diría usted que se le da un servicio de calidad al cliente que utiliza las unidades de la compañía   | Hasta ahora había considerado que llevar al cliente a su destino era lo suficiente y necesario, pero me doy cuenta que falta mucho más                   |
| 8            | Que cambios estaría usted dispuesto a realizar para mejorar el servicio de transporte en la compañía   | La verdad que hace falta capacitarnos en estos temas para dar mejores servicios a los clientes   |

*Nota. Entrevista realizada al Gerente de Compañía de Transporte Escolar E Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB  
Elaboración propia*

## *Anexo N° 5*

*Encuesta aplicada a los clientes de la CTEIRB S.A*

**1 Qué calificación daría usted a la calidad del servicio de transporte recibido en la Compañía de Transporte Escolar e Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB:**

Excelente  
Muy bueno  
Bueno  
Regular  
Pésimo

**2 Diría usted que la información que da la compañía de transporte respecto a seguridad es:**

Excelente  
Muy buena  
Buena  
Pésima

**3 Indicaría usted que es necesario que la empresa tenga información completa y precisa de los servicios que ofrece**

Si  
No

**4 Considera usted que la compañía debe tener información a través de diferentes medios digitales tales como:**

Correo electrónico  
WhatsApp  
Instagram  
Facebook  
Telegram

**5 Estima usted que obtuvo suficiente información sobre los servicios específicos que da la compañía**

Si  
No

**6 De los siguientes aspectos sobre la calidad del servicio usted valora:**

Puntualidad  
Seguridad  
Comodidad  
Buen Trato



**7 Cómo calificaría usted la forma de conducir del chofer durante el viaje que realizó en la Compañía de Transporte Escolar e Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB:**

Excelente  
Muy buena  
Buena  
Pésima

**8 Si otra empresa de transporte le ofrece mejores beneficios por el servicio de transporte estaría usted dispuesto a:**

Seguir en la compañía  
Esperar el cambio  
Cambiar de empresa  
Considerar otras alternativas

**9 Qué calificación daría usted a la calidad del servicio de transporte recibido en la Compañía de Transporte Escolar e Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB:**

Excelente  
Muy bueno  
Bueno  
Regular  
Pésimo

**10 De no recibir usted lo que considera un buen servicio volvería a contratar los servicios de la Compañía de Transporte Escolar e Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB compañía**

Si  
No

*Nota. Precisar cómo perciben los clientes el servicio de transporte de la Compañía de Transporte Escolar E Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB.*

*Anexo N° 6.*

**TABLA 2**

*Encuesta aplicada a los clientes de la Compañía de Transporte Escolar E Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB.*

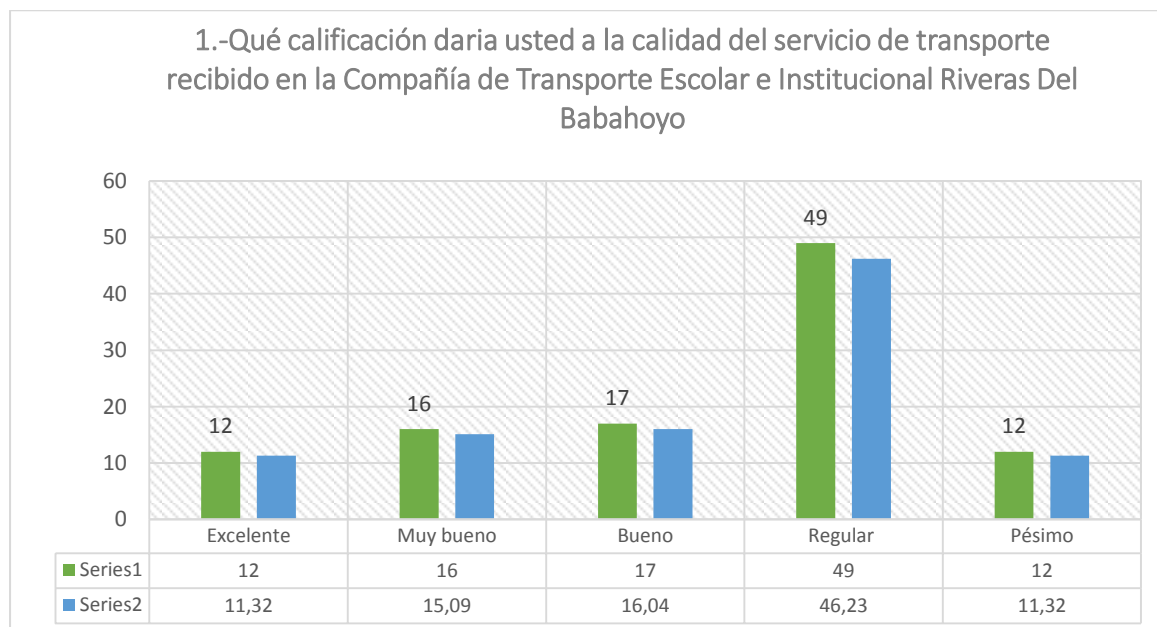
**1** Qué calificación daría usted a la calidad del servicio de transporte recibido en la Compañía de Transporte Escolar e Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB:

| <b>Respuesta</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje válido %</b> |
|------------------|-------------------|----------------------------|
| <b>Excelente</b> | 12                | 12,32%                     |
| <b>Muy bueno</b> | 16                | 15,09%                     |
| <b>Bueno</b>     | 17                | 16,04%                     |
| <b>Regular</b>   | 49                | 46,23%                     |
| <b>Pésima</b>    | 12                | 11,32%                     |
| <b>Total</b>     | <b>106</b>        | <b>100%</b>                |

*Elaboración propia.*

**FIGURA 1**

*Calidad del servicio de transporte*



*Nota.* Las series uno corresponde al número de encuestados, la serie dos al porcentaje

*Elaboración propia*

### **Análisis e interpretación**

Según los resultados de la gráfica se obtiene que el 16,04% de las personas encuestadas califican la atención del servicio al cliente que recibe por parte de la Compañía como bueno, el 15,09% de ellos como muy bueno 15,09% como muy buena y solo un 11,32% considera que la atención recibida es pésima. En este sentido, se considera que uno de los aspectos negativos que en la compañía de transporte no se está considerando es que debe de dar un buen servicio al cliente puesto que un 49,23% consideró que el servicio es regular.

### *Anexo N° 7.*

**Tabla 3**

*Encuesta aplicada a los clientes de la Compañía de Transporte Escolar E Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB*

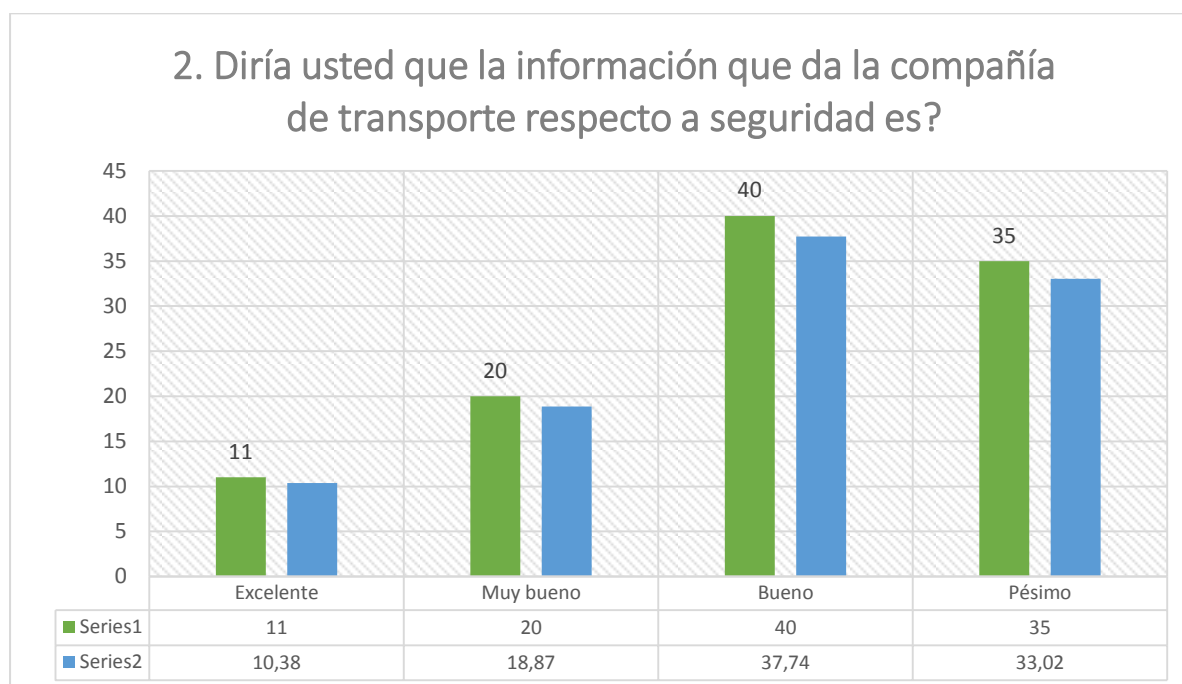
**2 Diría usted que la información que da la compañía de transporte respecto a seguridad es:**

| <b>Respuesta</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje válido %</b> |
|------------------|-------------------|----------------------------|
| Excelente        | 11                | 10,38%                     |
| Muy bueno        | 20                | 18,87%                     |
| Bueno            | 40                | 37,74%                     |
| Pésima           | 35                | 33,02%                     |
| <b>Total</b>     | <b>106</b>        | <b>100%</b>                |

*Elaboración propia*

**Figura 2**

*Información sobre seguridad*



*Nota.* Las series uno corresponde al número de encuestados, la serie dos al porcentaje  
*Elaboración propia*

### **Análisis e interpretación**

Según la gráfica mostrada se refleja que el 37,74% de los clientes encuestados califica que la información que la compañía ofrece respecto de seguridad es buena, mas sin embargo se acerca peligrosamente a un 33,02% a pésimo. En muy bueno solamente es considerado por el 18,87% y un 10,38% lo considera Excelente. Para una empresa que su actividad es el servicio de transporte es preocupante, lo que se requiere que se revise en forma urgente la manera cómo perciben los clientes en servicio de transporte.

Anexo N° 8

Tabla 4

Encuesta aplicada a los clientes de la Compañía de Transporte Escolar E Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB

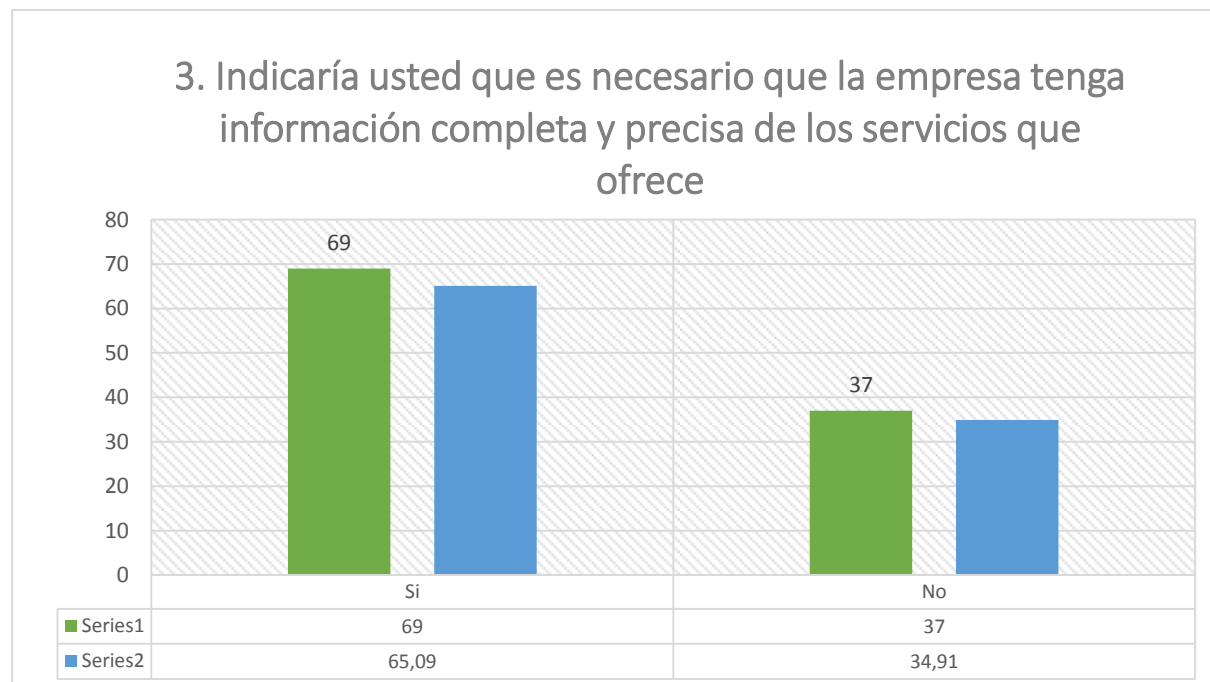
**3 Indicaría usted que es necesario que la empresa tenga información completa y precisa de los servicios que ofrece**

| Respuesta    | Frecuencia | Porcentaje válido % |
|--------------|------------|---------------------|
| Si           | 67         | 10,38%              |
| No           | 39         | 18,87%              |
| <b>Total</b> | <b>106</b> | <b>100%</b>         |

Elaboración propia

Figura 3

Necesidad de información sobre los servicios



Nota. Las series uno corresponde al número de encuestados, la serie dos al porcentaje

Elaboración propia

## **Análisis e interpretación**

Mediante la tabulación realizada se evidencia que de los usuarios encuestados el 65,09% considera que la compañía debe de tener información completa y precisa respecto de los servicios de transporte que ofrece, mientras que un 34,91% indica que no es necesaria la información de los servicios que da la empresa. Comparando se nota que existe más personas interesadas en obtener información respecto a los servicios que van a tener de la compañía de transporte, lo que hace necesario mejorar la forma de tener informados a los usuarios actuales y futuros de los servicios prestados por la compañía de transporte.

### *Anexo N° 9*

#### **Tabla 5**

*Encuesta aplicada a los clientes de la Compañía de Transporte Escolar E Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB*

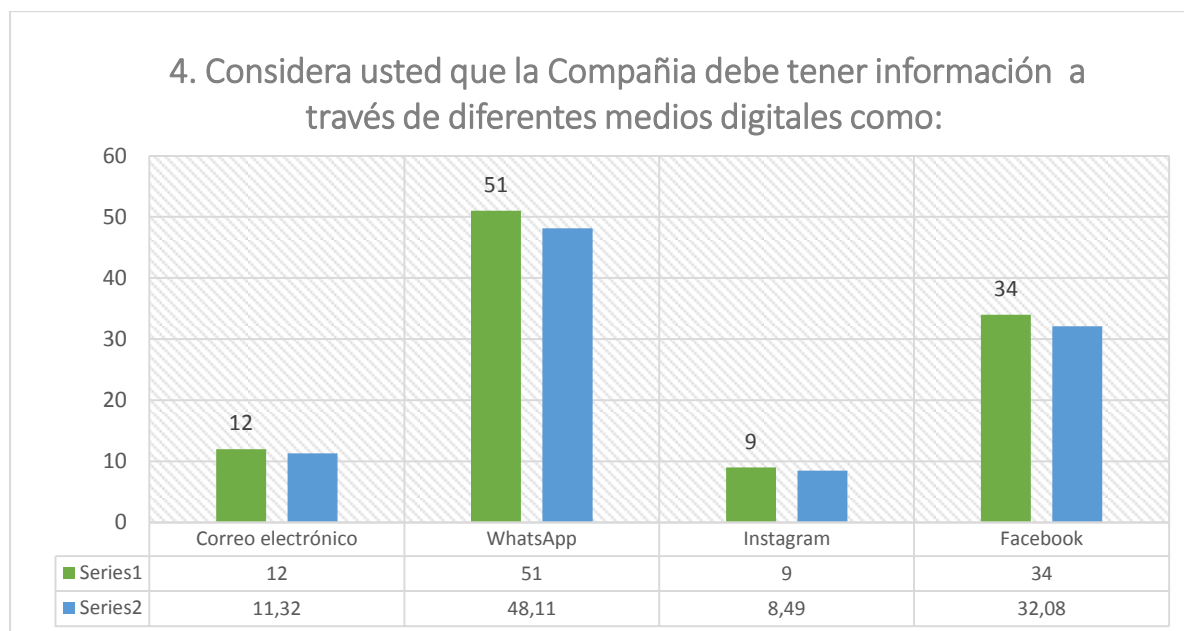
#### **4. Considera usted que la compañía debe tener información a través de diferentes medios digitales tales como:**

| <b>Respuesta</b>   | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje válido %</b> |
|--------------------|-------------------|----------------------------|
| Correo electrónico | 12                | 12,32%                     |
| WhatsApp           | 16                | 15,09%                     |
| Instagram          | 17                | 16,04%                     |
| Facebook           | 49                | 46,23%                     |
| Telegram           | 12                | 11,32%                     |
| <b>Total</b>       | <b>106</b>        | <b>100%</b>                |

*Elaboración propia*

**Figura 4**

*Utilización de medios digitales*



*Nota.* Las series uno corresponde al número de encuestados, la serie dos al porcentaje  
*Elaboración propia*

**Análisis e interpretación**

Según los datos reflejados en la gráfica el 48,11% de los clientes encuestados respondieron que el medio digital que consideran de preferencia para obtener información es el WhatsApp, mientras que también está considerado como un medio digital importante para los clientes es el Facebook con un 32,08%. El correo electrónico tiene su preferencia, aunque baja con un escaso 11,32%, y el Instagram con un 8,49% que es bajo, pero tiene personas que lo consideran un medio por el cual tener información. En consecuencia, esto representa que los clientes prefieren estar comunicados por los medios de su preferencia, y demuestra la importancia que tiene estar informados al momento de contratar un servicio de transporte.

## Anexo N° 10

**Tabla 6**

*Encuesta aplicada a los clientes de la Compañía de Transporte Escolar E Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB*

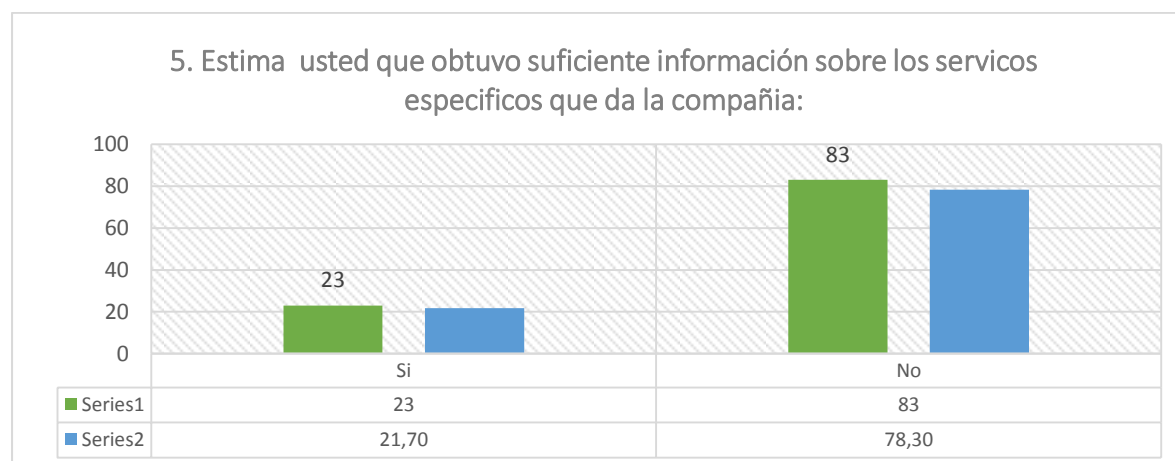
### 5 Estima usted que obtuvo suficiente información sobre los servicios específicos que da la compañía

| Respuesta    | Frecuencia | Porcentaje válido % |
|--------------|------------|---------------------|
| Si           | 67         | 10,38%              |
| No           | 39         | 18,87%              |
| <b>Total</b> | <b>106</b> | <b>100%</b>         |

*Elaboración Propia*

**Figura 5**

*Servicios específicos de la Compañía*



*Nota.* Las series uno corresponde al número de encuestados, la serie dos al porcentaje

*Elaboración propia*

### Análisis e interpretación

Como se muestran los resultados de la encuesta el 78,30% de los clientes respondieron que no obtuvieron suficiente información con respecto de los servicios específicos de la compañía, en tanto que tan solo un 21,70% respondieron que si habían obtenido la información necesaria. Es necesario notar que el cliente se encuentra con la



necesidad de obtener información, pero no solamente la que se encuentra disponible según la empresa, sino la que el cliente sienta que es la necesaria para tener un servicio de calidad en lo que se refiere a transporte escolar, de personal e institucional que brinda la Compañía de Transporte Escolar E Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB.

*Anexo N° 11*

**Tabla 7**

*Encuesta aplicada a los clientes de la Compañía de Transporte Escolar E Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB*

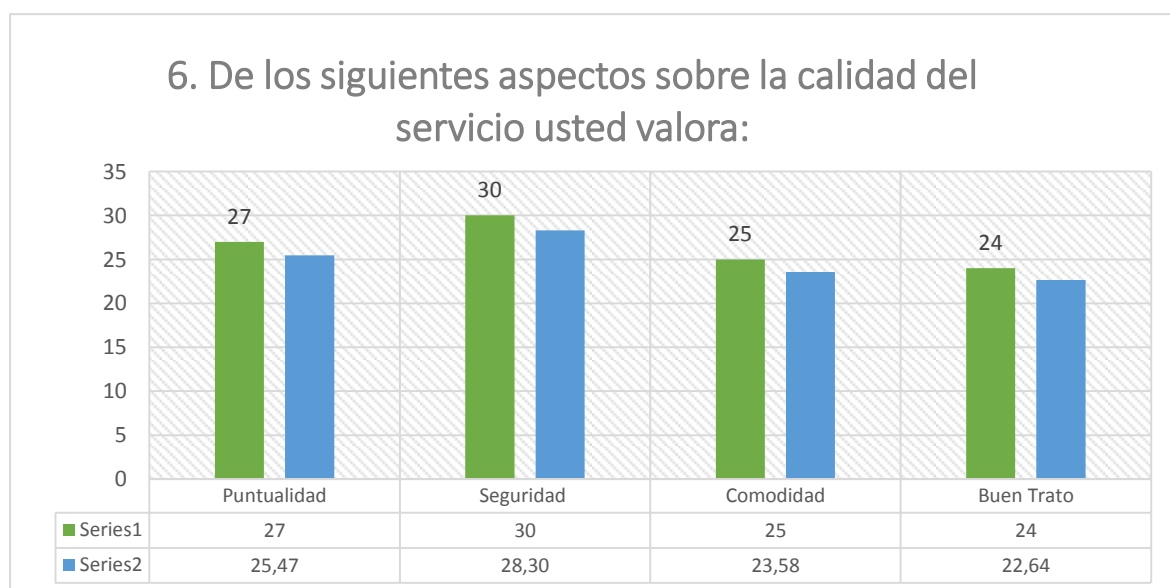
**6 De los siguientes aspectos sobre la calidad del servicio usted valora:**

| Respuesta   | Frecuencia | Porcentaje válido % |
|-------------|------------|---------------------|
| Puntualidad | 27         | 25,47%              |
| Seguridad   | 30         | 28,30%              |
| Comodidad   | 25         | 23,58               |
| Buen trato  | 24         | 22,64               |
| Total       | 106        | 100%                |

*Elaboración Propia*

**Figura 6**

*Servicios de calidad*



*Nota.* Las series uno corresponde al número de encuestados, la serie dos al porcentaje

*Elaboración propia*

## **Análisis e interpretación**

Según los resultados obtenidos de la encuesta se obtiene que el 28,30% de los clientes valora la seguridad como un aspecto importante de la calidad a considerar, seguido de un 25,47% que dan mucho valor a la puntualidad como un parámetro importante para calificar que un servicio de transporte es de calidad, otro grupo de clientes consideraron que la comodidad también es importante con un 23,58%, y no puede faltar como argumento importante para calificar la calidad en el servicio el Buen trato con un 22,64%. Todo lo expresado muestra que las personas desean un servicio de transporte de calidad y que pueda ofrecerles puntualidad, seguridad, comodidad y un buen trato para percibir que están obteniendo calidad en el servicio de transportación.

### *Anexo N° 12*

#### **Tabla 8**

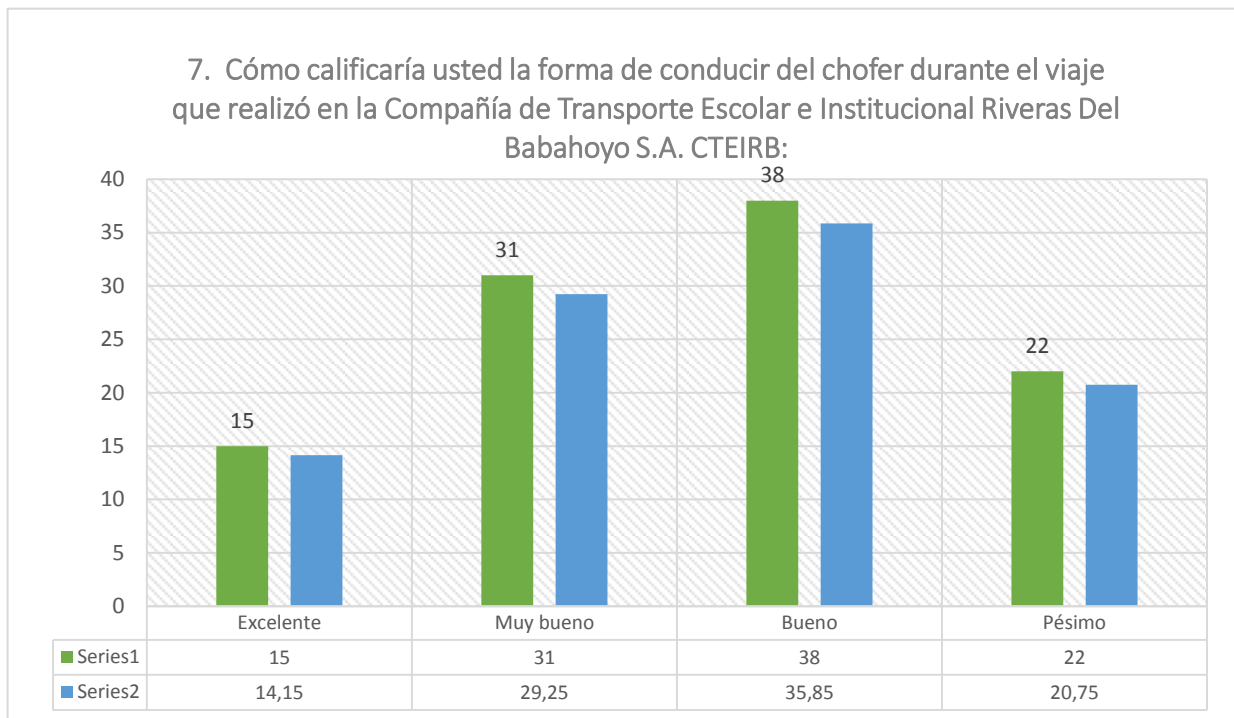
*Encuesta aplicada a los clientes de la Compañía de Transporte Escolar E Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB*

**7 Cómo calificaría usted la forma de conducir del chofer durante el viaje que realizó en la Compañía de Transporte Escolar e Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB:**

| <b>Respuesta</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje válido %</b> |
|------------------|-------------------|----------------------------|
| Excelente        | 11                | 10,38%                     |
| Muy bueno        | 20                | 18,87%                     |
| Bueno            | 40                | 37,74%                     |
| Pésima           | 35                | 33,02%                     |
| <b>Total</b>     | <b>106</b>        | <b>100%</b>                |

*Elaboración propia*

**Figura 7**  
*Calificación de la forma de conducir del chofer*



*Nota.* Las series uno corresponde al número de encuestados, la serie dos al porcentaje  
*Elaboración propia*

**Análisis e interpretación**

Según los datos obtenidos un 35,85% califica la forma de conducir del chofer como Buena, mientras que un 29,25% manifiesta que es Muy buena, también hay otros clientes que califican de excelente con un 14,15% es un número bastante reducido en comparación con el 20,75% que considera que su experiencia ha sido Pésima. Es una alerta con respecto de la forma de conducir del chofer durante el viaje, porque la mayoría de personas califican como un estándar de calidad la seguridad, y al no obtener lo que se busca en un servicio, lo más probable es que se cambie de proveedor.

Anexo N° 13

**Tabla 9**

*Encuesta aplicada a los clientes de la Compañía de Transporte Escolar E Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB*

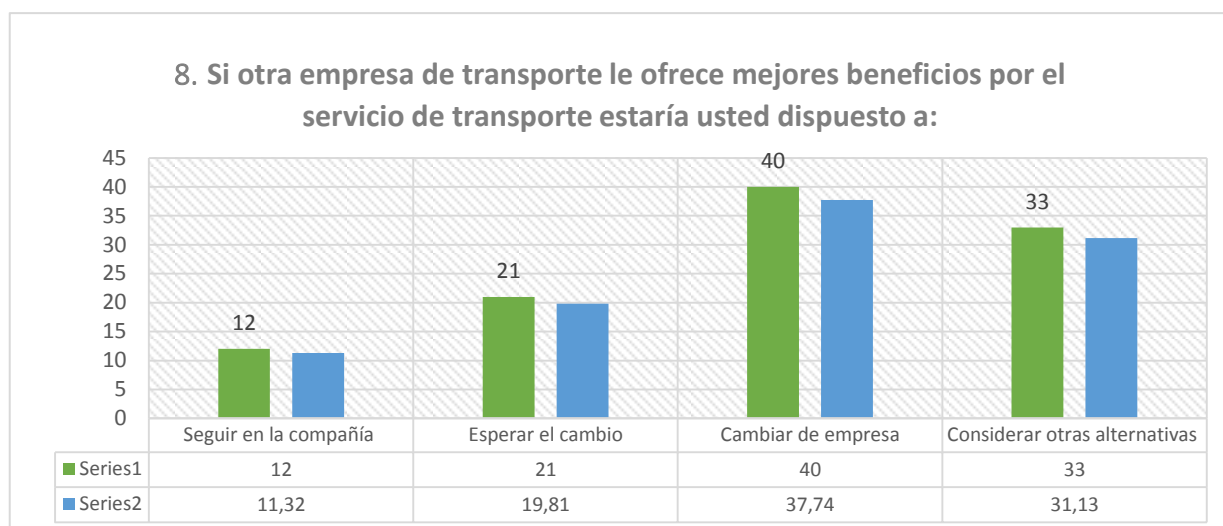
**8 Si otra empresa de transporte le ofrece mejores beneficios por el servicio de transporte estaría usted dispuesto a:**

| Respuesta                     | Frecuencia | Porcentaje válido % |
|-------------------------------|------------|---------------------|
| Seguir en la compañía         | 12         | 11,32%              |
| Esperar el cambio             | 21         | 19,81%              |
| Cambiar de empresa            | 40         | 37,74%              |
| Considerar otras alternativas | 33         | 31,13%              |
| <b>Total</b>                  | <b>106</b> | <b>100%</b>         |

*Elaboración propia*

**Figura 8**

*Cambiar de compañía por mejores beneficios*



*Nota. Las series uno corresponde al número de encuestados, la serie dos al porcentaje*

*Elaboración propia*

## **Análisis e interpretación**

De acuerdo a lo expresado por los encuestados 37,74% manifestó que ve como alternativa cambiar de empresa si ésta nueva empresa ofrece mejores beneficios, siguiendo de otro grupo que considera también considerar otras alternativas el 31,13% si ve mejores beneficios, en cambio existe un reducido grupo de clientes que considera dar una oportunidad al esperar el cambio que son apenas un 19,81%, y un pequeño grupo de clientes con un 11,32% que está dispuesto a seguir en la compañía de transporte. Es oportuno considerar que muy pocos clientes están dispuestos a esperar cambios lo que hace suponer que las mejoras en el servicio no pueden esperar y que se deben implementar en forma inmediata.

### *Anexo N° 14*

**Tabla 10**

*Encuesta aplicada a los clientes de la Compañía de Transporte Escolar E Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB*

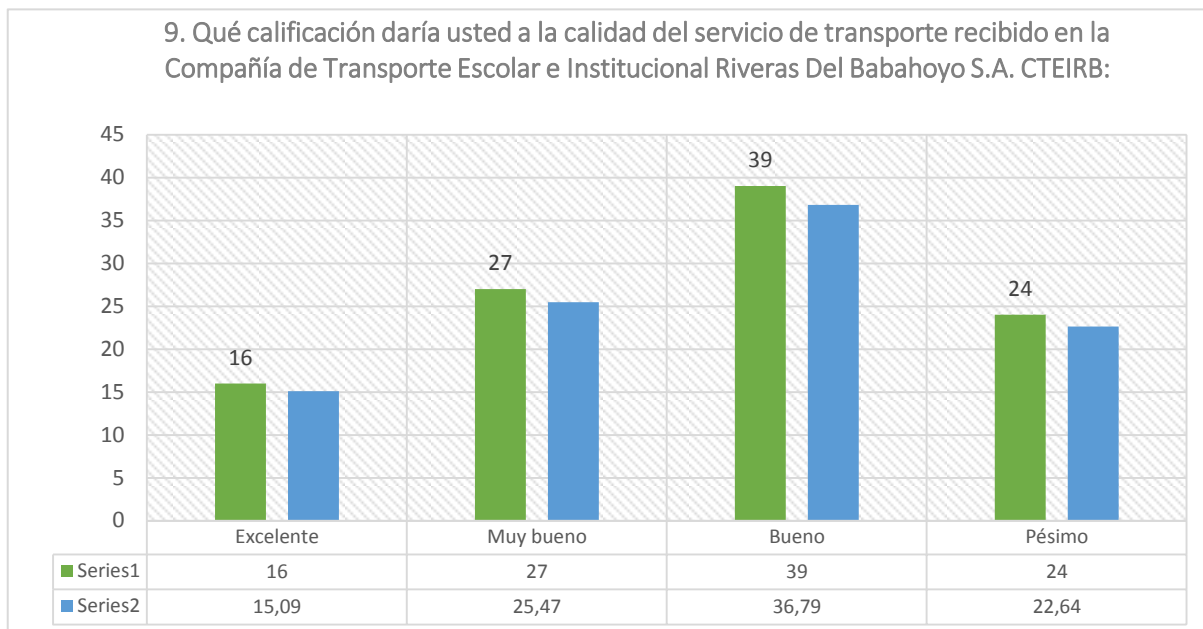
#### **9 Qué calificación daría usted a la calidad del servicio de transporte recibido en la Compañía de Transporte Escolar e Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB:**

| <b>Respuesta</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje válido %</b> |
|------------------|-------------------|----------------------------|
| Excelente        | 16                | 10,38%                     |
| Muy bueno        | 27                | 18,87%                     |
| Bueno            | 39                | 37,74%                     |
| Pésimo           | 24                | 33,02%                     |
| <b>Total</b>     | <b>106</b>        | <b>100%</b>                |

*Elaboración propia*

**Figura 9**

*Calificación del servicio de la Compañía de Transporte Escolar e Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB*



*Nota.* Las series uno corresponde al número de encuestados, la serie dos al porcentaje  
*Elaboración propia*

### **Análisis e interpretación**

En relación con la calificación que los clientes dieron al servicio de transporte recibido en la Compañía de Transporte Escolar E Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB un 36,79% manifestaron que el servicio es Bueno, mientras que un 25,47% lo calificaron de Muy bueno, estas dos calificaciones son alentadoras, mientras un 15,09% dieron una calificación de Excelente, sin embargo, un preocupante 22,64% dieron una calificación de Pésimo al servicio recibido por la compañía. En efecto hay que tomar en cuenta que no se califica a la empresa en excelencia en el servicio, hay que analizar que no están completamente satisfechos los clientes.

Anexo N° 15

**Tabla 11**

*Calificación del servicio de la Compañía de Transporte Escolar e Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB*

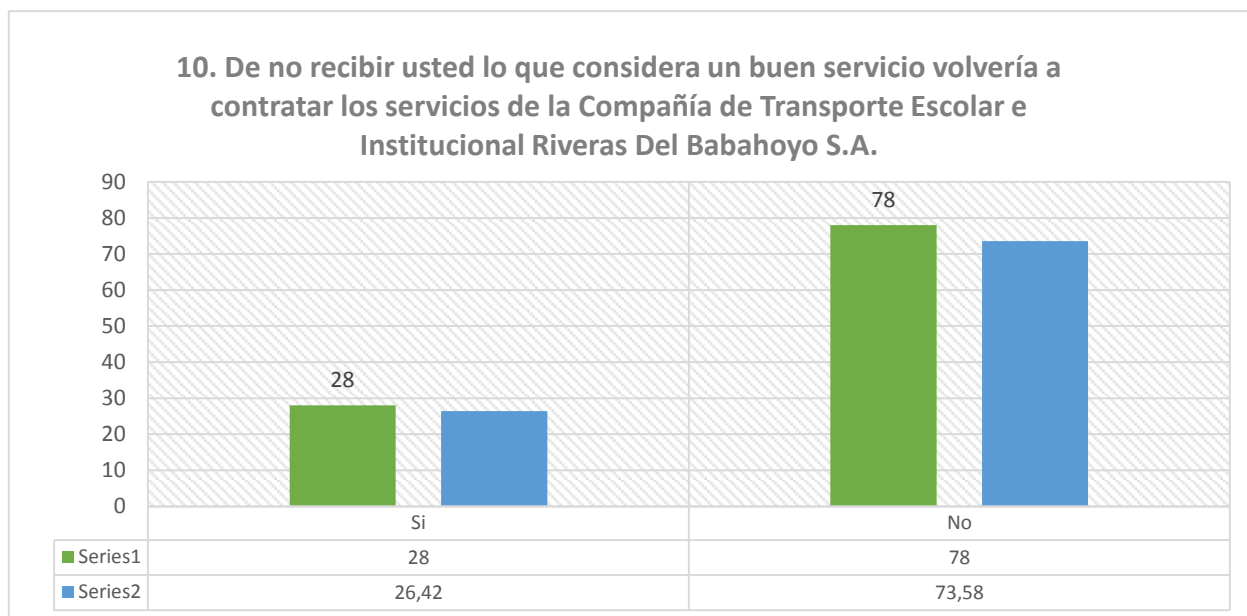
**10 De no recibir usted lo que considera un buen servicio volvería a contratar los servicios de la Compañía de Transporte Escolar e Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB compañía**

| Respuesta    | Frecuencia | Porcentaje válido % |
|--------------|------------|---------------------|
| Si           | 28         | 26,42%              |
| No           | 78         | 73,58%              |
| <b>Total</b> | <b>106</b> | <b>100%</b>         |

*Elaboración propia*

Figura 10

*Consideración respecto a volver a contratar el servicio*



*Nota.* Las series uno corresponde al número de encuestados, la serie dos al porcentaje

*Elaboración propia*

## **Análisis e interpretación**

Por lo que se refiere a si los clientes volverían a contratar los servicios de la Compañía de Transporte Escolar E Institucional Riveras Del Babahoyo S.A. CTEIRB de no recibir lo que se considera un buen servicio, un 73,58% manifestó un rotundo No, hay que destacar que, aunque la mayoría considera que existen falencias en el servicio hay un pequeño grupo de clientes que considera que Si y están representados en un 26,42%, contrataría los servicios a pesar de no recibir lo que consideran un buen servicio. La compañía debe realizar los cambios y gestiones necesarias para que este pequeño grupo que, a pesar de no estar completamente conforme, sigue contratando los servicios de transporte que ofrece la compañía.