



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

Análisis de la satisfacción del usuario del terminal terrestre de Vinces
y propuesta de Modelo de Gestión

AUTORES:

Garófalo Oyola, Félix Alberto
Zaldumbide Peralvo, Andrés Sebastián

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

TUTORA:

Eco. Lapo Maza, María del Carmen, PhD.

Guayaquil, Ecuador

2021



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el **Ing. Garófalo Oyola, Félix Alberto** y **Mgs. Zaldumbide Peralvo, Andrés Sebastián**, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de **Magíster en Administración de Empresas**.

DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Eco. Lapo Maza, María del Carmen, PhD.

REVISORA

Econ. Carrasco Corral, Priscilla Yesenia, Mgs.

DIRECTORA DEL PROGRAMA

Econ. María del Carmen Lapo Maza, Ph.D.

Guayaquil, a los 12 días del mes de julio del año 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **Garófalo Oyola, Félix Alberto y
Zaldumbide Peralvo, Andrés Sebastián,**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación, **Análisis de la satisfacción del usuario del terminal terrestre de Vinces y propuesta del Modelo de Gestión** previo a la obtención del título de **Magíster en Administración de Empresas**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.


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

Guayaquil, a los 12 días del mes de julio del año 2021

LOS AUTORES

f. 

Garófalo Oyola, Félix Alberto

f. 

Zaldumbide Peralvo, Andrés Sebastián



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

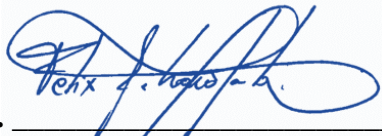
AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Garófalo Oyola, Félix Alberto y
Zaldumbide Peralvo, Andrés Sebastián,**


Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Análisis de la satisfacción del usuario del terminal terrestre de Vinces y propuesta del Modelo de Gestión,** cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 12 días del mes de julio del año 2021

LOS AUTORES

f. 

Garófalo Oyola, Félix Alberto

f. 

Zaldumbide Peralvo, Andrés Sebastián



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

REPORTE URKUND

The screenshot displays the URKUND web interface. The browser address bar shows the URL: `secure.orkund.com/old/view/104795322-473440-322576#Dck5DoAwDAXRu6S2kdJdgG66CKFAEKAU0liI784tp3rzlesq8CFcSdhldUZKYIViFeSCYTyTBSBF+wAKWsBQET...`

The interface includes a document information panel on the left and a source list on the right.

Documento: Analisis de la satisfaccion del usuario del terminal terrestre de Vinces y propuesta de modelo de gestión - Entrega para revisor Garofalo y Zalumbide.docx (D109928851)

Presentado por: 2021-06-29 20:21 (-06:00)

Presentado por: aszalumbide@gmail.com

Recibido: maria.lapo.ucsg@analysis.orkund.com

Mensaje: Entrega de proyecto de tesis. [Mostrar el mensaje completo](#)

3% de estas 61 páginas, se componen de texto presente en 9 fuentes.

Lista de fuentes:

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	https://repositorio.vpu.edu.ve/bitstream/UPEU/206/4/Yeny_Tesis_bachiller_2015.pdf.txt
	TESIS ARIAS VELA ELSA.docx
	https://repositorio.uqon.edu.ve/bitstream/handle/11537/15099/Calder%C3%93n%20Saldar%C3%93n%20Garc%C3%93a%20Lizbeth%20Navarrete...
	https://dspace.un.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/23087/1/Gina%20Lizbeth%20Navarrete...
	TESIS CAVERINAS JUMANDY-revisado para Urku.docx
	PROYECTO DE GRADO OSCAR VIZUETE.docx

The main content area shows a document viewer with a progress bar at 70%. The document text is partially visible:

previo a la obtención del título de MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TUTOR:
Eco. Lapo Maza, María del Carmen, PhD.
Guayaquil, Ecuador 2021

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL SISTEMA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CERTIFICACIÓN Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el

Ing. Garofalo Oyola, Félix Alberto y Mgs. Zalumbide Peralvo, Andrés Sebastián,

como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magister en Administración de Empresas.

DIRECTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por haber puesto en mi camino a todas las Instituciones académicas, empresas públicas y privadas que me permitieron desarrollar y perfeccionar mis habilidades personales y profesionales.

A mi familia, por su constante motivación y confianza, por todo ese apoyo emocional que siempre impulsan mis más grandes aspiraciones.

Finalmente, a todas aquellas personas que han enriquecido con sus afectos, conocimientos y experiencias, mi crecimiento como ser humano.

Garófalo Oyola, Félix Alberto

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y a la vida, por darme la fuerza y perseverancia para continuar en los proyectos y sueños en convertirme en un mejor profesional, así como mejor ser humano comprometido con la sociedad.

A la Universidad Católica Santiago de Guayaquil por abrirnos las puertas para un programa de posgrado de alta calidad y permitir el contacto con grandes docentes, así como el contacto permanente de sus autoridades y memorables compañeros de estudios.

A mi familia, por aguantar mis ocupaciones y desvelos, tolerar el tiempo invertido y apoyar en todo el proceso para poder conseguir esta gran distinción.

A mi esposa, Carolina, ya que eres el motor de mi vida, que me permite cada día esforzarme un poco más en luchar por mis ideales y objetivos.

Zaldumbide Peralvo, Andrés Sebastián

ÍNDICE

Resumen	XV
Abstract	XVI
Introducción.....	1
Problema de investigación.....	2
Formulación del problema.....	3
Justificación.....	3
Preguntas de investigación	5
Objetivos de la investigación	5
Objetivo general	5
Objetivos específicos.....	5
Capítulo I.....	6
Marco Teórico y Conceptual.....	6
Marco Teórico	6
Importancia de la satisfacción del cliente.....	8
Tipología de clientes	11
Calidad y satisfacción del cliente	14
Modelos para evaluar la satisfacción del cliente	16
Modelo Servqual	20
Evaluación económica de proyectos	21
Modelo de Gestión Administrativa	26
Aplicación de sistemas de control y proyecciones	28
Marco Conceptual	29
Servicio.....	29
Cliente	29
Atención al cliente.....	30
Servicio al cliente	30
Calidad.....	30
Satisfacción del cliente	31
Capítulo II.....	33
Marco Referencial	33
Contexto internacional a nivel de Latinoamérica.....	33
Contexto nacional.....	34

Contexto del Cantón Vinces.....	35
Administración de la terminal terrestre de Vinces	37
Capítulo III	38
Marco Metodológico	38
Enfoque de investigación	38
Alcance de investigación.....	38
Diseño de investigación.....	39
Instrumentos de investigación	41
Encuestas de satisfacción al cliente.....	41
Entrevistas	46
Población y muestra	46
Análisis de datos.....	47
Medición de la satisfacción de los usuarios	50
Dimensión Tangibles.....	51
Dimensión Fiabilidad	54
Capacidad de respuesta	57
Dimensión Seguridad	61
Dimensión Empatía	64
Análisis de la satisfacción de los usuarios.....	68
Análisis de las entrevistas.....	70
Capítulo IV	73
Desarrollo de la Propuesta.....	73
Objetivo de la propuesta.....	73
Objetivos específicos.....	73
Contexto del actual Terminal Terrestre	73
Talento humano de la terminal terrestre de Vinces.....	74
Gestión financiera del terminal terrestre de Vinces	78
Desarrollo de la propuesta.....	82
Organigrama y propuesta de personal	82
Análisis financiero del proyecto	84
Determinación de ingresos del proyecto	85
Determinación de costos fijos y costos variables del proyecto	89
Flujo de efectivo del proyecto	90
Disposición logística y arquitectónica del proyecto	95

Beneficios sociales y económicos	97
Conclusiones	98
Recomendaciones	99
Bibliografía.....	100
Anexos.....	108

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Bondades de tener clientes satisfechos.....	9
Tabla 2. Características que definen el perfil del cliente.....	11
Tabla 3. Tipología de clientes	12
Tabla 4. Cuestionario de la dimensión tangibles	42
Tabla 5. Cuestionario de la dimensión fiabilidad.....	43
Tabla 6. Cuestionario de la dimensión capacidad de respuesta.....	44
Tabla 7. Cuestionario de la dimensión seguridad.....	44
Tabla 8. Cuestionario de la dimensión empatía.....	45
Tabla 9. Cantidad de variables por dimensión del modelo ServQual	50
Tabla 10. Resultados de la dimensión Tangibles	53
Tabla 11. Resultados de la dimensión Fiabilidad.....	56
Tabla 12. Resultados de la dimensión Capacidad de Respuesta	59
Tabla 13. Resultados de la dimensión Seguridad.....	63
Tabla 14. Resultados de la dimensión Empatía.....	66
Tabla 15. Cantidad de puntos mínimos requeridos para entrar en el intervalo de aceptación.....	70
Tabla 16. Análisis de las entrevistas aplicadas.....	71
Tabla 17. Cargo y cantidad de personas del terminal terrestre de Vinces.....	76
Tabla 18. Actividad de operadores del terminal terrestre de Vinces.....	77
Tabla 19. Monto mensual promedio recaudado por el terminal terrestre de Vinces, por Cooperativa de transporte, 2020	79
Tabla 20. Ingresos percibidos por el terminal terrestre de Vinces en el año 2020	80
Tabla 21. Ingresos percibidos por el terminal terrestre de Vinces en el año 2020	80
Tabla 22. Balance del ejercicio 2020 del Terminal Terrestre de Vinces	81
Tabla 23. Personal administrativo y de servicios para Terminal Terrestre	83
Tabla 24. Distribución de rutas de cooperativas de Terminal Terrestre.....	84
Tabla 25. Proyecto de recaudación por concepto de arriendos	87
Tabla 26. Flujo de efectivo proyectado. ESCENARIO PESIMISTA: 75% DE OCUPACION LOCALES, TORNQUETE USD 0,10, ANDÉN USD 0,9 Y RECUPERACION DE LA INVERSIÓN DEL 80%	92

Tabla 27. Flujo de efectivo proyectado. ESCENARIO CONSERVADOR: 80% DE OCUPACION LOCALES, TORNQUETE USD 0,15, ANDÉN USD 1 Y RECUPERACION DE LA INVERSIÓN DEL 95% 93

Tabla 28. Flujo de efectivo proyectado. ESCENARIO OPTIMISTA: 90% DE OCUPACION LOCALES, TORNQUETE USD 0,25, ANDÉN USD 1,25 Y RECUPERACION DE LA INVERSIÓN DEL 100% 94

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Niveles de expectativas del consumidor. Adaptado de (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2009).....	11
Figura 2. Modelo de triángulo de servicios. Fuente: (Monterroso, 2017)	17
Figura 3. Modelo de ciclo del servicio. Fuente: (Giraldo, 2011).....	17
Figura 4. Modelo EFQM y Excelencia. Fuente: (Bureau Veritas, 2018).....	18
Figura 5. Importancia de un modelo de gestión. Adaptado de (Izquierdo Acosta, 2015)	27
Figura 6. Ubicación de Vinces en la provincia Los Ríos. Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2001).....	36
Figura 7. Dimensiones y cantidad de variables del modelo ServQual. Fuente: Bureau Veritas, 2018.....	42
Figura 8. Escala de Likert para medir la satisfacción del usuario.....	48
Figura 9. Resultados de la dimensión tangibles	52
Figura 10. Resultados de la dimensión fiabilidad.....	55
Figura 11. Resultados de la dimensión capacidad de respuesta.....	58
Figura 12. Resultados de la dimensión seguridad.....	62
Figura 13. Resultados de la dimensión empatía.....	65
Figura 14. Resultados del modelo Servqual por dimensión.....	69
Figura 15. Fotografías del terminal terrestre de Vinces	74
Figura 16. Personal del terminal terrestre de Vinces, por sexo. Fuente: GADM de Vinces, 2021.....	75
Figura 17. Personal del terminal terrestre de Vinces, por tipo de contrato. Fuente: GADM de Vinces, 2021.....	75
Figura 18. Remuneración promedio por tipo de contrato. Fuente: GADM de Vinces, 2021.....	76
Figura 19. Distribución del personal del terminal terrestre de Vinces, por cargo. Fuente: GADM de Vinces, 2021	77
Figura 20. Ingresos, egresos y déficit del terminal terrestre de Vinces en el año 2020. Fuente: GADM de Vinces, 2021.....	81
Figura 21. Propuesta de organigrama jerárquico	82
Figura 22. Implantación Plano Urbanístico.....	95

Figura 23. Planta arquitectónica.....	95
Figura 24. Construcción de Terminal Terrestre - Cortes	96
Figura 25. Construcción de Terminal Terrestre - Fachada.....	96

Resumen

En la ciudad de Vinces existe un Terminal Terrestre declarado provisional el cual ha generado pérdidas económicas en el año 2020 de USD 61,5 mil, misma que debieron ser asumidas por el gobierno autónomo municipal del cantón Vinces. Anexo a esta problemática el terminal no cuenta con un nivel óptimo de satisfacción de parte de sus usuarios. Este trabajo de investigación tiene como objetivo analizar la satisfacción de los usuarios del Terminal Terrestre de Vinces mediante la investigación de mercado para la propuesta de un modelo de gestión. El enfoque mixto caracterizó la presente investigación debido a que es un estudio de caso que pretende conocer a profundidad el fenómeno estudiado, sin necesariamente lograr la generalidad de resultados; donde se ocuparon dos instrumentos, uno de ellos fue una encuesta bajo el modelo ServQual donde la calificación global sobre la percepción de satisfacción fue de 61,51 puntos sobre un total de 100 puntos, resultado que permite conocer la insatisfacción por el servicio ofertado. Por otro lado, se entrevistó a personajes públicos, donde todos coinciden en que el espacio destinado para el terminal terrestre y su servicio, no presta las condiciones adecuadas para el Cantón. Con esa base se elaboró una propuesta de modelo de gestión optimizada para el contexto de Vinces, misma que proyecta un flujo neto de efectivo financiero de \$34.674 en el décimo año, tras la obtención de un Crédito Bancario BDE de \$2.270.049.

***Palabras Claves:** Modelo de gestión para un Terminal Terrestre, Satisfacción de usuarios en servicios, Percepción de Calidad, Aspecto socio económico y turístico de Vinces*

Abstract

In city of Vinces there is a Bus Terminal declared provisional which has generated economic losses in 2020 of USD 61.5 thousand, which should have been assumed by the autonomous municipal government of the Vinces region. Attached to this problem, the terminal does not have an optimal level of satisfaction from its users. This research work aims to analyze the user's satisfaction of the Vinces Bus Terminal through market research for the proposal of a management model. The mixed approach characterized the present investigation because it is a case study that tries to know in depth the studied phenomenon, without necessarily achieving the generality of results; where two instruments were used, one of them under was a survey under the ServQual model where the global rating on the perception of satisfaction was 61.51 points out of a total of 100 points, a result that allows us to know the dissatisfaction with the service offered. On the other hand, public figures were interviewed, where all agree that the space allocated for the land terminal and its service does not provide the appropriate conditions for the Canton. Based on this, a proposal for a management model optimized for the Vinces context was prepared, which projects a net financial cash flow of \$ 34,674 in the tenth year, after obtaining a BDE Bank Credit of \$ 2,270,049.

Key Words: *Management model for Bus Terminal, Satisfaction of users in services, Perception of Quality, Socio-economic and tourist aspect of Vinces*

Introducción

El trabajo presentado aborda un estudio que analiza la satisfacción de los usuarios del Terminal Terrestre del Cantón de Vinces, en vista de que la infraestructura provista para la función, carece de varios factores que permiten brindar un servicio de excelencia para sus usuarios. En el contexto nacional, el servicio de transporte terrestre se convierte en una necesidad imperativa para trasladarse entre diversas locaciones, mismas que están motivadas por razones turísticas, familiares y/o comerciales. Los terminales terrestres *per sé*, cumplen con el rol ulterior de proveer una logística para generar un alto tráfico de movilización para personas en miras de desplazarse a un destino específico.

El interés de este trabajo está preconizado a proyectos de desarrollo local e inversión por parte de los municipios con miras a promover el intercambio comercial y dinamización de la economía en locaciones específicas. Los terminales terrestres se articulan a una visión de coadyuvar, a través de su servicio, a la constante movilidad en beneficio de sus usuarios, por lo cual es prudente tener un control permanente, así como un aseguramiento de calidad; con la finalidad de poder promover una calidad adecuada para la percepción de satisfacción del cliente, misma que dependerá de diversos factores, tales como: logística, precios, calidad de servicio, señalética, comunicación, instalaciones, entre otros.

En el primer capítulo que corresponde al marco teórico hace un abordaje de fundamentación científica, mismo que brinda un contexto más amplio sobre la investigación en cuestión, siendo elementos claves la importancia de la satisfacción de clientes, ya que debemos entender y dimensionar la percepción de los usuarios sobre los servicios y productos ofertados, mismos que deben estar sometidos a una evaluación constante, que por consiguiente permitirá generar estándares de calidad cada vez más altos. En este mismo capítulo se encuentra un marco conceptual, el cual permite demarcar la conceptualización de términos como: servicio, cliente, calidad, satisfacción del cliente entre otros; precisamente es importante dar a conocer el entendimiento de parte de los autores para los lectores del producto investigativo.

En el segundo capítulo se realiza una revisión compuesta por el marco referencial, el cual permite contrastar diversos trabajos, investigaciones, artículos y publicaciones con relevancia contextual al proyecto *per se*. Este capítulo aborda un marco

internacional, analizando casos en Colombia y Perú, para después llegar a un marco nacional, en ciudades como Latacunga, Cuenca y Riobamba, entendiendo las diversas dimensiones, referencias, apartados y enfoques ocupados para entender y analizar la satisfacción de los usuarios de terminales terrestres, mismos que permitirán generar instrumentos de valoración en el contexto de Vinces.

En el tercer capítulo se plasma la metodología que se ocupa para la investigación, siendo elementos clave: el enfoque, el tipo de investigación, la delimitación de la muestra para poder corroborar la hipótesis planteada; de igual manera la creación y aplicación de instrumentos que permitan la obtención de datos, así como la tabulación de los mismos, con la finalidad de generar una lectura pormenorizada y plantear recomendaciones acorde a las conclusiones extraídas de la investigación, bajo el contexto de la interpretación de los resultados.

Por otro lado, en el cuarto capítulo se genera una propuesta de modelo de gestión para mejorar la percepción de satisfacción de los usuarios del terminal terrestre ubicado en el Cantón de Vinces.

Problema de investigación

Vinces, también conocido como París Chiquito es una zona de tráfico intercantonal e interprovincial colindando con Palenque, por el norte, con la provincia del Guayas, por el sur y el oeste, y con Baba, Ventanas y Pueblo viejo por el este. El mencionado Cantón se encuentra ubicado en la provincia de Los Ríos, con una extensión de 693 kilómetros cuadrados, es uno de los cantones más antiguos de la provincia cuya fundación fue el 14 de junio de 1845, y su actividad económica es predominantemente agrícola.

Dentro del marco organizativo se identifica la Ordenanza Municipal 2017-006, que reconoce como responsable al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal (GADM) de Vinces, para la gestión del terminal terrestre, donde se encuentran las siguientes funciones:

- Elaborar el plan de gestión del terminal terrestre.
- Elaborar la ordenanza que regula la gestión del terminal terrestre, tasas por utilización y arrendamientos.
- Elaborar el plan de promoción y difusión de la política municipal respecto de los servicios que presta el terminal.

- Elaborar el catastro de compañías y empresas de transporte que ocupan las instalaciones del terminal.

Para cumplir con su misión institucional, el terminal terrestre de Vinces está conformado por un equipo humano de veinte nueve personas, las cuáles perciben remuneraciones que oscilan entre los USD 1.412 y USD 400 mensuales; siendo el ingreso medio de USD 587,28. Considerando el ejercicio 2020 se evidenció ingresos por USD 174,3 mil y egresos por USD 238,9 mil, derivando en una pérdida económica de USD 61,5 mil que debió ser asumida por el gobierno autónomo municipal del cantón Vinces.

De mantenerse el panorama administrativo, el GADM no podrá soportar pérdidas por mucho tiempo, lo cual brindaría una proyección negativa para quienes conforman directa e indirectamente el Terminal Terrestre de Vinces. En el aspecto de calidad de servicio se ha podido evidenciar una falta de prolijidad que permite una lectura de baja satisfacción de los usuarios del servicio, por ende, es de vital importancia valorar la satisfacción de usuarios, con la finalidad ulterior de proyectar un modelo de gestión que permita sostenibilidad y sustentabilidad a largo plazo, liberando de deudas a la alcaldía municipal y permitiendo otros factores a *posteriori*, como la dinamización de la economía por un mayor tráfico de usuarios, tanto por turismo, así como por repercusión comercial.

Formulación del problema

¿El nivel de satisfacción que poseen los usuarios del Terminal Terrestre de Vinces es el adecuado o será prudente el planteamiento de un modelo de gestión efectivo para mejorar el servicio ofertado?

Justificación

El cantón de Vinces se encuentra en la provincia de Los Ríos y acorde al último censo del INEC dispone de una población de 82,300 habitantes. El terminal terrestre permite la movilización de muchos usuarios por términos de comercio y turismo. Bajo una mirada empírica se puede evidenciar que las instalaciones provistas para esta función, no permiten una adecuada gestión y manejo para los usuarios. Esta investigación está enmarcada en los principios de la Secretaría de Planificación propuestos en el Plan Nacional Toda Una Vida, en el eje 2 referido a la economía al

servicio de la sociedad y el objetivo 5, que aborda el impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistribuida y solidaria.

Este proyecto es de una gran envergadura, ya que se colude con un plan de inversión de parte del Gobierno Autónomo Descentralizado de Vinces a través de un crédito gestionado con el Banco del Desarrollo del Ecuador, mismo que busca gestionar una mejora total del servicio de terminal terrestre del cantón. Por consiguiente, entender la percepción de satisfacción de los usuarios, permite sustentar una propuesta de modelo de gestión el cual busca contribuir en la administración de cooperativas y empresas prestadoras de servicio de transporte de pasajeros y todas las actividades involucradas en su funcionamiento, beneficiando la calidad de los servicios y por ende a los beneficiarios directos, quienes son los usuarios del terminal terrestre de Vinces.

Como beneficiarios directos de la propuesta del modelo de gestión se encuentran los usuarios del servicio de modelo de gestión, así como los empleados bajo relación LOSEP y código de trabajo, entre choferes, administrativos y controladores, entre otros; de igual manera existen otros servicios anexos que se vinculan tanto directa e indirectamente en la ubicación del terminal.

De igual manera, se considera que la población de Vinces, por sus actividades más relevantes como es el sector agrícola, así como la gestión turística, aproximará una dinamización económica y social, lo cual proyectará un desarrollo más asiduo del Cantón.

Por otro lado, el sector de la academia obtendrá un referente importante, tanto desde la obtención de datos sobre la valoración actual del servicio de los usuarios del terminal terrestre de Vinces, así como una propuesta de modelo de gestión, todo en concordancia con las líneas de investigación de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, referidas a la medición de la calidad de servicio y modelos de desarrollo económico, incrementando de esta forma el acervo conceptual y repositorio institucional.

Preguntas de investigación

¿Cuál es la fundamentación teórica que sustente la satisfacción de clientes sobre un servicio y modelos de gestión de equipamiento urbano?

¿Qué estudios existen acerca de la satisfacción de usuarios y modelos de gestión en el contexto de terminales terrestres?

¿Qué metodología permitiría medir la satisfacción de los usuarios del Terminal Terrestre de Vinces?

¿Cuál sería una propuesta idónea y eficiente para reforzar el modelo de gestión el Terminal Terrestre de Vinces?

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Analizar la satisfacción de los usuarios del Terminal Terrestre de Vinces mediante la investigación de mercado basado en un enfoque mixto para la propuesta de un modelo de gestión

Objetivos específicos

1. Revisar la fundamentación teórica de satisfacción de usuarios y modelos de gestión de equipamiento urbano.
2. Analizar los estudios que existen de satisfacción de usuarios y modelos de gestión sobre terminales terrestres.
3. Determinar una metodología adecuada para estructurar una encuesta de satisfacción aplicada a los usuarios del Terminal Terrestre de Vinces y entrevista a cuatro miembros relevantes del cantón.
4. Elaborar una propuesta de modelo de gestión contextualizada a la necesidad del Terminal Terrestre de Vinces.

Capítulo I

Marco Teórico y Conceptual

En el presente capítulo se abordará la fundamentación teórica que servirá para sistematizar la presente investigación, donde se pondrá en consideración un primer momento a nivel teórico, donde se abordará elementos importantes como la importancia de la satisfacción de los clientes, elemento clave para el proyecto, de igual manera, se encontrará la tipología de clientes, calidad y satisfacción, así como los diversos modelos para evaluación de la calidad.

En el acápite destinado al marco conceptual se podrá analizar en detalle los elementos más importantes que toman relevancia para la investigación, como la conceptualización de servicio, cliente, atención y servicio, calidad y la satisfacción del cliente en sí. Estas clarificaciones son fundamentales para que el lector pueda sumergirse en lo que los autores conciben como la percepción de satisfacción de los clientes en el contexto de usuarios que ocupan el servicio de transporte y logística del Terminal Terrestre de Vinces.

Marco Teórico

La administración moderna encuentra sus inicios en el siglo XIX, impulsada por los rápidos cambios en los modos de producción consecuencia de la revolución industrial; y se consolidó en el siglo XX, en el contexto de frecuentes saltos cualitativos y cuantitativos en la productividad laboral ocasionados por los continuos avances tecnológicos, en especial, en las tecnologías de la información y comunicación (TIC), que desembocó en un mundo interconectado que modificó los paradigmas de las organizaciones y la forma de hacer negocios (Beltrán, 2018).

Con el incremento de la competencia, que en el contexto de la globalización superó las barreras locales intensificando la oferta proveniente de otros países, las compañías se vieron en la necesidad de aceptar de forma generalizada la importancia de la calidad de los productos para lograr niveles aceptables de competitividad que les permitan mantener o incrementar su cuota del mercado.

En respuesta a ello, en 1947 surgió la Organización Internacional de Normalización (ISO), que se constituye hasta hoy como la organización no-gubernamental que ha desarrollado la mayor cantidad de estándares internacionales que facilitan la

producción y el comercio entre países, procurando la fiabilidad y calidad de los productos (Universidad Oberta de Catalunya, 2014).

Reconocida la calidad como elemento fundamental de los procesos productivos, las ciencias económicas y administrativas propusieron teorías, conceptos y modelos de negocio que se incorporaron en la gestión empresarial de firmas de Europa, Estados Unidos y Asia, intensificándose la estandarización de procesos orientada a la calidad total, y direccionando los esfuerzos para fidelizar a los clientes, resaltando la importancia de la satisfacción de los consumidores en el éxito de las organizaciones (Chacón y Rugel, 2018).

La satisfacción al cliente, se posicionó como un indicador clave de la calidad de los bienes y servicios ofertados por las organizaciones, teniendo un enfoque transversal dentro de las empresas, y constituyéndose en un elemento que contribuye al direccionamiento de las estrategias y operaciones de las compañías, las cuales, para mantenerse en un mercado globalizado, necesariamente deben crear valor con el afán de incrementar la satisfacción de sus consumidores.

El servicio al cliente fue un concepto que surgió posteriormente en respuesta a la relevancia estratégica que tiene la satisfacción de los consumidores, contemplando procesos operativos y de mercadeo que generan valor agregado, e incorporándose incluso nuevas opciones, como el servicio de postventa; integrándose a la administración la medición y evaluación periódica de la satisfacción de los clientes para comprobar los resultados de las estrategias aplicadas y el éxito de la compañía (Rogel, 2018).

La determinación de la satisfacción de los clientes que adquieren productos encasillados en el sector terciario, que suple necesidades operativas, de organización y comercio; debido a su naturaleza intangible, presenta mayores dificultades de medición, pues la percepción de calidad tiene un componente subjetivo que es posible sólo al momento de consumirlo, permitiendo que comparar el servicio recibido frente a la expectativa que tenía el cliente (Kotler y Armstrong, 2013).

Así, las empresas encasilladas en el sector terciario, esto es que ofertan servicios, como lo es el caso de las terminales terrestres, deben realizar esfuerzos para valorar el nivel de satisfacción que sus usuarios tienen respecto a la calidad del servicio brindado, así como la eficiencia operativa de la compañía; lo cual debería incorporar herramientas tecnológicas que efectivicen el ejercicio, generando información oportuna, pertinente y confiable (Lovelock & Wirtz, 2016).

Un modelo para medir la satisfacción de los clientes en empresas de servicios que ha tenido amplia aceptación a nivel global, es el Servqual, creado en 1985 por Parasuraman, Zeithaml y Berry; el cual ha experimentado diversos ajustes de acuerdo al giro del negocio y las necesidades de las firmas que lo implementan; aunque, en general, está compuesto de cinco dimensiones que conjuntamente aglutinan a veintidós variables de análisis, las cuales direccionan el diseño del presente trabajo de investigación (Bustamente, Zerda, Obando, & Tello, 2020).

Importancia de la satisfacción del cliente

Por la relevancia del tema, muchos autores han profundizado en su estudio aportando a la conceptualización de la satisfacción del cliente, Jiménez y Ortega (2012) brindan su definición de la siguiente manera:

La satisfacción del cliente es un beneficio intangible agregado que tiene relación directa con la acción de la venta, con el fin de cumplir con las expectativas de trato y ayuda, de forma subjetiva, hacia una persona física o moral que finalmente es quien hace funcionar y traer beneficios hacia la empresa (2012, pág. 3).

Debido a lo expuesto, las grandes corporaciones y empresas multinacionales destinan una importante cantidad de recursos monetarios, de talento humano, tecnológicos, entre otros; no sólo en los procesos productivos de sus bienes o servicios, sino también en aquellos destinados a generar métricas y análisis de la satisfacción de sus consumidores. Esta información, posteriormente, es incorporada a la data básica para la toma de decisiones estratégica (Armijos, 2018).

No obstante, de acuerdo a las investigaciones realizadas por Arellano (2017), las micro, pequeñas y medianas empresas ubicadas en territorio latinoamericano limitan el servicio al cliente al momento específico del intercambio comercial por la venta, sin tener una estrategia integral orientada a brindar una experiencia placentera al consumidor por ser cliente de su compañía, sin generar servicios de apoyo en la preventa y postventa, ni tampoco en recolectar datos acerca de los niveles de satisfacción de los clientes.

La información acerca del nivel de satisfacción de los clientes se considera actualmente como un elemento constitutivo de los sistemas de gestión de calidad, cuyos siete principios de acuerdo a la norma ISO 9001: 2015: enfoque al cliente, liderazgo, compromiso de las personas, enfoque de procesos, mejora, toma de decisiones basadas en las pruebas y gestión de las relaciones; son un articulado que

converge hacia incrementar de forma continua la calidad de los productos, teniendo como fin, mejorar la satisfacción de los consumidores (International Organization for Standardization, 2015).

Tener clientes satisfechos se ha convertido en una ventaja competitiva para las empresas, por lo cual, poseer información oportuna, pertinente y clara acerca de la percepción de los consumidores sobre los productos y el servicio en general ofertado por la compañía, es hoy un elemento fundamental para la toma de decisiones efectivas, más aún, conociendo que los mercados son dinámicos y los gustos y preferencias de los consumidores son cambiantes (García, 2016).

Conociendo que un cliente satisfecho es un cliente leal, además que pueden contribuir, a través de sus referencias, a que otros consumidores potenciales deseen realizar transacciones comerciales con su firma; la satisfacción del cliente se constituye en un componente estratégico tanto para mantener la cuota del mercado como para ampliarla, en beneficio del desarrollo de la empresa.

Alcaide (2006), en su obra *Alta fidelidad: técnicas e ideas operativas para lograr la lealtad del cliente a través del servicio*; identifica doce bondades de mantener clientes satisfechos, las cuales se presentan en la tabla a continuación desagregado por los efectos beneficiosos que generan sobre los resultados externos y la gestión interna de la organización:

Tabla 1
Bondades de tener clientes satisfechos

Dimensión	Tipo de control
Externa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se incrementa la lealtad de los clientes 2. Los clientes leales, compran con mayor frecuencia los productos de la empresa 3. Los clientes satisfechos, están predispuestos a comprar otros productos de la misma marca, esto es, producidos por la misma compañía 4. Los clientes satisfechos dan referencias sobre las virtudes de la oferta de la empresa, permitiéndole captar nuevos clientes 5. Mejora la imagen corporativa y la reputación de la marca

-
6. Se incrementa la participación en el mercado
 7. Produce diferenciación del producto, consolidando la marca de la empresa
 8. Aumentan las ventas de la empresa, y con ello, el beneficio económico
- Interna
9. La empresa puede tener menores gastos de marketing
 10. Se reducen las quejas y reclamos, contrayéndose también los gastos destinados para la gestión de estos.
 11. Mejora el clima organizacional y la productividad laboral
 12. Se reduce la rotación el personal

Nota: Análisis de las bondades de la satisfacción del cliente a nivel externo e interno. Adaptado de Alcaide (2006), pág. 77

Según Zeithaml, Bitner y Gremler (2009), al realizar evaluaciones de la satisfacción de los clientes, se deben considerar dos conceptos acerca de sus expectativas, esto es, de las creencias o aspiraciones que el consumidor tiene respecto a los estándares y características del producto; los cuales se describen a continuación:

- **El servicio deseado.** Hace referencia a la expectativa que tiene el cliente respecto a las cualidades y características que, de forma idónea, espera encontrar en el producto, sea bien o servicio; por consiguiente, se resume como la aspiración del cliente acerca de la calidad ideal del bien adquirido.
- **El servicio adecuado.** Se entiende como el umbral mínimo de aceptación de la calidad de un bien o servicio. Por debajo de él, el producto ya no es satisfactorio para el consumidor, dejando de ser una opción de compra.
- **La zona de tolerancia.** Es el intervalo comprendido entre el servicio deseado y el servicio adecuado. En este intervalo, como se aprecia en la ilustración uno, los clientes no perciben el desempeño del producto, sino más bien cuando sale de él, sea por tener unas características muy deseables, o por estar por debajo del umbral mínimo o del servicio adecuado, y no poder ser considerado una opción de consumo.

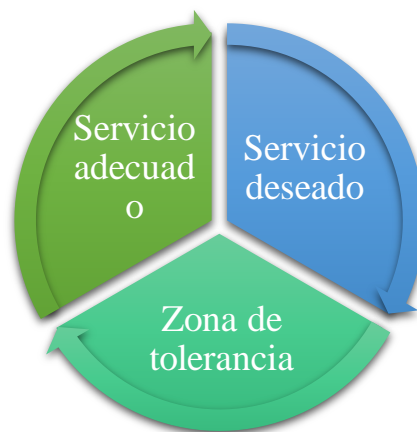


Figura 1. Niveles de expectativas del consumidor. Adaptado de (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2009)

La evaluación del servicio al cliente debe detectar el nivel de las expectativas de los consumidores de los productos de la compañía, señalando el nivel de servicio en que se localizan, y generando retroalimentación para el diseño de estrategias que coloquen los productos en la zona de servicio deseado (Mehra & Rahul, 2017).

Tipología de clientes

La mercadotecnia ha profundizado el estudio del cliente y su satisfacción, generando conocimientos sobre variables que afectan a sus percepciones, así como las motivaciones que impulsan a decidir sobre la compra de un producto.

Con la finalidad de crear perfiles de clientes, se han desarrollado diferentes categorizaciones, encontrándose entre las más utilizadas tanto en el sector privado como en el público, las que consideran los criterios demográficos, sociológicos y psicológicos, cuyas variables frecuentes se presentan en la tabla dos expuesta a continuación.

Tabla 2.
Características que definen el perfil del cliente

Criterio	Tipo de control
Demográfico	• Edad
	• Sexo
	• Estado civil
	• Nacionalidad / Localidad

Sociológico	<ul style="list-style-type: none"> • Clase social • Ingresos o renta percibida • Nivel de instrucción • Gasto en consumo
Psicológico	<ul style="list-style-type: none"> • Estilo de vida • Motivaciones • Cultura • Personalidad

Nota: Características que definen el perfil del cliente desde tres enfoques. Adaptado de (Belmartino, Liseras, & Berges, 2016)

Reconociendo la heterogeneidad que caracteriza a la población de clientes, sean personas naturales o jurídicas, se ha procedido a clasificarlos de acuerdo a criterios preestablecidos, existiendo diferentes propuestas, entre ellas, la expuesta a continuación que ha tenido amplia aceptación en las empresas y la academia.

Tabla 3.
Tipología de clientes

Tipología	Características
Racional	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce su necesidad puntual. Sabe lo que quiere. • Es concreto y específico • Demanda información precisa
Reservado	<ul style="list-style-type: none"> • Mantiene distancia con el vendedor • No exterioriza sus gustos o preferencias • Demanda información precisa • Le gusta realizar comparaciones entre productos • Se toma su tiempo para decidir su compra
Indeciso	<ul style="list-style-type: none"> • Demanda mucha información

	<ul style="list-style-type: none">• Compara productos• Suele mostrar confusión al momento de realizar la comparación• Puede realizar la comparación de los mismos productos en más de una ocasión• Tarda en tomar decisiones
Dominante	<ul style="list-style-type: none">• Exige mucha atención• Procura mantener el control de la comunicación con el vendedor• Le gusta demostrar que tienen conocimientos amplios• Cree que conoce todas las cualidades del producto• Desconfía de la información que le es ofrecida por el vendedor o de las soluciones que ofrece el producto• Le gusta ser elogiado
Hablador	<ul style="list-style-type: none">• Le gusta que estén muy pendientes de él• Procura conversar con el vendedor, sea sobre el producto ofertado o sobre temas no relacionados a la compra• Le interesan la opinión y comentarios emitidos por el vendedor
Impaciente	<ul style="list-style-type: none">• Tiene apuro al realizar la compra• Exige atención inmediata• Demanda información precisa, clara y veloz• El tiempo de espera lo pone nervioso

Nota: Tipología de clientes con características. Adaptado de (Martínez, Ruíz, & Escrivá, 2014, págs. 26, 27)

La tipología expuesta se considera referencial, y debe cruzarse con los criterios de los perfiles de clientes expuestos anteriormente que implican características demográficas, psicológicas y sociológicas; además que los comportamientos humanos son dinámicos, pudiendo sufrir alteraciones en un mismo individuo debido a las experiencias de vida adquiridas, o en su efecto, pueden existir sujetos con similares características pero comportamientos diferentes debido al entorno, eventos o circunstancias en las que se encuentre.

Calidad y satisfacción del cliente

El concepto de calidad es amplio, y tiene un grado de subjetividad al considerar la percepción de los usuarios o clientes, lo que lo hace un elemento relativo; ya que el consumidor del bien o servicio realiza una comparación entre las expectativas que tiene del producto versus las cualidades que realmente contiene.

Horowitz (1991) sostuvo que la calidad se define por el conjunto de rasgos y características que posee un producto o servicio, que satisfacen las necesidades específicas de los clientes cumpliendo de forma parcial o completa sus expectativas, siendo el diseño del producto un factor fundamental para determinar el nivel de calidad de este; y, a partir de ello, se genera una predisposición en los consumidores para pagar un precio por el bien o servicio.

Surge la relación calidad-precio, como una respuesta a la articulación existente entre características que posee el producto y las características que los clientes esperan del producto. Esta correlación entre variables es positiva, ya que, a mayor calidad, entendida como mejores atributos que posee el bien o servicio para satisfacer las necesidades de los consumidores efectivos y potenciales, mayor será el valor que los clientes atribuyen al producto, y con ello, mayor será su predisposición para pagar por él, de tal manera que, a mayor calidad entonces existirá mayor disposición a pagar un precio relativamente más elevado.

Se añade que los atributos, características y/o cualidades esperadas por los clientes en un producto, son variables, es decir que los gustos y preferencias de los consumidores cambian en el tiempo, lo que genera alteraciones en la percepción que los clientes otorgan al producto para la satisfacción de necesidades, modificando el valor subjetivo que le otorgan, y con ello, la calidad con la que calificaban al bien; lo que finalmente se refleja en el precio de mercado del bien o servicio (Díaz, 2018).

La calidad se constituye en un elemento estratégico para las organizaciones, tanto públicas como privadas, que se ven en la necesidad de definir su nivel a través de la

composición de atributos, componentes o cualidades del diseño de los bienes y servicios, derivando en un valor en el mercado, y con ello, en un precio del producto y un segmento del mercado definido.

Galván, Moctezuma, Dolci & López (2016) consideran que la calidad de los productos debe orientarse hacia la maximización del bienestar de los consumidores, por lo que, la calidad debe ser un elemento constitutivo transversal en todas las organizaciones, estando presente de manera prioritaria en cada uno de los departamentos o áreas que la conforman.

Al trasladar el concepto de calidad, pensado originalmente para productos tangibles, hacia las empresas que ofertan servicios, es decir a organizaciones cuyas acciones y productos destinados a sus usuarios o clientes son intangibles, la diferenciación de las características del servicio es lo que marcará la satisfacción de los usuarios o clientes, tomando relevancia las acciones, procesos y ejecuciones, además del seguimiento o servicio postventa (Fuentes & Rojas, 2018).

El grado de satisfacción del cliente se determina por el proceso en el que el consumidor genera un juicio de valor acerca de la capacidad que el producto evaluado tiene para satisfacer las necesidades específicas del cliente, y cumplir con las expectativas que tenía sobre él (Zeithaml & Jo, 2002).

Así, la satisfacción del cliente, es un reflejo de la calidad que percibe por consumir el producto, sea un bien o un servicio, empero, en el segundo caso, el producto necesariamente debe ser consumido para poder lograr una percepción realista del mismo, lo que no ocurre con los tangibles que pueden encontrar otras fuentes de información para evaluar sus atributos sin necesidad de consumirlos.

Ergo, la satisfacción por el consumo de un producto es algo subjetivo, una percepción exclusiva del consumidor, quien juzga los rasgos incorporados por el productor en el diseño del bien o servicio, de acuerdo a la idoneidad para la satisfacción de sus necesidades y el cumplimiento de expectativas preconcebidas; lo que finalmente desemboca en un grado de saciedad auto percibida por el consumidor que puede ser de aprobación o agrado e incluso de desaprobación o desagrado (Bustamante, Obando, & Tello, 2020).

La correlación positiva entre la calidad del servicio y el nivel de satisfacción de los consumidores, ha sido motivo de extensos debates académicos que han profundizado en la relación entre estas variables, alimentando conceptos, teorías y modelos que se aplican en la práctica a través de herramientas administrativas y de mercadeo.

Cronin & Taylor (1994), en su artículo titulado: *Servperf versus Servqual: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality* propone que existe una interdependencia entre las variables calidad de servicio y satisfacción del consumidor, ya que la construcción de sus conceptos comparte un mismo origen.

La demanda del consumidor, compuesta por diversas variables entre las que resalta el precio del producto, los gustos y preferencias, las expectativas y la renta del hogar; tiene su origen en una necesidad específica que busca ser saciada, y que deriva en un bosquejo preconcebido de las cualidades o características que el demandante busca en los productos ofertados en el mercado. Luego, al consumir el servicio requerido, el demandante genera un análisis comparativo en dos dimensiones: primero, en la capacidad del producto para saciar la necesidad del consumidor; y segundo, en las características o cualidades esperadas en el producto, y las que realmente el servicio ofertó; generando en la conclusión de un grado o nivel de satisfacción en base a la percepción de la calidad.

Modelos para evaluar la satisfacción del cliente

Los estudios acerca de los consumidores, han desarrollado diversas teorías para su comprensión, incluyendo enfoques, modelos, métodos, técnicas e instrumentos orientados a la medición de la satisfacción de los clientes. Todo esto ha sido motivado por las tendencias empresariales que ubican al usuario como el cliente a satisfacer, convirtiéndolo en un centro de atención y valoración. Diversos autores que detallan su trabajo sobre la calidad en los productos y servicios han brindado una posta para permitir la valoración de la satisfacción.

En general, los modelos para la evaluación del servicio al cliente, y con ello, de la generación de un nivel adecuado de su satisfacción, derivan en un ciclo, como se evidencia en los siguientes modelos que son los de más amplia aceptación.

1. Triángulo del servicio de Karl Albrecht y Ron Zemke.

El cliente se constituye en el centro del modelo, y con ello, en el corazón de las decisiones organizacionales tanto del talento humano, que debe estar debidamente capacitado para atender a los clientes, de las estrategias corporativas que deben tender hacia la satisfacción plena del cliente, y del sistema de gestión de calidad de la empresa al cual se lo debe respaldar con tecnologías e información adecuada.

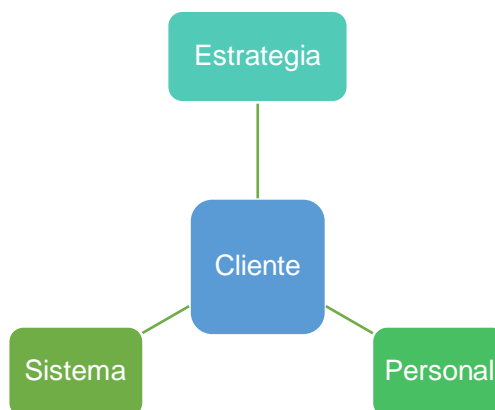


Figura 2. Modelo de triángulo de servicios. Fuente: (Monterroso, 2017)

2. Ciclo del servicio de Albretch

Este modelo resalta que el servicio al cliente no culmina al momento de la compra, sino que se extiende a servicios de postventa, reconociendo el valor agregado que este genera para el incremento de la satisfacción de los consumidores.

Indica que las necesidades de los clientes deben ser identificadas a través de un diagnóstico, y, a partir de ellas, se proponen formas de satisfacerlas a través de un proceso de planificación del producto que luego es puesto en marcha con el seguimiento apropiado, lo que genera reportes que deben ser analizados y que retroalimentarán a la toma de decisiones, gestándose un ciclo continuo de mejora de la calidad donde la medición de la satisfacción del cliente es clave, como se presenta en la figura dos (Albrecht, 2006).

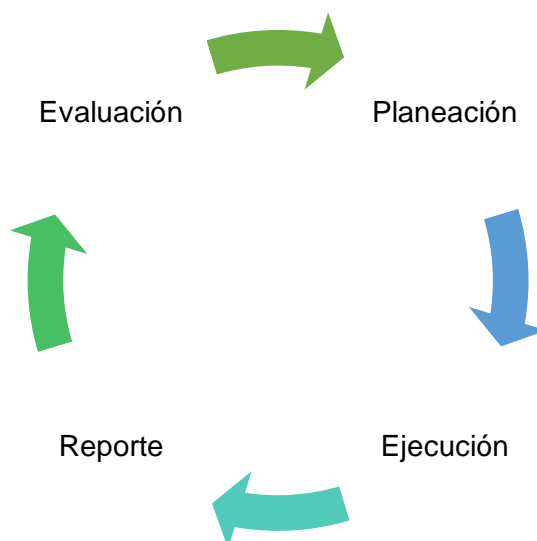


Figura 3. Modelo de ciclo del servicio. Fuente: (Giraldo, 2011)

3. EFQM de Calidad y Excelencia

El modelo toma su nombre de las siglas *European Foundation for Quality Management* - EFQM, que es una entidad no-gubernamental fundada en 1989 y establecida en Bruselas, que está especializada en el desarrollo de metodologías tendientes al mejoramiento de la atención y satisfacción del cliente.

El modelo EFQM propone la realización de autoevaluaciones continuas, en intervalos constantes de tiempo, y/o al implementar sistemas integrales de la gestión de la calidad. El análisis debe realizarse por área o departamento, y posteriormente debe aunarse formando un todo, un resultado total de la empresa.

El modelo está constituido de los siguientes principios: orientación hacia resultados, orientación hacia el cliente, liderazgo, gestión por procesos, desarrollo del talento humano, proceso continuo de aprendizaje, innovación y mejora continua, desarrollo de alianzas y responsabilidad social corporativa (Henriquez & Henriquez, 2019).



Figura 4. Modelo EFQM y Excelencia. Fuente: (Bureau Veritas, 2018)

De los modelos expuestos, se observa que, pese a sus diferencias, existen concordancias en lo siguiente:

1. Se deben identificar las necesidades de los clientes a través de la realización de un diagnóstico.
2. Se deben crear alternativas de solución viables para satisfacer las necesidades de los clientes.

3. Se debe medir y evaluar la satisfacción del cliente
4. Las métricas de satisfacción del cliente deben constituirse en información clave para la toma de decisiones y el mejoramiento continuo.

Para medir la satisfacción del cliente, existen cuatro escalas que deben incorporarse a la metodología para el levantamiento de información, sea cuantitativa, cualitativa o mixta. Estas escalas son las siguientes:

- **Escala básica.** Conformada por cuatro niveles de datos: cualitativo nominal, cualitativo ordinal, cuantitativo de intervalo y cuantitativo de razón.

Los cualitativos nominales no pueden ser ordenados, solamente clasificados; mientras que los cualitativos ordinales, pese a no ser numéricos, pueden ser ordenados. Los cuantitativos de intervalo pueden ser ordenados, pero no aceptan todas las funciones de las Matemáticas, a diferencia de los cuantitativos de razón con los que sí se pueden realizar ejercicios matemáticos complejos (Coronado, 2007).

- **Escalas comparativas.** Son aquellas donde las mediciones se realizan en términos relativos, generalmente, en porcentajes. Su uso se debe a que en ocasiones, se comparan eventos que tienen unidades de medida diferentes, por lo cual es conveniente expresarlos en términos relativos para tener una unidad de medida común que facilite el análisis (Rosendo, 2018).
- **Escalas no comparativas.** Valoran un evento u objeto, sin necesariamente realizar comparaciones. Son de dos tipos:
 - Continuas o gráficas. En ella, las personas evalúan una variable marcando la posición con que la valoran, en el intervalo de una línea recta cuyo extremo izquierdo representa la valoración mínima y el derecho la valoración máxima.
 - Escala de Likert. Es una escala con datos de nivel ordinal, generalmente compuesta de cinco niveles: completo desacuerdo, desacuerdo, indiferencia, acuerdo y completo desacuerdo. Las clases pueden variar según la necesidad del investigador.

- Diferencial semántico. Valora una variable a partir de siete clases, entendiendo que la primera es una posición semántica negativa mientras que la última es positiva. (Begazo, 2006).
- **Escalas estandarizadas.** Son aquellas cuyo diseño se debe a un modelo específico para el cuál se creó. Los más destacados son los siguientes:
 - Cetscale (Consumer Ethnocentrism). Concebida para medir el nivel de etnocentrismo de la población objeto de estudio.
 - List of Values - Lov. Esta escala se centra en valorar los atributos de la calidad de vida de los sujetos;
 - Values and Life Styles – Vals. El propósito es realizar una métrica del estilo de vida de los individuos a partir de su conjunto de valores y actitudes.
 - Servperf. Su propósito es valorar el nivel de satisfacción de los clientes identificando la percepción que estos tienen acerca de la calidad de los productos ofertados.
 - Servqual. Realiza una comparación entre la percepción de calidad de un producto frente a la calidad esperada por el cliente (Pereira, 2018)

Modelo Servqual

Clasificado como una escala estandarizada, el modelo Servqual fue creado Parasuraman, Zeithaml y Berry en la década de los años ochenta, y, debido a su metodología y enfoque, logró una aceptación amplia, aplicándose en innumerables organizaciones a través de estudios de mercado y estrategias de marketing que priorizaban la evaluación de la satisfacción del cliente (Guaila, 2016).

El modelo Servqual mide la satisfacción del cliente a partir de las diferencias entre las percepciones del cliente una vez que ha consumido el producto versus las expectativas que el cliente tenía acerca del bien o servicio. A su vez, las expectativas del consumidor tienen dos dimensiones: expectativas deseadas y expectativas adecuadas (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985).

La satisfacción al cliente medido por esta metodología, se estima a partir de diferencias entre expectativas y percepciones de clientes y empresas, generando las siguientes brechas posibles:

- Diferencia entre las expectativas de los clientes y la estimación que la empresa realiza acerca de las expectativas de los clientes.
- Diferencia entre la percepción de la empresa sobre las expectativas del cliente, y los atributos de calidad del producto.
- Diferencia entre los atributos esperados en la calidad del producto y los atributos reales del producto.
- Diferencia entre las características del servicio recibido por el cliente y las características del servicio comunicado por la empresa.
- Diferencia entre las expectativas que los clientes tienen del servicio y la percepción que los clientes se llevan del servicio una vez que lo consumen.

Los primeros cuatro puntos se enfocan a la forma en que la empresa presta el servicio, mientras que el último se enfoca en el cliente, constituyéndose en la métrica de la calidad del servicio de la empresa.

Evaluación económica de proyectos

La evaluación económica de proyectos se realiza para garantizar la asignación óptima de los recursos que posee un agente económico, tendientes a lograr objetivos preestablecidos, considerando los requerimientos de inversión, los ingresos y egresos necesarios para el ejercicio; además de su impacto en el medio socioeconómico donde se lleva a cabo (Miranda, 2000).

Las evaluaciones financieras y económicas se efectúan durante todo el ciclo de vida de los proyectos que incluye: los diseños, la implementación y la evaluación ex post.

La evaluación a nivel de diseños de proyectos, conocida como evaluación ex ante de proyectos, permite determinar, a través de supuestos argumentados y proyecciones sustentadas por medio de metodologías cualitativas y cuantitativas, la factibilidad o viabilidad económica del proyecto, indicando si generará o no generará beneficios económicos a favor de los actores que lo impulsan.

Durante la gestión e implementación del proyecto, las medidas de control se centran en el seguimiento y monitoreo enmarcadas en el sistema de evaluación, permitiendo la detección oportuna de desviaciones o diferencias no aprobadas entre la ejecución de actividades y las actividades planificadas, generando retroalimentación que hace más efectiva la toma de decisiones (Martínez, Castulina; De la Macorra, María, 2013).

Una vez ejecutado el proyecto, se realiza la evaluación ex post, que consiste en la realización de un análisis detallado de los logros del proyecto, evaluando la existencia de diferencias entre la ejecución efectiva con respecto a la planificada, el cumplimiento de metas y objetivos establecidos en la etapa de formulación del proyecto, y generar retroalimentación de su efectividad. También se pueden realizar evaluaciones de impacto que pretenden determinar una relación causal entre las variables del proyecto y sus efectos en la población objetivo (Galindo & Martínez, 2017).

Con el propósito de realizar evaluaciones económicas en la etapa de diseño o formulación de proyectos de desarrollo del GADM de Guayaquil, se seleccionaron las dos herramientas de mayor aceptación para este fin (Ospina & Lenis, 2016):

- El valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN)
- La tasa interna de retorno (TIR)
- Relación costo – beneficio (RCB)

No obstante, se destaca que existen otros instrumentos de evaluación económica, también aceptados, pero con una utilización menor, entre ellos: el periodo descontado de recuperación del capital, análisis de sensibilidad, análisis costo-beneficio, análisis costo-efectividad, etc.

A continuación, se describen las dos herramientas económico-financieras de mayor aplicación para las evaluaciones de viabilidad económica:

Valor actual neto (VAN)

Es un criterio de inversión que consiste en cuantificar, en términos actuariales, los ingresos y egresos que genera un proyecto, es decir, la suma actualizada de todos los flujos netos, determinando el monto de beneficio o pérdida económica en valor presente.

Su cálculo se realiza con la siguiente fórmula:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

Donde:

- F_t son los flujos de dinero en cada periodo t
- I_0 es la inversión realizada en el momento inicial (t = 0)

- n es el número de periodos de tiempo
- k es el tipo de descuento o tipo de interés exigido a la inversión

El valor presente neto es el más conocido y el más aceptado. Mide la rentabilidad del proyecto en términos monetarios que exceden la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión (Padilla, 2011). Los criterios de aceptación o rechazo del proyecto son los siguientes:

- $VAN > 0$. El proyecto, a la tasa de descuento definida, generará beneficios económicos.
- $VAN = 0$. El proyecto no generará ni beneficios ni pérdidas económicas.
- $VAN < 0$. El proyecto generará pérdidas económicas.

Tasa interna de retorno (TIR)

Es la tasa de descuento intertemporal con la cual el Valor Actual Neto del proyecto se hace cero, es decir que los ingresos del proyecto sólo logran cubrir los egresos del proyecto, sin generar beneficios ni pérdidas económicas en términos actuariales.

Su cálculo se realiza con la siguiente fórmula:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0$$

Donde:

- F_t son los flujos de dinero en cada periodo t
- I_0 es la inversión realiza en el momento inicial (t = 0)
- n es el número de periodos de tiempo

La regla de decisión para el criterio de la TIR es de carácter normativo y establece lo siguiente:

- Si la TIR es mayor que la tasa mínima aceptable o tasa de oportunidad, el proyecto generará beneficios económicos.

- Si la TIR es igual a la tasa mínima aceptable o tasa de oportunidad, el proyecto no generará beneficios ni pérdidas económicas.
- Si la TIR es menor que la tasa mínima aceptable o tasa de oportunidad, el proyecto generará pérdidas económicas.

Relación costo-beneficio (RCB)

La relación costo-beneficio, también llamada análisis costo-beneficio, es una herramienta financiera que compara los costos o egresos que demanda la implementación de un proyecto frente a los ingresos o beneficios que el proyecto genera, permitiendo identificar si genera un excedente a favor de los inversionistas.

Para su cálculo es necesario previamente:

- Valorar monetariamente los costos del proyecto
- Determinar y cuantificar monetariamente los beneficios que genera el proyecto.
- Transformar los egresos y beneficios de proyecto a valor actual, utilizando una tasa de descuento predefinida.
- Aplicar la siguiente fórmula:

$$\text{RCB} = \text{Ingresos netos} / \text{egresos netos}$$

Donde:

Ingresos netos son los beneficios totales generados durante la vida útil del proyecto, en términos actuariales

Egresos netos son los desembolsos que se realizan durante la vida útil del proyecto, en términos actuariales

Los criterios de aceptación o rechazo del proyecto según la metodología aplicada para el de análisis costo-beneficio, se detallan a continuación:

- $\text{RCB} > 0$. El proyecto es rentable, a la tasa de descuento definida, generando beneficios económicos.
- $\text{RCB} = 0$. El proyecto no generará ni beneficios ni pérdidas económicas.

- $RCB < 0$. El proyecto no es rentable, a la tasa de descuento definida, generando pérdidas económicas.

Evaluaciones financieras y económico-sociales

A diferencia de las evaluaciones exclusivamente financieras, que pretenden evaluar la capacidad de un proyecto de crear excedentes, y con ello, generar rendimientos financieros a favor de los inversionistas; las evaluaciones económicas de proyectos verifican si el proyecto incrementa o no la riqueza de una localidad, mejorando la situación económica y el bienestar social de sus habitantes, por lo cual, a diferencia de la evaluación financiera, cuantifica también los siguientes elementos:

- Los efectos indirectos definidos como los que se observan por el hecho de que, como consecuencia del proyecto, se ven afectados mercados de bienes relacionados (sustitutos y/o complementarios) con los que el proyecto producirá o con los que el proyecto utilizará como insumos.
- Las externalidades, que son impactos generados por el consumo o la producción de unos bienes o servicios por agentes relacionados al proyecto sobre agentes distintos.
- Los efectos intangibles, que son el conjunto de beneficios y costos de los proyectos que resultan difíciles de valorar monetariamente, o incluso a veces difíciles de identificar y cuantificar (Hinojosa, Mascle, & Vieitez, 2020, pág. 12)

Covariables para el análisis económico de proyectos

Las covariables necesarias para realizar el análisis económico, a través del VAN y la TIR, son las siguientes:

- Flujo de beneficios (ingresos) netos en el periodo. Es la sumatoria de todas las ganancias obtenidas en el ejercicio de la actividad en el tiempo establecido.
- Flujo de costos netos para el periodo. Es la sumatoria de todos los desembolsos realizados en el ejercicio de la actividad en el tiempo establecido.
- Inversión. Son todos los egresos que se efectúan en unidad de tiempo para la adquisición de determinados factores o medios productivos, los cuales

permiten implementar una unidad de producción que a través del tiempo genera flujo de beneficios (SPW, 2014).

- Tasa de descuento. Es el coste de capital que se aplica para determinar el valor presente de un pago futuro.
- Periodo de valoración. Tiempo determinado para ser evaluado.

Modelo de Gestión Administrativa

La gestión administrativa actúa como elemento fundamental dentro de la administración, y ha sido un soporte y sostén en el desarrollo empresarial. La gestión administrativa está a cargo de los ejecutivos que supervisan las operaciones de la organización, se aseguran que las operaciones y los recursos sean usados de manera correcta, y que el flujo de información sea efectivo. (González, et al, 2020)

Si bien es cierto, la gestión administrativa es sistémica, ya que, contempla a todo tipo de proceso que se vaya a desarrollar para generar acciones que permita el cumplimiento de los objetivos empresariales, este proceso tiene cuatro elementos fundamentales como son: planificación, organización, dirección y control.

La incorporación de un modelo de gestión administrativa permite conocer todas las actuaciones de los procesos administrativos de una Institución tanto del personal como material, Chiavenato (2002) describe que la organización como gestión administrativa permite la asignación y el desarrollo de tareas en los diferentes equipos o departamentos, con el fin de conocer por medio de estos equipos el manejo, la operatividad y funcionamiento de dicha organización, por ello, incorporar un modelo de gestión administrativa permite desagregar un conjunto de actividades para dirigir la organización, de forma que todos los departamentos o gestiones que conformen a una empresa vayan encaminados al cumplimiento de un mismo objetivo, también permite agilizar el flujo de información para obtener mayor eficacia en las actividades que se desarrollan.

Para comprender la importancia de la gestión administrativa, se precisa la siguiente figura:



Figura 5. Importancia de un modelo de gestión. Adaptado de (Izquierdo Acosta, 2015)

Un modelo de gestión administrativa radica principalmente en la aplicación de estrategias que permite la correcta administración de los recursos que reflejará un beneficio a corto y largo plazo según las metas planteadas, y que este correcto uso de recursos permita inclusive, ser usados en beneficio futuro para toda la empresa.

De igual manera se plasma una metodología específica dentro de la institución que se quiere intervenir y que podrá referenciarse para una potencial réplica en otras entidades gubernamentales.

De la Rosa, (2014) en su trabajo de titulación planteando un diseño de gestión administrativa, resalta que el modelo de gestión administrativa se desarrolla bajo un esquema progresivo y sostenible, y debe considerar los siguientes aspectos:

- Análisis de la Estructura Funcional de la entidad organizativa
- Análisis de la Interacción de la entidad organizativa con agentes externos
- Identificación de los procesos de la institución

Y estos aspectos, deben considerar las siguientes características:

- Homogenización Funcional y definición del Manual de Organización y Funciones
- Identificación de las necesidades de información
- Definición del Manual de Procedimientos.

Por otra parte, Cubino (2014) afirma que “El modelo de gestión administrativa es un modelo de referencia para la organización y gestión de una empresa que permite establecer un enfoque y un marco de referencia objetivo, riguroso y estructurado”. (p.58) De ahí que, con base a estas definiciones se hace preciso establecer la importancia del modelo de gestión administrativa. En este punto Córdova (2012) manifiesta que la importancia radica en que es una herramienta que permite optimizar la ejecución de los procesos, con el objetivo de aumentar la eficacia y la eficiencia en la gestión de los servicios de las organizaciones. Todo esto sin dejar de lado que, establecer un modelo de gestión a los procesos administrativos, trae como resultados la reducción de tiempo y una mejor calidad en el producto o servicio.

Aplicación de sistemas de control y proyecciones

Las entidades privadas y gubernamentales deben disponer de sistemas de control, con el sentido de poder calificar la gestión desde una perspectiva cuantitativa. El uso de proyecciones puede ser un referente importante para la futura toma de decisiones y generación de estándares de calidad.

Así mismo, cabe resaltar que la empresa que aplique controles internos en sus operaciones, podrá conocer con seguridad la situación real de las mismas (Mendoza, García, Delgado, & Barreiro, 2018). Toda empresa, sea esta, pública o privada, debe estar regida por una planificación, misma que permitirá verificar que los controles se cumplan, con el fin de articularse a la misión y visión institucional. El control permitirá medir la eficiencia y se podrá distribuir en diversos departamentos, así como un estándar general de la institución.

Marco Conceptual

Es muy importante contextualizar los conceptos planteados en la presente investigación con la finalidad ulterior de brindar un panorama específico y detallado sobre la base de la problemática. A continuación, se presentan las principales definiciones que se utilizarán para el diseño del presente proyecto de investigación:

Servicio

Proceso o conjunto de acciones que generalmente rodea el momento de la compra, por esa razón son bienes intangibles que se consumen al momento de su producción (Aguilar & Vargas, 2010, pág. 41). Christopher Lovelock y Jochen Wirtz (2016) indican que las características más importantes de los servicios son: intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad y caducidad.

El servicio como se menciona previamente es un intangible, sin embargo, es uno de los elementos claves a considerar para que el cliente genere un sentido de pertenencia, identificación y agrado de una marca por sobre otras. Muchas empresas destinan grandes cuantías en capacitación de personal para mejorar la experiencia de sus clientes, buscando su aceptación y validación del servicio en sí, buscando convertir al cliente esporádico en un consumidor frecuente.

Cliente

Persona que realiza una transacción comercial con una empresa para adquirir un bien o servicio a través de un pago (Sánchez, 2017, pág. 16).

Richard Reizenstein (2004) definió al cliente como aquella persona o empresa que recibe un producto, tangible o intangible, a cambio de entregar recursos monetarios o algún artículo de valor a favor del proveedor del producto.

Philip Kotler (2003) agrega que los clientes son personas naturales o jurídicas que compran productos para su consumo directo, o para el consumo de un tercer agente, señalando que los clientes buscan satisfacer al menos una de las siguientes necesidades:

- Necesidades que se manifiestan
- Necesidades reales
- Necesidades que no se manifiestan
- Necesidades placenteras

- Necesidades secretas

Atención al cliente

Servicio que prestan las empresas para ofrecer sus productos, sean bienes o servicios, y estos puedan ser obtenidos de manera más rápida; es decir, para poder relacionarse con el cliente y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades logrando a largo plazo su fidelización (Alayo, 2017).

La atención al cliente reposa en varios aspectos importantes, como la comunicación, celeridad, prolijidad y otros elementos intangibles que buscan mejorar la percepción de calidad del servicio, de parte de los usuarios.

Servicio al cliente

Conjunto de acciones que un proveedor brinda a su clientela, con el fin de lograr que ese servicio que recibe, signifique una diferenciación con el resto de las organizaciones que ofrecen servicios similares.

El servicio al cliente no culmina cuando el consumidor adquiere el bien o servicio, sino que puede postergarse a diferentes formas de servicio de postventa, siempre, con la finalidad de asegurar la satisfacción plena del cliente.

Mientras la atención al cliente se enfoca en aquellas situaciones negativas o necesidades puntuales que los clientes han identificado procurando darles solución de forma eficiente y eficaz, el servicio al cliente se centra en los problemas que los consumidores podrían tener, lo que permite brindar soluciones previamente diseñadas, y por ende, más efectivas (Montoya & Boyero, 2013).

Calidad

El diccionario de la Real Academia Española (2018) la define como el conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor.

Para las normas ISO 9000, la calidad es el conjunto de características que posee un producto, los mismos que les permite cumplir con los requisitos o exigencias de los demandantes.

No obstante, debido a su relevancia en la productividad empresarial, la calidad ha experimentado una evolución conceptual que, de forma sintetizada, tiene cuatro estadios:

- 1) La intensificación de los procesos de seguimiento y monitoreo enfocados en el hallazgo de problemas de manera temprana, de tal forma que se minimicen errores y desviaciones de lo planificado.
- 2) Incorporación de métodos e instrumentos estadísticos en los procesos productivos y de apoyo, con la finalidad de mejorar el seguimiento y reducir la necesidad de inspecciones.
- 3) El aseguramiento de la calidad a través de procesos participativos en todos los niveles, desde la planificación hasta la evaluación y el control de la calidad.
- 4) La calidad total, que se fundamenta en la administración moderna, y vincula los procesos que pretenden incrementar la calidad, con los lineamientos estratégicos de las compañías (González & Arciniegas, 2016).

Satisfacción del cliente

Diferencia entre la percepción que el cliente tiene del producto consumido frente a las expectativas que tenía de él antes de adquirirlo. Es considerado el principal indicador de calidad de los servicios, por lo cual, el empresario tiende a esmerarse en cumplir las expectativas, creando valor para el cliente, para mejorar su satisfacción (Heskett, Sasser, & Schlesinger, 1997).

Se considera un elemento fundamental para que las organizaciones alcancen los niveles de competitividad que les permitan prosperar en un mercado globalizado con consumidores cada vez más exigentes y competidores innovadores y productivos; además de incorporarse con un indicador estratégico del desempeño de las entidades (Farris, Bendl, Phillip, & Reibstein, 2010).

En la actualidad, se han desarrollado diversas metodologías e indicadores para su medición y análisis, además de incorporarse en los niveles estratégicos de las compañías, siendo un tema de interés que requiere de la atención de todas las áreas de las empresas.

En el presente capítulo se realizó una fundamentación teórica sobre la importancia de la satisfacción de los clientes, por otro lado, se sintetizó la tipología de clientes, la calidad y satisfacción y de igual manera se abordó los diversos modelos que se ocupan para la evaluación de la calidad. Es muy importante centrarse en el modelo Servqual que se convirtió en la elección de los autores para poder valorar la fenomenología del Terminal Terrestre de Vinces y por último se desarrolló la teoría de evaluación

económica de proyectos, donde se tomaron factores clave como el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno y la Relación Costo-Beneficio.

Referido al marco conceptual se pudo conceptualizar los elementos más importantes que giran en torno al servicio, el cliente, la atención y servicio, la calidad y la satisfacción del cliente. Estas clarificaciones son fundamentales para que el lector pueda sumergirse en lo que los autores conciben como la satisfacción de los clientes en el contexto de usuarios de un servicio.

Capítulo II

Marco Referencial

Dentro del contexto de América Latina se encuentra al servicio ofertado por los terminales terrestres como una opción, a veces la única, para movilizarse entre cantones y provincias a nivel de país. Existen sendas investigaciones a nivel de Ecuador y países vecinos que han realizado una investigación sobre la percepción de satisfacción de sus usuarios, involucrando elementos claves como: seguridad, logística, precios, calidad de servicio, trato de parte de los proveedores de servicios de transporte, bienes inmuebles, entre otros.

El proyecto de investigación busca indagar sobre la percepción de satisfacción del Terminal Terrestre de Vinces, por ende, se buscar ofrecer una vista global sobre este fenómeno tanto a nivel de países vecinos y de igual manera, en otras provincias del Ecuador.

Contexto internacional a nivel de Latinoamérica

Culqui Choctalin & Trigoso Yalta (2018) realizaron una investigación sobre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de los usuarios del terminal terrestre de Chachapoyas, misma que fue tratada con un enfoque cuantitativo, enmarcado en un estudio descriptivo correlacional y un diseño no experimental. En el estudio se aplicó una encuesta a 30 personas donde intervinieron 41 preguntas sobre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario sobre el servicio, misma que arrojó como resultados una correlación moderada y un nivel de significancia importante, la cual, por consiguiente, permitió corroborar la hipótesis planteada sobre la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de sus usuarios en el terminal terrestre de Chachapoyas, ciudad de Perú.

Así mismo, Fonseca Rivera & Sánchez Buitrago (2015) plantearon un estudio de mercado para determinar el grado de satisfacción de los usuarios del terminal de transporte terrestre de Duitama, el cual infería una mala administración, organización y logística. La investigación se la aplicó a 338 usuarios del terminal terrestre, los cuales debían ser mayores de 15 años y los principales resultados obtenidos fueron: un deterioro de la calidad de servicio en el aspecto de seguridad, aseo, atención al cliente,

servicios de baterías sanitarias y el cumplimiento de los horarios e itinerarios del terminal terrestre de Duitama, ciudad de Colombia.

Por otro lado, Muñico Caso & Laurente Pobis (2018) presentaron una investigación de la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Empresa de Transporte Turístico Olano S.A en Huancayo, ciudad del Perú. Bajo un estudio aplicado, buscando corroborar la correlación entre dos variables y en una actividad no experimental, se pudo encontrar que en 2016 ocuparon el servicio ofertado por la empresa Olano S.A, 25847 usuarios, lo cual permitió sacar una muestra relevante de 378 clientes, quienes fueron encuestados sobre la satisfacción de la calidad de servicio. El instrumento ocupado para dicha investigación fue una encuesta que constaba de 2 partes, la primera, con 22 indicadores relacionados a la percepción sobre la calidad de servicio; y la segunda parte, 21 indicadores enmarcados en la satisfacción. Como resultados obtenidos se obtuvo un coeficiente de correlación Tau_b de Kendall igual a 0.637 el cual se proyecta como significativo y se concluye que, a mayor calidad de servicio, mayor será la satisfacción de sus usuarios.

Dentro de las investigaciones abordadas se puede analizar que existe una correlación importante entre la calidad de servicio y la percepción de satisfacción de parte de los usuarios de terminales terrestres, sin embargo, es prudente citar estudios del contexto ecuatoriano, los cuales responderán a las necesidades sociales, así como la idiosincrasia local, sobre la satisfacción de los usuarios enmarcados a los servicios ofertados por terminales terrestres.

Contexto nacional

Inca & Taipanta (2019) estructuraron una propuesta para el mejoramiento de la funcionalidad técnico-administrativo del terminal terrestre interprovincial del Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo, misma que fue sustentada por una investigación con instrumentos tales como: encuesta a usuarios del terminal terrestre, donde se sacó una muestra de 360 encuestados; encuesta aplicada al personal que presta servicios de transporte, una entrevista dirigida a 27 personas miembros del cuadro administrativo del terminal terrestre y una guía de observación aplicada por los autores. Los resultados de la investigación arrojaron una interpretación de que existen pocas acciones tomadas para el correcto funcionamiento del terminal terrestre, una percepción de brindar un buen servicio del 57,69% de parte de quienes brindaban el servicio de transporte; un 94% de usuarios del terminal terrestre indica que no existe señalética adecuada y un

87% indicaron que no sabían a donde acudir en el caso de algún problema o percance de cualquier índole, y la ficha de observación que permitió conocer que existían algunos aspectos positivos, como las baterías sanitarias o las zonas de intercambio modal, sin embargo, se identificó que la señalética tenía la peor valoración, con un 33% de cumplimiento.

Por otro lado, Yúnez López (2018) planteó un análisis del servicio al cliente del terminal terrestre de la ciudad de Cuenca en el 2017, donde se aplicó una encuesta a 384 usuarios del terminal, donde se buscaba analizar la percepción del servicio al cliente de turistas que viajaban desde o hacia la ciudad de Cuenca, con fines de placer y/o visitas familiares. El instrumento aplicado fue el Rango de Satisfacción del Cliente (RSC) y se eliminaron algunos encuestados, debido a que se quería percibir la satisfacción eminentemente de turista al terminal terrestre de la ciudad. Los resultados obtenidos por esta investigación fue un porcentaje del 82% de satisfacción en un promedio de sus múltiples dimensiones.

Así mismo Revelo Sánchez (2017) realizó un análisis de la calidad del servicio al cliente que brinda el terminal terrestre de Latacunga, donde se pudo aplicar una encuesta a 300 usuarios y se pudo obtener sendos datos en diversas preguntas de la encuesta aplicada y conllevan un 38% aproximado, a nivel de satisfacción y categorización del servicio en términos de “aceptable”.

Las investigaciones nacen desde el abordaje de una problemática en específico, en este caso se busca analizar la satisfacción de los usuarios de terminales terrestres, con la finalidad ulterior de proyectar la factibilidad de mejorar sus procesos, siendo una idea clave para Vinces, donde se analizará la percepción del usuario, la cual nos permitirá reconocer la viabilidad de generar una propuesta de modelo de gestión para mejorar su oferta. Motivo por el cual se ha procedido a analizar algunos casos locales e internacionales, buscando los instrumentos aplicados a los diversos contextos, siendo fundamentales los aportes de (Muñico Caso & Laurente Pobis, 2018) y (Culqui Choctalin & Trigoso Yalta, 2018) que cimentan la encuesta en la presente investigación.

Contexto del Cantón Vinces

El cantón Vinces es un territorio ubicado en la provincia de Los Ríos, siendo la única provincia costera que no tiene acceso al mar. Con una extensión de 693 kilómetros cuadrados, y una cabecera cantonal también llamada Vinces, es uno de los

cantones más antiguos de la provincia cuya fundación fue el 14 de junio de 1845, y su actividad económica es predominantemente agrícola.

Conocido como París Chiquito, Vinces es una zona de tráfico intercantonal e interprovincial colindando con Palenque, por el norte, con la provincia del Guayas, por el sur y el oeste, y con Baba, Ventanas y Pueblo viejo por el este. El nombre característico de la zona se debe a su influencia de inicios del siglo XX, cuando familias pudientes a través de la explotación de haciendas, mandaban a sus hijos a estudios en Francia. Fue tanta la influencia, que muchas casas que aún existen, tenían una fuerte influencia arquitectónica del país europeo. Lara Brozzesi (1999) comenta que en el Cantón de Vinces se habían aperturado locales como *Le Chic Parisien* y *Bazaar Verdú*, que importaban vasijas, utensilios, pinturas, ropa, entre otros elementos, que permitían una ambientación de París en Ecuador.



Figura 6. Ubicación de Vinces en la provincia Los Ríos. Fuente: (*Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2001*)

Una de sus principales gestiones económicas es el turismo, gracias a campañas como *All you need is Ecuador*, donde se ha permitido conocer sobre el humedal de Abras de Mantequilla, hábitat de especies en peligro de extinción; de igual manera el

turismo es dinamizado por “Vinces Náutico”, una famosa regata de botes a motor, las playas de agua dulce y una basta gastronomía.

Administración de la terminal terrestre de Vinces

El responsable de la administración, operación y mantenimiento de las instalaciones del terminal terrestre del cantón Vinces, provincia de Los Ríos, responde a la Dirección de Servicios Comunitarios y Espacios Públicos de la municipalidad.

El terminal terrestre de Vinces tiene entre sus principales competencias, las enunciadas a continuación:

- a. Elaborar el plan de gestión del terminal terrestre.
- b. Elaborar la ordenanza que regula la gestión del terminal terrestre, tasas por utilización y arrendamientos.
- c. Elaborar el plan de promoción y difusión de la política municipal respecto de los servicios que presta el terminal.
- d. Elaborar el catastro de compañías y empresas de transporte que ocupan las instalaciones del terminal.

Capítulo III

Marco Metodológico

A continuación, se enuncian las principales características metodológicas que tiene el estudio expuesto en este documento.

Enfoque de investigación

Hace referencia a la naturaleza del problema de estudio, y con ello, a la forma en que es conveniente desarrollar la investigación; estando relacionada con el planteamiento del problema y los objetivos de la tesis. Existen tres enfoques: el cuantitativo, el cualitativo y el mixto.

El enfoque mixto caracterizó al presente estudio debido a que es un estudio de caso que pretende conocer a profundidad el fenómeno estudiado, sin necesariamente lograr la generalidad de resultados; esto es que se desea evaluar la satisfacción de los clientes de la terminal terrestre objeto de análisis, y, la valoración otorgada a esta entidad no refleja la calificación o grado de satisfacción que puedan tener los clientes sobre otras terminales (Ortiz, 2015), no obstante, se utilizaron métodos cuantitativos para el levantamiento y análisis de datos.

Así, se aborda el objeto de estudio con una perspectiva holística, particular y limitada a la realidad concreta de la terminal terrestre, utilizando la lógica inductiva y reconociendo el contexto específico donde se elaboró el estudio (Sánchez F. , 2019).

Alcance de investigación

El alcance de la investigación se debe establecer antes de iniciar con el proceso investigativo, constituyéndose como parte de la idea inicial, a través de él determina qué tipo de resultados se aspira conseguir con el estudio del tema de interés específico.

La literatura identifica cuatro tipos de alcance, los cuales se enuncian a continuación:

- Estudio exploratorio. Es cuando la investigación se realiza sobre un fenómeno poco estudiado, del cual se carece de información profunda, teniendo como propósito tener un acercamiento que puede incluir clarificar variables de análisis para investigaciones posteriores.

- Estudio descriptivo. Como su nombre lo indica, tiene la intención de describir a un fenómeno u objeto de estudio específico, a través de medir o dar magnitud a las variables de estudio que lo caracterizan.
- Estudio correlacional. Este tipo de alcance se encasilla principalmente en enfoques cuantitativos de investigación, donde, a través de modelos estadísticos, matemáticos y/o econométricos, se pretende predecir el comportamiento de una variable explicada a través de los datos, generalmente históricos, de una o más variables explicativas.

Se define el nivel de correlación entre ellas, que puede ser positivo si la relación es directa o negativa si la relación es inversa. También se considera la intensidad de la correlación entre variables explicadas y explicativas.

La existencia de correlación en un modelo estadístico, no necesariamente revela la presencia de causalidad entre las variables (Vinuesa, 2016).

- Estudio explicativo. Explica un fenómeno o evento de estudio, a través de relaciones causales, es decir que identifica y demuestra comportamientos de causa y efecto entre dos o más variables de estudio, permitiéndole explicar el resultado obtenido, o que puede ocurrir, a partir de las variaciones en las magnitudes de las variables explicativas (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

Diseño de investigación

Hace referencia a la estrategia que el investigador adopta para dar respuesta a las preguntas de investigación, lograr los objetivos formulados y verificar las hipótesis, de investigación y alternativas, previamente planteadas (Cohen & Gómez, 2019).

La clasificación más utilizada para categorizar los diseños de investigación, toman como criterio el grado de control de las variables de estudio, resultando así en dos grandes categorías: diseños experimentales y diseños observacionales.

En los diseños experimentales, el investigador tiene control sobre las variables de estudio, pudiendo manipularlas para conocer los efectos resultantes de las variaciones

de las mismas. Los diseños experimentales pueden subclasificarse de acuerdo al grado de control que se tiene sobre las variables, pudiendo ser:

- Experimental puro. Ocurre cuando el investigador tiene la capacidad de manipular las variables explicativas para determinar los efectos sobre las variables explicadas, determinando una relación causa-efecto, así la intensidad de relación entre las mismas. Se caracteriza también por poseer equivalencia entre los grupos de control, lo que garantiza que sean comparables, otorgándole validez interna.
- Cuasi experimental. Los diseños cuasi experimentales son aquellos en que sí existe manipulación de variables, de tal forma que el investigador puede alterar la magnitud de una variable independiente para determinar qué efectos ocasiona en una variable dependiente. Pero, a diferencia de los diseños experimentales puros, los grupos de control no son seleccionados de forma aleatoria por lo cual se aminora el nivel de validez interna, ya que no existe evidencia de que los elementos que conforman a cada grupo son realmente comparables (White & Sabarwal, 2014).

Los diseños observacionales, también conocidos como diseños no-experimentales, de acuerdo a Maite Vallejo, son aquellos en los que el investigador permanece a la expectativa, ya sea de los efectos de la exposición en los sujetos de estudio o de la asociación entre los factores de riesgo y el evento final (Vallejo, 2002, pág. 9). Estos, a su vez, pueden subclasificarse en dos tipos:

- No-experimentales descriptivos, donde el investigador describe los eventos de estudio a través de los atributos, magnitudes o características que posee en las variables de análisis.
- No-experimentales analíticos, que exploran la relación probable entre dos o más variables, utilizando casos de estudio o de cohorte.

La presente tesis tiene un diseño de investigación no-experimental descriptivo, debido a que el estudio considera al conjunto de variables de estudio en un contexto determinado, sin manipularlas ni añadir estímulos para que varíen, pero sí midiendo los atributos o características de las diferentes variables utilizadas para describirlo, y

agrupadas en dimensiones, de acuerdo a lo presentado anteriormente en el marco teórico y el modelo ServQual, para facilitar su comprensión y análisis (Rodríguez, Gil, & M García, 1996).

Las encuestas de satisfacción al cliente, están compuestas por dimensiones de estudio que a su vez contienen a las variables de análisis. Los clientes o usuarios, al contestarlas, expresarán la realidad que perciben, lo cual se analizará para obtener valoraciones descriptivas del modelo implementado, así como de las expectativas y experiencias de los usuarios, en su contexto de forma natural, sin intervención alguna de parte del investigador para alterar las respuestas o resultados que los encuestados proporcionen.

Respecto a la temporalidad, la investigación es de corte transversal, ya que el levantamiento de información se realizó en el año 2021, y no se contemplaron datos históricos, evolución de las variables en el tiempo ni proyecciones o tendencias del resultado de las variables en el futuro (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

Instrumentos de investigación

El levantamiento de información se llevó a cabo utilizando los siguientes instrumentos de investigación:

Encuestas de satisfacción al cliente.

Las encuestas se realizaron sobre una muestra probabilística representativa, y el cuestionario se elaboró considerando las recomendaciones del modelo ServQual, que se especializa en la valoración de la satisfacción de clientes cuando la oferta es intangible, es decir, del sector servicios.

La encuesta se aplicó a 490 usuarios del Terminal Terrestre de Vinces y se ocupó el modelo ServQual, mismo que propone 22 variables para valorar la satisfacción del cliente, las cuales están distribuidas en cinco dimensiones, las cuales son: tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, como se presenta en la ilustración a continuación.



Figura 7. Dimensiones y cantidad de variables del modelo ServQual. Fuente: Bureau Veritas, 2018

La métrica se realizó utilizando una escala de Likert de siete puntos, donde uno equivale al desacuerdo total con la afirmación sugerida, mientras que siete equivale a un total acuerdo con la afirmación. A continuación, se detallan las variables desagregadas por dimensión.

- Dimensión Tangibles. Comprende cuatro variables, presentadas en forma de afirmación en el cuestionario, y pretende valorar los aspectos físicos relacionados al servicio (ver tabla cuatro).

Tabla 4.
Cuestionario de la dimensión tangibles

N°	Afirmación	1	2	3	4	5	6	7
1	Los equipos de son modernos y excelentes							
2	Las instalaciones físicas son visualmente atractivas							
3	Los empleados tienen apariencia pulcra							

Tabla 6.
Cuestionario de la dimensión capacidad de respuesta

N°	Afirmación	1	2	3	4	5	6	7
10	Los empleados de la terminal comunican a los clientes cuándo concluirá la realización del servicio							
11	Los empleados de la terminal ofrecen un servicio rápido a sus clientes.							
12	Los empleados de la terminal siempre están dispuestos a dar apoyo o soporte a los clientes							
13	Los empleados de la terminal nunca están demasiado ocupados para responder las preguntas de los clientes							

- Dimensión Seguridad. Comprende cuatro variables que valoran la percepción de los clientes respecto a la seguridad que les brinda la terminal, en el aspecto de profesionalismo con que ofertan el servicio. Las variables se exponen en la tabla siete.

Tabla 7.
Cuestionario de la dimensión seguridad

N°	Afirmación	1	2	3	4	5	6	7
14	Los empleados de la terminal le transmiten confianza							
15	Se siente seguro al realizar transacciones con la terminal							

Entrevistas

Se elaboró una guía de entrevista, basada en cuatro preguntas, dos de ellas sobre el estado actual del Terminal Terrestre de Vinces y dos proyectivas, sobre el impacto de una inversión para mejorar la oferta de servicio. La entrevista fue dirigida a cuatro actores clave que tienen poder de decisión sobre la oferta del servicio de terminal terrestre, y tiene el propósito de profundizar sobre los resultados obtenidos del cuestionario ServQual, así como para validar los criterios metodológicos aplicados al presente trabajo de investigación (Escudero & Cortez, 2018).

La base de las preguntas, tienen los siguientes enunciados:

1. ¿Qué opinión le merece usted al actual terminal terrestre de Vinces?
2. ¿Considera usted que se podría mejorar el actual terminal terrestre de Vinces?
3. ¿Qué beneficios comerciales-turísticos aportarían al cantón de Vinces, si existiría una modernización e inversión en la oferta del servicio?
4. Acorde a su criterio ¿la inversión en el terminal terrestre tendría una repercusión favorable en la calidad de vida de los habitantes del cantón de Vinces?

Población y muestra

En su obra Fundamentos Básicos de Estadística, los autores Cecilia Salazar y Santiago del Castillo definen a la población de estudio de la siguiente manera:

“Colectivo que abarca a todos los elementos cuya característica o características queremos estudiar; dicho de otra manera, es el conjunto entero al que se desea describir o del que se necesita establecer conclusiones” (2018, pág. 13).

Para el presente estudio, la población de clientes está conformada por todas aquellas personas que utilizaron los servicios ofertados por la terminal terrestre objeto de análisis durante el año 2021.

Dado que no se conoce con exactitud el tamaño de la población señalada en el párrafo anterior, para el cálculo de la muestra, entendida como un subconjunto de elementos pertenecientes a la misma población que la representan y son seleccionados

aleatoriamente (Tamayo, 2001), se tomó la fórmula de una población infinita, la cual es la siguiente:

$$n = Z^2(P)(Q)/d^2$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Valor de Z crítico o nivel de confianza, de una curva con distribución normal.

P = Proporción aproximada del fenómeno en estudio en la población de referencia.

Q = Proporción de la población de referencia que no presenta el fenómeno en estudio.

Se calcula así: $Q = 1 - P$.

d = Nivel de precisión absoluta referida a la amplitud del intervalo de confianza deseado (Aguilar S., 2005, pág. 336).

En esta investigación, los valores e los estimadores indicados, y con ellos, del tamaño de la muestra, fueron los siguientes:

Z = 1,96 contemplando un nivel de confianza del 95%.

P = 50%

Q = 50%

d = 10%

n = 490

Debido a la heterogeneidad del grupo que usa el terminal terrestre como medio de movilización, sumado a las diversas características referenciados en la investigación se consideró oportuno un nivel de confianza del 10%.

Para la elección de los actores clave, no fue necesario utilizar una fórmula, ya que los mismos fueron seleccionados por conveniencia con el tema de investigación.

Análisis de datos

Los datos recolectados a través de encuestas, que constituyen fuentes primarias de información, está conformado por un total de veintidós variables que recomienda el modelo ServQual para medir el grado de satisfacción de los clientes o usuarios en empresas cuya oferta es un intangible, enmarcándose en el sector productivo terciario, más conocido como el sector servicios.

Cada una de las veintidós variables se enunció en una afirmación, de tal manera que el cuestionario de recolección de datos está constituido por veintidós preguntas

relacionadas a la calidad del servicio al cliente ofertado por la Terminal Terrestre de Vinces, y que pretenden definir la percepción de los clientes respecto a ella.

La medir cada variable, se utilizó una escala de Likert de siete niveles, donde el total desacuerdo con la afirmación expuesta en el cuestionario se representa con la valoración de uno, y el total acuerdo con la afirmación enunciada se representa con la valoración de siete, quedando una escala que mide el nivel de satisfacción, tal como se ilustra en la figura a continuación:

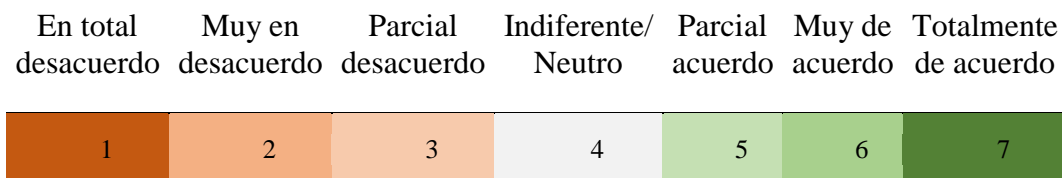


Figura 8. Escala de Likert para medir la satisfacción del usuario

Una vez que se recolectó y tabuló la información, se procedió a utilizar técnicas de Estadística Descriptiva para resumir la totalidad de datos levantados, ya que, debido a su volumen de 490 encuestas, existieron 490 respuestas para cada variable del cuestionario.

Debido a las virtudes de la media ponderada, que es una medida de tendencia central que se aplica cuando los datos tienen un nivel de diferente de importancia, a los que se les asigna ponderaciones diferentes, haciéndola apropiada para obtener un promedio, esto es un solo valor que represente al conjunto de datos medidos, en el caso de la presente tesis donde se utilizó una escala de Likert de siete niveles que simbolizan magnitudes distintas de la satisfacción de los clientes (Salazar & Del Castillo, Fundamentos básicos de Estadística, 2018).

El cálculo de la media ponderada se realiza siguiendo los pasos mostrados a continuación:

- Se asigna una ponderación diferente a cada uno de los parámetros o variables, que, en este caso, es el valor entre uno y siete que corresponde a la escala de Likert.
- Se multiplica los datos tabulados, de acuerdo al orden preestablecido, por el valor de la ponderación.

- Se suma el producto de los datos tabulados por la ponderación, generando un solo valor total.
- La sumatoria anterior se divide para la sumatoria de las ponderaciones, en este caso de la totalidad resultante de sumar los valores de la escala de Likert.

La fórmula de la media ponderada, se expresa de la siguiente manera:

$$\bar{x} = \frac{x_1 \cdot p_1 + x_2 \cdot p_2 + \dots + x_n \cdot p_n}{p_1 + p_2 + \dots + p_n} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i \cdot p_i}{\sum_{i=1}^n p_i}$$

Donde:

\bar{x} Media ponderada

x Variable sobre la cual se calcula la media ponderada

P Ponderación

Una vez que se obtiene la media ponderada de cada una de las veintidós variables del modelo ServQual, se procederá a transformarla en una calificación sobre 100 puntos a través de la aplicación de una regla de tres.

Así se obtendrá la valoración sobre cien puntos que el conjunto de encuestados dio a cada variable del modelo ServQual, permitiendo aplicar el criterio de que:

- Si la variable tiene una calificación de 75 o más puntos, se considerará que está en el intervalo de aceptación, esto es que no necesitará intervención inmediata para su fortalecimiento o mejoramiento.
- Si la variable tiene menos de 75 puntos, requerirá de intervención inmediata para su mejoramiento.

Realizada la valoración sobre 100 puntos de la percepción de los usuarios de la Terminal Terrestre de Vines sobre cada una de las veintidós variables, se procede a

agruparlas en las cinco dimensiones propuestas por el modelo ServQual, las cuáles se exponen en la tabla nueve.

Luego, se calcula una media aritmética de los resultados de la media ponderada (sobre cien puntos) resultante de las variables que comprenden a la dimensión. De esta manera, se obtiene la calificación sobre cien puntos que los clientes otorgaron a cada dimensión de análisis del modelo ServQual.

Finalmente, la media aritmética del total de los resultados (medias ponderadas sobre cien puntos) obtenidos en las veintidós variables, se considera la calificación global que la Terminal Terrestre de Vines obtuvo respecto a la calidad del servicio al cliente ofertado.

Tabla 9.

Cantidad de variables por dimensión del modelo ServQual

Dimensión	Cantidad de variables
Tangibles	4
Fiabilidad	5
Capacidad de respuesta	4
Seguridad	4
Empatía	5

Medición de la satisfacción de los usuarios

Para medir el nivel de satisfacción de los usuarios de la Terminal Terrestre del cantón Vines, se seleccionó la propuesta elaborada por Valerie A. Zeithaml, A. Parasuraman y Leonard L.; quienes la denominaron modelo ServQual, el mismo que ha tenido amplia aceptación en el mundo académico y de negocios, por lo cual ha sido

aplicado en diferentes países y actividades económicas, con énfasis en aquellas que ofertan productos intangibles, es decir, servicios.

Como se presentó anteriormente, el modelo ServQual está compuesto por cinco dimensiones, que, conjuntamente, poseen veintidós variables de análisis, las cuales, de forma conjunta, revelan una calificación general de la percepción que tienen los clientes o usuarios respecto a la calidad ofertada de servicio.

En la metodología de esta tesis, se señaló que la forma de medición de las variables, dimensiones y modelo ServQual en general, se realizó a través de levantamiento de información primaria a través de encuestas aplicadas a una muestra representativa de la población objeto de estudio, y, para presentar los datos de forma organizada y resumida, se utilizaron herramientas de la Estadística Descriptiva, tanto tablas como gráficos, además de medidas de tendencia central, destacando dos de ellas:

- Media ponderada para cada variable o enunciado del cuestionario (22 variables)
- Media aritmética para los resultados por dimensión y por el modelo ServQual en general.

A continuación, se presentan los resultados del cuestionario, organizados por cada una de las cinco dimensiones que comprende el modelo ServQual.

Dimensión Tangibles

Esta dimensión agrupa aquellas variables relacionadas con la infraestructura, equipamiento y apariencia del personal, permitiendo determinar cómo los usuarios o clientes perciben la calidad y apariencia de las instalaciones, así como la presentación del personal que labora en la Terminal Terrestre y los materiales utilizados para la generación del servicio (Matsumoto, 2014).

Los usuarios encuestados le otorgaron una calificación media de 53,84 puntos a la dimensión Tangibles de la Terminal Terrestre de Vinces, siendo la variable con mejor calificación y la única que estuvo dentro del intervalo de aceptación de 75 o más puntos, la Apariencia de los Empleados, que fue calificada con 76,91 puntos.

La segunda variable mejor puntuada dentro del grupo de Tangibles, fue Elementos Materiales utilizados para la provisión del servicio, que obtuvo la puntuación media de 60,61 encontrándose por debajo de los 75 puntos, motivo por el cual debe ser fortalecido.

La calidad de los Equipos utilizados en la Terminal Terrestre de Vinces fue calificada por los usuarios encuestados con 40,32 puntos, mientras que las Instalaciones Físicas obtuvo la menor puntuación dentro del grupo de Tangibles, logrando apenas 37,52 puntos. Ambas variables requieren de intervención para su mejoramiento.

A continuación, se presenta una ilustración que sintetiza los resultados obtenidos en la dimensión Tangibles, existiendo una línea roja que simboliza la calificación mínima esperada para que la variable sea aceptada, es decir que, aquellas barras que estén por encima de la línea no requerirán intervención inmediata, mientras que las barras que se encuentren por debajo de la línea roja, son aquellas que deberán ser intervenidas para su robustecimiento.

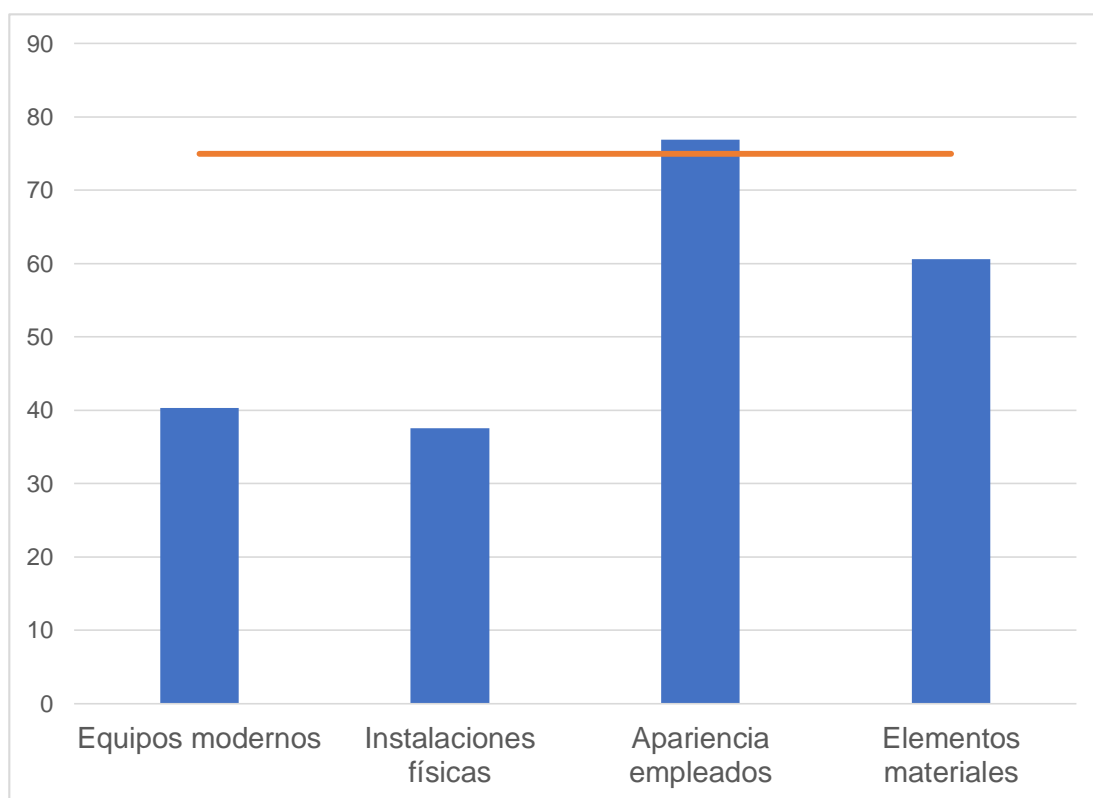


Figura 9. Resultados de la dimensión tangibles

Los datos tabulados por cada variable, presentada en forma de afirmación para facilitar la comprensión de los usuarios encuestados, se presenta en la tabla a continuación, indicando la cantidad de encuestados que eligieron un valor entre uno (totalmente en desacuerdo) y siete (totalmente de acuerdo) de la escala de Likert, además del valor promedio (media ponderada) por ítem, así como su transformación a una calificación sobre cien puntos.

Tabla 10.*Resultados de la dimensión Tangibles*

Afirmación	1	2	3	4	5	6	7	Calificación	
								Sobre 7	Sobre 100
Los equipos de son modernos y excelentes	49	112	218	99	12	-	-	2,8	40,32
Las instalaciones físicas son visualmente atractivas	48	133	267	38	4	-	-	2,6	37,52
Los empleados tienen apariencia pulcra	-	1	4	43	205	232	5	5,4	76,91
Los elementos materiales relacionados con el servicio son visualmente atractivos	-	22	105	172	114	77	-	4,2	60,61

Nota. Esta tabla recopila los datos sobre la dimensión de tangibles, basados en la encuesta aplicada a 490 usuarios del terminal terrestre.

Dimensión Fiabilidad

Esta dimensión agrupa aquellas variables relacionadas con la capacidad de la Terminal Terrestre para ofrecer y ejecutar de forma fiable y metódica los compromisos y promesas comunicados a los clientes o usuarios acerca de las cualidades y características del servicio, así como la solución de problemas que surjan en el proceso (Yovera & Rodríguez, 2018).

Los usuarios encuestados le otorgaron una calificación media de 62,64 puntos a la dimensión Fiabilidad de la Terminal Terrestre de Vinces, siendo la variable con mejor calificación y la única que estuvo dentro del intervalo de aceptación de 75 o más puntos, Culminación del Servicio en el Tiempo Acordado, que fue calificada con 75,07 puntos.

La segunda variable mejor puntuada dentro del grupo de Fiabilidad, fue el Interés del Personal en Solucionar Problemas de los Clientes, que obtuvo la puntuación media de 71,43 encontrándose por debajo de los 75 puntos, motivo por el cual debe ser fortalecido.

El Cumplimiento de Plazos Prometidos por la Terminal Terrestre de Vinces fue calificada por los usuarios encuestados con 67,46 puntos, la variable Registros Exentos de Errores fue valorado por los usuarios con 54,52 puntos; y finalmente Servicio de Excelencia de la Terminal Terrestre fue la afirmación con la menor puntuación dentro del grupo de Fiabilidad, logrando apenas 44,69 puntos. Las tres variables mencionadas requieren de intervención para su mejoramiento.

A continuación, se presenta una ilustración que sintetiza los resultados obtenidos en la dimensión Fiabilidad, existiendo una línea roja que simboliza la calificación mínima esperada para que la variable sea aceptada, es decir que, aquellas barras que estén por encima de la línea no requerirán intervención inmediata, mientras que las barras que se encuentren por debajo de la línea roja, son aquellas que deberán ser intervenidas para su robustecimiento.

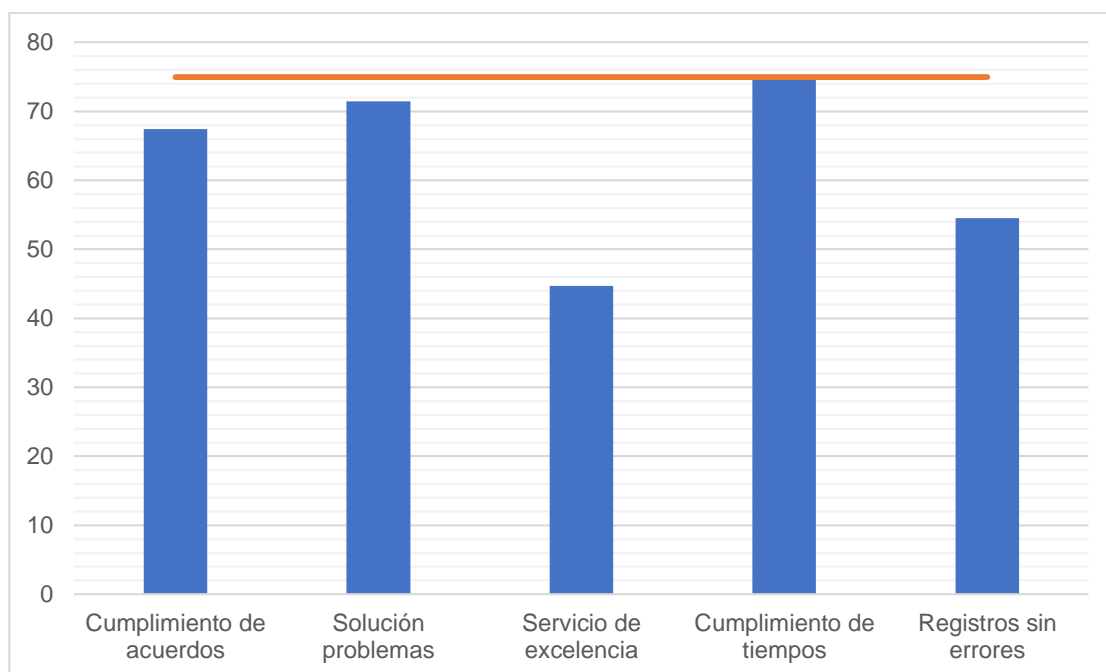


Figura 10. Resultados de la dimensión fiabilidad.

Los datos tabulados por cada variable, presentada en forma de afirmación para facilitar la comprensión de los usuarios encuestados, se presenta en la tabla a continuación, indicando la cantidad de encuestados que eligieron un valor entre uno (totalmente en desacuerdo) y siete (totalmente de acuerdo) de la escala de Likert, además del valor promedio (media ponderada) por ítem, así como su transformación a una calificación sobre cien puntos.

Tabla 11.
Resultados de la dimensión Fiabilidad

Afirmación	1	2	3	4	5	6	7	Calificación	
								Sobre 7	Sobre 100
La administración de la terminal, cuando promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace			57	151	168	99	15	4,7	67,46
Cuando el cliente tiene un problema, el personal de la terminal muestra un sincero interés en solucionarlo		8	14	112	223	102	31	5,0	71,43
La terminal terrestre brinda un servicio de excelencia desde la primera vez	39	87	182	136	46			3,1	44,69
La terminal terrestre concluye el servicio ofertado en el tiempo acordado		2	21	73	185	172	37	5,3	75,07
La terminal mantiene registros exentos de errores	3	50	112	201	118	5	1	3,8	54,52

Nota. Esta tabla recopila los datos sobre la dimensión de fiabilidad, basados en la encuesta aplicada a 490 usuarios del terminal terrestre.

Capacidad de Respuesta

Esta dimensión, también conocida como Sensibilidad, agrupa aquellas variables relacionadas con la predisposición que la Terminal Terrestre de Vinces tiene para apoyar a los usuarios y otorgarles un servicio de calidad.

Los usuarios encuestados le otorgaron una calificación media de 73,92 puntos a la dimensión Capacidad de Respuesta de la Terminal Terrestre de Vinces, siendo la variable con mejor calificación y la única que estuvo dentro del intervalo de aceptación de 75 o más puntos, la Comunicación a los Clientes sobre el Tiempo en que Terminará la Realización del Servicio, que fue calificada con 87,23 puntos.

La segunda variable mejor puntuada dentro del grupo de Capacidad de Respuesta o Sensibilidad, fue la Predisposición del Personal a Dar Soporte a los Clientes, que obtuvo la puntuación media de 71,31 encontrándose por debajo de los 75 puntos, motivo por el cual debe ser fortalecido.

La velocidad del Servicio Prestado por la Terminal Terrestre de Vinces fue calificada por los usuarios encuestados con 68,86 puntos, mientras que la Disposición de Empleados para Responder Preguntas a los Clientes fue la afirmación con la menor puntuación dentro del grupo de Capacidad de Respuesta, logrando apenas 68,28 puntos. Las dos variables mencionadas requieren de intervención para su mejoramiento.

A continuación, se presenta una ilustración que sintetiza los resultados obtenidos en la dimensión Capacidad de Respuesta, existiendo una línea roja que simboliza la calificación mínima esperada para que la variable sea aceptada, es decir que, aquellas barras que estén por encima de la línea no requerirán intervención inmediata, mientras que las barras que se encuentren por debajo de la línea roja, son aquellas que deberán ser intervenidas para su robustecimiento.

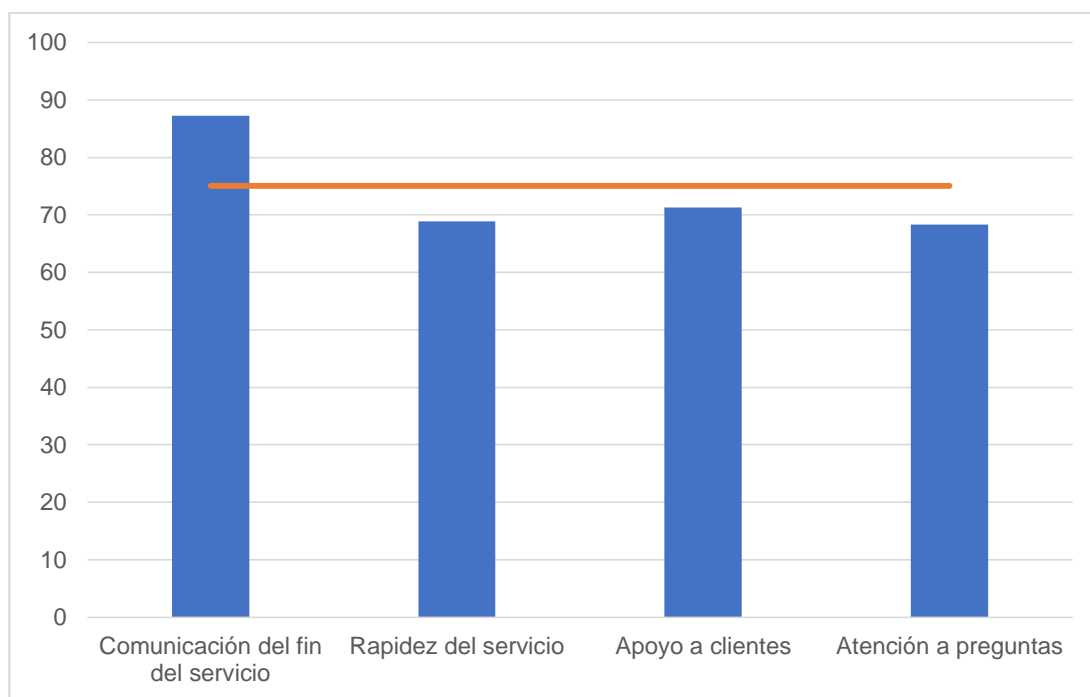


Figura 11. Resultados de la dimensión capacidad de respuesta.

Los datos tabulados por cada variable, presentada en forma de afirmación para facilitar la comprensión de los usuarios encuestados, se presenta en la tabla a continuación, indicando la cantidad de encuestados que eligieron un valor entre uno (totalmente en desacuerdo) y siete (totalmente de acuerdo) de la escala de Likert, además del valor promedio (media ponderada) por ítem, así como su transformación a una calificación sobre cien puntos.

Tabla 12.
Resultados de la dimensión Capacidad de Respuesta

Afirmación	1	2	3	4	5	6	7	Calificación	
								Sobre 7	Sobre 100
Los empleados de la terminal comunican a los clientes cuándo concluirá la realización del servicio		1	1	12	86	221	169	6,1	87,23
Los empleados de la terminal ofrecen un servicio rápido a sus clientes.	3	2	50	103	218	95	19	4,8	68,86
Los empleados de la terminal siempre están dispuestos a dar apoyo o soporte a los clientes	2	2	40	87	210	121	28	5,0	71,31
Los empleados de la terminal nunca están demasiado ocupados para responder las preguntas de los clientes	2	9	47	99	218	110	5	4,8	68,28

Nota. Esta tabla recopila los datos sobre la dimensión capacidad de respuesta, basados en la encuesta aplicada a 490 usuarios del terminal terrestre.

Dimensión Seguridad

La dimensión Seguridad hace referencia a la capacidad que tiene la Terminal Terrestre de Vinces para proyectar a sus usuarios o clientes credibilidad y confianza, y su medición, de acuerdo al modelo ServQual, contempla cuatro variables.

Los usuarios encuestados le otorgaron una calificación media de 72,53 puntos a la dimensión Seguridad de la Terminal Terrestre de Vinces, siendo la variable con mejor calificación y la única que estuvo dentro del intervalo de aceptación de 75 o más puntos, la Amabilidad del Personal de la Terminal, que fue calificada con 80,35 puntos.

La segunda variable mejor puntuada dentro del grupo de Seguridad, fue la Proyección de Confianza del Personal hacia los Clientes, que obtuvo la puntuación media de 71,46 encontrándose por debajo de los 75 puntos, motivo por el cual debe ser fortalecida.

Los Conocimientos del Personal de la Terminal Terrestre de Vinces fue calificada por los usuarios encuestados con 69,53 puntos, mientras que la Seguridad de Realizar Transacciones con la Terminal fue la variable con la menor puntuación dentro del grupo de Seguridad, logrando apenas 68,78 puntos. Las dos variables mencionadas requieren de intervención para su mejoramiento.

A continuación, se presenta una ilustración que sintetiza los resultados obtenidos en la dimensión Seguridad, existiendo una línea roja que simboliza la calificación mínima esperada para que la variable sea aceptada, es decir que, aquellas barras que estén por encima de la línea no requerirán intervención inmediata, mientras que las barras que se encuentren por debajo de la línea roja, son aquellas que deberán ser intervenidas para su robustecimiento.

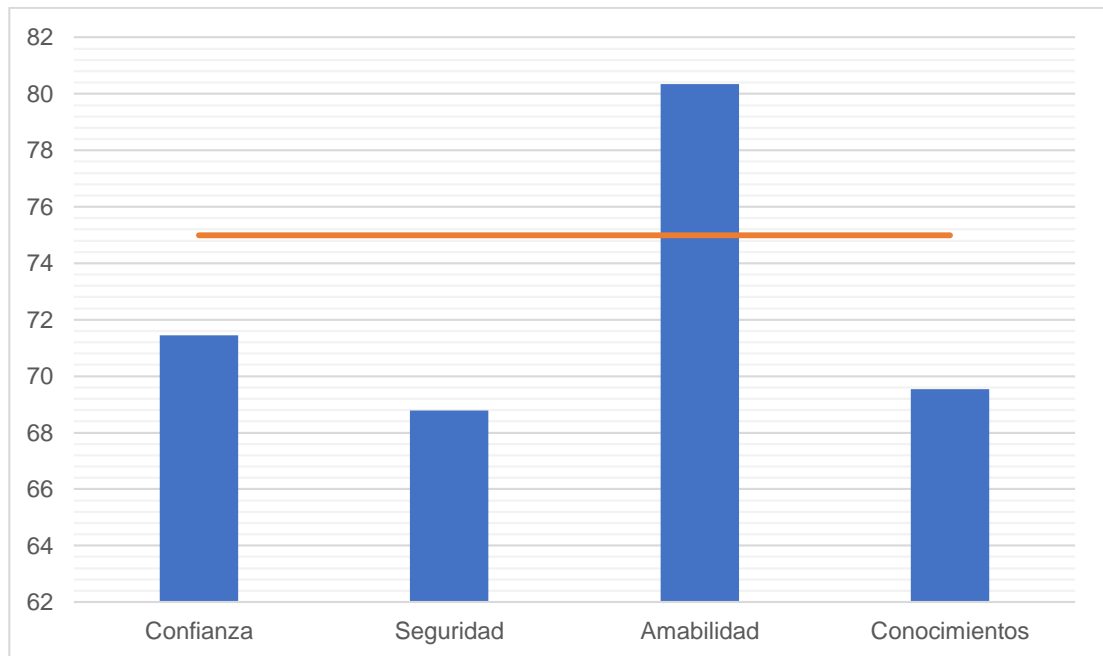


Figura 12. Resultados de la dimensión seguridad.

Los datos tabulados por cada variable, presentada en forma de afirmación para facilitar la comprensión de los usuarios encuestados, se presenta en la tabla a continuación, indicando la cantidad de encuestados que eligieron un valor entre uno (totalmente en desacuerdo) y siete (totalmente de acuerdo) de la escala de Likert, además del valor promedio (media ponderada) por ítem, así como su transformación a una calificación sobre cien puntos.

Tabla 13.*Resultados de la dimensión Seguridad*

Afirmación	1	2	3	4	5	6	7	Calificación	
								Sobre 7	Sobre 100
Los empleados de la terminal le transmiten confianza		3	40	87	211	121	28	5,0	71,46
Se siente seguro al realizar transacciones con la terminal	3	10	15	108	270	79	5	4,8	68,78
Los empleados de la terminal son amables		1	1	42	154	231	61	5,6	80,35
Los empleados de la terminal tienen suficientes conocimientos para responder a sus preguntas	3	10	33	89	235	108	12	4,9	69,53

Nota. Esta tabla recopila los datos sobre la dimensión de seguridad, basados en la encuesta aplicada a 490 usuarios del terminal terrestre.

Dimensión Empatía

La dimensión Empatía hace referencia a la capacidad que tiene la Terminal Terrestre de Vinces para proporcionar un servicio individualizado que se adapte a los gustos, preferencias y necesidades de los usuarios o clientes. Para su medición, el modelo ServQual utiliza cinco variables de análisis.

Esta dimensión fue la que obtuvo los resultados más bajos entre las cinco dimensiones que componen al modelo ServQual, alcanzando la calificación media de 47,8 puntos, debido a que la totalidad de las variables estuvieron puntuadas con menos de 75 puntos.

Los Horarios Convenientes para los Usuarios, con 72,74 puntos en promedio, fue la variable de la dimensión Empatía mejor calificada por los encuestados, no obstante, por estar por debajo de los 75 puntos, de acuerdo al criterio de la Gerencia, requiere de intervención para su mejoramiento.

A la afirmación: El Terminal Terrestre de Vinces Da a los Usuarios Atención Individualizada Cuando lo Requieren; los clientes encuestados otorgaron una calificación promedio de 48,45 puntos sobre 100, razón por la cual deben diseñarse, implementarse y evaluarse estrategias para su mejoramiento, pese a ser la segunda variable con mejor calificación dentro de la dimensión Empatía.

Respecto al nivel de Atención Personalizada que oferta la Terminal Terrestre de Vinces de forma general, los usuarios encuestados la calificaron con 40,87 puntos sobre 100, y, pese a su baja puntuación, fue la tercera variable mejor puntuada dentro de la dimensión Empatía.

Los Comprensión de las Necesidades de los Clientes y la Preocupación de los Intereses de los Clientes, fueron las dos variables con menor puntuación dentro de la dimensión Empatía, ya que los usuarios encuestados las calificaron con 38,54 y 38,57 respectivamente, motivo por el cual requieren de intervención para su mejoramiento.

A continuación, se presenta una ilustración que sintetiza los resultados obtenidos en la dimensión Empatía, existiendo una línea roja que simboliza la calificación mínima esperada para que la variable sea aceptada, es decir que, aquellas barras que estén por encima de la línea no requerirán intervención inmediata, mientras que las barras que se encuentren por debajo de la línea roja, son aquellas que deberán ser intervenidas para su robustecimiento.

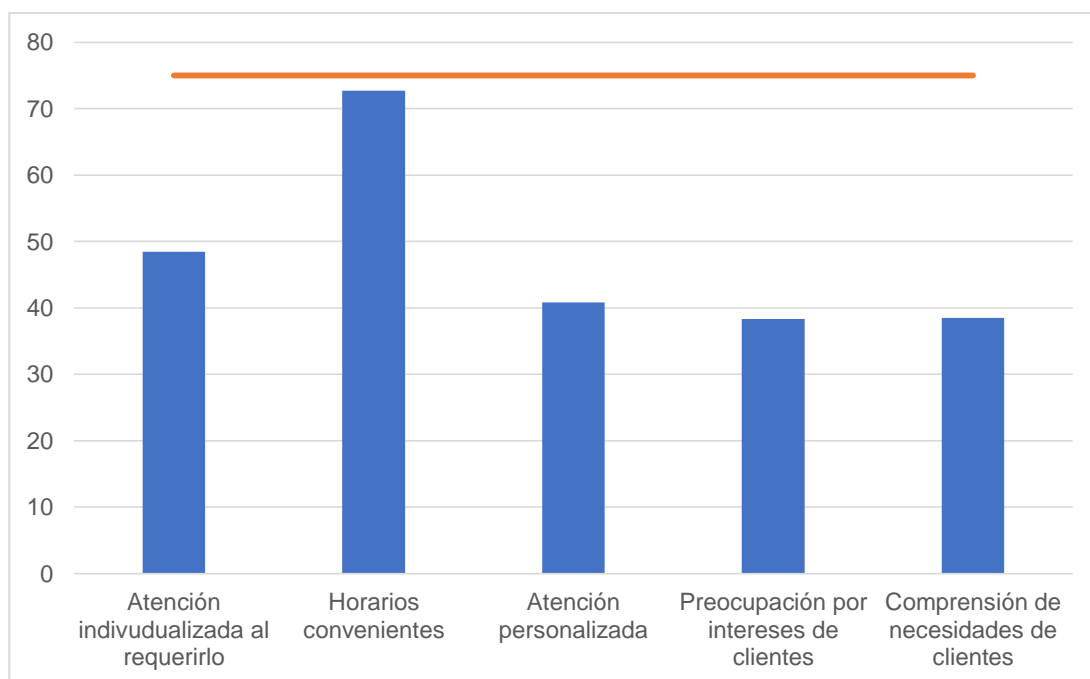


Figura 13. Resultados de la dimensión empatía.

Los datos tabulados por cada variable, presentada en forma de afirmación para facilitar la comprensión de los usuarios encuestados, se presenta en la tabla a continuación, indicando la cantidad de encuestados que eligieron un valor entre uno (totalmente en desacuerdo) y siete (totalmente de acuerdo) de la escala de Likert, además del valor promedio (media ponderada) por ítem, así como su transformación a una calificación sobre cien puntos.

Tabla 14.
Resultados de la dimensión Empatía

Afirmación	1	2	3	4	5	6	7	Calificación	
								Sobre 7	Sobre 100
La Terminal Terrestre de Vinces da a los usuarios atención individualizada cuando lo requieren.	12	71	191	152	58	5	1	3,4	48,45
La Terminal Terrestre de Vinces tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus usuarios.	8	14	27	50	213	133	45	5,1	72,74
Los empleados de la Terminal Terrestre de Vinces ofrecen una atención personalizada a sus clientes.	52	118	199	89	31	1		2,9	40,87
La Terminal Terrestre de Vinces se preocupa por los mejores intereses de sus clientes.	56	115	264	38	16	1		2,7	38,37
La Terminal Terrestre de Vinces comprende las necesidades específicas de sus clientes.	55	114	265	38	16	2		2,7	38,54

Nota. Esta tabla vincula la tabulación de las encuestas sobre la dimensión de empatía, basadas en la encuesta aplicada a 490 usuarios del terminal terrestre.

Análisis de la satisfacción de los usuarios

La calificación global que los usuarios encuestados otorgaron a la calidad del servicio de la Terminal Terrestre de Vinces, siendo la variable de aproximación para conocer el nivel de satisfacción de los clientes de acuerdo al modelo ServQual, fue de 61,51 puntos sobre un total de 100 puntos, revelando que existe insatisfacción por el servicio ofertado, haciendo menester el diseño de lineamientos estratégicos para su mejoramiento.

La Capacidad de Respuesta, fue la dimensión mejor calificada, alcanzando los 73,92 puntos; y seguida de cerca de la dimensión Seguridad cuya puntuación fue de 72,53 puntos. Pese a que ambas dimensiones se encuentran por encima de los setenta puntos, no cumplen con el criterio de satisfacción propuesto por la Gerencia de la Terminal Terrestre de Vinces, cuyo intervalo de aceptación se encuentra entre los setenta y cinco y los cien puntos.

Comunican al Cliente Cuando el Servicio Otorgado Concluirá, con 87 puntos, fue la variable mejor puntuada por los usuarios, y se encasilla en la dimensión Capacidad de Respuesta: mientras que la variable Amabilidad de los Empleados del Terminal Terrestre de Vinces fue la segunda variable mejor puntuada entre las veintidós que conforman al modelo Servqual, alcanzando los 80 puntos, y perteneciendo a la dimensión Seguridad; constituyéndose ambas como las mejores virtudes que posee el actual servicio y que suman a la satisfacción de sus usuarios.

La dimensión Fiabilidad alcanzó la puntuación de 63, mientras que Tangibles fue calificado con 54 puntos y, Empatía, obtuvo la menor calificación entre las cinco dimensiones con apenas 63 puntos. En correspondencia con ello, las variables con menor puntuación se concentraron en estas dimensiones, de tal forma que: cuatro variables de Empatía, dos de Tangibles; y una de Fiabilidad se ubican en el intervalo entre 50 y 35 puntos.

En la figura a continuación, se ilustra con la línea azul la calificación alcanzada por cada dimensión, mientras que la línea roja revela el límite de aceptación de tal manera que los datos que se encuentran entre el centro del gráfico y la línea roja requieren de intervención para su mejoramiento, mientras que aquellos que estén sobre la línea se interpretan como aceptables sin necesidad de intervención.

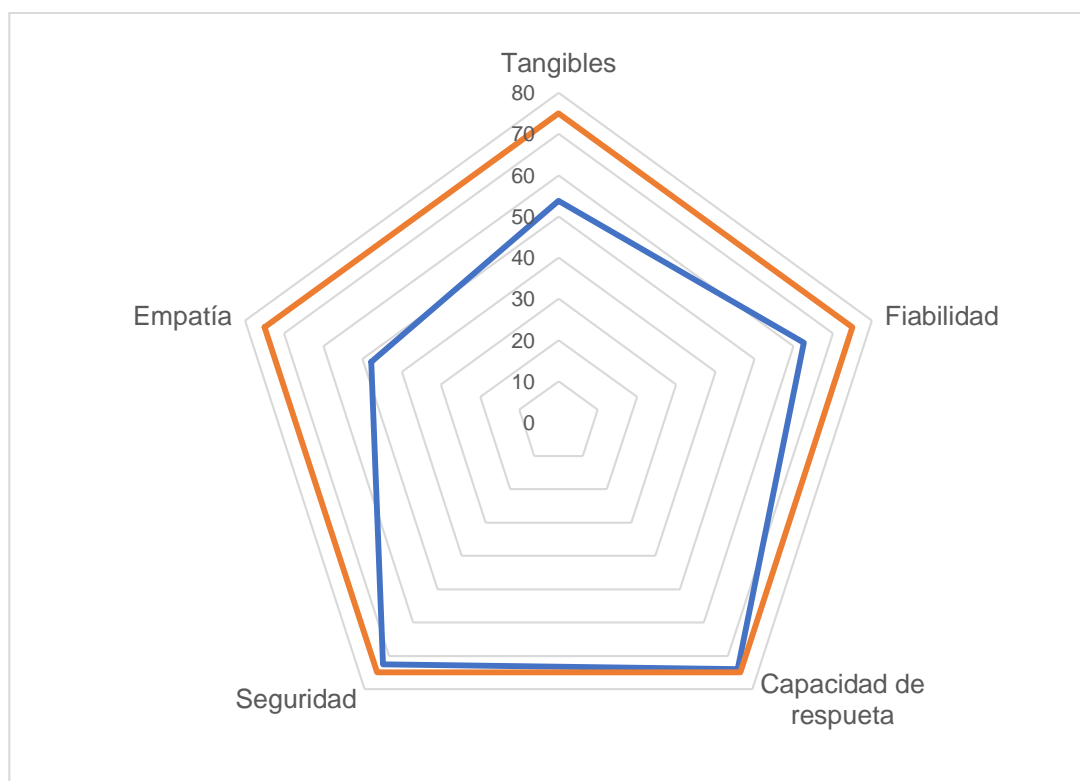


Figura 14. Resultados del modelo Servqual por dimensión.

El mejor atributo que tiene actualmente la Terminal Terrestre de Vinces para satisfacer a sus clientes es su Capacidad de Respuesta, esto es la receptividad o predisposición para atender al usuario con agilidad, empero, se encuentra un punto por debajo de los 75 puntos mínimos requeridos por la Gerencia, por lo que una intervención podría lograr ubicarla en el intervalo de aceptación con menor esfuerzo que el que requieren el resto de dimensiones.

La dimensión Seguridad, relacionada con el conocimiento que proyectan los empleados del Terminal Terrestre de Vinces, con 73 puntos se encuentra apenas dos puntos bajo el límite de aceptación, motivo por el cual, su mejoramiento para ubicarse sobre los 75 puntos, que debería centrarse en la proyección de seguridad y en el conocimiento de sus empleados, podría dar resultados relativamente rápidos.

La dimensión Fiabilidad se encuentra a 12 puntos del mínimo aceptable, mientras que Tangibles está 21 puntos y Empatía 27 puntos bajo el umbral de aceptación, motivo por el cual requieren de intervenciones más intensas, que pueden requerir mayores cantidades de recursos, tiempo o esfuerzo para su mejoramiento.

Tabla 15.*Cantidad de puntos mínimos requeridos para entrar en el intervalo de aceptación*

Dimensión	Diferencia
Capacidad de respuesta	-1
Seguridad	-2
Fiabilidad	-12
Tangibles	-21
Empatía	-27

Nota. En esta tabla se analiza el estado actual de valoración del servicio de terminal terrestre acorde al modelo ServQual, donde los puntos críticos son los tangibles y la empatía que se encuentran sobre los 20 puntos debajo del intervalo de aceptación.

Análisis de las entrevistas

Bajo el objeto de la presente investigación, se vio necesario la incorporación de un instrumento cualitativo que permitió conocer la opinión personal de cuatro personajes públicos y que son residentes de Vinces, donde se aplicaron dos preguntas concernientes a la actualidad del terminal terrestre del Cantón y dos preguntas sobre la proyección e impacto social-económico, en el caso de una inversión en la infraestructura. La entrevista fue direccionada al asesor jurídico de Vinces, al director de Obras Públicas, al coordinador de Gestión Pública y el actual alcalde de Vinces.

Tabla 16.
Análisis de las entrevistas aplicadas

Pregunta	Participante 1	Participante 2	Participante 3	Participante 4
Opinión sobre el actual terminal terrestre de Vinces	No es nada operativo, ya que no cuenta con proceso de modernización.	El actual terminal terrestre no presta las garantías para un buen servicio.	No cumple con los estándares para el beneficio de los usuarios.	No cumple satisfactoriamente con su propósito y tiene una baja apreciación.
Sobre la opción de mejora del terminal	El espacio es muy pequeño y no abastece la demanda.	Debe realizarse varias adecuaciones para mejorar el servicio.	El espacio no fue construido con esa finalidad, por eso no es adecuado.	Es prudente tomar acciones correctivas para mejorar su oferta.
Potenciales beneficios comerciales y turísticos para el cantón de Vinces	Mejoraría el comercio de pequeños emprendimientos aledaños.	Dinamizaría el turismo ya que se considera uno de los mejores balnearios del país.	Fomento del turismo de Vinces.	Atraería a muchos turistas a las festividades y actividades del cantón.
Sobre la inversión en el terminal terrestre y su repercusión en la calidad de vida de los habitantes del cantón de Vinces	Sería algo muy novedoso para el cantón y permitiría captar más turistas.	Existirían nuevas fuentes de trabajo y generaría un motor óptimo de la economía local.	Se ha generado mucha expectativa de poder contar con un Terminal Terrestre con óptimas condiciones.	Posibilitaría una generación de comercio, tanto a nivel gastronómico, así como turístico.

Dentro del análisis de las entrevistas, se puede observar una inconformidad en el terminal terrestre de Vinces, que si bien, su propuesta y edificación cumplió un proyecto provisional, la demanda de un mejor servicio está latente en los clientes locales del Cantón, así como externos, motivados por turismo y comercio.

Sobre la primera pregunta, basada en la opinión sobre el actual terminal terrestre de Vinces, se puede concluir que el actual Terminal Terrestre no presta las garantías adecuadas para su finalidad.

En la segunda pregunta, sobre la opción de mejora del terminal, se encuentra una división de criterios, donde dos opiniones indican que el espacio no podría ser mejorado ya que se presentó como una alternativa provisional, por otro lado, los otros dos criterios apuntan a que el espacio dispone de una logística adecuada, sólo basta la inversión para mejorar el servicio y su gestión.

En la tercera pregunta, sobre los potenciales beneficios comerciales y turísticos para el cantón de Vinces, los cuatro entrevistados consideran que tendrán una dinamización en la economía, ya que el sector turístico, siempre ha sido un gran referente.

En la cuarta pregunta, sobre la inversión en el terminal terrestre y su repercusión en la calidad de vida de los habitantes del cantón de Vinces, los cuatro entrevistados vaticinan un desarrollo económico favorable, impulso de pequeños y medianos negocios aledaños al Terminal Terrestre, así como beneficios directos e indirectos.

Capítulo IV

Desarrollo de la Propuesta

Después de analizar los resultados obtenidos en la encuesta sobre la percepción de calidad aplicada a 490 usuarios del Terminal Terrestre bajo la metodología ServQual se obtuvo una valoración de 61,51/100 puntos, donde, acorde a las recomendaciones se debe obtener 75 puntos o más, para considerar el intervalo de aceptación en el servicio y la entrevista a cuatro miembros con factor de decisión del Catón de Vinces, donde se manifiesta una insatisfacción del actual Terminal Terrestre Provisional y que se atribuye a una baja calidad ofertada, son elementos considerados para realizar una propuesta de modelo gestión sobre el Terminal Terrestre de Vinces.

Objetivo de la propuesta

Diseñar un modelo de gestión para el Terminal Terrestre de Vinces a través de un crédito bancario y propuesta administrativa para mejorar la oferta de servicio actual acorde al modelo ServQual.

Objetivos específicos

- Analizar el contexto actual del Terminal Terrestre de Vinces.
- Elaborar un organigrama y propuesta de personal acorde a requerimientos del municipio.
- Generar un análisis financiero del proyecto.
- Determinar los ingresos del proyecto por concepto de arriendos.
- Determinar los costos fijos y variables del proyecto.
- Proyectar el flujo de efectivo con énfasis en crédito de BDE.
- Proponer la disposición logística y arquitectónica del proyecto.

Contexto del actual Terminal Terrestre

El actual terminal terrestre tiene una categoría de “provisional”, que, si bien su fachada no presenta problemas frente al ornato municipal, la distribución interna, así como espacios que estaban destinados a bodegas, plazas comerciales y baterías sanitarias, no se encuentran en su mejor estado, teniendo la dicotomía de un espacio físico sin una plena explotación de su potencial.



Figura 15. Fotografías del terminal terrestre de Vinces

Talento humano de la terminal terrestre de Vinces

Para cumplir con su misión institucional, el terminal terrestre de Vinces está conformado por un equipo humano de veinte nueve personas, las cuáles perciben remuneraciones que oscilan entre los USD 1.412 y USD 400 mensuales; siendo el ingreso medio de USD 587,28.

El equipo humano está organizado en tres grupos compuestos de entre ocho y diez personas cada uno. Como se aprecia en la ilustración a continuación, del total del personal solo cuatro son de sexo femenino: tres operadoras y una recaudadora; mientras que los veinticinco restantes son de sexo masculino.

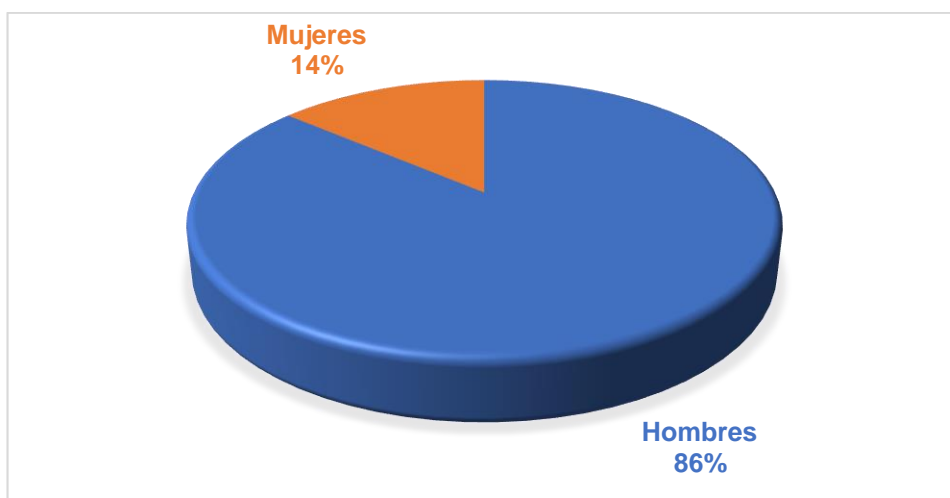


Figura 16. Personal del terminal terrestre de Vinces, por sexo. Fuente: GADM de Vinces, 2021

Sólo cuatro de las veintinueve personas tienen contrato regido por la Ley Orgánica de Servicio Público - LOSEP, todos ellos varones; mientras que el resto del personal tienen contratos enmarcados en el Código del Trabajo (ver ilustración siete).

La remuneración media del personal cuyo contrato lo rige la LOSEP es de USD 1.071,33 mensual; mientras que la renta promedio percibida por el personal contratado según el Código del Trabajo es de USD 520 al mes; siendo el gasto en sueldos, sin considerar beneficios sociales y afines, de USD 17.031.

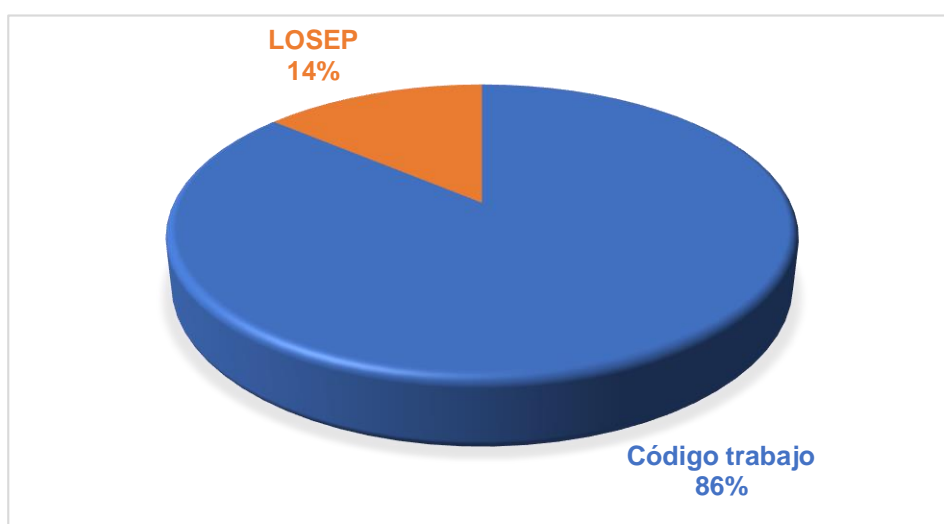


Figura 17. Personal del terminal terrestre de Vinces, por tipo de contrato. Fuente: GADM de Vinces, 2021

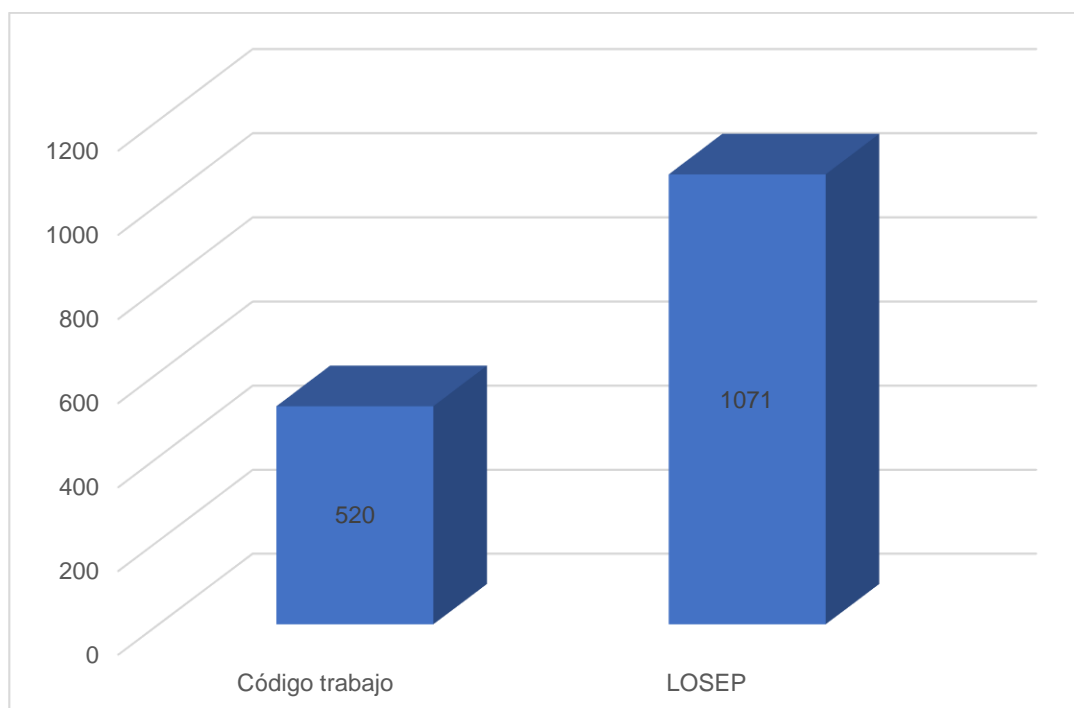


Figura 18. Remuneración promedio por tipo de contrato. Fuente: GADM de Vinces, 2021

El 72% del personal que conforma a la terminal terrestre de Vinces, esto es 21 personas, tienen el cargo de operador, mientras que el 10% es jefe de grupo, el 7% hace funciones de recaudación, el 7% brinda servicios de guardianía, y una persona, que equivale al 48% del personal total, es el Administrador de la Terminal.

Tabla 17.

Cargo y cantidad de personas del terminal terrestre de Vinces

Cargo	Cantidad de personas
Administrador	1
Guardia	2
Jefe de Grupo	3
Recaudador	2
Operador	21
TOTAL	29

Fuente: GADM de Vinces, 2021

Las actividades de los operadores son varias, y, como se aprecia en la tabla diez, se agrupan en siete clases que desarrollan las siguientes actividades: manejo de torniquetes, colocación de sellos y candados, retiro de sellos y candados, aseo y limpieza, organización de las puertas de ingreso a los buses, organización del ingreso de pasajeros, organización de salida de buses.

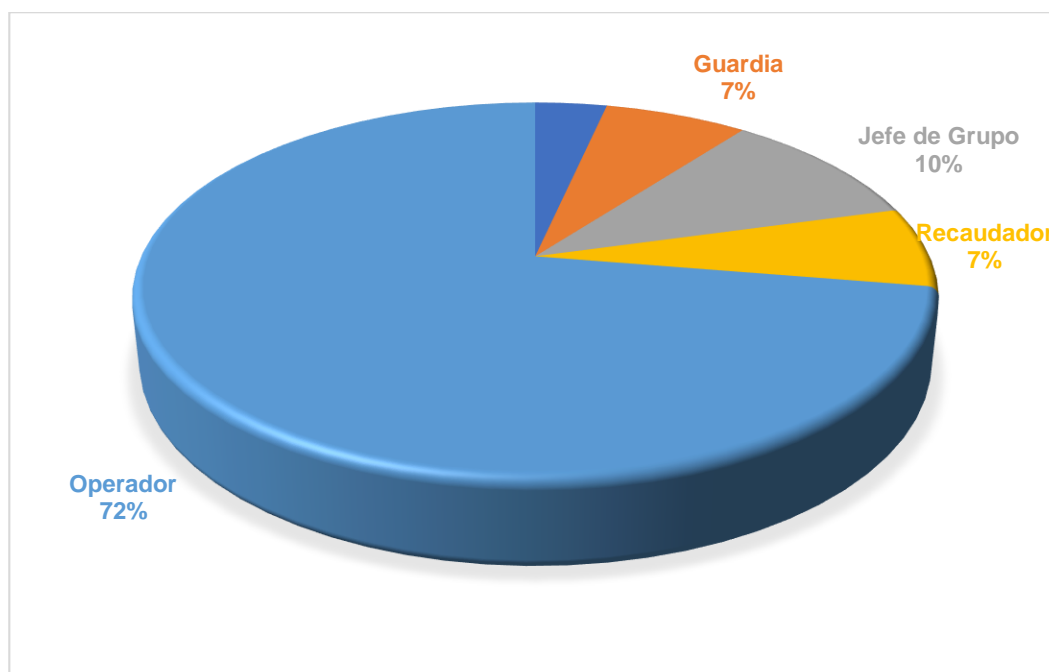


Figura 19. Distribución del personal del terminal terrestre de Vinces, por cargo. Fuente: GADM de Vinces, 2021

Tabla 18.

Actividad de operadores del terminal terrestre de Vinces

Cargo	Cantidad de personas
Torniquetes	3
Colocación de sellos y candados	3
Saca sellos y candados	6
Limpieza	3
Puerta de ingreso de buses	1

Puerta de ingreso de pasajeros	3
Puerta de salida de buses	2

Fuente: GADM de Vinces, 2021

Gestión financiera del terminal terrestre de Vinces

El terminal terrestre cuenta con la Ordenanza Reformativa a la ordenanza que regula la administración, control, funcionamiento y uso de la terminal terrestre provisional del cantón Vinces, de fecha 31 de mayo del 2018; en la cual se determinan las tasas por el servicio del terminal terrestre provisional para las unidades de transporte y los pasajeros que utilizan el servicio, siendo las siguientes:

- Dispositivo TAG: USD 5,00
- Frecuencia ordinaria de transporte:
 - USD 0,60 para las cooperativas de transporte interprovincial e intraprovincial
 - 0,30 para las cooperativas de transporte intracantonal
- Frecuencia extraordinaria de transporte:
 - USD 1,00 para las cooperativas de transporte interprovincial e intraprovincial
 - USD 0,50 para las cooperativas de transporte intracantonal
- Frecuencia de pasajeros: USD 0,10.

Los valores promedio mensuales que recauda el terminal terrestre de Vinces por la provisión del servicio a las Cooperativas de transporte, se detallan en la tabla a continuación.

Tabla 19.

Monto mensual promedio recaudado por el terminal terrestre de Vinces, por Cooperativa de transporte, 2020

Cooperativa	Valor mensual
FIFA	1.127,97
Rutas Vinceñas	911,37
Ciudad de Vinces	2.580,37
Espejo	1.627,11
Nicolás Infante	923,79
Mocache	499,93
Rutas Salitreñas	301,47
Salitre	46,67
Febrevinces	147,53
Macul	417,43
Carmela	476,30
Palizada	404,01
Baba	600,18
Emanuella	547,55
Junquillo	474,26
Taxis	142,08

Fuente: GADM de Vinces, 2021

Dando cumplimiento a lo establecido en la Ordenanza, se han obtenido ingresos para el año 2020 y de igual manera se ha cuantificado el gasto del personal y de los bienes y servicios que se incurren en el actual terminal terrestre y se detallan a continuación:

Tabla 20.*Ingresos percibidos por el terminal terrestre de Vinces en el año 2020*

Ingresos	USD
Andenes de terminal terrestre	134.736,10
Arriendo de terminal terrestre	39.600,00
Total de Ingresos	174.336,10

Fuente: GADM de Vinces, 2021

Tabla 21.*Ingresos percibidos por el terminal terrestre de Vinces en el año 2020*

Egresos	USD
Personal	204.372,00
Bienes y servicios	31.500,00
TOTAL	235.872,00

Fuente: GADM de Vinces, 2021

En la figura 19 se observa que el ejercicio 2020 presentó ingresos por USD 174,3 mil y egresos por USD 238,9 mil, derivando en una pérdida económica de USD 61,5 mil que debió ser asumida por el gobierno autónomo municipal del cantón Vinces.

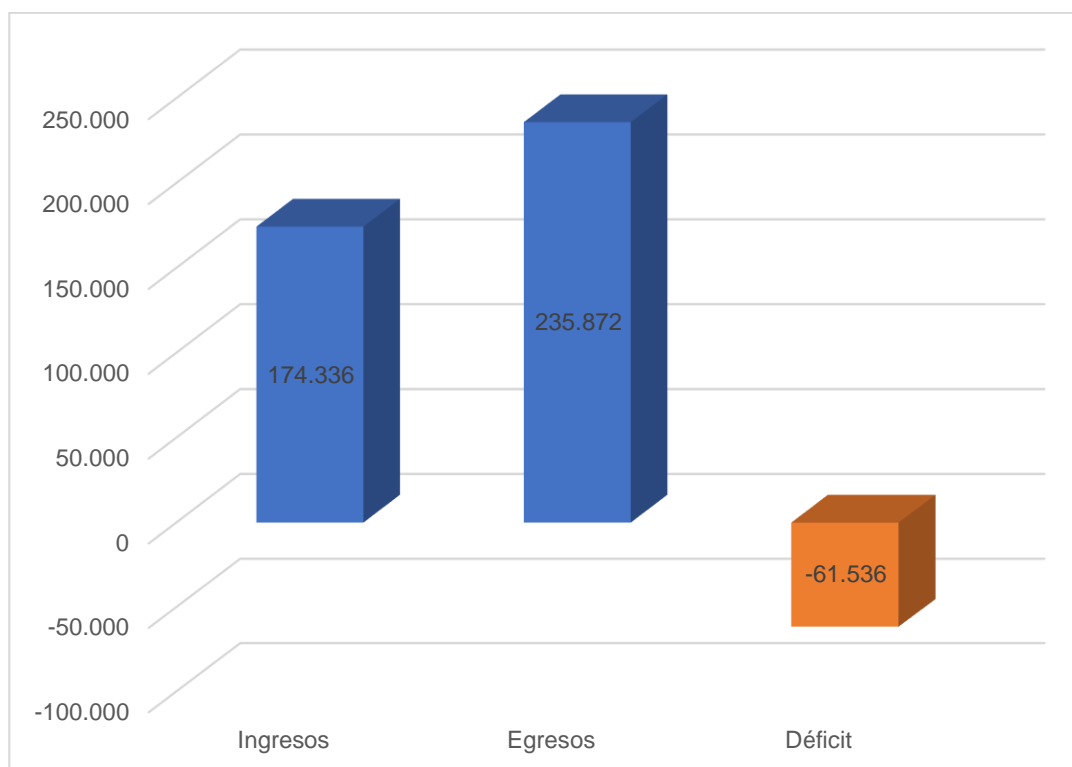


Figura 20. Ingresos, egresos y déficit del terminal terrestre de Vinces en el año 2020. Fuente: GADM de Vinces, 2021

Tabla 22.

Balance del ejercicio 2020 del Terminal Terrestre de Vinces

Informe de gestión de Terminal Terrestre de Vinces 2020	
Ingresos	USD 174,3 mi
Egresos	USD 238,9 mil
Déficit	USD -61,5 mil

Fuente: GADM de Vinces, 2021

Desarrollo de la propuesta

Organigrama y propuesta de personal

Con la implementación del proyecto se ha considerado el siguiente esquema:

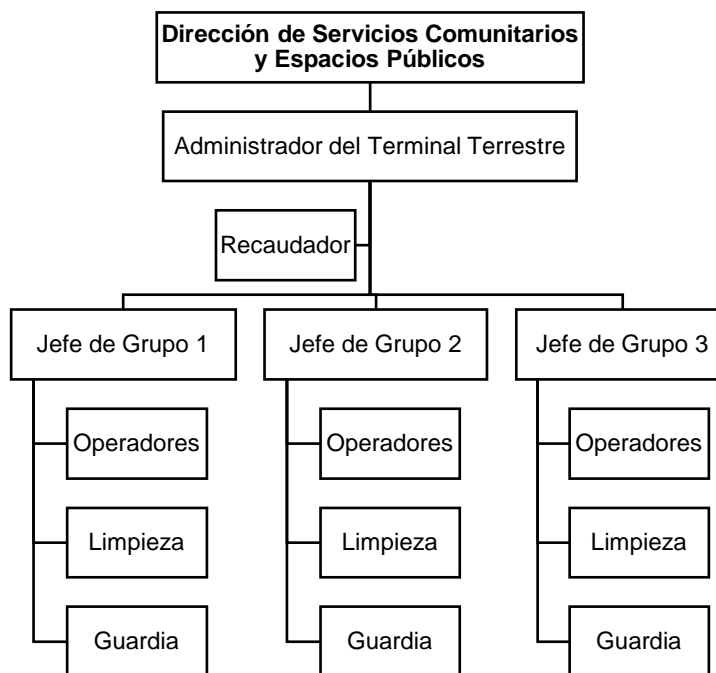


Figura 21. Propuesta de organigrama jerárquico

Dentro de los objetivos se encuentran:

- Diseñar y ejecutar de acuerdo a las políticas municipales los planes, programas y proyectos de movilidad alternativa.
- Preparar y ejecutar en coordinación con los Organismos Públicos y Privados pertinentes, los programas de prevención de tránsito y de educación vial en general.
- Organizar, administrar y regular los servicios de transporte público en el terminal terrestre y los servicios que sean afines o complementarios con la actividad del mismo.
- Propender a la prestación de servicio de transporte público de calidad, que brinde seguridad, agilidad, oportunidad, disponibilidad, comodidad, accesibilidad, a los usuarios del cantón Vinces, mejorando la calidad de vida, precautelando la salud ambientalmente sustentable, fortaleciendo la generación productiva y económica del cantón.

El GAD Municipal ha establecido contar con el siguiente personal cuyo costo se detalla a continuación:

Tabla 23.

Personal administrativo y de servicios para Terminal Terrestre

PERSONAL	CANTIDAD
Administrador	1
Guardias	3
Jefe de Grupo # 1	1
Jefe de Grupo # 2	1
Jefe de Grupo # 3	1
Operador (colocación de sellos y candados) # 1	1
Operador (colocación de sellos y candados) # 2	1
Operador (colocación de sellos y candados) # 3	1
Operador (limpieza) # 1	1
Operador (limpieza) # 2	1
Operador (limpieza) # 3	1
Operador (puerta de ingreso de buses) # 1	1
Operador (puerta de ingreso de buses) # 2 y 3	2
Operador (puerta de ingreso de pasajeros) # 1	1
Operador (puerta de ingreso de pasajeros) # 2 y 3	2
Operador (puerta de salida de buses) # 1	1
Operador (puerta de salida de buses) # 2 y 3	2
Operador (saca sellos y candados) # 1, 2 y 3	4
Operador (saca sellos y candados) # 1 y 2	2
Operador (torniquetes) # 1	1
Operador (torniquetes) # 2 y 3	2
Recaudadores	2
TOTAL PERSONAL	33

Cabe señalar, que se contará con el respectivo equipamiento de oficina, por lo que, se dispondrá de todos los materiales necesarios para una correcta administración y mantenimiento de las instalaciones del Terminal Terrestre.

Análisis financiero del proyecto

Las operadoras de transporte público registradas en el cantón Vinces se clasifican de la siguiente manera:

Tabla 24.

Distribución de rutas de cooperativas de Terminal Terrestre

COOPERATIVA	ÁMBITO DE OPERACIÓN
EMANUELSA	Intracantonal
PALIZADA	
FEBREVINCES	
LA CARMELA	
JUNQUILLO	
MACUL	
NICOLÁS INFANTE	Intraprovincial
CIUDAD DE VINCES	
ESPEJO	
BABA	
FIFA	Interprovincial
RUTAS VINCEÑAS	
MOCACHE	
RUTAS SALITREÑAS	
SALITRE	

El terminal terrestre del cantón Vinces para atender las frecuencias establecidas en el presente proyecto, dispondrá de las siguientes áreas, las cuales se detallan a continuación:

Tabla 25.

Tipo de locales comerciales y metraje

GIRO DEL NEGOCIO	CANTIDAD	AREA DE CADA LOCAL M2	AREA TOTAL
Locales comerciales tipo B	19	15,08	286,52
Local comercial-Farmacia	1	131,12	131,12
Locales comerciales tipo A	4	11,84	47,35
Locales comerciales tipo C	2	28,81	57,62
Local comercial tipo D	2	130,05	260,10
Boleterías	23	7,77	178,71

Islas	4	15,60	62,40
Patio de Comida	1	263,49	263,49
Locales de Comida	6	39,82	238,90

Nota: Los locales comerciales proyectados para el terminal terrestre de Vinces comprende una farmacia, patio de comidas y locales comerciales de diversos metrajes. Acorde a la disponibilidad de espacio existen local tipo A de 11,84 metros, tipo B de 15,08 metros, tipo C de 28,81 metros y tipo D de 130,05 metros.

Determinación de ingresos del proyecto

Los ingresos que se consideran con la implementación del presente proyecto son: arrendamiento de locales (boleterías, locales comerciales), tasa de pre embarque (torniquete) y tasa por frecuencia (toque de andén).

Los precios establecidos son producto de las encuestas de Disposición al Pago realizadas a transportistas, locales comerciales y usuarios del servicio de terminal.

La muestra que se utiliza para el presente estudio de mercado viene dada por una población finita con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Según la metodología y asumiendo que nuestra población tiene distribución Normal, la fórmula para el cálculo del tamaño muestral es la siguiente:

$$n = \frac{z^2 N p q}{e^2 (N - 1) + z^2 p q}$$

Donde:

Z: nivel de confianza

PQ: % de ocurrencia y no ocurrencia

E: margen de error

$$Muestra = \frac{(1.96)^2 (Población)(50)(50)}{(5)^2 (Poblacion-1) + (1.96)^2 (50)(50)}$$

Como resultado de la aplicación de la fórmula establecida, se determinaron las encuestas que deben realizarse tanto a los transportistas, comerciantes y usuarios del nuevo terminal terrestre:

- 10 encuestas para los locales comerciales.
- 29 encuestas a transportistas.
- 40 encuestas a los usuarios.

- **Ingresos por arriendo de locales comerciales:**

En el proyecto se consideran como locales comerciales los destinados a boleterías, ventas y comida.

Además, se considera un valor por expensas el cual corresponde a la recuperación de distintos costos operativos, derivados de los servicios prestados en las áreas comunes del terminal, como: limpieza, mantenimiento, seguridad, energía y agua potable.

Los precios de los arriendos han sido fijados producto de las encuestas de disposición al pago, y se encuentran establecidos a partir del costo del m²:

Tabla 26.*Proyecto de recaudación por concepto de arriendos*

GIRO DE NEGOCIO	AREA DE CADA LOCAL (M2)	AREA TOTAL	CANTIDAD DE LOCALES TERMINALES TERRESTRE	% Ocupación	CANTIDAD DE LOCALES POTENCIA	VALOR ARRIENDO POR M2	VALOR DEL ARRIENDO	INGRESO MENSUAL POR ARRIENDO	INGRESO ANUAL POR ARRIENDO	VALOR ALICUOTA MENSUAL	INGRESO POR ALICUOTA ANUAL	TOTAL DE INGRESOS ANUALES TERMINALES TERRESTRE
Boleterías	7,77	178,71	23	80%	18	9	69,93	1.286,71	15.440,54	23,31	5.146,85	20.587,39
Local comercial - farmacia	131,12	131,12	1	80%	1	10	1.311,20	1.048,96	12.587,52	393,36	3.776,26	16.363,78
Local comercial	130,05	260,10	2	80%	2	10	1.300,50	2.080,80	24.969,60	390,15	7.490,88	32.460,48
Local comercial	11,84	47,35	4	80%	3	10	118,37	378,78	4.545,41	35,51	1.363,62	5.909,03
Local comercial	28,81	57,62	2	80%	2	10	288,10	460,96	5.531,52	86,43	1.659,46	7.190,98
Local comercial	15,08	286,52	19	80%	15	10	150,80	2.292,16	27.505,92	45,24	8.251,78	35.757,70
Locales de comida	39,82	238,90	6	80%	5	10	398,16	1.911,17	22.934,02	119,45	6.880,20	29.814,22
Islas patio comidas	15,60	62,40	4	80%	3	8	124,80	399,36	4.792,32	46,80	1.797,12	6.589,44
TOTAL INGRESOS LOCALES		1.262,71	61		49			9.858,90	118.306,85	1.140,25	36.366,16	154.673,01

- **Ingresos por pre embarque (torniquete):**

En base al estudio realizado por el GAD Municipal, se ha considerado una demanda de 5.025 pasajeros/día que inician su viaje. Además, en base a las encuestas de disposición al pago a los potenciales usuarios del servicio de terminal, se estableció la tasa de pre embarque:

Tabla 27.

Ingresos por pre embarque

PRE EMBARQUE (TORNIQUETE)	NUMERO DE PASAJERO S DIARIOS	TASA TORNIQUETE S	INGRESO S DIARIOS	INGRESOS ANUALES
Interprovincial	1.663	0,15	249,48	91.060,20
Intraprovincial	3.362	0,15	504,24	184.047,6
				0
TOTAL	INGRESOS	5.025	753,72	275.107,8
	TASA TORNIQUETES			0

- **Ingresos por frecuencias (toque de andén):**

De acuerdo al estudio realizado, se registra una oferta de 10 operadoras autorizadas para ofertar el servicio de transporte, de las cuales 6 son interprovinciales y 4 son intraprovincial, con un total de 312 frecuencias/día, considerando las encuestas de disposición al pago, se obtienen los siguientes resultados:

Tabla 28.

Ingresos por toque de andén

FRECUENCIAS (TOQUE DE ANDÉN)	NUMERO DE FRECUENCIAS DIARIOS	TASA TOQUE DE ANDÉN	INGRESO S DIARIOS	INGRESOS ANUALES
Interprovincial	281	1,00	281,00	102.565,00
Intraprovincial	31	1,00	31,00	11.315,00
TOTAL	INGRESOS	TASA	312	312,00
FRECUENCIA				113.880,00

Determinación de costos fijos y costos variables del proyecto

Para el modelo de gestión proyectado del terminal terrestre se pretende trabajar con 33 empleados en las diversas gestiones expuestas a continuación:

Tabla 29.

Salarios de personal del terminal terrestre

PERSONAL	CANTIDAD	RMU	MENSUAL	ANUAL
Administrador	1	1.412,00	1.838,06	22.056,69
Guardias	3	400,00	1.633,76	19.605,12
Jefe de Grupo # 1	1	901,00	1.184,93	14.219,18
Jefe de Grupo # 2	1	400,00	544,59	6.535,04
Jefe de Grupo # 3	1	452,00	611,05	7.332,60
Operador (colocación de sellos y candados) # 1	1	452,00	611,05	7.332,60
Operador (colocación de sellos y candados) # 2	1	817,00	1.077,57	12.930,82
Operador (colocación de sellos y candados) # 3	1	400,00	544,59	6.535,04
Operador (limpieza) # 1	1	452,00	611,05	7.332,60
Operador (limpieza) # 2	1	400,00	544,59	6.535,04
Operador (limpieza) # 3	1	817,00	1.077,57	12.930,82
Operador (puerta de ingreso de buses) # 1	1	714,00	945,92	11.351,05
Operador (puerta de ingreso de buses) # 2 y 3	2	400,00	1.089,17	13.070,08
Operador (puerta de ingreso de pasajeros) # 1	1	817,00	1.077,57	12.930,82
Operador (puerta de ingreso de pasajeros) # 2 y 3	2	400,00	1.089,17	13.070,08
Operador (puerta de salida de buses) # 1	1	901,00	1.184,93	14.219,18
Operador (puerta de salida de buses) # 2 y 3	2	400,00	1.089,17	13.070,08
Operador (saca sellos y candados) # 1, 2 y 3	4	400,00	2.178,35	26.140,16
Operador (saca sellos y candados) # 1 y 2	2	452,00	1.222,10	14.665,19
Operador (torniquetes) # 1	1	714,00	945,92	11.351,05
Operador (torniquetes) # 2 y 3	2	817,00	2.155,14	25.861,64
Recaudadores	2	622,00	1.656,66	19.879,97
TOTAL PERSONAL	33	13.540,00	24.912,90	298.954,83

De acuerdo al modelo de gestión a implementarse, una vez que entre en operación el presente proyecto, se ha estimado que el personal requerido sería 33 personas cuyo

costo de remuneración anual más beneficios de ley asciende al valor de USD 298.954,83.

Tabla 30.

Costos variables proyectados del terminal terrestre

COSTOS VARIABLES	MENSUAL	ANUAL
Suministros de oficina y mantenimientos	1.679,17	20.150,00
Energía Eléctrica	2.145,00	25.740,00
Agua Potable	516,67	6.200,00
Telefonía	216,67	2.600,00
Seguros	572,92	6.875,00
TOTAL COSTOS DE O&M	5.130,42	61.565,00

Se ha cuantificado tanto los servicios básicos como los bienes y servicios que se requerirán durante su operación, tales como:

- **Suministros de oficina y mantenimiento:** Incluye pagos por servicios de correo, difusión, publicidad, gastos legales, reparaciones en general, mantenimiento de plantas interiores, movilización, entre otros.
- **Energía eléctrica:** En función de costo kw hora de USD 0,13, estimándose un consumo medio estimado 16.500 kw.
- **Agua Potable:** El cálculo de este rubro corresponde a tarifas obtenidas del Departamento de Agua Potable y Alcantarillado Municipal, considerando al terminal dentro de la categoría comercial.
- **Telefonía:** Corresponde al consumo por telefonía y banda ancha para internet.
- **Seguros:** Se incluyen primas de seguros, en función del costo de estos servicios en aseguradoras.

Flujo de efectivo del proyecto

Para el análisis del flujo de efectivo del proyecto se consideran dos escenarios, uno pesimista y el otro optimista.

- Escenario pesimista: 75% de ocupación locales, torniquete usd 0,10, andén usd 0,9 y recuperación de la inversión del 80%.
- Escenario conservador: 80% de ocupación locales, torniquete usd 0,15, andén usd 1 y recuperación de la inversión del 95%.
- Escenario optimista: 90% de ocupación locales, torniquete usd 0,25, andén usd 1,25 y recuperación de la inversión del 100%.

Se proyectan distintos escenarios como opciones futuras del proyecto, donde el escenario pesimista (Tabla 25) genera un balance positivo a los 10 años, tras adquisición de un Crédito Bancario BDE. Por otro lado, en el escenario optimista (Tabla 27) se encuentra un flujo neto de efectivo financiero después del primer año de ejecución del proyecto. También se proyectó un escenario conservador (Tabla 26) donde se genera un balance positivo después del segundo año de gestión. Bajo la mirada crítica de los autores del proyecto, se considerará el escenario conservador, con sus respectivas características en las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

Tabla 31.

Flujo de efectivo proyectado. ESCENARIO PESIMISTA: 75% DE OCUPACION LOCALES, TORNIQUETE USD 0,10, ANDÉN USD 0,9 Y RECUPERACION DE LA INVERSIÓN DEL 80%

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS	2.270.049	407.746	543.661	550.108	556.651	563.293	570.034	576.876	583.821	590.870	598.025
Crédito Bancario BDE	2.270.049										
Arriendo Locales Varios		116.005	154.673	156.993	159.348	161.738	164.164	166.627	169.126	171.663	174.238
Pre embarque (Torniquete)		206.331	275.108	279.234	283.423	287.674	291.989	296.369	300.815	305.327	309.907
Frecuencias (Toque de Andén)		85.410	113.880	113.880	113.880	113.880	113.880	113.880	113.880	113.880	113.880
EGRESOS	2.453.642	572.931	709.193	715.085	721.004	737.493	733.068	739.301	745.568	751.922	563.351
Inversión	2.349.349										
Equipos y Mobiliario	10.500					10.500	-			-	10.500
Costos de Administración		224.216	298.955	303.439	307.991	312.611	317.300	322.059	326.890	331.793	336.770
Costos de O&M		46.174	61.565	62.488	63.426	64.377	65.343	66.323	67.318	68.328	69.353
Intereses Deuda	53.891	162.770	173.266	158.001	140.360	121.582	101.083	78.963	54.302	27.648	3.074
Amortización	39.902	139.772	175.407	191.156	209.227	228.423	249.342	271.955	297.058	324.153	143.654
Flujo Neto de Efectivo Financiero	-183.593	-165.185	-165.532	-164.977	-164.353	-174.201	-163.034	-162.425	-161.747	-161.052	34.674

Tabla 32.

Flujo de efectivo proyectado. ESCENARIO CONSERVADOR: 80% DE OCUPACION LOCALES, TORNIIQUETE USD 0,15, ANDÉN USD 1 Y RECUPERACION DE LA INVERSIÓN DEL 95%

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS											
Crédito Bancario	2.270.049,33	541.727,07	722.302,76	730.175,33	738.165,98	746.276,50	754.508,67	762.864,32	771.345,31	779.953,52	788.690,85
Arriendo Locales	2.270.049,33										
Varios	-	116.004,76	154.673,01	156.993,11	159.348,00	161.738,22	164.164,30	166.626,76	169.126,16	171.663,05	174.238,00
Pre embarque (Torniquete)	-	277.623,56	370.164,75	375.717,22	381.352,98	387.073,27	392.879,37	398.772,56	404.754,15	410.825,46	416.987,85
Frecuencias (Toque de Andén)	-	148.098,75	197.465,00	197.465,00	197.465,00	197.465,00	197.465,00	197.465,00	197.465,00	197.465,00	197.465,00
Parqueaderos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
EGRESOS											
Inversión	2.448.952,22	557.803,91	691.758,94	697.626,90	703.524,55	719.992,80	715.546,42	721.754,66	728.000,16	734.332,00	556.014,63
Equipos y Mobiliario	2.349.349,33	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Costos de Administración	10.500,00	-	-	-	-	10.500,00	-	-	-	-	10.500,00
Costos de O&M	-	224.216,12	298.954,83	303.439,15	307.990,74	312.610,60	317.299,76	322.059,25	326.890,14	331.793,49	336.770,39
Intereses Deuda	-	46.173,75	61.565,00	62.488,48	63.425,80	64.377,19	65.342,85	66.322,99	67.317,83	68.327,60	69.352,52
Amortización	51.196,01	154.631,08	164.602,64	150.100,61	133.342,09	115.503,17	96.029,00	75.015,32	51.586,91	26.265,52	2.920,19
Flujo Neto de Efectivo Financiero	37.906,88	132.782,96	166.636,47	181.598,67	198.765,93	217.001,85	236.874,81	258.357,11	282.205,27	307.945,38	136.471,54
	178.902,89	16.076,84	30.543,82	32.548,43	34.641,43	26.283,70	38.962,25	41.109,66	43.345,16	45.621,52	232.676,21

Tabla 33.

Flujo de efectivo proyectado. ESCENARIO OPTIMISTA: 90% DE OCUPACION LOCALES, TORNQUETE USD 0,25, ANDÉN USD 1,25 Y RECUPERACION DE LA INVERSIÓN DEL 100%

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS											
Crédito Bancario	2,270,049.33	778,334.73	1,037,779.64	1,049,643.86	1,061,686.05	1,073,908.87	1,086,315.04	1,098,907.30	1,111,688.44	1,124,661.29	1,137,828.75
Arriendo Locales Varios	2,270,049.33										
Pre embarque (Torniquete)		130,505.35	174,007.14	176,617.24	179,266.50	181,955.50	184,684.83	187,455.11	190,266.93	193,120.94	196,017.75
Frecuencias (Toque de Andén)		462,705.94	616,941.25	626,195.37	635,588.30	645,122.12	654,798.96	664,620.94	674,590.25	684,709.11	694,979.74
EGRESOS											
Inversión	2,448,952.22	557,803.91	691,758.94	697,626.90	703,524.55	719,992.80	715,546.42	721,754.66	728,000.16	734,332.00	556,014.63
Equipos y Mobiliario	2,349,349.33		-	-	-	-	-	-	-	-	-
Costos de Administración	10,500.00	-	-	-	-	10,500.00	-	-	-	-	10,500.00
Costos de O&M	-	224,216.12	298,954.83	303,439.15	307,990.74	312,610.60	317,299.76	322,059.25	326,890.14	331,793.49	336,770.39
Intereses Deuda	-	46,173.75	61,565.00	62,488.48	63,425.80	64,377.19	65,342.85	66,322.99	67,317.83	68,327.60	69,352.52
Amortización	51,196.01	154,631.08	164,602.64	150,100.61	133,342.09	115,503.17	96,029.00	75,015.32	51,586.91	26,265.52	2,920.19
Flujo Neto de Efectivo Financiero	37,906.88	132,782.96	166,636.47	181,598.67	198,765.93	217,001.85	236,874.81	258,357.11	282,205.27	307,945.38	136,471.54
	-										
	178,902.89	220,530.81	346,020.70	352,016.97	358,161.50	353,916.07	370,768.62	377,152.63	383,688.28	390,329.30	581,814.11

Disposición logística y arquitectónica del proyecto

El plan de inversión busca un desarrollo y explotación del espacio logístico donde actualmente funcional el Terminal Terrestre Provisional del Cantón de Vines

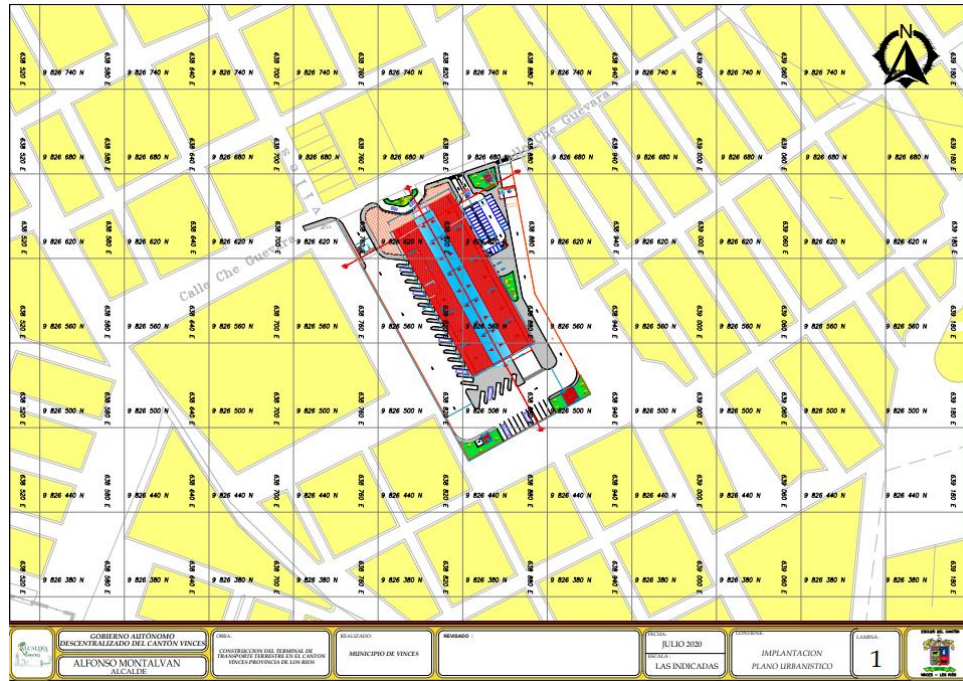


Figura 22. Implantación Plano Urbanístico

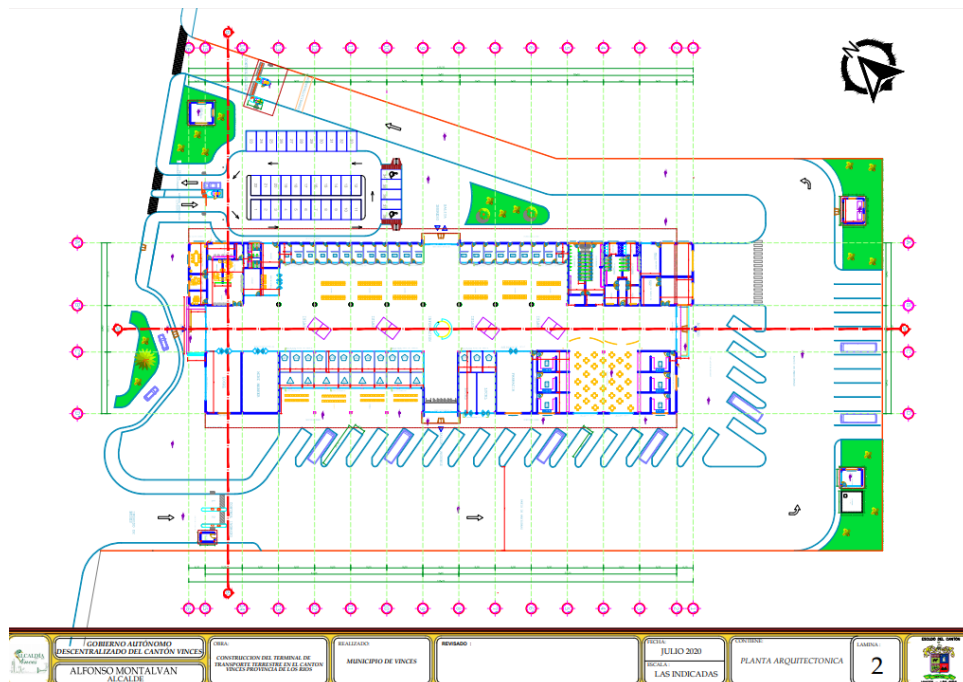


Figura 23. Planta arquitectónica

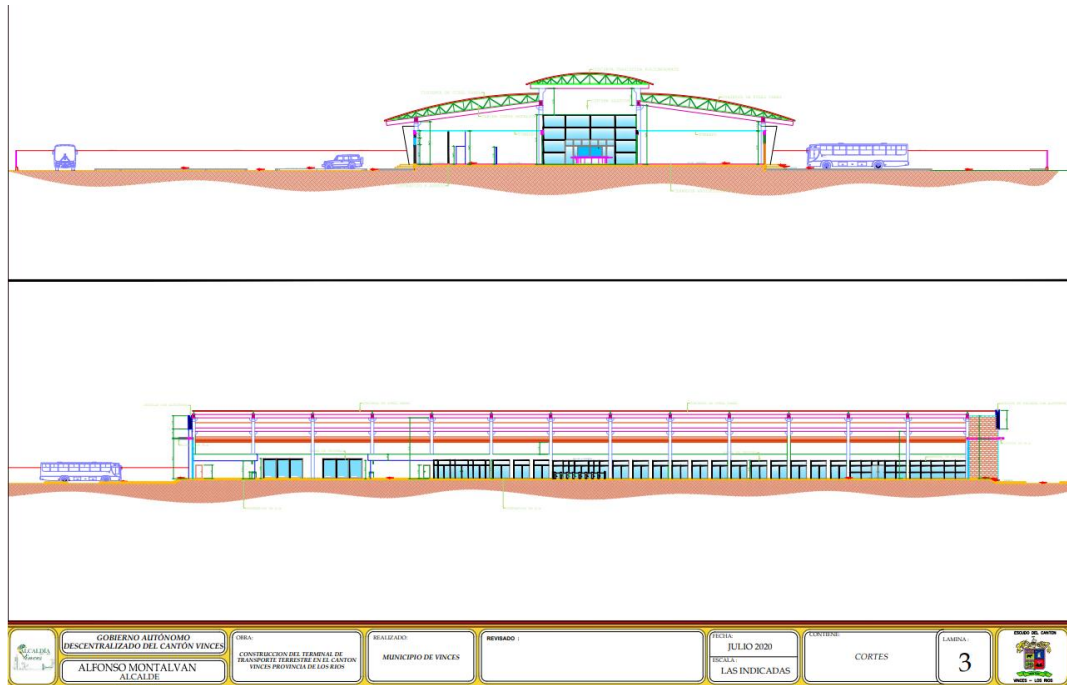


Figura 24. Construcción de Terminal Terrestre - Cortes

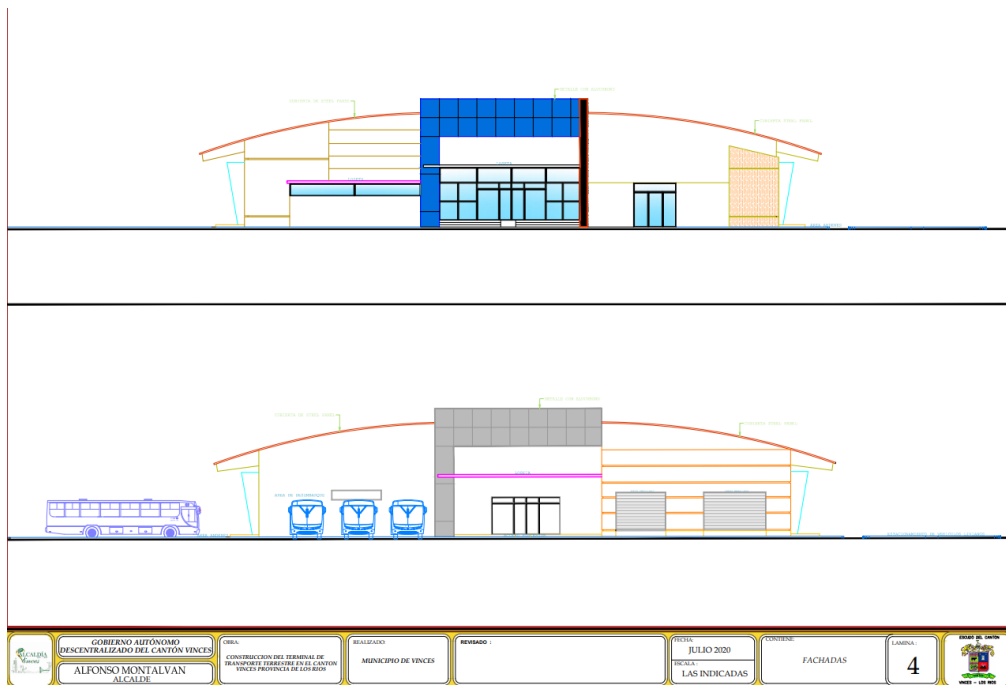


Figura 25. Construcción de Terminal Terrestre - Fachada

Beneficios sociales y económicos

Entre los beneficios más destacados respecto a la implementación de una terminal terrestre orientada a brindar un servicio de calidad para satisfacer plenamente a sus clientes o usuarios, se encuentran los siguientes:

- Adecuación de infraestructura y equipamiento cuyo diseño procure el confort y comodidad de los clientes.
- Lo señalado incluye la mejora de parqueos, así como espacios y lugares de embarque y desembarque, que son relevantes para el giro del negocio.
- También el diseño inclusivo pensado para proporcionar facilidades para las personas con problemas de movilidad.
- Mejor organización, lo que se traduce en mayor productividad y eficiencia en la prestación del servicio.
- Contempla también una mejora aplicación de normativas vigentes, entre ellas el respeto a las tarifas por tercera edad y personas con capacidades diferentes.
- Incremento del sistema de control interno, orientado hacia la mejora continua, lo que deriva en una reducción de siniestros y errores por omisión o afines.
- Incremento del nivel de seguridad ciudadana, que es complementario a los puntos ya señalados.
- Motivación de la demanda, ya que los clientes satisfechos acostumbran a utilizar con mayor frecuencia el servicio, a la vez que lo promocionan con sus referidos.
- El aumento de la demanda fomenta la apertura de nuevas rutas, ya que despertaría el interés de empresas de transporte de otros cantones o provincias para ofertar sus servicios en la terminal terrestre de Vinces, cuya ubicación es estratégica en el territorio.
- Con una mayor afluencia de personas, se justificará la implementación de locales comerciales y otros servicios asociados.
- Se generarán plazas de empleo directos e indirectos, tanto al momento de la construcción (adecuación) como de la implementación de la terminal.
- Contribución con la planificación urbana y ordenamiento territorial, facilitando la organización del tránsito de buses intercantonales e interprovinciales, lo que mejora la circulación dentro de la ciudad, reduce los riesgos de accidentes de tránsito y aminora la emisión de contaminantes dentro de la urbe.

Conclusiones

La investigación permitió revisar, analizar y plasmar una fundamentación teórica de satisfacción de usuarios y modelos de gestión de equipamiento urbano que sirvió como una base para la consolidación del modelo de gestión.

En el contexto del marco teórico, se unificó conceptos científicos y visiones actuales del servicio y su correspondiente evaluación, así como los modelos de gestión aplicables para la mejora de la calidad de servicio ofertado.

Con la base teórica, consecuentemente se logró analizar varios estudios existentes sobre la satisfacción de usuarios y modelos de gestión aplicados en terminales terrestres en el contexto internacional.

Dentro del análisis y estudio del fenómeno de transporte y logística, se tomó referencias nacionales sobre la satisfacción de los usuarios en el contexto del uso de terminales terrestres, considerando sus instrumentos y variables.

Luego de la investigación realizada se determinó la metodología ServQual para estructurar una encuesta de satisfacción aplicada a los usuarios del Terminal Terrestre de Vinces que disponía 22 variables las cuales valoraron la apreciación de: tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. La calificación global sobre la percepción de satisfacción fue de 61,51 puntos sobre un total de 100 puntos.

La encuesta dio paso a estructurar y aplicar una entrevista aplicada a cuatro miembros relevantes del cantón con poder de decisión, sobre el estado actual terminal terrestre y los potenciales beneficios de una inversión e incorporación de un modelo de gestión para mejorar la calidad de servicio.

Los resultados obtenidos en la encuesta y entrevista brindaron insumos que posibilitaron la elaboración de una propuesta de modelo de gestión contextualizada a la necesidad del Terminal Terrestre de Vinces con miras a mejorar su valoración de satisfacción de usuarios (61,51/100 puntos).

Se elaboró una propuesta de modelo de gestión optimizada para el contexto de Vinces, misma que proyecta un flujo neto de efectivo financiero de \$30.543,82 en el segundo año de operación, tras la obtención de un Crédito Bancario BDE de \$2.270.049.

Recomendaciones

Al haber planteado una propuesta para el beneficio del Cantón de Vinces, se sugiere al GAD municipal, así como las autoridades pertinentes, analizar la aplicación del contenido en la presente investigación, ya que las proyecciones financieras auguran una sostenibilidad sobre la base de la obtención de un Crédito Bancario BDE.

Se recomienda continuar con el trámite del financiamiento crediticio que permita la ejecución de la obra civil, equipamiento y funcionamiento del Terminal Terrestre, para que una vez obtenido, se proceda con la elaboración de la oferta pública que deberá desarrollar el Gobierno Autónomo Descentralizado de Vinces y cuyos archivos deberán subirse al portal institucional del SERCOP (Servicio Nacional de Contratación Pública) previo a su adjudicación por parte de una Comisión Técnica del GAD.

Se invita a los lectores y estudiantes a generar otras propuestas de valoración de satisfacción, empleando otras metodologías que permitan corroborar los resultados obtenidos, o a su vez, detractar lo plasmado, tomando en cuenta el contexto del año 2021 en el Cantón de Vinces.

Se sugiere socializar la propuesta con medios de comunicación e instituciones de difusión, sobre la alternativa de ejecución de un proyecto de gestión para el actual Terminal Terrestre Provisional del Cantón de Vinces, que, bajo una mirada conservadora, arrojaría un balance positivo al segundo año de ejecución del proyecto.

Bibliografía

- Aguilar, J., & Vargas, J. (2010). *Servicio al cliente*. México: Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C.
- Aguilar, S. (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud . *Salud en Tabasco*, vol. 11, núm. 1-, 333-338.
- Alayo, A. (2017). *Gestión de la calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio de Chimbote*. Chimbote: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Albrecht, K. (2006). *La revolución de servicio. Segunda edición*. . Bogotá: Panamericana Editorial.
- Alcaide, J. C. (2006). *Alta fidelidad: técnicas e ideas operativas para lograr la lealtad del cliente a través del servicio*. Madrid: ESIC.
- Arellano-Díaz, H. (2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva. *Dominio de Las Ciencias*, vol. 3, 72-83. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.3.mono1.ago.72-83>
- Armijos, M. (2018). Principios de calidad en las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas. *Espacios*, vol. 39, núm. 48, 22-31.
- Begazo, J. (2006). ¿Cómo medimos el servicio? *Gestión en el Tercer Milenio*, vol. 9, núm., 18, 73-81.
- Belmartino, A., Liseras, N., & Berges, M. (2016). ¿Qué atributos busca el consumidor en prendas de vestir? Un análisis aplicado al mercado de la indumentaria en Argentina. *Tec. Empresarial*, vol. 10, núm. 1, 7-18.
- Beltrán, J. (2018). *Evolución de la administración*. Medellín: Universidad Católica Luis Amigo.
- Bureau Veritas. (22 de marzo de 2018). *Sello de Excelencia Europea EFQM*. Obtenido de Calidad: <https://www.bureauveritas.es/home/about-us/our-business/our-business-certification/area-of-activity/quality/calidad-sello+de+excelencia+efqm>
- Bustamante, M., Obando, F., & Tello, M. (2020). Fundamentos de calidad de servicio, el modelo Servqual. *Revista Empresarial*, vol. 13, núm. 2, 1-15. doi:<https://doi.org/10.23878/empr.v13i2.001>
- Bustamente, M., Zerda, E., Obando, F., & Tello, M. (2020). Fundamento de la calidad de servicio, el modelo Servqual. *Revista Empresarial*, vol. 13, núm. 2, 1-15.

doi:<https://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-empresarial/index.php/empresarial-ucsg/article/view/159/167>

- Chacón, J., & Rugel, S. (2018). Teorías, modelos y sistemas de gestión de calidad. *Espacios*, vol. 39, núm. 50. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n50/a18v39n50p14.pdf>
- Cheng, X., Cao, Y., Huang, K., & Wang, Y. (16 de julio de 2018). *Modeling the Satisfaction of Bus Traffic Transfer Service Quality at a High-Speed Railway Station*. Obtenido de Journal of Advanced Transportation: <https://doi.org/10.1155/2018/7051789>
- Chiavenato, I. (2002). *Administración en los nuevos tiempos*. McGraw Hill. Obtenido de McGraw Hill.
- Cohen, N., & Gómez, G. (2019). *Metodología de la investigación, ¿Para qué?. La producción de datos y los diseños*. Buenos Aires: Teseo.
- Coronado, J. (2007). Escalas de medición. *Paradigma*, vol. 2, núm. 2, 104-125.
- Cronin, J., & Taylor, S. (1994). Servperf versus Servqual: Reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality. *Journal of Marketing*, vol. 58, núm. 1, 125-131. doi:<https://doi.org/10.1177/002224299405800110>
- Culqui Choctalin, L., & Trigos Yalta, M. (11 de Agosto de 2018). *Calidad de Servicio y satisfacción al cliente del terminal terrestre de Chachapoyas. Amazonas-2018 (Tesis)*. Obtenido de Escuela de Posgrado - Universidad César Vallejo: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/31807/culqui_chl.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- De la Rosa, R. A. (2014). *Diseño de un modelo de gestión administrativa para el Cabildo de la Comuna San Rafael, Parroquia Chanduy, Provincia de Santa Elena, Año 2014*. Obtenido de Repositorio Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Díaz, P. (2018). *Modelos de medición de la calidad de servicio: propuesta de implementación en los establecimientos de sanidad militar-Colombia*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Escudero, C., & Cortez, L. (2018). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica*. Machala: UTMACH.
- Farris, P., Bendl, N., P. P., & Reibstein, D. (2010). *Marketing Metrics: The Definitive Guide to Measuring Marketing Performance*. New Jersey: Pearson Education.

- Fonseca Rivera, J. C., & Sánchez Buitrago, H. (2015). *Estudio de mercado para determinar el grado de satisfacción de los usuarios del terminal de transporte terrestre de Duitama (Tesis)*. Obtenido de Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia: <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/1473/1/TGT-221.pdf>
- Fuentes, E., & Rojas, A. (2018). Estandarización de operaciones en el servicio sostventa de una empresa automotriz para la marca principal. *Información Tecnológica*, vol. 29, núm. 4, 189-196. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642018000400189>
- Galindo, A., & Martínez, S. (11 de mayo de 2017). *¿Qué es una evaluación de impacto y cómo la apertura de su conocimiento puede potenciar su valor?* Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo - BID: <https://blogs.iadb.org/conocimiento-abierto/es/que-es-una-evaluacion-de-impacto-y-como-puede-potenciar-el-conocimiento-abierto/>
- Galván, H., Moctezuma, J., Dolci, G., & López, D. (2016). De la idea al concepto en la calidad en los servicios de salud. *Conamed*, vol. 17, núm. 4, 172-175.
- García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Telos*, vol. 18, núm. 3, 381-398.
- Giraldo, J. (2011). *Servicio al cliente. ¿Estás preparado cuando el servicio falla?* Bogotá: Editorial Kimpres.
- González, O., & Arciniegas, J. (2016). *Sistemas de gestión de calidad. Teoría y práctica bajo la norma ISO 2015*. México D.F.: Ecoe Ediciones.
- González, S., Viteri, D., Izquierdo, A., & Verdezo. (2020). *Modelo de gestión administrativa para el desarrollo empresarial del Hotel Barros en la ciudad de Quevedo*. Obtenido de Revista Universidad y Sociedad, 12(4), 32-37.
- Guailla, J. (2016). *Aplicación modelo SERVQUAL para medición de satisfacción de clientes pymes de internet fijo*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Henriquez, L., & Henriquez, V. (2019). Propuesta de implementación del modelo EFQM en la Universidad de Guayaquil. *Espacios*, vol. 40, núm. 29. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a19v40n29/a19v40n29p22.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill Educación.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación. Sexta edición*. México: McGraw-Hill.

- Heskett, J., Sasser, W., & Schlesinger, L. (1997). *The Service Profit Chain: How Leading Companies Link Profit and Growth to Loyalty, Satisfaction, and Value*. New York: Free Press.
- Hinojosa, S., Mascle, A., & Vieitez, D. (2020). *Análisis costo-beneficio integral para evaluar la conveniencia de aplicar esquemas de asociaciones público-privadas en América Latina y el Caribe*. BID. Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/An%C3%A1lisis-costo-beneficio-integral-para-evaluar-la-conveniencia-de-aplicar-esquemas-de-asociaciones-publico-privadas-en-America-Latina-y-el-Caribe.pdf>
- Horovitz, J. (1991). *La calidad del servicio*. Madrid: McGraw Hill.
- Inca Noboa, D. E., & Taipanta Serna, T. A. (17 de Abril de 2019). *Propuesta para el mejoramiento de la funcionalidad técnico-administrativo del terminal terrestre interprovincial del Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo (Tesis)*. Obtenido de Escuela Politécnica de Chimborazo: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/11497/1/112T0115.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2001). *Cantón Vinces*. Obtenido de Ecuador en Cifras: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantoniales/Los_Rios/Fasciculo_Vinces.pdf
- International Organization for Standardization. (2015). *Sistemas de gestión de calidad ISO 9001: 2015*. Obtenido de <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9001:ed-5:v1:es>
- Izquierdo Acosta, R. D. (2015). *Modelo de gestión administrativo para el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Guayllabamba, Distrito Metropolitano de Quito, Provincia de Pichincha*. Obtenido de Repositorio Universidad Central del Ecuador: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/7938/1/T-UCE-0003-AP026-2015.pdf>
- Jiménez, L., & Ortega, E. (2012). Modelo de evaluación de servicio al cliente para las pymes. *XVII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e informática* (págs. 2-17). México: UNAM.
- Kotler, P. (2003). *Dirección de marketing. Octava edición*. México D.F.: Prentice Hall.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing. Decimoprimer edición*. México: Pearson Educación.
- Lara Brozzesi, C. (1999). *Ecuador y Francia: una historia en común*. (AFESE, Ed.) Obtenido de N.34, pág. 198-209: <https://www.afese.com/img/revistas/revista34/ecuadorfrancia.pdf>
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). *Services Marketing. Eighth Edition*. New Jersey: World Scientific Publishing Co. Inc.
- Martínez, A., Ruíz, C., & Escriva, J. (2014). *Marketing en la actividad comercial*. Madrid: McGraw Hill.
- Martínez, Castulina; De la Macorra, María. (2013). *Guía para la evaluación y seguimiento de proyectos sociales*. México D.F.: Project Concern International A.C. Obtenido de <http://indesol.gob.mx/cedoc/pdf/I.%20SOCIEDAD%20CIVIL/Elaboraci%C3%B3n,%20Seguimiento%20y%20Evaluaci%C3%B3n%20de%20Proyectos/Gu%C3%ADa%20para%20el%20Seguimiento%20y%20Evaluaci%C3%B3n%20de%20Proyectos%20Sociales.pdf>
- Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Perspectivas, núm. 34*. Obtenido de http://www.scielo.org/bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005
- Mehra, A., & Rahul, S. (2017). Customers' perception of Service Quality and its impact on reputation in the Hospitality Industry. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, vol. 6, núm. 3*, 1-24.
- Mendoza, W., García, T., Delgado, M., & Barreiro, I. (28 de octubre de 2018). *El control interno y su influencia en la gestión administrativa del sector público*. Obtenido de Revista científica: Dominio de las Ciencias: <http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/835>
- Miranda, J. J. (2000). *Gestión de proyectos. Quinta edición*. Bogotá: MM Editores.
- Monterroso, E. (2017). Aportes para el diseño y la gestión de servicios. Perspectivas desde la Administración de Operaciones. *Revista del Departamento de Ciencias Sociales, vol. 4, núm. 6*, 39-91. Obtenido de <http://www.redsocialesunlu.net/wp-content/uploads/2017/10/REDSOC023-05-MONTERROSO-P%C3%81G.-39-91.pdf>


- Montoya, C., & Boyero, M. (2013). El CRM como herramienta para el servicio al cliente en la organización. *Visión de futuro*, vol. 17, núm 1, 130-151.
- Muñico Caso, S. S., & Laurente Pobis, B. (2018). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Empresa de Transporte Turístico Olano S.A. sucursal Huancayo – 2017 (Tesis)*. Obtenido de Universidad Nacional del Centro del Perú:
http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/5012/T010_46588973_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ortiz, A. (2015). *Enfoques y métodos de investigación en las ciencias sociales*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Ospina, S., & Lenis, C. (2016). *Procedimiento para la evaluación económica de proyectos en la etapa de formulación*. Santiago de Cali: Universidad de San Buenaventura.
- Padilla, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos. Segunda edición*. Bogotá: Eco Ediciones.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implication for future research. *Journal of Marketing*, vol. 49, 41-50.
- Pereira, E. (2018). ¿Escala estandarizada o específica? Opciones epistemológicas en calidad del servicio. *Gestión de Servicios*, vol. 9, núm. 2, 2394-2412.
- RAE. (2018). *Diccionario de la lengua española. Edición del tricentenario*. Obtenido de <http://lema.rae.es/drae2001/srv/search?id=th6fUJ0TbDXX2Xc9jAuL>
- Reizenstein, R. (2004). Customer. En M. Stahl, *Encyclopedia of health care management*. California: Sage Publications.
- Revelo Sánchez, F. X. (31 de agosto de 2017). *Análisis de la calidad del servicio al cliente que brinda el terminal terrestre de Latacunga (Tesis)*. Obtenido de Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE:
<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/13561/1/T-ESPE-057431.pdf>
- Rodríguez, G., Gil, J., & M García, F. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Madrid: Aljibe.
- Rogel, J. (2018). La calidad del servicio y satisfacción del cliente: Binomio clave en agencias de viajes en Ecuador. *Memorialia*, núm. 15, 142-155.
- Rosendo, V. (2018). *Investigación de mercados*. Barcelona: ESIC.

- Salazar, C., & Del Castillo, S. (2018). *Fundamentos básicos de estadística*. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Salazar, C., & Del Castillo, S. (2018). *Fundamentos básicos de Estadística*. Quito: Universidad Central del Ecuador. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/13720/3/Fundamentos%20B%C3%A1sicos%20de%20Estad%C3%ADstica-Libro.pdf>
- Sánchez, A. (2017). *Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante Pizza Burguer Diner de Gualan, Zacapa*. Zacapa: Universidad Rafael Landívar.
- Sánchez, A. (2017). *Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante Pizza Burguer Diner de Gualan, Zacapa*. Zacapa: Universidad Rafael Landívar.
- Sánchez, F. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa. consensos y disensos. *Revsista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, vol. 13, núm. 1, 102-122. doi:: <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- SPW. (enero de 2014). *Inversiones y financiamiento del proyecto*. Obtenido de <http://www.spw.cl/proyectos/apuntes/cap4.htm>
- Tamayo, G. (2001). Diseños muestrales en la investigación. *Semenstre Económico*, vol. 4, núm 7, 1-14.
- Universidad Oberta de Catalunya. (30 de diciembre de 2014). *Historia de la ISO*. Obtenido de <https://blogs.x.uoc.edu/calidad-iso/historia-de-la-iso/>
- Vallejo, M. (2002). El diseño de investigación: una breve revisión metodológica. *Archivos de cardiología de México*, vol. 72, núm. 1, 8-12. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-99402002000100002
- Vinuesa, P. (2016). *Correlación: teoría y práctica*. México D.F.: UNAM.
- White, H., & Sabarwal, S. (septiembre de 2014). *Diseño y métodos cuasiexperimentales*. Obtenido de Sinopsis de la evaluación de impacto n.º 8: <https://www.unicef-irc.org/publications/pdf/MB8ES.pdf>
- Yovera, C., & Rodríguez, J. (2018). El modelo Servqual en la evaluación de la calidad de servicios de los centrales azucareros. *Teorías, enfoques y aplicaciones en las ciencias sociales, año 10, núm. 22*, 26-38.

- Yúnez López, Y. Y. (21 de marzo de 2018). *Análisis del servicio al cliente de la terminal terrestre de la ciudad de Cuenca como parte del desarrollo turístico 2017 (Tesis)*. Obtenido de Universidad de Cuenca: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/29827/1/Trabajo%20de%20Titulaci%C3%B3n.pdf.pdf>
- Zeithaml, V., & Jo, M. (2002). *Marketing de servicios: Un enfoque de integración del cliente a la empresa. Segunda edición*. México D.F.: McGraw Hill.
- Zeithaml, V., Bitner, M., & Gremler, D. (2009). *Marketing de servicios. Quinta edición*. México: McGraw-Hill.

Anexos

Modelo de instrumento: Entrevista



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Entrevista focalizada a grupos de interés sobre el proyecto de investigación "Análisis de la satisfacción del usuario del terminal terrestre de Vinces y propuesta del Modelo de Gestión"

Por favor, realice un aporte sobre las siguientes preguntas:

- 1.- ¿Qué opinión le merece usted al actual terminal terrestre de Vinces?

- 2.- ¿Considera usted que se podría mejorar el actual terminal terrestre de Vinces?


- 3.- ¿Qué beneficios comerciales-turísticos aportarían al cantón de Vinces, si existiría una modernización e inversión en la oferta del servicio?

- 4.- Acorde a su criterio ¿la inversión en el terminal terrestre tendría una repercusión favorable en la calidad de vida de los habitantes del cantón de Vinces?

Política de manejo de datos – Al culminar la encuesta, usted autoriza tácitamente el manejo de los datos para el posterior análisis y tabulación con fines académicos en el proyecto de titulación "Análisis de la satisfacción del usuario del terminal terrestre de Vinces y propuesta del Modelo de Gestión"

*Entrevista realizada por:
Garófalo Felix
Zaldumbide Andrés*

Entrevistas llenas



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Entrevista focalizada a grupos de interés sobre el proyecto de investigación "Análisis de la satisfacción del usuario del terminal terrestre de Vinces y propuesta del Modelo de Gestión"

Por favor, realice un aporte sobre las siguientes preguntas:

1.- ¿Qué opinión le merece usted al actual terminal terrestre de Vinces?

NO es muy operativo xq no es muy moderno

2.- ¿Considera usted que se podría mejorar el actual terminal terrestre de Vinces?

NO xq es muy pequeño y necesitamos un mayor número de ordenes

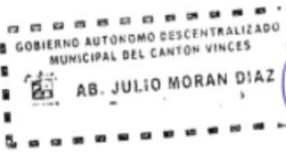
3.- ¿Qué beneficios comerciales-turísticos aportarían al cantón de Vinces, si existiría una modernización e inversión en la oferta del servicio?

le debe poner negocios para q mejore la economía de las personas q tienen negocios como cotitenios, comidas rápidas etc

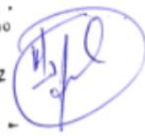
4.- Acorde a su criterio ¿la inversión en el terminal terrestre tendría una repercusión favorable en la calidad de vida de los habitantes del cantón de Vinces?

claro xq sería algo novedoso en nuestro canton

Política de manejo de datos – Al culminar la encuesta, usted autoriza tácitamente el manejo de los datos para el posterior análisis y tabulación con fines académicos en el proyecto de titulación "Análisis de la satisfacción del usuario del terminal terrestre de Vinces y propuesta del Modelo de Gestión"



Gobierno Autónomo Descentralizado
Municipal del Cantón Vinces
AB. JULIO MORAN DIAZ



Entrevista realizada por:
Garófalo Felix
Zaldumbide Andrés



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Entrevista focalizada a grupos de interés sobre el proyecto de investigación "Análisis de la satisfacción del usuario del terminal terrestre de Vinces y propuesta del Modelo de Gestión"

Por favor, realice un aporte sobre las siguientes preguntas:

1.- ¿Qué opinión le merece usted al actual terminal terrestre de Vinces?

EL ACTUAL TERMINAL PROVISIONAL NO PRESTA TODAS LA GARANTÍAS NECESARIAS PARA BRINDAR UN BUEN SERVICIO A LOS USUARIOS.

2.- ¿Considera usted que se podría mejorar el actual terminal terrestre de Vinces?

DOUNDO FUNCIONA ACTUAMENTE NO PRESTA TODAS LA FACILIDADES PARA PODERLO MEJORAR, SERIA MEJOR LA ADECUACION DEL TERMINAL DONDE ESTA PROGRAMADO TECNICAMENTE.

3.- ¿Qué beneficios comerciales-turísticos aportarían al cantón de Vinces, si existiría una modernización e inversión en la oferta del servicio?

LOS BENEFICIOS COMERCIALES Y TURISTICOS SERIAN MUCHOS YA QUE ESTE CANTON ES CONSIDERADO UN BALNEARIO TURISTICO DE AGUA DULCE Y SE DESARROLLAN VARIAS COMPETENCIAS TRADICIONALES DESDE HACE MUCHOS

4.- Acorde a su criterio ¿la inversión en el terminal terrestre tendría una repercusión favorable en la calidad de vida de los habitantes del cantón de Vinces?

INDUDABLEMENTE SERIA UNA INVERSION QUE TENDRIA MUCHA INFLUENCIA Y BENEFICIOS EN EL DESARROLLO DE VINCES, LE PERMITIRIA UN DESARROLLO ECONOMICO Y PERMITIRIA ABRIR FUENTES DE TRABAJO A PEQUEÑOS MICROEMPRESARIOS.

Política de manejo de datos – Al culminar la encuesta, usted autoriza tácitamente el manejo de los datos para el posterior análisis y tabulación con fines académicos en el proyecto de titulación "Análisis de la satisfacción del usuario del terminal terrestre de Vinces y propuesta del Modelo de Gestión"



Entrevista realizada por:
Garófalo Félix
Zaldumbide Andrés



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Entrevista focalizada a grupos de interés sobre el proyecto de investigación "Análisis de la satisfacción del usuario del terminal terrestre de Vinces y propuesta del Modelo de Gestión"

Por favor, realice un aporte sobre las siguientes preguntas:

1.- ¿Qué opinión le merece usted al actual terminal terrestre de Vinces?

No cumple con los espacios necesario para los usuarios.

2.- ¿Considera usted que se podría mejorar el actual terminal terrestre de Vinces?

No, ya que los espacios no son los adecuados debido a que no fueron construidos con esa finalidad.

3.- ¿Qué beneficios comerciales-turísticos aportarían al cantón de Vinces, si existiría una modernización e inversión en la oferta del servicio?

Se debe poner puesto de NEGOCIOS y ANDENAS DE LA HISTORIA DE VINCES. PARA FOMENTAR EL TURISMO

4.- Acorde a su criterio ¿la inversión en el terminal terrestre tendría una repercusión favorable en la calidad de vida de los habitantes del cantón de Vinces?

Claro por lo que LA COMUNIDAD HA ESPERADO UN TERMINAL CON BUENAS CONDICIONES

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
MUNICIPAL DEL CANTÓN VINCES

LOS RÍOS EL CONDUC
DIRECCIÓN DE DATOS PÚBLICOS

Política de manejo de datos – Al culminar la encuesta, usted autoriza tácitamente el manejo de los datos para el posterior análisis y tabulación con fines académicos en el proyecto de titulación "Análisis de la satisfacción del usuario del terminal terrestre de Vinces y propuesta del Modelo de Gestión"

Entrevista realizada por:
Garófalo Félix
Zaldumbide Andrés

Locación de terminal terrestre









DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

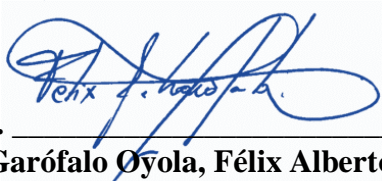
Nosotros, Garófalo Oyola, Félix Alberto con C.C: # 0911386332 y Zaldumbide Peralvo, Andrés Sebastián con C.C: # 1722812375 autores del trabajo de titulación: Análisis de la satisfacción del usuario del terminal terrestre de Vinces y propuesta de Modelo de Gestión previo a la obtención del título de **Magíster en Administración de Empresas** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

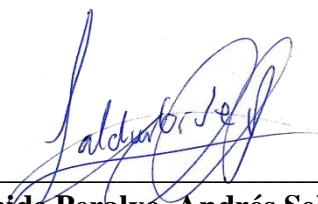
2.- Autorizamos a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 12 de julio de 2021

LOS AUTORES



f. _____
Garófalo Oyola, Félix Alberto
C.C. 0911386332



f. _____
Zaldumbide Peralvo, Andrés Sebastián
C.C. 1722812375



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Análisis de la satisfacción del usuario del terminal terrestre de Vinces y propuesta de Modelo de Gestión		
AUTOR(ES)	Garófalo Oyola, Félix Alberto Zaldumbide Peralvo, Andrés Sebastián		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Carrasco Corral, Priscilla Yesenia Lapo Maza, María del Carmen		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Sistema de Posgrado		
CARRERA:	Maestría en Administración de Empresas		
TÍTULO OBTENIDO:	Magíster en Administración de Empresas		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	12 de julio de 2021	No. DE PÁGINAS:	99
ÁREAS TEMÁTICAS:	Administración, gestión, evaluación de la calidad		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Modelo de gestión para un Terminal Terrestre, Satisfacción de usuarios en servicios, Percepción de Calidad, Aspecto socio económico y turístico de Vinces		
RESUMEN/ABSTRACT			
<p>En la ciudad de Vinces existe un Terminal Terrestre declarado provisional el cual ha generado pérdidas económicas en el año 2020 de USD 61,5 mil, misma que debieron ser asumidas por el gobierno autónomo municipal del cantón Vinces. Anexo a esta problemática el terminal no cuenta con un nivel óptimo de satisfacción de parte de sus usuarios. Este trabajo de investigación tiene como objetivo analizar la satisfacción de los usuarios del Terminal Terrestre de Vinces mediante la investigación de mercado para la propuesta de un modelo de gestión. El enfoque mixto caracterizó la presente investigación debido a que es un estudio de caso que pretende conocer a profundidad el fenómeno estudiado, sin necesariamente lograr la generalidad de resultados; donde se ocuparon dos instrumentos, uno de ellos fue una encuesta bajo el modelo ServQual donde la calificación global sobre la percepción de satisfacción fue de 61,51 puntos sobre un total de 100 puntos, resultado que permite conocer la insatisfacción por el servicio ofertado. Por otro lado, se entrevistó a personajes públicos, donde todos coinciden en que el espacio destinado para el terminal terrestre y su servicio, no presta las condiciones adecuadas para el Cantón. Con esa base se elaboró una propuesta de modelo de gestión optimizada para el contexto de Vinces, misma que proyecta un flujo neto de efectivo financiero de \$34.674 en el décimo año, tras la obtención de un Crédito Bancario BDE de \$2.270.049.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593 997506309 / +593 987261477	E-mail: fagaba2010@hotmail.com / aszaldumbide@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: María del Carmen Lapo Maza		
	Teléfono: +593-4-3804600		
	E-mail: maria.lapo@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			