

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL BENI**  
**“JOSÉ BALLIVIÁN”**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**GUAYARAMERÍN**



**PLAN DE ACCIÓN PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL**  
**SERVICIO DE LA TERMINAL TERRESTRE DE LA CIUDAD DE**  
**GUAYARAMERÍN**

**PROYECTO DE GRADO**

**UNIV. GLORIA ESTHEFANY URRESTI TERCEROS**  
**POSTULANTE**

**LIC. CARLOS ALBERTO BALCÁZAR YOMEYE**  
**TUTOR**

**GUAYARAMERÍN, SEPTIEMBRE DE 2020**

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios, por bendecirme con la vida, por guiarme a lo largo de mi existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Gracias a mi madre Carmen Justa Terceros Gutiérrez, por ser la promotora de mis sueños, por confiar y creer en mis expectativas, por los consejos, valores y principios que me ha inculcado.

Agradezco a mis docentes de la Carrera de Administración de Empresas Guayaramerín, de la Universidad Autónoma del Beni José Ballivian, por haber compartido sus conocimientos a lo largo mi preparación profesión, de manera especial, al Lic. Carlos Alberto Balcázar, tutor de mi proyecto de investigación quien ha guiado con su paciencia, y su rectitud como docente

Gloria Esthefany Urresti Terceros

## **Dedicatoria**

Este proyecto de grado, está dedicada a mi madre, quien me enseñó que el mejor conocimiento que se puede tener es el que se aprende por sí mismo.

También está dedicado a mi hijo Luis Daniel Guzmán Urresty, quien es el motor de todos mis logros.

Gloria Esthefany Urresti Terceros

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	1
CAPITULO I	
INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES .....	2
1.1. Introducción .....	2
1.2. Antecedentes.....	3
1.3. Situación probélimica .....	5
1.3.1. Formulación del problema .....	6
1.4. Metodología .....	6
1.4.1. Población y muestra .....	6
1.4.1.1. Población .....	6
1.4.2. Muestra.....	7
1.4.3. Métodos.....	8
1.4.3.1. Métodos teóricos .....	8
1.4.3.2. Métodos empíricos .....	9
• Observación.....	9
1.4.4. Técnicas.....	9
• Entrevista.....	9
• Encuesta.....	9
CAPITULO II	
JUSTIFICACIÓN .....	10
2.1. Justificación económica.....	10
2.2. Justificación teórica .....	10

2.3. Justificación social.....	11
CAPITULO III	
OBJETIVOS .....	12
3.1. Objetivo General.....	12
3.2. Objetivos específicos .....	12
CAPITULO IV	
REFERENCIA GEOGRÁFICA O LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....	13
4.1. Macro localización.....	13
Figura 4.1. Mapa de Bolivia .....	13
Figura 4.2. Mapa departamento del Beni.....	14
Figura 4.3. Mapa provincia Vaca Diez .....	15
4.2. Micro Localización .....	16
Figura 4.5. Ubicación de la terminal terrestre .....	16
CAPITULO V	
MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL .....	17
5.1. Marco Teórico.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1.1. La Planeación .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1.2. Diagnóstico .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1.3. Objetivos y prioridades .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1.4. Programas y estrategias.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1.5. Proyectos y acciones .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1.6. Metas e indicadores.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1.7. Seguimiento.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1.8. Evaluación.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

5.1.9.	Plan de acción .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1.10.	Calidad.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2.	Marco Conceptual.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2.1.	Atención .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2.2.	Servicio .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2.3.	Cultura.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2.4.	Calidad .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2.5.	Estrategia.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2.6.	Gerencia Del Servicio .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2.7.	Organización .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2.8.	Proceso .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2.9.	Momento de verdad.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## CAPITULO VI

DIAGNÓSTICO .....	32
6.1. Análisis situacional de la Terminal Terrestre Guayaramerín .....	32
6.2. Procedimiento del servicio de la Terminal Terrestre Guayaramerin .....	36
Primera fase: usuario primario, usuario transportador.....	36
Segunda Fase; usuario secundario, usuario pasajero .....	38
Tercera fase: usuario pasajero, usuario trasportador .....	39
6.3. Análisis de datos obtenidos.....	41
6.3.1. Entrevista al administrador de la Terminal Terrestre de Guayaramerín. ....	41
6.3.2. Encuestas de satisfacción a usuarios transportadores .....	42
Grafico 6.1.	
Facilidad de comunicación telefónica.....	42

Grafico 6.2.	
Amabilidad en la atención .....	43
Grafico 6.3.	
Disponibilidad de espacios .....	44
Grafico 6.4.	
Aseo de las instalaciones .....	45
Grafico 6.5.	
Atención y diligencia del personal.....	46
Grafico 6.6.	
Control de anuncios por altoparlantes .....	47
Grafico 6.7.	
Tiempo de espera en patios operativos .....	48
Grafico 6.8.	
Satisfacción del servicio de la terminal .....	49
Grafico 6.9.	
Infraestructura.....	50
6.3.3. Encuesta al usuario pasajero .....	50
Grafico 6.10.	
Facilidad de comunicación telefónica.....	51
Grafico 6.11.	
Amabilidad en la atención .....	52
Grafico 6.12. ....	53
Disponibilidad de espacios .....	53
Grafico 6.13. ....	54

Aseo de las instalaciones .....	54
Grafico 6.14.	
Atención y diligencia del personal.....	55
Grafico 6.15.	
Control de anuncios por altoparlantes .....	56
Grafico 6.16.	
Tiempo de espera en patios operativos .....	57
Grafico 6.17.	
Satisfacción del servicio de la terminal .....	58
Grafico 6.18.	
Infraestructura .....	59
6.4. Análisis FODA .....	59
6.4.1. Matriz FODA	
Cuadro 6.1	
Matriz FODA Terminal Terrestre Guayaramerín .....	60
Estrategias .....	60
Estrategias Defensiva.....	61
Estrategias Ofensiva .....	61
Estrategia Adaptativa y de Supervivencia .....	61
<b>CAPITULO VII</b>	
<b>CUERPO CENTRAL DE LA PROPUESTA.....</b>	<b>62</b>
7.1. Plan de acción .....	62
7.1.1. Aspectos Administrativos .....	62
7.1.1.1. Política de Gestión del Servicio .....	62



7.1.1.1. Misión .....	62
7.1.1.2. Visión .....	63
7.1.1.3. Objetivos.....	63
• General .....	63
• Específicos.....	63
7.1.1.4. Estrategia de Servicio .....	64
7.1.1.4.1. Objetivo .....	64
7.1.1.5. Momentos de verdad .....	64
7.1.1.5.1. Con relación al servicio .....	64
7.1.1.5.2. Con relación al personal .....	65
7.1.1.6. Con relación al ambiente físico .....	66
7.1.1.7. Etapas del plan de acción .....	67
Definición de objetivos .....	67
Definición de estrategias.....	68
Planteamiento de tareas .....	69
7.2. Aspectos económicos y financieros .....	48
7.2.1. Cronograma del plan de acción.....	48
Cuadro 7.1. Cronograma del plan de acción.....	48
 CAPITULO VIII	
EVALUACION DEL PROYECTO .....	53
 CAPITULO IX	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	54
9.1. Conclusiones.....	54
9.2. Recomendaciones .....	55

CAPITULO X

CRONOGRAMA.....57

Cuadro 10.1. Cronograma.....57

Bibliografía .....60

ANEXO A. ENTREVISTA AL ADMINISTRADOR DE LA TERMINAL TERRESTRE GUAYARAMERÍN

ANEXO B

ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN USUARIO TRANSPORTADOR

ANEXO C. ENCUESTA USUARIO PASAJERO

## RESUMEN

En la investigación realizada correspondiente al Plan de acción para mejorar la calidad del servicio de la Terminal Terrestre de la ciudad de Guayaramerín, se trabajó con tres tipos de poblaciones; Administrador de la Terminal, usuario transportista en un total de seis, y usuarios pasajeros con una muestra de 370. A los cuales se le aplicó una encuesta de percepción de la satisfacción de usuario. Lo cual permitió conocer las características que dicho plan debe tener, las cuales son: un objetivo claro, conciso y medible. Vale mencionar que no podemos iniciar un plan de acción si no sabemos lo que queremos lograr con él ni en cuanto tiempo. Por otra parte, se plantearon las estrategias, que debe mostrar el camino que se seguirá durante el desarrollo y ejecución del plan de acción. Con todos estos elementos se procedió a la elaboración del plan de acción, donde cada responsable ya sabe las tareas que debe llevar a cabo para cumplir las estrategias planteadas y lograr el objetivo final del plan de acción. Para la implementación del plan se requirió de la realización de un diagnóstico sobre las capacidades en los diferentes niveles que proporcione valiosos insumos para la ejecución de las componentes y líneas de acción contenidas en el plan de acción para operativizar el trabajo en sinergias.

# CAPITULO I

## INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES

### **1.1. Introducción**

Este trabajo tiene como objetivo detectar las condiciones actuales bajo las cuales se está prestando el servicio en la terminal terrestre de Guayaramerin, con el fin de establecer la estrategia en la cual los objetivos de la organización estarán direccionados a la creación de una cultura orientada hacia el servicio y la satisfacción total del cliente.

El servicio al cliente ha sido un tema con un nivel de interés alto en las organizaciones durante los últimos años, debido a los cambios en las necesidades de los usuarios y clientes y también con la aparición cada vez más fuerte del fenómeno de la competitividad global.

Esto ha llevado a que sean analizadas una serie de variables con respecto al cliente que contribuyan a un mayor fortalecimiento y crecimiento en las relaciones comerciales, de servicio o satisfacción del cliente.

Este enfoque como tal trasciende de lo que inicialmente ha sido el triángulo del servicio, buscando con esto pasar de una actividad de orden transaccional a una estructura mental de servicio y beneficio mutuo.

Al respecto ha sido necesario el abordaje de diferentes variables que inciden en una cultura centrada en el servicio al cliente tales como: Servicio al cliente, cultura organizacional, comunicación organizacional, momentos de verdad en el servicio al cliente, gerencia del servicio, comportamiento del consumidor, calidad del servicio, mejoramiento continuo y mecanismos de medición y seguimiento, que permitan visualizar el panorama desde la perspectiva de este enfoque de satisfacción al cliente

Este trabajo tiene como propósito detectar las condiciones actuales bajo las cuales se está prestando el servicio en la terminal de Guayaramerín, con el fin de establecer la estrategia en la cual los objetivos de la organización estarán direccionados a la creación de una cultura orientada hacia el servicio y la satisfacción total del cliente, lo que será plasmado en un plan de acción.

## **1.2. Antecedentes**

Villasmil & Isea, (2017), realizaron su tesis de grado denominada: “Plan de acción para el mejoramiento de los talleres ofrecidos en la casa don bosco de valencia: una propuesta” desarrollada en la Universidad Nacional Experimental “Francisco de Miranda”, Colombia. Llegando a las siguiente conclusiones: La investigación propone un plan de acción para el mejoramiento de la calidad de los talleres ofrecidos en la casa Don Bosco de Valencia con énfasis en la creatividad y en la valoración al trabajo. La investigación se realizó a través del modelo de proyecto factible, sustentado en un diagnóstico de la realidad por medio de un estudio de campo de nivel descriptivo, con enfoque cualitativo de tipo etnográfico, el cual permitió diagnosticar la necesidad de organización y sistematización de los talleres ofrecidos por la Casa Don Bosco de Valencia en las horas libres. Para la recolección de la información, se aplicaron tres instrumentos a 8 instructores y 100 alumnos, que al compararlos a través de una triangulación, permitieron observar las principales dificultades organizativas de los talleres observándose que el problema central que se evidencia es la falta de gerencia lo cual ocasiona que no estén logrando sus objetivos principales como son los de capacitar individuos que cuenten con las herramientas necesarias para defenderse en la vida, y a la vez, formarlos como buenos cristianos y honrados ciudadanos.

Medina & Mejias, (2013) realizaron su tesis de grado denominada: “Diseño de un plan de accion para la mejora del proceso productivo dce una empresa embotelladora de agua mineral, ubicada en el estado de Miranda” desarrollada en la Universidad Andres Bello”, Colombia. Llegando a las siguiente conclusiones: Se definió el problema a resolver:

Aumento de producción y aprovechamiento de horas sin producción, que llegan a superar el 50% del tiempo de trabajo diario. Se analizó el comportamiento de paradas por áreas de producción para observar donde se genera más tiempo perdido. Se pudo dar un nivel de importancia a esas paradas según los tiempos perdidos de producción durante dichas paradas. De esa forma se identificaron como las paradas más críticas el vaciado del tanque, los tiempos de cambios de formato para producir, problemas en la máquina posicionadora y la falla de los moldes (rompimiento de tornillos) en las máquinas sopladoras de botellas. Esas actividades críticas en conjunto más de 11 días de falta de producción, lo que genera bajas en los ingresos de la empresa y de igual forma disminuyen las cantidades de cajas solicitadas por los distribuidores afectando a los clientes finales. Existen fallas en la supervisión y evaluación de la información escrita al final de cada turno. Esto genera problemas de conteo de cantidades procesadas de etiquetas, tapas y botellas. A pesar de que algunas no se reflejan en las pantallas de las máquinas donde son procesadas, o en el inkjet, sea el caso, la información puede ser más precisa para controlar las cantidades de desperdicios que puedan aprovecharse fuera de las actividades de producción. La solución de problemas en las máquinas se deja en mano del único mecánico presente en la planta, lo que hace que los tiempos muertos sean muy altos. El tanque existente actualmente tiene capacidad suficiente (6000 l) para suministrar el agua a los procesos de llenado, manteniendo la velocidad de extracción del agua del pozo de aproximadamente 1.2 l/s. La causa de detener la producción por el vaciado del tanque se debe a problemas no evaluados anteriormente en el pozo directamente. Para la solución de los problemas antes mencionados se elaboraron distintas propuestas a lo largo del trabajo: Elaborar manuales y adiestramiento en conjunto para disminuir tiempos de cambios de formato (de 5 horas y 3 horas), que representan más de un 20% de los tiempos sin producción, y coordinar el funcionamiento de las máquinas para trabajar a la máxima capacidad posible y sustituir piezas de otros materiales más resistentes para evitar los quiebres y rupturas que ocasionan paradas no programadas. La inversión que tiene que realizar la empresa sería de alrededor de 120,000.00 Bs, monto este último que, una vez implementadas controladamente las propuestas, puede ser recuperado entre 3 y 4 días de producción

(solo de ingresos adicionales), generándose además un promedio de 38,000 Bs diarios por encima de la situación actual. Esto de igual forma le permite a la empresa aumentar la capacidad de producción hasta en un 60% y por lo tanto disponer de capacidad para atender a nuevos clientes y nuevas zonas de despacho.

### **1.3. Situación probélimica**

La Terminal Terrestre de la ciudad de Guayaramerín es una entidad de carácter público que tiene como objetivo principal prestar servicios de alquiler a las empresas transportadoras y a empresas que se dedican a la actividad comercial.

Se detecta que el panorama actual de la terminal terrestre de Guayaramerín, está marcado por el deficiente servicio que se presta por parte de las empresas transportadoras y entidades dedicadas a la actividad comercial (cafeterías y almacenes).

Estas no cuentan con un modelo de servicio acorde a lo que se requiere para entender como objeto principal del servicio, el usuario, que frecuenta con regularidad la terminal terrestre.

Adicional a esto no se cuenta con instalaciones físicas adecuadas como rampas para discapacitados, las relaciones de manera directa y telefónica que se manejan entre las empresas transportadoras y el usuario pasajero no son las mejores conllevando lo anterior a un alto deterioro del servicio que no genera ningún valor agregado al usuario, se aprecia que el personal contratado por las empresas transportadoras no es el más competente, se refleja en el personal la poca capacitación que reciben para estar allí desempeñando cargos de relación directa con el usuario.

El sistema para la recepción y respuestas a las quejas y reclamos no son tomados como elemento de investigación y retroalimentación, las alternativas y espacios para las personas que manejan largos tiempos de espera son totalmente reducidas.

Se evidencia poco el servicio de seguridad, el servicio ofrecido por parte del personal de los baños, locaciones en general y el acceso a necesidades de tipo complementarias.

La terminal de Guayaramerín se está reduciendo a espacios ocupados por buses pero no a la centralidad que integre los servicios que requiere el usuario, con celeridad, costo – beneficio y seguridad, estos son elementos que es necesario diferenciarlos, abordarlos y darles solución.

### **1.3.1. Formulación del problema**

Por lo expuesto en el acápite anterior se evidencia la necesidad de elaborar un plan de acción para mejorar el servicio en la terminal terrestre de la ciudad de Guayaramerín.

## **1.4. Metodología**

Para la elaboración del presente proyecto se utilizaron los siguientes métodos y técnicas de investigación.

### **1.4.1. Población y muestra**

#### **1.4.1.1. Población**

El estudio consta de tres poblaciones, a saber:

- **Población 1:** Personal Administrativo de la Terminal Terrestre de Guayaramerín. El personal administrativo está conformado por un administrador, tres encargados de limpieza y un sereno. Haciendo un total de cinco personas.
- **Población 2:** Usuario transportador de la Terminal Terrestre de Guayaramerín. Los usuarios transportadores de la terminal terrestre de Guayaramerín son :



- Flotas: Yungueña, Unificado, Vaca Diez, 1ro. De Mayo.
- Autos: Vaca Diez, 8 de Diciembre.

Hacen un total de 6 usuarios trasportadores.

- **Población 3:** Usuario Pasajero, de la Terminal Terrestre de Guayaramerín.

De acuerdo a registros históricos que cursan en la terminal de trasporte terrestre de Guayaramerín, se tiene un promedio anual de 27,375 pasajeros.

#### 1.4.2. Muestra

- Para el personal administrativo de la Terminal Terrestre de Guayaramerín, solo se tomara en cuenta al Administrador.
- Para los usuarios trasportadores de la terminal, se trabajó con toda la población, ya que su número es reducido. No se necesita muestra.
- Para los usuarios pasajeros:

De acuerdo a registros que cursan en la administración de la Terminal Terrestre de la ciudad de Guayaramerin, los pasajeros que hicieron uso del servicio en la gestión 2019, fueron 27,375.

Se calculó la muestra, con un 95% de nivel de confianza y un margen de error del 5%, con un 50% de probabilidad de éxito y un 50% de probabilidad de fracaso, se utilizó la fórmula para poblaciones. De acuerdo al siguiente detalle.

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

Donde:

N = 27,375 pasajeros (Población)

Z $\alpha$  = 95 % = 1,96

p = 50 % = 0.50

q = 50 % = 0.50

e = 5 % = 0,05

Entonces: **n = 370 (Tamaño de la muestra)**

### **1.4.3. Métodos**

El presente proyecto de investigación emplea los métodos teóricos y empíricos.

#### **1.4.3.1. Métodos teóricos**

Los métodos teóricos permitieron descubrir en el objeto de la investigación las relaciones esenciales y las cualidades fundamentales, no detectables de manera sensorial.

Por ello se utilizó los procesos de abstracción, análisis, síntesis, inducción y deducción.

- Análisis: se utilizó el análisis para identificar los componentes del problema, para separarlos y examinarlos y lograr acceder a sus principios más elementales.
- Síntesis: la síntesis se utilizó para realizar una descripción abreviada de los contenidos más importantes del problema.

- **Inducción:** la utilización de este método consistió en observar las circunstancias particulares y a partir de ellas generar una conclusión general.
- **Deducción:** se partió de una aseveración general para llegar a una aseveración particular de la problemática de estudio.

También se utilizó el método histórico para caracterizar el problema en sus aspectos más externos, a través de la evolución y desarrollo histórico del mismo.

#### **1.4.3.2. Métodos empíricos**

- **Observación**

El método de la observación, se empleó para identificar el problema a estudiar sus causas y efectos, las dificultades y falencias que existe para realizar un plan de acción para la Terminal Terrestre de Guayaramerín.

#### **1.4.4. Técnicas**

- **Entrevista**

Esta técnica se aplicó al Administrador de la Terminal Terrestre de Guayaramerín, para recopilar información necesaria para la realización del presente trabajo.

- **Encuesta**

Las encuestas fueron dirigidas a usuarios de la Terminal Terrestre de Guayaramerín: a responsables de cada empresa transportadora y a la muestra estimada de pasajeros.

## **CAPITULO II**

### **JUSTIFICACIÓN**

Actualmente las organizaciones están en constante cambio y evolución, debido a las exigencias de los clientes, usuarios, la poca fidelización por parte de estos, el mercado, la competencia; ocasionando esto que las empresas busquen nuevas alternativas que permitan cautivar nuevos clientes y mantener satisfechos los clientes actuales.

En tiempos atrás la cultura de las empresas se centraba en producir y vender, sin importar la satisfacción del cliente, donde lo más importante eran los valores y creencias individuales, hoy se presenta un enfoque diferente donde el cliente empieza a ser el eje central y el sistema de la compañía cambia para ofrecer un excelente servicio.

#### **2.1. Justificación económica**

Este trabajo tiene como propósito estructurar un plan de acción para la terminal terrestre de la ciudad de Guayaramerín, con el que se espera fundamentar, relacionar y construir los procesos inherentes a un modelo de servicio que opere desde las particularidades de dichas empresas con el cubrimientos de necesidades y expectativas del usuario transportador y usuario pasajero.

Con la propuesta planteada orientada a crear un modelo de servicio lo que se busca es identificar factores críticos de competitividad y momentos de verdad que aún no se les ha dado el tratamiento adecuado y pertinente para mejorar el deficiente servicio ofrecido por las empresas transportadoras en la Terminal Terrestre Guayaramerín.

#### **2.2. Justificación teórica**

Este modelo de servicio sirve como instrumento o medio para reorientar a las empresas transportadoras hacia la entrega de un mejor servicio centrado en el usuario

transportador y usuario pasajero, no solo en venta y comercialización de tiquetes de viaje como en la actualidad suele hacerse. De esta manera se da uso a la teoría expuesta en el marco teórico del presente estudio.

### **2.3. Justificación social**

Todo lo anterior es motivado por la necesidad de fomentar una cultura del servicio y la atención en las empresas transportadoras que operan desde la Terminal Terrestre Guayaramerín y de esta manera ofrecer momentos de verdad que sean relevantes y se concentre en generar una experiencia agradable que vaya más allá de las expectativas del usuario transportador y usuario pasajero. Convirtiéndose la propuesta en un aporte a la comunidad que labora y hace uso de los servicios de la terminal terrestre de Guayaramerin.

## **CAPITULO III**

### **OBJETIVOS**

Los objetivos del proyecto de grado se detallan a continuación:

#### **3.1. Objetivo General**

Elaborar un Plan de Acción para mejorar la calidad del servicio de la Terminal de Terrestre de la ciudad de Guayaramerín.

#### **3.2. Objetivos específicos**

- Elaborar un diagnóstico de la situación actual de la Terminal Terrestre de Guayaramerin.
- Definir los objetivos del plan de acción de la Terminal Terrestre de Guayaramerin.
- Detallar las estrategias del plan de acción de la Terminal Terrestre de Guayaramerin.
- Plantear tareas del plan de acción de la Terminal Terrestre de Guayaramerin.
- Designar responsables de cada tarea del plan de acción de la Terminal Terrestre de Guayaramerin.
- Evaluar el plan de acción de la Terminal Terrestre de Guayaramerin.

## CAPITULO IV

### REFERENCIA GEOGRÁFICA O LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

#### 4.1. Macro localización

La Terminal Terrestre Guayaramerín, se encuentra ubicada en el estado plurinacional de Bolivia.

Estado Plurinacional de Bolivia se encuentra en el hemisferio sur del planeta y al oeste del Meridiano de Greenwich por lo tanto tiene latitud sur y longitud occidental. Bolivia es considerada el centro de Sudamérica, estando el centro geográfico del país en el área de Puerto Estrella sobre el río Grande en el Departamento de Santa Cruz, en la provincia Ñuflo de Chávez. Bolivia está conformada por una superficie de 1 098 581 km<sup>2</sup>. Los puntos extremos de Bolivia son: Latitud Sur: 1480 km, Mínima: 9°40'07" Manoa en el Departamento de Pando, en la confluencia de los ríos Madera y Abuná. Máxima: 22°54'12" Cerro Guayaques, en el Departamento de Potosí. Longitud Occidental: 1295 km, Mínima: 57°25'05" Buen Fin en el Departamento de Santa Cruz. Máxima: 69°38'23" Cerro Mauripalca en el Departamento de La Paz.

**Figura 4.1. Mapa de Bolivia**

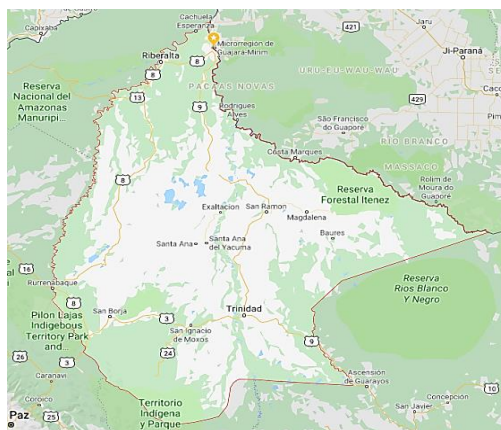


Fuente: Google maps.

En el Departamento del Beni:

Beni es uno de los nueve departamentos que conforman el Estado Plurinacional de Bolivia. Su capital es Trinidad. Está ubicado en el centro norte del país, limitando al norte con Brasil, al este con Santa Cruz, al sur con Cochabamba, al oeste con La Paz y al noroeste con Pando. Con una superficie territorial de 213.564 km<sup>2</sup>, Beni es el segundo departamento más extenso de Bolivia.

**Figura 4.2. Mapa departamento del Beni**



Fuente Google maps





## 4.2. Micro Localización

La Terminal Terrestre de Guayaramerin, se encuentra ubicada en la calle 20, entre la Avenida Alto de la Alianza y Calle Oruro

**Figura 4.5. Ubicación de la terminal terrestre**



Fuente: Google maps

## **CAPITULO V**

### **MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL**

#### **5.1. Marco Teórico**

##### **5.1.1. La Planeación**

El ejercicio de Planeación implica la definición de objetivos y estrategias para alcanzar el o los objetivos deseados, la identificación de las acciones y de los pasos o mecanismos para alcanzar los objetivos trazados. (Armijo, 2011, p.45)

Para realizar un ejercicio de planeación se requiere también de la claridad de objetivos, del orden de prioridad que se les asigne, de la definición de las estrategias factibles y de los medios concretos para conseguir los objetivos, así como de un horizonte temporal para alcanzarlos. (Mintzerberg, Quinn, & Voyer, 1997,p.68)

La Planeación parte de un nivel superior de dirección y control, pero puede ser desarrollada por cada parte o unidad ejecutora de la operación. (Albavera, 2003,p.89)

La planeación puede ser asumida como un método en el que se sistematizan las bases de actuación para identificar objetivos, prioridades y mecanismos de acción que acompañan y fundamentan la toma de decisiones. (Ortegon, 2005,p65)

Una característica de la planeación es que da paso a la posibilidad de definir metas precisas así como los mecanismos de seguimiento y evaluación por medio de la definición de un conjunto de indicadores. (Reyes, 2012,p.36)

Los énfasis de la planeación pueden recaer en distintos aspectos como son los normativos, los operativos, o bien en los que centran su atención en la manera de

alcanzar o llegar al cumplimiento de los objetivos en un futuro deseado. (Lira, 2006.p.96)

En todo caso, la planeación necesita impulsar un proceso de elaboración de diagnósticos y análisis, la definición de objetivos y prioridades, el diseño de las posibles vías de acción factibles, la puesta en marcha de las mismas, el proceso de seguimiento y, finalmente, la evaluación del proceso. (Cifuentes, 2014,p.85)

El proceso de planeación tiene como objetivo conformar un Plan general de actividades que permita alcanzar metas previamente definidas. (Ortegon, 2005,p.56)

El Plan debe considerar las orientaciones generales sobre las que actuará la administración responsable incluyendo las condiciones externas, internas, técnicas y políticas, en las que habrá de desenvolverse su gestión. (Armijo, 2011,p.54)

El Plan traza una ruta ideal de trabajo, el curso de acción con el que se pretende resolver problemas y alcanzar nuevas metas. Junto con la definición de los objetivos a alcanzar, es igualmente importante establecer las etapas del Plan, su duración y horizonte temporal (Reyes, 2012,p.37)

Para ello se requiere contemplar los siguientes elementos:

- Diagnóstico
- Objetivos y prioridades
- Estrategias y programas
- Proyectos y acciones

- Metas e indicadores
- Seguimiento
- Evaluación

### **5.1.2. Diagnóstico**

Se trata de la revisión de todos los aspectos de la institución, su trayectoria, logros e insuficiencias, así como del análisis de cómo está funcionando hoy y si esto es compatible con la nueva propuesta que se quiere impulsar y con las nuevas exigencias académicas y laborales de la sociedad. (Armijo, 2011,p.68)

El diagnóstico conforma un panorama general que permite evaluar lo que hay que cambiar y en qué sentido, así como los aspectos que deben continuar desarrollándose. (Albavera, 2003,p.65)

El diagnóstico es importante pues sintetiza la información relevante que no sólo permite identificar lo que funciona bien y lo que funciona mal, es sobre todo el punto de partida para definir el proceso de cambios que es conveniente impulsar. (Armijo, 2011,p.78)

A partir del diagnóstico se construyen las propuestas de cambio y mejoramiento en el ámbito de la academia, de la investigación, de la difusión y de la administración. (Albavera, 2003,p.56)

Un buen diagnóstico es importante para orientar la definición de objetivos y de las acciones a seguir. (Albavera, 2003,p.90)

El diagnóstico debe considerar una visión integral y de cada una de las partes sustantivas de la institución.

Una visión integral debe remitirnos al análisis del entorno y de la incidencia que se tiene en él; asimismo, debe considerar el análisis de la situación interna identificando, actores, áreas, procesos, recursos y productos de la actividad institucional (Ortegon, 2005,p.54)

El diagnóstico debe contribuir a responder a cuestiones como:

- Qué papel juega la institución en el entorno económico y social
- En qué medida la institución responde a las necesidades de la sociedad
- Cómo se identifica la institución con su población objetivo

Cuál es el estado o cómo se califica el desempeño de la institución en términos de sus funciones sustantivas

- Qué exigencias y problemas enfrenta la institución
- Qué exigencias y problemas enfrentan las diversas áreas de la institución
- Qué debe cambiar y por qué
- Qué pasa si no se actúa
- Qué hacer
- Por dónde empezar (Ortegon, 2005,p.69)

La finalidad del diagnóstico es tener una visión realista de la institución para definir los cambios o mejoras que es necesario impulsar y con ello construir un plan de acción que permita alcanzar los objetivos deseados. (Armijo, 2011,p.43)

### **5.1.3. Objetivos y prioridades**

Los objetivos de la institución muchas veces están definidos en términos generales en el marco jurídico que le dio origen; no obstante, es importante que esto se refleje en los objetivos académicos, de investigación, difusión y administración que se propongan y que, al mismo tiempo, expresen la óptica de la administración en turno. (Cifuentes, 2014,p.56)

A partir del diagnóstico se cuenta con un panorama de la problemática general y particular de la institución, lo que conduce a la elaboración de propuestas para corregir lo que funciona mal, lo que ya resulta inadecuado -dado el cambio en el entorno socioeconómico- o bien, lo que hay que profundizar para dar mejores resultados. (Armijo, 2011,p.67)

Es con un buen diagnóstico como se puede avanzar para delinear una serie de objetivos y la ruta o plan de trabajo para alcanzarlos. De esta manera, se deben entender los objetivos generales y particulares como el fin que se quiere alcanzar dado el conjunto de acciones que se irán desarrollando a lo largo de la ruta de trabajo. (Albavera, 2003,p.42)

Los objetivos constituyen lo que se quiere alcanzar, la solución de los problemas detectados, la situación en que deberá encontrarse la institución una vez cumplidas las estrategias y acciones propuestas. (Armijo, 2011,p.90)

Los objetivos también deben expresarse como metas, es decir como propósitos cuantificables, los cuales podrán ser seguidos en su evolución a lo largo del proceso de cambio. (Armijo, 2011,p.91)

#### **5.1.4. Programas y estrategias**

La estrategia es equiparable a los programas generales, institucionales o de desarrollo. La estrategia no es más que el plan de acción a seguir; se trata del cómo crear las mejores condiciones para lograr los objetivos; es el proceso que envuelve a las acciones específicas que habrán de desarrollarse. (Armijo, 2011,p.96)

Sin estrategia se corre el riesgo de adoptar decisiones o impulsar acciones específicas de manera desarticulada que a la postre impidan el desarrollo correcto del proceso. (Armijo, 2011,p.96)

La estrategia también es un mecanismo que debe retomar y combinar los aspectos técnicos y políticos del proceso de cambio. Por un lado se establecen las orientaciones generales que deben guiar la definición de las acciones técnicas específicas; por otro, propone el esquema general de negociación con los diferentes actores involucrados. (Reyes, 2012,p.78)

Cabe mencionar que la estrategia para ser viable y efectiva no puede descuidar ninguno de los dos aspectos. La estrategia general, también puede descomponerse en las estrategias específicas para el logro de las metas de un área o función. (Albavera, 2003,p.89)

#### **5.1.5. Proyectos y acciones**

Los proyectos contemplan el conjunto de actividades relacionadas que habrán de ejecutarse, en el marco de la estrategia para irse acercando al cumplimiento de los objetivos. (Armijo, 2011,p.101)

Las acciones son el conjunto de procedimientos específicos a desarrollar; se trata del qué hacer en concreto, en un determinado tiempo y lugar. (Albavera, 2003,p.89)



Para realizar las acciones y concretar los proyectos, es necesario contar con mecanismos e instrumentos de acción; es el con qué hacer las cosas, lo cual va ligado también a la definición de responsabilidades específicas de los ejecutores u operadores. (Ortegon, 2005,p.46)

#### **5.1.6. Metas e indicadores**

Las metas son la expresión mensurable de los objetivos del plan pero sobretodo expresan puntualmente los compromisos de la institución.

Las metas son la parte más visible del plan y son la referencia inmediata para calificar el grado de avance y cumplimiento de los compromisos institucionales. (Albavera, 2003,p.64)

Los indicadores son los parámetros y variables que se modificarán conforme el desarrollo del plan, por lo que son los elementos que permiten cuantificar el grado de cumplimiento del plan. (Armijo, 2011,p.104)

Los indicadores son el corazón del plan, a través de ellos se mide la evolución del plan, su eficacia y eficiencia, su ritmo, la viabilidad de las metas y, al final, su éxito o fracaso. (Cifuentes, 2014,p.84)

Metas e indicadores son el insumo estratégico para seguir y evaluar la capacidad de los ejecutores para cumplir con los objetivos, así como también los problemas de diseño del mismo plan. (Cristopher & Ballantune, 1994,p.54)

A partir de la definición de indicadores se pueden revisar y ajustar con precisión las metas que se pretende alcanzar. (Cifuentes, 2014,p.98)

Establecido con claridad un indicador, sea en términos absolutos o relativos, se pueden precisar las metas con las que se podrá evaluar si el objetivo se cumplió o no, si se está en tiempo de alcanzarlo o no, o si de plano será imposible obtener dicho logro.

Un elemento paralelo es la identificación de periodos y etapas de cumplimiento para llegar al objetivo final, lo que se traduce en la definición de los cronogramas o calendarios de ejecución. (Armijo, 2011,p.112)

### **5.1.7. Seguimiento**

Conocidos los propósitos, objetivos, metas, indicadores y responsables de la ejecución de cada parte del plan, es necesario establecer el mecanismo de seguimiento del proceso. Se trata de contar con la opción de supervisar el avance o, en su caso, los problemas que registre el desarrollo del plan en su ejecución. (Armijo, 2011,p.123)

El Seguimiento es también una opción para responder a imprevistos o cambios en las condiciones o el entorno esperados y le da a los ejecutores del plan la capacidad para corregir y ajustar oportunamente los procesos y acciones desarrolladas. (Albavera, 2003)  
El proceso de seguimiento exige la definición de parámetros de referencia para cada etapa del plan, con los que se podrá calificar el desempeño de cada área ejecutora de las acciones y programas del plan. (Pascual, 2005,p.12)

Además, se requiere de la definición precisa de la autoridad encargada de supervisar el desarrollo del Plan. Puede ser un área específica o un comité de los directamente involucrados en la dirección del proceso de planeación. Esta tarea debe ser sistemática y cotidiana. (Duke, 2005,p.58)

### **5.1.8. Evaluación**

Una vez que se ha desarrollado una parte sustantiva del plan, es imprescindible emprender la evaluación del mismo. (Armijo, 2011,p.117)

A diferencia del seguimiento, la evaluación contempla un análisis de los resultados, impactos y trascendencia del plan por la vía de la evaluación de impacto, de resultados, de desempeño, externa, etc. (Reyes, 2012,p.67)

La Evaluación permite calificar, con una visión de mediano plazo, e incluso en retrospectiva, si el plan y los objetivos cubiertos se corresponden con las necesidades que las funciones sustantivas de la institución deben atender. (Armijo, 2011,p.117)

La finalidad de la Evaluación es analizar si el diseño, objetivos y resultados del plan fueron los adecuados, para que a partir de ahí se puedan redefinir, en su caso, lineamientos, objetivos y acciones. (Albavera, 2003,p25)

### **5.1.9. Plan de acción**

El plan de acción es un instrumento de planificación que ayuda a trazar la ruta que se debe seguir el para alcanzar los objetivos. Permite decidir con anticipación las actividades que se deberán realizar, cómo se realizarán, en qué periodo de tiempo se harán, quiénes serán los responsables de su cumplimiento y la forma en la que se evaluarán los resultados. (Ortegon, 2005,p.45)

### **5.1.10. Calidad**

La calidad es un término que todos los consumidores entienden pero que difícilmente pueden definir, por lo general se asume por calidad cuando un producto, o servicio, cumple con las funciones o desempeño para el cual fue diseñado o creado. Dentro de

este contexto, la calidad es un término relativo multidimensional que supone acepciones diferentes, tanto en el tiempo, como en función de quien lo utilice, pues implica el necesario juicio de valor individual y colectivo.

Para Colmenares & Saavedra, (2007), la calidad en un producto o marca “es el conjunto de los requisitos técnicos y psicológicos que debe reunir para cumplir con el papel satisfactorio en el mercado”. Cabe destacar que la calidad en la actualidad también se percibe en el precio y los canales de distribución escogidos.(p.78)

Al respecto Christopher & Ballantune, (1994), define la calidad como la totalidad de los rasgos y características de un producto o servicio respecto de su capacidad para satisfacer las necesidades establecidas o implícitas. La calidad está basada en la experiencia real del cliente con el producto o servicio, medida contra sus requisitos definidos o tácitos consientes o solo percibidos u operacionales técnicamente o por completo subjetivos y siempre representa un objetivo móvil en el mercado competitivo.(p.67)

Bitner, (1990) consideran la calidad percibida como un controvertido concepto en la literatura de marketing de servicios, y se identifica con un juicio personal y subjetivo que el consumidor emite sobre la excelencia o superioridad de un servicio o compañía. Es una forma de actitud formada a partir de evaluaciones cognitivas y afectivas del individuo en su relación con la organización.(p.45)

Con frecuencia, señalan Schiffman & Lazar, (2001) los consumidores juzgan la calidad de un producto o servicio tomando como base las diferentes señales de información que han llegado a asociar con dicho producto. Algunas de esas señales se refieren a características intrínsecas del producto o servicio mismo (color, tamaño, sabor, aroma, decoración, ambiente, atención), otras son de carácter extrínseco (precio, publicidad, entorno cultural). Por si solas o en combinación, esas señales proporcionan la base para las percepciones de la calidad de productos y servicios.(p.56)

El carácter multidimensional de la calidad, ha servido para que diversos autores la definan en un sentido amplio.

Al respecto Imai, (2018) plantea que la calidad se refiere, no solo a productos o servicios terminados, sino también a la calidad de los procesos que se relacionan con dichos productos o servicios. La calidad pasa por todas las fases de actividad de la empresa, es decir, por todos los procesos de desarrollo, diseño, producción, venta y mantenimiento de los productos o servicios.(p,43)

El concepto de calidad de los servicios se ha tratado de diferenciar del concepto de la satisfacción de clientes. Casi todos los expertos concuerdan que la satisfacción de los clientes es una medida a corto plazo, específica de las transacciones, en cambio la calidad de los servicios es una actitud a largo plazo resultante de una evaluación global de un desempeño. (Bitner, 1990,p.39)

Sin embargo, la relación existente entre estos dos conceptos no está clara, pues hay quienes piensan que la satisfacción de los clientes produce calidad percibida en los servicios; otros consideran la calidad de los servicios como el vehículo para la satisfacción de los clientes.

Una explicación sería la aportada por Hoffman & Bateson, (2002) “la satisfacción contribuye a los consumidores a formular sus percepciones acerca de la calidad de los servicios”.(p.32)

Lo cierto del caso es que algunas medidas de satisfacción como de calidad percibida de los servicios, se obtienen comparando las percepciones con las expectativas, con ciertas diferencias sutiles. La satisfacción compara las percepciones de los consumidores con lo que normalmente esperarían, mientras que la calidad percibida de los servicios compara las percepciones de los consumidores con lo que un consumidor debería esperar de una empresa que ofrece servicios de elevada calidad; es decir, tal como lo argumentan

Hoffman y Bateson, (2002), “la calidad de los servicios parece medir un parámetro más alto de la prestación del servicio”.(p.28)

En este orden de ideas, básicamente el concepto de calidad se distingue bajo dos tendencias: la calidad objetiva y la calidad subjetiva. La calidad objetiva se enfoca en la perspectiva del productor y la calidad subjetiva en la del consumidor (Duke, 2005,p.87)).

Esta investigación, centra su atención en la calidad subjetiva, definida por Vasquez & Diaz, (1996) como una visión externa obtenida a través de la determinación y el cumplimiento de las necesidades, deseos y expectativas de los clientes.(p.78)

Del mismo modo, se enmarca en el concepto de la calidad percibida de los servicios, que se refiere al “juicio global o actitud, relacionada con la superioridad del servicio” (Parasuraman, 1994,p.56)

La intangibilidad del servicio origina que estos sean percibidos en gran medida en forma subjetiva (Grönroos, 1994,p.39).

La calidad percibida de los servicios, por tanto, es subjetiva, en razón que supone un nivel de abstracción más alto que cualquiera de los atributos específicos del producto y tiene una característica multidimensional (Duke, 2005,p.58).

Por consiguiente, diversos investigadores, entre ellos Hoffman & Bateson, (2002), concuerdan en afirmar que la calidad de los servicios es un concepto escurridizo y abstracto, difícil de definir y medir; es por esta razón, que se le ha dado importancia a la estandarización de los servicios para proveer una calidad consistente. La importancia de la medición de la calidad percibida hace que sea un tema recurrente en el campo del marketing de servicios. La forma de obtener las evaluaciones del consumidor sobre el grado de excelencia del servicio preocupa tanto a académicos como a directivos. (p.56)

Dada estas discrepancias del concepto, Lewis & Booms, (1983) fueron quizá los primeros en plantear el concepto de calidad del servicio como el ajuste del servicio entregado a los consumidores con sus expectativas. (p.45)

## **5.2.Marco Conceptual**

### **5.2.1. Atención**

Momento transitorio directamente relacionado con aspectos de forma como la cordialidad, cortesía, amabilidad, respeto, buen vocabulario, prontitud y agilidad, con el fin de establecer una relación con el cliente y cumplir con las obligaciones propias de la función. (Brown, Churchill, & Peter, 1993,p.89)

### **5.2.2. Servicio**

Tiene sus raíces en la cultura organizacional basada en un sistema de creencias, hábitos y costumbres. Está relacionado directamente con aspectos de fondo como la permanencia, constancia, consistencia, efectividad, responsabilidad, representados en un buen desempeño que va más allá del cumplimiento del deber y las obligaciones del cliente, garantizando experiencias muy positivas. (Cifuentes, 2014,p.35)

### **5.2.3. Cultura**

Conjunto de modos de vida, costumbres, hábitos, conocimiento, ideas, creencias, mitos, valores, principios, lenguajes, en una época o grupo social, es una unión y consenso en las maneras de pensar, sentir, actuar y hablar y de esta manera se obtiene o se adopta una identidad que lo caracteriza, la cultura es la filosofía de la compañía, la manera en que se comunican las personas y trabajan juntas. (Cristopher & Ballantune, 1994,p.67)

#### **5.2.4. Calidad**

La calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades. (Duke, 2005)

#### **5.2.5. Estrategia**

Es un conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin o misión. (Carman, 1990,p.67)

#### **5.2.6. Gerencia Del Servicio**

Administración del servicio fundamentado en los momentos de verdad, las relaciones y el contacto directo del cliente con la organización, la gestión del servicio es quien incrementa la cultura, promueve espacios para el trabajo con personal motivado, suministra los recursos necesarios para un buen desempeño, asiste en la solución de conflictos, on el fin de efectuar un trabajo de alta calidad que garantice excelente (Armijo, 2011,p.56)

#### **5.2.7. Organización**

Sistema que vive adaptándose a su entorno y manteniendo un proceso de intercambio con él. (Armijo, 2011,p.40)

#### **5.2.8. Proceso**

Conjunto de actividades o eventos (coordinados u organizados) que se realizan o suceden (alternativa o simultáneamente) bajo ciertas circunstancias con un fin



determinado. Este término tiene significados diferentes según la rama de la ciencia o la técnica en que se utilice. (Armijo, 2011,p.117)

### **5.2.9. Momento de verdad**

El momento de la verdad es el preciso instante en que el cliente se pone en contacto con nuestro servicio y sobre la base de este contacto se forma una opinión acerca de la calidad del mismo. Un momento de la verdad, no necesariamente lo determina el contacto humano. Cuando el cliente llega al lugar del servicio y entra en contacto con cualquier elemento de la empresa (infraestructura, señalamientos, oficinas, etc.), es también un momento de la verdad. (Carman, 1990,p.62)

Para poder ofrecer un mejor servicio al cliente, se requiere controlar cada momento de la verdad. El cliente desconoce las estrategias, procesos, sistemas, áreas, departamentos, problemas y éxitos de la empresa, sólo conoce lo que la empresa hace por él en ese momento y a partir de ello califica la calidad del servicio. (Duke, 2005,p.78)

El servicio debe buscar como estrategia que todos esos momentos se dirijan a la satisfacción de las necesidades prácticas y personales del cliente. Cuando las necesidades del cliente no son satisfechas en un momento de la verdad, se le conoce como momento crítico de la verdad. (Vasquez & Diaz, 1996)

Los momentos de la verdad no se presentan al azar, generalmente ocurren en una secuencia lógica y medible, lo que permite identificar con precisión las mejoras requeridas para proporcionar los servicios. La forma más sencilla de representarlos es a través del ciclo del servicio. (Albavera, 2003,p.56)

## **CAPITULO VI DIAGNÓSTICO**

### **6.1. Análisis situacional de la Terminal Terrestre Guayaramerín**

La Terminal Terrestre de Guayaramerín, dentro de su política de gestión considera muy importante brindar un buen servicio al cliente, que cubra sus expectativas y necesidades, ya que es el formato de la empresa moderna que proporciona ideas trascendentales sobre los cambios que ocurren a diario en el mundo de los negocios, con una estructura conceptual enmarcada en los rasgos del diseño organizativo, estrategia competitiva, innovación y el entorno de la empresa.

En toda empresa, sociedad o grupo humano, es necesario mantener relaciones de tipo cordial que conlleven a la entrega de un excelente servicio que nos convierta en personas más humanas, diligentes, con un verdadero liderazgo.

Todas las personas que trabajan en la Terminal Terrestre de Guayaramerín y en las empresas transportadoras que allí operan tienen contacto con el usuario ya sea de forma directa o indirecta y su finalidad es la satisfacción del mismo, con la intención de que este nos visite nuevamente, que comuniquen su grata experiencia a sus familiares y amigos, consiguiendo con esto estar en la mente de las personas, y por último, así en la Terminal Terrestre de Guayaramerín, este considerado como un mercado cautivo, es importante que las personas que hacen uso de este servicio, no lo hagan por obligación o porque les toca, sino porque realmente se cubren las expectativas y necesidades de los usuarios primarios y secundarios.

La Terminal Terrestre de Guayaramerín reconoce el importante papel que juega el usuario transportador y pasajero dentro de la organización, tal como se encuentra establecido en la misión, visión, política de gestión y valores corporativos, pero a pesar

de que cuentan con estas valiosas herramientas , se ha detectado carencias en los procesos desarrollados y enfocados en el servicio al cliente, esto también se asocia con las empresas transportadoras; pues el servicio allí brindado puede ser mucho mejor. Después de haber entrevistado a la Administradora y analizar la información obtenida mediante esta, se llega a la conclusión que existen dificultades de tipo interno y administrativas (tanto en en la Terminal Terrestre de Guayaramerín, como en las empresas transportadoras) que se están reflejando de manera negativa en el servicio prestado al usuario transportador y pasajero.

Los aspectos críticos a tener en cuenta son:

- **Personal competente:** La capacitación y el entrenamiento de habilidades es una actividad sistemática, planificada y permanente, su propósito es preparar e integrar el conocimiento del recurso humano con el proceso productivo ( en este caso la producción de servicios), suministrando herramientas para afianzar conocimientos y desarrollar habilidades necesarias, para lograr un mejor desempeño de acuerdo a las condiciones y características de servicio al cliente que exigen una mentalidad abierta al cambio y de formación constante.

El nivel de escolaridad de algunos de los empleados de en la Terminal Terrestre de Guayaramerín no es el adecuado para el cargo que desempeñan, aunque es muy evidente que la compañía no cuenta con una política definida para la contratación de personal en cuanto a nivel de escolaridad se refiere, la permanencia del personal es mínima, lo que exige con mayor razón un programa de capacitación constante y obligatorio en cuanto al tema de servicio; sin desconocer que el personal que labora allí es comprometido con su quehacer diario y así no estén lo suficientemente capacitados para ejercer sus funciones se cumple con lo requerido de acuerdo a su nivel de conocimientos.

- **Cultura de Servicio:** Dentro de las organizaciones se entiende por cultura el conjunto de hábitos, creencias, valores y tradiciones, interacciones y relaciones sociales, la cultura de una organización está en constante cambio, experimenta alteraciones con el pasar del tiempo, de acuerdo a las condiciones internas y externas de la organización, la cultura permite una sensación de identidad a los integrantes de la organización, facilita la aceptación de un compromiso con algo que supere los intereses personales, aumenta la estabilidad del sistema social y sirve como mecanismo que crea sentido y permite el control, que orienta y da forma a las actitudes y comportamientos de los empleados.

Una cultura de servicio efectiva debe traducirse en una entrega consistente de lo que el usuario espera, apoyado por los valores y comportamientos de la organización en general. Actualmente en la Terminal Terrestre de Guayaramerín la cultura del servicio que se tiene internamente son:

- **Relaciones cordiales y estrictamente de tipo laboral;** por lo tanto existe poco compañerismo, el rumor, la tensión, la presión laboral, sus empleados suelen ser celosos o egoístas con el desempeño de sus funciones, los empleados no van más allá de sus funciones, el personal no se siente lo suficientemente motivado para su desempeño laboral, la comunicación no es oportuna por esto es tergiversada y manipulada, las capacitaciones están desvirtuadas de la razón empresarial, externamente la resolución de conflictos es lenta, el servicio esta direccionado únicamente a la respuesta de peticiones, quejas, reclamos y sugerencias siempre y cuando sean competencia de la Terminal Terrestre de Guayaramerín. presenta una sentida necesidad de crear una cultura de servicios bastante fuerte, que permita concientizar a todos y cada uno de los empleados sobre la importancia que tiene el buen desarrollo de sus funciones enfocados hacia un servicio con calidad en la operación y en la orientación que cada uno le tiene que dar a su trabajo basado en la satisfacción del cliente interno y externo,

igualmente la administración, debe ejercer un liderazgo positivo ante la compañía.

- **La motivación, la comunicación y capacitación** deben ser factores fundamentales para el desempeño de los empleados como también deben ser parte de la cotidianidad en las actividades de la empresa, actualmente la cultura allí está más enfocada a la parte productiva, lucrativa, se da una buena relación entre sus empleados, es importante mencionar que la Terminal Terrestre de Guayaramerín es una empresa de carácter público que cada cierto tiempo cambia su administrador ya que este es nombrado por el gobierno municipal de Guayaramerín, por lo tanto su cultura y clima organizacional cambia de acuerdo a la persona que este administrando el lugar.
- **La infraestructura:** Impacta directamente los momentos de verdad a los cuales se somete la compañía con el fin de ofrecer un excelente servicio, en este sentido es importante mencionar las vías de acceso, facilidad de parqueo, amplitud de las instalaciones, iluminación, ubicación de las terminales , ubicación de las empresas transportadoras dentro de las terminales de buses, visibilidad de la información y la imagen corporativa. De acuerdo a lo anterior la empresa debe contar con planes y programas de mejoramiento continuo que contemple los recursos físicos, tales como: un ascensor que funcione las veinticuatro horas del día, escaleras eléctricas, salas de abordaje limpias y cómodas para la espera, plataforma de llegadas controladas y vigiladas constantemente, patios operativos adecuados y apropiados especialmente cuando hay una alta demanda de pasajeros, equipo médico, enfermería o dependencia de la cruz roja, bien dotado y organizado, iluminación, casetas de llegadas, salidas y entradas de buses amplias, servicios sanitarios limpios, aseados y con una tarifa económica, grupos especializados de vigilancia y aseo, adecuación acopio de taxis. Con el fin de cubrir las necesidades y llenar las expectativas de los usuarios, con una mayor calidad en los servicios ofrecidos. Aunque en dicha compañía se cuenta en gran

medida con una infraestructura de calidad, especialmente en la terminal del sur, teniendo en cuenta que su ubicación estratégicamente no es la mejor y que ha sido más promocionada como centro comercial que como edificio de buses y taxis se rescata en ella los recursos físicos instalados allí; mientras que la terminal del norte aún debe mejorar parte de su 29 infraestructura, ya que allí se cuenta con un servicio bastante regular en cuanto a la prestación de estos servicios físicos.

- **Procesos y Procedimientos:** un proceso es una sucesión de tareas, que tiene como origen un recursos y como fin un producto; el objetivo del proceso es aportar valor al cliente o usuario en cada etapa, los procedimientos son acciones determinadas y secuenciales para desarrollar una labor, una tarea de manera eficaz, con el fin de lograr un objetivo dado, dentro de un alcance establecido. La Terminal Terrestre Guayaramerin tienen diseñado sus procesos y procedimientos pensando más en la administración financiera que en el usuario primario y secundario, los directivos manifiestan que esto es tarea de las empresas transportadoras y que por lo tanto no es un tema de su competencia, consideran que el servicio está enfocado a la respuesta de las quejas, reclamos y sugerencias, conciben el servicio como atención al usuario, los directivos deben creer en el servicio y trabajar arduamente en él con el fin de que toda la compañía se contagie de servicio.

## **6.2.Procedimiento del servicio de la Terminal Terrestre Guayaramerin**

### **Primera fase: usuario primario, usuario transportador**

#### **Personal de Contacto**

Secretaria operativa de la Terminal Terrestre Guayaramerin

- **Llamada del usuario:**

La secretaria debe atender el teléfono amable y respetuosamente, haciendo uso de un tono de voz cálido y cordial, es importante que mencione su nombre, el nombre de la compañía y de esta manera se le da seguridad a la persona de que está llamando al lugar correcto.

- **Presencia personal del usuario:**

La secretaria debe atender cuidadosamente el usuario que se presenta a las instalaciones de la Terminal Terrestre Guayaramerin, utilizando un trato y tono de voz cordial y respetuosa.

- **Solicitud cotización arrendamiento o requerimiento:**

la persona que sea responsable de atender al usuario telefónica o personalmente debe tener a su alcance toda la información pertinente, adecuada y necesaria que el usuario pueda solicitar. (Montos de arrendamiento, infracciones, teléfonos, e-mail, dirección web, etc.)

- **Entrega de Cotización o requerimiento:**

debe ser entregado al usuario lo más pronto posible, la información debe ser clara y sin errores, es importante que la información allí consignada este aprobada y corregida por la gerencia o por el respectivo directivo, con el fin de evitar inconvenientes en el momento de una futura negociación o una solución a un requerimiento, pues, el usuario puede molestarse e interpretar un descuido como falta de atención, seriedad y respeto con él.

- **Seguimiento entrega cotización o requerimiento:**

La empresa debe asegurarse que la cotización o requerimiento haya sido recibida por el usuario y realizar un respectivo monitoreo para conocer qué ha pasado con el usuario.

- **Cierre negociación o solución requerimiento:**

Cuando el usuario acepta las condiciones de la cotización, se pacta la negociación y se hace entrega del inmueble (taquilla y espacio en patio operativo) en calidad de arrendamiento. Para los usuarios transportadores que tienen un contrato de arrendamiento con las terminales de la Terminal Terrestre Guayaramerin se le envía una respuesta de solución a sus requerimientos.

## **Segunda Fase; usuario secundario, usuario pasajero**

### **Personal de contacto**

Funcionarias punto de información de empresas transportadoras.

- **Llamada del usuario:**

La funcionaria debe atender el teléfono amable y respetuosamente, haciendo uso de un tono de voz cálido y cordial, es importante que mencione su nombre, el nombre de la compañía y de esta manera se le da seguridad a la persona de que está llamando al lugar correcto.

- **Presencia personal del usuario:** La funcionaria debe atender y orientar cuidadosamente el usuario que se presenta en las instalaciones de la Terminal Terrestre Guayaramerín, utilizando un trato y tono de voz cordial y respetuosa.



- **Solicitud información sobre empresas transportadoras:**

La persona que sea responsable de atender al usuario telefónica o personalmente debe tener a su alcance toda la información pertinente, adecuada y necesaria que el usuario pueda solicitar. (empresas transportadoras, destinos, rutas, estado de las vías, teléfonos, e-mail, dirección web, etc.)

- **Entrega de Información:**

Debe ser entregado al usuario lo más pronto posible, debe ser clara, ágil, verdadera y concreta, es importante que la información allí consignada este aprobada y corregida por el respectivo directivo, con el fin de evitar inconvenientes, contratiempos o confusiones al usuario pasajero, pues, el usuario puede molestarse e interpretar un descuido como falta de atención, seriedad y respeto con él.

### **Tercera fase: usuario pasajero, usuario transportador**

#### **Personal de contacto**

Empleadas servicio al cliente o usuario pasajero de las empresas transportadoras

- **Llamada del usuario:**

La funcionaria debe atender el teléfono amable y respetuosamente, haciendo uso de un tono de voz cálido y cordial, es importante que mencione su nombre, el nombre de la compañía y de esta manera se le da seguridad a la persona de que está llamando al lugar correcto.

- **Presencia personal del usuario:**

La funcionaria debe atender y orientar cuidadosamente el usuario que se presenta en las instalaciones de la Terminal Terrestre Guayaramerín, utilizando un trato y tono de voz cordial y respetuosa.

- **Solicitud información lugares y rutas de destino:**

la persona que sea responsable de atender al usuario telefónica o personalmente debe tener a su alcance toda la información pertinente, adecuada y necesaria que el usuario pueda solicitar. (tarifas, horarios, rutas, estado de las vías y estado de los vehículos a despachar, teléfonos, e-mail, dirección web, etc.)

- **Venta de tiquete:**

La persona encargada debe ser una persona atenta, servicial, honesta, entender las necesidades del usuario, tener claridad de la tarifa y los horarios de salida.

- **Abordaje de vehículo:**

la persona encargada debe ser educada, respetuosa, amable, capacitada en servicios y comportamiento del consumidor, tolerante, paciente, cordial, honesta, seria, cumplidora del deber ser, muy responsable, durante todo el trayecto recorrido y estos deben estar prestos a cualquier solicitud de los usuarios y garantizar su comodidad y total satisfacción desde el inicio (adquisición tiquete) hasta el fin de la ruta (llegada lugar de destino).

### **6.3. Análisis de datos obtenidos**

#### **6.3.1. Entrevista al administrador de la Terminal Terrestre de Guayaramerín.**

De acuerdo a los datos obtenidos de la entrevista realizada al administrador de la Terminal de Transporte Terrestre de Guayaramerín se tiene la siguiente información:

La Terminal Terrestre de Guayaramerín, tiene como política brindar un servicio de calidad, lo cual tiene contemplado en su misión y objeto social de la institución.

La Terminal Terrestre Guayaramerín tiene dos tipos de usuarios: Directos (usuario transportador) e indirectos (usuarios pasajeros), la terminal no tiene la responsabilidad de resolver los problemas y dificultades del usuario transportador con las empresas transportadoras, pero es muy frecuente que lleguen a la administración de la terminal las quejas y reclamos de estas empresas.

El servicio en las empresas transportadoras es relativamente bueno y tiende a mejorar y la atención a las empresas transportadoras se hacía a través de la oficina del servicio al transportador y actualmente se le carga esta responsabilidad al profesional operativo.

La administración de la terminal atiende de forma inmediata todas las quejas y reclamos de usuarios directos, las indirectas son trasladadas a las empresas transportadoras. La empresa dentro del plan de mejoramiento en lo relacionado con la atención a los usuarios. Si bien la terminal no tiene competencia en el servicio que presta (mercado cautivo) es consciente que el elemento satisfacción del usuario es fundamental para cumplir con los diferentes postulados en la administración moderna.

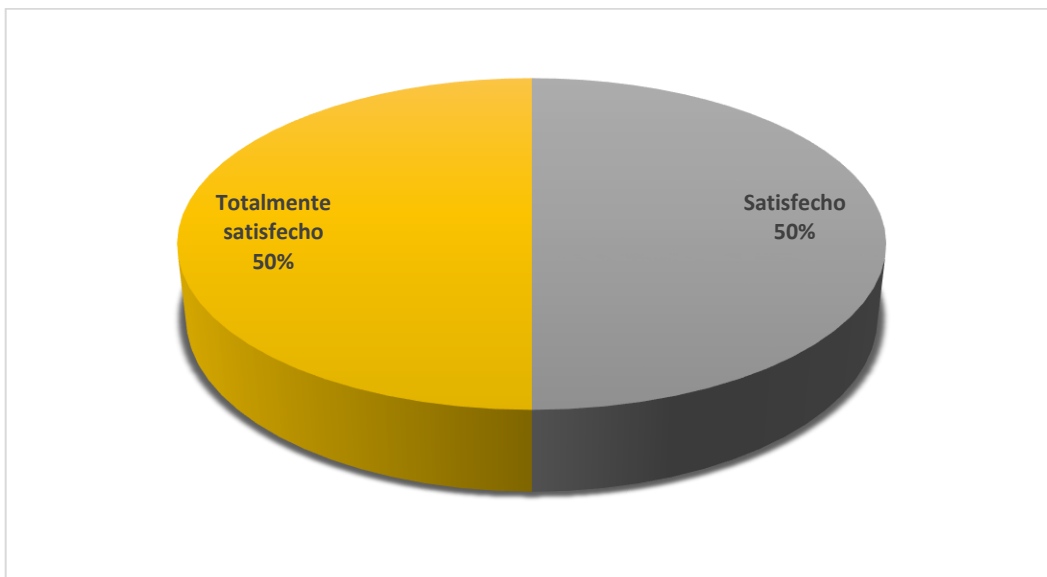
En lo referente a la cuestionaste si se considera relevante e importante que la terminal cuente con un plan de acción, la respuesta fue de que, las empresas de servicio y más aún las empresas adscritas a entes territoriales como es el municipio de Guayaramerín

se deben a los usuarios y a la comunidad en general ya que son estos los que finalmente aceptan o rechazan el servicio, la empresa no cuenta con un plan definido.

### 6.3.2. Encuestas de satisfacción a usuarios transportadores

Luego de aplicar la encuesta correspondiente (Ver anexo B), se obtuvo la siguiente información:

**Grafico 6.1.**  
**Facilidad de comunicación telefónica**

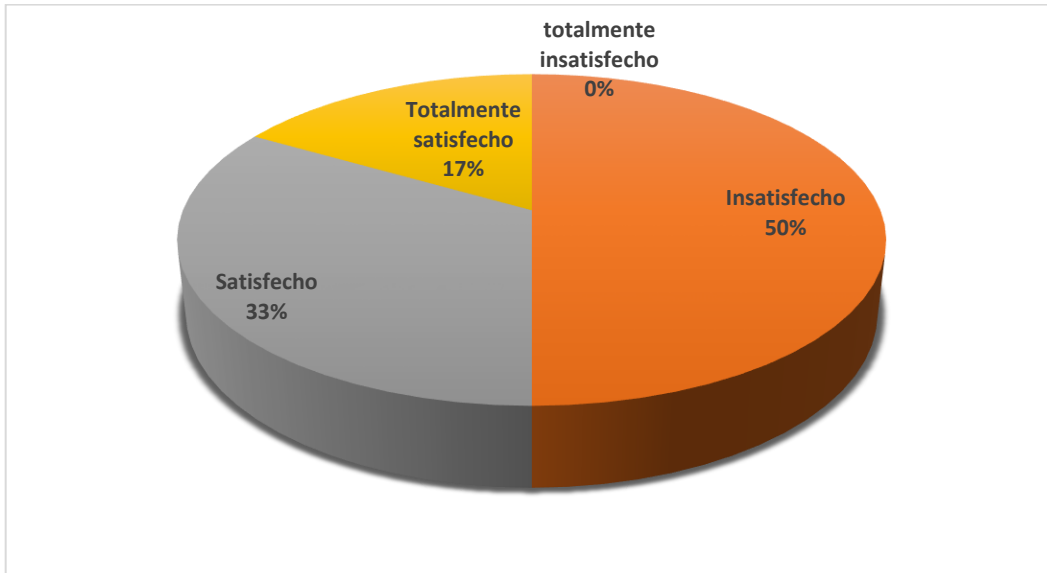


Fuente: Elaboración propia

A la pregunta sobre la facilidad para comunicarse telefónicamente, 3 encuestados dieron una calificación de 4 (satisfecho) y 3 dieron una calificación de 3 (satisfecho) al grado de satisfacción.

**Análisis:** Las calificaciones nos indica que todos los usuarios se sienten satisfechos en lo que se refiere a la comunicación vía telefónica, ya que no existen restricciones para hacerlo.

**Grafico 6.2.**  
**Amabilidad en la atención**

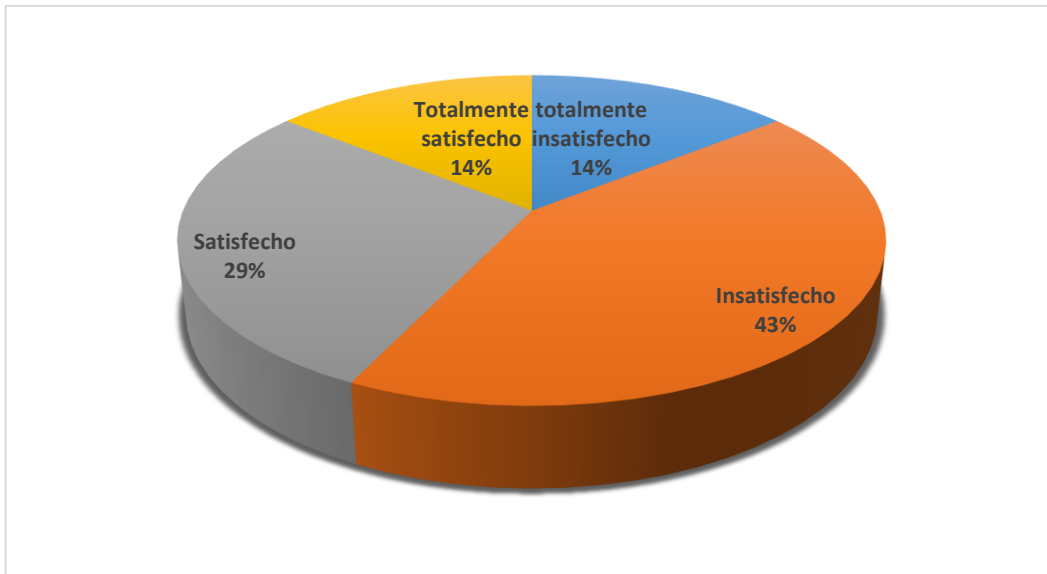


Fuente: Elaboración propia

A la cuestionaste sobre la amabilidad en la atención, tres encuestados dieron una calificación de 3 (Insatisfecho), dos encuestados dieron una calificación de 3 (Satisfecho), y un encuestado asigno una calificación de 4 (Totalmente satisfecho)

**Análisis:** estos resultados indican que los usuarios transportadores no están plenamente satisfechos con la calidad de la atención por parte de la administración de la terminal, ya que manifiestan que se puede mejorar la atención.

**Grafico 6.3.**  
**Disponibilidad de espacios**

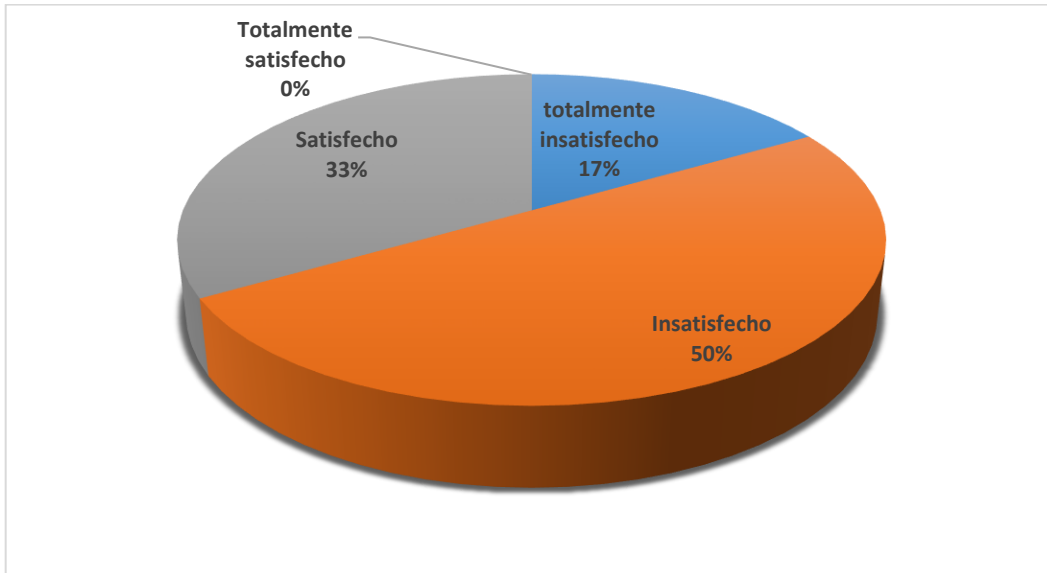


Fuente: Elaboración propia

Para la pregunta sobre la disponibilidad de espacios en la Terminal Terrestre de Guayaramerín; un encuestado calificó el grado de satisfacción con 1 (Totalmente insatisfecho), un encuestado dio una calificación de 2 (Insatisfecho), dos encuestados calificaron un un 3 (Satisfecho) y un encuestado respondió con una calificación de 4 (Totalmente satisfecho).

**Análisis:** Esto se debe a que, si bien se cuenta con una infraestructura nueva en la Terminal Terrestre de Guayaramerín, los espacios dedicados a cafeterías y almacenaje no son de las dimensiones apropiadas para tal efecto.

**Grafico 6.4.**  
**Aseo de las instalaciones**

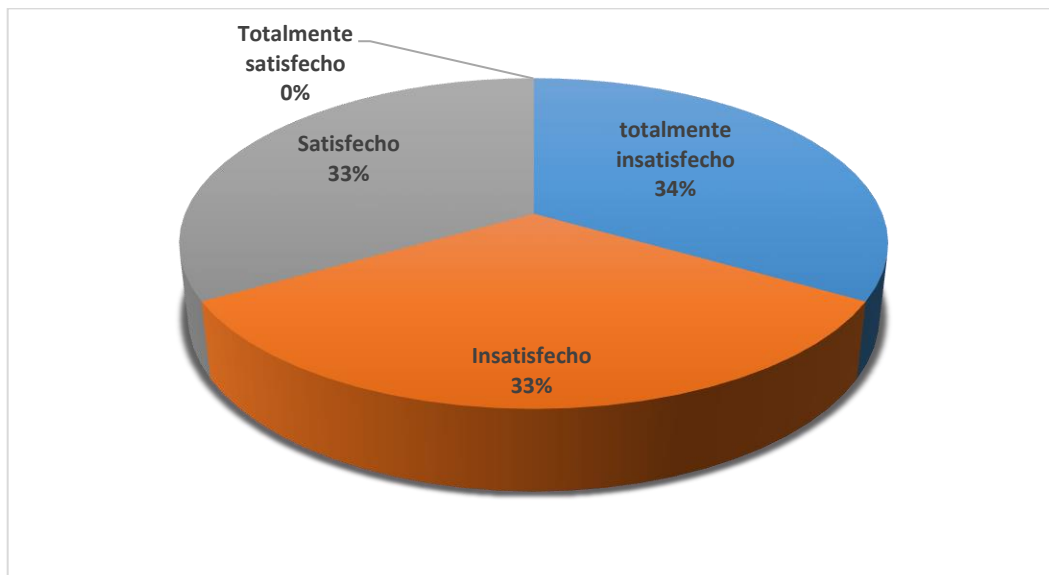


Fuente: Elaboración propia

En la cuestionante sobre el aseo de las instalaciones; un encuestado dio una calificación de 1 (Totalmente insatisfecho), tres calificaron el aseo con un 2 (Insatisfecho) y un encuestado dio una calificación de 3 (Satisfecho).

**Análisis:** Esto debido a que este aspecto es poco atendido en la Terminal Terrestre de Guayaramerín, se necesita mayor frecuencia en el aseo de las instalaciones.

**Grafico 6.5.**  
**Atención y diligencia del personal**



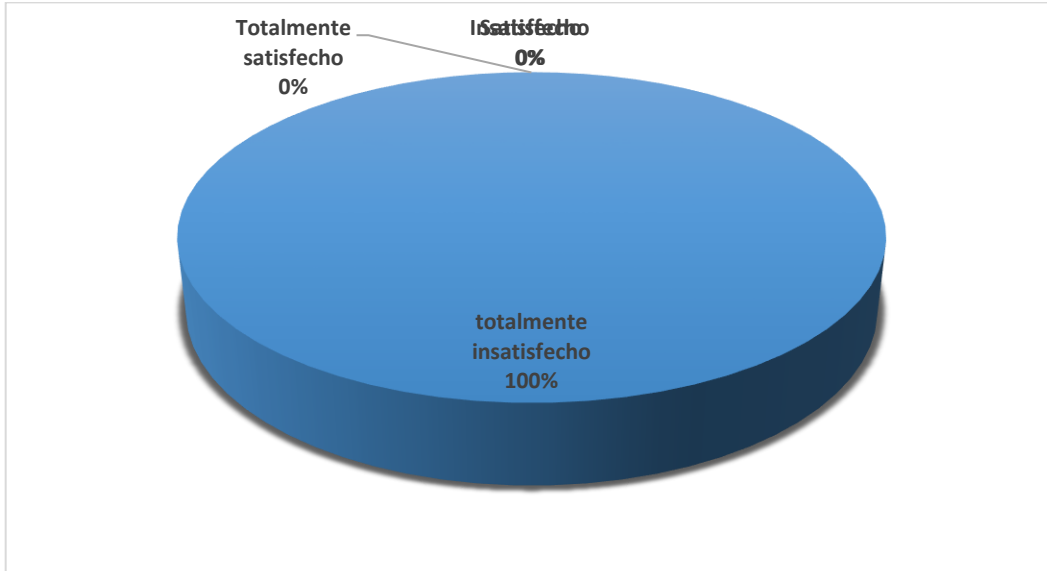
Fuente: Elaboración propia

Cuando se les preguntó a los encuestados: Como califica Ud. La atención y diligencia de la persona que atendió su requerimiento, dos dieron una calificación de 1 (Totalmente insatisfecho), dos encuestados respondieron con una calificación de 2 (Insatisfecho) y dos encuestados asignaron una calificación de 3 (Satisfecho).

**Análisis:** Esta calificación se debe a que la atención a las diligencias o requerimientos elevados a la administración de la Terminal, es considerado lento y burocrático. Se necesita agilizar las diligencias en la administración de la terminal.



**Grafico 6.6.**  
**Control de anuncios por altoparlantes**

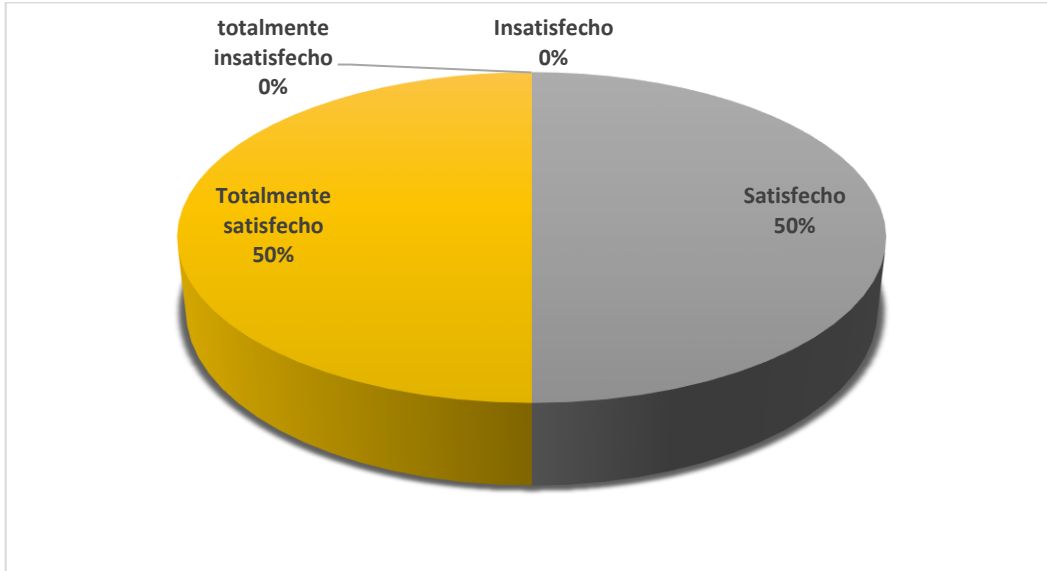


Fuente: Elaboración propia

A la pregunta sobre el Control de anuncios por altoparlantes, los encuestados expresaron una calificación 1 (Totalmente insatisfechos)

**Análisis:** La calificación es motivada por la ausencia de este servicio.

**Grafico 6.7.**  
**Tiempo de espera en patios operativos**

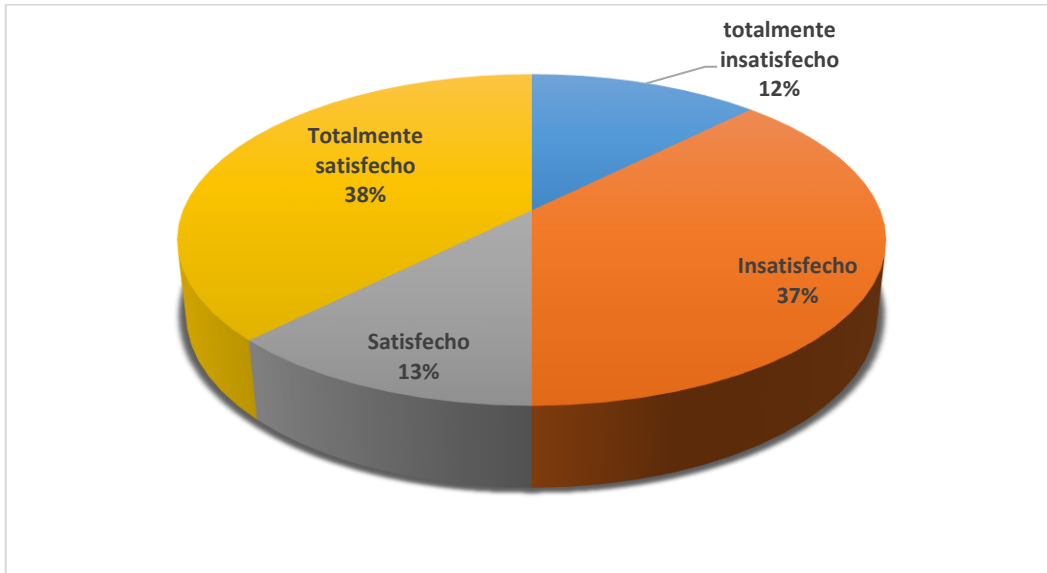


Fuente: Elaboración propia

La pregunta sobre el Tiempo de espera en los patios operativos, los encuestados respondieron de la siguiente manera: tres dieron una calificación de 4 (Totalmente satisfecho), tres encuestados dieron una calificación de 3 (Satisfecho).

**Análisis:** El porcentaje obtenido en esta interrogante, muestra que se tiene una alta satisfacción en este aspecto. Puesto que la administración de la terminal no regula este aspecto, y el tiempo de espera es atribuido a ellos mismos.

**Grafico 6.8.**  
**Satisfacción del servicio de la terminal**

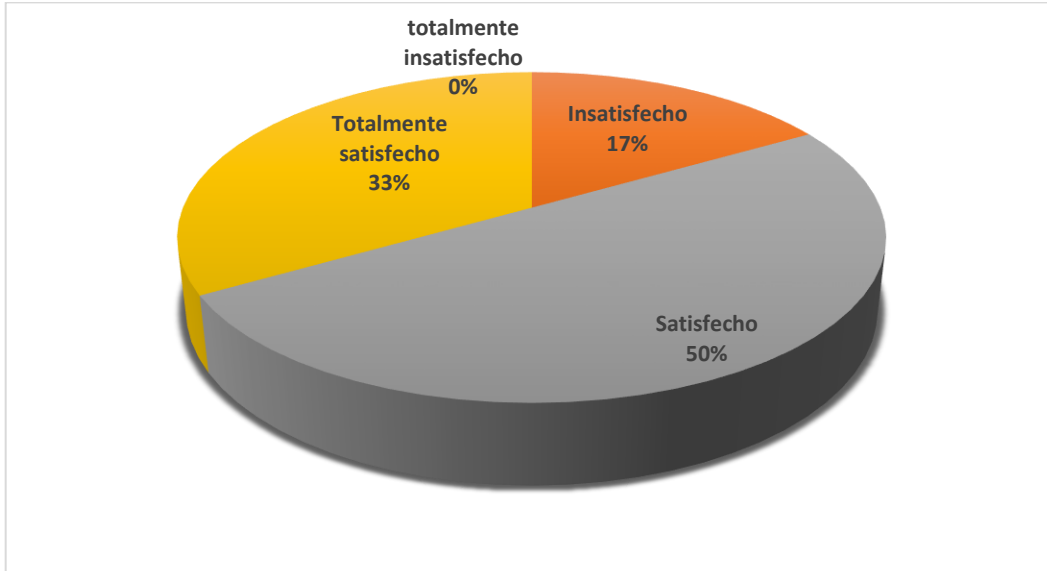


Fuente: Elaboración propia

Cuando se planteó la pregunta: ¿Qué tan satisfecho quedó usted con la Experiencia de servicio que tuvo en la terminal? Un usuario encuestado respondió con una calificación de 1 (Totalmente insatisfecho), tres respondieron con una calificación de 2 (Insatisfecho), u uno dio una calificación de 3 (satisfecho).

**Análisis:** Esto denota que el usuario transportista, no tiene un nivel óptimo de satisfacción por el servicio que le presta la terminal.

**Grafico 6.9.**  
**Infraestructura**



Fuente: Elaboración propia

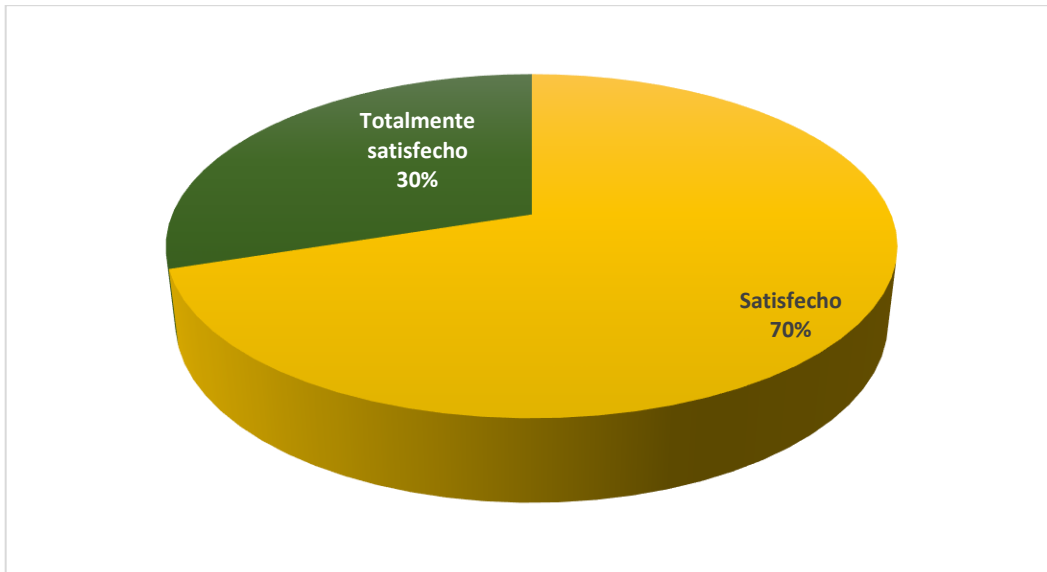
A la consulta: Cree Ud. ¿Qué la terminal cuenta con una infraestructura apta para ofrecer soluciones de movilidad?, un usuario califico con 1 2(Insatisfecho), tres calificaron con un 3 (Satisfecho), y dos encuestado respondieron con una calificación de 4 (Totalmente satisfecho).

**Análisis:** Esto muestra que el usuario trasportista tiene un buen grado de satisfacción en el uso de la infraestructura de la terminal, en cuanto a su movilidad.

### **6.3.3. Encuesta al usuario pasajero**

Luego de aplicar la encuesta correspondiente (Ver anexo C), se obtuvo la siguiente información:

**Grafico 6.10.**  
**Facilidad de comunicación telefónica**

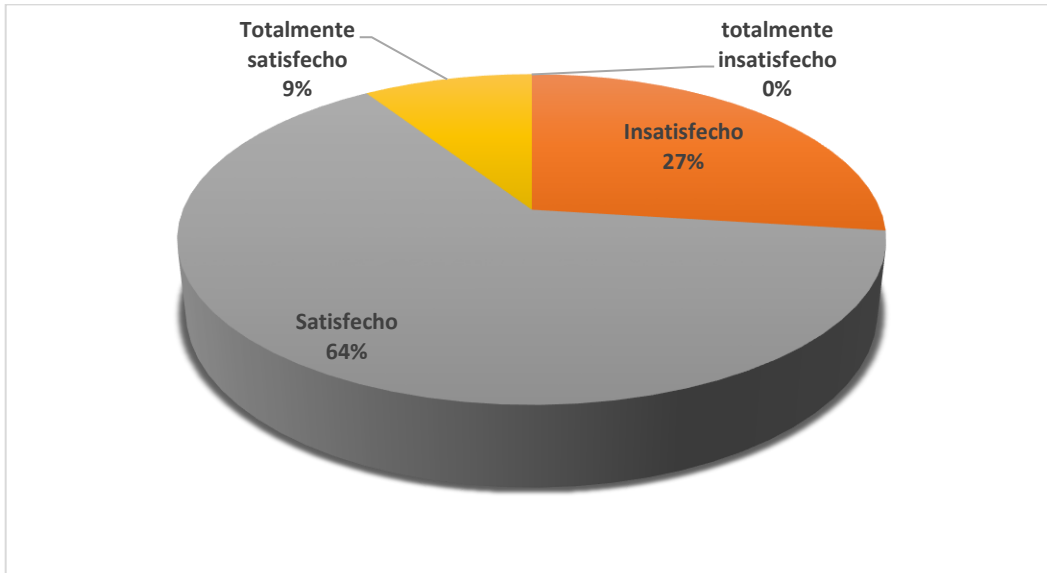


Fuente: Elaboración propia

A la pregunta sobre la facilidad para comunicarse telefónicamente, 30% de los encuestados dieron una calificación de 4 (satisfecho) y 70% dieron una calificación de 3 (satisfecho) al grado de satisfacción.

**Análisis:** Las calificaciones nos indican que todos los usuarios se sienten satisfechos en lo que se refiere a la comunicación vía telefónica, ya que no existen restricciones para hacerlo.

**Grafico 6.11.**  
**Amabilidad en la atención**

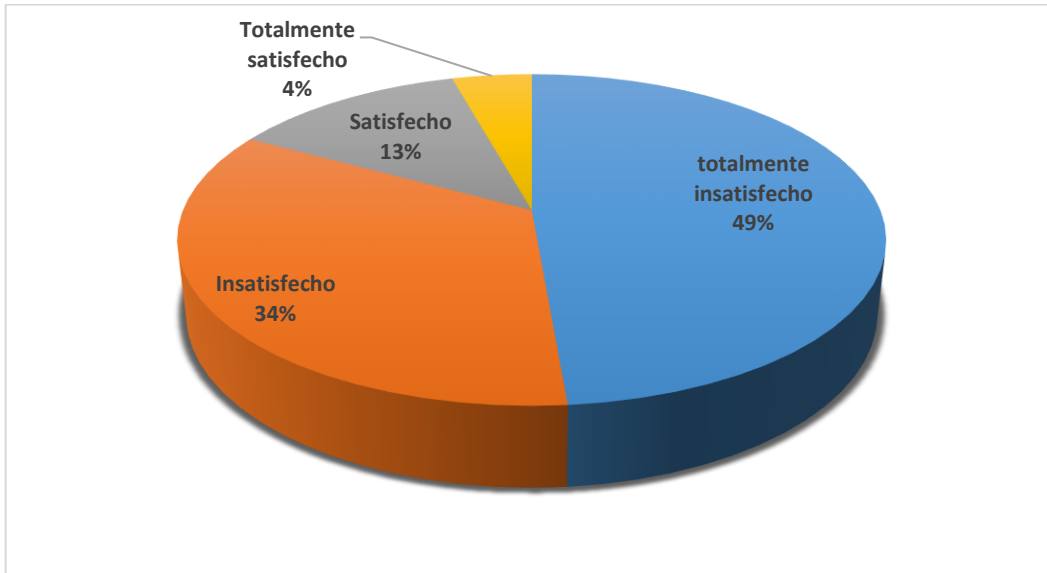


Fuente: Elaboración propia

A la cuestionaste sobre la amabilidad en la atención, 9% de los encuestados dieron una calificación de 3 (Insatisfecho), 64% encuestados dieron una calificación de 3 (Satisfecho), y un 27 % encuestado asigno una calificación de 4 (Totalmente satisfecho)

**Análisis:** estos resultados indican que los usuarios pasajeros no están plenamente satisfechos con la calidad de la atención por parte de la administración de la terminal, ya que manifiestan que se puede mejorar la atención.

**Grafico 6.12.**  
**Disponibilidad de espacios**

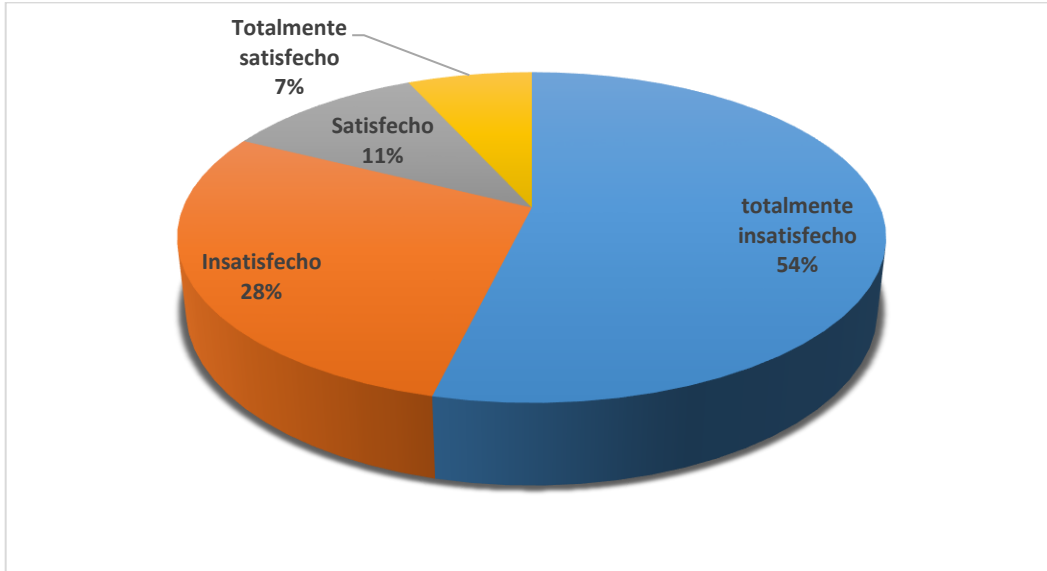


Fuente: Elaboración propia

Para la pregunta sobre la disponibilidad de espacios en la Terminal Terrestre de Guayaramerín; un 49% encuestado califico el grado de satisfacción con 1 (Totalmente insatisfecho), un 34% de los encuestado dio una calificación de 2 (Insatisfecho), 13% encuestados calificaron un 3 (Satisfecho) y un 4% encuestado respondió con una calificación de 4 (Totalmente satisfecho).

**Análisis:** Esto se debe a que, si bien se cuenta con una infraestructura nueva en la Terminal Terrestre de Guayaramerín, los espacios dedicados a cafeterías y atención al cliente no son de las dimensiones apropiadas para tal efecto.

**Grafico 6.13.**  
**Aseo de las instalaciones**



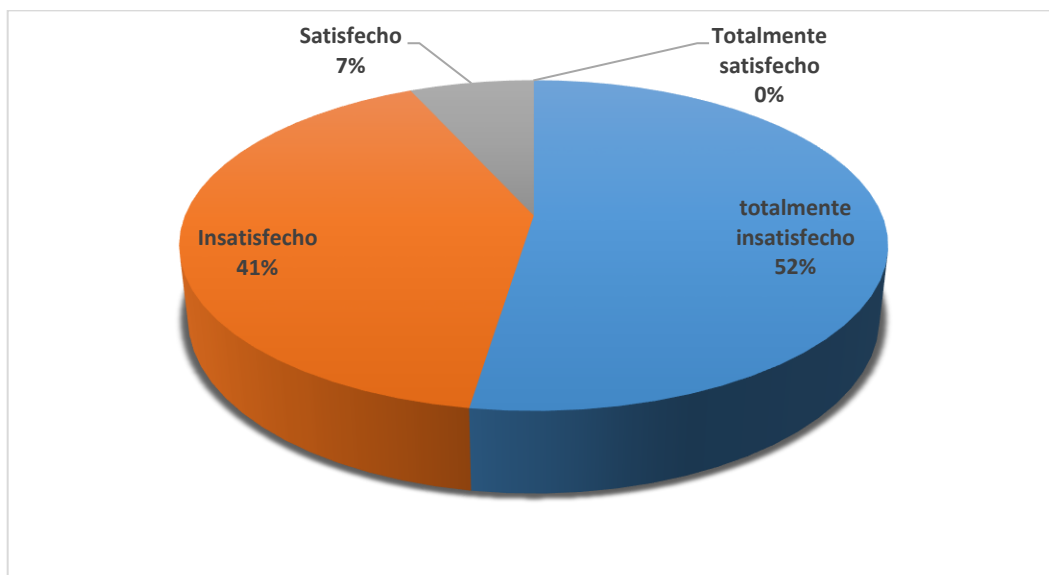
Fuente: Elaboración propia

En la cuestionante sobre el aseo de las instalaciones; 54% de los encuestado dio una calificación de 1 (Totalmente insatisfecho), 28% calificaron el aseo con un 2 (Insatisfecho), 11% encuestado dio una calificación de 3 (Satisfecho). Y un 7% califico con 4 (Totalmente satisfecho)

**Análisis:** Esto debido a que este aspecto es poco atendido en la Terminal Terrestre de Guayaramerín, se necesita mayor frecuencia en el aseo de las instalaciones.



**Grafico 6.14.**  
**Atención y diligencia del personal**

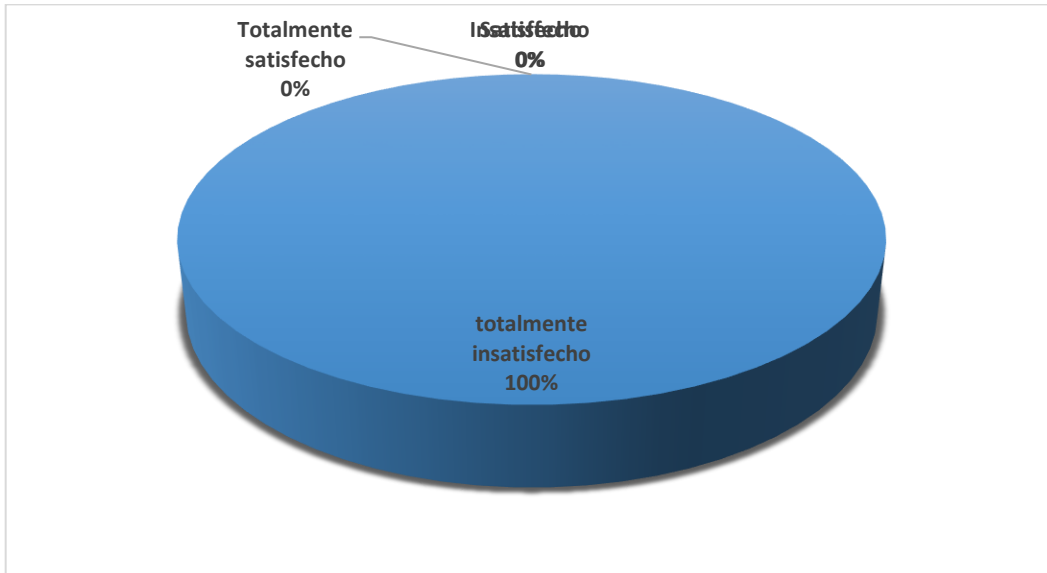


Fuente: Elaboración propia

Cuando se les preguntó a los encuestados: Como califica Ud. La atención y diligencia de la persona que atendió su requerimiento, 52% dieron una calificación de 1 (Totalmente insatisfecho), 41% de los encuestados respondieron con una calificación de 2 (Insatisfecho) y del 7% de los encuestados asignaron una calificación de 3 (Satisfecho).

**Análisis:** Esta calificación se debe a que la atención a las diligencias o requerimientos elevados a la administración de la Terminal, es considerado lento y burocrático y en ocasiones inexistente.

**Grafico 6.15.**  
**Control de anuncios por altoparlantes**

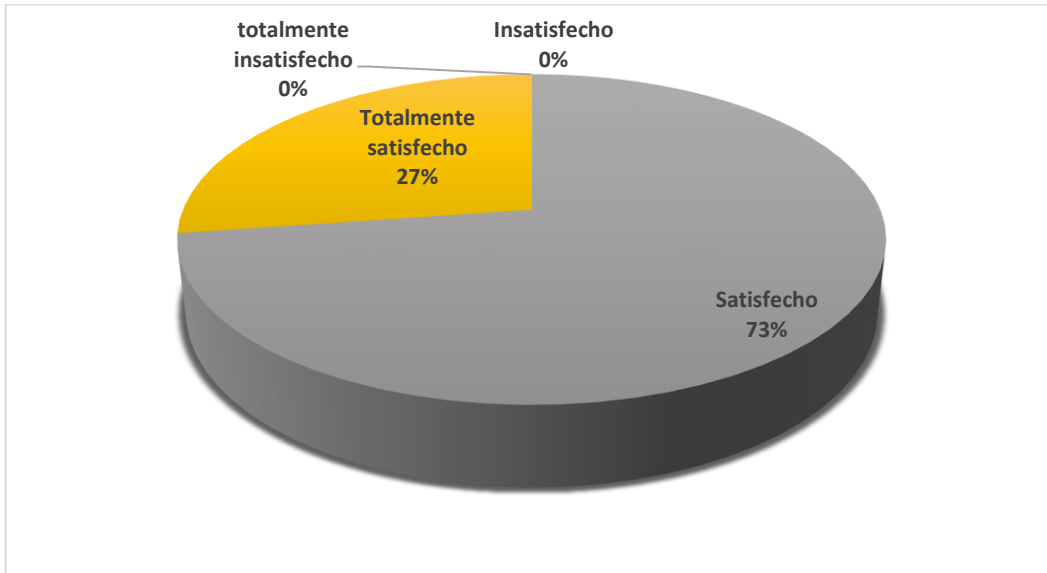


Fuente: Elaboración propia

A la pregunta sobre el Control de anuncios por altoparlantes, 100% de los encuestados expresaron una calificación 1 (Totalmente insatisfechos)

**Análisis:** La calificación es motivada por la ausencia de este servicio.

**Grafico 6.16.**  
**Tiempo de espera en patios operativos**

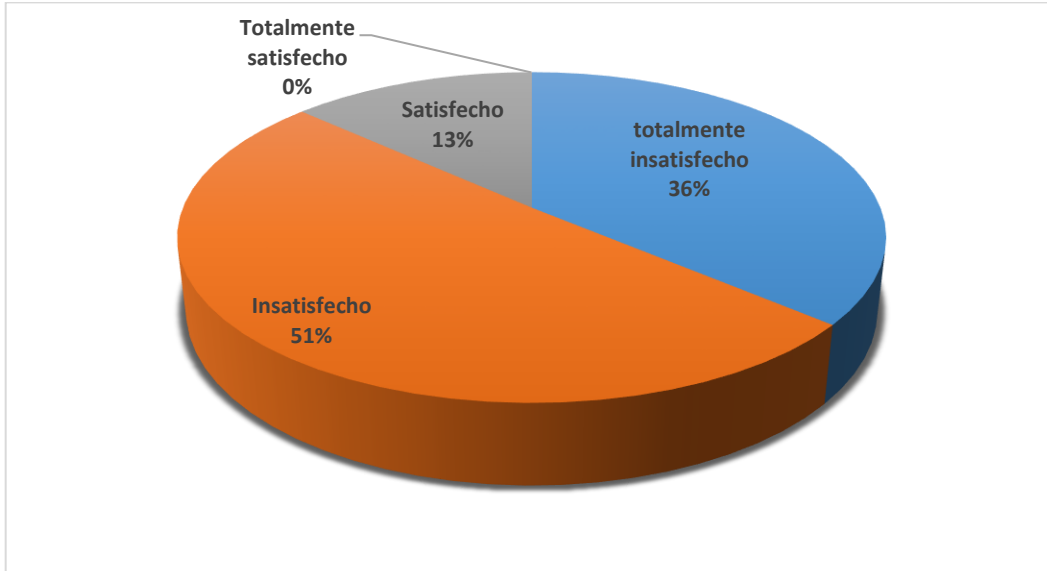


Fuente: Elaboración propia

La pregunta sobre el Tiempo de espera en los patios operativos, los encuestados respondieron de la siguiente manera: 27% dieron una calificación de 4 (Totalmente satisfecho), 73% encuestados dieron una calificación de 3 (Satisfecho).

**Análisis:** El porcentaje obtenido en esta interrogante, muestra que se tiene una alta satisfacción en este aspecto.

**Grafico 6.17.**  
**Satisfacción del servicio de la terminal**

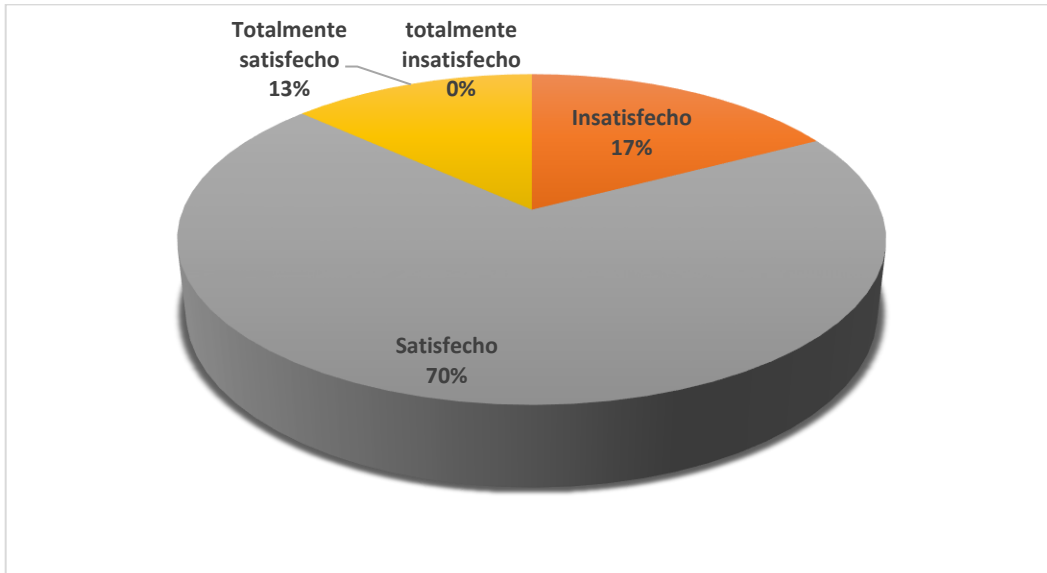


Fuente: Elaboración propia

Cuando se planteó la pregunta: ¿Qué tan satisfecho quedó usted con la Experiencia de servicio que tuvo en la terminal? 36% de los usuarios encuestados respondieron con una calificación de 1 (Totalmente insatisfecho), 51% respondieron con una calificación de 2 (Insatisfecho), y 13% dio una calificación de 3 (satisfecho).

**Análisis:** Esto denota que el usuario pasajero, no tiene un nivel óptimo de satisfacción por el servicio que recibe en la terminal-.

**Grafico 6.18.**  
**Infraestructura**



Fuente: Elaboración propia

A la consulta: Cree Ud. ¿Qué la terminal cuenta con una infraestructura apta para ofrecer soluciones de movilidad?, 17% de los usuarios califico con 2(Insatisfecho), 13% calificaron con un 3 (Satisfecho), 70% de los encuestados respondieron con una calificación de 4 (Totalmente satisfecho).

**Análisis:** Esto muestra que el usuario pasajero tiene un buen grado de satisfacción en el uso de la infraestructura de la terminal, en cuanto a su movilidad.

#### **6.4.Análisis FODA**

El análisis FODA como herramienta técnica de planificación se utilizó en el presente estudio como el objetivo de identificar las estrategias necesarias para plasmarlas en el plan de acción propuesto.

A través de una metodología basada en la identificación de los elementos internos y externos que afectan a la Terminal Terrestre de Guayaramerín, se agruparon estos elementos para posteriormente esbozar las estrategias.

#### 6.4.1. Matriz FODA

**Cuadro 6.1**

**Matriz FODA Terminal Terrestre Guayaramerín**

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
F1. Personal calificado F2. Instalaciones nuevas, en muy buen estado, cómodas y operativas F3. Asignación presupuestaria a la Terminal Terrestre por parte del Gobierno Autónomo Municipal de Guayaramerín. F4. Edificio diseñado y construido para uso exclusivo como Terminal de Transporte Terrestre.	O1. Alta demanda de los servicios de la Terminal Terrestre. O2. Potencial turístico de la provincia Vaca Diez. O3. Potencialidades y capacidades de la población. O4. Buena percepción ciudadana de los servicios de la terminal.
DEBILIDADES	AMENAZAS
D1. Escasa difusión de los servicios que oferta la terminal. D2. Alta rotación del personal de la Terminal Terrestre. D3. Presupuesto insuficiente para la operación global de la terminal terrestre. D4. Incapacidad de la administración de vincular a la ciudadanía y demás usuarios en la gestión de la terminal terrestre.	A1. Parada de autos para el transporte intermunicipal e interprovincial. A2. Inestabilidad política en el municipio y el país. A3. Falta de cultura de las personas en cuanto al uso de los servicios de la terminal. A4: Situación económica del país.

Fuente: Elaboración propia

#### Estrategias

A partir de los datos introducidos en los factores FODA, se pudo establecer las estrategias más convenientes para el plan de acción.

### **Estrategias Defensiva**

F1, A1, A3: Es necesario conocer a los usuarios, saber cuáles son sus gustos, inquietudes, reclamos, exigencias, expectativas, lo que el cliente aprecia y valora; pero también es muy importante conocer el entorno, el sector, la competencia, las nuevas tendencias ya que esto permite ser más innovadores y liderar en el medio.

### **Estrategias Ofensiva**

F1, F3, O2, O3, 04: Conservar el personal debidamente capacitado y formado, es un factor indispensable para que el cliente tenga una buena experiencia con la empresa por medio del servicio..

### **Estrategia Adaptativa y de Supervivencia**

D3, O1: A2: El éxito del servicio está en seleccionar el personal adecuado, ocupando las vacantes con personas que desempeñen su labor de manera consciente y eficiente, en el momento de elegir el personal para el servicio, el conocimiento, la preparación, el profesionalismo, la destreza son tan importante para el manejo del cargo como lo son también un nivel adecuado de madurez y autoestima, ser una persona asertiva, manejar una excelente comunicación y tener un nivel alto de tolerancia para el contacto.

## **CAPITULO VII**

### **CUERPO CENTRAL DE LA PROPUESTA**

#### **7.1. Plan de acción**

Esta es la metodología mediante la cual se llevara a cabo el desarrollo de los objetivos, acciones y cumplimiento de metas basadas en una participación activa y continua del personal de la compañía involucrado en el proceso.

Por esto es de gran importancia, los empleados de la organización y los directivos, estos deberán asistir y participar simultáneamente de los eventos, talleres y actividades propuestas.

Es fundamental establecer canales de comunicación de tipo formal que garanticen que la información presentada en el proceso llegue oportunamente a todos los niveles de la organización.

Esta metodología de comunicación y participación permanente de todo el personal activo de la compañía durante el proceso, debe darse en las acciones concretas que se manifiestan en el plan de acción.

#### **7.1.1. Aspectos Administrativos**

##### **7.1.1.1. Política de Gestión del Servicio**

###### **7.1.1.1. Misión**

Promover, desarrollar y explotar soluciones de movilidad, mediante la gestión, y operación innovadora, eficiente y sostenible de servicios a la ciudadanía, al sector



transportador regional, que impacten positivamente en la movilidad regional y/o nacional.

#### **7.1.1.2. Visión**

En el año 2026, la Terminal Terrestre de la ciudad de Guayaramerín será líder a nivel nacional en la implementación de soluciones innovadoras y sustentables de movilidad, mediante la prestación de servicios que beneficien a nuestros clientes, pasajeros, transportadoras y terceros. Doto esto comprendo con las expectativas económicas financieras del municipio de Guayaramerín.

#### **7.1.1.3. Objetivos**

- **General**

Satisfacer las necesidades y las expectativas de los usuarios con oportunidad, eficacia, eficiencia, calidad y constancia, entendiendo el servicio como una cultura, filosofía o estilo de vida que genera valor agregado al usuario, mediante la resolución de problemas, requerimientos, dudas, inquietudes, conflictos, consultas de manera profesional y dentro de un plazo razonable.

- **Específicos**

- Prestar servicios de transporte de calidad y en condiciones de seguridad, de acuerdo a la naturaleza de nuestros riesgos enfocados en la satisfacción de nuestros clientes.
- Garantizar y optimizar el bienestar de los grupos de interés, identificando peligros, riesgos y estableciendo controles, promoviendo la prevención de lesiones y enfermedades laborales.

- Cumplir con los procesos y procedimientos definidos, la normalidad aplicable, requisitos y reglamentos.
- Mejorar continuamente los procesos del sistema integrado de gestión.

#### **7.1.1.4.Estrategia de Servicio**

Conocer lo que el cliente valora y aprecia, mostrando interés por sus necesidades, centrados principalmente en la satisfacción del cliente, anticipándonos a sus demandas y teniendo en cuenta el detalle, mediante encuestas de satisfacción que permitan evaluar y medir el nivel de satisfacción.

##### **7.1.1.4.1. Objetivo**

Satisfacer las necesidades y las expectativas de los usuarios con oportunidad, eficacia, eficiencia, calidad y constancia, entendiendo el servicio como una cultura, filosofía o estilo de vida que genera valor agregado al usuario, mediante la resolución de problemas, requerimientos, dudas, inquietudes, conflictos, consultas de manera profesional y dentro de un plazo razonable.

#### **7.1.1.5.Momentos de verdad**

Las siguientes son las situaciones que generan momentos de verdad para los usuarios primarios y secundarios de la Terminal Terrestre de Guayaramerín y sobre las cuales estos forman sus percepciones sobre la integridad que para ellos implica obtener un servicio satisfactorio.

##### **7.1.1.5.1. Con relación al servicio**

- Ofrecer servicios integrados

- Confiabilidad
- Seguridad
- Conocimiento de la operación
- Entrega oportuna, Puntualidad
- Atención a requerimientos especiales
- Sistemas de información
- Respuesta a sus requerimientos
- Transparencia en los procesos, procedimientos dentro de los marcos legales establecidos.
- Acceso rápido y eficiente a la información
- Respuesta oportuna y acertada relacionada con la operación y la logística
- Comunicación efectiva

#### **7.1.1.5.2. Con relación al personal**

- Rapidez en las respuestas ( teléfono, vía e-mail)
- Aptitud de servicio

- Conocimiento de la normatividad del servicio
- Conocimiento de la operación
- Amabilidad
- Responsabilidad
- Compromiso con la operación
- Capacidad de respuesta y solución a los requerimientos y necesidades del usuario
- Capacidad para asesorar al usuario
- Atención constante por todos los medios de comunicación
- Respuesta inmediata
- Excelente asesoría, dominio por parte del asesor en todos los temas relacionados con la operación
- Sentido de pertenencia
- Pro – actividad
- Información de los problemas presentados con sus posibles soluciones

#### **7.1.1.6. Con relación al ambiente físico**

Infraestructura adecuada para ofrecer soluciones logísticas requeridas por el usuario

- Seguridad
- Sistema de calidad de gestión administrativa y operativa
- Patios operativos que cubran la demanda del transporte
- Oficinas adecuadas
- Instalaciones aseadas y limpias
- Fácil acceso a las instalaciones específicamente salas de abordaje y patios operativos
- Vehículos en buen estado y cuidado del equipaje
- Información acertada acerca de la ubicación de los vehículos, las rutas y destino.
- Excelente atención.

#### **7.1.1.7.Etapas del plan de acción**

##### **Definición de objetivos**

##### **Objetivo 1**

Realizar encuesta de satisfacción con el fin de conocer las expectativas, necesidades y percepciones de los usuarios (interno y externo) e interno, en la Terminal Terrestre

Guayaramerín para la implementación de las respectivas acciones de servicio, calidad y mejora.

## **Objetivo 2**

Capacitar el personal de la compañía en temas relacionados con servicio al cliente, para fines laborales y personales.

## **Objetivo 3**

Implementar la cultura del servicio como una filosofía de vida empresarial.

## **Definición de estrategias**

### **Estrategia 1**

Es necesario conocer a los usuarios, saber cuáles son sus gustos, inquietudes, reclamos, exigencias, expectativas, lo que el cliente aprecia y valora; pero también es muy importante conocer el entorno, el sector, la competencia, las nuevas tendencias ya que esto permite ser más innovadores y liderar en el medio.

### **Estrategia 2**

Conservar el personal debidamente capacitado y formado, es un factor indispensable para que el cliente tenga una buena experiencia con la empresa por medio del servicio. El personal de servicio es la cara y la imagen de la empresa, la forma como este se comporte y se muestre ante los clientes es determinante para acercar o alejar al cliente; es muy importante que el personal de servicio cumpla ciertos requisitos y condiciones para desempeñar su labor.

### **Estrategia 3**

El éxito del servicio está en seleccionar el personal adecuado, ocupando las vacantes con personas que desempeñen su labor de manera consciente y eficiente, en el momento de elegir el personal para el servicio, el conocimiento, la preparación, el profesionalismo, la destreza son tan importante para el manejo del cargo como lo son también un nivel adecuado de madurez y autoestima, ser una persona asertiva, manejar una excelente comunicación y tener un nivel alto de tolerancia para el contacto.

### **Planteamiento de tareas**

#### **Tareas para objetivo 1, estrategia 1**

- Seleccionar el tamaño de la muestra y la población.
- Diseñar la encuesta, de acuerdo a los atributos que se quieren medir, realizarla físicamente, vía e-mail y pagina web.
- Clasificar el número de encuestados de acuerdo al nivel socio-económico. 4. Tabulación y análisis de resultados.
- Identificar los motivos de queja y reclamo más frecuentes. 6. Determinar el grado de insatisfacción con el servicio por parte de los usuarios que utilizan el servicio .
- Detectar los aspectos en la atención al cliente que se deben mantener y los susceptibles a mejorar.

## **Tareas para objetivo 2, estrategia 2**

- Identificar los temas más importantes y actuales a tratar en el campo de servicio al cliente con el fin de brindar una excelente capacitación a los empleados.
- Partiendo de la información obtenida, se realiza un análisis de los temas en cuestión para profundizar en los más fundamentales.
- Contratar personal idóneo, profesional y competitivo para capacitar los empleados en servicio al cliente.
- Comunicar a los empleados la fecha, la hora y duración de la capacitación, ya que asistir es de carácter obligatorio.
- Dictar capacitación.
- Resolver inquietudes y enumerar las pautas para brindar un excelente servicio en la Terminal de Guayaramerin.
- Solicitar a los empleados un informe sobre lo captado y lo que personalmente haría en un caso específico sobre servicio al cliente.
- Analizar el informe, sacar conclusiones sobre los resultados obtenidos y proceder a una toma de decisiones concreta

## **Tareas para objetivo 3, estrategia 3**

- Diagnosticar los rasgos de Cultura Corporativa mediante la aplicación de Instrumentos que permitan recopilar información al respecto como son las



encuestas, entrevistas o sesiones de grupo con las personas de la organización de todos los niveles.

- Determinar las percepciones que tiene los empleados y los usuarios acerca de los momentos de verdad que se presentan en los diferentes contactos que se dan entre ellos la operación y la organización en general.
- Realizar seminarios, talleres y cursos, en el cual se desarrollen habilidades y se propicien actitudes que motiven y preparen al empleado para involucrarse en la cultura de servicio, los contenidos de estos deben ser aplicados a la realidad, utilizando el mismo lenguaje, valores y símbolos compartidos por los miembros de la organización.
- Con la participación de los miembros de la organización, construir los valores sobre los que se fundamenta la cultura del servicio, con el fin de que estos sean interiorizados con mayor profundidad.
- Promover la participación de los empleados en la definición de los métodos de seguimiento que permitan conocer el comportamiento y desempeño de los empleados, proponiendo actividades para el proceso de transformación cultural.
- Crear grupos de apoyo conformado por personas de las diferentes áreas de la compañía y reconocidos para que ellos sean el soporte en el seguimiento de los resultados y para que se desempeñen como capacitadores permanentes de los compañeros y se cumplan los estándares de calidad exigidos por el servicio.
- Apoyar de forma permanente todas las fases del proceso.

- Usar canales formales de comunicación como carteleras, periódicos, boletines, conferencias ocasionales, avances sobre resultados, reuniones periódicas de seguimiento y retroalimentación.

## 7.2.Aspectos económicos y financieros

### 7.2.1. Cronograma del plan de acción

**Cuadro 7.1. Cronograma del plan de acción**

Objetivo	Meta	Acciones	Responsable	Cronología		Presupuesto Bs.
				Inicio	Fin	
Realizar encuesta de satisfacción con el fin de conocer las expectativas, necesidades y percepciones de los usuarios ( interno y externo) e interno, en la terminal de Guayaramerín para la implementación de las respectivas acciones de servicio, calidad y mejora.	Minimizar el número de usuarios insatisfechos.	Seleccionar el tamaño de la muestra y la población	Administrador	20/01/2020	30/01/2020	200,00
		Diseñar la encuesta, de acuerdo a los atributos que se quieren medir, realizarla físicamente, vía e-mail y página web	Administrador	20/01/2020	15/02/2020	1.000,00
		Clasificar el número de encuestados de acuerdo al nivel socio-económico.	Administrador	15/02/2020	28/02/2020	100,00
		Tabulación y análisis de resultados	Auxiliar	01/03/2020	15/03/2020	500,00
		Identificar los motivos de queja y reclamo más frecuentes	Administrador	16/03/2020	30/03/2020	100,00
		Determinar el grado de insatisfacción con el servicio por parte de los usuarios que utilizan el servicio de transporte.	Administrador	16/03/2020	30/03/2020	100,00
		detectar los aspectos en la atención al cliente que se deben mantener y los susceptibles a mejorar.	Administrador	01/04/2020	15/04/2020	100,00

Capacitar el personal de la compañía en temas relacionados con servicio al cliente, para fines laborales y personales.	Contar con personal altamente capacitado y calificado, para resolver los casos específicos en lo concerniente al servicio al cliente	Identificar los temas más importantes y actuales a tratar en el campo de servicio al cliente con el fin de brindar una excelente capacitación a los empleados.	Administrador	01/05/2020	15/05/2020	100,00
		Partiendo de la información obtenida, se realiza un análisis de los temas en cuestión para profundizar en los más fundamentales	Administrador	16/05/2020	30/05/2020	100,00
		Contratar personal idóneo, profesional y competitivo para capacitar los empleados en servicio al cliente	Administrador	01/06/2020	15/06/2020	6.000,00
		Comunicar a los empleados la fecha, la hora y duración de la capacitación, ya que asistirá de carácter obligatorio	Administrador	16/06/2020	20/06/2020	100,00
		Dictar capacitación	Consultor	21/06/2020	25/06/2020	500,00
		Resolver inquietudes y enumerar las pautas para brindar un excelente servicio en la terminal	Consultor	26/06/2020	30/06/2020	0,00
		Solicitar a los empleados un informe sobre lo captado y lo que personalmente haría en un caso específico sobre servicio al cliente	Consultor	01/07/2020	05/07/2020	0,00
		Analizar el informe, sacar	Administrador	6/07/2020	15/07/2020	500,00

		conclusiones sobre los resultados obtenidos y proceder a una toma de decisiones concreta				
Implementar la cultura del servicio como una filosofía de vida empresarial.	Sensibilizar el personal en un 100% en un plazo mínimo de un año en cultura del servicio	Diagnosticar los rasgos de Cultura Corporativa mediante la aplicación de Instrumentos que permitan recopilar información al respecto como son las encuestas, entrevistas o sesiones de grupo con las personas de la organización de todos los niveles	Administrador	01/08/2020	15/08/2020	500,00
		determinar las percepciones que tiene los empleados y los usuarios acerca de los momentos de verdad que se presentan en los diferentes contactos que se dan entre ellos la operación y la organización en general	Administrador	16/08/2020	30/08/2020	500,00
		Realizar seminarios, talleres y cursos, en el cual se desarrollen habilidades y se propicien actitudes que motiven y preparen al empleado para involucrarse en la cultura de servicio, los contenidos de estos deben ser aplicados a la realidad, utilizando el mismo lenguaje, valores y	Administrador	01/09/2020	30/09/2020	2.000,00

		símbolos compartidos por los miembros de la organización				
		Con la participación de los miembros de la organización, construir los valores sobre los que se fundamenta la cultura del servicio, con el fin de que estos sean interiorizados con mayor profundidad.	Administrador	01/10/2020	30/10/2020	200,00
		Promover la participación de los empleados en la definición de los métodos de seguimiento que permitan conocer el comportamiento y desempeño de los empleados, proponiendo actividades para el proceso de transformación cultural	Administrador	01/11/2020	30/11/2020	200,00
		Crear grupos de apoyo conformado por personas de las diferentes áreas de la compañía y reconocidos para que ellos sean el soporte en el seguimiento de los resultados y para que se desempeñen como capacitadores permanentes de los compañeros y se cumplan los estándares de calidad exigidos por el	Administrador	01/12/2020	15/12/2020	100,00

		servicio				
		Apoyar de forma permanente todas las fases proceso	Administrador	01/08/2020	30/12/2020	0,00
		Usar canales formales de comunicación como cartelera, periódicos, boletines, conferencias ocasionales, avances sobre resultados, reuniones periódicas de seguimiento y retroalimentación	Administrador	01/01/2020	30/12/2020	500,00
<b>del Total</b>						<b>13.300,00</b>

## **CAPITULO VIII**

### **EVALUACION DEL PROYECTO**

Para realizar una buena evaluación de este proyecto de grado, se necesita verificar el cumplimiento de los objetivos planteados al inicio de la investigación.

En cuanto al logro del objetivo general: Elaborar un Plan de Acción para la Terminal Terrestre de Guayaramerín con el propósito de mejorar el servicio.

Se logró este objetivo puesto que el plan de acción se encuentra plasmado en la propuesta

De la misma manera se cumplieron con los siguientes objetivos específicos:

- Elaborar un diagnóstico de la situación actual de la Terminal Terrestre de Guayaramerín.
- Definir los objetivos del plan de acción de la Terminal Terrestre de Guayaramerín.
- Detallar las estrategias del plan de acción de la Terminal Terrestre de Guayaramerín.
- Plantear tareas del plan de acción de la Terminal Terrestre de Guayaramerín.
- Designar responsables de cada tarea del plan de acción de la Terminal Terrestre de Guayaramerín.



## **CAPITULO IX**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **9.1. Conclusiones**

La presente investigación se ha dedicado al estudio de la satisfacción de los usuarios de la Terminal Terrestre de Guayaramerin, para poder elaborar un Plan de Acción que permita elevar el nivel de satisfacción de pasajeros y transportistas.

En el desarrollo del trabajo de investigación que ha dado lugar al presente proyecto se han alcanzado los objetivos planteados en cuanto a:

- Elaborar un diagnóstico de la situación actual de la Terminal Terrestre de Guayaramerin.
- Definir los objetivos del plan de acción de la Terminal Terrestre de Guayaramerin.
- Detallar las estrategias del plan de acción de la Terminal Terrestre de Guayaramerin.
- Plantear tareas del plan de acción de la Terminal Terrestre de Guayaramerin.
- Designar responsables de cada tarea del plan de acción de la Terminal Terrestre de Guayaramerin.
- Evaluar el plan de acción de la Terminal Terrestre de Guayaramerin.

En la investigación se han abordado las etapas de la planeación, como método sistematizador de las bases de actuación para identificar objetivos, prioridades y mecanismos de acción que acompañan y fundamentan la toma de decisiones.

Con el propósito de trazar una ruta ideal para resolver el problema planteado se tomaron en cuenta los siguientes elementos: diagnóstico, objetivos y prioridades, estrategias, programas, acciones y evaluación.

Lo anterior se plasmó en un plan de acción, como instrumento de la planeación, lo que permitió definir las actividades que se deberán realizar, como se van a realizar, en que periodo de tiempo se harán, quienes serán los responsables de su cumplimiento y la forma en que se evaluarán los resultados.

## **9.2. Recomendaciones**

Una vez concluido el proyecto, se plantean las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda profundizar en el estudio de la satisfacción del cliente o usuario, elaborando instrumentos más amplios que permitan su estudio con mayor exactitud.
- Se recomienda a la Carrera de Administración de Empresas, de la Universidad Autónoma del Beni José Ballivián, proseguir el estudio de la temática planteada en el presente estudio, con el propósito de brindar a la sociedad los conocimientos necesarios para una mejora continua en la prestación de servicios.
- A los usuarios transportistas, se recomienda participar activamente en la implementación del presente plan.

- A los responsables de implementar el plan, se recomienda tener la flexibilidad necesaria para adaptarse a los posibles contratiempos que puedan tener en la implementación del mismo.
- A la administración de la terminal terrestre de la ciudad de Guayaramerín, se recomienda aplicar el Plan de acción propuesto en el presente estudio.
- Al Gobierno Autónomo Municipal de Guayaramerín, se recomienda brindar todo el apoyo a la administración de la Terminal Terrestre, en la implementación de este Plan de Acción.

## CAPITULO X CRONOGRAMA

Para la ejecución del plan se propone el siguiente cronograma:

**Cuadro 10.1. Cronograma**

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Seleccionar el tamaño de la muestra y la población												
Diseñar la encuesta, de acuerdo a los atributos que se quieren medir, realizarla físicamente, vía e-mail y pagina web												
Clasificar el número de encuestados de acuerdo al nivel socio-económico.												
Tabulación y análisis de resultados												
Identificar los motivos de queja y reclamo más frecuentes												
Determinar el grado de insatisfacción con el servicio por parte de los usuarios que utilizan el servicio de transporte.												
detectar los aspectos en la atención al cliente que se deben mantener y los susceptibles a mejorar.												
Identificar los temas más importantes y actuales a tratar en el campo de servicio al cliente con el fin de brindar una excelente capacitación a los empleados.												
Partiendo de la información obtenida, se realiza un análisis de los temas en cuestión para profundizar												

en los más fundamentales												
Contratar personal idóneo, profesional y competitivo para capacitar los empleados en servicio al cliente												
Comunicar a los empleados la fecha, la hora y duración de la capacitación, ya que asistir es de carácter obligatorio												
Dictar capacitación												
Resolver inquietudes y enumerar las pautas para brindar un excelente servicio en la terminal												
Solicitar a los empleados un informe sobre lo captado y lo que personalmente haría en un caso específico sobre servicio al cliente												
Analizar el informe, sacar conclusiones sobre los resultados obtenidos y proceder a una toma de decisiones concreta												
Diagnosticar los rasgos de Cultura Corporativa mediante la aplicación de Instrumentos que permitan recopilar información al respecto como son las encuestas, entrevistas o sesiones de grupo con las personas de la organización de todos los niveles												
determinar las percepciones que tiene los empleados y los usuarios acerca de los momentos de verdad que se presentan en los diferentes contactos que se dan entre ellos la operación y la organización en genera												
Realizar seminarios, talleres y cursos, en el cual se desarrollen habilidades y se propicien actitudes que motiven y preparen al empleado para involucrarse en la cultura de servicio, los contenidos de estos deben ser aplicados a la realidad,												



## Bibliografía

- Albavera, F. S. (2003). *Planificación Estratégica y gestión pública por objetivos*. Los Angeles: United Nations Publications.
- Armijo, M. (2011). *Planificación estratégica e indicadores de desempeño en el sector Público (Tesis)*. Lima: Universidad del Callao
- Bitner, M. (1990). Evaluating Service Encounters. *Journal of Marketing*, 33-53.
- Brown, T., Churchill, G., & Peter, J. (1993). Improving the Measurement of Service Quality. *Journal of Retailing*, 127.
- Carman, J. M. (1990). Consumer perceptions of service quality: an assessment of the SERVQUAL dimensions. *Journal of Retailing*, 33-35.
- Cifuentes, J. A. (2014). *El sistema de planificación financiera en la empresa CLPROYECTOS y su incidencia en la rentabilidad. 2014. Tesis de Licenciatura*. . Ambato: Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Contabilidad y Auditoría. Carrera de Contabilidad y Auditoría.
- Colmenares, D. O., & Saavedra Torrez, J. L. (2007). *aproximación teórica de los modelos conceptuales de la calidad del servicio*. Mexico: Limusa.
- Christopher, M. P., & Ballantune, D. A. (1994). *Marketing Relacional: integrando la calidad, el servicio al cliente y el marketing*. Mexico: dias Santos.
- Duke, E. J. (2005). Revisión de los modelos de evaluación de la calidad del servicio. *Innovar*, 25.

- Grönroos, C. (1994). *Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*. . Madrid: Editorial Díaz de Santos.
- Hoffman, K., & Bateson, J. (2002). *Fundamentos de Marketing de servicios*. Mexico: Internacional Thomson.
- Imai, M. (2018). *Como implementar el kaisen al sitio de trabajo*. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana.
- Lewis, R., & Booms, B. (1983). *The marketing aspects of service quality*. In Berry, L., Shostack, G. & Upah, G. (eds. Chicago: American Marketing Association.
- Lira, L. (2006). *Revalorización de la planificación del desarrollo*. New York: United Nations Publications.
- Medina, L., & Mejias, P. (2013). *DISEÑO DE UN PLAN DE ACCION PARA LA MEJORA DEL PROCESO PRODUCTIVO DE UNA EMPRESA EMBOTELLADORA DE AGUA MINERAL*. Miranda: Universidad Católica Andrés Bello.
- Mintzerberg, H., Quinn, J. B., & Voyer, J. (1997). *El proceso estratégico: conceptos, contextos y casos*. Mexico: Educacion.
- Ortegón, E. (2005). *Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas*. New York: United Nations Publications.



- Parasuraman, A. Z. (1994). Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research”. *Journal of Marketing*, 58, 111-124.
- Pascual, M. (2005). *Hábitos de compra y calidad de servicio (una aplicación en establecimientos de limentación mediante diseño de encuesta)*. Tesis Doctoral. Facultad de Psicología, Departamento de Metodología de las Ciencias del Comportamiento. Valencia: Universidad de Valencia.
- Reyes, O. (2012). *Planeacion estratégica para alta dirección*. Mexico: Palilibro.
- Schiffman, L., & Lazar, L. (2001). *Comportamiento del consumidor*. Mexico: Prentice Hall.
- Vasquez, R., & Diaz, M. (1996). *Estructura multidimensional de la calidad de servicio en cadenas de supermercados: desarrollo y validación de la escala CALSUPER*. Documento de Trabajo 119/96,. Oviedo: Facultad de Ciencias Economicas y Empresariales.
- Villasmil, J., & Isea, J. (2017). *PLAN DE ACCIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DE LOS TALLERES OFRECIDOS EN LA CASA DON BOSCO DE VALENCIA: UNA PROPUESTA*. Miranda: Universidad Nacional Experimental “Francisco de Miranda”.





# Anexos

## **ANEXO A. ENTREVISTA AL ADMINISTRADOR DE LA TERMINAL TERRESTRE GUAYARAMERÍN**

1. ¿Qué política define de cómo debe ser la gestión del servicio al cliente en la terminal?
2. ¿Cómo concibe el servicio dentro del terminal?
3. ¿Considera el servicio como elemento estratégico en el desarrollo del plan de acción de la terminal?
4. ¿Considera relevante e importante que la terminal cuente con un plan de acción y en que lo fundamentan?

## ANEXO B.

### ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN USUARIO TRANSPORTADOR

#### USUARIO TRANSPORTADOR

Para la Terminal es importante conocer la experiencia de servicio que usted vivió en nuestras instalaciones por este motivo lo invitamos a responder la siguiente encuesta.

NOMBRE COMPLETO: \_\_\_\_\_

TELEFONO: \_\_\_\_\_

De acuerdo a su experiencia de servicio en la terminal ¿Qué tan satisfecho está usted con el servicio en general? En una escala de 1 a 4, donde 1 es totalmente insatisfecho y 4 totalmente satisfecho

1. Facilidad para comunicarse telefónicamente
2. Amabilidad en la atención
3. Disponibilidad de espacios
4. Aseo de las instalaciones
5. Como califica Ud. La atención y diligencia de la persona que atendió su requerimiento
6. Control de anuncios por altoparlante
7. Tiempos de espera en los patios operativos
8. Teniendo en cuenta lo anterior, ¿Qué tan satisfecho quedo usted con la Experiencia de servicio que tuvo en las terminal?
9. La terminal cuenta con una infraestructura apta para ofrecer soluciones de movilidad?

## ANEXO C. ENCUESTA USUARIO PASAJERO

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN TERMINAL TERRESTRE  
GUAYARAMERIN

USUARIO PASAJERO

Para la terminal de Guayaramerin es importante conocer la experiencia de servicio que usted vivió con las empresa transportadoras que operan en la terminal, por este motivo lo invitamos a diligenciar la siguiente encuesta.

NOMBRE COMPLETO: \_\_\_\_\_

TELEFONO: \_\_\_\_\_

PROFESION: \_\_\_\_\_

De acuerdo a su experiencia de servicio en las terminales de Medellín, ¿Qué tan satisfecho está usted con el servicio en general? En una escala de 1 a 4, donde 1 es totalmente insatisfecho y 4 totalmente satisfecho

1. Facilidad para comunicarse telefónicamente con las empresas transportadoras

2. Amabilidad en la atención

3. Disponibilidad de los asesores

4. Aseo de las instalaciones

5. Como califica Ud. La atención y diligencia de la persona que lo atendió.

6. Estado de los vehículos

7. Facilidad para la movilización de discapacitados y equipaje dentro de las instalaciones de la terminal

8. Teniendo en cuenta lo anterior, ¿Qué tan satisfecho quedo usted con la Experiencia de servicio que tuvo en la terminal?

9. Cree Ud. Que la terminal cuenta con una infraestructura apta para ofrecer soluciones de movilidad en transporte?