

Raquel Magdalena Santander-Guamán; Katina Vanessa Bermeo-Pazmiño

<http://dx.doi.org/10.35381/i.p.v4i1.1897>

## **Calidad del servicio y Responsabilidad social empresarial del Transporte Público Intracantonal de Azogues – Ecuador**

### **Quality of service and corporate social responsibility of the Intracantonal Public Transportation of Azogues – Ecuador**

Raquel Magdalena Santander-Guamán  
[raquel.santander.46@est.ucacue.edu.ec](mailto:raquel.santander.46@est.ucacue.edu.ec)  
Universidad Católica de Cuenca, Cuenca, Cuenca  
Ecuador  
<https://orcid.org/0000-0003-0526-6804>

Katina Vanessa Bermeo-Pazmiño  
[kbermeo@ucacue.edu.ec](mailto:kbermeo@ucacue.edu.ec)  
Universidad Católica de Cuenca, Cuenca, Cuenca  
Ecuador  
<https://orcid.org/0000-0002-4438-7855>

Recibido: 01 de marzo 2022  
Revisado: 10 de abril 2022  
Aprobado: 15 de junio 2022  
Publicado: 01 de julio 2022

Raquel Magdalena Santander-Guamán; Katina Vanessa Bermeo-Pazmiño

## RESUMEN

Las empresas de transporte buscan dar un valor agregado a sus clientes de forma oportuna, mejorar también sus métodos de gestión a través de una responsabilidad social empresarial para incrementar la satisfacción y las necesidades de los clientes. Esta investigación propone evaluar la calidad en responsabilidad social empresarial de la compañía de transportes Intracantonal del cantón Azogues para mejorar el servicio. De tipo descriptiva. Los datos se recogieron por medio de la aplicación de encuestas a los usuarios del transporte. Para el efecto resulta necesario, sugerir recomendaciones para mejorar las cambiantes de análisis. Se concluye que el servicio que prestan es regular en la atención al cliente, infraestructura, impacto ambiental y en su mayoría desean que los conductores reciban capacitaciones sobre responsabilidad social empresarial.

**Descriptores:** Responsabilidad social; economía del transporte; política de transporte. (Tesauro UNESCO).

## ABSTRACT

Transportation companies seek to give added value to their customers in a timely manner, also improve their management methods through corporate social responsibility to increase customer satisfaction and needs. This research proposes to evaluate the quality of corporate social responsibility of the Intracantonal transportation company of Azogues canton in order to improve the service. It is descriptive. The data were collected through the application of surveys to transport users. For this purpose, it is necessary to suggest recommendations to improve the changes of analysis. It is concluded that the service provided is regular in terms of customer service, infrastructure, environmental impact and most of them would like the drivers to receive training on corporate social responsibility.

**Descriptors:** Social responsibility; transport economics; transport policy. (UNESCO Thesaurus).

## INTRODUCCIÓN

El desarrollo socioeconómico a nivel mundial pasa por todos los servicios de transporte, con la optimización de tecnologías modernas, la industria de transporte ha logrado en las últimas décadas desarrollarse considerablemente, y como consecuencia, el cliente busca un mayor servicio de calidad (Bellizi et al. 2020). Por lo tanto, el transporte público cobra importancia capital por varias razones, permite la circulación libre de la movilidad, ventajas en el área comercial, la competitividad y el progreso económico de una sociedad (Anguita et al. 2014). Siendo la movilidad una necesidad básica que se requiere para el desplazamiento de personas y bienes (Balboa et al. 2014). Igualmente, para el desempeño de diversas actividades (Yekimov et al. 2022). Por ende, es trascendental saber sobre las leyes que rigen la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial vigente en nuestro país.

Por consiguiente, (Sánchez, 2010), indica que los representantes del sistema (pasajeros, choferes y jurisdicciones reguladoras) son los principales medidores de la calidad de servicio. Partiendo de los supuestos anteriores, existen varias empresas de transporte público, las cuales tienen rutas limitadas, por otra parte, tenemos la competencia de taxis y camionetas de carga, y por último está en manos de las autoridades pertinentes para lograr una buena calidad de servicio a sus pasajeros, deben existir medidas en las cuales el usuario se sienta seguro, cómodo, llegue a tiempo a su destino, obteniendo una satisfacción en la calidad de servicio; y, también los elementos que actúan dentro de un servicio, el requerimiento de un alto grado de satisfacción está en relación con la estabilidad, seguridad y el buen trato que se recibe por parte del conductor. La calidad de servicio es una alternativa en la cual las organizaciones necesitan incrementar sus estrategias de manera eficiente para lograr una mayor satisfacción en los clientes (Silva et al. 2021).

Ecuador es un país que crea oportunidades dentro de las actividades económicas bajo los principios de solidaridad y responsabilidad social. De acuerdo con él (BCE) Banco

Raquel Magdalena Santander-Guamán; Katina Vanessa Bermeo-Pazmiño

Central del Ecuador, a raíz de la pandemia el sector más afectado fue el transporte por las restricciones de movilidad, teletrabajo y las clases virtuales, decreciendo en 21,1 % con respecto a su PIB en 2020 y para este año 2022 creció en un 4,2%, situación cercana existente al 3,55% presentada por el BCE. Resulta una alteración congruente de 10,2% por del gasto que realizan las familias, observando un destacado grado en la etapa donde daba inicio la pandemia. Una recuperación de las actividades económicas y productivas en el país. Con respecto a la industria se encuentra el transporte con un incremento del 13,1% por la reactivación de varias industrias a nivel nacional.

La unidad de análisis de la investigación es la Compañía de transporte intracantonal de la parroquia Guapán “San Francisco TRANSFCO S.A.” Puso en marcha sus actividades económicas el 23-04-2003, se encuentra dentro del sector H492102, servicios de transporte intracantonal de pasajeros, obtuvo su personería jurídica en julio de 2006, mediante la cual solicitaron el permiso de operación, el mismo que fue otorgado el 23 de septiembre de 2006 (Quinteros & Tapia, 2021).

Al ser una parroquia muy poblada la importancia que se debe dar al servicio de transporte de pasajeros es muy relevante, resulta asimismo interesante la acogida que brinda a las personas que visitan el complejo de las aguas termales, permitiendo una posición privilegiada para la reactivación económica de los habitantes, por lo tanto, la calidad debe manifestarse con una buena atención logrando satisfacer las necesidades de sus usuarios de una forma que cumpla con sus responsabilidades (Sánchez & Romero, 2010).

En este trabajo, se propone una revisión bibliográfica sistemática de los artículos más importantes relacionados con el transporte terrestre, calidad de servicio, enfoque de la responsabilidad social empresarial, con el objetivo de evaluar la calidad en el ámbito de la responsabilidad social empresarial de la compañía de transporte Intracantonal “San Francisco” de la Parroquia Guapán, del Cantón Azogues en el año 2022, que permita el mejoramiento del servicio al usuario.

## **Referencial teórico**

### **Definiciones y clasificación de la calidad de un servicio dentro del transporte público**

La calidad es un modelo, que dirige al cumplimiento de los requerimientos del cliente (Arciniegas & Mejías, 2017), nivel de satisfacción y las expectativas de todos los stakeholders (Mayo et al. 2015). Además, servicio se entiende como toda acción que realiza una persona en beneficio de otra, requerimiento de ciertas necesidades a través de trabajos intangibles que crean valor (Duque & Gómez, 2014). Cumplimiento de estándares con eficiencia (Del Castillo & Sardi, 2012). Para que exista una buena satisfacción del cliente, la atención debe ser óptima y oportuna (Eduarte, 1999). Entendiéndose como una comparación entre las expectativas de los clientes con su percepción del servicio recibido.

En otro orden, Álvarez (2020), señala que la calidad de servicio se define a través de las diferencias entre los diferentes aspectos relacionados con las perspectivas del cliente, la importancia de medir la calidad de servicio es primordial, las empresas deben estar en la capacidad de nivelar la guía que mejor le ajuste y emplearlo, tomando en consideración las características básicas de un servicio en las que se encuentran:

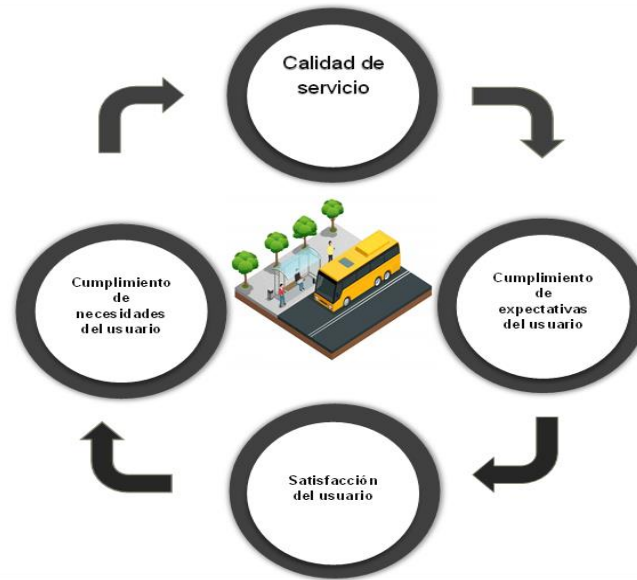
1. Intangibilidad: Dentro de la intangibilidad se estima a un servicio como un beneficio obtenido del cumplimiento de estándares.
2. Es decir, lo que recibe y percibe el cliente al momento de satisfacer sus requerimientos, los cuales deben ser atentos llenos de cortesía, etc.
3. Heterogeneidad: Los servicios que se prestan o reciben pueden ser variables.
4. En esta característica la percepción del cliente va a depender de varios factores, de cómo lo percibe, los ánimos que se encuentren, etc.

5. Inseparabilidad: Varios servicios que se ofrecen van a depender de una relación directa con el cliente.

La integración de la producción y el consumo, la diversidad, el bien perecedero y la intangibilidad, es lo que se diferencian de un bien. Para que un servicio sea excelente se debe dar lo máximo posible la información y el buen trato que busca el cliente. Cada expectativa del cliente se convierte en una oportunidad de crecimiento de una organización que busca la excelencia en sus servicios, a este respecto, cuando el cliente recibe un buen producto se dice que es de buena calidad, mientras que un buen servicio de calidad es la forma en que se recibe.

En este sentido, Ibarra (2014), refiere que la calidad del servicio se obtiene por el valor agregado que las empresas aplican al momento de prestar sus servicios. Los requerimientos y perspectivas que satisfagan a los usuarios en lo que se refiere a la calidad de servicio que recibe (Arciniegas & Mejías, 2017). Como resultado de la aplicación de los aspectos se entendería que se maneja un servicio de calidad, la misma que se presenta en la siguiente figura 1.

Raquel Magdalena Santander-Guamán; Katina Vanessa Bermeo-Pazmiño



**Figura 1.** Directrices para valorar la Calidad de Servicio  
**Elaboración:** Los autores.

Representa una tarea importante que las organizaciones midan la calidad de servicio, y logren ver como se han comportado y como lo están haciendo y de esta manera, lograr descubrir los problemas más sobresalientes, a más de poder corregirlos y tomar las medidas necesarias para mejorar el servicio (Silva et al. 2021). Para poder medir la calidad de servicio, existen diferentes modelos, los primeros nacen de dos lineamientos, con el respectivo estudio y evaluación de la calidad en los servicios; la escuela norteamericana a cargo de la universidad Estatal de Arizona y la escuela nórdica a cargo de la Universidad de Karlstad (Álvarez, 2020), también tenemos el modelo SERVQUAL que define la calidad del servicio como la diferencia entre las percepciones por parte de los clientes y las expectativas previas (Alvarado et al. , 2016).

**Factores de Calidad de un servicio:** Dentro de los factores que determinan la calidad de un servicio, se presenta a continuación la tabla 1.

Raquel Magdalena Santander-Guamán; Katina Vanessa Bermeo-Pazmiño

**Tabla 1.**  
Elementos que determinan la Calidad de Servicio.

Aspectos	Descripción
Fiabilidad	La capacidad de realizar un servicio dentro de un tiempo apropiado.
Garantía	Capacitar a las personas que prestan un servicio y sean capaces de generar confianza.
Tangibilidad	Aspecto físico tangible del servicio y las instalaciones que existan.
Empatía	Mediante la atención al cliente se llega a comprender sus necesidades.
Sensibilidad	Una respuesta que llene sus expectativas con pronta atención a sus exigencias.

**Fuentes:** Elementos que señalan el nivel de calidad del servicio (Luyando et al. 2014).

En lo referente a los componentes principales que pueden ser estudiados como componentes de medición al momento de evaluar la calidad de servicio del transporte, se describe a continuación como los más importantes dentro de la tabla 2:

**Tabla 2.**  
Componentes para evaluar la Calidad de Servicio.

Factores de calidad	Descripción
Tiempo de recorrido que efectúa la unidad de transporte.	Completar el recorrido de la ruta oportunamente dentro del horario acordado.
Cavidad de pasajeros dentro del bus	Señala la capacidad de pasajeros que deben ir en un transporte.



Raquel Magdalena Santander-Guamán; Katina Vanessa Bermeo-Pazmiño

Seguridad que posee el automotor	El vehículo cumple con los respectivos estándares clave de seguridad.
Satisfacción medible del usuario	Crea seguridad al usuario
Buen trato que debe recibir el usuario	Demuestra respeto a los pasajeros
Cumplimiento de horarios y recorrido	Son responsables con los horarios y rutas programadas
Forma de pago del pasaje	Los cobros de pasajes son los adecuados.
Respeto de las paradas designadas	Existe respeto en los puntos de asignación de las paradas
Apariencia del conductor	El aspecto personal del conductor si es el adecuado
Infraestructura del vehículo	Cumple con las leyes y normas de un buen estado del vehículo
Responsabilidad a la hora de conducir el transporte	Maneja de acuerdo a las normas de seguridad prescrito por la ley.

**Fuente:** Principales indicadores de calidad del servicio (Sánchez & Romero, 2010).

La propuesta dada por los siguientes componentes como aspectos que intervienen en la calidad de servicio se anota a continuación en la tabla 3.

**Tabla 3.**

Componentes que se consideran dentro de calidad del servicio.

Factores	Descripción
Aseo de las unidades	El vehículo debe mantener un aseo diario
Comodidad	Confort del vehículo

Raquel Magdalena Santander-Guamán; Katina Vanessa Bermeo-Pazmiño

Capacidad de pasajeros	Cumplir con Respeto número establecido de pasajeros
Puntualidad	Cumplir a cabalidad con el total del horario
Amabilidad del conductor	Un trato justo del conductor para los usuarios.
Infraestructura del vehículo	Mantener en condiciones favorables al vehículo

---

**Fuente:** Principales indicadores de calidad del servicio (Anguita et al. 2014).

En relación con lo enunciado Sánchez & Romero (2010), manifiestan lo siguiente:

1. La accesibilidad que reciben los usuarios, en especial las personas con prioridades especiales.
2. La infraestructura en la cual se encuentren los vehículos.
3. La seguridad que debe garantizar las empresas que brindan su servicio en el bien colectivo de los usuarios.
4. Las unidades de transporte deben reducir a lo máximo la contaminación del medio ambiente.
5. Tarifas preferenciales a ser cumplidas a cabalidad, en especial a las personas quienes aplican de acuerdo con las normas y reglamentos vigentes de la Ley de Tránsito.
6. Mediante el viaje el usuario debe recibir un bienestar y confort.
7. Cumplir a cabalidad con los horarios establecidos por las unidades de transporte.
8. Observar la velocidad permitida en las unidades de transporte público
9. Paradas convenientes que satisfagan al usuario.
10. El trato a los usuarios debe ser justo y cortés.
11. Capacitaciones que se deben recibir los conductores sobre RSE.

Dentro de la revisión bibliográfica se ha encontrado varias investigaciones de toda índole que direccionan a un macro interés en el tema de la calidad de servicio del transporte. En consecuencia, (Luna et al. 2018), señalan tres importantes sistemas de transporte

Raquel Magdalena Santander-Guamán; Katina Vanessa Bermeo-Pazmiño

público: calidad, eficacia y eficiencia; en cuanto a la calidad, tiene que ver con el criterio de los usuarios frente a varios aspectos como son las rutas, estado del vehículo, horarios, etc. El transporte público terrestre es una actividad fundamental que crea un ingreso económico que facilita el traslado con libertad y seguridad de un lugar a otro, mejorando el tiempo a través de la red vial nacional, como lo señala el artículo 46 de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial (LOTTTSV).

Como establece la LOTTTSV (2011), el sistema de transporte intracantonal presta sus servicios dentro de los límites cantonales, los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales son quienes están al frente de los permisos de operación. Se establece requisitos que deben cumplir los buses urbanos según la Norma Técnica Ecuatoriana INEN 2205:2010, para solventar sus requerimientos en cuanto al servicio que deben recibir, entre ellas están especificaciones del motor, chasis, especificaciones de la carrocería, estabilidad, confort, mantenimiento, seguridad y estructura.

### **Concepto y herramientas de la responsabilidad social empresarial dentro de las organizaciones**

La RSE es la integración activa y voluntaria de las empresas en el progreso social, económico y ambiental (Barroso, 2008), en actividades organizacionales más humanas, ética y transparente (Liscano & Lombana, 2018), Se plasman en las obligaciones que debe cumplir cada empresario al incorporar en la planificación y desarrollo de las actividades empresariales, normas y valores éticos; sin embargo, son aquellos que están al tanto de las responsabilidades en primer lugar porque se despliegan en un ambiente normativo público, en segundo lugar, porque están influenciados socialmente; y, tercero los beneficios económicos de sus inversiones los cuales se vean reflejados en objetivos para bienestar de las organizaciones (Duque & Cardona, 2014).

Raquel Magdalena Santander-Guamán; Katina Vanessa Bermeo-Pazmiño

Según López & Ojeda (2017), toda empresa que se integra en el bienestar de la sociedad, en las necesidades de sus partes interesadas, debe practicar una legislación responsable, las cuales se vincule con las normas internacionales de comportamiento.

La responsabilidad social empresarial dentro del ámbito interno constituye el desarrollo de sus objetivos propuestos y satisfaciendo las necesidades de bienes y servicios de los consumidores regidos por el estricto cumplimiento de las leyes bajo una perspectiva humana (Camacho, 2015). Siendo una disposición de carácter voluntario, las organizaciones asumen o no las responsabilidades, una vez tomada, debe ir direccionada a los principios de las organizaciones y con el desempeño total de la visión que se ha tomado a nivel interno y externo (Aguilera & Puerto, 2012).

Entre las principales herramientas internacionales para manejar la RSE dentro de una organización tenemos: Modelos Ethos, Global Reporting Initiative (GRI), ISO 26000, las respectivas normas que deben seguir las organizaciones multinacionales de la OCDE, el consentimiento que realiza la Comisión Europea, en 2001, libro verde donde nace las estrategias de un mundo sostenible, la ética en los negocios (Camacho, 2015). Sin olvidarse de su interés económico, naciente de la demanda de una sociedad por un nuevo tipo de organización empresarial (Tello et al. 2018). Los principios del *global compact* en materia de derechos humanos es un programa de la ONU suscrito en el año 2000, es un instrumento de libre elección por parte de las empresas que sugiere la aplicación de 10 principios estratégicos en cuanto a los temas de derechos humanos, laborales, medio ambiente y corrupción (Ibarra, 2014). El público interno y externo debe gozar siempre de los derechos humanos inmersos en su Constitución (Tobar, 2003).

### **Principios básicos de la responsabilidad social empresarial**

Según Camacho (2015) entre los principios más importante se destaca:

Raquel Magdalena Santander-Guamán; Katina Vanessa Bermeo-Pazmiño

1. Dignidad que debe existir entre las personas: Principio que viene dado por cada persona, el mismo que debe ser reconocida por la empresa al demandar sus servicios.
2. Justicia: Es un principio moral de la responsabilidad social que se refiere a que toda empresa debe aportar beneficios para la satisfacción de sus clientes.
3. Solidaridad: Dentro de una empresa y la sociedad debe primar el trabajo y el apoyo mutuo.
4. Subsidiariedad: Es un principio de competencia donde las personas que poseen sociedades menores y que están en la posibilidad de incrementar no lo realicen, salvo el caso que vaya en beneficio común.
5. Actividades que realiza el hombre de forma: Se refiere a todo principio digno que ejecuta como actividad diaria el ser humano, los mismos que deben ser respetados y descartar la explotación.

El gobierno está en la obligación de proteger a toda la nación contra las violaciones a los derechos humanos causados por entes ajenos, para el caso se debería aportar con estrategias que estén sujetas a mitigar y reparar los abusos, creando una cultura organizacional. Las organizaciones deben ser responsables con el cumplimiento a la ley de los derechos humanos, brindando una protección óptima a su público interno y externo, evitando y absteniendo a la vulnerabilidad, distorsión y la complicidad para el caso (Ibarra, 2014).

Para cumplir con responsabilidad todo compromiso no es necesariamente tomar en cuenta solo las obligaciones jurídicas, sino que se debe desarrollar estrategias, invertir en el capital humano, ética con sus partes interesadas (stackeholders): socios, capital humano, clientes, comunidad, proveedores, autoridades gubernamentales y organismos (López & Ojeda, 2017). Las empresas deben integrar en su gestión un triple beneficio:

desempeño económico, sociedad y el medio ambiente que demuestren la aplicación de la RSE.

### **Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial**

Dentro de las cuales tenemos: social, económica y medio ambiente.

1. Dimensión Social: Anteriormente, se refería al plano filantrópico en donde las empresas cumplían con ciertas acciones morales que realizan con la sociedad (Escamilla et al. 2016), en la actualidad se entiende como la conducta del impacto que está dirigido a la protección del capital intelectual y humano de las empresas.
2. Dimensión económica: No siempre se debe tener en cuenta la maximización de los beneficios obtenidos, sino de crear valor agregado con sus partes interesadas, donde nace la importancia de saber, escuchar, atender, comprender y satisfacer las expectativas de los miembros internos y externos y genere beneficios mediante la inversión de tecnología (Duque & Cardona, 2014).
3. Dimensión ambiental: Se considera que para el inicio de sus actividades las empresas tienen relación directa con el medio ambiente, es por ello que buscan obtener tecnologías que puedan ayudar a mantener una postura proactiva con la prevención y reducción de la contaminación (Tello et al. 2018).

La calidad de servicio del transporte público tiene como propósito ante la sociedad ser responsable de todas las actuaciones que realiza (Escamilla et al. 2016), a través de una renovación de los enfoques de gestión relativos en Responsabilidad Social Empresarial (Andía, 2015). Por lo tanto, se ha observado que durante los últimos años el sector del transporte público ha crecido mediante gremios bajo las figuras de cooperativas, es por ello que mediante el artículo Art.394 de la Constitución de la República señala que: Dentro

del país, el estado prevalecerá la total independencia del transporte terrestre, aéreo, marítimo y fluvial, sin distinción alguna (Constitución de la República, 2008). El respectivo amparo y preservación que deben tener los usuarios para un eficiente servicio de calidad. El transporte público se ha convertido en un sector muy crítico y problemático dentro de la sociedad, debido a la baja calidad de servicio a los pasajeros, incremento en inseguridad, falta de respeto a las normas de seguridad, falta de unidades. Por estos motivos se considera que las empresas de transporte público no aplican de una manera socialmente responsable sus actividades frente a la sociedad. Mientras que Salazar & Gutiérrez (2008), dentro de la estrategia empresarial, la RSE se obtiene por medio de los beneficios tangibles.

## **MÉTODO**

La investigación es de tipo descriptiva con diseño no experimental, se recolectaron los datos por medio de la aplicación de encuestas, análisis y revisión de datos cuantitativos, se investigó la problemática principal del estudio, permitiendo determinar las variables de la calidad de servicio de la Compañía de transporte Intracantonal “San Francisco”, de la parroquia Guapán.

Con relación a las técnicas a aplicarse se elaboró una encuesta, el mismo que es un instrumento psicométrico, en donde el encuestado da a conocer su acuerdo o desacuerdo sobre una afirmación, ítem a través de una escala ordenada y unidimensional, se utilizó el cuestionario de Likert, aplicados a los usuarios de la Compañía de transporte público de la parroquia Guapán con la finalidad de conocer su percepción sobre las variables de estudio.

### **Universo de estudio y tratamiento muestral**

Según datos publicados por el INEC en lo que respecta a la población de la parroquia Guapán para el año 2001 y el año 2010, se ha establecido que la Tasa de Crecimiento

Raquel Magdalena Santander-Guamán; Katina Vanessa Bermeo-Pazmiño

anual 2001-2010 total en un -0,16%, estimando un crecimiento poblacional negativo, dado por la migración. La población total de la parroquia Guapán desde el año 2010, contaba con, 8853 habitantes, y para este año 2022 se cuenta con, 8685 habitantes, existiendo un decremento de la población de 168 habitantes, por lo que la tasa de crecimiento sigue siendo negativa. Las personas a encuestarse se delimitaron por las variables socio demográficas clasificadas por grupos de edad de 4 rangos comprendidos:

Rango 1. Edades entre 15-25 años correspondientes a 1041 habitantes

Rango 2. Edades entre 26-35 años correspondientes a 1538 habitantes

Rango 3. Edades entre 36-45 años correspondientes a 1407 habitantes

Rango 4. Edades entre 46-65 años correspondientes a 1170 habitantes

Obteniendo un universo de, 5093.

Se determinó una muestra con la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n= el tamaño de la muestra.

N= 5093 (tamaño de la población o universo)

Z= 1,96 (Nivel de confianza)

P= 0,95 (prevalencia)

Q= 0,05 (probabilidad de no ocurrencia, es la diferencia con la prevalencia)

e = 0,05 (error de indiferencia)

**Cálculo de la muestra:**

$$n = \frac{(1,96)^2(0,95)(0,05)(5093)}{(0,0025)(5,093 - 1) + (1,96)^2(0,95)(0,05)}$$



Raquel Magdalena Santander-Guamán; Katina Vanessa Bermeo-Pazmiño

$$n = \frac{929,33}{12,91}$$

$n = 72 \text{ encuestas}$

Como resultado del cálculo existe una muestra de 72 encuestas, acorde a esta cantidad se procedió a la ejecución de las respectivas encuestas a efectuar a la población de la parroquia Guapán, usuarios de la Compañía de transporte público “San Francisco”, las mismas que fueron realizadas en cuestionarios de forma online en google forms. Se recopiló la información mediante estadística descriptiva con el apoyo del programa Microsoft Excel, el mismo que nos facilita el análisis previo a la toma de decisiones acertadas para el caso. Para ello, en los resultados de la investigación se presenta figuras que nos permite descubrir y crear parámetros o índices de calidad.

## RESULTADOS

El análisis de la calidad servicio del transporte público de pasajeros es una investigación basada en la revisión de los documentos, situación actual del servicio que ofrece la Compañía de transporte intracantonal de la ciudad de Azogues a los usuarios, se analizan las variables externas (usuarios), por medio de encuestas realizadas a 72 usuarios de las diferentes rutas que prestan el servicio como son: Guapán, Zhindilig, Buill Guapán, Cachipamba, para obtener resultados óptimos, encontrando parámetros importantes a considerar para una mejora en la calidad de servicio, y de esta manera los entes interesados (choferes de los buses), puedan tomar decisiones en mejorar el servicio, satisfaciendo las necesidades del usuario.

### Análisis externo

Se analiza la calidad de servicio basándose en las siguientes variables.

### Características de los usuarios

Raquel Magdalena Santander-Guamán; Katina Vanessa Bermeo-Pazmiño

Se encuestaron a 72 usuarios mediante el formulario de Google, de los cuales el 53% es femenino y un 47% masculino, estos datos muestran que se mantiene un adecuado equilibrio. Una concentración mayor de los usuarios del transporte Intracantonal que fluctúan entre las edades de 15 a 25 años, representando un 40%, siendo los jóvenes estudiantes los que más utilizan el transporte Intracantonal, mientras que 32% usuarios tienen 26 a 35 años, y como subsiguientes un 18% las edades de 36 a 45 años, y finalmente con un 10% se encuentran en las edades de 46 hasta 65 años, dentro de las personas adultas.

### **Seguridad y Atención al cliente**

Se presentan a continuación los resultados obtenidos de las encuestas realizadas, mediante la escala de Likert, a los usuarios del transporte público, una información importante para conocer sobre la variable seguridad, que ofrece el transporte público, dio como resultado lo siguiente: El 21% de encuestados sienten inseguridad dentro del transporte, el 39% nos indican que no demuestran estar seguros ni inseguros, dando a pensar que las personas que viajan a su lugar de destino se sienten tranquilos debido a que no existe delincuencia alguna; y, el 40% de los usuarios manifiestan sentirse seguros, durante el recorrido del transporte, sin embargo, este aspecto debe mejorar porque constituye uno de las variables fundamentales al momento de evaluar un servicio de transporte.

La mayoría de los encuestados sienten seguridad en un 60% en la forma que manejan los choferes los buses, demostrando una moderación al cumplimiento de las normas de tránsito al momento de conducir, mientras que en un 24% ni seguros ni inseguros; y, 17% declaran inseguridad.

En cuanto a la variable atención al cliente: el 31% de los encuestados, manifiestan que si cumplen los conductores con el horario establecido; y, el 69% establecen que no cumplen con los horarios de recorrido, se debe a la falta de información en horarios es

por ello que los encuestados afirman en un 78% que no hay un óptimo servicio; y, 22% que, si lo hay, lo cual se debería extender los horarios para una mayor satisfacción del cliente,

### **Accesibilidad y vehículo de transporte**

En esta la variable se da a conocer sobre la accesibilidad que tienen los usuarios al momento de ingresar al bus dando como resultado en un 51% la facilidad de ingreso al bus, mientras que en un 49% ostentan lo difícil de subir al bus, esto se debe a la altura que poseen los buses al ingreso de las personas adultas, criterios que deben ser tomados muy en cuenta para una mejor accesibilidad, dejándose notar que el estado en que se encuentran los buses es malo en un 17%, bueno en un 34%; y, 49% en un estado regular por lo que se debe regir a la Norma Técnica Ecuatoriana Voluntaria INEN 038.

### **Impacto ambiental y responsabilidad social empresarial**

En la parte del impacto ambiental se observa que el usuario considera en un 48% que los gases que expanden y la falta de aseo del bus es contaminante; y, muy contaminante, el 43% manifiestan que hay una regularidad en la contaminación al medio ambiente; y, el 10% es poco contaminante. Los resultados obtenidos señalan la presencia de un impacto ambiental negativo por medio del transporte, lo que se entiende que no están cumpliendo con la norma de Reglamento Técnico Ecuatoriano (RTE) INEN 034.

Los criterios de los encuestados en la variable RSE requieren que los conductores reciban capacitaciones en un 93% y apenas un 7% no lo consideran oportuno. Al tomarlo, los conductores como oportuno una capacitación estarían beneficiando su perfil profesional y lograr un desempeño favorable.

El servicio que brindan los conductores de los buses, contribuye al bienestar del cliente en un 53%, generando un beneficio para la empresa y una mayor competitividad y sobre

Raquel Magdalena Santander-Guamán; Katina Vanessa Bermeo-Pazmiño

todo para los clientes, mismos que se pueden mejorar, mientras que no contribuye en un 47%, por la falta de optimización en su eficiencia.

## PROPUESTA



**Figura 1.** Esquema de la propuesta.

Una vez realizado los estudios correspondientes de los datos recopilados, a través de la encuesta aplicada a los usuarios que utilizan el transporte de la parroquia Guapán del cantón Azogues; y, de haber determinado errores que se plasman presentes en el servicio que prestan, es necesario establecer un esquema de propuesta para el mejoramiento del servicio de los buses y conseguir el fin propuesto basado en los

parámetros de responsabilidad social empresarial; y, obtener un impacto positivo, los mismos que constan de:

**Relación al cliente:** Para que exista una buena atención al cliente es primordial que los usuarios cuenten con la información oportuna indicada en cada línea y recorridos de los buses con los respectivos horarios, los mismos que deberían extenderse para la noche porque existen usuarios que estudian y salen más tarde de sus trabajos.

Respetar el derecho que deben recibir los usuarios con trato preferencial al momento de ingresar al bus, por lo que debería tener una señalética visible, la misma que permita estar siempre latente.

**Infraestructura:** Para un mejor ingreso de los usuarios al transporte se debería tomar en cuenta la disposición de la norma NTE INEN 2 205:2010, en donde indica que altura de un vehículo debe tener una dimensión vertical total, desde la superficie de la calzada hasta la parte superior del mismo, por ende se recomienda al presidente de la compañía tomar en consideración esta recomendación, para solucionar este inconveniente a la hora de ingresar sobre todo para las personas vulnerables como son los niños, adultos mayores y las personas con capacidades especiales.

Además, por encontrarse en regular condición la infraestructura del transporte, se propone una renovación de parque automotor de acuerdo a la ley orgánica de transporte terrestre y seguridad vial, el cual señala un determinado año en el cual pueden circular normalmente; y, crear conciencia en los dueños de los buses, manteniendo en buen estado los buses, y responder a la satisfacción del usuario.

Raquel Magdalena Santander-Guamán; Katina Vanessa Bermeo-Pazmiño

**Medio Ambiente:** En cuanto a la contaminación de aire y el ruido, debería ser regulada por la normativa existente para el caso, manteniendo buses siempre limpios.

**Valores Éticos:** En el artículo 126 del capítulo IV de los delitos de tránsito, establece que quien conduzca en estado de embriaguez, ocasione un accidente, será responsablemente solidariamente por los daños civiles, la operadora, el propietario de transporte. Una buena seguridad implica que las autoridades de la empresa de transporte vigilen el estado del conductor y determinen algún tipo de sanción a su incumplimiento. Para evitar los robos de las unidades de transporte, sería que exista más luminosidad en el interior del bus y que las cámaras de seguridad estén funcionando.

**Estrategias en Responsabilidad Social Empresarial:** El evento de una oportuna capacitación a los conductores sobre lo que implica el cumplimiento a cabalidad de la responsabilidad en derechos humanos, seguridad vial, facilitaría a los conductores a tener un comportamiento sociable libre de preocupaciones, los mismos que pasan muy a menudo en su actividad profesional y puedan ofrecer un mejor servicio equitativo a los usuarios, a más de dar a conocer con profundidad, sobre las normas y reglamentos de la LOTTTSV, garantizando un excelente servicio. Motivación a los conductores mediante metas de cumplimiento.

## CONCLUSIONES

Una vez identificado la calidad en RSE, de la compañía de transporte intracantonal, a los usuarios, mediante la aplicación del formulario, se da por terminado la presente investigación, y se concluye con lo siguiente:

Mediante la revisión bibliográfica se recopilaron los componentes que se consideran dentro de la calidad de un servicio. Esta información fue utilizada para medir la calidad en RSE, para luego considerar como un esquema de propuesta en caso de encontrar falencias.

Raquel Magdalena Santander-Guamán; Katina Vanessa Bermeo-Pazmiño

En lo que corresponde a la investigación de campo o recolección de datos sobre la calidad de servicio que reciben los usuarios dentro del recorrido del transporte, esto se realizó a través del formulario en google de forma online.

En cuanto al análisis de las variables que influyen en la calidad de servicio, que presta la compañía de transporte, cuyos datos recolectados determinaron una insatisfacción del usuario, en su mayoría por presentar, un servicio regular, dando a conocer las de mayor falencia:

Atención al usuario, la misma que nos demuestra una falta de cumplimiento de los horarios del recorrido sobre todos los días domingos; y, a la vez, no se recibe un servicio óptimo, debido a la inexistencia de horario horarios nocturnos; y, a la falta de recorridos en horas pico hacia las comunidades con mayor demanda de usuarios. En cuanto a la infraestructura, los encuestados afirman que los buses se encuentran en estado regular. De igual manera, en el impacto ambiental consideran que los buses producen contaminación a través de la falta de aseo en los pasillos y asientos. Finalmente, los usuarios, en su mayoría, desean que los conductores reciban capacitaciones sobre RSE.

## **FINANCIAMIENTO**

No monetario

## **AGRADECIMIENTO**

A la Unidad Académica de Posgrados de la Universidad Católica de Cuenca por el apoyo permanente a los procesos investigativos

## **REFERENCIAS CONSULTADAS**

Aguilera, A., & Puerto, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. Pensamiento & Gestión, 32, 1-26.

- Alvarado, E., Ramírez, D., & Téllez, E. (2016). Percepción de la calidad educativa: caso aplicado a estudiantes de la Universidad Autónoma de Nuevo León y del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey. *Revista de la Educación Superior*, 45, 55-74. doi: [10.1016/j.resu.2016.06.006](https://doi.org/10.1016/j.resu.2016.06.006)
- Álvarez, E. (2020). Estudio de la percepción de la calidad de servicio en los restaurantes ubicados en el sector circundante a un polo universitario de Quito, mediante el modelo SERVPERF. <https://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/20863>
- Andía, W. (2015). La responsabilidad social: análisis del enfoque de ISO 26000. *Industrial Data*, 55. doi: [10.15381/idata.v18i2.12097](https://doi.org/10.15381/idata.v18i2.12097)
- Anguita, F., Duarte, B., & Flores, S. (2014). Situación actual del transporte público urbano: la visión de las empresas operadoras. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 16-22. doi: [10.1016/j.iedee.2013.10.003](https://doi.org/10.1016/j.iedee.2013.10.003)
- Arciniegas, J., & Mejías, A. (2017). Percepción de la calidad de los servicios prestados por la Universidad Militar Nueva Granada con base en la escala Servqualing, con análisis factorial y análisis de regresión múltiple. *Comuni@cción*, 8(1), 26-36.
- Balboa, P., Mesa, M., & Suárez, H. (2014). Análisis de las empresas concesionarias del servicio público de transporte urbano colectivo en España (2008-2010). *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 23-32. doi: [10.1016/j.iedee.2013.06.002](https://doi.org/10.1016/j.iedee.2013.06.002)
- Barroso, F. (2008). La responsabilidad social empresarial: Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Contaduría y Administración*, 74-84.
- Bellizi, M., Eboli, L., & Mazzulla, G. (2020). Air Transport Service Quality Factors: a Systematic Literature Review. *Transportation Research Procedia*, 218-225. doi: [10.1016/j.trpro.2020.03.010](https://doi.org/10.1016/j.trpro.2020.03.010)
- Camacho, J. (2015). Las normas de responsabilidad social. Su dimensión en el ámbito laboral de las empresas. *Revista latinoamericana de derecho social*, 3-29.
- Constitución de la República. Decreto Legislativo 0 Registro Oficial 449 de 20-oct-2008. [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)



- Del Castillo, A., & Sardi, N. (2012). Las normas ISO y el concepto de calidad aplicado a los servicios médicos en anestesiología. *Revista Colombiana de Anestesiología*, 40(1), 14-16. doi:[10.1016/S0120-3347\(12\)70005-9](https://doi.org/10.1016/S0120-3347(12)70005-9)
- Duque, E., & Gómez, Y. (2014). Evolución conceptual de los modelos de medición de la percepción de calidad del servicio: Una mirada desde la educación superior. *Suma de Negocios*, 180-191. doi:[10.1016/S2215-910X\(14\)70040-0](https://doi.org/10.1016/S2215-910X(14)70040-0)
- Duque, Y., & Cardona, M. (2014). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones\*. *Cuadernos de Administración*, 196-206. doi:[10.25100/cdea.v29i50.55](https://doi.org/10.25100/cdea.v29i50.55)
- Eduarte, A. (1999). Calidad en el servicio al cliente. *Revistas de Ciencias Administrativas y Financieras de la Seguridad Social*, 41-44.
- Escamilla, S., Plaza, P., & Flores, S. (2016). Análisis de la divulgación de la información sobre la responsabilidad social corporativa en las empresas de transporte público urbano en España. *Revista de Contabilidad*, 195-203. doi:[10.1016/j.rcsar.2015.05.002](https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2015.05.002)
- Ibarra, A. (2014). Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano. *Revista de Derecho*, 51-82.
- Liscano, J., & Lombana, J. (2018). Responsabilidad Social Corporativa (RSC): reconsiderando conceptos y enfoques. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 119-134. doi:[10.22518/usergioa/jour/ccsh/2018.1/a08](https://doi.org/10.22518/usergioa/jour/ccsh/2018.1/a08)
- López, A., & Ojeda, J. (2017). La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. Estudio de un caso. *Revista de Contabilidad*, 36-46. doi:[10.1016/j.rcsar.2016.01.001](https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2016.01.001)
- Ley orgánica de transporte terrestre tránsito y seguridad vial. Registro Oficial Suplemento 398 de 07-ago.-2008 Última modificación: 21-ago.-2018. Montecristi, Manabí, Ecuador: Lexis. Obtenido de <https://n9.cl/w1pes>
- Luna, L., Velázquez, E., & Castillo, E. (2018). Percepción de la calidad del servicio en el sistema de transporte unificado (STU) de Santa Marta, Colombia. *Revista Espacios*, 35.

- Luyando, J., Tapia, G., & Pérez, C. (2014). Transporte de pasajeros en el Área Metropolitana de Monterrey. *Economía Informa*, 76-87. doi:[10.1016/S0185-0849\(14\)70438-4](https://doi.org/10.1016/S0185-0849(14)70438-4)
- Mayo, J., Loredó, N., & Reyes, S. (2015). En torno al concepto de calidad. Reflexiones para su definición. *Retos de la Dirección*, 49-67.
- Quinteros, J., & Tapia, J. (2021). Análisis de factibilidad técnica, para la elaboración de la propuesta de implementación de la homologación de buses de transporte intracantonal del cantón Azogues. Recuperado de <https://n9.cl/cmuvvm>
- Salazar, J., & Gutiérrez, E. (2008). Responsabilidad social de las empresas y beneficios privados: el impacto de la orientación estratégica en empresas grandes ubicadas en México. *Economía Sociedad y Territorio*, 739-768. doi:[10.22136/est002008203](https://doi.org/10.22136/est002008203)
- Sánchez, Ó., & Romero, J. (2010). Factores de calidad del servicio en el transporte público de pasajeros: estudio de caso de la ciudad de Toluca, México. *Economía, sociedad y territorio*, 49-80.
- Silva, J., Macías, B., & Tello, E. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT*, 85-101. doi:[10.29059/cienciauat.v15i2.1369](https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369)
- Tello, G., Agila, M., & Legarda, C. (2018). La responsabilidad social empresarial corporativa y su incidencia en el ámbito laboral en Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 60-69.
- Tobar, M. (2003). Derechos humanos y tratados que los contienen en el derecho constitucional y la jurisprudencia de Ecuador. *Ius et Praxis*, 91-115. doi:[10.4067/S0718-00122003000100007](https://doi.org/10.4067/S0718-00122003000100007)
- Yekimov, S., Nianko, V., & Pistunov, I. (2022). Improving the Quality of Transport Services of Urban Public Transport. *Transportation Research Procedia*, 61, 78-82. doi:[10.1016/j.trpro.2022.01.014](https://doi.org/10.1016/j.trpro.2022.01.014)

Raquel Magdalena Santander-Guamán; Katina Vanessa Bermeo-Pazmiño

©2022 por el autor. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).