



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y ADMNISITRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**La calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en el sistema de
transporte público urbano de Riobamba.**

**Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciatura en
administración de Empresas**

Autor:

Hoyos Cueva, Saray Esthefania

Tutor:

MgS. Ligia Ximena Tapia Hermida

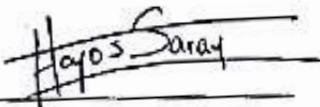
Riobamba, Ecuador. 2024

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Saray Esthefania Hoyos Cueva, con cédula de ciudadanía 1550161580, autor (a) (s) del trabajo de investigación titulado: LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN EL SISTEMA DE TRANSPORTE PÚBLICO URBANO DE RIOBAMBA, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 11 De Noviembre De 2024.

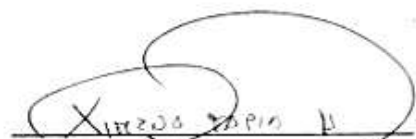


Saray Esthefania Hoyos Cueva
C.I: 1550161580

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Mgs. Ximena Tapia Hermida catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN EL SISTEMA DE TRANSPORTE PÚBLICO URBANO DE RIOBAMBA, bajo la autoría de Hoyos Cueva Saray Esthefania; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 10 días del mes de Noviembre de 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ximena Tapia H', is written over a horizontal line. The signature is enclosed within a large, loopy, circular scribble.

Mgs. Ligia Ximena Tapia Hermida

C.I: 0602964611

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN EL SISTEMA DE TRANSPORTE PÚBLICO URBANO DE RIOBAMBA., por Hoyos Cueva Saray Esthefania, con cédula de identidad número 1550161580, bajo la tutoría de Dr./ Mg. Ximena Tapia Hermida; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 11 De Noviembre De 2024

Phd. Martha Romero Flores
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Mgs. Cecilia Mendoza
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Mgs. Patricia Chiriboga
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO





CERTIFICACIÓN

Que, el Srta. Saray Esthefania Hoyos Cueva con CC. 1550161580, estudiante de la Carrera Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado “LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN EL SISTEMA DE TRANSPORTE PÚBLICO URBANO DE RIOBAMBA”, cumple con el 10 %, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio TURNITIN, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 16 de Octubre de 2024



Firmado electrónicamente por:
XIMENA TAPIA
HERMIDA

Econ. Ximena Tapia Hermida Mgs.
TUTOR (A)

DEDICATORIA

A Dios, primero y, ante todo, por darme la fuerza, la sabiduría y la perseverancia para completar este proyecto. Sin Su guía, este logro no hubiera sido posible. Agradezco profundamente por cada bendición y por iluminar mi camino en momentos de incertidumbre. A mis padres, Jaime Antonio Hoyos Vital y Silvia Amelia Cueva Alcarraz, quienes han sido el pilar fundamental de mi vida. Gracias por su amor incondicional, por ser mi refugio en los momentos difíciles y por enseñarme el valor del esfuerzo y la dedicación. Su ejemplo de fortaleza y perseverancia ha sido mi mayor inspiración. Sin su apoyo constante y sus sacrificios, este logro no habría sido posible. A mi hermana menor, por ser mi compañera de vida y mi fuente constante de inspiración. Gracias por tu aliento inquebrantable, por creer en mí cuando más lo necesitaba y por ser un ejemplo de resiliencia y valentía. Tu presencia en mi vida ha sido un regalo invaluable, y tu apoyo me ha dado la fuerza para seguir adelante en cada etapa de este camino. A mi pareja, por su paciencia, comprensión y amor incondicional. Tu apoyo ha sido un faro de luz en momentos de dificultad, y tu confianza en mis capacidades me ha dado el valor para enfrentar y superar los desafíos. Gracias por estar a mi lado, por tu constante motivación y por compartir conmigo esta travesía. A todos ustedes, les dedico este logro con todo mi cariño y gratitud. Cada uno de ustedes ha sido una parte esencial de este viaje, y su amor y apoyo han sido mi mayor motivación para alcanzar esta meta.

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradezco a la Universidad Nacional de Chimborazo por haberme aceptado ser parte de ella y abrirme las puertas de su seno académico para poder estudiar mi carrera, así como también a los diferentes docentes que brindaron sus conocimientos y su apoyo para seguir adelante día a día.

Agradezco también a mi tutora de trabajo de investigación, la Economista Ximena Tapia, por haberme brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento científico, así como también haberme tenido toda la paciencia del mundo para guiarme durante todo el desarrollo de mi trabajo de investigación.

Mi agradecimiento también va dirigido a mis padres, Jaime Antonio Hoyos Vital y Silvia Amelia Cueva Alcarraz, por su amor incondicional y por ser mi mayor fuente de inspiración. Su apoyo constante y sus consejos han sido fundamentales para alcanzar esta meta.

Y para finalizar, también agradezco a mis compañeras de clase, Armijos Juliana y Cajas Yesseña, ya que, gracias al compañerismo, amistad y apoyo moral, han aportado en un alto porcentaje a mis ganas de seguir adelante en mi carrera profesional.

A todos ustedes, les expreso mi más profundo agradecimiento.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

INDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE GRÁFICOS

RESUMEN

ABSTRACT

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN	17
1.1 Justificación.....	17
1.2 El problema	18
1.3 Justificación.....	19
1.4 Objetivos	20
1.4.1 General	20
1.4.2 Específicos.....	20
CAPITULO II. MARCO TEORICO	21
2.1 Antecedentes	21
2.2 Marco teórico.....	22
2.2.1 Calidad del servicio.....	22
2.2.1.1 Características de la calidad de servicio.....	22

2.2.1.2	Factores para determinar la calidad del servicio	23
2.2.1.3	Evaluación de la calidad del servicio	24
2.2.1.4	Dimensiones de la calidad de servicio	24
2.2.1.5	Modelos para medir la calidad de servicio.....	25
2.2.2	Satisfacción del Usuario.....	27
2.2.2.4	Estados de satisfacción del cliente	29
2.2.2.5	Beneficios de lograr la satisfacción del cliente	30
2.2.2.7	Influencia de la Calidad de Servicio sobre la Satisfacción del cliente	31
2.2.3	Sistema de Transporte Público Urbano.....	31
2.2.3.2	Tarifas.....	33
2.2.3.3	Control ambiental	33
2.2.3.6	Gestión de movilidad	34
2.3	Innovación del transporte público	35
2.3.1	Optimización de la puntualidad usando GPS y software de gestión de flotas	39
2.3.2	Calidad del servicio	39
2.3.3	Incremento de la accesibilidad adaptando unidades y paradas.....	40
2.3.4	Implementación de un sistema de información en tiempo real con app móvil y pantallas informativas	40
2.3.5	Establecimiento de un sistema efectivo de gestión de quejas.....	40
2.3.6	Mejora de la relación costo-calidad mediante un estudio de eficiencia.....	41
CAPITULO III. METODOLOGÍA.....		42
3.1	Método Hipotético-Inductivo	42
3.2	Tipo de investigación.....	43
3.2.1	No experimental.....	43
3.3	Formulación de la hipótesis.....	43

3.4	Población y muestra.....	43
3.4.1	Población.....	43
3.4.2	Muestra	43
3.5	Técnica.....	44
3.5.1	Entrevista	44
3.5.2	Encuestas.....	44
3.6	Instrumento.....	44
3.6.1	Grabadora.....	44
3.6.2	Cuestionario	44
CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....		45
4.1	Validación de instrumentos	45
4.2	Calidad del servicio	46
4.3	Satisfacción del usuario	54
4.4	Prueba de normalidad	67
4.5	Comprobación de hipótesis	68
4.6	Correlación entre dimensiones de variables	69
4.7	Entrevista a conductor	70
4.8	Discusión.....	72
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		74
CONCLUSIONES		74
RECOMENDACIONES.....		75
CAPITULO VI. PROPUESTA		76
1.	Optimización de la Puntualidad y Fiabilidad del Servicio	77
2.	Mejora de la Atención al Cliente y Empatía del Personal	78
3.	Incremento de la Accesibilidad	79

4. Mejora del Sistema de Información y Comunicación	80
5. Establecimiento de un Sistema Efectivo de Gestión de Quejas y Sugerencias	81
6. Mejora de la Relación Costo-Calidad.....	82
7. Presupuesto Total General.....	82
8. Cronograma de implementación.....	83
BIBLIOGRAFIA	85
ANEXOS.....	88

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1. Factores que influyen en la calidad de servicio	25
Tabla 2. Revisión bibliográfica de alternativas de innovación.	35
Tabla 3. Estadísticos de confiabilidad para variable independiente.....	45
Tabla 4. Procesamiento de casos para cálculo de fiabilidad para variable independiente	45
Tabla 5. Estadísticos de confiabilidad para variable dependiente.....	45
Tabla 6. Procesamiento de casos para cálculo de fiabilidad para variable dependiente	45
Tabla 7. Calidad del servicio.....	46
Tabla 8. Frecuencias de respuestas pregunta 1 instrumento de evaluación de calidad	47
Tabla 9. Frecuencias de respuestas pregunta 2 de evaluación de calidad	49
Tabla 10. Frecuencias de respuestas pregunta 3 instrumento de evaluación de calidad	50
Tabla 11. Frecuencias de respuestas pregunta 4 instrumento de evaluación de calidad	52
Tabla 12. Frecuencias de respuestas pregunta 5 instrumento de evaluación de calidad	53
Tabla 13. Satisfacción del usuario.....	55
Tabla 14. Frecuencias de respuestas pregunta 1 instrumento de evaluación de satisfacción.....	56
Tabla 15. Frecuencias de respuestas pregunta 2 instrumento de evaluación de satisfacción.....	57
Tabla 16. Frecuencias de respuestas pregunta 3 instrumento de evaluación de satisfacción.....	59
Tabla 17. Frecuencias de respuestas pregunta 4 instrumento de evaluación de satisfacción.....	61
Tabla 18. Frecuencias de respuestas pregunta 5 instrumento de evaluación de satisfacción.....	62
Tabla 19. Frecuencias de respuestas pregunta 6 instrumento de evaluación de satisfacción.....	64
Tabla 20. Frecuencias de respuestas pregunta 7 instrumento de evaluación de satisfacción.....	65
Tabla 21. Prueba de Normalidad para variable independiente.....	67
Tabla 22. Prueba de Normalidad para variable dependiente.....	67
Tabla 23. Correlación entre variable dependiente e independiente.....	68
Tabla 24. Correlación entre dimensiones de las variables	69
Tabla 25. Resumen de Entrevista.....	70
Tabla 26. Acciones de optimización de puntualidad y fiabilidad del servicio.....	77
Tabla 27. Acciones de mejora en atención al cliente y empatía del personal	78
Tabla 28. Acciones para el incremento de la accesibilidad.....	79

Tabla 29. Acciones para la mejora del sistema de información y comunicación	80
Tabla 30. Acciones para el establecimiento de un sistema de gestión de quejas y sugerencias	81
Tabla 31. Acciones para mejorar la relación calidad-costo.....	82
Tabla 32. Presupuesto general de la propuesta.....	82
Tabla 33. Cronograma mensual de implementación de propuesta.....	83

ÍNDICE DE FIGURAS.

Figura 1. Pregunta 1 instrumento de evaluación de calidad.....	48
Figura 2. Pregunta 2 instrumento de evaluación de calidad.....	49
Figura 3. Pregunta 3 instrumento de evaluación de calidad.....	51
Figura 4. Pregunta 4 instrumento de evaluación de calidad.....	52
Figura 5. Pregunta 5 instrumento de evaluación de calidad.....	54
Figura 6. Pregunta 1 instrumento de evaluación de satisfacción	56
Figura 7. Pregunta 2 instrumento de evaluación de satisfacción	58
Figura 8. Pregunta 3 instrumento de evaluación de satisfacción	59
Figura 9. Pregunta 4 instrumento de evaluación de satisfacción	61
Figura 10. Pregunta 5 instrumento de evaluación de satisfacción	63
Figura 11. Pregunta 6 instrumento de evaluación de satisfacción	64
Figura 12. Pregunta 7 instrumento de evaluación de satisfacción	66

RESUMEN

El transporte público urbano es esencial para el desarrollo económico y la calidad de vida en ciudades medianas y pequeñas, como Riobamba. Esta investigación se centra en evaluar la calidad del servicio del transporte público urbano en Riobamba, identificando los principales problemas y proponiendo mejoras basadas en los resultados obtenidos. Se utilizó un enfoque metodológico hipotético-inductivo, combinando encuestas y análisis de datos secundarios para evaluar la satisfacción de los usuarios y la calidad del servicio. Los resultados revelan que los usuarios están insatisfechos debido a la falta de cordialidad del personal y la deficiente gestión operativa. Además, se identificaron factores críticos como la puntualidad, confiabilidad y empatía, que influyen significativamente en la percepción de calidad del servicio. Se propone un sistema de gestión de calidad enfocado en la mejora continua y en la satisfacción del cliente, con medidas específicas como la capacitación del personal, la implementación de tecnologías de seguimiento y la revisión periódica de los procesos operativos. La implementación de estas medidas puede aumentar la eficiencia del servicio y la satisfacción de los usuarios, contribuyendo al desarrollo sostenible del sistema de transporte público urbano en Riobamba. Esta investigación proporciona una base sólida para futuras iniciativas de mejora en el transporte público urbano, destacando la importancia de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente como factores clave para el éxito de los sistemas de transporte.

Palabras claves: Transporte público urbano, calidad del servicio, satisfacción del cliente, gestión de calidad, Riobamba

Abstract

This research focuses on evaluating the quality of urban public transport service in Riobamba, identifying the main problems and proposing improvements based on the results generated. We used a hypothetico-inductive methodological approach, combining surveys and secondary data analysis to evaluate user satisfaction and service quality. The results reveal that users are dissatisfied because of the lack of friendliness of the staff and poor operational management. In addition, critical factors such as punctuality, reliability and empathy were identified as having a significant influence on the perception of service quality. We propose a quality management system focused on continuous improvement and customer satisfaction, with specific measures such as staff training, implementation of tracking technologies, and periodic review of operational processes. The implementation of these measures can increase service efficiency and user satisfaction, contributing to the sustainable development of the urban public transport system in Riobamba. This research provides a solid basis for future improvement strategies in urban public transport, highlighting the importance of service quality and customer satisfaction as essential factors for the success of transport systems.

Keywords:

URBAN PUBLIC TRANSPORT, SERVICE QUALITY, CUSTOMER
SATISFACTION, QUALITY MANAGEMENT, RIOBAMBA.



Reviewed by
Msc. ENRIQUE GUAMBO YEROVI
ENGLISH PROFESSOR
C.C. 0601802424

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación

La calidad del servicio es un conjunto de estrategias y acciones encaminadas a mejorar el servicio al cliente y la relación consumidor y la empresa. Para ello, la clave de este apoyo es construir buenas relaciones y un ambiente positivo, útil y amigable que asegure que sus clientes causen una buena impresión (Deb & Ahmed , 2019).

Considerando el transporte como el motor impulsor de la economía tanto a nivel local como nacional. En nuestro país, el sector del transporte y almacenamiento representa aproximadamente el 7% del Producto Interno Bruto (PIB), subrayando su significativa contribución al desarrollo económico y la vitalidad de la actividad comercial (Llamuca LLamuca & Aguilar Miranda., 2019). No obstante, en las últimas décadas, el sistema de transporte público urbano ha enfrentado significativos desafíos para atender las necesidades de una población que asciende a 14.306.876 habitantes, según los datos recopilados en el último censo poblacional realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (INEC, 2010)

Los servicios se distinguen principalmente por su intangibilidad, ya que no pueden ser experimentados por los sentidos antes de su adquisición. Se ofrecen y consumen simultáneamente mientras son creados, en lo que se conoce como los "Momentos de Verdad" o momentos decisivos. Albrecht (1990, citado en Serna Gómez, 2015) señala que el momento de verdad son “el episodio en el cual el cliente entra en contacto con cualquier aspecto de la organización y tiene una impresión de servicio”.

(Sánchez, 2018). En su investigación "Diseño del sistema de gestión de calidad en base a la normativa ISO 9001: 2015, para las cooperativas de transporte público intracantonal del cantón Riobamba-caso Cooperativa de Transportes Puruhá" determina que "Los usuarios que utilizan el servicio que presta la Cooperativa se sienten insatisfechos ya que no cumplen con sus expectativas, existe inseguridad en las unidades, no existe cordialidad y predisposición por parte de los conductores y ayudantes."

En la actualidad, el sistema de transporte público urbano en la ciudad de Riobamba, al igual que en la mayoría de las ciudades medianas y pequeñas del país, enfrenta serias dificultades en la prestación del servicio. Tanto en la operación como en la gestión del servicio, no existe una estructura adecuada que permita ofrecer un servicio público de alta calidad. Esto ha resultado en

un servicio que es lento, inseguro y contaminante, mientras que los proveedores del servicio experimentan una baja rentabilidad financiera.

En este sentido, la eficacia y la eficiencia del transporte urbano representan un reto trascendental. Es necesario proporcionar un transporte público eficaz, rápido, seguro y económico, a la vez minimizar los problemas de congestión y coordinación de tráfico (Sanchez, Sanchez, & Carrasco, 2014)

Ante este desafío, resulta crucial llevar a cabo una investigación destinada a evaluar la calidad y la satisfacción el usuario en el servicio ofrecido por las operadoras del sistema de transporte urbano, con el objetivo de mejorar las condiciones en la prestación del servicio de transporte público de Riobamba.

1.2 El problema

1.2.1 Planteamiento del problema

La insatisfacción de los usuarios con la calidad del servicio de transporte público urbano de Riobamba no solo es una preocupación local. Abordar la insatisfacción del usuario requiere un enfoque integral que considere todos estos niveles: local, nacional y provincial

Internacionalmente, el problema de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el sistema de transporte público urbano es multifacético y abarca áreas como la accesibilidad, la seguridad y la sostenibilidad ambiental. Mientras que, a nivel nacional, la eficiencia y efectividad del transporte público influyen directamente en la calidad de vida de los ciudadanos y en el desarrollo económico del país en su conjunto. Sin embargo, persisten problemas como la falta de infraestructura adecuada, la insuficiencia de servicios, la congestión del tráfico y la falta de coordinación entre diferentes niveles gubernamentales y entidades responsable generan insatisfacción de los usuarios.

Ya en el contexto local, la ciudad de Riobamba cuenta con una población según el (INEC, 2010) de 225,741 habitantes, ubicándose en el décimo cantón más poblado del Ecuador. Esta población esta atendida por “El sistema de transporte colectivo urbano de Riobamba” conformado por 16 líneas de autobuses. A través de un promedio de 129.089 viajes por día, permiten la movilización de quienes utilizan este medio para realizar sus actividades cotidianas (Puentes , 2022).

Riobamba, como capital de la provincia de Chimborazo, es un centro urbano importante que enfrenta desafíos específicos en cuanto a su sistema de transporte público. Diversos factores

como: La forma de manejo, tiempo que pasa el usuario en el autobús, forma de pago, distancia de caminata, estado físico del autobús, tiempo de espera, identificación visual del autobús, respeto de las paradas establecidas, trato al usuario y apariencia del conductor, servicio a una hora establecida, asientos disponibles e información de las rutas en las paradas. Generan insatisfacción del usuario afectando directamente la calidad de vida de los habitantes de la provincia, así como su acceso a oportunidades de trabajo, educación y recreación.

La importancia de abordar esta cuestión radica en el impacto significativo que tiene el transporte público en la calidad del servicio en la vida de los ciudadanos de la ciudad de Riobamba. Un sistema eficiente no solo mejora la movilidad, sino que también puede influir en la economía local, la salud pública y el medio ambiente. Por lo que comprender el grado de satisfacción proporciona información valiosa para identificar áreas de mejora que aumenten la calidad y eficiencia del servicio, beneficiando así a toda la comunidad. En este sentido, este trabajo de investigación se propondrá a explorar esta interrogante, analizando diferentes perspectivas y evidencias para ofrecer una comprensión más completa y sólida del problema.

1.2.2 Formulación del problema

¿Cómo la calidad del servicio incide en la satisfacción de los usuarios en el sistema de transporte público urbano de Riobamba?

1.3 Justificación

La calidad del servicio de transporte público y la satisfacción de los usuarios en el sistema de transporte urbano de Riobamba son esenciales para el desarrollo sostenible de la ciudad. La mejor manera de promover un buen servicio de transporte es haber realizado una planificación de acuerdo con la expansión de la ciudad. Esta planificación debe considerar variables clave, puntos estratégicos y fomentar el uso de medios de transporte más amigables con el medio ambiente, como el transporte público.

Según (ONU-Hábitat, 2015), una de las guías clave para optimizar la calidad en la prestación de los servicios de movilidad pública, es centrarse en la accesibilidad de este, puesto que permite que millones de ciudadanos diariamente acceso físico lugares, oportunidades, empleos, servicios, bienes y demás satisfacción de aquellas necesidades que requieren un traslado al interior de las ciudades sin importar el tamaño de estas.

El transporte público de pasajeros es el principal medio que utilizan las personas para sus actividades diarias. Sin embargo, la mala calidad del servicio, reflejada en la insatisfacción de los

usuarios, puede llevarlos a optar por otros modos de transporte. Esto, a su vez, puede resultar en mayor congestión vehicular, contaminación del aire y auditiva, y un aumento en los accidentes, dificultando el desarrollo sostenible de la ciudad.

Es importante que hay aspectos como la guerra del centavo, la tarifa diferencial, el estado físico de los vehículos, riñas entre usuarios y conductores, o entre estos últimos, la no terminación de rutas, accidentes de tránsito e incineración de vehículos, que repercuten en la necesidad de este tipo de estudios. Con los resultados del estudio, no solo se hace una aportación de datos para las empresas responsables y autoridades encargadas de estos asuntos, sino que se diagnostica en primera instancia la necesidad de acudir al usuario de transporte para asumir mejoras a partir de este, y no en función de las capacidades o limitaciones de las empresas prestadoras del servicio.

Por tal motivo, se proponen mejoras para aumentar la calidad del servicio y la satisfacción del usuario de manera eficaz. Para ello, se proporcionará información relacionada con la atención brindada a los usuarios que lo han requerido, y de esta forma se tomarán acciones para mejorar los procesos, asegurando que los futuros usuarios reciban una atención de calidad.

Teniendo en consideración que la valoración de la calidad de servicio, a través de la información obtenida mediante la aplicación de encuestas generadas a los del transporte público y a los usuarios que han utilizado este servicio, bajo los indicadores, lo cual permitirá su desarrollo mediante la investigación y de esta forma obtener información confiable y veraz.

1.4 Objetivos

1.4.1 General

Determinar como la calidad del servicio incide en la satisfacción de los usuarios en el sistema de transporte público urbano de Riobamba.

1.4.2 Específicos

- Diagnosticar la situación actual de la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en el sistema de transportes público de Riobamba.
- Fundamentar teóricamente la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en el sistema de transporte público urbano de Riobamba.
- Proponer estrategias de calidad de servicio que optimicen la satisfacción del usuario en el sistema de transporte público urbano de Riobamba

CAPITULO II. MARCO TEORICO

2.1 Antecedentes

Santillán & Paucar (2022) en su estudio "Análisis de la calidad de servicio en el transporte intracantonal del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo", se realizó un análisis exhaustivo de la calidad del servicio en el transporte intracantonal del cantón Riobamba. Concluyeron que este servicio presenta varias deficiencias significativas. La falta de compromiso por parte de las compañías de transporte en cuanto a la calidad del servicio es evidente, lo que afecta la satisfacción de los usuarios. Para mejorar esta situación, los autores recomiendan que las autoridades competentes implementen controles rigurosos y evalúen semestralmente las operaciones y el servicio brindado. Estas medidas contribuirán a garantizar un servicio más eficiente y de mayor calidad, mejorando la percepción y la experiencia de los usuarios.

(Llamuca LLamuca & Aguilar Miranda., 2019) en su estudio "Modelos matemáticos y la calidad del servicio aplicados al transporte urbano en Riobamba", se examinaron los modelos matemáticos utilizados para evaluar y mejorar la calidad del servicio en el transporte urbano de Riobamba. Determinaron que la calidad del servicio en el transporte urbano de Riobamba presenta varias deficiencias significativas. La falta de planificación moderna y el desorden territorial son factores que contribuyen a estos problemas, afectando negativamente la experiencia de los usuarios. Para mejorar esta situación, los autores recomiendan la implementación de modelos matemáticos avanzados en la gestión y planificación del transporte urbano. Estas estrategias ayudarán a optimizar la calidad del servicio, asegurando un sistema de transporte más eficiente y satisfactorio para la ciudadanía.

Quito (2020) en su trabajo de investigación sobre el "Nivel de satisfacción del usuario del transporte público urbano de la ciudad de Loja año 2018", se aplicó el modelo Servperf para evaluar la calidad del servicio. Se determinó que a través de una encuesta estandarizada dirigida a los usuarios se encontró que la valoración promedio fue de 3,11%, reflejando un acuerdo parcial con la percepción de calidad, además, el 62,22% de los usuarios expresaron satisfacción con el transporte público urbano en la ciudad de Loja. Se concluye que a pesar de ciertas áreas que requieren mejoras, el transporte público en Loja cumple en gran medida con las expectativas de los usuarios. Para continuar mejorando, sugieren que las autoridades locales y las compañías de transporte se enfoquen en las dimensiones evaluadas por el modelo Servperf, especialmente en los aspectos donde los usuarios han mostrado menor satisfacción.

Fundamentación teórica: La satisfacción del usuario es un componente esencial de la calidad del servicio de transporte público y un factor clave para el éxito de cualquier sistema de transporte (O'Brien, 2019)

2.2 Marco teórico

2.2.1 Calidad del servicio

La calidad del servicio se entiende como el juicio general del cliente sobre la excelencia o superioridad del servicio. También, proviene de comparar las expectativas de los consumidores, es decir, lo que creen que debería ofrecer una empresa de servicios, bajo la percepción de los resultados prestados con el servicio (Gamble & Dávalos, 2019). Por otra parte, la calidad del servicio se refiere a las características de un producto o servicio que se entregan a un cliente cuando cumple lo que promete y tiene muy buenos resultados. En este sentido, la calidad del servicio la determina el cliente. Para ello, los colaboradores de las empresas son responsables del contacto directo con los clientes (Ramirez, Arcentales, & Boero, 2018).

2.2.1.1 Características de la calidad de servicio

De acuerdo con Aniorte (2020) las características que se deben seguir y/o cumplir para un adecuado servicio de calidad son las siguientes:

- Debe cumplir sus objetivos.
- Debe servir para lo que fue diseñado.
- Debe ser adecuado para el uso.
- Debe solucionar las necesidades.
- Debe proporcionar resultados.

De igual manera, para la consecución de un servicio de calidad, los empleados deben presentar características específicas. (Verdú, 2013) menciona que estas habilidades son necesarias debido a que los empleados están en contacto directo con los clientes. Estas pueden ser:

- **Formalidad:** Honestidad en la forma de actuar y capacidad para comprometerse en los asuntos con seriedad e integridad.
- **Iniciativa:** Ser activo y dinámico, con tendencia a actuar en diferentes situaciones y dar respuesta rápida a los problemas.
- **Ambición:** Tener deseos inagotables por mejorar y crecer.

- **Autodominio:** Capacidad de mantener el control de emociones y de otros aspectos de la vida.
- **Disposición de servicio:** Disciplina natural y no forzada para atender, ayudar y servir al cliente de forma entregada y con dignidad.
- **Don de gentes:** Capacidad para establecer relaciones de calidad y afectuosas con los demás.
- **Colaboración:** Gusto por trabajar en equipo y agradar trabajar con otros para la consecución de un objetivo en común.
- **Enfoque positivo:** Capacidad para ver el lado bueno de las cosas con optimismo.
- **Observación:** Habilidad para captar o fijarse en pequeños detalles no siempre evidentes a todo el mundo.
- **Habilidad analítica:** Permite extraer lo importante de lo secundario, descomponer un discurso o problema en partes, para poder analizar cada una de las ideas principales y ofrecer una solución global.
- **Imaginación:** Capacidad de generar nuevas ideas y ofrecer alternativas al abordar una situación.
- **Recursos:** Ingenio y habilidad para salir airoso de situaciones comprometidas.
- **Aspecto externo:** Importancia de una buena primera impresión en los segundos iniciales para crear una predisposición positiva hacia la compra del cliente.

2.2.1.2 Factores para determinar la calidad del servicio

Sanchez, Basantes, & Vinueza (2019) estiman que para determinar la calidad del servicio es necesario identificar los siguientes puntos:

- Capacidad de brindar servicios correctos, oportunos y fiables.
- Capacidad de responder rápidamente a los problemas y quejas de los clientes y aumentar la velocidad de los servicios.
- Crear confianza en los clientes, tener suficientes habilidades profesionales y calificaciones.
- Prestar atención y respeto a la dignidad humana en los comportamientos.
- Apariencia limpia y ordenada para elementos tangibles como instalaciones y vestimenta del personal.

En definitiva, la calidad del servicio es la percepción que tiene el cliente de las expectativas específicas de un servicio, es decir, es aquella actividad de un conjunto de prestaciones que relaciona a la empresa con el cliente. Además del producto, las empresas que practican la calidad de servicios reportarán considerables retornos de beneficios como aumento de ventas, participación de mercado, clientes satisfechos, etc. Sin embargo, esta calidad se logra a través de la diferencia entre el servicio que el cliente espera y el servicio que recibe de la empresa. Por lo tanto, debido al comportamiento del consumidor, esta valoración puede variar de un cliente a otro. Por tal motivo, (Riccio, Astudillo, & Vega, 2019), afirma que "la calidad del servicio se considera parte de la ventaja competitiva de una organización y una herramienta eficaz que permite gestionar la fidelización del cliente".

2.2.1.3 Evaluación de la calidad del servicio

Para las evaluaciones de la calidad del servicio no es la forma en que otra persona mide los resultados y la satisfacción del cliente (Cevallos, Barragan, Zalamea, & Serrano-Guerrero, 2022). De esta forma, el consumidor no solo evalúa el resultado o la calidad del servicio, sino también el proceso por el que pasó el servicio mismo (Cazorla, 2021). En otras palabras, el cliente no solo aprecia si el pedido llegó a tiempo al restaurante, sino también la forma de atención, responsabilidad y amabilidad del personal al momento de utilizar el servicio (Arias & Bachmann, 2021).

2.2.1.4 Dimensiones de la calidad de servicio

Diversos autores enfocan la calidad de servicio, siendo el más empleado el modelo SERVQUAL, que es un método de evaluación de los factores claves para medir la calidad de los servicios prestados. (Prieto, 2017) hace una clasificación de las dimensiones en:

- **Confiabilidad.** Considera como la habilidad de prestar servicio tal como se ha prometido, sin errores. Esta dimensión trata de medir la habilidad para desarrollar el servicio. La eficiencia y eficacia en la prestación del servicio ya que con la eficiencia se consigue aprovechamiento de tiempo y materiales y la eficacia no es más que cuando el cliente obtiene el servicio requerido.
- **Tangibilidad.** (Oblitas, 2010) considera que la tangibilidad son los elementos tangibles u observables como el aspecto de las instalaciones, dispositivos, empleados y materiales de información.

- **Seguridad.** (Subauste, 2013) analiza el comportamiento del servicio brindado, la cortesía de los trabajadores y su habilidad para emitir confianza al cliente. Examina también si los responsables de la entidad tienen los conocimientos necesarios para responder las diversas interrogantes formuladas por los usuarios.
- **Empatía.** Estudia si la atención al usuario es individualizada. Si la entidad de servicios tiene horarios de trabajo adecuados para todos sus usuarios. La entidad de servicios tiene trabajadores que ofrecen una atención personalizada a sus usuarios.

2.2.1.5 Modelos para medir la calidad de servicio

a. Modelo Nórdico: Modelo de calidad de servicio

(Grönroos, 1984) presentó un modelo para medir la calidad de servicio mediante una comparación entre el servicio esperado y el servicio recibido. El investigador identifica dos componentes clave de la calidad de servicio:

- **Calidad técnica:** Se refiere al resultado tangible del servicio proporcionado y a su aceptabilidad.
- **Calidad funcional:** Se centra en la experiencia del cliente durante la prestación del servicio.

Cuando un cliente recibe un servicio, crea una experiencia que le permite evaluar la calidad de este. Si solo se considerara la "calidad técnica", la evaluación sería incompleta. Sin embargo, al considerar también la "calidad funcional", que incluye la interacción entre el cliente y el personal de atención, se obtiene una visión más completa y precisa de la calidad del servicio desde la perspectiva del cliente.

b. Modelo de la Escuela Americana: Modelo Servqual

Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1985) desarrollaron el modelo Servqual, partiendo del paradigma propuesto por (Grönroos, 1984), para medir la calidad de servicio percibida por los clientes. A medida que avanzaba la investigación, estos autores lograron crear un instrumento estadístico que permitía evaluar la calidad del servicio basándose en dos criterios: expectativas y percepciones del cliente.

Tabla 1. Factores que influyen en la calidad de servicio

Elementos tangibles	Representan la infraestructura de las instalaciones donde se realiza el servicio.
---------------------	---

Fiabilidad	Capacidad para realizar el servicio de manera confiable y con los cuidados pertinentes.
Capacidad de respuesta	Rapidez o velocidad con la que se ofrece el servicio.
Profesionalidad	Conocimiento y dominio del proceso del servicio.
Cortesía	Amabilidad y respeto demostrados por el personal que realiza el servicio.
Credibilidad	Veracidad y honestidad observadas en el personal durante la realización del servicio.
Seguridad	Ausencia de dudas del cliente al recibir el servicio.
Accesibilidad	Facilidad para comunicarse con el personal de atención al cliente.
Comunicación	Mantener a los clientes informados de manera clara y fácil de entender.
Comprensión del cliente	Conocer las necesidades de los clientes.

Fuente: (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research (SERVQUAL), 1985)

(Parasuraman, Leonard , & Zeithaml, A conceptual model of service quality and its implications for future research, 1985) se planteó la pregunta: ¿Cuáles son los criterios o factores que los clientes consideran al evaluar la calidad del servicio que reciben? Comprendiendo que los clientes no valoran un solo criterio, sino diversos factores que definen la calidad del servicio percibida lograron identificar diez factores independientes que influyen en la evaluación de la calidad del servicio.

2.2.2 Satisfacción del Usuario

La satisfacción es un fenómeno que no se da en abstracto; siempre está ligado a aspectos objetivos que directamente afectan al usuario en su percepción. (Rodríguez , Núñez, & Cáceres, 2010)

La satisfacción del usuario se refiere a una percepción racional o cognitiva, que surge al comparar las expectativas con el rendimiento del producto o servicio. Está influenciada por varios factores, como las expectativas, valores culturales, necesidades individuales y el desempeño de la organización sanitaria. Estos elementos contribuyen a que la satisfacción varíe entre diferentes personas y en diferentes situaciones para la misma persona.

Refieren que la satisfacción del usuario depende no solo de la calidad de los servicios sino también de sus expectativas. El usuario está satisfecho cuando los servicios cubren o exceden sus expectativas. Si las expectativas del usuario son bajas o si el usuario tiene acceso limitado a cualquiera de los servicios, puede ser que esté satisfecho con recibir servicios relativamente deficientes. (Salazar, Centeno, & Jara, 2007)

2.2.2.1 Historia del servicio al cliente.

Una de las cuestiones más importantes en la actualidad es la historia del servicio al cliente.

Según (Douglas , 2021), de acuerdo con un estudio de la Universidad de Waseda en Japón, la historia del servicio al cliente comienza en la era preindustrial. Para el experto, “ser servido” era un privilegio de las clases más ricas, que descubrieron nuevas necesidades a medida que aumentaba su fortuna. La idea de que un buen servicio debe ser inmediato, receptivo y satisfactorio tiene sus raíces en este modelo social. Con el advenimiento de la revolución industrial, las máquinas reemplazaron muchas funciones realizadas por los humanos y agregaron eficiencia a la ecuación. Aunque cambió la forma de producir bienes, la industrialización no ha cambiado nuestras concepciones básicas de lo que constituye una experiencia positiva. Sin embargo, el origen del servicio al cliente todavía no aportaba un elemento con el que estamos muy familiarizados: la sensación de que tenemos derecho a una atención espectacular. En ese momento, alrededor del siglo XVIII, esto era un deseo o un capricho de un pequeño grupo de élite. Y con la evolución del servicio al cliente, como veremos a continuación, nos convencimos de que se trataba de un principio fundamental y no negociable.

Es decir, saber la historia de atención al cliente nos informa que hoy en día ha evolucionado mucho, convirtiéndose en algo fundamental para las organizaciones o empresas. Debido a que sin

clientes no hay negocio, antes no se tomaba en cuenta una buena satisfacción al cliente y no se prestaba atención a lo que realmente pasaba dentro de su organización.

2.2.2.2 Teorías de la satisfacción del cliente/usuario.

a. Modelo de satisfacción del cliente de KANO

Según (Haro, Cordova, & Chong, 2016), el modelo de satisfacción de KANO se enfoca en la idea de que la satisfacción del cliente depende completamente de la capacidad de la empresa para generar su producto o servicio, basándose en que no todas las características de un producto o servicio producen la misma satisfacción en el cliente. Algunas características contribuyen en mayor grado a generar una mayor fidelidad.

b. Modelo de satisfacción de expectativas: des confirmación versus calidad percibida

Según (Huayamave, Haro, & Cordova, 2015), el modelo de satisfacción de expectativas: des confirmación versus calidad percibida afirma que "la satisfacción de un cliente está dada por el uso del bien o servicio y será concebida como algo emocional que fomentará el vínculo entre el rendimiento y la posterior conducta del cliente".

c. Teoría de la des confirmación

Para (Huayamave, Haro, & Cordova, 2015), la teoría de la des confirmación establece que "la satisfacción del consumidor está ligada con el grado y la dirección de experiencias de des confirmación de las expectativas del producto o servicio consumido y relaciona este paradigma con el nivel de expectativa de cada individuo".

d. Teoría de la atribución causal

Según (Albán, Alexandra, Rivera, & Martínez, 2018), la teoría de la atribución causal se basa en que "los clientes asignarán el éxito o el fracaso a la hora de realizar una adquisición o compra, y la satisfacción se verá afectada por factores internos (como la percepción del consumidor) y factores externos (como la dificultad en la compra)"

e. Teoría de la Discrepancia de Expectativas:

Según esta teoría, desarrollada por (Parasuraman, Leonard, & Zeithaml, 1985), la satisfacción del cliente se forma mediante la comparación entre las expectativas del cliente y su percepción de la experiencia real con un producto o servicio. Si la experiencia supera las expectativas del cliente, se genera una satisfacción positiva. Por otro lado, si

la experiencia no alcanza las expectativas del cliente, puede resultar en insatisfacción. Esta teoría enfatiza la importancia de la gestión de expectativas y la entrega de servicios que superen las expectativas del cliente para garantizar altos niveles de satisfacción y lealtad hacia la marca.

f. Teoría de la Doble Expectativa:

Según la Teoría de la Doble Expectativa, la satisfacción del cliente no solo depende de si se cumplieron sus expectativas, sino también de la importancia que asigna a esas expectativas. Un cliente puede estar satisfecho incluso si sus expectativas no se cumplieron si considera que esas expectativas no eran importantes para él. (Oliver, 1980)

2.2.2.3 Elementos que conforman la satisfacción del cliente/usuario

Los elementos que conforman la satisfacción del cliente son:

a. Rendimiento Percibido

Se refiere al desempeño en cuanto a la entrega del valor que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el resultado que el cliente percibe cuando obtiene el producto o servicio que adquirió. (Thompson, 2006)

b. Las expectativas

Las expectativas son las esperanzas que los usuarios tienen por conseguir algo. Las expectativas de los clientes se producen por el efecto de una o más de estas cuatro situaciones:

- Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el servicio.
- Experiencia de compras anteriores.
- Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión.
- Promesas que ofrecen los competidores.

2.2.2.4 Estados de satisfacción del cliente

- **Des confirmación positiva de expectativas:** Se origina cuando el consumidor, que inicialmente genera expectativas de funcionamiento antes de usar el bien (pre compra), y que luego de utilizar el bien, genera percepciones de funcionamiento (poscompra), decide que el producto adquirido sobrepasó las expectativas esperadas, lo que resulta en un grado de satisfacción positivo en el cliente.

- **Confirmación de expectativas:** Este modelo concibe la satisfacción como el resultado o contraste entre la realidad percibida por el individuo y algún tipo de estándar de comparación de expectativas o de normas basadas en la experiencia.
- **Des confirmación negativa de expectativas:** Se da cuando el bien utilizado por el comprador no cumple con las expectativas mínimas esperadas, generando una pobre percepción de la satisfacción del producto en el cliente. En esta situación, puede ser que el cliente haya tenido expectativas muy altas del producto o servicio, y al no cumplirse, se genera esta des confirmación negativa. (Haro, Cordova, & Chong, 2016)

2.2.2.5 Beneficios de lograr la satisfacción del cliente

- **Fidelidad del cliente:** El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar el producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y, por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos o servicios adicionales en el futuro (Armstrong & Kother, 2013).
- **Difusión positiva:** El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos (Armstrong & Kother, 2013).
- **Ventaja competitiva:** El cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado (Kotler, 2001).

2.2.2.6 Los niveles de satisfacción

Entre los niveles de satisfacción se encuentran los 3 niveles que por lo menos uno de ellos puede experimentar los usuarios:

- **Insatisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del paciente.
- **Satisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del paciente.
- **Complacencia:** Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del paciente.

2.2.2.7 Influencia de la Calidad de Servicio sobre la Satisfacción del cliente

Comúnmente se tiende a emplear indistintamente los términos calidad y satisfacción, pero cada vez es mayor el consenso respecto de que los dos conceptos son, en esencia, distintos en términos de las causas subyacentes y de sus resultados. Si bien tienen ciertos aspectos en común, la satisfacción por lo general se observa como un concepto más amplio, mientras que la evaluación de la calidad en el servicio se centra específicamente en las dimensiones del servicio. Desde este punto de vista, la percepción de la calidad en el servicio es un componente de la satisfacción del cliente. En la Figura 10 se ilustra gráficamente las diferencias entre ambos conceptos (Zeithaml y Bitner, 2002):

Como se observa en la Figura 10, la calidad en el servicio es una evaluación dirigida que refleja las percepciones del cliente sobre ciertas dimensiones específicas del servicio: confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y tangibles. Por su parte, la satisfacción es más inclusiva: influyen sobre ella las percepciones de la calidad en el servicio, la calidad del producto y el precio, lo mismo que factores situacionales y personales.

Una investigación de la relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente ha mostrado que, aunque hay una fuerte correlación entre los dos constructos, estos son verdaderamente diferentes. Investigaciones previas han mostrado que, mientras la satisfacción del cliente refleja los sentimientos del cliente acerca de múltiples encuentros y experiencias con organizaciones de servicios, la calidad de servicio puede ser moderada por percepciones de valor o experiencias de otros que pueden no ser tan buenas. La calidad de servicio es más abstracta que la satisfacción del cliente, y probablemente puede ser influenciada por variables como publicidad, otras formas de comunicación y la experiencia de otros (Bitner y Hubert, 1994). En adición a esto, Hurley y Estelami (1998) postulan que la calidad de servicio y la satisfacción son constructos diferentes, pero que, sin embargo, existe una relación causal entre ambos, y por ende las percepciones acerca de la calidad de servicio afectan los sentimientos de satisfacción, y que esto finalmente tiene influencia en el comportamiento de compra futuro.

2.2.3 Sistema de Transporte Público Urbano

El Sistema de Transporte Público Urbano abarca la red organizada de infraestructuras, vehículos y servicios diseñada para facilitar el movimiento de personas dentro de áreas urbanas, ofreciendo opciones de transporte accesibles y eficientes para los habitantes de la ciudad.

2.2.3.1 Historia del transporte público de Riobamba

La historia del transporte público en Riobamba está profundamente ligada a su evolución como ciudad y a las necesidades de sus habitantes. Desde su fundación el 15 de agosto de 1534, Riobamba se destacó como una de las ciudades más hermosas de las Américas, con una infraestructura notable para su época. En los primeros tiempos, el transporte se realizaba principalmente a pie, mediante cargadores indígenas que transportaban animales, productos y mercancías como tributo (Argüello, Villa, & Palahuachi, 2021).

La introducción de mulas para el transporte interregional no alteró significativamente la cantidad y velocidad del traslado, a diferencia de la integración de la Costa y la Sierra mediante el sistema fluvial a vapor y el ferrocarril en los primeros años del siglo XX. Pese a las dificultades para emplear carrozas debido a las condiciones del terreno y la disponibilidad de mano de obra indígena, existieron algunos carruajes que conectaban Riobamba con ciudades cercanas como Ambato y Guano. Este servicio estaba disponible solo para la alta sociedad debido a su elevado costo (Argüello, Villa, & Palahuachi, 2021).

A principios del siglo XX, Riobamba aún no contaba con automóviles, y la vida en la ciudad era tranquila excepto en las proximidades del ferrocarril. La llegada del ferrocarril generó gran expectación entre los habitantes, quienes se congregaban en la estación para recibir a sus familiares y amigos (Argüello, Villa, & Palahuachi, 2021).

En 1924, el municipio adquirió un automóvil para el uso de sus empleados, facilitando sus desplazamientos y evitando contratiempos relacionados con el transporte público. Además, en 1925 se inauguró el servicio de ómnibus, lo que marcó el inicio del transporte colectivo en la ciudad. Este desarrollo llevó a la necesidad de establecer reglamentos de tránsito para evitar accidentes, así como la implementación de nuevos impuestos y normas (Argüello, Villa, & Palahuachi, 2021).

La historia del ferrocarril en Riobamba está estrechamente vinculada con los esfuerzos de sus habitantes por integrarse al sistema ferroviario, una obra impulsada por el presidente Gabriel García Moreno en 1873. A pesar de las dificultades y demoras, el ferrocarril finalmente se convirtió en una realidad, facilitando la conexión entre la Costa y la Sierra (Argüello, Villa, & Palahuachi, 2021).

2.2.3.2 Tarifas

Riobamba tiene una tarifa de 30 centavos por viaje, lo que permite a las empresas de transporte público cubrir sus costos y contar con el denominado fondo de reposición. Además, la Municipalidad ha asumido la competencia del control operativo del servicio a través de la presencia de los agentes de tránsito (Gadm Riobamba, 2019). La prestación del servicio de transporte colectivo urbano de Riobamba guarda relación con lo estipulado en la Constitución del Ecuador en su artículo 394.

El Estado garantizará la libertad de la movilidad terrestre, aérea, marítima y fluvial dentro de su territorio y no gozará de privilegios de ninguna naturaleza. Desarrollar vigorosamente el transporte público masivo e implementar políticas tarifarias diferenciadas. El Estado regulará el transporte terrestre, aéreo y acuático, así como las actividades aeroportuarias y portuarias (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

2.2.3.3 Control ambiental

La unidad de control de la Dirección de Gestión de la Calidad Ambiental es la encargada de realizar los controles ambientales con relación a los riesgos e impactos de estos que estén generando las diversas actividades ya sea a nivel industrial, comercial y de servicio, que no solo inciden negativamente en el ambiente sino también en la ciudadanía riobambeña en general (Secretaría de Ambiente Quito, 2022). La Dirección de Gestión Ambiental de la Prefectura, mediante el Departamento de Control y Calidad Ambiental, realiza constantes inspecciones técnicas en diversos establecimientos comerciales que se realizan en toda la provincia para dar cumplimiento a las medidas establecidas en el Plan de Manejo Ambiental, verificando la colocación adecuada de señaléticas, recolección de desechos y normas de seguridad industrial que permitan el cumplimiento adecuado de las leyes estipuladas.

2.2.3.4 Transporte público

El transporte público en general y de forma particular en una ciudad es uno de los ejes eficientes que la mantienen en constante movimiento, ya que cumple la necesidad de las personas de trasladarse de su origen a su destino, es así como a continuación se describe la definición más importante para conceptualizar la percepción de la calidad del transporte de pasajeros. (Falcón, Tacoronte, & Cabrera, 2015)

2.2.3.5 Transporte público urbano de pasajeros

El concepto de transporte público urbano de pasajeros se emplea para denotar el proceso y el resultado de desplazar a personas desde su punto de partida hasta su destino. Este tipo de transporte abarca los autobuses, trenes y otras unidades móviles utilizadas para movilizar a los habitantes de una comunidad, siendo financiado y gestionado por el gobierno o autoridades estatales. (Falcón, Tacoronte, & Cabrera, 2015)

2.2.3.6 Gestión de movilidad

La gestión de la movilidad tiene como objetivo reducir en la dependencia de los vehículos, así como, la baja ocupación mediante la propuesta de alternativas viables como el uso compartido de automóviles, el transporte público, la bicicleta y la caminata (Moreno & Jiménez, 2020). Por tal razón, Suquillo et al. (2018), recalcaron que un plan de movilidad urbana sostenible a tomar en consideración los principios de integración, participación y evaluación para satisfacer las necesidades de movilidad actuales y futuras de las personas, para promover una vida mejor en las ciudades y alrededores (González et al., 2021)

2.2.3.7 Agencia Nacional de Tránsito del Ecuador

La Agencia Nacional de Tránsito del Ecuador tiene como objetivo principal planificar, regular y supervisar la gestión del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial en todo el país. Su propósito es asegurar la movilidad terrestre libre y segura, proporcionando servicios de alta calidad que satisfagan las necesidades de la ciudadanía. Además, colabora en la preservación del medio ambiente y contribuye al desarrollo del país dentro de su área de competencia. (ANT, 2018)

2.2.3.8 La norma UNE EN 13816

La norma UNE-EN 13816:2003. Transporte. Logística y servicios. Transporte público de pasajeros. Definición de la calidad del servicio, objetivos y mediciones. Proporciona directrices a los prestadores de servicio de transporte público para que asuman compromisos de calidad en la prestación de su servicio, con el fin de satisfacer las expectativas de sus clientes. Estas directrices se basan en una serie de criterios divididos en ocho categorías: (Fiallos, 2021)

- Servicio ofertado.
- Accesibilidad y confort.
- Información.
- Tiempos.

- Atención al cliente.
- Seguridad.
- Impacto Ambiental.

2.3 Innovación del transporte público

Alrededor del mundo se han adoptado varias estrategias de innovación para mejorar la calidad del servicio de transporte público dichas estrategias se recopilan en la siguiente tabla:

Tabla 2. Revisión bibliográfica de alternativas de innovación.

Cita	Título del estudio	Objetivo	Conclusión del estudio
Bosch et al., 2018	Sistema de gestión de flotas como actuador para la prioridad del transporte público	Mejorar la puntualidad de los vehículos de transporte público utilizando GPS para detección precisa y prioridad en semáforos.	El uso de GPS permite detectar con precisión los vehículos y mejorar la puntualidad mediante la prioridad en el control de semáforos.
Otieno & Ngigi, 2014	Sistema de gestión del transporte público basado en la web: un prototipo de sistema de seguimiento de PSV para la ciudad de Nairobi	Desarrollar un prototipo de servicio de localización para optimizar la puntualidad en el transporte público en Nairobi.	La implementación de un sistema de gestión y seguimiento basado en GPS mejora la puntualidad y la gestión de los vehículos de transporte público.
Siahaan, 2019	Estudio del servicio de autobuses transfronterizos en la	Evaluar el desempeño del personal y centrarse en la	La evaluación del desempeño del personal y el enfoque en las necesidades de los pasajeros pueden aumentar la

	ruta Pontianak-Sarawak	satisfacción de las necesidades de los pasajeros.	satisfacción del usuario y la calidad del servicio.
Öztaşkin & Levend, 2023	La accesibilidad de las paradas de transporte público: Caso de Estambul	Mejorar la accesibilidad de las paradas de transporte público para reducir la densidad del tráfico y crear un sistema de transporte inclusivo.	Mejorar la accesibilidad de las paradas es crucial para crear un sistema de transporte sostenible y atractivo para todos los segmentos de la sociedad.
Bok & Kwon, 2015	Medidas comparables de accesibilidad al transporte público mediante la Especificación General de Alimentación de Tránsito (GTFS)	Medir la accesibilidad al transporte público para estudios comparativos entre ciudades y mejorar la movilidad urbana.	La medición de la accesibilidad utilizando GTFS permite mejorar la movilidad urbana y la calidad de vida.
Rocci & Dejoux, 2013	Desafíos de la accesibilidad de los transportes públicos: el papel de la maestría de uso y la coproducción	Involucrar a los usuarios en iniciativas de coproducción para adaptar las unidades y paradas según las demandas sociales.	La coproducción y la participación de los usuarios son esenciales para adaptar las unidades y paradas de transporte público.

Foth & Schroeter, 2010	Mejorando la experiencia de los usuarios del transporte público con pantallas urbanas y aplicaciones móviles	Utilizar pantallas urbanas y aplicaciones móviles para proporcionar información en tiempo real y mejorar la experiencia de los pasajeros.	El uso de pantallas urbanas y aplicaciones móviles para información en tiempo real mejora significativamente la experiencia de los usuarios del transporte público.
Chow et al., 2016	Utilización de información de viaje en tiempo real, aplicaciones móviles y dispositivos portátiles para el transporte público inteligente	Implementar una plataforma en la nube que utiliza información de viaje en tiempo real, aplicaciones móviles y dispositivos portátiles para mejorar la experiencia de los pasajeros.	La plataforma en la nube mejora la experiencia de los pasajeros y fomenta el uso del transporte público mediante la información en tiempo real.
Low et al., 2016	Sistema de información de ubicación y llegada de autobuses en tiempo real	Utilizar tecnología RFID y GPS para rastrear y proporcionar información en tiempo real sobre la ubicación y llegada de los autobuses.	La tecnología RFID y GPS mejora la precisión de la información sobre la ubicación y llegada de los autobuses en tiempo real.

Liu & Yen, 2016	Optimización del servicio de quejas de pasajeros de autobuses mediante análisis de big data: Análisis sistematizado para mejorar la gestión del sector público	Mejorar los servicios de quejas de los pasajeros de autobuses mediante tecnología de análisis de big data y asignación sistematizada de casos.	El análisis de big data y la asignación sistematizada de casos mejoran los procesos de gestión y resolución de quejas en el transporte público.
Kormpho et al., 2018	Sistema de Gestión de Quejas Inteligente	Reducir el tiempo y los procedimientos para manejar las quejas, aumentar los canales para presentar quejas y mejorar el seguimiento y reporte del progreso.	El Sistema de Gestión de Quejas Inteligente mejora significativamente la eficiencia en el manejo y resolución de quejas en el transporte público.
Auguin, 2015	Hacia un sistema de transporte público financieramente sostenible: Los efectos del tipo de servicio en la eficiencia de costos	Evaluar la eficiencia de costos en los sistemas de transporte público mediante la compra de transporte.	La compra de transporte se asocia con una mayor eficiencia debido a la competencia en el mercado.
Zhu et al., 2017	Eficiencia de costos de los autobuses utilizando análisis de frontera estocástica	Medir la eficiencia de costos de las rutas de autobuses para mejorar la relación costo-	El análisis de frontera estocástica es una herramienta eficaz para medir y mejorar la eficiencia de costos en las rutas de autobuses.

		calidad en el transporte público.	
Tomás, 2014	Análisis de costos y prestaciones de sistemas de transporte público colectivo mediante aproximaciones continuas	Analizar y optimizar los costos asociados con diferentes modos de transporte urbano.	La optimización de los costos en el transporte público promueve sistemas de transporte urbano sostenibles y eficientes.

Elaborado por: Hoyos, Saray

Como se aprecia en la Tabla 25 la revisión abarca una variedad de aspectos que mejoran la satisfacción del usuario en el transporte público, enfocándose en la puntualidad, atención al cliente, accesibilidad, información en tiempo real, gestión de quejas y la relación costo-calidad. A continuación, se realiza un análisis de los principales hallazgos:

2.3.1 Optimización de la puntualidad usando GPS y software de gestión de flotas

Los estudios revisados destacan la importancia del uso de GPS y software de gestión de flotas para mejorar la puntualidad de los servicios de transporte público. Estos sistemas permiten una detección precisa de los vehículos y una supervisión centralizada, lo que facilita la optimización de las rutas y la priorización en el control de semáforos. El caso de Copenhague y Nairobi demuestra que la implementación de estas tecnologías puede resultar en mejoras significativas en la puntualidad de los autobuses (Bosch et al., 2018; Otieno & Ngigi, 2014).

2.3.2 Calidad del servicio

Mejora de la atención al cliente a través de capacitación y evaluación del personal

La capacitación en habilidades de servicio al cliente y la evaluación del personal son fundamentales para mejorar la atención al cliente en el transporte público. Los estudios resaltan la

necesidad de entrenar a los operadores en habilidades de relaciones públicas y de incluir indicadores de calidad del servicio en los contratos de los operadores. Esto no solo mejora la calidad del servicio, sino que también crea una imagen positiva de la empresa de transporte (Cafarelli & Babel, 2005; Beirão & Cabral, 2006).

2.3.3 Incremento de la accesibilidad adaptando unidades y paradas

La mejora de la accesibilidad es crucial para hacer que el transporte público sea inclusivo y atractivo para todos los segmentos de la sociedad. La adaptación de las unidades y paradas, así como la medición de la accesibilidad mediante tecnologías como GTFS, permiten una mejor planificación y una mayor inclusión social. Estudios en Estambul y otros lugares han mostrado que estas adaptaciones son esenciales para reducir la densidad del tráfico y mejorar la movilidad urbana (Öztaşkin & Levend, 2023; Bok & Kwon, 2015).

2.3.4 Implementación de un sistema de información en tiempo real con app móvil y pantallas informativas

La implementación de sistemas de información en tiempo real, a través de aplicaciones móviles y pantallas informativas, mejora significativamente la experiencia del usuario del transporte público. Estos sistemas reducen la incertidumbre en los tiempos de espera y permiten a los usuarios planificar mejor sus viajes. Casos de estudio en Australia y Hong Kong muestran que estos sistemas son eficaces para aumentar la satisfacción del usuario y fomentar el uso del transporte público (Foth & Schroeter, 2010; Chow et al., 2016).

2.3.5 Establecimiento de un sistema efectivo de gestión de quejas

Un sistema efectivo de gestión de quejas es esencial para mejorar la satisfacción del usuario. La utilización de tecnologías de análisis de big data y sistemas inteligentes de gestión de quejas permite una resolución más rápida y eficiente de los problemas, mejorando así la percepción del servicio por parte de los usuarios. Estos sistemas aumentan los canales de presentación de quejas y mejoran el seguimiento y reporte del progreso (Liu & Yen, 2016; Kormpho et al., 2018).

2.3.6 Mejora de la relación costo-calidad mediante un estudio de eficiencia

La eficiencia en los costos es un aspecto crítico para mejorar la relación costo-calidad en el transporte público. Estudios que utilizan análisis de frontera estocástica y otros métodos de evaluación de eficiencia han demostrado que la optimización de los costos puede llevar a sistemas de transporte más sostenibles y eficientes. La comparación de diferentes modos de transporte y la evaluación de la elasticidad del precio de la demanda son estrategias útiles para mejorar esta relación (Auguin, 2015; Zhu et al., 2017).

CAPITULO III. METODOLOGÍA

3.1 Método Hipotético-Inductivo

En el presente trabajo de investigación se realizó un estudio donde se analizaron las variables que intervienen. Este análisis se basó en el método hipotético-deductivo como se explica a continuación.

El método hipotético-deductivo es un método de investigación científica que se basa en la formulación de hipótesis y su posterior comprobación mediante la deducción y la experimentación. Este método se considera uno de los pilares de la ciencia moderna, ya que permite formular teorías y leyes generales a partir de observaciones y experimentos específicos. (Bunge, 2009)

FASES DEL MÉTODO HIPOTÉTICO DEDUCTIVO

- **Observar el fenómeno a estudiar**

La calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en el sistema de transporte público urbano de Riobamba se llevó a cabo mediante los objetivos planteados para el estudio. Estos objetivos guiaron el proceso de investigación y permitieron analizar de manera exhaustiva los factores que inciden en la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios.

- **Identificación del problema:**

La investigación se llevó a cabo debido a la falta de un conocimiento detallado sobre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en el sistema de transporte público urbano de Riobamba. Persisten preocupaciones y quejas en relación con la puntualidad, comodidad, accesibilidad, seguridad, entre otros aspectos identificados. Esta falta de comprensión integral afecta directamente la calidad del servicio y la experiencia de los usuarios al utilizar el sistema de transporte público en la ciudad.

- **Formulación de hipótesis:**

La calidad del servicio incide en la satisfacción del usuario el sistema de transporte público urbano de Riobamba.

- **Deducción de las consecuencias elementales de las hipótesis:**

Mediante el método hipotético-deductivo, se llevó a cabo una investigación para recopilar datos y verificar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del

usuario en el sistema de transporte público de Riobamba. Se aplicaron entrevistas y encuestas, y se analizaron datos estadísticos para obtener información relevante.

- **Verificación de la hipótesis:**

Se respaldó la hipótesis mediante la aplicación de entrevistas a los conductores de las diferentes cooperativas y encuestas dirigidas a la población que utiliza activamente el sistema de transporte público urbano de Riobamba, con el propósito de validar o refutar la hipótesis que se planteó.

3.2 Tipo de investigación

3.2.1 No experimental

Un diseño no experimental es aquel que no lleva a cabo experimentos con los sujetos de prueba, sino que, a través de la información recabada, llega a conclusiones (Hernández, Fernández, & Baptista, 2018). Por lo tanto, no se manipulan las variables de estudio.

3.3 Formulación de la hipótesis

H₁: La calidad del servicio incide en la satisfacción del usuario en el sistema de transporte público urbano de Riobamba

H₀: La calidad del servicio no incide en la satisfacción del usuario en el sistema de transporte público urbano de Riobamba.

3.4 Población y muestra

3.4.1 Población

Según el (Grupo de investigación de la Escuela de Gestión de Transporte) las 184 unidades de buses transportan alrededor de 124,782 pasajeros diarios a lo largo de las 16 rutas que atraviesan la urbe de norte a sur y de este a oeste. Lo cual nuestra población será los 124 782 usuarios.

3.4.2 Muestra

El tamaño de la muestra de nuestra investigación se determinó aplicando la siguiente fórmula, lo que nos permitió conocer la población.

Población de Usuarios

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

Donde:

- N (tamaño de la población) = 124,782

- Z (nivel de confianza o 95%) = 1.96
- P (probabilidad de éxito o proporción esperada) = 0.5
- Q (probabilidad de fracaso) = 0.5
- d (precisión) trabajará con el 5% = 0.05

Obteniendo como resultado la aplicación de 383 encuestas en el cantón de Riobamba

3.5 Técnica

3.5.1 Entrevista

Una entrevista es un diálogo entablado entre dos o más personas: el entrevistador formula preguntas y el entrevistado las responde (Hernández-Sampieri & Torres, 2018).

Se llevo a cabo entrevistas a los conductores del transporte público urbano para obtener una comprensión más profunda de la calidad del servicio que ofrecen y recopilar información relevante.

3.5.2 Encuestas

Las encuestas consisten en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables. Así mismo, se puede indicar que son los instrumentos de recolección de datos más utilizados (Hernández, Fernández, & Baptista, 2018).

Se realizaron encuestas dirigidas a una muestra de 383 usuarios, seleccionados en las paradas de mayor concurrencia de Riobamba. Estas encuestas tenían como objetivo evaluar la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios del sistema de transporte público urbano, identificando las variables clave que influían en ambas dimensiones.

3.6 Instrumento

3.6.1 Grabadora

Este instrumento se seleccionó por su eficacia en la obtención de información, siendo una herramienta confiable y conveniente para recopilar datos de manera precisa y completa. En última instancia, esto contribuyó a realizar una investigación rigurosa sobre la calidad del servicio en el transporte público urbano.

3.6.2 Cuestionario

El cuestionario se encuentra formando parte de la encuesta. Debe ser sencillo, con preguntas cerradas, abiertas o semiabiertas, intentando que la respuesta no sea confusa. Es decir, debe ser sencillo y entendible

CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Validación de instrumentos

Para la validación de los instrumentos de evaluación de las variables estudiadas se empleó una prueba de consistencia interna conocida como Alpha de Cronbach cuyos resultados se hallan a continuación:

Tabla 3. Estadísticos de confiabilidad para variable independiente

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,764	5

Elaborado por: Hoyos Saray

Tabla 4. Procesamiento de casos para cálculo de fiabilidad para variable independiente

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

Elaborado por: Hoyos, Saray

Tabla 5. Estadísticos de confiabilidad para variable dependiente

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,819	7

Elaborado por: Hoyos, Saray

Tabla 6. Procesamiento de casos para cálculo de fiabilidad para variable dependiente

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

Elaborado por: Hoyos, Saray

Como se aprecia en las Tablas 4 y 6 se realizó una evaluación piloto con 20 participantes a los cuales se los invitó a contestar los instrumentos de evaluación para la variable independiente y dependiente, obteniendo para la variable independiente un valor de Alpha de 0,764 como se aprecia en la Tabla 2 lo cual indica una fiabilidad aceptable del instrumento, mientras que para la variable dependiente se obtuvo un valor de Alpha de 0,819 observado en la Tabla 4 lo cual indica un nivel de fiabilidad buena.

4.2 Calidad del servicio

Posterior a la validación de instrumentos se procedió a aplicarlos para evaluar las variables del presente estudio, se evaluó a una muestra de 383 usuarios de transporte público obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 7. Calidad del servicio

Calidad de Servicio		
Calidad Evaluada	Frecuencia	Porcentaje
Pésima	11	2,9
Baja	156	40,7
Regular	193	50,4
Buena	22	5,7
Excelente	1	0,3
Total	383	100,0

Elaborado por: Hoyos, Saray

En la tabla 7 se logra apreciar que más de la mitad de los encuestados (50,4%) reportan que la calidad del servicio de transporte es regular, mientras que un 40,7% reporta que el servicio de transporte público es baja mientras que un 5,7% considera que la calidad es buena, un 2,9% reporta que la calidad es pésima y tan solo un 0,3% que representa a tan solo 1 encuestado considera que la calidad del servicio es excelente.

A continuación, se presenta un desglose de las respuestas por cada pregunta del instrumento de evaluación de la calidad del servicio:

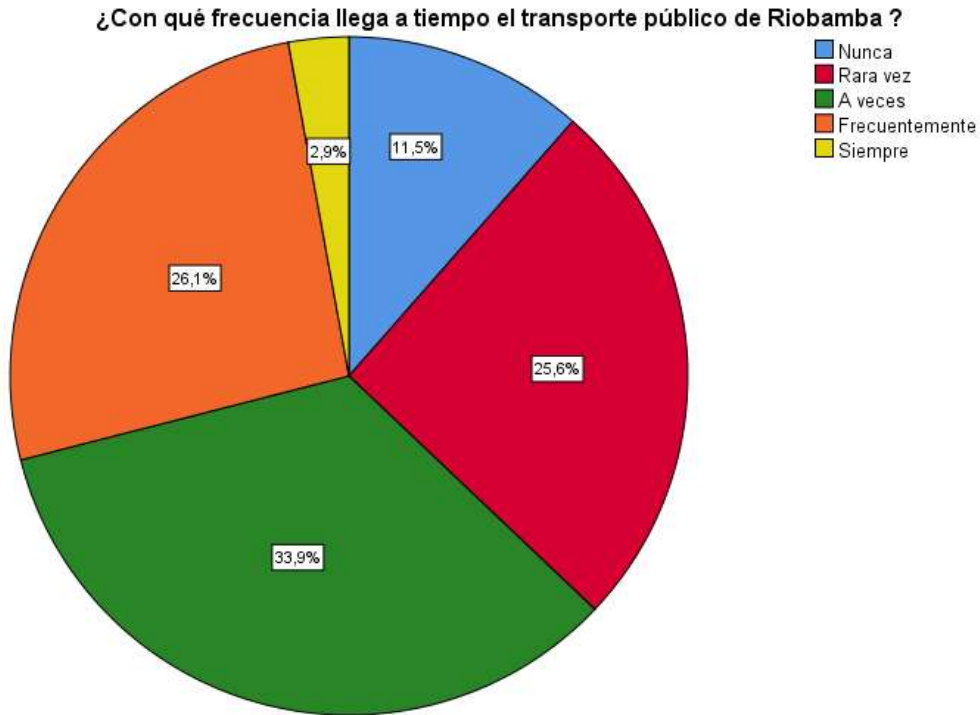
1. ¿Con qué frecuencia llega a tiempo el transporte público de Riobamba?

Tabla 8. Frecuencias de respuestas pregunta 1 instrumento de evaluación de calidad

¿Con qué frecuencia llega a tiempo el transporte público de Riobamba?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	44	11,5
Rara vez	98	25,6
A veces	130	33,9
Frecuentemente	100	26,1
Siempre	11	2,9
Total	383	100,0

Elaborado por: Hoyos, Saray

Figura 1. Pregunta 1 instrumento de evaluación de calidad



Elaborado por: Hoyos, Saray

Análisis e Interpretación

Los resultados muestran una tendencia preocupante en cuanto a la puntualidad del transporte público en Riobamba. El 33.9% de los usuarios reporta que el transporte llega a tiempo solo "a veces", lo que indica una inconsistencia significativa en el servicio. Es alarmante que el 25.6% indique que "rara vez" llega puntual, y un 11.5% afirme que "nunca" lo hace. Aunque un 26.1% menciona que el transporte es puntual "frecuentemente", solo un escaso 2.9% reporta que "siempre" llega a tiempo. Estos datos sugieren que la puntualidad es un problema crítico en el sistema de transporte público de Riobamba, afectando negativamente la confiabilidad del servicio y, por ende, la satisfacción de los usuarios.

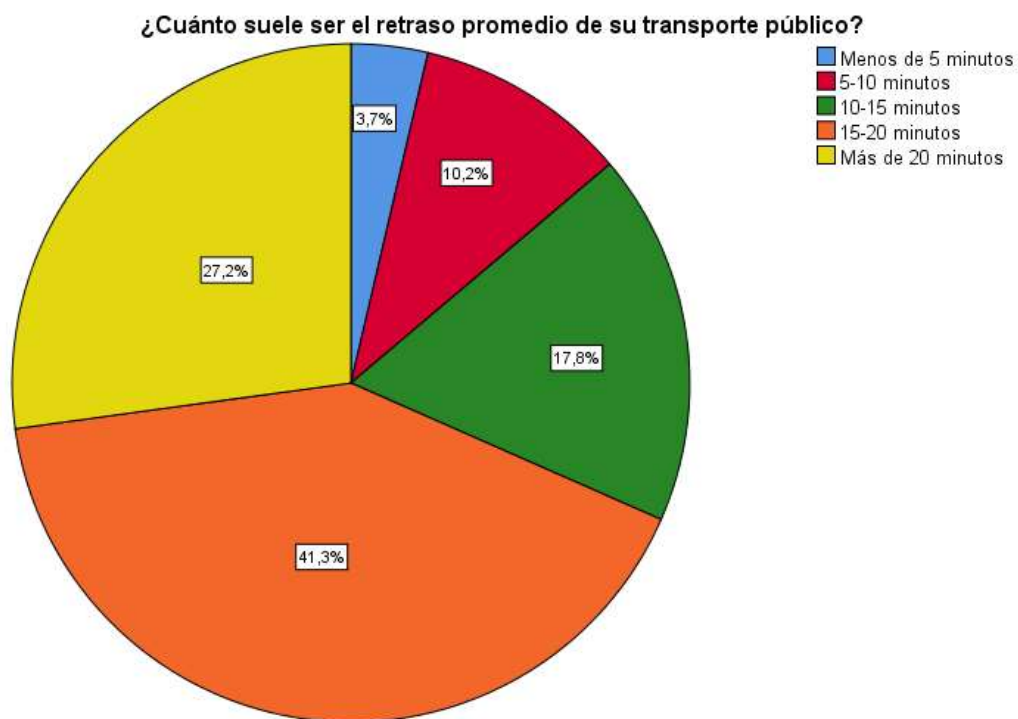
2. ¿Cuánto suele ser el retraso promedio de su transporte público?

Tabla 9. Frecuencias de respuestas pregunta 2 de evaluación de calidad

¿Cuánto suele ser el retraso promedio de su transporte público?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 5 minutos	14	3,7
5-10 minutos	39	10,2
10-15 minutos	68	17,8
15-20 minutos	158	41,3
Más de 20 minutos	104	27,2
Total	383	100,0

Elaborado por: Hoyos, Saray

Figura 2. Pregunta 2 instrumento de evaluación de calidad



Elaborado por: Hoyos, Saray

Análisis e Interpretación

Los datos revelan un problema grave de retrasos en el transporte público de Riobamba. Un alarmante 41.3% de los encuestados reporta retrasos de entre 15 a 20 minutos, mientras que un 27.2% experimenta retrasos superiores a 20 minutos. Esto significa que más del 68% de los usuarios enfrentan retrasos significativos de 15 minutos o más. Solo un 3.7% de los encuestados reporta retrasos menores a 5 minutos, lo que se consideraría aceptable en muchos sistemas de transporte eficientes. Estos extensos tiempos de espera no solo afectan la productividad y los horarios de los usuarios, sino que también pueden disminuir significativamente la confianza en el sistema de transporte público como una opción viable y confiable de movilidad.

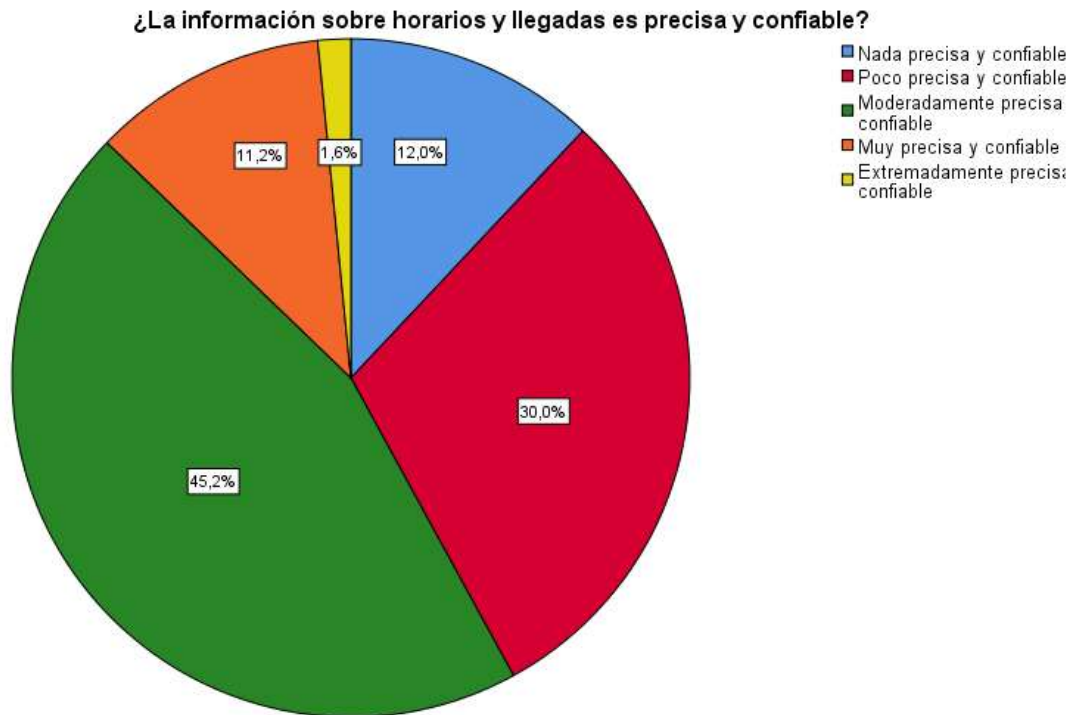
3. ¿La información sobre horarios y llegadas es precisa y confiable?

Tabla 10. Frecuencias de respuestas pregunta 3 instrumento de evaluación de calidad

¿La información sobre horarios y llegadas es precisa y confiable?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nada precisa y confiable	46	12,0
Poco precisa y confiable	115	30,0
Moderadamente precisa y confiable	173	45,2
Muy precisa y confiable	43	11,2
Extremadamente precisa y confiable	6	1,6
Total	383	100,0

Elaborado por: Hoyos, Saray

Figura 3. Pregunta 3 instrumento de evaluación de calidad



Elaborado por: Hoyos, Saray

Análisis e Interpretación

La percepción sobre la precisión y confiabilidad de la información de horarios y llegadas muestra una tendencia preocupante. Aunque el 45.2% de los encuestados considera que la información es "moderadamente precisa y confiable", un significativo 30% la califica como "poco precisa y confiable", y un 12% como "nada precisa y confiable". Esto indica que más del 42% de los usuarios tienen una percepción negativa de la información proporcionada. Solo un 11.2% la considera "muy precisa y confiable", y apenas un 1.6% la califica como "extremadamente precisa y confiable". Estos resultados sugieren una necesidad urgente de mejorar los sistemas de información para aumentar la confianza de los usuarios en el servicio de transporte público.

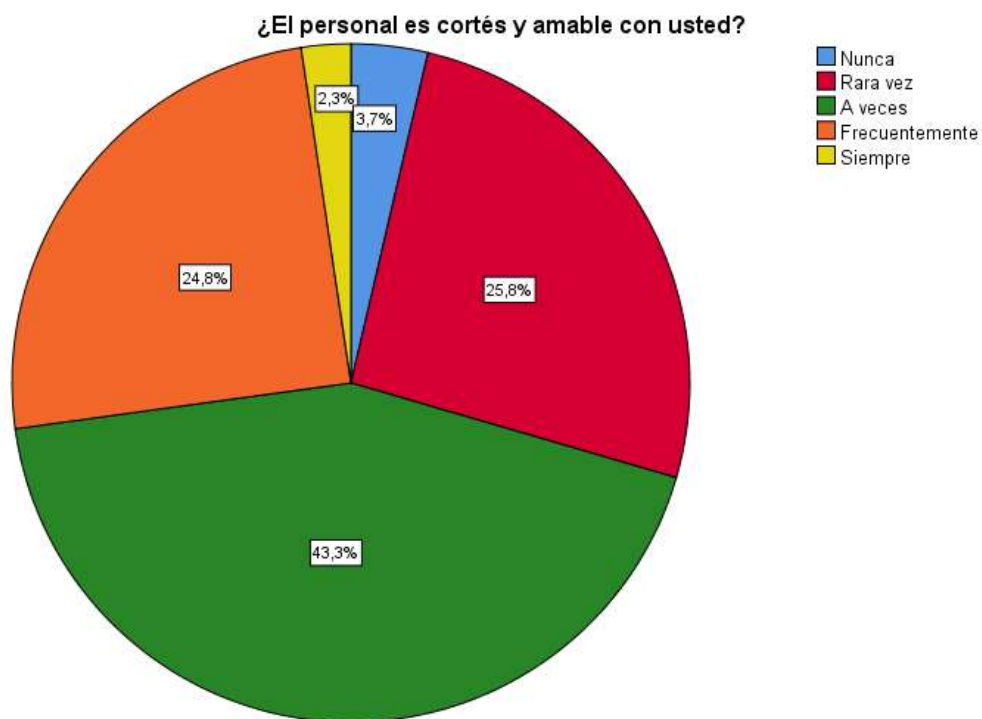
4. ¿El personal es cortés y amable con usted?

Tabla 11. Frecuencias de respuestas pregunta 4 instrumento de evaluación de calidad

¿El personal es cortés y amable con usted?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	14	3,7
Rara vez	99	25,8
A veces	166	43,3
Frecuentemente	95	24,8
Siempre	9	2,3
Total	383	100,0

Elaborado por: Hoyos, Saray

Figura 4. Pregunta 4 instrumento de evaluación de calidad



Elaborado por: Hoyos, Saray

Análisis e Interpretación

Los resultados muestran una tendencia mixta en cuanto a la percepción de la cortesía y amabilidad del personal. El 43.3% de los encuestados indica que el personal es cortés y amable "a veces", lo que sugiere una inconsistencia en el trato al cliente. Es preocupante que el 25.8% reporta que "rara vez" experimenta cortesía y amabilidad, y un 3.7% indica que "nunca" lo hace. Por otro lado, el 24.8% menciona que el personal es cortés y amable "frecuentemente", y solo un 2.3% afirma que "siempre" lo es. Estos datos indican que hay una necesidad significativa de mejorar la atención al cliente y la capacitación del personal en habilidades interpersonales, ya que más del 70% de los usuarios no percibe un trato cortés y amable de manera consistente.

5. ¿Sus quejas y reclamaciones son atendidas de manera rápida y efectiva?

Tabla 12. Frecuencias de respuestas pregunta 5 instrumento de evaluación de calidad

¿Sus quejas y reclamaciones son atendidas de manera rápida y efectiva?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	39	10,2
Rara vez	115	30,0
A veces	140	36,6
Frecuentemente	81	21,1
Siempre	8	2,1
Total	383	100,0

Elaborado por: Hoyos, Saray

Figura 5. Pregunta 5 instrumento de evaluación de calidad



Elaborado por: Hoyos, Saray

Análisis e Interpretación

La atención a quejas y reclamaciones muestra una tendencia negativa. Un 36.6% de los usuarios indica que sus quejas son atendidas de manera rápida y efectiva solo "a veces", mientras que un preocupante 30% reporta que esto ocurre "rara vez", y un 10.2% afirma que "nunca" sucede. Apenas un 21.1% considera que sus quejas son atendidas "frecuentemente" de manera rápida y efectiva, y solo un 2.1% indica que "siempre" lo son. Estos resultados sugieren una deficiencia significativa en el sistema de atención al cliente y resolución de problemas. Más del 76% de los usuarios no percibe una atención consistentemente efectiva a sus quejas, lo que podría estar afectando negativamente la satisfacción general con el servicio y la confianza en el sistema de transporte público.

4.3 Satisfacción del usuario

De forma simultánea a la evaluación de la calidad del servicio se evaluó también la satisfacción del usuario, cuyos resultados se presentan a continuación:

Tabla 13. Satisfacción del usuario

Satisfacción del Usuario		
Calidad Evaluada	Frecuencia	Porcentaje
Nada Satisfecho	40	10,4
Poco Satisfecho	121	31,6
Neutral	181	47,3
Satisfecho	37	9,7
Muy Satisfecho	4	1,0
Total	383	100,0

Elaborado por: Hoyos, Saray

La Tabla 13 nos indica que cerca de la mitad de los evaluados (47,3%) se presentan neutrales ante la satisfacción de usar el transporte público, mientras que un 31,6% reporta estar poco satisfechos con el servicio de transporte público, mientras que un 10,4% se encuentra nada satisfecho, un 9,7% se encuentra satisfecho y tan solo un 1% reporta estar muy satisfecho.

A continuación, se presentan a detalle los resultados reportados en cada ítem del instrumento de evaluación de la satisfacción del usuario:

1. ¿Cómo calificarías la amabilidad y profesionalismo del personal durante tu última interacción?

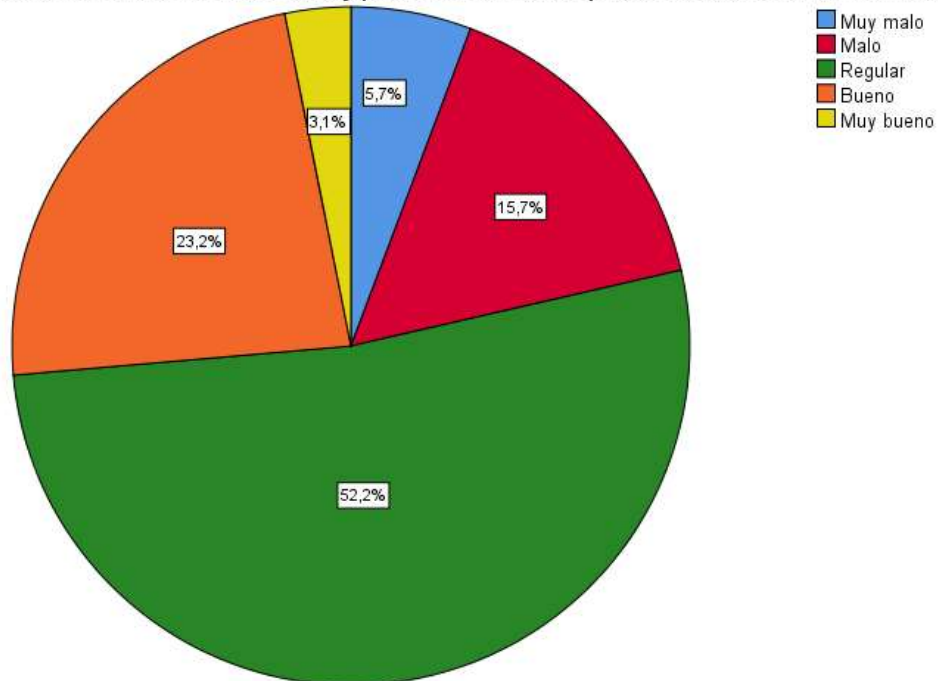
Tabla 14. Frecuencias de respuestas pregunta 1 instrumento de evaluación de satisfacción

¿Cómo calificarías la amabilidad y profesionalismo del personal durante tu última interacción?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	22	5,7
Malo	60	15,7
Regular	200	52,2
Bueno	89	23,2
Muy bueno	12	3,1
Total	383	100,0

Elaborado por: Hoyos, Saray

Figura 6. Pregunta 1 instrumento de evaluación de satisfacción

¿Cómo calificarías la amabilidad y profesionalismo del personal durante tu última interacción?



Elaborado por: Hoyos, Saray

Análisis e Interpretación

La percepción de la amabilidad y profesionalismo del personal durante la última interacción muestra resultados mixtos, con una tendencia hacia lo regular. Un 52.2% de los encuestados califica la última interacción como "regular", lo que sugiere un desempeño promedio del personal. Es preocupante que un 15.7% la considera "mala", y un 5.7% la califica como "muy mala", sumando un 21.4% de experiencias negativas. Por otro lado, un 23.2% considera que la última interacción fue "buena", y solo un 3.1% la califica como "muy buena". Estos resultados indican que, aunque la mayoría de las interacciones no son percibidas como negativas, hay un amplio margen para mejorar la calidad de las interacciones con los usuarios, ya que solo alrededor del 26% las califica positivamente.

2. ¿Consideras que el servicio se adaptó a tus necesidades de manera efectiva durante tu última interacción?

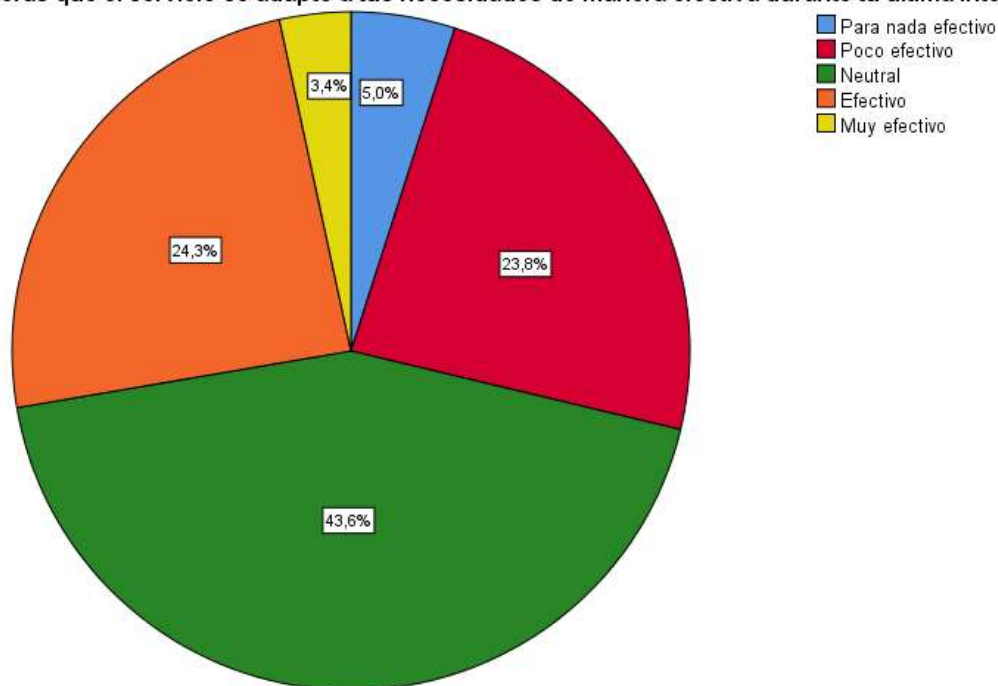
Tabla 15. Frecuencias de respuestas pregunta 2 instrumento de evaluación de satisfacción

¿Consideras que el servicio se adaptó a tus necesidades de manera efectiva durante tu última interacción?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Para nada efectivo	19	5,0
Poco efectivo	91	23,8
Neutral	167	43,6
Efectivo	93	24,3
Muy efectivo	13	3,4
Total	383	100,0

Elaborado por: Hoyos, Saray

Figura 7. Pregunta 2 instrumento de evaluación de satisfacción

¿Consideras que el servicio se adaptó a tus necesidades de manera efectiva durante tu última interacción?



Elaborado por: Hoyos, Saray

Análisis e Interpretación

La adaptación del servicio a las necesidades de los usuarios muestra una tendencia hacia la neutralidad con algunos matices. Un 43.6% de los encuestados mantiene una posición neutral, lo que podría indicar que el servicio cumplió con las expectativas básicas sin destacar. Un 24.3% considera que el servicio fue "efectivo" en adaptarse a sus necesidades, y un 3.4% lo califica como "muy efectivo", sumando un 27.7% de opiniones positivas. Sin embargo, un 23.8% percibe que el servicio fue "poco efectivo", y un 5% lo considera "para nada efectivo", representando un 28.8% de experiencias negativas. Estos resultados sugieren que, aunque hay un grupo significativo que percibe una adaptación efectiva, existe una clara oportunidad de mejora para aumentar la flexibilidad y capacidad de respuesta del servicio a las necesidades individuales de los usuarios.

3. ¿Considera que los servicios de transporte público urbano cumplen con los estándares de calidad establecidos?

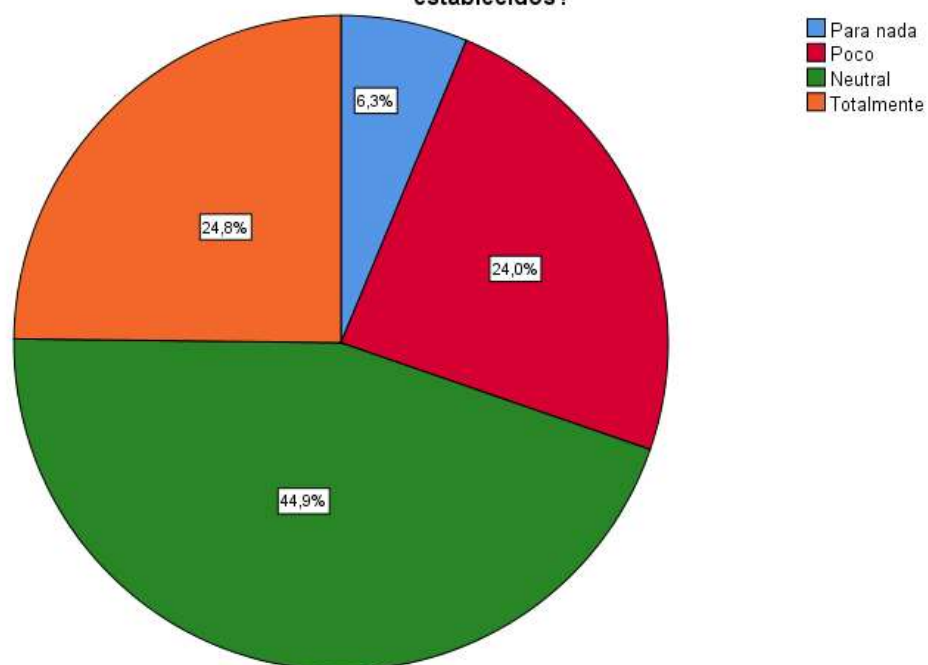
Tabla 16. Frecuencias de respuestas pregunta 3 instrumento de evaluación de satisfacción

¿Considera que los servicios de transporte público urbano cumplen con los estándares de calidad establecidos?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Para nada	24	6,3
Poco	92	24,0
Neutral	172	44,9
Totalmente	95	24,8
Total	383	100,0
Para nada	24	6,3

Elaborado por: Hoyos, Saray

Figura 8. Pregunta 3 instrumento de evaluación de satisfacción

¿Considera que los servicios de transporte público urbano cumplen con los estándares de calidad establecidos?



Elaborado por: Hoyos, Saray

Análisis e Interpretación

Los resultados muestran una percepción mixta sobre el cumplimiento de los estándares de calidad en el transporte público urbano. Un 44.9% de los encuestados mantiene una posición neutral, lo que podría indicar una falta de conocimiento sobre los estándares establecidos o una percepción de que el servicio cumple solo parcialmente con estos. Es preocupante que el 24% considere que los servicios cumplen "poco" con los estándares, y un 6.3% opine que no cumplen "para nada". Por otro lado, un 24.8% considera que los servicios cumplen "totalmente" con los estándares. Estos resultados sugieren que, si bien hay un grupo significativo que percibe un cumplimiento total, existe una clara oportunidad de mejora para elevar la calidad del servicio y asegurar que cumpla con los estándares establecidos de manera más consistente.

4. ¿Encuentra que es fácil acceder y salir de los vehículos del transporte público urbano, especialmente si tiene alguna discapacidad o movilidad reducida?

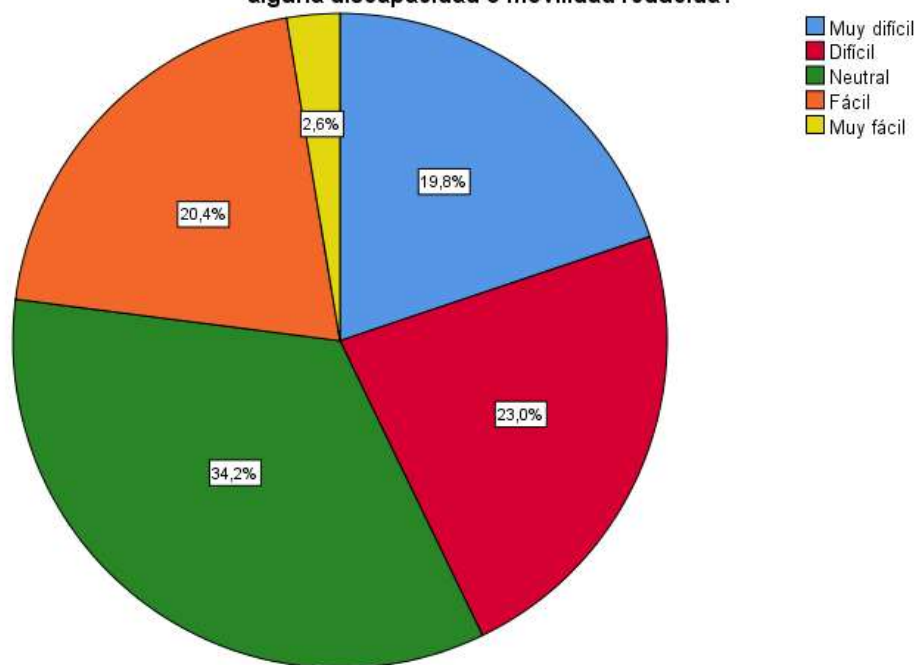
Tabla 17. Frecuencias de respuestas pregunta 4 instrumento de evaluación de satisfacción

¿Encuentra que es fácil acceder y salir de los vehículos del transporte público urbano, especialmente si tiene alguna discapacidad o movilidad reducida?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Muy difícil	76	19,8
Difícil	88	23,0
Neutral	131	34,2
Fácil	78	20,4
Muy fácil	10	2,6
Total	383	100,0

Elaborado por: Hoyos, Saray

Figura 9. Pregunta 4 instrumento de evaluación de satisfacción

¿Encuentra que es fácil acceder y salir de los vehículos del transporte público urbano, especialmente si tiene alguna discapacidad o movilidad reducida?



Elaborado por: Hoyos, Saray

Análisis e Interpretación

Los datos revelan un problema significativo en cuanto a la accesibilidad del transporte público urbano. Un 34.2% de los encuestados mantiene una posición neutral, lo que podría indicar que no tienen problemas de movilidad o no han prestado atención específica a este aspecto. Sin embargo, es alarmante que el 23% encuentre "difícil" acceder y salir de los vehículos, y un 19.8% lo considere "muy difícil". Esto significa que más del 42% de los usuarios experimentan dificultades de accesibilidad, lo cual es particularmente problemático para personas con discapacidad o movilidad reducida. Solo un 20.4% encuentra "fácil" el acceso y salida, y apenas un 2.6% lo considera "muy fácil". Estos resultados indican una necesidad urgente de mejorar la accesibilidad de los vehículos de transporte público para garantizar un servicio inclusivo y equitativo para todos los usuarios.

5. ¿Consideras que el costo del boleto de autobús es justo en comparación con la calidad del servicio que recibes?

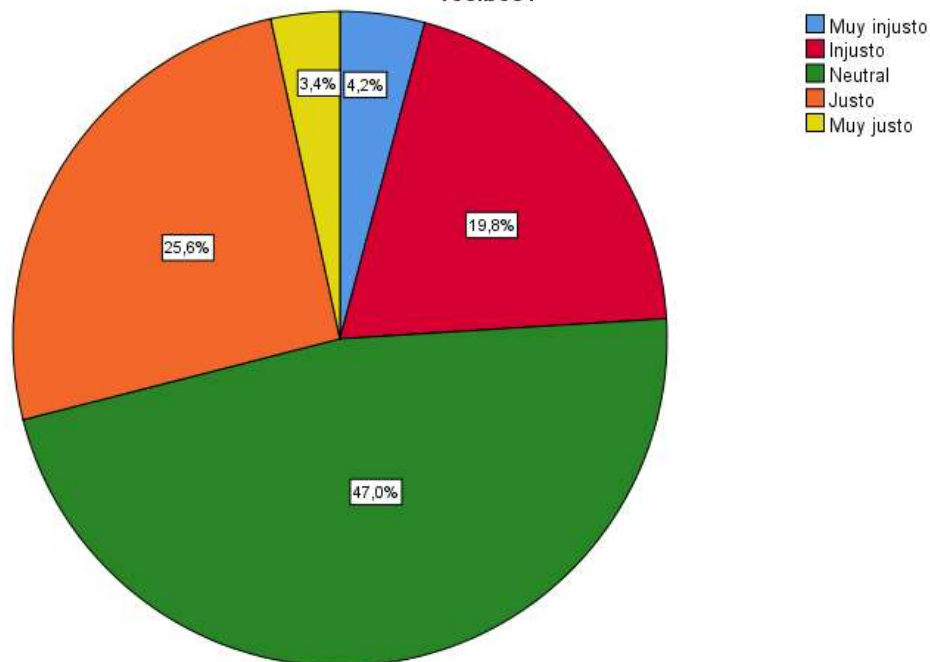
Tabla 18. Frecuencias de respuestas pregunta 5 instrumento de evaluación de satisfacción

¿Consideras que el costo del boleto de autobús es justo en comparación con la calidad del servicio que recibes?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Muy injusto	16	4,2
Injusto	76	19,8
Neutral	180	47,0
Justo	98	25,6
Muy justo	13	3,4
Total	383	100,0

Elaborado por: Hoyos, Saray

Figura 10. Pregunta 5 instrumento de evaluación de satisfacción

¿Consideras que el costo del boleto de autobús es justo en comparación con la calidad del servicio que recibes?



Elaborado por: Hoyos, Saray

Análisis e Interpretación

La percepción sobre la relación costo-calidad del servicio de transporte público muestra una tendencia hacia la neutralidad con algunos matices. El 47% de los encuestados mantiene una posición neutral, lo que podría indicar que consideran el costo como aceptable en relación con el servicio recibido. Un 25.6% considera que el costo es "justo", y un 3.4% lo percibe como "muy justo", sumando casi un 29% de opiniones positivas. Sin embargo, un 19.8% considera el costo "injusto", y un 4.2% lo percibe como "muy injusto", lo que representa casi un 24% de opiniones negativas. Estos resultados sugieren que, si bien hay una proporción significativa que considera el costo justo o neutral, existe un margen para mejorar la percepción de valor por el dinero invertido, posiblemente a través de mejoras en la calidad del servicio que justifiquen el costo actual.

6. ¿Crees que el transporte público mejora tu calidad de vida al facilitarte el acceso a diferentes lugares y actividades?

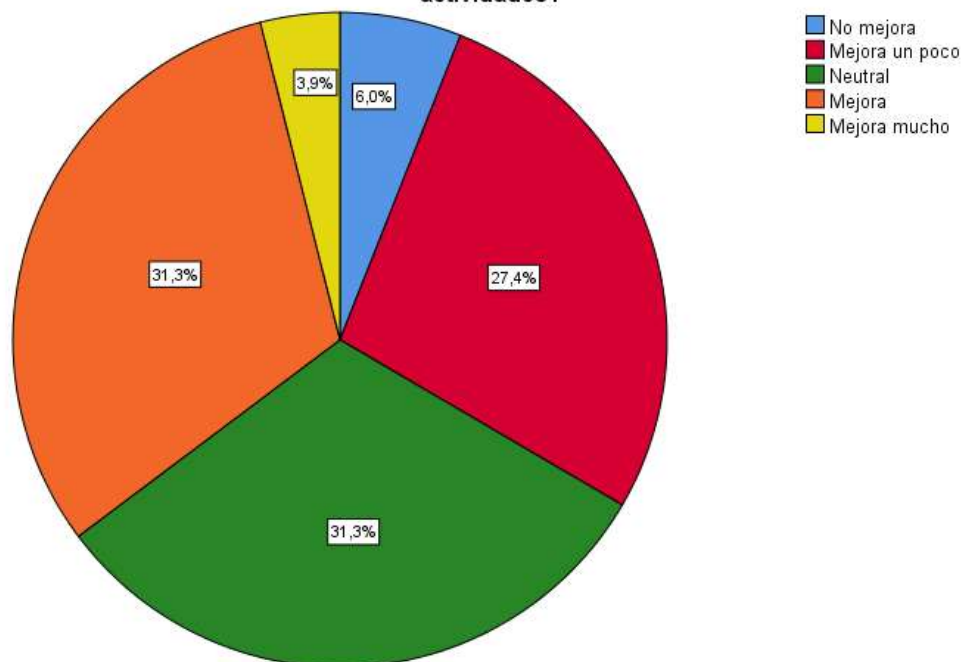
Tabla 19. Frecuencias de respuestas pregunta 6 instrumento de evaluación de satisfacción

¿Crees que el transporte público mejora tu calidad de vida al facilitarte el acceso a diferentes lugares y actividades?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
No mejora	23	6,0
Mejora un poco	105	27,4
Neutral	120	31,3
Mejora	120	31,3
Mejora mucho	15	3,9
Total	383	100,0

Elaborado por: Hoyos, Saray

Figura 11. Pregunta 6 instrumento de evaluación de satisfacción

¿Crees que el transporte público mejora tu calidad de vida al facilitarte el acceso a diferentes lugares y actividades?



Elaborado por: Hoyos, Saray

Análisis e Interpretación

Los resultados muestran una percepción generalmente positiva sobre el impacto del transporte público en la calidad de vida de los usuarios. Un 31.3% de los encuestados considera que el transporte público "mejora" su calidad de vida, y otro 31.3% mantiene una posición neutral. Esto sugiere que para más del 62% de los usuarios, el transporte público cumple un papel importante o al menos no negativo en su vida diaria. Además, un 3.9% indica que el transporte público "mejora mucho" su calidad de vida. Sin embargo, un 27.4% percibe que solo "mejora un poco" su calidad de vida, y un 6% considera que "no mejora" en absoluto. Estos resultados indican que, si bien el transporte público es generalmente visto como un facilitador de la vida cotidiana, hay un margen significativo para mejorar su impacto positivo en la calidad de vida de los usuarios, posiblemente a través de una mayor eficiencia y cobertura del servicio.

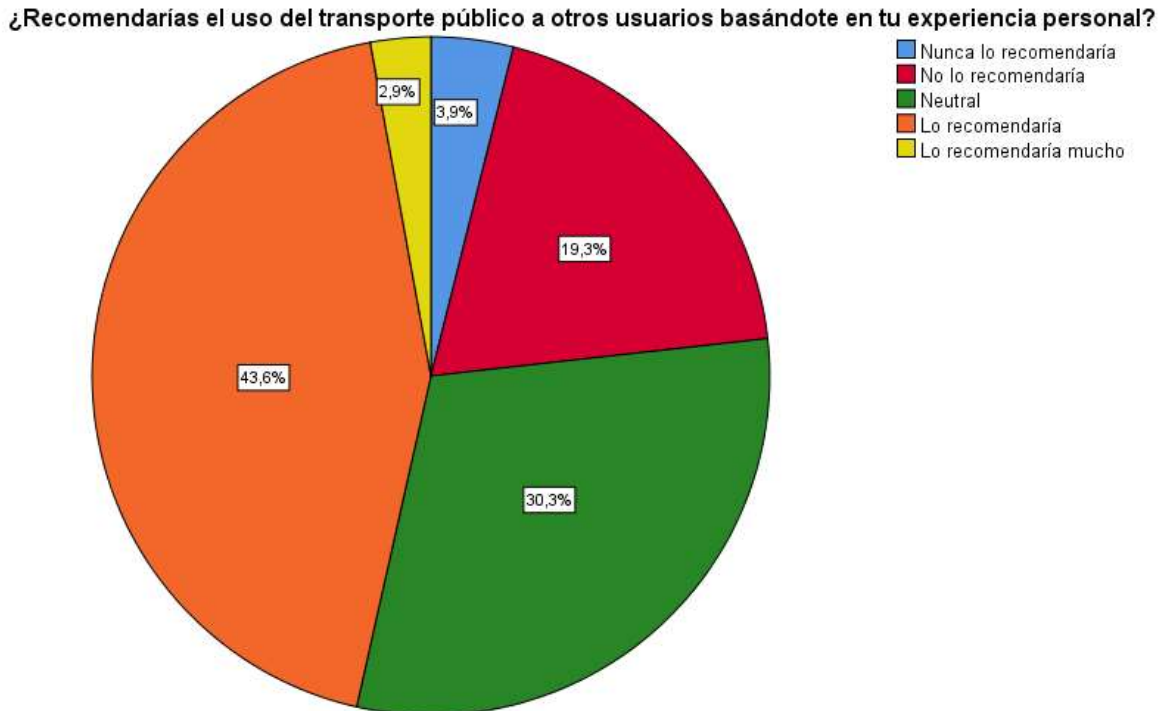
7. ¿Recomendarías el uso del transporte público a otros usuarios basándote en tu experiencia personal?

Tabla 20. Frecuencias de respuestas pregunta 7 instrumento de evaluación de satisfacción

¿Recomendarías el uso del transporte público a otros usuarios basándote en tu experiencia personal?		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nunca lo recomendaría	15	3,9
No lo recomendaría	74	19,3
Neutral	116	30,3
Lo recomendaría	167	43,6
Lo recomendaría mucho	11	2,9
Total	383	100,0

Elaborado por: Hoyos, Saray

Figura 12. Pregunta 7 instrumento de evaluación de satisfacción



Elaborado por: Hoyos, Saray

Análisis e Interpretación

Los datos muestran una tendencia positiva en cuanto a la disposición de los usuarios para recomendar el transporte público. Un significativo 43.6% de los encuestados indica que "lo recomendaría", lo cual es un indicador positivo de satisfacción general con el servicio. Además, un 2.9% afirma que "lo recomendaría mucho". Sin embargo, un 30.3% mantiene una posición neutral, lo que podría indicar una experiencia mixta o una falta de entusiasmo para hacer una recomendación firme. Preocupantemente, un 19.3% "no lo recomendaría", y un 3.9% "nunca lo recomendaría", sumando un 23.2% de opiniones negativas. Estos resultados sugieren que, si bien hay una inclinación general hacia recomendar el servicio, existe un margen significativo para mejorar la experiencia del usuario y aumentar la proporción de quienes recomendarían activamente el uso del transporte público.

4.4 Prueba de normalidad

Una vez evaluadas y cuantificadas las variables de calidad de servicio y satisfacción del usuario se realizó una prueba de normalidad con el fin de determinar cuáles serán los análisis posteriores, la prueba aplicada fue la prueba de Kolmogorov-Smirnov para muestras con número de casos superior a 50, esta prueba se aplicó tanto a los resultados de la variable dependiente como independiente. La prueba se realizó tomando en cuenta las siguientes hipótesis:

H0: La variable estudiada sigue una distribución normal

H1: La variable estudiada no sigue una distribución normal

Tabla 21. Prueba de Normalidad para variable independiente

Kolmogorov-Smirnov ^a			
	Estadístico	gl	Sig.
Variable_Dependiente	,078	383	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Elaborado por: Hoyos, Saray

Tabla 22. Prueba de Normalidad para variable dependiente

Kolmogorov-Smirnov ^a			
	Estadístico	gl	Sig.
Variable_Dependiente	,053	383	,011

a. Corrección de significación de Lilliefors

Elaborado por: Hoyos, Saray

Como se reporta en las Tablas 21 y 22, el valor de significancia en ambas variables fue menor a 0,05 para la prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov, lo que indica que se debe rechazar la hipótesis nula, aceptando la hipótesis alterna y como consecuencia a partir de este punto se deben adoptar pruebas no paramétricas en los siguientes análisis.

4.5 Comprobación de hipótesis

Posterior a la prueba de normalidad, se realizó una comprobación de hipótesis con una prueba correlativa no paramétrica Rho de Spearman con la cual se logra correlacionar las variables dependiente e independiente para de esta forma comprobar la hipótesis central de este trabajo establecida el Capítulo III de metodología.

H1: La calidad del servicio incide en la satisfacción del usuario en el sistema de transporte público urbano de Riobamba

H0: La calidad del servicio no incide en la satisfacción del usuario en el sistema de transporte público urbano de Riobamba.

Tabla 23. Correlación entre variable dependiente e independiente

Correlación Entre Variables			
		Variable Dependiente	Variable Independiente
Rho de Spearman	Variable Dependiente	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,800**
		N	.
Rho de Spearman	Variable Independiente	Coefficiente de correlación	,800**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	383

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Elaborado por: Hoyos, Saray

Cómo se puede apreciar en la Tabla 23 al momento de realizar el análisis correlacional se obtuvo un valor de significancia (Sig) menor a 0,05 por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se adopta la hipótesis alterna, respecto al nivel de correlación el coeficiente de Spearman presenta un valor de significancia (Sig) alta de 0,800 lo cual indica una alta correlación entre calidad de servicio (variable independiente) y la satisfacción del usuario (variable dependiente), esta alta correlación indica que efectivamente la calidad del servicio incide de forma directamente proporcional sobre

la satisfacción del usuario por lo que al adoptar medidas para mejorar el servicio, la satisfacción del usuario aumentará de forma significativa.

4.6 Correlación entre dimensiones de variables

Posterior al análisis de correlación entre variables se procedió a realizar un análisis correlativo entre las dimensiones de cada variable para identificar las dimensiones de la calidad del servicio que tiene mayor impacto sobre la satisfacción del usuario.

Tabla 24. Correlación entre dimensiones de las variables

Correlación entre dimensiones				
		Fiabilidad	Empatía	
Rho de Spearman	Servicio	Coefficiente de correlación	,381**	,520**
		Sig. (bilateral)	,000	,000
		N	383	383
	Calidad	Coefficiente de correlación	,236**	,397**
		Sig. (bilateral)	,000	,000
		N	383	383
	Valor Percibido	Coefficiente de correlación	,271**	,343**
		Sig. (bilateral)	,000	,000
		N	383	383

Elaborado por: Hoyos, Saray

Como se observa en la Tabla 24, la empatía tiene un mayor impacto sobre la satisfacción del usuario en cuanto servicio, calidad y valor percibido por encima de la Fiabilidad del transporte público, esta información es crucial para la propuesta de estrategias que mejoren la satisfacción del usuario.

4.7 Entrevista a conductor

Adicionalmente se realizó una entrevista a un conductor de transporte público que permita complementar el presente estudio en materia de seguridad y dar un punto de vista desde quien provee el servicio.

Tabla 25. Resumen de Entrevista

Pregunta	Respuesta	Indicador
¿Con qué regularidad observa inspecciones de seguridad en los vehículos y estaciones?	En las 184 unidades de transporte que operan en Riobamba, las inspecciones de seguridad son una práctica regular y obligatoria. Cada vehículo y estación es sometido a inspecciones detalladas mensualmente para garantizar que cumplan con los estándares de seguridad establecidos por las autoridades locales y nacionales. Estas inspecciones abarcan desde la revisión de sistemas mecánicos y eléctricos hasta la verificación de equipos de seguridad como extintores y salidas de emergencia.	Cantidad de Inspecciones de Seguridad Regularmente Realizadas
¿Están los sistemas de alerta y emergencia claramente visibles y funcionales?	Los sistemas de alerta y emergencia son elementos críticos en la operación diaria de las 184 unidades de transporte en Riobamba. Estos sistemas están diseñados para ser visibles y accesibles para todos los pasajeros y conductores. Se realizan verificaciones diarias para asegurar que todos los equipos estén operativos, incluyendo botones de emergencia, ventana de emergencias y escotilla de emergencia. Esto garantiza una respuesta rápida y efectiva ante cualquier incidente o emergencia que pueda surgir durante el servicio.	¿Están los sistemas de alerta y emergencia claramente visibles y funcionales?
¿Cuántos incidentes de seguridad (robos, asaltos, vandalismo) ha experimentado en su transporte en los últimos meses?	En términos de seguridad, lamentablemente, los transportes han enfrentado diversos incidentes en los últimos meses. El conductor sostiene que, hay que implementar medidas de seguridad, “los usuarios también deben hacer conciencia, poner de parte a no aglomerarse, más que todo el usuario si se da mucho que desear, ya que hay personas que están con el celular en la mano y la delincuencia está a la expectativa echando ojo a lo que sucede”. Se han	Número de Incidentes de Seguridad Reportados

	reportado un total de 30 incidentes en las 184 unidades que incluyen robos, asaltos en las paradas y actos de vandalismo en algunos transportes	
¿El sistema de transporte aborda adecuadamente las necesidades de las personas con discapacidades?	Es importante destacar que actualmente ninguna de las 184 unidades de transporte en Riobamba cuenta con rampas accesibles para personas con discapacidades. Esta falta de accesibilidad es un desafío que están enfrentando activamente. Reconocen la importancia de mejorar la accesibilidad para garantizar que todos los ciudadanos, independientemente de sus capacidades físicas, puedan disfrutar de un transporte público seguro y accesible en la ciudad. Se están evaluando diversas opciones para la instalación de rampas y otras mejoras que faciliten el acceso a los servicios de transporte para personas con discapacidades, buscando cumplir con los estándares de inclusión y accesibilidad requeridos.	Nivel de Adaptabilidad a las Necesidades Especiales
¿Cuánto tiempo suele demorar en responder a las consultas de sus clientes?	Las 184 unidades de transporte público se enfocan principalmente en brindar un servicio seguro y puntual. No obstante, siempre que es posible, los choferes responden a las consultas de los pasajeros de inmediato. Si la pregunta requiere más atención o detalles, se sugiere dirigirse a la oficina de atención al cliente de la empresa, donde podrán recibir una respuesta más completa y detallada.	Tiempo promedio de respuesta a las consultas de los clientes
¿Con qué frecuencia realizan los mantenimientos preventivos de su transporte?	En cuanto al mantenimiento preventivo, las 184 unidades de transporte en Riobamba tienen establecido un programa riguroso que incluye mantenimientos periódicos cada dos semanas. Estos mantenimientos son cruciales para asegurar que los vehículos estén en óptimas condiciones operativas y cumplan con los estándares de seguridad exigidos. Durante estos procesos, se realizan inspecciones exhaustivas, ajustes mecánicos y la reparación de cualquier componente que pueda comprometer la seguridad o el rendimiento	Número de mantenimientos del transporte público

del vehículo, garantizando así un servicio confiable y seguro para los pasajeros.

Elaborado por: Hoyos, Saray

Análisis e Interpretación

La entrevista revela aspectos importantes del sistema de transporte público en Riobamba. Se destaca la realización de inspecciones de seguridad mensuales y mantenimientos preventivos quincenales en las 184 unidades, así como la presencia de sistemas de alerta y emergencia visibles y funcionales. Sin embargo, se reportaron 30 incidentes de seguridad en los últimos meses, lo que subraya la necesidad de reforzar las medidas de seguridad. Un hallazgo crítico es la falta total de accesibilidad para personas con discapacidades, ya que ninguna unidad cuenta con rampas accesibles. En cuanto a la atención al cliente, se maneja de forma inmediata cuando es posible, pero se sugiere acudir a la oficina para consultas más detalladas.

Estos hallazgos refuerzan varios aspectos de la propuesta de mejora previamente elaborada, especialmente en las áreas de seguridad, accesibilidad y atención al cliente. La información proporcionada subraya la importancia de implementar tecnología para un seguimiento más preciso de la seguridad y el mantenimiento, mejorar la accesibilidad para personas con discapacidades, y desarrollar sistemas más eficientes de comunicación y atención al cliente. Además, se identifica la necesidad de incluir campañas de concienciación para los usuarios sobre su propia seguridad.

4.8 Discusión

Los resultados obtenidos sobre la calidad del servicio que se reportan en la Tabla 6 coinciden con el estudio de Santillan & Paucar (2022) donde se analizó la calidad del servicio intracantonal de Riobamba en el año 2022 obteniendo que en promedio los usuarios calificaron como regular a la calidad del servicio. No obstante en el estudio de Molina (2023) donde también se evalúa la calidad del servicio de transporte público en la ciudad de Riobamba muestran resultados donde la mayoría de usuarios reportan una buena calidad de servicio, estas diferencias pueden deberse a que los instrumentos empleados en los estudios mencionados no cuentan con una validación y únicamente se realiza un análisis superficial.

En cuanto a satisfacción del usuario resultados reportados en la Tabla 12 son similares con resultados de otras ciudades como en el estudio de Tayupanta & Katip (2023) donde se estudia el nivel de satisfacción del transporte intracantonal en la ciudad de Cuenca donde la mayoría de encuestados reportan una satisfacción de usuario regular o neutral.

CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- El diagnóstico de la situación actual revela que la percepción predominante de la calidad del servicio de transporte público en Riobamba es regular (50.4%) o baja (40.7%). Los aspectos más críticos incluyen la puntualidad, con más del 68% de los usuarios reportando retrasos significativos, y la atención al cliente, donde solo el 27.1% percibe un trato cortés y amable de manera consistente, mientras que en cuanto a satisfacción del usuario predomina la neutralidad (47,3%) y la poca satisfacción (31,6%) donde la empatía es la dimensión que tiene mayor impacto sobre la satisfacción. Además, se halló una alta correlación positiva (0.800) entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el transporte público de Riobamba. Evidenciando que las mejoras en la calidad del servicio se traducirán directamente en un aumento de la satisfacción de los usuarios.
- Tras una revisión teórica se halló que la calidad del servicio en el sistema de transporte público urbano de Riobamba se fundamenta principalmente en las dimensiones de fiabilidad y empatía, mientras que la satisfacción del usuario se fundamenta principalmente en las dimensiones de servicio, calidad y valor percibido.
- La propuesta de estrategias de mejora de la calidad del servicio abarca un enfoque integral que incluye optimización de la puntualidad, mejora de la atención al cliente, incremento de la accesibilidad, implementación de sistemas de información en tiempo real y establecimiento de mecanismos efectivos de gestión de quejas. Este enfoque holístico promete abordar los aspectos críticos identificados y mejorar significativamente la satisfacción del usuario.

RECOMENDACIONES

- Es recomendable ampliar este estudio realizando de forma frecuente diagnósticos de la calidad del servicio de transporte público y la satisfacción del usuario para determinar su evolución en el tiempo y permitir realizar propuestas aún más acertadas a la realidad de la ciudad.
- Se recomienda que en futuras investigaciones se tomen en cuenta aún más dimensiones de la calidad del servicio y satisfacción del usuario de transporte público en Riobamba con el propósito de ampliar el análisis y permitir una mejor toma de decisiones al momento de proponer mejoras al servicio.
- Se debe tomar en cuenta aún más estrategias además de las propuestas en el presente trabajo de investigación, tomando en cuenta también limitantes como el presupuesto anual del GAD municipal de Riobamba y el nivel de colaboración de las cooperativas de transporte público urbano.

CAPITULO VI. PROPUESTA

Propuesta de mejoramiento de percepción del usuario del transporte público urbano en la ciudad de Riobamba.

Objetivo General

Incrementar la satisfacción de los usuarios del sistema de transporte público urbano de Riobamba mediante la implementación de estrategias enfocadas en la mejora de la calidad del servicio.

Objetivos Específicos

- Optimizar la puntualidad y fiabilidad del servicio de transporte público.
- Mejorar la atención al cliente y la empatía del personal hacia los usuarios.
- Incrementar la accesibilidad del transporte público para personas con movilidad reducida o discapacidades.
- Implementar un sistema eficiente de información y comunicación sobre horarios y rutas.
- Establecer un mecanismo efectivo para la gestión de quejas y sugerencias de los usuarios.

Introducción

El transporte público urbano es un elemento crucial en la infraestructura de cualquier ciudad, ya que no solo facilita la movilidad de sus habitantes, sino que también contribuye significativamente a la calidad de vida de los ciudadanos. En Riobamba, la presente investigación ha revelado importantes áreas de oportunidad en el sistema de transporte público actual, especialmente en lo que respecta a la satisfacción de los usuarios.

Los resultados de las encuestas realizadas muestran que la percepción general de la calidad del servicio es entre regular y baja, con un 50.4% de los usuarios calificándola como regular y un 40.7% como baja. Esta evaluación se ve reflejada en varios aspectos del servicio, incluyendo la puntualidad, la atención al cliente, la accesibilidad y la gestión de quejas.

Particularmente preocupante es la situación de la puntualidad, donde más del 68% de los usuarios reportan retrasos significativos de 15 minutos o más. Además, la atención al cliente y la empatía del personal han sido identificadas como áreas críticas que requieren mejora, con solo un 27.1% de los usuarios percibiendo un trato cortés y amable de manera consistente.

La presente propuesta busca abordar estas deficiencias mediante estrategias concretas y medibles, con el objetivo de mejorar significativamente la satisfacción del usuario. Al enfocarnos en los aspectos más críticos identificados en la investigación, esperamos no solo mejorar la percepción del servicio, sino también incrementar la calidad de vida de los ciudadanos de Riobamba al proporcionarles un sistema de transporte público más eficiente, confiable y orientado al usuario.

Acciones propuestas para Mejorar la Satisfacción del Usuario

1. Optimización de la Puntualidad y Fiabilidad del Servicio

Esta sección se enfoca en mejorar la puntualidad y la fiabilidad del servicio de transporte público. Las acciones propuestas incluyen la implementación de sistemas GPS en todas las unidades de transporte, el desarrollo de un software de gestión de flotas y el establecimiento de puntos de control a lo largo de las rutas. Estas medidas están diseñadas para asegurar que los vehículos lleguen a tiempo y que las rutas sean optimizadas para lograr la máxima eficiencia.

Tabla 26. Acciones de optimización de puntualidad y fiabilidad del servicio

Acciones	Implementación	Responsable	Costos Aproximados
Implementar un sistema de GPS en todas las unidades de transporte público	Contratar a una empresa especializada en tecnología GPS para la instalación en todas las unidades	Gestión de Obras Públicas	\$50,000 (GPS y software)
Desarrollar un software de gestión de	Desarrollar o adquirir un software de gestión de	Gestión de Obras Públicas	\$30,000 (software y capacitación)

flotas para optimizar rutas y tiempos	flotas adaptado a las necesidades de Riobamba		
Establecer puntos de control a lo largo de las rutas para monitorear el cumplimiento de los horarios	Designar supervisores para los puntos de control	Unidad de Gestión y Control de los Servicios de Transporte	\$10,000 (instalación y operación de puntos de control)

Elaborado por: Hoyos, Saray

2. Mejora de la Atención al Cliente y Empatía del Personal

Esta sección aborda la necesidad de mejorar la interacción entre el personal del transporte público y los usuarios. Se proponen acciones como el desarrollo de programas de capacitación en servicio al cliente y la implementación de un sistema de evaluación y reconocimiento para el personal. El objetivo es aumentar la empatía y la calidad del trato hacia los usuarios, mejorando así la percepción general del servicio.

Tabla 27. Acciones de mejora en atención al cliente y empatía del personal

Acciones	Implementación	Responsable	Costos Aproximados
Desarrollar un programa de capacitación en servicio al cliente para conductores y personal	Contratar a expertos en servicio al cliente para diseñar y conducir talleres de capacitación	Gestión de Desarrollo Social y Humano	\$15,000 (talleres y materiales)
Implementar un sistema de evaluación	Establecer un sistema de evaluación mensual	Gestión de Desarrollo Social y Humano	\$5,000 (sistema de evaluación)

y reconocimiento para el personal	basado en el feedback de los usuarios		
Crear un código de conducta para el personal de transporte público	Redactar y distribuir el código de conducta asegurando su comprensión y cumplimiento	Unidad de Gestión y Control de los Servicios de Transporte	\$2,000 (desarrollo y distribución)

Elaborado por: Hoyos, Saray

3. Incremento de la Accesibilidad

Esta sección se centra en mejorar la accesibilidad del sistema de transporte para personas con movilidad reducida o discapacidades. Las acciones propuestas incluyen la adaptación de unidades de transporte, la mejora de la infraestructura en las paradas y la implementación de sistemas de anuncios de voz. Estas iniciativas buscan hacer el transporte público más inclusivo y accesible para todos los usuarios.

Tabla 28. Acciones para el incremento de la accesibilidad

Acciones	Implementación	Responsable	Costos Aproximados
Adaptar las unidades de transporte para personas con movilidad reducida	Realizar un estudio técnico para determinar las adaptaciones necesarias en las unidades	Gestión de Obras Públicas	\$40,000 (adaptaciones de unidades)
Mejorar la infraestructura de las paradas de autobús	Agregar a las paradas de autobús rampas y señalización	Gestión de Obras Públicas	\$25,000 (mejora de paradas)

Implementar un sistema de anuncios de voz en las unidades	Instalar sistemas de anuncios de voz en todas las unidades	Unidad de Gestión y Control de los Servicios de Transporte	\$10,000 (sistemas de anuncios)
---	--	--	---------------------------------

Elaborado por: Hoyos, Saray

4. Mejora del Sistema de Información y Comunicación

Esta sección detalla las acciones para mejorar la comunicación y la información proporcionada a los usuarios. Se proponen medidas como el desarrollo de una aplicación móvil, la instalación de pantallas informativas en tiempo real y la creación de un sitio web dedicado. Estas mejoras están diseñadas para proporcionar a los usuarios información actualizada sobre rutas y horarios, reduciendo la incertidumbre y mejorando la confiabilidad percibida del servicio.

Tabla 29. Acciones para la mejora del sistema de información y comunicación

Acciones	Implementación	Responsable	Costos Aproximados
Desarrollar una aplicación móvil para información en tiempo real sobre rutas y horarios	Contratar a una empresa de desarrollo de software para crear la aplicación móvil	Unidad de Gestión y Control de los Servicios de Transporte	\$20,000 (desarrollo de la app)
Instalar pantallas de información en las principales paradas de autobús	Instalar pantallas LED en las paradas más concurridas mostrando tiempos de llegada en tiempo real	Gestión de Obras Públicas	\$30,000 (instalación de pantallas)
Crear un sitio web actualizado con toda la	Diseñar y lanzar un sitio web intuitivo y fácil de	Gestión de Servicios Municipales	\$10,000 (desarrollo y

información relevante del servicio	usar con toda la información del servicio	mantenimiento del sitio)
------------------------------------	---	--------------------------

Elaborado por: Hoyos, Saray

5. Establecimiento de un Sistema Efectivo de Gestión de Quejas y Sugerencias

Esta sección presenta acciones para implementar un sistema efectivo de gestión de quejas y sugerencias de los usuarios. Se sugiere la creación de un comité de mejora continua y la implementación de un sistema de respuesta rápida para abordar las preocupaciones de los usuarios de manera oportuna. Este sistema busca mostrar un compromiso genuino con la satisfacción del usuario y la mejora continua del servicio.

Tabla 30. Acciones para el establecimiento de un sistema de gestión de quejas y sugerencias

Acciones	Implementación	Responsable	Costos Aproximados
Implementar un sistema de respuesta rápida para quejas y sugerencias	Desarrollar un sistema de tickets para el seguimiento de quejas y sugerencias	Gestión de Servicios Municipales	\$8,000 (desarrollo del sistema)
Crear un comité de mejora continua que analice las quejas y sugerencias recibidas	Formar un comité con representantes de diferentes áreas del servicio	Concejo Municipal	\$2,000 (operación del comité)
Establecer un proceso de seguimiento y resolución de problemas reportados	Establecer plazos máximos de respuesta y resolución para diferentes tipos de problemas	Gestión de Servicios Municipales	\$5,000 (procesos de seguimiento)

Elaborado por: Hoyos, Saray

6. Mejora de la Relación Costo-Calidad

Esta sección se enfoca en optimizar la relación entre el costo y la calidad del servicio de transporte público. Las acciones propuestas incluyen la identificación de mejoras operativas para optimizar costos y la evaluación de un sistema de tarifas diferenciadas. Estas medidas están diseñadas para mejorar la percepción de valor del servicio por parte de los usuarios, asegurando que reciban un servicio de alta calidad a un costo razonable.

Tabla 31. Acciones para mejorar la relación calidad-costo

Acciones	Implementación	Responsable	Costos Aproximados
Realizar un estudio de costos y eficiencia del servicio	Contratar a una firma de consultoría para realizar un estudio exhaustivo de costos y eficiencia	Unidad de Gestión y Control de los Servicios de Transporte	\$15,000 (consultoría)
Implementar mejoras operativas para optimizar costos sin sacrificar calidad	Identificar e implementar mejoras operativas basadas en los resultados del estudio	Unidad de Gestión y Control de los Servicios de Transporte	\$10,000 (mejoras operativas)
Considerar la implementación de un sistema de tarifas diferenciadas	Evaluar la viabilidad de un sistema de tarifas diferenciadas (por ejemplo, tarifas reducidas en horas valle)	Unidad de Gestión y Control de los Servicios de Transporte	\$5,000 (evaluación y ajuste de tarifas)

Elaborado por: Hoyos, Saray

7. Presupuesto Total General

Tabla 32. Presupuesto general de la propuesta

Concepto	Costo Total
Optimización de la Puntualidad y Fiabilidad del Servicio	\$90 000
Mejora de la Atención al Cliente y Empatía del Personal	\$22 000
Incremento de la Accesibilidad	\$75 000
Mejora del Sistema de Información y Comunicación	\$60 000
Establecimiento de un Sistema Efectivo de Gestión de Quejas y Sugerencias	\$15 000
Mejora de la Relación Costo-Calidad	\$30 000
Presupuesto Total General	\$292 000

Elaborado por: Hoyos, Saray

8. Cronograma de implementación

Tabla 33. Cronograma mensual de implementación de propuesta

Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Implementar sistema de GPS						
Desarrollar software de gestión de flotas						
Establecer puntos de control						
Capacitar al personal						
Programa de capacitación						
Implementar sistema de evaluación						
Crear código de conducta						
Adaptar unidades de transporte						
Mejorar infraestructura de paradas						
Implementar anuncios de voz						
Desarrollar aplicación móvil						
Instalar pantallas informativas						
Crear sitio web						
Implementar sistema de respuesta rápida						
Crear comité de mejora continua						

Establecer proceso de seguimiento						
Estudio de costos y eficiencia						
Implementar mejoras operativas						
Evaluar sistema de tarifas diferenciadas						

Elaborado por: Hoyos, Saray

Este plan de acciones aborda las principales áreas de mejora identificadas en la encuesta y proporciona un enfoque integral para aumentar la satisfacción del usuario. La implementación de estas acciones requerirá una coordinación estrecha entre las autoridades de transporte, las empresas operadoras y otros stakeholders relevantes. Además, será crucial establecer métricas claras de seguimiento y evaluación para medir el impacto de estas acciones en la satisfacción del usuario a lo largo del tiempo.

CONCLUSIONES DE LA PROPUESTA:

- En relación con el objetivo general de incrementar la satisfacción de los usuarios del sistema de transporte público urbano de Riobamba, la propuesta presentada ofrece un enfoque integral y multifacético. Al abordar los aspectos críticos identificados en la investigación, como la puntualidad, la atención al cliente, la accesibilidad y la gestión de quejas, se espera lograr una mejora significativa en la percepción y experiencia general de los usuarios.
- Respecto al objetivo de optimizar la puntualidad y fiabilidad del servicio, la implementación de sistemas GPS y software de gestión de flotas representa un paso crucial. Estas medidas tecnológicas, combinadas con puntos de control físicos, permitirán un monitoreo en tiempo real y una gestión más eficiente de las rutas y horarios, abordando directamente uno de los problemas más acuciantes identificados en la encuesta.
- En cuanto a la mejora de la atención al cliente y la empatía del personal, el programa de capacitación propuesto, junto con el sistema de evaluación y reconocimiento, promete elevar significativamente la calidad de las interacciones entre el personal y los usuarios. Este aspecto es fundamental, ya que la encuesta reveló una percepción general negativa en este ámbito.

- El objetivo de incrementar la accesibilidad se aborda de manera completa con las propuestas de adaptación de unidades, mejora de infraestructura en paradas y la implementación de sistemas de anuncios de voz. Estas medidas no solo beneficiarán a las personas con movilidad reducida o discapacidades, sino que mejorarán la experiencia de todos los usuarios.
- La implementación de un sistema eficiente de información y comunicación se logra a través de la propuesta de desarrollo de una aplicación móvil, instalación de pantallas informativas y la creación de un sitio web actualizado. Estas herramientas abordarán directamente las deficiencias en la precisión y confiabilidad de la información sobre horarios y llegadas, un punto crítico identificado en la encuesta.
- El establecimiento de un mecanismo efectivo para la gestión de quejas y sugerencias, a través de un sistema de respuesta rápida y un comité de mejora continua, promete abordar la insatisfacción expresada por los usuarios en cuanto a la atención de sus reclamos. Este sistema no solo mejorará la resolución de problemas, sino que también aumentará la confianza de los usuarios en el servicio.
- Finalmente, la propuesta de mejorar la relación costo-calidad mediante un estudio de costos y eficiencia, así como la consideración de un sistema de tarifas diferenciadas, aborda la percepción de valor por parte de los usuarios. Esto es crucial, dado que un porcentaje significativo de encuestados consideraba que el costo del servicio no era justo en relación con la calidad recibida.

BIBLIOGRAFÍA

2. Rodríguez , D., Núñez, L., & Cáceres, A. (2010). ESTUDIO COMPARATIVO DE LA SATISFACCIÓN. *Investigación y Postgrado*, 25(1), 63-80.
3. Salazar, F., Centeno, N., & Jara, M. (2007). Satisfacción y calidad: análisis de la equivalencia o no de los términos. *Revista Gerencia y Políticas de Salud*, 31.
4. SANCHEZ, C., BASANTES, R., & VINUEZA, A. (2019). Un estudio de la calidad del servicio en restaurantes de mariscos (Ecuador). *Espacios*, 1-9.
5. Albán, Á., Alexandra, J., Rivera , S., & Martínez, M. (2018). CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI. *MEMORALIA*, 61-70.
6. Anierte, N. (28 de Octubre de 2020). *Servicios de calidad*. Obtenido de http://www.aniorte-nic.net/apunt_gest_serv_sanit_4.htm
7. ANT. (2018). AGENCIA NACIONAL DE TRANSITO.
8. Argüello, S., Villa, R., & Palahuachi, J. (2021). Historia y evolución de la gestión del transporte público urbano en la provincia de Chimborazo. *Aval ESPOCH*, 154.
9. Arias , J., & Bachmann, C. (2021). Evaluating the Role and Evolution of Factors Influencing Rapid Transit Planning in Ecuador. *Transportation Research Record*, 201–213.
10. Armstrong, G., & Kother, P. (2013). Fundamentos de marketing . *PEARSON EDUCACIÓN*, 10-11.
11. Bunge, M. (2009). *La ciencia, su método y su filosofía*. Siglo XXI Editores: p.12.
12. Cazorla, P. (2021). A holistic decision-making process to improve the productivity of public transportation in Cuenca-Ecuador. *Revista Politecnica*, 48(2), 33–42.
13. Cevallos, A., Barragan, E., Zalamea, E., & Serrano-Guerrero, X. (2022). Hydrogen capacity for use in public transportation using the excess electricity generated by photovoltaics from rooftops in the urban area of Cuenca, Ecuador. *Renewable Energy and Power Quality Journal*, 49–54.
14. Douglas , d. (2021). Historia del servicio al cliente hábitos y tecnologías. *Zendesk*.
15. Falcón, H., Tacoronte, D., & Cabrera, S. (2015). El transporte público urbano. *Criterio Libre*, 13(22), 201–224.

16. Fiallos, P. (2021). SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA EL TRANSPORTE PÚBLICO. *UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO*, 414.
17. Gamble, J., & Dávalos, C. (2019). Moving with masculine care in the city: Informal transit in Quito, Ecuador. . *City*, 23(2), 189–204.
18. Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 36-44.
19. Haro, F., Cordova, N., & Chong, T. (2016). Modelos de satisfacción: fundamentación teórica y criterios de aplicación. *INNOVA Research Journal*, 145–155.
20. Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2018). *Metodología de la investigación*. Mexico: (Vol. 4, pp. 310-386).
21. Huayamave, G., Haro, F., & Cordova, N. (2015). MODELOS DE SATISFACCIÓN: UNA ALTERNATIVA VIABLE PARA MEJORAR LA RELACION CON LOS CLIENTES. *GACETA SANSANA*, 58-74.
22. INEC. (2010). *Censo de Población y Vivienda 2010*. Quito: INEC.
23. Kotler, P. (2001). DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA. *PEARSON EDUCACIÓN*, 40-41.
24. Llamuca LLamuca, J. L., & Aguilar Miranda., G. J. (2019). Evaluación de la calidad del servicio de transporte. *Visionario Digital*, 21.
25. Oblitas , M. (2010). Satisfacción laboral, el empowerment y la calidad del servicio en la Municipalidad Provincial de Arequipa - 2010. *Universidad nacional de san Agustín*.
26. O'Brien, K. (2019). Puerta de la investigación. *Revista de la Asociación de Bibliotecas Médicas*, 3.
27. Oliver, R. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
28. ONU-Hábitat. (2015). Ciudades prósperas: Desarrollo urbano sostenible en un mundo en crecimiento. *Nairobi, Kenia*.
29. Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research (SERVQUAL). *Journal of Marketing*, 11.
30. Parasuraman, A., Leonard , L., & Zeithaml, V. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.

31. Prieto , J. (2017). Gestión de inventario y su relación en la rentabilidad de las MIPYMES de telecomunicaciones en el distrito de Los Olivos año 2016. *Universidad César Vallejo. Perú.*
32. Puentes , G. (2022). *GESTIÓN DEL DISEÑO DE INFORMACIÓN PARA EL SISTEMA DE TRANSPORTE*. Riobamba: (Trabajo de Titulación).
33. Quito, M. (2020). “NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO DEL . *UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA*, 111.
34. Ramirez, A., Arcentales, D., & Boero, A. (2018). Mitigation of Greenhouse Gas Emissions Through the Shift From Fossil Fuels to Electricity in the Mass Transport System in Guayaquil, Ecuador. *SME International Mechanical Engineering Congress and Exposition, Proceedings (IMECE)*, 1–7.
35. Riccio, M., Astudillo, B., & Vega, M. (2019). Análisis de percepción de la calidad del servicio al cliente en una agencia de telecomunicaciones. *Revista Compendium*, 130-147.
36. Sanchez, D., Sanchez, J., & Carrasco, D. (2014). Observatorio de Costes y Financiación del Transporte Urbano Colectivo: un programa de investigación. *ELSEVIER DOMA*, 8.
37. Sánchez, L. (2018). *DISEÑO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD EN BASE A LA NORMATIVA ISO 9001:2015, PARA LAS COOPERATIVAS DE TRANSPORTE PÚBLICO URBANO DEL CANTÓN RIOBAMBA - CASO COOPERATIVA DE TRANSPORTES PURUHÁ*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
38. Santillán, J., & Paucar, C. (2022). Análisis de la calidad de servicio en el transporte intracantonal del. *Tesla Revista Científica*, 19.
39. Subauste, R. (2013). Clima laboral en el área de atención al cliente de Emapa Cañete – 2013. San. *Universidad católica los Angeles de Chimbote. Cañete Perú.*
40. Thompson, I. (2006). La Satisfacción del Cliente. *promonegocios.net*, 6.
41. Verdú, C. (2013). 13 CARACTERÍSTICAS PERSONALES PARA EL ÉXITO EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE. *Clientelandia*.

ANEXOS

1. Matriz de consistencia

Formulación del problema	Objetivo General	Hipótesis General
¿Cómo la calidad del servicio incide en la satisfacción de los usuarios en el sistema de transporte público urbano de Riobamba?	Determinar como la calidad del servicio incide en la satisfacción de los usuarios en el sistema de transporte público urbano de Riobamba	
Problemas derivados	Objetivos Específicos	
<p>¿Cuál es la situación actual del sistema de transporte público, y cómo se puede evaluar la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios?</p> <p>¿Cómo se puede fundamentar teóricamente la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en el sistema de transporte público urbano de Riobamba?</p> <p>¿Qué estrategias de calidad de servicio se pueden proponer para optimizar la satisfacción del usuario en el sistema de transporte público urbano de Riobamba?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnosticar la situación actual del sistema de transporte público, evaluando la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios. • Fundamentar teóricamente la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios en el sistema de transporte público urbano de Riobamba. • Proponer estrategias de calidad de servicio que optimicen la satisfacción del usuario en el sistema de transporte público urbano de Riobamba 	<p>H₁: La calidad del servicio incide en la satisfacción del usuario en el sistema de transporte público urbano de Riobamba.</p> <p>H₀: La calidad del servicio no incide en la satisfacción del usuario en el sistema de transporte público urbano de Riobamba.</p>

Tabla 3. Matriz de consistencia

Fuente: Propia

Elaborado por: Hoyos, Saray

2. Matriz de operacionalización de variables

Variable independiente

Variable independiente: Calidad del servicio			
Concepto	Categoría	Indicadores	Técnicas e instrumentos
La calidad del servicio se refiere al grado en que un servicio satisface las necesidades y expectativas del cliente, y se caracteriza por la excelencia en términos de fiabilidad, accesibilidad, seguridad, cortesía, capacidad de respuesta y empatía (Kotler, Philip; Armstrong, Gary;, 2016)	Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> Nivel Cumplimiento del Horario Tiempo Medio de Retraso Nivel precisión de la Información de Horarios. 	Técnica: Encuesta
	Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> Número de Incidentes de Seguridad Reportados. Cantidad de Inspecciones de Seguridad Regularmente Realizadas. Número de Sistemas de Alerta y Emergencia 	
	Empatía	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de Amabilidad del Personal. Nivel de Adaptabilidad a las Necesidades Especiales. Tiempo de Respuesta a Quejas y Reclamaciones. 	Instrumento: Cuestionario de encuesta

Tabla 3. Matriz de consistencia

Fuente: Propia

Elaborado por: Hoyos, Saray

Variable dependiente

Variable dependiente: Satisfacción del usuario			
Concepto	Categoría	Indicadores	Técnicas e instrumentos
La satisfacción del usuario se refiere al grado en que las expectativas y necesidades de un individuo o grupo de individuos son cumplidas o superadas por un producto, servicio o experiencia específica, implica la evaluación subjetiva de la calidad y utilidad percibida de dicho producto, servicio o experiencia en relación con las expectativas previas (Kotler, Keller, Ang, Leong, & Tan, 2017).	Servicio	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de satisfacción con la actitud del personal. Tiempo promedio de respuesta a las consultas de los clientes. Grado de satisfacción con la personalización del servicio 	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario de encuesta</p>
	Calidad	<ul style="list-style-type: none"> Número de mantenimientos del transporte público. Número de servicios que cumplen con los estándares de calidad establecidos. Número de usuarios que encuentran fácil acceder y salir de los vehículos, especialmente para personas con movilidad reducida. 	
	Valor percibido	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de usuarios que consideran que el costo del servicio es justo en comparación con la calidad percibida. Porcentaje de usuarios que perciben que el transporte público contribuye positivamente a su calidad de vida al proporcionarles acceso a diferentes servicios y lugares. Porcentaje de usuarios que recomendarían el uso del transporte público a amigos, familiares u otras personas. 	

Tabla 3. Matriz de consistencia

Fuente: Propia

Elaborado por: Hoyos, Saray