



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
ESCUELA DE POSGRADO

TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE MAGISTER EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON MENCIÓN EN PYMES

TEMA:

GESTIÓN EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE
SERVICIO DE LAS COMPAÑÍAS DE TRANSPORTE ESCOLAR EN LA
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2019.

AUTOR:

ING. CARRILLO COBEÑA RICKY ALEJANDRO

Tutor:

ING. JAIRO CEDEÑO PINARGOTE. MGE.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2021

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
ESCUELA DE POSGRADO

**TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE MAGISTER EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON MENCIÓN EN
PYMES**

TEMA:

**GESTIÓN EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE
SERVICIO DE LAS COMPAÑÍAS DE TRANSPORTE ESCOLAR EN LA
PROVINCIA DE SANTA ELENA. AÑO 2019**

AUTOR:

ING. CARRILLO COBEÑA RICKY ALEJANDRO

Tutor:

ING. JAIRO CEDEÑO PINARGOTE. MGE.

LA LIBERTAD – ECUADOR

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor Guía del trabajo de titulación “**GESTIÓN EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO DE LAS COMPAÑÍAS DE TRANSPORTE ESCOLAR EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2019**”, elaborado por el Ing. Ricky Alejandro Carrillo Cobeña, egresado de la Maestría de Administración de Empresas mención Gestión de Pymes, Instituto de Posgrado de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Magister en Administración de Empresas mención Gestión de Pymes, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente en su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por el cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,

 Firmado electrónicamente por:
**JAIRO MANUEL
CEDENO
PINOARGOTE**

Ing. Jairo Cedeño Pinargote. MGE.

PROFESOR GUÍA

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente Trabajo de Titulación con título de **“GESTIÓN EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO DE LAS COMPAÑÍAS DE TRANSPORTE ESCOLAR EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2019”**, elaborado por el **Ing. Ricky Alejandro Carrillo Cobeña**, declara que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa.

Transferencia de derechos autorales.

Declaro que, una vez aprobado el tema de investigación otorgado por el **Instituto de Posgrado Maestría de Administración de Empresas** mención **Gestión de Pymes** pasan a tener derechos autorales correspondientes, que se transforman en propiedad exclusiva de la Universidad Península de Santa Elena y, su reproducción, total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:
**RICKY ALEJANDRO
CARRILLO COBENA**

ING. CARRILLO COBEÑA RICKY ALEJANDRO

CI. N°. 092371291-3

DEDICATORIA

Indudablemente al ser por el que existo, mi DIOS, por bendecirme en todo momento, y por ayudarme a entender que las cosas suceden en el momento justo, ni antes ni después.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la vida, a mis padres por su paciencia, amor, dedicación y sus consejos que fueron las bases de responsabilidad y deseos de superación a lo largo de la carrera universitaria.

Agradezco a los catedráticos quienes supieron impartir el conocimiento que ahora lo estoy empleando, a mis compañeros por los momentos compartidos.

TRIBUNAL DE GRADO



Firmado electrónicamente por:
**ARTURO GUSTAVO
BENAVIDES
RODRIGUEZ**

Ing. Arturo Gustavo Benavides Rodríguez PhD.
DIRECTOR INSTITUTO DE POSTGRADO



Firmado electrónicamente por:
**FAUSTO VINICIO
CALDERON PINEDA**

Ing. Fausto Vinicio Calderón Pineda MBA.
DOCENTE ESPECIALISTA



Firmado electrónicamente por:
**JAIRO MANUEL
CEDENO
PINOARGOTE**

Ing. Jairo Manuel Cedeño Pinoargote. MGE.
DOCENTE TUTOR

Lcdo. Eduardo Vinicio Pico Gutiérrez, MSc.
COORDINADOR DEL PROGRAMA



Firmado por
**VICTOR MANUEL
CORONEL ORTIZ
EC**

Ab. Víctor Coronel Ortiz, MSc.
SECRETARIO GENERAL
UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA

ÍNDICE

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA	ii
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Tribunal de Grado	vi
Índice	vii
Índice Tablas	x
Índice Figuras	xii
Índice Cuadros	xiv
Índice Anexos.....	xv
Resumen	xvi
Abstract.....	xvii
Introducción.....	1
Antecedentes de la investigación.....	3
Planteamiento del problema.....	3
Delimitación de la problemática	4
Formulación del Problema	4
Sistematización del problema	4
Justificación de la investigación	5
Objetivos de la investigación.....	6
Objetivo General	6
Objetivos Específicos.....	6
Planteamiento de la hipótesis.....	6
Hipótesis nula.....	6
Hipótesis alterna	6
Capítulo I.....	7
Marco REFERENCIAL	7

1. Antecedentes	7
1.1. Desarrollo teórico y conceptual	10
1.2. Calidad del servicio.....	19
1.3. Fundamentos, sociológicos, psicológicos y legales.....	29
Capítulo II.....	32
Metodología de la Investigación	32
2. Diseño y alcance de la investigación	32
2.1. Tipos de investigación	32
2.2. Métodos de investigación	32
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	33
2.4. Fuente primaria.....	33
2.5. Fuentes secundarias	34
2.6. Población y muestra	34
2.7. Tratamiento de la información.....	38
2.8. Procedimiento y procesamiento de la investigación	39
Capítulo III.....	41
Resultados y discusión	41
3. Resultados de la entrevista y encuestas	41
3.1. Análisis de las entrevistas realizadas.....	41
3.2. Análisis de resultados de las encuestas realizadas	42
3.3. Comprobación de hipótesis.....	94
3.4. Discusión	96
Capítulo iv	97
propuesta.....	97
4. Antecedentes	97
4.1. Objetivos del modelo propuesto	97
4.2. Alcance del modelo gestión administrativa propuesto	98
4.3. Diagnóstico situacional.....	100
4.4. Puntos estratégicos de los servicios de transportación escolar	103
4.5. Balanced Scorecard propuesto.....	104
4.6. Perfil estratégico	105

4.7. Mando Integral.....	106
4.8. Organigrama propuesto	107
4.9. Plan de capacitación propuesto	108
Referencias Bibliográficas	111
Anexos	116

ÍNDICE TABLAS

Tabla 1 <i>Género</i>	44
Tabla 2 <i>Edad</i>	45
Tabla 3 <i>Nivel de Estudio</i>	46
Tabla 4 <i>Tiempo en el Servicio</i>	47
Tabla 5 <i>Posición en el Mercado</i>	48
Tabla 6 <i>Transcendencia en el tiempo</i>	49
Tabla 7 <i>Nuevos Mercados</i>	50
Tabla 8 <i>Código de Ética</i>	51
Tabla 9 <i>Fortalecimiento y desarrollo</i>	52
Tabla 10 <i>Adquirir Competencias</i>	53
Tabla 11 <i>Recursos Necesarios</i>	54
Tabla 12 <i>Recursos Necesarios</i>	55
Tabla 13 <i>Procesos Administrativos</i>	56
Tabla 14 <i>Control de Calidad</i>	57
Tabla 15 <i>Satisfacción al Cliente</i>	58
Tabla 16 <i>Incentivos para fidelizar Clientes</i>	59
Tabla 17 <i>Canales de Distribución</i>	60
Tabla 18 <i>Fomentar Competencias</i>	61
Tabla 19 <i>Cultura Empresarial</i>	62
Tabla 20 <i>Capacitación del Personal</i>	63
Tabla 21 <i>Satisfacción por Cumplimiento del Servicio</i>	64
Tabla 22 <i>Servicios Adicionales</i>	65
Tabla 23 <i>Diferenciación con la Competencia</i>	66
Tabla 24 <i>Mejora Continua</i>	67
Tabla 25 <i>Nuevas Tecnologías</i>	68
Tabla 26 <i>Motivación y Reconocimiento</i>	69
Tabla 27 <i>Plan Mejora Unidades de Transporte</i>	70
Tabla 28 <i>Modelo de Gestión</i>	71
Tabla 29 <i>Género</i>	73
Tabla 30 <i>Edad</i>	74
Tabla 31 <i>Nivel de Estudio</i>	75
Tabla 32 <i>Tiempo con el Servicio</i>	76

Tabla 33 Sistema de Gestión	77
Tabla 34 Contrato de Servicio	78
Tabla 35 Toma de Decisiones	79
Tabla 36 Roles Gerenciales	80
Tabla 37 Satisfacción de los Usuarios	81
Tabla 38 Personal de Transporte	82
Tabla 39 Procesos Administrativos	83
Tabla 40 Control de Calidad	84
Tabla 41 Interés en Satisfacer al Cliente	85
Tabla 42 Incentivos para fidelizarlos	86
Tabla 43 Genera confianza, lealtad y satisfacción	87
Tabla 44 Personal Capacitado	88
Tabla 45 Cumplimiento de Horarios y Recorridos	89
Tabla 46 Servicios Adicionales	90
Tabla 47 Diferenciación con la Competencia	91
Tabla 48 Nuevas Tecnologías	92
Tabla 49 Mejorar Unidades de transporte	93
Tabla 50 Tabla de contingencia hipótesis general	95
Tabla 51 Chi cuadrado hipótesis general	95
Tabla 52 Matriz FODA	100
Tabla 53 Perfil estratégico externo	101
Tabla 54 Matriz de generación de estrategias en relación al FODA	102
Tabla 55 Objetivos Balanced Scorecard	104
Tabla 56 Perfil estratégico	105
Tabla 57 Cuadro de mando integral	106
Tabla 58 Plan de capacitación propuesto	108

ÍNDICE FIGURAS

Figura 1: Modelo 3 E	14
Figura 2: Modelo 3 F.....	15
Figura 3: Categorías principales de evidencia según experimenta el cliente.....	23
Figura 4: El Triángulo de Servicios	24
Figura 5: Género	44
Figura 6: Edad.....	45
Figura 7: Nivel de Estudio	46
Figura 8: Tiempo en el Servicio.....	47
Figura 9: Posición en el Mercado.....	48
Figura 10: Trascendencia en el tiempo	49
Figura 11: Nuevos Mercados	50
Figura 12: Código de Ética	51
Figura 13: Fortalecimiento y desarrollo.....	52
Figura 14: Adquirir Competencias.....	53
Figura 15: Recursos Necesarios	54
Figura 16: Distribución de Recursos.....	55
Figura 17: Procesos Administrativos	56
Figura 18: Control de Calidad.....	57
Figura 19: Satisfacción al Cliente	58
Figura 20: Incentivos para fidelizar Clientes	59
Figura 21: Canales de Distribución.....	60
Figura 22: Fomentar Competencias	61
Figura 23: Cultura Empresarial.....	62
Figura 24: Capacitación del Personal.....	63
Figura 25: Satisfacción por Cumplimiento del Servicio	64
Figura 26: Servicios Adicionales	65
Figura 27: Diferenciación con la Competencia.....	66
Figura 28: Mejora Continua.....	67
Figura 29: Mejora Continua.....	68

Figura 30: Motivación y Reconocimiento.....	69
Figura 31: Plan Mejora Unidades de Transporte	70
Figura 32: Modelo de Gestión.....	71
Figura 33: Género	73
Figura 34: Edad.....	74
Figura 35: Nivel de Estudio	75
Figura 36: Tiempo con el Servicio.....	76
Figura 37: Sistema de Gestión	77
Figura 38: Contrato de servicio.....	78
Figura 39: Toma de Decisiones.....	79
Figura 40: Roles Gerenciales	80
Figura 41: Satisfacción de los Usuarios	81
Figura 42: Personal de Transporte	82
Figura 43: Procesos Administrativos	83
Figura 44: Control de Calidad.....	84
Figura 45: Interés en Satisfacer al Cliente	85
Figura 46: Incentivos para fidelizarlos.....	86
Figura 47: Genera confianza, lealtad y satisfacción.....	87
Figura 48: Personal Capacitado	88
Figura 49: Cumplimiento de Horarios y recorridos	89
Figura 50: Servicios Adicionales	90
Figura 51: Diferenciación con competencia	91
Figura 52: Nuevas Tecnologías.....	92
Figura 53: Mejorar Unidades de transporte	93
Figura 54: Modelo de gestión administrativa basado en calidad de servicio – MGACS 2021.....	99
Figura 55: Puntos estratégicos de los servicios de transportación escolar propuestos	103
Figura 56: Organigrama propuesto	107

ÍNDICE CUADROS

Cuadro 3: Factores de Éxito.....	18
Cuadro 4: Distribución de la población de compañías de transporte escolar	35
Cuadro 5: Distribución de la población de trabajadores	35
Cuadro 6: Cálculo de muestra para el estudio.....	36
Cuadro 7: Cálculo de muestra para estudio.....	38
Cuadro 8: Instrumentos de la investigación	40

ÍNDICE ANEXOS

Anexos 1. Matriz auxiliar para el diseño de tesis.....	116
Anexos 2 Operacionalización de Variable Independiente	117
Anexos 3 Operacionalización de Variable Dependiente.....	118
Anexos 4: Entrevista dirigida al gerente	119
Anexos 5: Encuesta dirigida al personal de las compañías de transporte escolar.....	123
Anexos 6: Encuesta dirigida al personal de las compañías de transporte escolar.....	126



Tema

GESTIÓN EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO DE LAS COMPAÑÍAS DE TRANSPORTE ESCOLAR EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA. AÑO 2019

Autor:

Carrillo Cobeña Ricky Alejandro

Tutor:

Ing. Jairo Cedeño Pinargote. MGE.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar la gestión empresarial y su incidencia en la calidad de servicio de las compañías de transporte escolar en la provincia de Santa Elena; el estudio inicia con la fundamentación teórica e importancia de la planeación; además se plantea un modelo para el diagnóstico interno y externo empresarial. El método de investigación es descriptivo con la finalidad de conocer sobre el tema de estudio a través de la desagregación teórica de las variables, también es cuantitativo se empleó la investigación analítica, a través de estadísticos que permitieron analizar las variables de estudio, además de conocer los factores que influyen en el servicio de las compañías de transporte de servicio escolar de la provincia de Santa Elena. De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas se determinó la importancia de implementar un modelo de gestión administrativa sólido que permita fortalecer la calidad de servicio y por ende mejorar los resultados organizacionales. El resultado generado de esta investigación permitió el diseño de un modelo MGACS 2021, por sus siglas modelo de gestión administrativa basado en calidad de servicio tiene como finalidad enlazar las actividades administrativas y gerenciales para maximizar los resultados empresariales, por lo tanto, es importante el compromiso empresarial, siendo necesario el trabajo en equipo para alcanzar las metas institucionales.

Palabras Clave: Gestión administrativa, desempeño organización, calidad de servicios.



Tema

GESTIÓN EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO DE LAS COMPAÑÍAS DE TRANSPORTE ESCOLAR EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA. AÑO 2019

Autor:

Carrillo Cobeña Ricky Alejandro

Tutor:

Ing. Jairo Cedeño Pinargote. MGE.

ABSTRACT

The present research work aims to analyze business management and its impact on the quality of service of school transport companies in the province of Santa Elena; The study begins with the theoretical foundation and importance of planning; In addition, a model is proposed for the internal and external business diagnosis. The research method is descriptive in order to know about the subject of study through the theoretical disaggregation of the variables, it is also quantitative, analytical research was used, through statistics that allowed to analyze the study variables, in addition to knowing the factors that influence the service of the school service transport companies in the province of Santa Elena. According to the results obtained in the surveys, it was determined the importance of implementing a solid administrative management model that allows strengthening the quality of service and therefore improving organizational results. The result generated from this research allowed the design of an MGACS 2021 model, by its initials administrative management model based on quality of service, its purpose is to link administrative and managerial activities to maximize business results, therefore, commitment is important business, teamwork being necessary to achieve institutional goals.

Keywords: Administrative management, organizational performance, quality of services.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la competitividad es una estrategia que utilizan las empresas para brindar un servicio de calidad, Según Medeiros V., Gonçalves L. & Camargos E (2020), el índice de competitividad en el Ecuador ha progresado rápidamente. Sin embargo, sigue siendo una economía basada en la eficiencia, no en la innovación

El presente trabajo recoge por secciones la propuesta para el diseño de un modelo de gestión administrativa para mejorar la calidad de servicios de transporte escolar en la provincia de santa Elena, mediante la evaluación de factores como: gestión administrativa, empresa y entorno; así como el diagnostico de los principios de: eficiencia, eficacia y efectividad.

La administración gerencial alude a una gran cantidad de tareas que ayudan a desglosar, analizar y desarrollar los objetivos de la organización, a fin de lograr una técnica de manera efectiva. Partiendo del examen situacional que permite dar datos idóneos para el avance de sus ejercicios, siendo un valioso instrumento para analizar organizaciones en cualquier lugar del mundo.

De acuerdo a Coppelli G. (2018) La actual globalización de las operaciones comerciales a nivel mundial motiva a las empresas privadas, a invertir en la realización y reestructuración de planeaciones administrativas o estratégicas, con el fin de cumplir con los objetivos planteados en el corto y largo plazo; proceso de reestructuración que, en los últimos años, han sido realizados mediante la aplicación de nuevas tendencias administrativas.

Es así que la gestión administrativa de una empresa juega un papel muy importante en el logro de metas y objetivos; y sobre todo el diseño adecuado de un modelo de gestión podría ser uno de los primeros pasos para diagnosticar, evaluar y mejorar la eficiencia y productividad de los recursos materiales, humanos y económicos de enfrentar la globalización en el mundo actual.

Esta investigación identificada con el examen de la administración autorizada y su efecto en la administración del transporte escolar de la región de Santa Elena, se complementará para crear y dar un dispositivo útil a la dinámica directiva; así como hacer una cultura de uso y control de los ciclos operativos, realizada por sus autoridades y compañeros de las organizaciones de transporte escolar.

El presente estudio relacionado con el análisis de la gestión administrativa y su incidencia en el servicio de transporte escolar de la provincia de Santa Elena, será realizado con el objeto de proporcionar una herramienta útil para la toma de decisiones de la gerencia; así como también crear una cultura de aplicación y monitoreo de los procesos operativos, realizados por sus funcionarios y colaboradores de las compañías de transporte escolar.

El estudio comprende de cinco capítulos que se describen desde la problemática hasta los resultados de la investigación, que se detallan a continuación.

Capítulo I: En el primer capítulo se describe el marco referencial; que lo conforman la revisión literaria, teorías, conceptos y marco legal.

Capítulo II: En el segundo capítulo se describen los materiales y métodos; que lo integran los tipos, y métodos de investigación, también el diseño de muestreo y de recolección de datos.

Capítulo III: En el tercer capítulo se describen los resultados obtenidos en la investigación mediante las técnicas de encuestas y entrevistas empleadas.

Capítulo IV: En el cuarto capítulo se describe la propuesta denominada diseño de un modelo de gestión administrativa para fortalecer la calidad de servicio.

Antecedentes de la investigación

Planteamiento del problema

El transporte surge con la necesidad de traslado tanto de bienes e individuos de sitios de origen a destinos finales; de tal manera el transporte se transforma en un importante insumo de consumo intermedio para ejecutar actividades de trabajo, educación y de ocio; es uno de los sectores, que mediante varios medios se lo usa cotidianamente en los distintos aspectos de nuestra vida socioeconómica. No obstante, no siempre se considera la importancia que tiene este sector para el desarrollo de la economía tanto local como nacional.

Lamentablemente el servicio de transporte a nivel nacional en algunos casos es de pésima calidad, por la falta de preparación, cultura de quienes conducen los vehículos, ofrecen el servicio al usuario, y de quienes los administran; es así que presenta deficiencias en atención del personal, limpieza de las unidades, de mantenimiento preventivo, y tiempo por paradas del vehículo para recoger a los usuarios. En la provincia de Santa Elena operan pocas cooperativas que brindan el servicio de transporte escolar, éstas incumplen con los requisitos de seguridad, deficiencia de servicio brindando e informalidad para su funcionamiento, provocando la desconfianza por parte de sus clientes.

Los padres de familia cuando buscan servicio de transporte escolar se basan principalmente en la seguridad, comodidad y los recorridos o rutas se efectúen en menor tiempo para sus hijos. Sin embargo, los expresos escolares e institucionales incumplen el uso de disco pare en las unidades, estipulado en la ley Orgánica de Transporte Terrestre, tránsito y Seguridad Vial, lo cual se utiliza cuando el conductor embarque o desembarque, con el fin de avisar a los vehículos que se encuentra en la parte de atrás (Lourdes M, 2017). El mayor efecto de esta acción es dar una mala imagen en la irresponsabilidad del conductor y la inseguridad del servicio que ofrece la empresa.

En las compañías de Servicio de Transporte Escolar en la provincia de Santa Elena la gestión administrativa es de manera empírica, debido de que los líderes que dirigen estas organizaciones no tienen las competencias necesarias para formalizar una gestión sólida; ni cuentan con un modelo de gestión administrativa que fortalezca continuamente el servicio de transporte escolar.

Es de gran importancia determinar un modelo de gestión para mejorar la calidad de servicio de transporte escolar que generen las acciones más adecuadas para que la organización consiga los resultados empresariales esperando en el tiempo determinado.

Delimitación de la problemática

Problema: Inadecuada gestión administrativa y su incidencia en la calidad de atención a los usuarios de las compañías de transporte de servicio escolar.

Área de temática: Marketing estratégico y de servicio

Campo: Compañías de transporte

Área: Transporte Escolar

Aspecto: Atención al Cliente

Formulación del Problema

¿Cómo incide la gestión empresarial en la calidad de servicio de las compañías de transporte escolar en la provincia de Santa Elena?

Sistematización del problema

¿Qué fundamentos teóricos sustentan un modelo de gestión administrativa de servicios para las compañías de transporte escolar acorde con los estudios que se realizarán?

¿Qué permite un diagnóstico organizacional para identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de las compañías de transporte escolar en base a los factores internos y externos?

¿Cómo incide el modelo de gestión administrativa en la calidad del servicio de transporte escolar en la provincia de Santa Elena?

Justificación de la investigación

Para Díaz. J, Quintana M, & Fierro, D. (2021), la competitividad representa uno de los factores más valorados, se refiere a que los directivos de las empresas intentan ocupar una posición de privilegio en un mercado más exigente y asegurar su permanencia a mediano y largo plazo. La competitividad de las empresas familiares no proviene solamente de la difusión de las nuevas tecnologías de gestión y de productos, que en muchos casos no sólo dependen de la investigación material, sino también de las nuevas formas complejas de organización.

El servicio de transportación escolar es considerado como una necesidad básica y primordial para el bienestar de los clientes y que sean trasladados a sus respectivas instituciones y a la vez garantizar la seguridad de los niños, niñas y adultos; el presente trabajo busca el diseño de un modelo de gestión para mejorar la calidad de servicio de transporte escolar en la provincia de Santa Elena, fortaleciendo así la seguridad de los usuarios, comprometiendo a los choferes a capacitarse para que tengan una adecuada atención al usuario, cumplan todos los requerimientos y leyes.

La creciente demanda de expresos escolares para las Unidades Educativas de la provincia de Santa Elena requiere de un servicio de calidad; debido que el transporte público en su mayoría se encarga del traslado de los alumnos, sin importar la cantidad de personas que lleven, obviando la seguridad debida que se debe tener con niños y jóvenes y sin hacerse responsable de los mismos; algunas cooperativas no brindan un servicio de calidad, porque sus unidades están deterioradas.

Objetivos de la investigación

Objetivo General

Analizar la gestión empresarial y su incidencia en la calidad de servicio de las compañías de transporte escolar en la provincia de Santa Elena.

Objetivos Específicos

- 1.- Contextualizar las teorías de los modelos de gestión administrativa y la calidad del servicio.
- 2.- Efectuar un diagnóstico organizacional para identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de las compañías de transporte escolar en base a los factores internos y externos.
- 3.- Diseñar un modelo gestión administrativo que permita fortalecer la calidad del servicio de las compañías de transporte escolar en la provincia de Santa Elena.

Planteamiento de la hipótesis

La aplicación de un modelo de gestión administrativa fortalecerá la calidad del servicio de transporte escolar en la provincia de Santa Elena.

Hipótesis nula

Ho. La aplicación de un modelo de gestión administrativa no fortalecerá la calidad del servicio de transporte escolar en la provincia de Santa Elena

Hipótesis alterna

H1. La aplicación de un modelo de gestión administrativa sí fortalecerá el servicio de transporte escolar en la provincia de Santa Elena

CAPÍTULO I

MARCO REFERENCIAL

1. ANTECEDENTES

La exhaustiva investigación relacionada con el análisis de la gestión administrativa y su incidencia en el servicio de transporte escolar de la provincia de Santa Elena, tiene el propósito de proveer de información útil para la toma de decisiones de la gerencia; al igual que promover una cultura de aplicación y monitoreo de los procesos operativos, realizados por sus funcionarios y colaboradores.

En su tesis “Modelo de gestión administrativo financiero para la Cooperativa de ahorro y crédito Mushuk Pakari Ltda, Cantón Otavalo, provincia de Imbabura”, de la Universidad Técnica del Norte, Chicaiza Sandra & Yamberla Gloria (2014) tiene como objetivo: promover la incorporación de un modelo para la cooperativa, le permitirá visualizar una parte de cómo se desea la empresa en el futuro, enfocado en un estudio de la situación actual; es decir, mejorar la estructura, direccionamiento y control, identificar los beneficios de la implementación en los procedimientos administrativos y financieros, directamente orientado a asistir un perfeccionamiento en todo su entorno. Los resultados evidencian que el nivel aplicativo de la cooperativa con este sistema, brindará un preámbulo de que tan necesario es realizar un estudio real de la empresa, además de un adecuado plan y organización, establecer la ejecución de adaptaciones relevantes en la parte administrativa financiera que estén vinculados a los requerimientos en la parte legal y competitivo.

En su tesis “Diseño de un modelo administrativo de mejoramiento del proceso de seguridad OHSAS 18001 en la empresa de plásticos Rival Cia. Ltda., división de Poliéster Revestido con fibra de vidrio (PRFV)”, de la Universidad Politécnica Salesiana, Carrillo Pedro & Medina Joffre (2012) tiene como objetivo: Crear una

plataforma administrativa que direccioné y actué en la organización regular con los otros departamentos por medio de un plan de acciones y la ejecución de tareas que serán dictadas por los ejecutivos por medio del desempeño de las etapas del proceso administrativo: Plantear, organizar, dirigir, coordinar y controlar, alcanzando sinergia en la organización; con el propósito de determinar toda la fase preliminarmente identificada haya alcanzado y garantizado en su generalidad si es posible, de esa manera corregir falencias. Los resultados demuestran que la administración financiera impulsará a la empresa a producir asesorías económica y financiera práctica, ligado con los fundamentos legales impartidos por el órgano regulador, además de adquirir una gestión financiera estable y conveniente en el campo de productos y eficacia, planificando en el área económica el objetivo trazado que se estableció, asimismo le facilitará saber la posibilidad económica y financiera de las adquisiciones, por otro lado ayudará a identificar y satisfacer sus necesidades en recursos financieros.

En su tesis “Diseño de un modelo de gestión administrativa para la empresa Inversiones Comerciales Escobar S.A de C.V. del municipio de Colón, departamento de La Libertad”, de la Universidad de El Salvador, Lelesque Hernández (2017) tiene como objetivo: Conocer los resultados basado en el análisis arbitrario de sus trabajadores, sistema que evaluará y determinará a los colaboradores la forma en que están ejecutando su objetivo y desde el principio realizar actividades de rectificación. También, se valorará como un medio de pensamiento del cumplimiento del trabajador en el puesto y de sus capacidades de desarrollo, esta consideración se efectuará a través de los objetivos establecidos. Los resultados determinaron que la actividad administrativa interna de la empresa consiste en la dirección y coordinación del sistema cercano con los puestos que la conforman, de tal manera que gestionará y controlará sus funciones. La celebridad que desea obtener la empresa, al igual que conseguir saciar sus responsabilidades sociales dependerá de gran manera de sus ejecutivos y del criterio totalitario del argumento, recalando que con la aplicación correcta el departamento alcanzaría presentar sus expectativas, acompañado de la eficiencia de los recursos.

En su tesis “Diseño de modelo de gestión administrativa para pymes del sector marisquería, de la ciudad de Guayaquil, Sector Norte”, de la Universidad Estatal de Guayaquil, Albán Coba Alexandra (2017) tiene como objetivo de la investigación realizada: Establecer procesos administrativos como un factor estratégico para el óptimo desempeño de una empresa, indistintamente de su actividad comercial o tamaño; teniendo en cuenta su apropiada ejecución necesaria de gran manera el preciso cumplimiento de las funciones de los ejecutivos y su trascendencia en el mercado, especialmente en las secciones donde presentan elevados parámetros de competencia. Los resultados determinaron que en la mayoría de las ocasiones del proceso administrativo y gerenciales se opera de manera experimental, por tal motivo influyen varios elementos, del mismo modo que: el nivel de estudios, la factibilidad de liquidez, entre otros. Esto ha originado que una cantidad relevante de PYMES utilicen la administración de forma negligente, el cual carecen de ejecución de instrumentos o métodos precisos.

En su tesis “Diseño e implementación de un modelo de gestión administrativa en mejora de la atención al cliente en la Mype Comercial “San Martín” – Chiclayo”, de la Universidad Estatal Politécnica Nacional, Mosquera Urgilés & Vitor Edmundo (2012) tiene como objetivo: Generar mayor fuente de empleo, y en muchos, de tipo familiar; sin contar que, existen situaciones para su crecimiento y desarrollo muchas de las MYPE son clandestinas y en esta condición se presenta porque la mayoría de pequeños comerciantes no poseen cultura tributaria y detestan pagar impuestos. Los resultados de la investigación han determinado que muchas de las MYPES en el funcionamiento del sistema administrativo descubren que varias veces el talento humano, no posee conocimiento y formación precisa, el cual conlleva imperfecciones en la organización por otro lado la planeación, organización, dirección y control en la empresa. Este estudio, demuestra porque las PYMES usualmente son criticadas por conseguir una ineficiente gestión administrativa, por ende, esté interviene en la calidad de servicios que ofrecen las MYPES, planteando estrategias de gestión administrativa.

1.1. Desarrollo teórico y conceptual

1.1.1. Gestión administrativa

Según Quintana J, (2021) la gestión administrativa permite a las organizaciones enfrentar nuevos retos para alcanzar la productividad y competitividad en las organizaciones modernas. La administración al ser una ciencia que implica la toma de decisiones en periodos establecidos con un alto impacto en el rendimiento de las empresas debe ser empleada de forma idónea; los gerentes deben analizar diferentes factores del entorno, en base a ello adoptar modelos de gestión eficiente, de tal manera que genere una mayor productividad, y por ende los márgenes de rentabilidad sean favorables.

La toma de decisión empresarial afecta a la economía de desarrollo de un país, es importante que el sector productivo realice acciones estratégicas sólidas. Es importante que toda firma gestione de forma correcta las acciones que pretende realizar en base a un análisis de factores internos y externos, de tal manera que se disminuya el riesgo, y se potencie oportunidades del entorno. Los cambios en el entorno dificultan el éxito esperado por las organizaciones al emplear estrategias, que permitan cumplir con el principio de eficiencia y eficacia en cada uno de los procesos que realizan.

1.1.2. Toma de decisiones en las Pymes

De acuerdo a Buitrago A, Rodríguez M. & Serna H (2020) Determinar el proceso de toma de decisiones no es trabajo sencillo, por los múltiples factores del entorno que influyen; además de los conocimientos restringidos que poseen para evaluar las circunstancias que se muestran y poder definir acciones favorables. Existe afán por llegar a una posición empresarial sólida, con el fin de descubrir los factores relevantes del éxito para el emprendimiento y crecimiento de la Pymes, considerando las visiones internas y externas.

Para que la empresa tenga un alto crecimiento es necesario contar con una arquitectura estratégica de sus componentes primarios, conocidas como la combinación de recursos que se transforma en una administración estratégica que se genera bajo una visión y proyección en el tiempo futuro de la empresa, es decir, una visión y un propósito a largo plazo, con el objetivo de anticiparse a las mejoras y liderar las resistencias, así mismo que es requerida como una condición para el éxito de la empresa.

1.1.3. La gerencia en las empresas de transporte escolar

Al respecto de la gerencia empresarial, Rodríguez R.& Sotomayor V (2020) argumentaron que los ejecutivos de las organizaciones ejercen diferentes roles empresariales, por ende lideran áreas como: financieros, vendedores, negociantes, mercadologías, expertos, técnicos de procesos directivos que vinculan desde la elaboración del producto hasta la venta del mismo, asimismo, pueden presentarse irregularidades al ser sólo un individuo quien supervise y evalúe las actividades principales y primordiales en una organización; sin embargo, cubrir todas estas funciones permite que los ejecutivos conozcan todos los aspectos de la empresa, es inevitable en la manera que la organización crece, seleccione personal especializado en las áreas primordiales de tal modo que contribuya oportunamente con la visión del ejecutivo.

1.1.4. Administración y gestión de las empresas

De acuerdo a (Kotler & Armstrong, (2016) en una condición de trabajo competente, las organizaciones deben tener una gestión administrativa sólida, con el fin de mejorar los resultados empresariales; todas las organizaciones, sin importar cuán enormes sean, o su movimiento empresarial, esperan calidad en los procedimientos que realizan, es por ello que la administración de una organización planea lograr su mejor ejecución a través de la eficiencia y seriedad que generen beneficio para la organización.

Según Robbins S, Decenzo D, & Coulter M, (2016) Las organizaciones que asumen dificultades deben tener un arreglo gerencial solidificado que tenga la certeza de que el riesgo de ejecutar modelos serios es bajo, basado en las condiciones percibidas en el mercado del que forman parte. Por lo tanto, los cambios sorprendentes en curso dificultan el cumplimiento de los objetivos de las organizaciones, mediante la aplicación de metodologías que fomenten la viabilidad y la productividad en cada uno de los medios realizados.

1.1.5. Modelo de gestión administrativa

De acuerdo a Servigan W., (2017) Un modelo de gestión administrativa es un sistema mediante el cual se está manejando una empresa, que incluye procesos, buscan normalmente cambiar y mejorar algunos aspectos de la organización. Es importante que tales procesos sean direccionados de forma asertiva, de tal manera que el riesgo al implementar acciones estratégicas sea mínimo; los gerentes de nivel alto deben tener el principal interés de que la empresa alcance un mayor nivel de productividad.

Un modelo administrativo es muy flexible porque puede ser aplicado en cualquier empresa, siempre que se ajuste a sus políticas y ayude a alcanzar los objetivos propuestos. Para lograr el éxito esperado es necesario que se modifiquen puntos débiles, que dificultan que se cumplan los indicadores establecidos, los gerentes deben tener la capacidad de modificar los aspectos negativos del modelo de gestión empresarial. (Hitt M, Ireland R, & Hoskisson R, 2016).

Un modelo administrativo debe ser flexible debido que puede ser aplicado en cualquier empresa, siempre que se ajusta a sus políticas y ayude a alcanzar los objetivos propuestos. Para lograr el éxito esperado es necesario que se modifiquen puntos débiles, que dificultan que se cumplan los indicadores establecidos, los gerentes deben tener la capacidad de modificar los aspectos negativos del modelo de gestión empresarial.

1.1.6. Modelo de gestión administrativa 3 E

Las empresas necesitan modelos que permitan avanzar en la utilización de los activos, cumpliendo las metas construidas en los emprendimientos para ser actualizadas de manera oportuna y reforzando la ejecución autorizada.

El modelo 3 E es un metamodelo que sirve para asegurar la concordancia entre los elementos claves en la elección de una organización; está organizado para garantizar la ejecución de emprendimientos que estarán en el poder por bastante tiempo

Las 3 E que conforman este modelo consisten en:

1.- El emprendedor o el dirigente de la Pyme y sus aspiraciones, que exigen un diagnóstico personal profundo por parte de quien dirige la empresa, y realiza la toma de decisiones; factor identificado como (E1).

En relación a las intenciones del emprendedor y la toma de decisiones existirá una afectación al desarrollo económico de la empresa, en la cual podría generarse el éxito o fracaso, por ello es importante que la persona que dirige la organización no solo decida por percepción, sino en base a una evaluación sistemática, combinada de las experiencias.

2.- Los recursos y las competencias que pueden integrarse en la empresa, factores sintetizados en E2; consiste en la capacidad de la empresa, así como las condiciones, y filosofía, de ellas dependerá las estrategias que se pretendan implementar en la pyme.

3.- Las posibilidades ofrecidas por el entorno (E3), ya sea global, sectorial, o local; es importante que las empresas consideren estos factores, para así disminuir la incertidumbre ante la toma de decisiones empresariales.

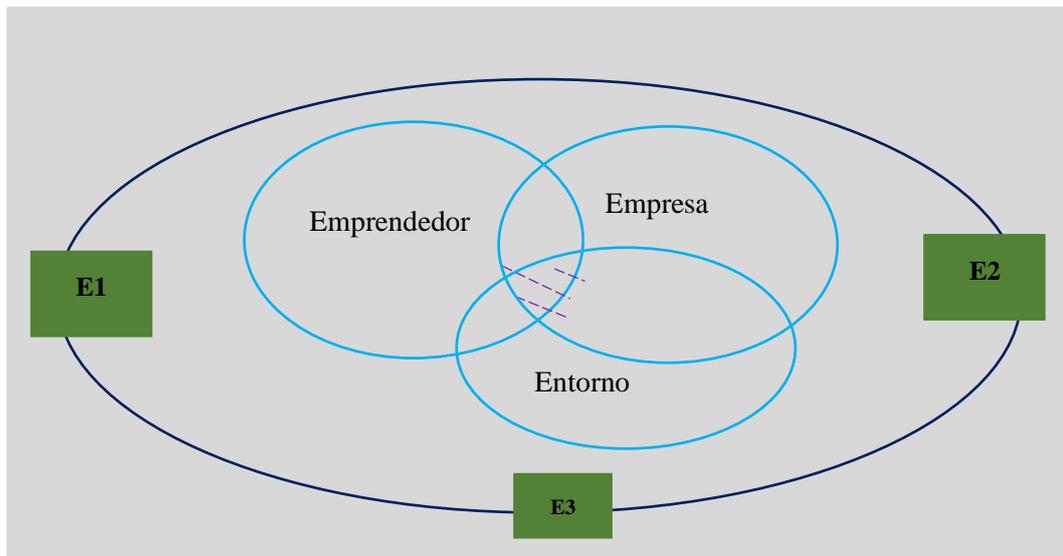


Figura 1: Modelo 3 E

1.1.7. Modelo de gestión administrativa 3 F

De acuerdo a Medina Sánchez, López Salazar, & Contreras S, (2017) para poder alcanzar los objetivos de una Pyme con efectividad, es importante que se implemente un modelo de gestión administrativa sólido, en base a las condiciones de la empresa, así como la capacidad, y el entorno en el que se encuentra. Sin embargo, hay que considerar otros factores como son: eficiencia y eficacia, en base al uso de recursos y aprovechamiento; de tal manera que se logre efectividad, y por ende potenciar las fortalezas y oportunidades.

El modelo 3 F es un modelo de desempeño aplicable a la Pyme, que está estructurado por tres grupos de indicadores de desempeño, que son los siguientes:

1.- F1 simboliza la eficacia, que consiste en acercar los objetivos a los logros, basándose en la definición de los objetivos que establece el emprendedor o el dirigente. La eficacia se define habitualmente como la relación entre los reportes efectuados acerca de un determinado número de indicadores y el valor deseado para estos mismos criterios en función a los objetivos del dirigente, así como de la visión estratégica y operativa que éste posee de su organización.

2.- F2 representa la eficiencia, es decir, la forma en la que se utilizan los recursos y las competencias para conseguir una determinada producción dentro de la empresa. La eficiencia ayuda a seguir la forma en la que la empresa consume sus medios de producción con respecto a las normas que permiten seguir siendo competitivos en el sector de actividad y el segmento del enrocado meta. Para cada indicador, nos referimos al nivel que alcanza los mejores competidores en el sector de actividad de la Pyme, ya que se trata de las normas a respetar para permanecer en el mercado.

3.- F3 se refiere a la efectividad, definida como el grado de satisfacción de los participantes empresariales, ya sean internos o externos a la Pyme.

Un modelo administrativo debe basarse en los principios de eficiencia y eficacias de tal manera que en conjunto se logre la efectividad de acciones y estrategias determinadas, de esta manera una empresa estará preparada ante eventos y situaciones desfavorables que se presentan en las actividades económicas.

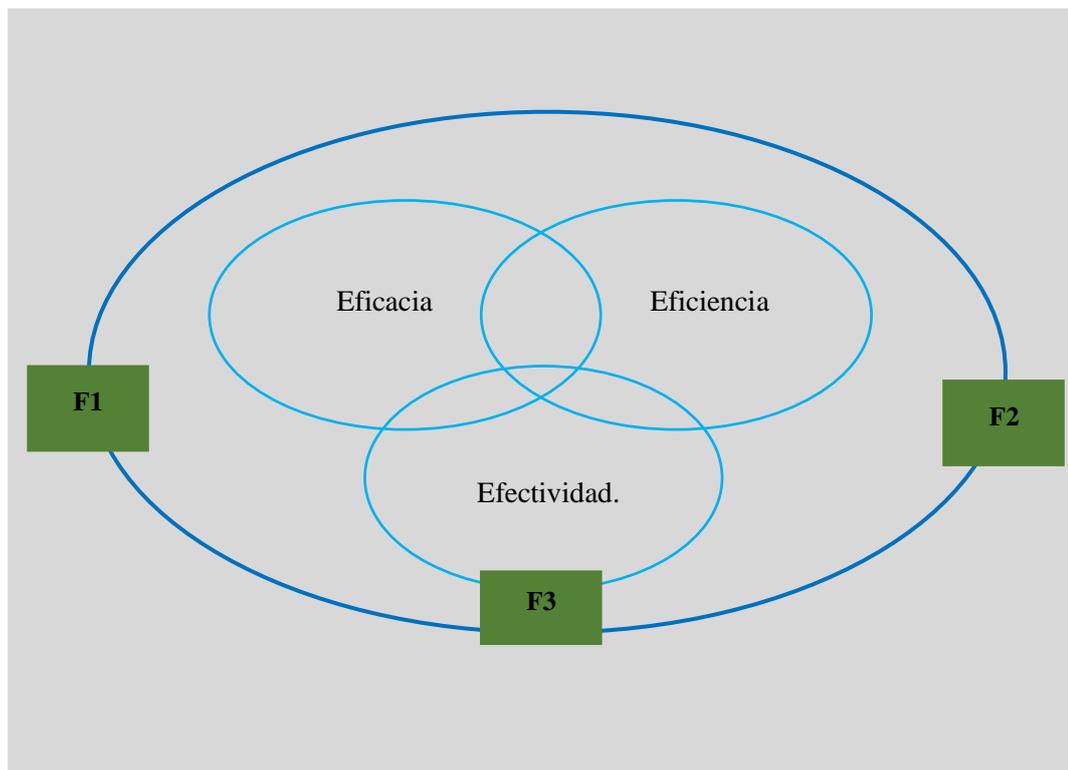


Figura 2: Modelo 3 F

1.1.8. Importancia de la gestión administrativa

La gestión administrativa es el conjunto de actividades que se realiza para dirigir una organización mediante una conducción racional de tareas, esfuerzos y recursos. Ruffino M. E (2020) demostró que la organización se ocupa de los esfuerzos, en circunstancias complejas, donde se requiere una increíble capacidad para hacer frente a los activos que se tienen como materiales, mecánicos, humanos, entre muchos otros, para lograr el cumplimiento de los objetivos de un forma productiva y poderosa.

La dinámica de confianza en circunstancias complejas permite que las organizaciones no sean influenciadas por variables naturales, es básico que la administración establezca una administración gerencial competente, a la luz del estándar de competencia y de adecuación para que la eficiencia no se vea afectada negativamente. Es importante desarrollar actividades vitales situadas al límite de las organizaciones comparables a los activos accesibles, para actualizarlos y lograr un nivel más significativo de ventajas.

1.1.9. Gestión y gerencia de empresas

Para Castillo (2020), la gerencia y gestión son términos que se utilizan más en el mundo empresarial, mientras que organizaciones es un término amplio y extendido. Mientras que la organización como ciencia o método se centra en la estructura interna de la organización, sus estructuras, técnicas y marco de datos para diseñar, organizar, dirigir y controlar sus activos y procedimientos.

Las organizaciones deben tener una administración ideal por parte del directorio, el cual en función de sus aptitudes debe ser capaz de atender los asuntos que surjan por ello es fundamental que la administración lo hiciera para un periodo determinado depende de los modelos regulatorios de logro en la división que tiene un lugar.

1.1.10. Toma de decisiones y adaptación a cambios del entorno

Al respecto Londoño (2020) indica los gerentes toman decisiones y son agentes de cambio, por ende, deben tener competencias bien desarrolladas, debido que su conocimiento es esencial en la toma de decisiones, sus habilidades muy importantes en la mejora constante de procesos, mientras que sus destrezas forman parte fundamental en la solución de problemas o conflictos empresariales; de tal manera que una empresa pueda estar preparada para asumir cambios del entorno, debido al mercado competitivo que existe en la actualidad.

1.1.11. Toma de decisiones en situaciones de certeza, incertidumbre y riesgo

Koontz & Weihrich (2013), sostienen que en una empresa todas las decisiones son evaluadas y por ende existen diferentes escenarios, en la mayoría incertidumbre. Sin embargo, su grado variará desde una certeza, hasta una gran inseguridad, se corren siempre riesgos al tomar decisiones. En una situación de certeza, las personas están bastante confiadas sobre lo que sucederá al tomar una decisión, cuentan con información, consideran segura y conocen las relaciones casuales

(Floréz, 2016) En una situación de riesgo, puede haber datos genuinos, pero podrían estar fragmentados. Para mejorar la dinámica, las probabilidades el objetivo se determina en función de un resultado obtenido de modelos numéricos, las personas que se deciden por elecciones astutas se enfrentan a la vulnerabilidad, pero se descomponen dependiendo de las indicaciones para limitar los riesgos. (Luna, 2013).

1.1.12. Factores de éxito para las empresas

Según Londoño (2020) para abordar sus dificultades, las empresas familiares deben tener la opción de hacer un uso eficiente de sus factores de prosperidad, que pueden combinarse en:

- Planificación a largo plazo
- Agilidad y flexibilidad
- Estabilidad
- Responsabilidad social
- Alta calidad de productos y servicios
- Políticas de recursos humanos
- Ambiente empresarial (compromiso y lealtad)

Las condiciones para preservar el carácter familiar de las empresas son:

- Planificar la sucesión
- Renovar a los sucesores
- Evitar los problemas financieros
- Garantizar la competencia

Cuadro 1: Factores de Éxito

Claridad de objetivos	Tener en cuenta a qué se dedica la empresa familiar y hacia dónde debe ir con ella, es absolutamente fundamental para avanzar y no decepcionarse, mientras se establece otra empresa privada.
Conocimiento del negocio	A partir de ahora, se presentan diferentes desventajas al empresario al comenzar, por ejemplo, monitoreando la ruta hacia adelante para que la empresa familiar no se quede corta. Entrar en otro negocio e intentar apoyar a una organización es un desafío de alto riesgo que, por regla general, no asegura el logro de dicho negocio.
Diferenciación	Establecer otro negocio para hacer algo muy similar que otros descubran como hacer con un método similar de establecerse en el mercado y desaparecer por su calidad promedio. Se piensa desde el segundo principal que es descrito por diferentes contendientes.
Orientación al personal	En cada empresa privada debe haber siempre una persona que haya trabajado durante un periodo de tiempo considerable y una persona que sea nueva en la organización; deben estar continuamente dispuestos y tener los ojos bien abiertos los prerequisites o cambios que menciona el mercado.
Planificación	La organización de negocios es uno de los componentes más grandes en las empresas privadas, y menos por tener unos planes que infieren que son una circunstancia genuina y explicita, sino por toda la estrategia mecanizada para el negocio que se realiza

Fuente: (Lawrence J. & Carl McDaniel, 2017)

1.2. Calidad del servicio

Henao, L (2019), mencionó que la calidad del servicio debe comunicarse en principios, que son resultados esperados por el cliente y, en caso de que necesite mantener el control y las garantías, deben estar operativos. Para fortalecer la calidad de servicio es necesario evaluar los estándares, lineamientos, normas, y procedimiento de administración; esto permitirá mejorar los resultados organizacionales.

En tanto Lovelock , Reynoso J, D Andrea, Huete, & Wirtz, (2016) refieren a la naturaleza del servicio es una variable exacta y cuantificable; la calidad habita según el espectador. La calidad se compara con el cumplimiento más extremo. Este punto de vista emocional y solicitud percibe que varios clientes tienen necesidades. De esta forma se puede hacer una separación de las diferentes organizaciones de transporte de taxis, al igual que la creación de una marca fuerte ante el cliente. Para Valera V, (2017), la calidad de servicio es un componente importante en el discernimiento del cliente. La naturaleza de la administración será el componente predominante en las evaluaciones de los clientes.

1.2.1. Servicio al cliente

De acuerdo a Valera V, (2017), la asistencia al cliente va más allá de la consideración y se identifican con ventajas y ejercicios antes, durante y después de una relación comercial. La atención al cliente es la presentación que comúnmente se fundamenta en el horario, ya que no alude solo a la consideración dada en el momento de la disposición de las administraciones, sino adicionalmente a las actividades vinculadas a los formularios antes, durante y después de las administraciones, buscando persistentemente por los formularios antes, durante y después de la administración dada por una organización, en esta línea tratamiento de superar sus deseos y reconocimientos y de esta manera lograr el cumplimiento de los clientes de la administración.

1.2.2. El servicio al cliente como filosofía

De acuerdo a Valera V, (2017) el servicio es algo que va más allá de la consideración y la amabilidad; es un incentivo adicional para el cliente, así como una forma de pensar que incorpora a todos en la asociación en la búsqueda perpetua de la lealtad del consumidor, tanto interno como externo. Para cada organización, la atención al cliente debe ser un factor clave del pensamiento corporativo; es decir, tener como estimación clave de los individuos que integran una organización, el empleo de la administración de valor, así como acciones estratégicas que fortalezcan la satisfacción del usuario, por lo que primero se busca un dominio amigable entre los clientes interiores, para luego crear una perfecta comunicación entre los clientes internos y externos.

1.2.3. ¿Qué es la excelencia en el Servicio?

Para Henao (2019), la grandeza en el servicio tiene que ver, a pesar de los individuos que sirven, con procedimientos y resultados; de esta manera, tiende a caracterizarse como: una perspectiva y actuación de la organización; método de orientar la organización hacia el cliente interior y exterior; enfoque que hacer y mantener una cultura y mentalidad de servicio; cómo garantizar que cada contacto con el cliente sea ideal; tiene la intención de configurar, ceder y mantener la calidad de servicio, por último, el mejor enfoque para lograr un poco de margen diferencial en el cerebro del cliente.

La excelencia de servicios es vital en una organización que trata de cumplir con los requisitos de sus clientes, de manera de reunir devoción y hacer que el cliente sea confiable; Se identifica con procedimientos, actividades y resultados que parten del servicio que una organización da a sus clientes, se considera que pretende asegurar el contacto adecuado entre el cliente y los individuos de una organización asistencial en la que se da un servicio de primer nivel, por tanto. Lograr incluía un incentivo para los servicios anunciados.

1.2.4. Importancia de medición y mejora de la calidad del servicio

De acuerdo a Lovelock , Reynoso J, D Andrea, Huete, & Wirtz, (2016) indican que lo que no se estima no se controla; sin una estimación, no puede estar de si hay desnivel en la calidad de servicio, mucho menos de los tipos de desniveles, dónde se encuentran y qué posibles medidas correctivas deberían realizarse. Es más, se requiere una estimación para decidir si se cumplen los objetivos de mejorar tras la actualización de los cambios.

En las organizaciones de servicio es de increíble importancia y utilidad hacer una estimación incesante de la calidad de servicios que se ofrece para apoyar a los clientes, esto permitirá producir grandeza en la calidad de servicio, para cumplir con los requerimientos de los clientes; es importante cuantificar la calidad de servicio para decidir si es importante realizar actividades para lograr la satisfacción de los objetivos y destinos de una organización.

1.2.5. Dimensiones de calidad de servicio

Para Borquez (2020), los clientes no ven la calidad de una manera unidimensional, sino que juzgan la calidad dependiendo de numerosas variables aplicables a la situación particular. Hay cinco componentes de la calidad de servicio, que tienen que ver con elementos aplicables correspondientes a la ordenación del servicio que una organización ofrece a sus clientes, los cuales se detallan a continuación:

Fiabilidad: Forma parte del límite en cuanto a la confianza que produce presentaciones de servicios de una organización realiza ante sus clientes objetivos, es un componente vital en la parte servicios.

Sensibilidad: Esta medida comprende tener una ocupación para apoyar a los clientes, con el fin de satisfacer sus necesidades y prerequisites.

Empatía: Comprende el interés solidario, el apoyo al cliente por parte de la organización, la generación de sentimientos entre los clientes y la organización, produciendo vínculos de asociación entre la organización y los clientes.

Tangibles: Aparición de oficinas físicas, hardware, mano de obra y piezas de literatura; componentes que deben ser vistos como significativos para cumplir con los servicios de los clientes, superando sus deseos.

1.2.6. Gestión de la calidad de servicios

Según Kotler & Lane Keller, Kevin, (2012) La calidad de una empresa se pone a prueba en cada encuentro de servicio; si los empleados se muestran aburridos, no pueden responder preguntas sencillas, o conversan mientras los clientes esperan, éstos lo pensarán dos veces antes de volver hacer negocios con esa empresa.

Toda empresa debe realizar de forma adecuada la gestión de calidad de los servicios que esta ofrece a sus clientes, procurando en todo momento la satisfacción total de los usuarios de servicios, para ello deben implementarse acciones y actividades acorde al entorno, en relación a las necesidades, requerimientos y preferencias de los segmentos de mercado establecido.

1.2.7. El grado de calidad tangible o intangible de los procesos de servicios

De acuerdo a Lovelock , Reynoso J, D Andrea, Huete, & Wirtz, (2016) Los diversos procesos de servicio no sólo determinan la naturaleza del sistema de entrega del servicio, sino que también afectan el papel que desempeñan los empleados y la experiencia de los clientes.

El grado de calidad tangible o intangible de los procesos de servicios determina por múltiples factores, estos ligados a los sistemas de procesos de servicios que se emplean en la prestación de servicios.

1.2.8. La evidencia del servicio

(Wheelen T & Hunger, 2007) precisa que los servicios son intangibles, los clientes buscan evidencia del servicio en cada interacción que tienen con una organización. Existen tres categorías principales de la evidencia según las experimenta el cliente: persona, proceso y evidencia física.

Es importante que se gestione de forma idónea acciones que generen satisfacción en los usuarios al adquirir un servicio, por ende, debe considerarse el uso correcto de los elementos intangibles, que forman parte de un servicio. La experiencia en el cliente, se ve afectada por la evidencia física, que forma parte del servicio al momento de que un usuario lo recibe, al gestionar correctamente, se podrá lograr satisfacer de mejor forma a los usuarios de servicio.

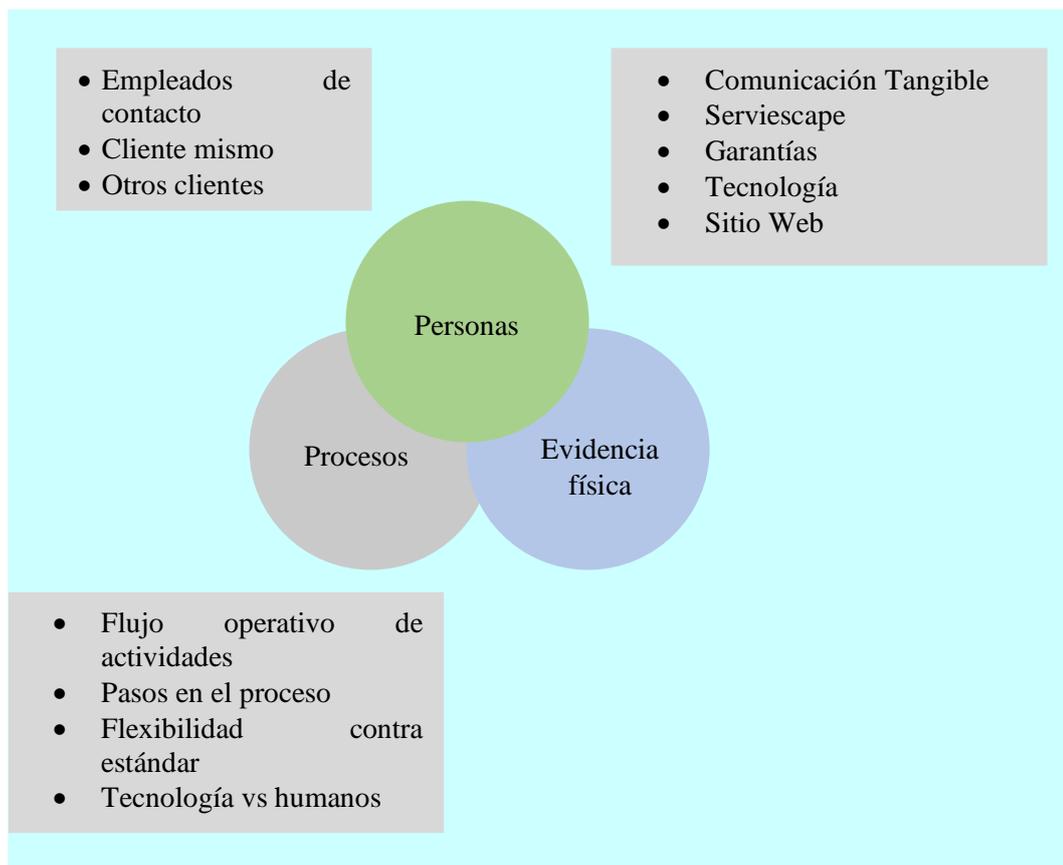


Figura 3: Categorías principales de evidencia según experimenta el cliente

1.2.9. El triángulo de servicios

Según Wheelen T & Hunger (2007), una estructura vital conocida como el triángulo de la administración refuerza externamente la importación de las empresas en las capacidades de las organizaciones para mantenerse fieles a sus obligaciones y ser eficaces en la construcción de conexiones con los clientes; el triángulo muestra tres reuniones conectadas que cooperan para crear, avanzar y transmitir servicios.

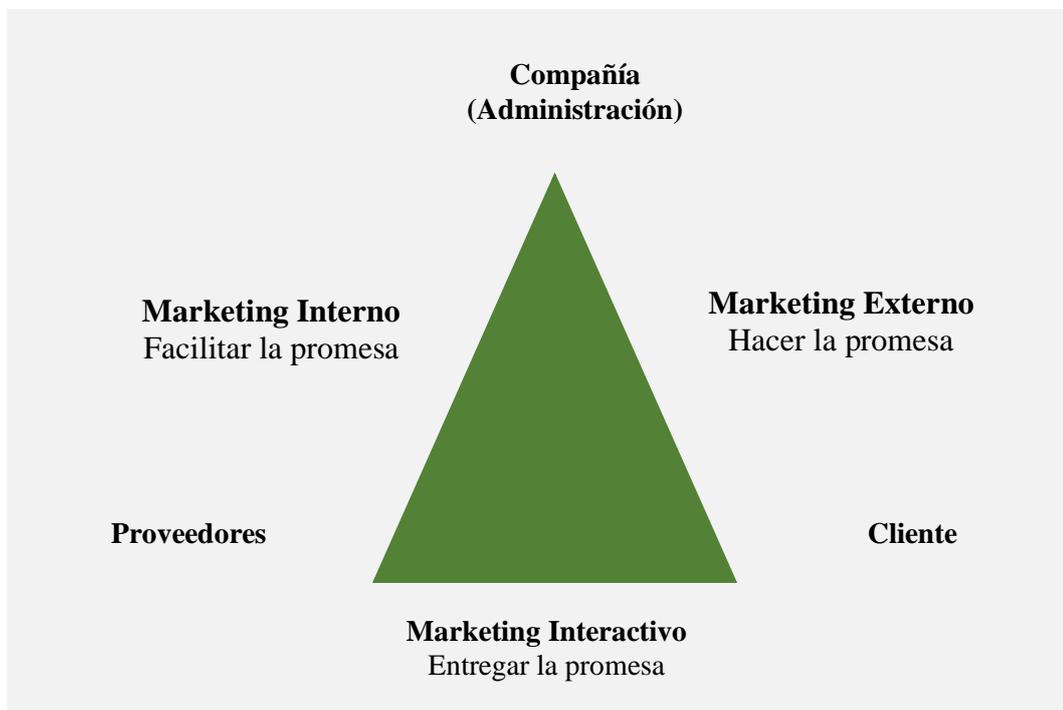


Figura 4: El Triángulo de Servicios

El triángulo de servicio se compone de un sistema clave, considerando como la utilización de tres reuniones que buscan crear, promover y transmitir servicios, que giran en torno a la capacidad de una organización para lidiar suficientemente con las actividades publicitarias que se utilizaran para desarrollar estas líneas para hacer el proceso normal, produciendo articulaciones entre el cliente y la organización.

1.2.10. Importancia de la satisfacción del usuario

De acuerdo a Hitt, Ireland, & Hoskisson, (2016) las empresas que prestan servicios deben medir la satisfacción del usuario para así determinar el nivel de lealtad; la importancia de superar las expectativas de los clientes está en un nivel elevado, debido que el cliente debe estar contento con la grandeza en la calidad de servicios, para ello se deben utilizar las actividades y respuestas a las protestas obtenidas y los prerequisites de los usuarios.

1.2.11. La Norma ISO 9001 y la satisfacción del cliente

La ejecución de un Sistema de gestión de la calidad dependiente de la norma universal ISO 9001 obtiene quizás el mejor instrumento para asegurar la fidelidad del consumidor. Para la norma ISO 9001, el cliente asume un trabajo fundamental en las asociaciones. Esta Norma Internacional depende de una metodología centrada en el cliente como una de sus columnas fundamentales. Además, uno de sus principales destinos es construir este cumplimiento.

En todo el archivo puede ver referencias consistentes a la necesidad de interactuar con el cliente y satisfacer sus necesidades. La norma establece unas necesidades sustanciales que se deben cumplir por este motivo, a pesar de que no decide cómo hacerlo.

Tanto la norma ISO 9001: 2008 como la futura norma ISO 9001: 2015 tienen algunas de sus áreas para los clientes. A través de estos segmentos, los principios caracterizan tanto los ciclos identificados con los clientes como la fidelización del consumidor.

Así, en la normativa vigente, en el punto 7.2, se retratan los procesos relacionados con el cliente. Estos ciclos equivalentes se describen en el borrador de la norma ISO 9001, a pesar de que se detallan aquí en el área 8.2. Estos ciclos son:

La determinación de los requisitos relacionados con el producto: En este sentido, la asociación debe acordar con el cliente las necesidades particulares que los artículos deben cumplir para estar a la altura de sus deseos

La revisión de los requisitos: Antes de que se asociación se concrete en dar un artículo a cualquier cliente, debe confirmar las necesidades y se tendrá la opción de satisfacerlas.

La comunicación con el cliente: La correspondencia con los clientes es uno de los ciclos más significativos, la planificación y la creación de canales de correspondencia exitosos permitirán a la organización mantenerse en contacto con los clientes y obtener datos importantes. Además, en lo referente a la información proporcionada por los clientes, las asociaciones pueden mejorar constantemente los ciclos que completan.

En caso de duda hay una progresión de medidas que debemos cumplir con el cliente en cualquier presentación de servicio, estas son:

- Puntualidad en la entrega del servicio
- Fidelidad en el cumplimiento de los compromisos
- Relación coste – beneficio
- Rapidez del servicio
- Cumplimiento en el tiempo del ciclo del servicio
- Contar con personal cualificado para la prestación del servicio
- Gentileza y buen trato en la presentación del servicio.

Según ISO 9001 las medidas de ordenamiento de la presentación de servicios podemos distinguir lo que espera el cliente y la calidad de tales servicios, en estos ciclos también podemos reconocer los atributos alusivos a las necesidades y deseos de los clientes.

Un servicio que desee lograr la fidelización del consumidor debe basarse en un Sistema de Gestión de Calidad ISO-9001, ya que a través de él se garantiza la mejora de una progresión de varios ciclos que por fin se sumarán a la satisfacción de los requisitos y deseos de los clientes. El sistema está relacionado con la presentación de servicios debe ir acompañado de un procedimiento adaptable predecible con las necesidades de la tierra.

Según algunos autores, hay una progresión de pasos que animan a llegar esta información de estos medios son:

- Asignar a un responsable que se encargue de investigar sobre los aspectos imprescindibles a incluir para alcanzar la satisfacción del cliente.
- Establecer un plan para recopilar fuentes y datos relativos a las características del servicio en cuestión.
- Determinar qué método nos permitirá articular las fuentes de un modo que podamos identificar los requisitos y necesidades de los clientes.
- Establecer tales requisitos y especificaciones en informes periódicos, para poder traducirlos en procesos que den respuesta a las necesidades de los clientes.
- Plantear claridad y transparencia en los resultados y en el impacto económico.
- Establecer procesos y metodologías que transformen los requisitos y especificaciones de los clientes en resultados y metas estratégicas.

1.2.12. Importancia del marketing de servicios

Desde el punto de vista de Mayemberger C, (2000), el Marketing de Servicios es y será posteriormente un instrumento principal en la mejora de la satisfacción personal de las personas. Los servicios comerciales, por ejemplo, se interesan por el trabajo innovador de los artículos, la publicidad, el asesoramiento y los servicios en general entre diferentes compromisos para satisfacer las necesidades y deseos de los particulares.

Es evidente que la utilización de la promoción de servicios en las organizaciones, prestando poca atención a la naturaleza empresarial a la que se dedican, es valiosa, siendo vista posteriormente como vital y fundamental, ya que la publicidad es considerada como el instrumento conectado a la realización de cualquier organización, para esta explicación, aludiendo al campo de servicio, es el aparato básico para lograr la grandeza en la calidad de servicios tanto para el cliente interno como externo de la organización que lo aplica.

1.2.13. Posicionamiento en los servicios

De acuerdo a Robbins, Decenzo , & Coulter (2013) es fundamental acudir a la investigación para reconocer y organizar las cualidades de determinados servicios que resultan significativas, centrándose en sectores empresariales explícitos. El generar un posicionamiento positivo de los servicios genera un sentido de lealtad en los clientes de los servicios que brindan, incluso resulta útil el uso de levantamientos estadísticos para la estructura satisfactoria de la idea publicitaria, ya que se dan errores y aperturas y las cualidades se amplían al distinguir las propiedades y atributos importantes que los clientes consideran en el ciclo de elección de servicios para abordar sus problemas

1.2.14. Mejoramiento constante de la calidad

Según Lovelock , Reynoso J, D Andrea, Huete, & Wirtz, (2016) la calidad y eficiencia son dos componentes que, en general, se consideran gratuitos; no obstante, deben investigarse mutuamente de manera deliberada, sin separar las actividades relacionadas con estos dos elementos. Ninguna organización puede soportar pensar en todos los componentes de la desconexión. La rentabilidad se identifica con los artículos en función de los activos decididos, sin embargo, la calidad obtenida en este ciclo de cambio se evalúa constantemente desde el artículo hasta la calidad de servicios y el cumplimiento de las necesidades, deseos y anhelos del cliente.

1.3. Fundamentos, sociológicos, psicológicos y legales

1.3.1. Constitución de la República del Ecuador

Todas las cooperativas de vehículos, independientemente de si son terrestres, aéreas, oceánicas y fluviales, tienen la oportunidad de ofrecer sus tipos de asistencia dentro de la región pública y avanzar, lo cual está respaldado en el Art. 394 de la Constitución de la República del Ecuador (2008).

1.3.2. Ley Orgánica de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial

1.3.3. Reglamento a Ley Orgánica de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial [Reglamento de la LOTTTSV]

Los vehículos que deseen brindar servicio de transporte Escolar e Institucional deben cumplir con los requerimientos del Reglamento de la LOTTTSV el cual establece en el Art. 53 un informe de la ANT debe ser emitido respaldando y verificando y verificando que las cooperativas que vayan a dar un servicio de transporte comercial cumplen con todo lo solicitado antes de constituirse.

“El departamento técnico correspondiente realizará los estudios de factibilidad, que serán puestos a consideración del director ejecutivo de la Agencia para la emisión del informe previo” (Reglamento a la LOTTTS, 2012). De igual forma, todas las estrategias y necesidades que se mencionen para llegar a los reportes deberían ser normalizados por la ANT y serán legítimas por 90 días.

El título habilitante que es vital para la organización de la sociedad en general o la administración del transporte empresarial debe mencionarse dependiendo de la región que debe cubrir. “estará condicionada al estudio de la necesidad de servicio, que lo realizarán la ANT, las Unidades Administrativas Regionales o Provinciales, los GAD’s que hayan asumido las competencias.

Los requisitos para el contrato de operación según el Reglamento a Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial (2012) estableció:

Art. 76. – El contrato de operación deberá contener como mínimo:

1. Nombres y apellidos completos de los comparecientes, indicando el derecho por el cual comparecen; su domicilio, nacionalidad, edad, profesión u ocupación y su número de documento de identificación o el de su RUCC
2. Descripción detallada del servicio, incluyendo la cobertura, rutas y frecuencias que comprenderá el mismo, acorde al proyecto aprobado.
3. Niveles de calidad del servicio y controles de seguridad de flota y choferes
4. Derechos y obligaciones de las partes, y las sanciones por el incumplimiento del contrato
5. Garantía de fiel cumplimiento, criterios y procedimientos del contrato
6. Periodo de vigencia del contrato
7. Potestad del Estado, mediante la resolución correspondiente, de dar por terminado el contrato cuando el servicio no sea prestado con los términos establecidos y de asumir su prestación expresamente para mantener la continuidad de los servicios públicos de transporte terrestre.
8. La prohibición de transferir la facultad de establecer y prestar los servicios de transporte terrestre que se otorgan a través de la celebración del contrato correspondiente
9. La forma de terminación del contrato

De acuerdo a los artículos 287, 288, 289 y 290 del Reglamento a la LOTTTSV (2012) para salvaguardar la integridad física y mental de los estudiantes y personal de las empresas en la transportación escolar e institucional, la flota de vehículos solo estará aptos para este servicio si cumplen con los requerimientos y condiciones técnico – mecánicas establecidas por el Servicio Ecuatoriano de Normalización [INEC] y reglamentos de la ANT.

1.3.4. Reglamento para el servicio de Transporte Comercial Escolar e Institucional

La ANT otorga los títulos habilitantes para que las cooperativas cumplan con lo dispuesto por la Ley. También debe transmitir informes actualizados y comprobados en la fecha de presentación de la solicitud. De igual manera, los sistemas que se identifican directamente con la licencia para tareas, por ejemplo, reeditarlas, hacer un cambio de información, abrirlas, refrescar información que la ANT controla según sus necesidades. (Reglamento para el servicio de Transporte Comercial Escolar e Institucional, 2014, Art. 12 y 13).

Entre las obligaciones que las operadoras de transporte escolar e institucional están que deben brindar un servicio de calidad y seguro para sus clientes, responder ante el Servicio de Rentas Internas (SRI). Consintiendo compromisos tributarios, enlistado y refrescando todos los datos de los socios, siendo moderno en el abono de tarifas de pago y ventajas de la Ley de socios, garantizando que los conductores tengan todos los informes juntos y reflujos, dotando a los vehículos de la innovación necesaria para que estos estén protegidos y completen el soporte comparativo y verificación (Reglamento para el servicio de Transporte Comercial Escolar e Institucional, 2014, Art. 17).

Existen varios requisitos estipulados en el Art. 21 del Reglamento para el servicio de Transporte Comercial Escolar e Institucional (2014) para operar en el servicio de transporte escolar e institucional. Se detalla en el Anexo 2 cada uno de los pasos, documentación y requisitos a seguir para cumplir con las normas y brindar un excelente servicio a los pasajeros. Haciendo referencia al Art. 38 dice que cuando se incumplan las normativas existirán sanciones que están tipificadas en la LOTTSV. En caso de que se verifique las faltas la ANT tendrá la potestad de eliminar contratos, permisos o autorizaciones, cobrar multas y sancionar a los infractores (Reglamentos para el servicio de Transporte Comercial Escolar e Institucional, 2014, Art. 17).

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2. DISEÑO Y ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

En el proyecto se aplicó la investigación cualitativa a través de la percepción directa de las organizaciones de transporte de servicio escolar en la provincia de Santa Elena, para descomponer los sistemas; por otro lado, la exploración cuantitativa se utilizará a través de encuestas para evaluar los elementos que enumeran en función de los resultados obtenidos.

2.1. Tipos de investigación

Para desarrollar la investigación se empleó el tipo descriptivo para conocer sobre el tema de estudio a través de la desagregación teórica de las variables, además se realizó un análisis situacional de las compañías de transporte de servicio escolar con la finalidad de identificar la problemática de estudio, mediante la utilización de los métodos de: observación, entrevista y encuestas, las mismas que darán a conocer a profundidad las falencias.

También se empleó la investigación analítica, a través de estadísticos que permitieron analizar las variables de estudio, además de conocer los factores que influyen en el servicio de las compañías de transporte de servicio escolar de la provincia de Santa Elena; por lo tanto, se realizó estadísticas de los resultados obtenidos en el levantamiento de información.

2.2. Métodos de investigación

En la investigación se utilizaron diversas técnicas de carácter útil y exploratorio para conocer la situación actual de las organizaciones de transporte escolar en la provincia de Santa Elena, por lo que se define a continuación:

2.2.1. Método inductivo

Este método permitió conocer acerca del objeto de estudio, diseñar herramientas y acciones estratégicas acorde al entorno, mediante la observación directa en el objeto de estudio y entrevistas a realizar a los involucrados.

2.2.2. Método analítico

Este método permitió analizar datos obtenidos en la investigación de campo, partiendo de un análisis exhaustivo de las variables de estudio mediante las encuestas a realizar a los involucrados en el estudio, mediante la determinación de acciones que realiza las compañías de transporte escolar de la provincia de Santa Elena.

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el cumplimiento del tema de investigación se realizaron algunas fuentes que permitieron obtener los datos importantes para el plan del modelo de administración para mejorar el servicio de las compañías de transporte escolar de la provincia de Santa Elena, las cuales se encuentran por punto a continuación:

2.4. Fuente primaria

Se obtuvo información de campo mediante la aplicación de técnicas de recolección de datos que permitieron conocer sobre el tema de estudio de investigación, las cuales se detallan a continuación:

Entrevistas

Se empleó esta técnica para conocer la realidad situacional de las compañías de transporte escolar de la provincia de Santa Elena, mediante un cuestionario dirigido

a los gerentes, de tal manera que se identifiquen los factores críticos orientados al servicio al cliente, así como el proceso de planificación estratégica que se emplea en las compañías.

Encuestas

Se realizó encuestas a los trabajadores de las compañías de transporte escolar de la provincia de Santa Elena y a los clientes potenciales; con la finalidad de evaluar los factores que intervienen en la calidad de servicio al cliente, por lo tanto, se realizaron 4 preguntas de identificación y 10 preguntas de investigación con la finalidad de validar la propuesta.

2.5. Fuentes secundarias

Se recurrió a información de fuente secundaria con la finalidad de contar con la argumentación teórica y la referencia relacionada al tema de estudio y a la propuesta diseñada, para ello se empleó la revisión documental y virtual que permitió tener acceso a libros, artículos científicos, informes periódicos de las empresas, tesis y documentos relacionados al tema de investigación.

2.6. Población y muestra

2.6.1. Población compañías de transporte escolar

La población a la que se dirige este estudio para evaluar la calidad de servicio de las compañías de transporte de la provincia de Santa Elena, corresponde al número de empresas legalmente constituidas.

La población de la presente investigación lo demuestra el cuadro siguiente:

Cuadro 2: Distribución de la población de compañías de transporte escolar

Cantón	Cantidad
Salinas	6
La Libertad	2
Santa Elena	6
TOTAL	14

Fuente: Gads de la provincia de Santa Elena

2.6.2. Censo de compañías de transporte escolar

La población para análisis, la constituyen 14 compañías de transporte escolar, se realizará un censo, y no una muestra, para que tenga información confiable para el diseño del modelo de gestión para fortalecer el servicio de transporte.

2.6.3. Población de trabajadores de las compañías de transporte escolar

La población a la que se dirige este estudio para evaluar las acciones estratégicas orientadas a fortalecer la calidad de servicio de las compañías de transporte de la provincia de Santa Elena, corresponde al número de trabajadores, los cuales se detallan a continuación:

Cuadro 3: Distribución de la población de trabajadores

Cantón	Compañía	Trabajadores
Salinas	Compañía de transporte escolar e institucional nueva generac	13
	Compañía de transporte escolar e institucional transvarper.S.A.	10
	Transporte Escolar e Institucional Lifamar S.A	9
	Transporte Escolar e Institucional Tranjuanjo S.A	12
	Transporte Escolar e Institucional Transrodgua S.A	11
	Transporte Escolar e Institucional Transelena S.A	14
La Libertad	Cia. Trespelicsa. S.A.	10
	Transcomuna S.A.	13
Santa Elena	Escolar CIA. Luferpa S.A	12
	Escolar Jupiturs S.A	11
	Escolar Transreinamarsa S.A	14
	Escolar Valexpress S.A	10
	Escolar Corprabsa S.A	13
	Escolar CIA. Buenafuente S.A	11
Total		163

Fuente: Compañías de transporte de la provincia de Santa Elena

2.6.4. Fórmula para el cálculo de la muestra de trabajadores de las compañías de transporte escolar

El establecimiento de la muestra que se utilizó para la presente investigación está dado por la siguiente fórmula:

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

El significado de las simbologías utilizadas en la fórmula determinada para el cálculo de la muestra se detalla a continuación:

Cuadro 4: Cálculo de muestra para el estudio

Variable	Valor Considerado
N = Tamaño de la población	163
n = Muestra a obtener	$n = ?$
z = Margen de confianza	$Z = 0,95$
p = Proporción de aceptación	$P = 90 \& 0,90$
q = Proporción de rechazo	$Q = 1 - p = 0,10$
e = Error de muestreo	$E = 5\% = 0,05$

Fuente: (Bernal & Hernán D., 2013)

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(163)}{(0,05)^2(163 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{156,5452}{1,3654} =$$

$$n = 115$$

El tamaño de la muestra es de 115 personas a ser encuestados que permite conocer de forma intensiva el objeto de estudio, con un nivel de confianza del 95%, y con un 50% de probabilidad de que se cumpla, y una población es de 163 referentes a la cantidad de empleados de las cooperativas de transporte escolares de la provincia de Santa Elena.

2.6.5. Población de clientes de las compañías de transporte escolar

La población corresponde 22.876 clientes potenciales a quienes está dirigida esta investigación para el diseño del plan de gestión de calidad de servicio de las compañías de transporte de la provincia de Santa Elena

2.6.6. Determinación de la población de clientes potenciales

Mercado Total: 401.178 personas

Habitantes de la provincia de Santa Elena, según INEC año 2020.

Mercado Potencial: $308.693 * 36,8\% = 174.633$ personas.

Personas que podrían tener interés de adquirir el servicio de transporte escolar, que corresponde al 36,8% de la población de 5 años y más asiste a un establecimiento de educación regular.

Mercado Disponible: $174.633 * 13,10\% = 22.876$ personas.

Porcentaje 13,1% de población con relación a los grupos socioeconómicos, como resultado el 1,9% de los hogares pertenecen al estrato A, el 11,2% en el estrato B, y que corresponden a los estratos “target” de la propuesta.

2.6.7. Fórmula para el cálculo de la muestra.

El establecimiento de la muestra que se utilizó para la presente investigación está dado por la siguiente fórmula:

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

El significado de las simbologías utilizadas en la fórmula determinada para el cálculo de la muestra se detalla a continuación:

Cuadro 5: Cálculo de muestra para estudio

Variable	Valor Considerado
N = Tamaño de la población	22.876
n = Muestra a obtener	$n = ?$
z = Margen de confianza	$Z = 0,95$
p = Proporción de aceptación	$P = 90 \text{ \& } 0,90$
q = Proporción de rechazo	$Q = 1 - p = 0,10$
e = Error de muestreo	$E = 5\% = 0,05$

Fuente: (Bernal & Hernán D., 2013)

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(22.876)}{(0,05)^2(22.876 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$
$$n = \frac{21970,11}{58,1479} =$$
$$n = 378$$

El tamaño de la muestra es de 378 personas a encuestar para poder conocer a profundidad sobre el objeto de estudio, con un nivel de confianza del 95%, y con un 50% de probabilidad de que se cumpla, y una población es de 22.876 referente al número de clientes potenciales de las compañías de transporte de la provincia de Santa Elena.

2.7. Tratamiento de la información

La información recopilada para la presente investigación, fue tabulada en Spss, que permitió llevar un exhaustivo control y tratamiento de datos que se obtendrán en las encuestas a realizar, para su posterior análisis e interpretación de datos, hasta

obtener las informaciones pertinentes a la investigación la cual fue presentada en forma de tabla y cuadros que permitirán enunciar valores y porcentajes.

2.8. Procedimiento y procesamiento de la investigación

2.8.1. Procedimiento

El procedimiento utilizado para poder probar la confiabilidad del instrumento, en la presente investigación fue aprobado del tutor, el mismo que accedió determinar el instrumento de investigación antes de su aplicación. En la que se presentaron las encuestas realizadas a los posibles usuarios de servicio de transporte de la compañía de transporte escolar de la provincia de Santa Elena. El procesamiento realizado se basó en los siguientes parámetros

1. El planteamiento del problema
2. Revisión bibliográfica
3. Justificación del tema
4. Definición de la población y muestra
5. Operacionalización de las variables
6. Elaboración del instrumento
7. Recolección de la información

2.8.2. Procesamiento

El procesamiento de la información que se desarrolló en el presente proyecto, integra un conjunto de estrategias, métodos, técnicas, instrumentos, y habilidades que permitieron emprender este tipo de investigación. Los procesos que se ejecutaron en la presente investigación, comunicando a las personas interesadas de los resultados de una manera clara y sencilla, de tal forma que haga posible al lector comprender los datos y determinar la validez y confiabilidad del estudio. El procesamiento realizado se basó en los siguientes parámetros:

1. Ordenamiento de la información
2. Verificación y selección de la información
3. Proceso de tratamiento estadístico y análisis de datos
4. Conclusiones y Recomendaciones
5. Diseño de la Propuesta

Cuadro 6: Instrumentos de la investigación

Etapas	Pasos
Definición de los Objetivos y del Instrumento	Revisión y análisis del problema de investigación Propósito del instrumento Revisión de bibliografía y trabajos relacionados con el instrumento Determinación de la población Determinación de ítems del instrumento
Diseño del Instrumento	Elaboración de los ítems Estructuración de los instrumentos Redacción de los instrumentos Análisis de los ítems
Ensayo Piloto del Instrumento	Revisión del instrumento de experto Revisión del instrumento y nueva redacción con recomendaciones de los expertos Diálogo con los empleados y personas involucradas para la recolección de información Análisis de criterios
Elaboración definitiva del Instrumento	Impresión del instrumento

Fuente: (Mendez Álvarez C, 2009)

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3. RESULTADOS DE LA ENTREVISTA Y ESCUESTAS

3.1. Análisis de las entrevistas realizadas

La entrevista personal tuvo como objetivo: Evaluar la incidencia de modelo de gestión en la calidad de servicio de transporte escolar en la provincia de Santa Elena; para ello el entrevistador dispuso de un manual de preguntas previamente elaborado, planteándolo al consejo de administración de las compañías de transporte escolar, para que resuelvan personalmente cada pregunta, anotando las soluciones sobre los componentes aplicables que se expresan en la charla, y de esta manera descifrar el interés por calidad de servicio a usuarios de ofertas ofrecidas por las compañías.

La función del entrevistador fue recoger respuestas sobre los componentes cualitativos de las organizaciones, comenzando con preguntas sobre la forma administrativa y fundamento filosófico de las compañías, la publicidad, promoción que se aplica, la ventaja competitiva del transporte escolar y al final si siguen estrategias de publicidad y marketing de ofertas adecuadas para actuar en el mercado. En donde se obtuvo que:

La mayoría de las cooperativas de transporte escolar cumplen con los objetivos establecidos, no obstante, no aplican planes de mejora sobre la satisfacción de usuarios. Las directivas de las compañías realizan controles a todos los choferes al igual que las unidades de transporte. Por otra parte, los procesos administrativos en su mayoría son de manera empírica, sin embargo, las gestiones administrativas poseen una estructura funcional; en cuanto al desarrollo de la cadena del valor la industria permite identificar ventajas competitivas, tales como: tecnología en el

servicio incorporando, servicio más personalizado que la competencia, plataforma Web, y alianzas con colegios y Centros de Padres para realizar viajes.

Las cooperativas de transporte escolar de la provincia de Santa Elena cuentan con un sistema, ni con mecanismos de control de calidad. Sin embargo, si poseen registros físicos y digitales de los reclamos por parte de los usuarios, el mismo que son receptados e inmediatamente subsanados; con respecto a capacitaciones, se las realiza según las necesidades que se presentan.

En cuanto a la tecnología, estas compañías de transporte escolar tienen un bajo nivel de ella; la estructura organizacional de los directivos es horizontal, no obstante, no tiene definidas las funciones a desempeñar y los procesos, es por ello que no se puede evaluar el desempeño del personal. En la actualidad las compañías de transporte escolar, no cuenta con un plan concreto para mejorar las unidades anualmente, por el motivo que cada propietario de las unidades se encarga que su respectivo mantenimiento y su óptimo funcionamiento.

3.2. Análisis de resultados de las encuestas realizadas

3.2.1. Encuesta al personal de las compañías de transporte escolar

Para efectuar el estudio con el enfoque cuantitativo, se hace uso de la técnica de encuesta, consiste en realizar la medición a través de un cuestionario, que contiene preguntas cerradas, con interrogantes sobre las percepciones y expectativas de los trabajadores de transporte de servicio escolar de la provincia de Santa Elena.

La encuesta tuvo el objetivo de “Evaluar la incidencia de la gestión administrativa en la calidad de servicio de las compañías de transporte escolar de la provincia de Santa Elena”, para su efecto se desarrolló un cuestionario con preguntas cerradas sobre la satisfacción de usuarios, respecto a la calidad de servicio, para recabar las opciones de los usuarios seleccionados para responder, hombres y mujeres, de edades desde los 20 años en adelante, que pertenezcan al PE; para identificar las

preferencias, expectativas y factores importantes que los usuarios de transporte escolar.

Una vez definida la muestra, se procedió a la respectiva recolección de datos utilizando el instrumento de recolección elaborado, indagado personalmente a los usuarios de transporte escolar encuestados de forma individual, consultando cada una de las interrogantes, ubicado en el cuestionario sus respuestas.

Luego se procedió al análisis de los datos recolectados, revisando la validez de los datos, para esto se utiliza el software de Excel, programa informático en el que se desarrolla una matriz de tabulación de cada pregunta, identificando las frecuencias para las opciones de respuestas planteadas, pasando a la preparación de las tablas, gráficos y análisis de los hallazgos encontrados en los prospectos estudiados. De esta forma se obtienen los datos presentados en forma sistemática y que servirán de apoyo para la propuesta “Modelo de gestión empresarial para las compañías de transporte escolar de la provincia de santa Elena”.

GÉNERO

Tabla 1 Género

Género			
1	Detalle	F	%
	Masculino	61	53,04%
	Femenino	54	46,96%
	Total	115	100%

Fuente: Encuestas realizadas

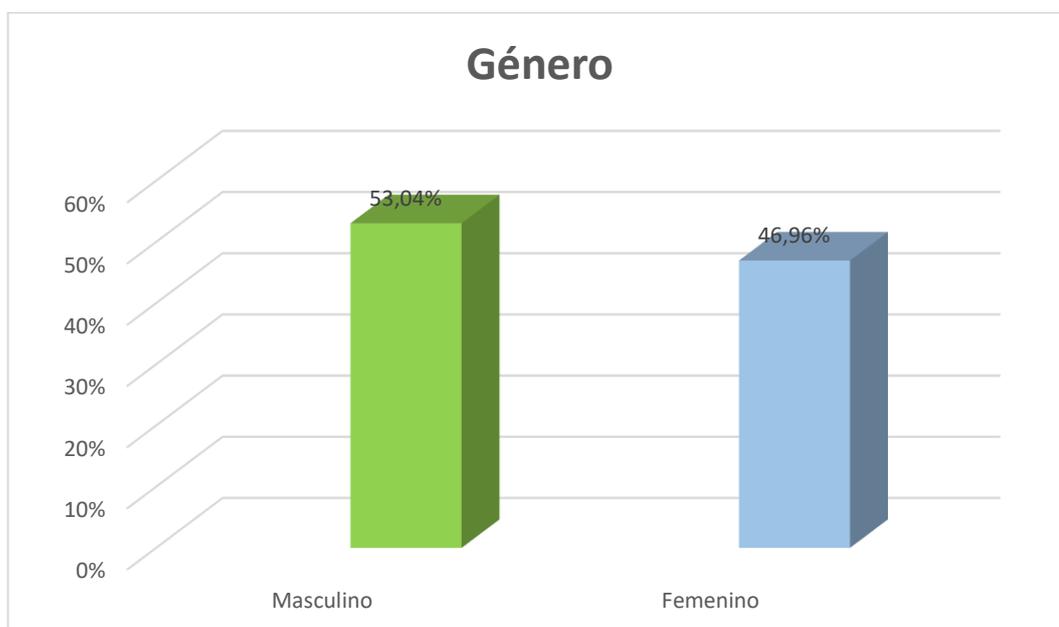


Figura 5: Género

Para el presente estudio se tomó en consideración a la población de estudio su respectivo género, considerando dentro de las características de perfil de segmentación en cuanto a la categoría de servicios de transporte escolar. La mayoría de los encuestados fueron del género masculino con un porcentaje de 53% y no lejano es del género femenino con 47 %, la investigación se planteó de este modo, pues, tanto hombres y mujeres utilizan el servicio de transporte escolar, y por ende pueden dar información sobre el tema a analizar.

EDAD

Tabla 2 Edad

Edad			
2	Detalle	F	%
	20 a 25	24	20,87%
	26 a 30	36	31,30%
	31 a 35	13	11,30%
	36 a 40	12	10,43%
	41 a 45	16	13,91%
	46 en adelante	14	12,17%
	Total	115	100%

Fuente: Encuestas realizadas

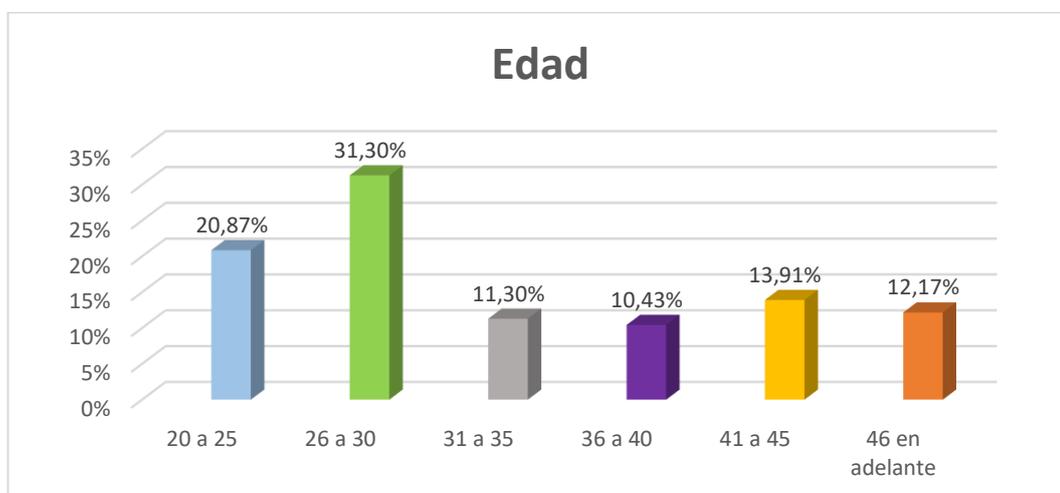


Figura 6: Edad

Para el estudio se eligió a personas con rangos de edades entre 20 años hasta los 64 años, que son edades en que los individuos tienen una formación y un criterio formado para brindar una información concreta. La mayor cantidad de las personas encuestadas se encontraron en un rango de edad de 26 a 30 años, seguidos de 20 a 25 años, mientras que un menor porcentaje de encuestados estuvieron entre 36 a 40 años, todas las personas que integran del PEA, están en edad de laborar, por ello prospectos para adquirir los servicios de transporte escolar considerados como segmentos a atender en la aplicación de un modelo de gestión administrativa en la calidad del servicio.

Nivel de Estudio

Tabla 3 Nivel de Estudio

Nivel de Estudios			
	Detalle	F	%
3	Educación Primaria	0	0,00%
	Educación Secundaria	45	39,13%
	Estudios de tercer nivel	53	46,09%
	Estudios de cuarto nivel	17	14,78%
	Total	115	100%

Fuente: Encuestas realizadas

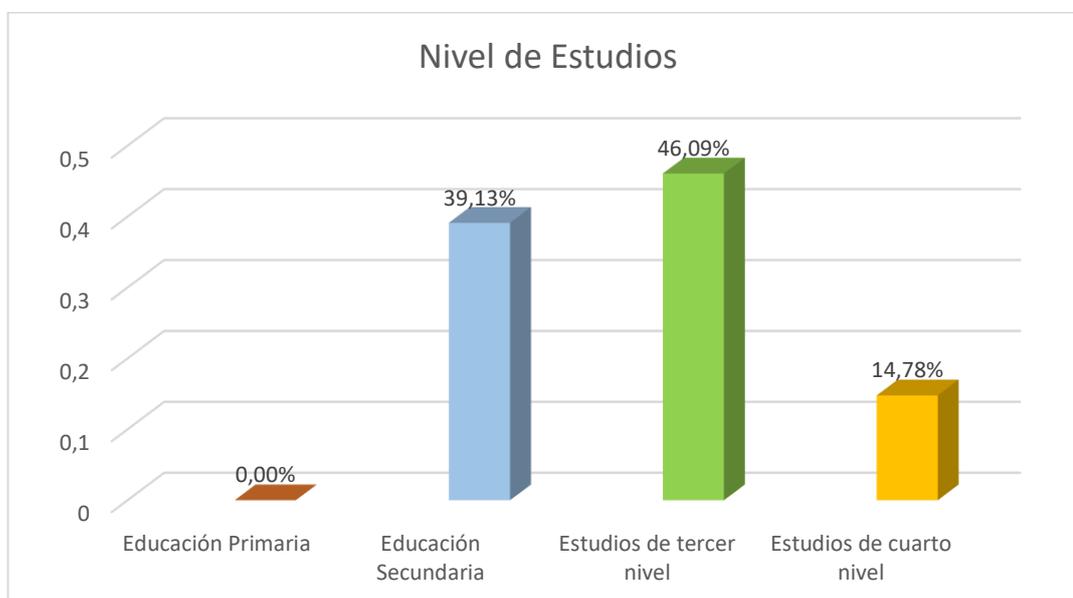


Figura 7: Nivel de Estudio

Para el estudio la población determinada en cuanto a nivel de educación se determinó que el mayor porcentaje de las personas encuestadas tienen nivel superior, seguido por personas de nivel secundario, con un menor porcentaje de las personas de cuarto nivel, este análisis permitió definir las características de segmentación para el diseño de un modelo de gestión administrativa en la calidad del servicio.

Años de Funcionamiento

Tabla 4 *Tiempo en el Servicio*

Tiempo en el Servicio			
	Detalle	F	%
4	Menos de 2 Años	26	22,61%
	Entre 2 a 4 Años	42	36,52%
	Entre 5 a 8 Años	29	25,22%
	Más de 9 Años	18	15,65%
	Total	115	100%

Fuente: Encuestas realizadas

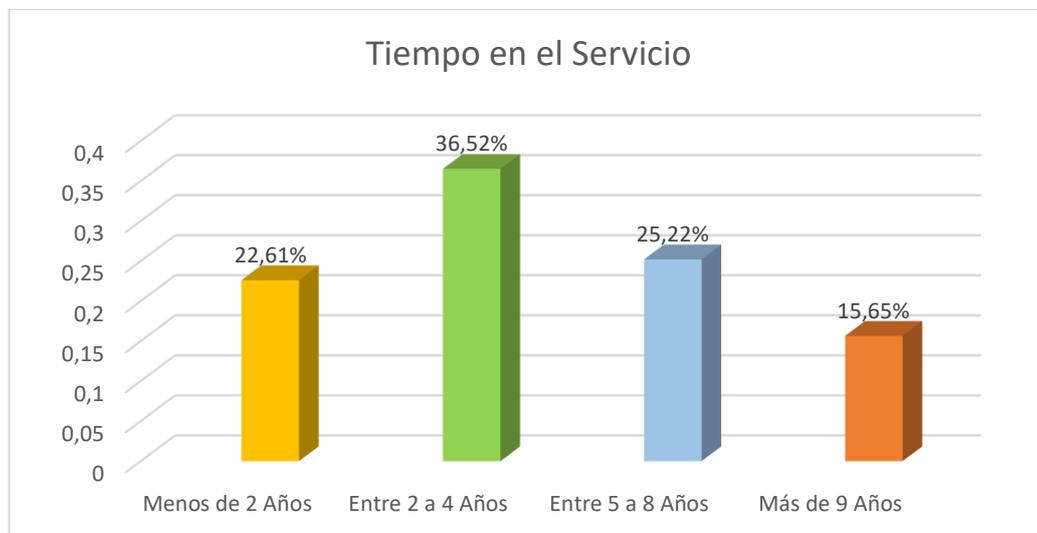


Figura 8: Tiempo en el Servicio

Para el estudio la población determinada al tiempo de servicio en la compañía fue de forma general; es decir, todos podían tener la misma oportunidad de ser encuestados, sin embargo se realizó esta interrogante, como pregunta de identificación, en donde se determinó que el mayor porcentaje de las personas encuestadas tienen un periodo laborando entre 2 a 4 años, seguido por personas que tienen menos de 2 años en el servicio, con un menor porcentaje de las personas de un tiempo de más de 9 años, este análisis permitió definir las características de segmentación para el diseño modelo de gestión administrativa.

G1.- ¿La compañía establece estrategias que permiten fortalecer su posición en el mercado en los próximos tres años?

Tabla 5 Posición en el Mercado

Posición en el Mercado			
G 1	Detalle	F	%
	Totalmente desacuerdo	0	0,00%
	En parcial desacuerdo	16	13,91%
	Indiferente	28	24,35%
	En parcial acuerdo	47	40,87%
	Totalmente de acuerdo	24	20,87%
	Total	115	100%

Fuente: Encuestas realizadas

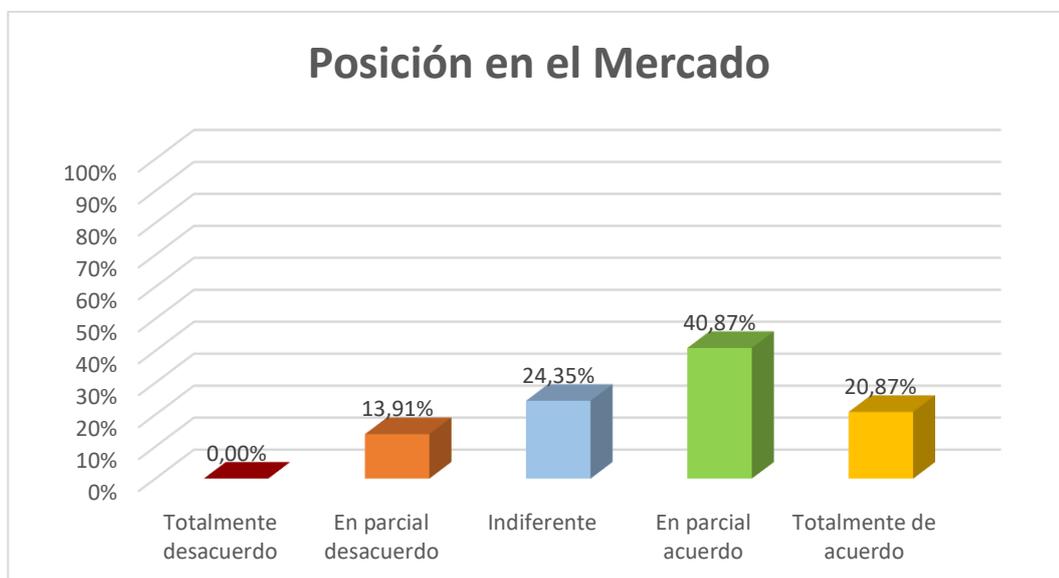


Figura 9: Posición en el Mercado

Es importante conocer sobre el nivel de posicionamiento de las compañías de transporte escolar, de esta manera se podrá establecer diseños de estrategias de reposicionamiento y acciones de innovación de servicio que permita fortalecer el posicionamiento de la mente del mercado meta. Mediante esta interrogante se pudo determinar que la mayor parte de los encuestados con un 40.87 % en parcial acuerdo, seguido por un porcentaje de 24.35 % que lo consideran indiferente.

G2.- ¿La compañía realiza una toma de decisiones que asegura que las estrategias establecidas tengan permanencia en el largo plazo?

Tabla 6 *Trascendencia en el tiempo*

Trascendencia en el Tiempo			
	Detalle	F	%
G 2	Totalmente desacuerdo	0	0,00%
	En parcial desacuerdo	9	7,83%
	Indiferente	12	10,43%
	En parcial acuerdo	49	42,61%
	Totalmente de acuerdo	45	39,13%
	Total	115	100%

Fuente: Encuestas realizadas

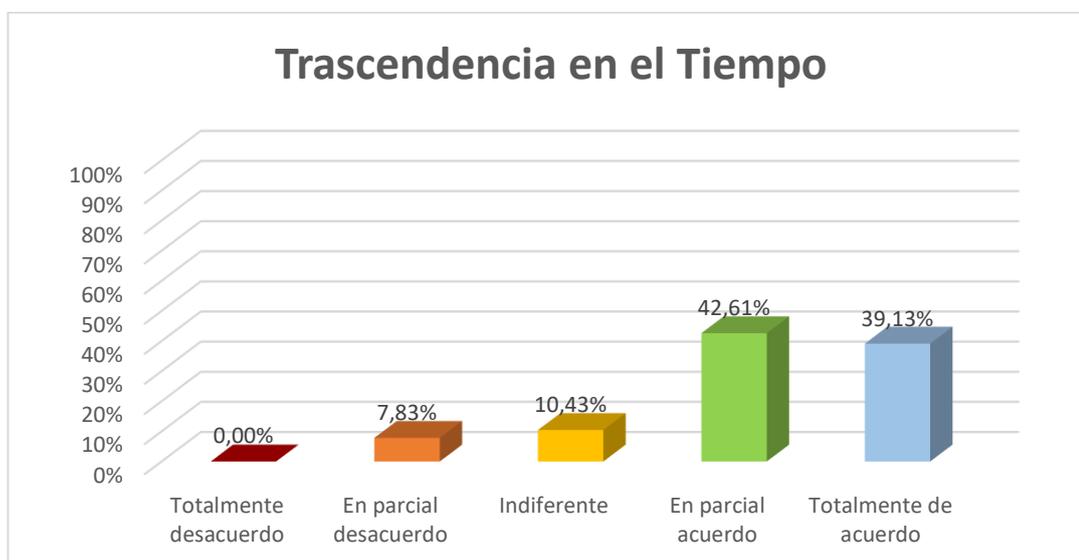


Figura 10: Trascendencia en el tiempo

Es indispensable conocer sobre la toma de decisiones de las compañías de transporte escolar en la mente de la población de estudio, de esta manera permite consolidar estrategias idóneas que garanticen su trascendencia en el tiempo, Mediante esta interrogante se pudo determinar que la mayor parte de los encuestados consideran un 42,61% en parcial acuerdo, seguido de un 39,13 % en totalmente de acuerdo, mientras que un mínimo porcentaje del 7,83 % se encuentra en parcial desacuerdo.

G3.- ¿La compañía se interesa por aplicar estrategias sostenibles para incursionar en nuevos mercados?

Tabla 7 Nuevos Mercados

Nuevos Mercados			
G 3	Detalle	F	%
	Totalmente desacuerdo	0	0,00%
	En parcial desacuerdo	2	1,74%
	Indiferente	38	33,04%
	En parcial acuerdo	44	38,26%
	Totalmente de acuerdo	31	26,96%
	Total	115	100%

Fuente: Encuestas realizadas

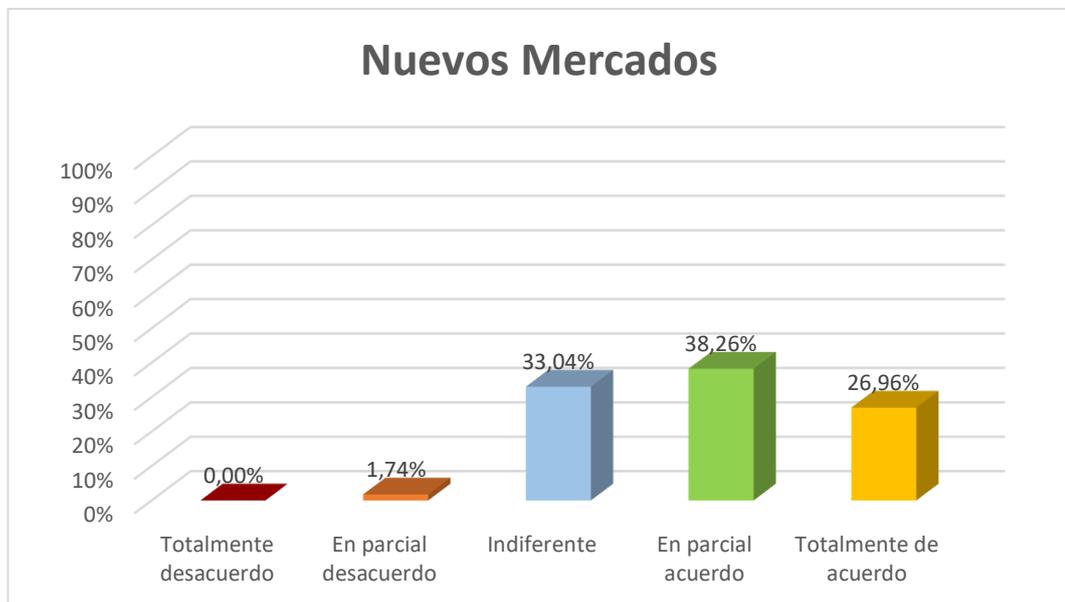


Figura 11: Nuevos Mercados

Es necesario conocer como la población de estudio identifica la aplicación de estrategias sostenibles de las compañías de transporte escolar, de esta manera poder incursionar en nuevos mercados, a través de esta interrogante, se pudo determinar el mayor porcentaje de los encuestados con el 38,26 % está en parcial acuerdo, seguido del 33,04 % están en indiferencia, mientras que un mínimo porcentaje del 1.74 % está en parcial desacuerdo.

L1.- ¿En la compañía se reflejan los valores en el código de ética que rigen la toma de decisiones en la organización?

Tabla 8 Código de Ética

Código de Ética			
	Detalle	F	%
L 1	Totalmente desacuerdo	0	0,00%
	En parcial desacuerdo	0	0,00%
	Indiferente	36	31,30%
	En parcial acuerdo	50	43,48%
	Totalmente de acuerdo	29	25,22%
	Total	115	100%

Fuente: Encuestas realizadas

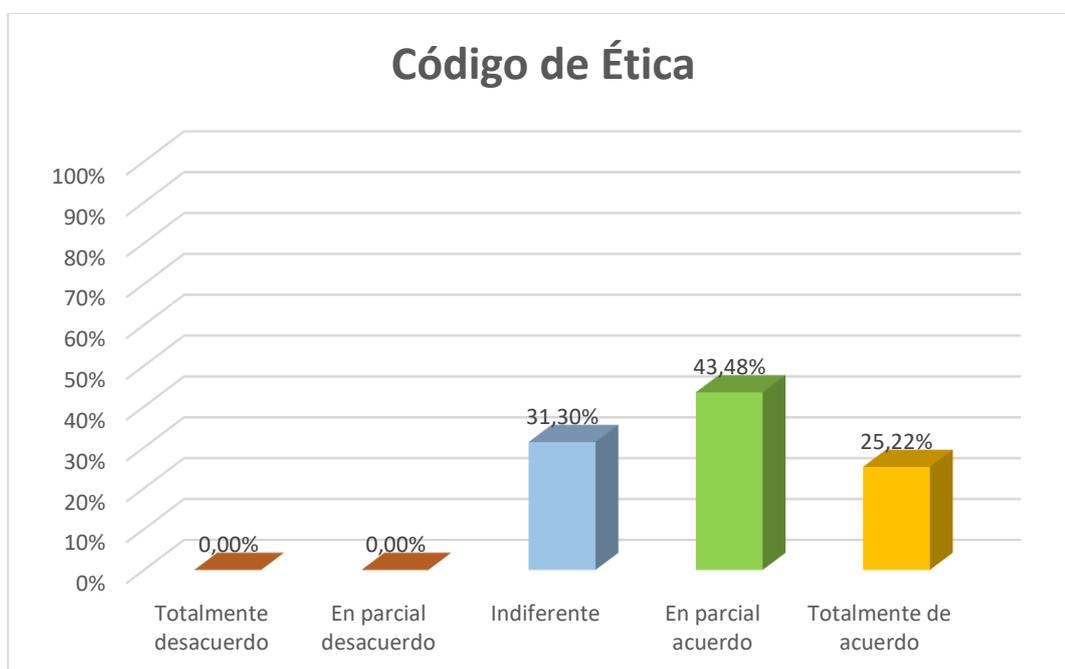


Figura 12: Código de Ética

Es indispensable conocer si se reflejan los valores en el código de ética las compañías de transporte escolar en la mente de la población de estudio, de esta manera se podrá establecer las medidas optimas en la toma de decisiones, mediante esta interrogante se pudo determinar el mayor porcentaje de los encuestados con 44,48 % está en parcial acuerdo seguido del 31,30 % están en indiferencia, mientras que el menor porcentaje del 25,22 % está ubicado en totalmente de acuerdo.

L2.- ¿El líder se involucra en el fortalecimiento y desarrollo las capacidades organizacionales para garantizar el desempeño de la compañía?

Tabla 9 Fortalecimiento y desarrollo

Fortalecimiento y desarrollo			
	Detalle	F	%
L 2	Totalmente desacuerdo	8	6,96%
	En parcial desacuerdo	31	26,96%
	Indiferente	13	11,30%
	En parcial acuerdo	35	30,43%
	Totalmente de acuerdo	28	24,35%
	Total	115	100%

Fuente: Encuestas realizadas

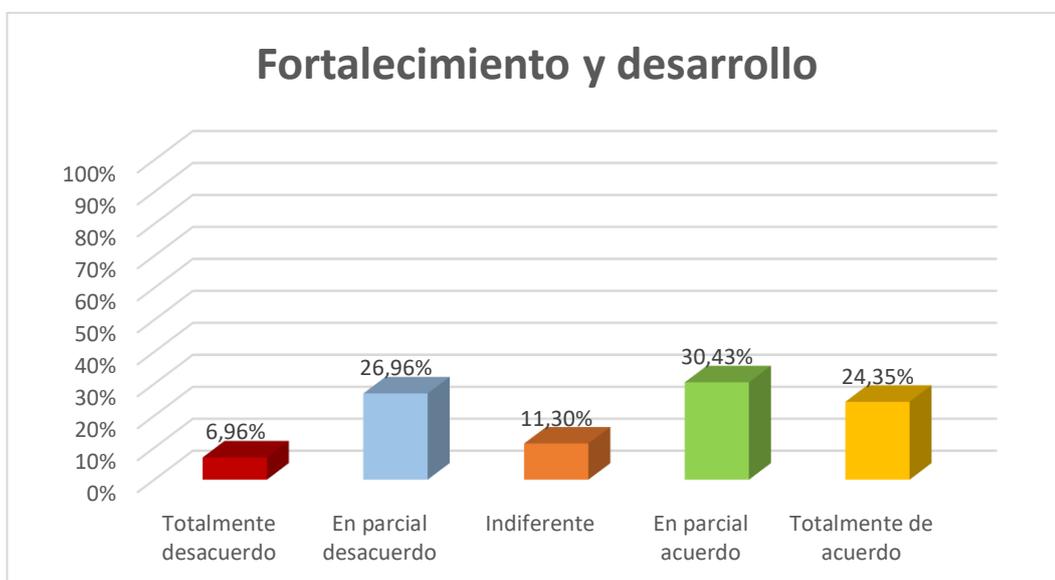


Figura 13: Fortalecimiento y desarrollo

Es importante conocer el criterio de la población de estudio frente a las capacidades y la gestión que realizan los líderes de las compañías de transporte escolar, para fortalecer el desempeño de las compañías. Por medio de esta interrogante se pudo determinar que el 30,43 % de los encuestados están en parcial acuerdo, mientras el 6,96 % está totalmente en desacuerdo. Por lo tanto, se debe considerar que el fortalecimiento y desarrollo por parte de gestión del líder de las compañías de transporte escolar es alto.

L3.- ¿En la compañía el grupo directivo se capacita para adquirir las competencias requeridas para desempeñar los roles gerenciales?

Tabla 10 Adquirir Competencias

Adquirir Competencias			
	Detalle	F	%
L 3	Totalmente desacuerdo	10	8,70%
	En parcial desacuerdo	25	21,74%
	Indiferente	17	14,78%
	En parcial acuerdo	19	16,52%
	Totalmente de acuerdo	44	38,26%
	Total	115	100%

Fuente: Encuestas realizadas

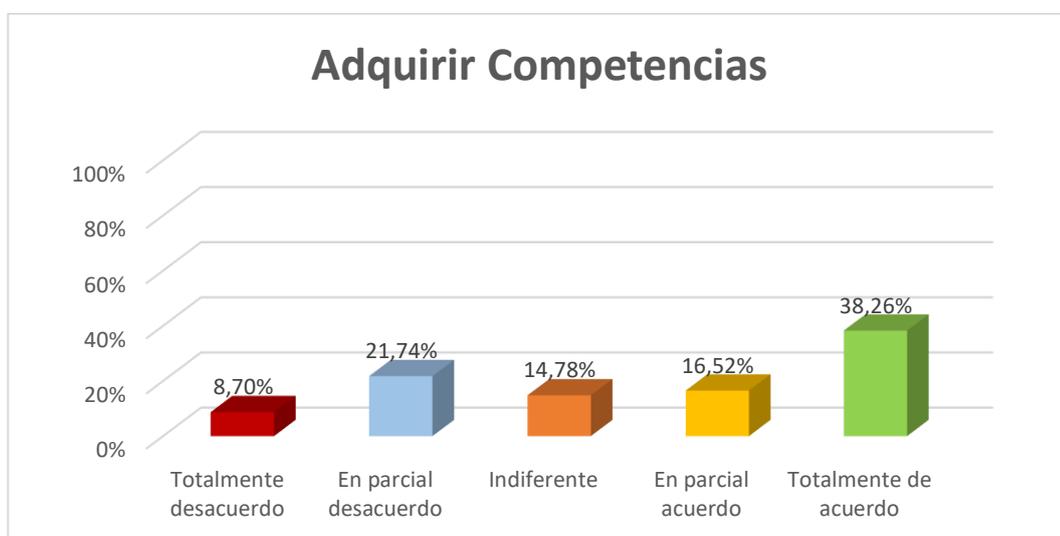


Figura 14: Adquirir Competencias

La capacitación de los directivos es importante, ya que de esto depende la calidad del servicio a ofrecer, de esta manera se puede adaptar mejoras en el desarrollo de las actividades, mostrándose mucho más eficientes fretes a la competencia. Los criterios obtenidos respecto a la interrogante demuestran que el 38,26% de los encuestados están totalmente satisfechos con las capacitaciones que adquieren los directivos, siendo este porcentaje el que representa a la mayoría de los encuestados, seguido del 21,74 % está en parcial desacuerdo, y el menor este porcentaje 8,70% se encuentran totalmente desacuerdo.

R1.- ¿Considera que la cooperativa cuenta con los recursos necesarios para alcanzar los objetivos empresariales?

Tabla 11 Recursos Necesarios

Recursos Necesarios			
	Detalle	F	%
R 1	Totalmente desacuerdo	3	2,61%
	En parcial desacuerdo	8	6,96%
	Indiferente	30	26,09%
	En parcial acuerdo	45	39,13%
	Totalmente de acuerdo	29	25,22%
	Total	115	100%

Fuente: Encuestas realizadas



Figura 15: Recursos Necesarios

Es importante conocer sobre la capacidad que tienen las compañías de transporte escolar para alcanzar los objetivos planteados en la mente de la población de estudio, debido que de esto depende la rentabilidad y la evolución de la compañía. Como resultado de la consulta se puede saber que el 39,13% de los encuestados considera que la cooperativa cuenta con los recursos necesarios para alcanzar los objetivos empresariales, mientras que el 2,61% manifiestan estar totalmente desacuerdo con la cantidad de recursos con los que cuenta la empresa para alcanzar los objetivos empresariales.

R2.- ¿En la compañía existen medidas de control sobre la distribución de los recursos de la compañía?

Tabla 12 Recursos Necesarios

Distribución de Recursos			
	Detalle	F	%
R 2	Totalmente desacuerdo	13	11,30%
	En parcial desacuerdo	23	20,00%
	Indiferente	14	12,17%
	En parcial acuerdo	45	39,13%
	Totalmente de acuerdo	20	17,39%
	Total	115	100%

Fuente: Encuestas realizadas

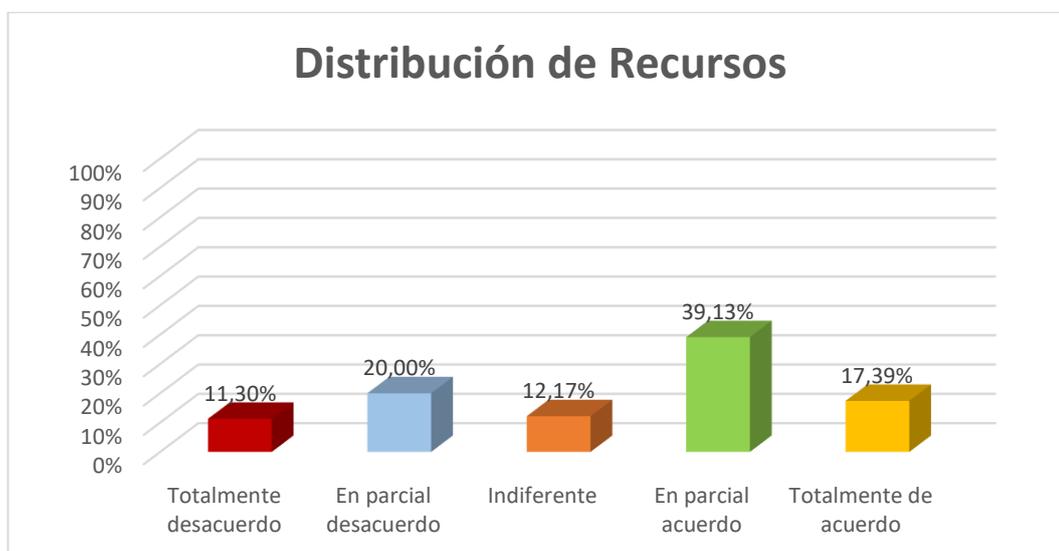


Figura 16: Distribución de Recursos

Es necesario conocer la organización que las compañías de transporte escolar tienen en relación a las medidas respecto a la distribución de los recursos de la misma, de esto depende la capacidad de organización y eficiencia al momento de operar. A través de esta interrogante, se pudo conocer que el 39,13% de los encuestados está en parcial acuerdo con la existencia de medidas de control aplicadas a la distribución de los recursos de la compañía, mientras que el 11,30% está totalmente desacuerdo con la aplicación de las medidas antes mencionadas.

P1.- ¿En la cooperativa existen procesos administrativos idóneos o necesitan redefinirse?

Tabla 13 *Procesos Administrativos*

Procesos Administrativos			
	Detalle	F	%
P 1	Totalmente desacuerdo	12	10,43%
	En parcial desacuerdo	13	11,30%
	Indiferente	22	19,13%
	En parcial acuerdo	42	36,52%
	Totalmente de acuerdo	26	22,61%
	Total	115	100%

Fuente: Encuestas realizadas

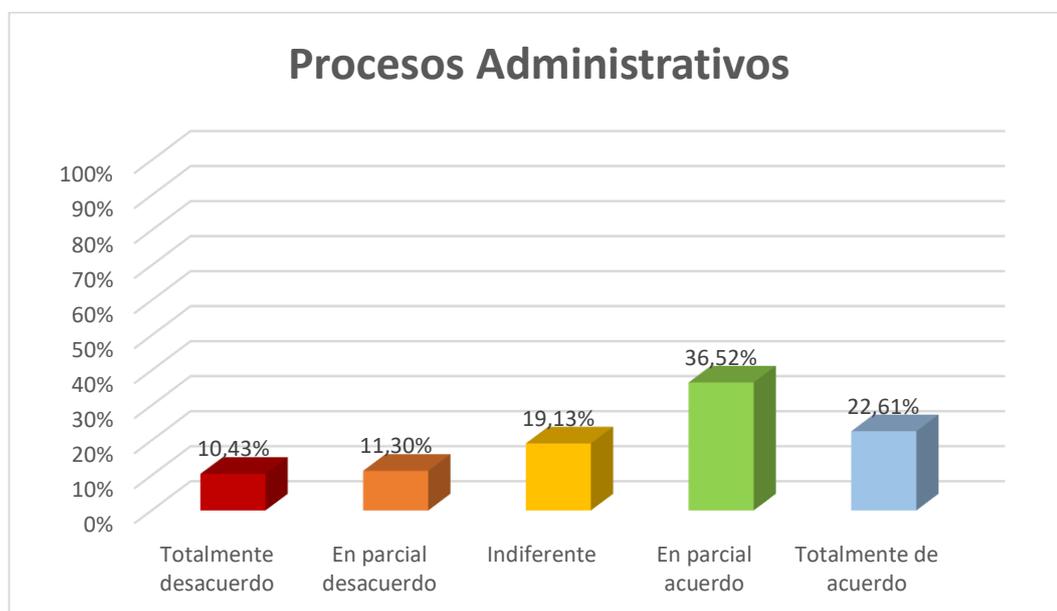


Figura 17: *Procesos Administrativos*

Es indispensable conocer el criterio de la población de estudio frente a ¿qué tan aptos son los procesos administrativos?, a través de diagnósticos que permitan identificar falencias o irregularidades que por medio de medidas estratégicas realicen mejoras en el sistema. El resultado ante esta interrogante muestra que el 36,52 % de los encuestados está en parcial acuerdo, siendo este porcentaje el que representa a la mayoría, mientras que el 10,43% está totalmente desacuerdo.

P2.- ¿En la empresa existen sistemas y mecanismos de control de calidad para medir la satisfacción de los usuarios por el servicio que brindan?

Tabla 14 Control de Calidad

Control de Calidad			
	Detalle	F	%
P 2	Totalmente desacuerdo	30	26,09%
	En parcial desacuerdo	24	20,87%
	Indiferente	16	13,91%
	En parcial acuerdo	23	20,00%
	Totalmente de acuerdo	22	19,13%
	Total	115	100%

Fuente: Encuestas realizadas

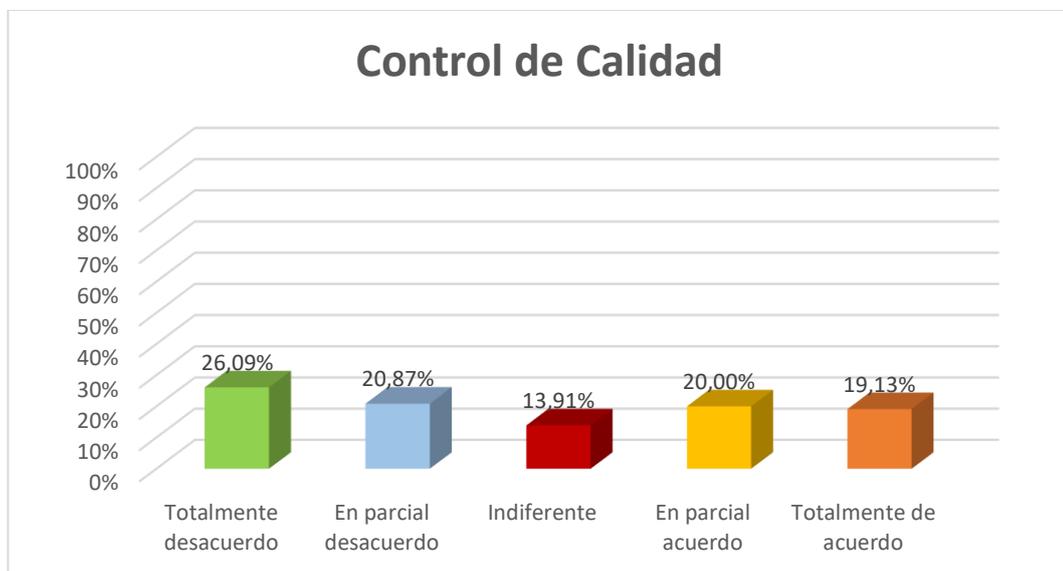


Figura 18: Control de Calidad

La aplicación de sistemas y mecanismos de control de calidad hacia los usuarios, es un mecanismo que permite realizar mejoras en el servicio de que se ofrece, de igual forma permite conocer que metodología emplear para obtener alta la satisfacción de los clientes. Frente a esta interrogante se pudo determinar que el 19,13% está totalmente de acuerdo con a la existencia del sistema y mecanismo de control de calidad que brinda la empresa, mientras que el 13,91% se muestra indiferente.

F1.- ¿Considera que sus clientes están satisfechos con el servicio que ofrece la compañía?

Tabla 15 Satisfacción al Cliente

Satisfacción al Cliente			
	Detalle	F	%
F 1	Totalmente desacuerdo	0	0,00%
	En parcial desacuerdo	29	25,22%
	Indiferente	30	26,09%
	En parcial acuerdo	41	35,65%
	Totalmente de acuerdo	15	13,04%
	Total	115	100%

Fuente: Encuestas realizadas

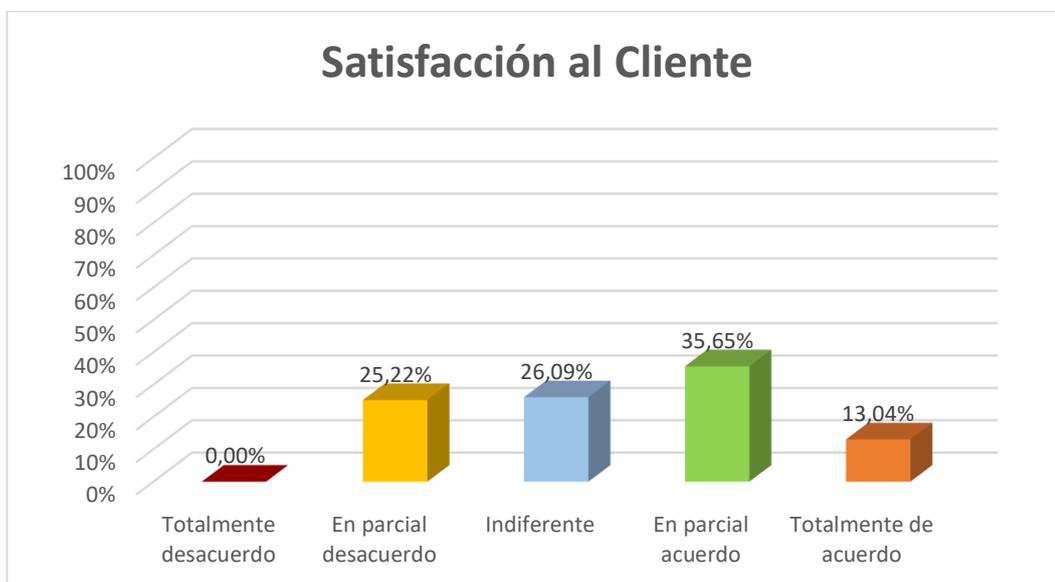


Figura 19: Satisfacción al Cliente

Es importante conocer la satisfacción que muestran los clientes frente al servicio prestado, para de esta manera identificar el nivel de satisfacción y comprobar el problema determinado y dar sustento a un modelo de gestión administrativa, que permita lograr la excelencia en calidad de servicios. Mediante esta interrogante se determinó, que la mayor parte de los encuestados con el 35,65% están en parcial acuerdo, dando a conocer que la eficiencia de la empresa es considerablemente buena.

F2.- ¿La compañía aplica incentivos al consumidor para atraer nuevos clientes y fidelizar a los actuales basadas en las necesidades del mercado meta?

Tabla 16 *Incentivos para fidelizar Clientes*

Incentivos para fidelizar Clientes			
	Detalle	F	%
F 2	Totalmente desacuerdo	12	10,43%
	En parcial desacuerdo	34	29,57%
	Indiferente	23	20,00%
	En parcial acuerdo	29	25,22%
	Totalmente de acuerdo	17	14,78%
	Total	115	100%

Fuente: Encuestas realizadas

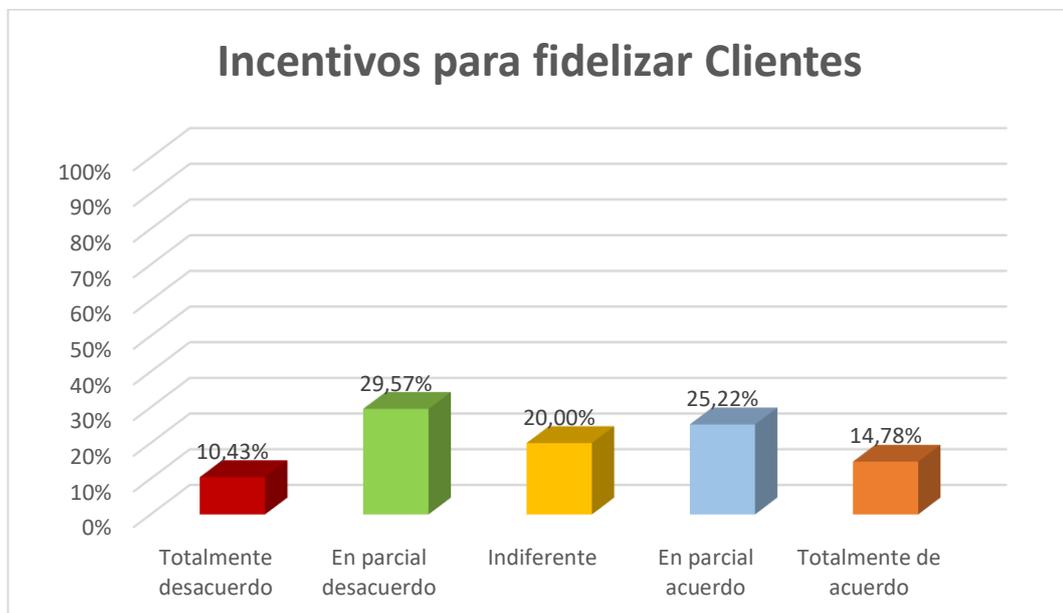


Figura 20: Incentivos para fidelizar Clientes

Es indispensable que las compañías de transporte escolar apliquen incentivos al usuario, de esta manera atraer nuevos clientes y fidelizar a los actuales innovando en el marketing. Al indagar sobre las formas de marketing empleadas por las compañías, se puede conocer que el 29,57% de los encuestados está en parcial desacuerdo, mientras que el menor porcentaje con 10,43% dice estar totalmente desacuerdo.

F3.- ¿La compañía desarrolla múltiples puntos de contacto con los clientes con el fin de establecer canales de distribución apropiados?

Tabla 17 *Canales de Distribución*

Canales de Distribución			
	Detalle	F	%
F 3	Totalmente desacuerdo	0	0,00%
	En parcial desacuerdo	13	11,30%
	Indiferente	24	20,87%
	En parcial acuerdo	57	49,57%
	Totalmente de acuerdo	21	18,26%
	Total	115	100%

Fuente: Encuestas realizadas

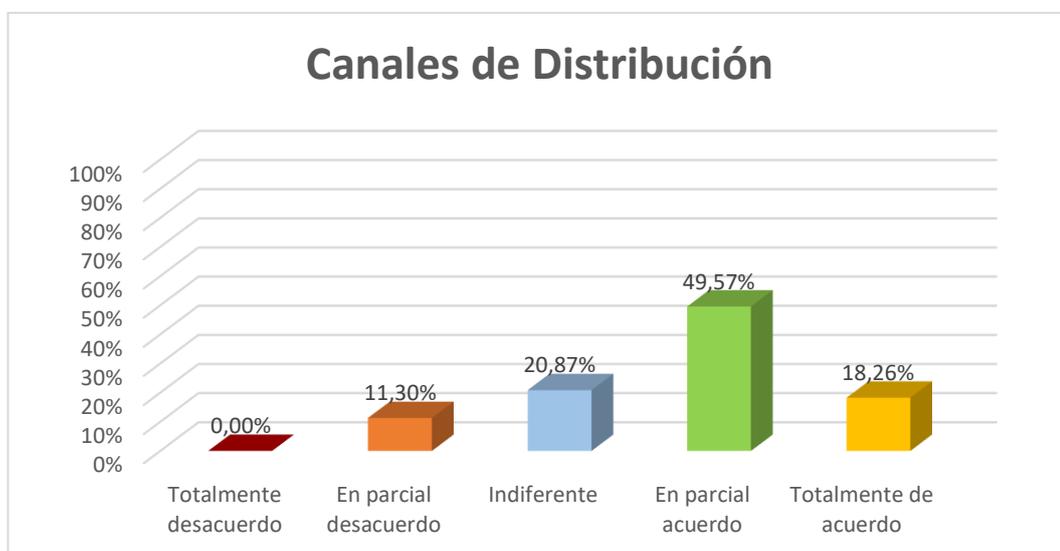


Figura 21: Canales de Distribución

Es importante mantener contacto con los clientes a través de distintos canales, con esta medida se puede conocer y trazar distintas rutas para generar una distribución adecuada de las unidades y así garantizar un servicio mucho más eficiente. Ante esta interrogante los resultados dan a conocer que, el 49,57% de los encuestados están en parcial acuerdo, seguido de un 20,87% que se muestra indiferente, un 18,26% está totalmente de acuerdo, y el 11,30% está en parcial acuerdo, mientras que un 0 % está totalmente desacuerdo.

F4.- ¿Se fomenta las competencias del personal para lograr la confianza, lealtad, y satisfacción de los clientes?

Tabla 18 Fomentar Competencias

Fomentar Competencias			
	Detalle	F	%
F 4	Totalmente desacuerdo	0	0,00%
	En parcial desacuerdo	8	6,96%
	Indiferente	20	17,39%
	En parcial acuerdo	62	53,91%
	Totalmente de acuerdo	25	21,74%
	Total	115	100%

Fuente: Encuestas realizadas

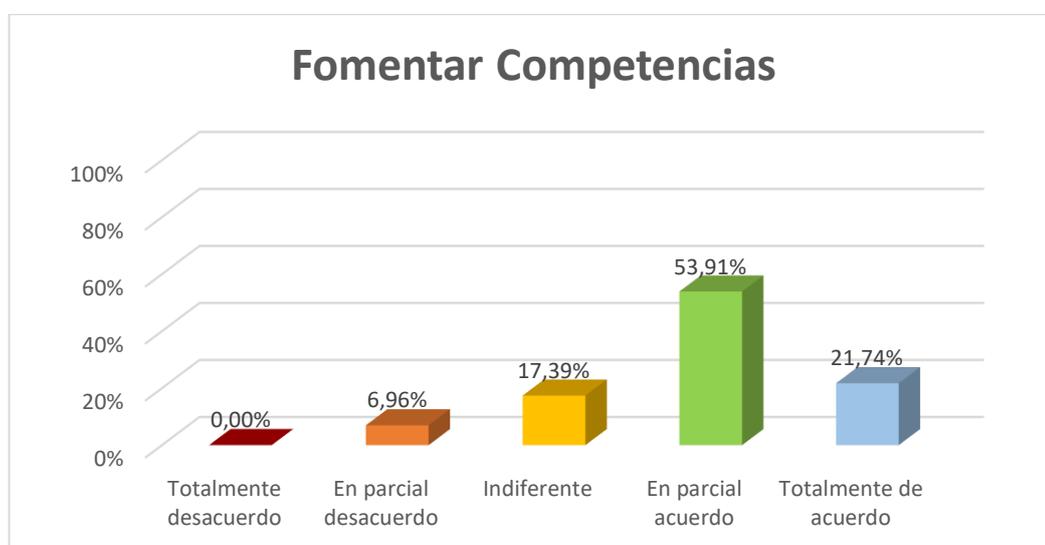


Figura 22: Fomentar Competencias

Es indispensable conocer como la población de estudio considera las competencias del personal de las compañías de transporte escolar, de esta manera fortalecer valores del personal, para garantizar una completa satisfacción en el cliente. Frente a la interrogante sobre fomentar competencias del personal, se determinó que el mayor número de los encuestados con 53,91%, se encuentra en parcial acuerdo, mientras que el menor porcentaje con 6,96% está en parcial desacuerdo. Por lo tanto, es necesario un modelo de gestión administrativa para potencializar el desempeño de las compañías.

S1.- ¿Se estimula la aplicación de la cultura empresarial por parte del personal, generando así un adecuado clima organizacional?

Tabla 19 *Cultura Empresarial*

Cultura Empresarial			
	Detalle	F	%
S 1	Totalmente desacuerdo	0	0,00%
	En parcial desacuerdo	14	12,17%
	Indiferente	21	18,26%
	En parcial acuerdo	37	32,17%
	Totalmente de acuerdo	43	37,39%
	Total	115	100%

Fuente: Encuestas realizadas

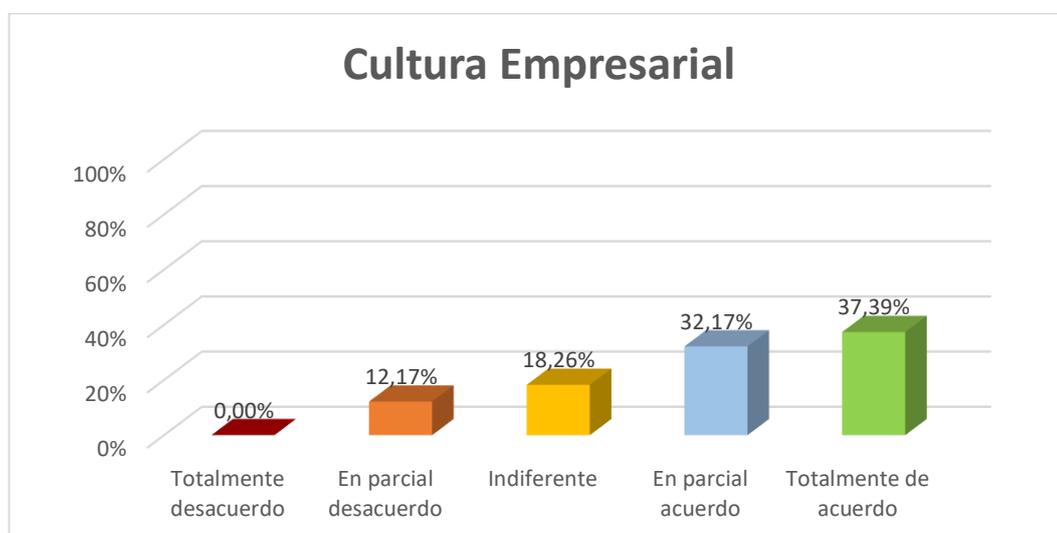


Figura 23: Cultura Empresarial

Esta interrogante referente a la cultura empresarial por parte del personal, nos permite conocer la calidad del ambiente de trabajo en el cual se desarrollan los trabajadores, siendo el ambiente laboral un ítem clave para el óptimo desempeño de los trabajadores. El resultado ante esta interrogante determina que el 37,39% de los encuestados se encuentra totalmente identificado con la cultura empresarial que mantienen la compañía, el 0% representa a los encuestados que están en totalmente desacuerdo. Siendo así la mayor parte del personal que se encuentra laborando en un ambiente empresarial adecuado.

S2.- ¿En la compañía se capacita al personal para adquirir las competencias requeridas para desempeñar las funciones y los roles establecidos en la compañía?

Tabla 20 *Capacitación del Personal*

Capacitación del Personal			
	Detalle	F	%
S 2	Totalmente desacuerdo	0	0,00%
	En parcial desacuerdo	22	19,13%
	Indiferente	10	8,70%
	En parcial acuerdo	32	27,83%
	Totalmente de acuerdo	51	44,35%
	Total	115	100%

Fuente: Encuestas realizadas

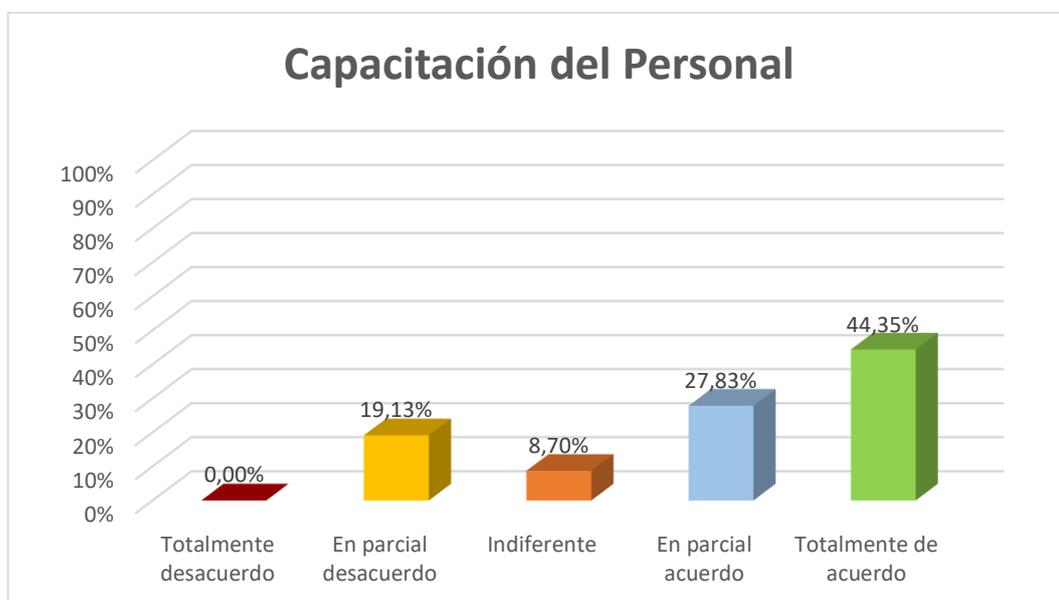


Figura 24: Capacitación del Personal

Es indispensable conocer que el personal de las compañías de transporte escolar se encuentre capacitado, con el fin de desempeñar las funciones y roles establecidos logrando la excelencia en calidad de servicios y la satisfacción del cliente, demostrando así su competitividad en el mercado. Ante la interrogante la mayor parte de los encuestados con el 44,35% está totalmente de acuerdo, seguido del 27,83% está en parcial acuerdo.

S3.- ¿La empresa evalúa la satisfacción del cliente basado en el cumplimiento de horarios y recorrido determinado en el servicio de transporte escolar?

Tabla 21 Satisfacción por Cumplimiento del Servicio

Satisfacción por Cumplimiento del Servicio			
	Detalle	F	%
S 3	Totalmente desacuerdo	0	0,00%
	En parcial desacuerdo	5	4,35%
	Indiferente	33	28,70%
	En parcial acuerdo	16	13,91%
	Totalmente de acuerdo	61	53,04%
	Total		115

Fuente: Encuestas realizadas

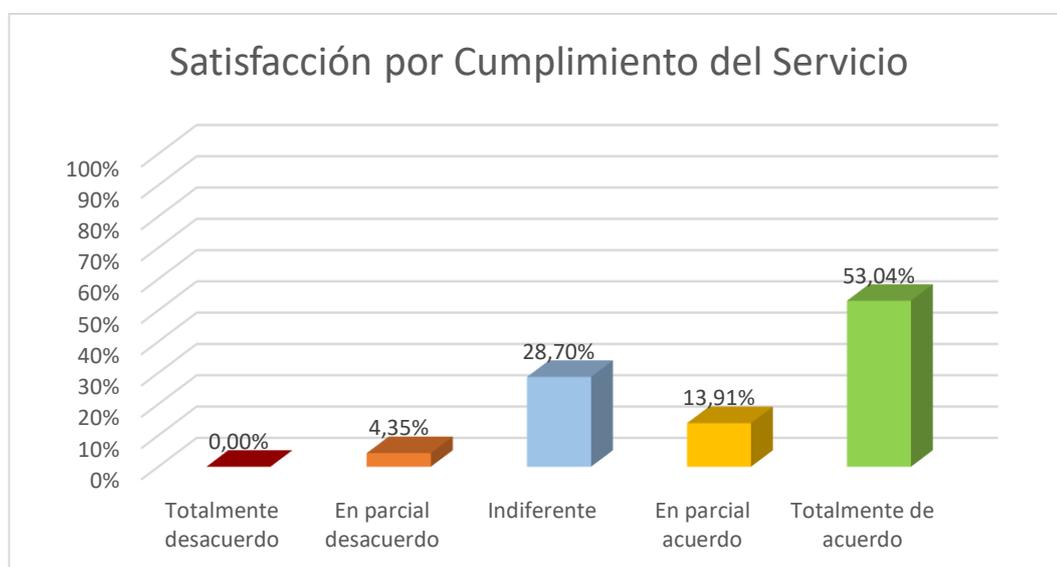


Figura 25: Satisfacción por Cumplimiento del Servicio

Es importante conocer como la población de estudio evalúan el cumplimiento de horarios y recorrido determinados por el servicio de transporte escolar, de esta manera se podrá establecer nuevas estrategias que garanticen la satisfacción del cliente. Mediante esta interrogante se pudo determinar que el 53,04% que representa la mayor parte de los encuestados están satisfechos con el cumplimiento del servicio, mientras que el menor porcentaje que representa el 4,35% se encuentran en parcial desacuerdo.

E1.- ¿Se diseñan servicios adicionales que responden a las necesidades de los clientes?

Tabla 22 Servicios Adicionales

Servicios Adicionales			
	Detalle	F	%
E 1	Totalmente desacuerdo	0	0,00%
	En parcial desacuerdo	39	33,91%
	Indiferente	1	0,87%
	En parcial acuerdo	53	46,09%
	Totalmente de acuerdo	22	19,13%
	Total	115	100%

Fuente: Encuestas realizadas

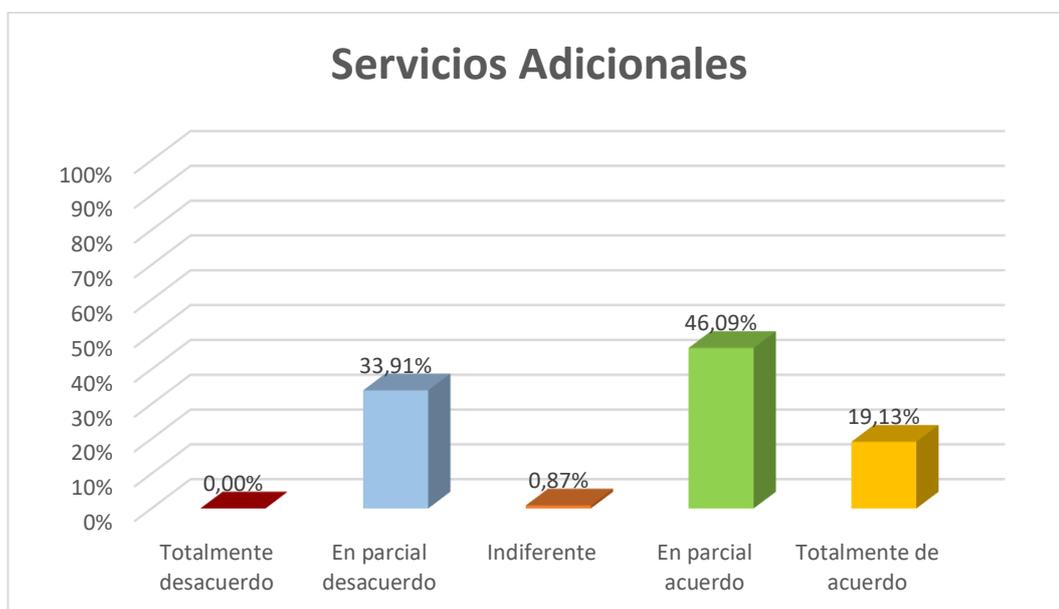


Figura 26: Servicios Adicionales

Es necesario conocer las necesidades adicionales que presentan los usuarios de las compañías de transporte escolar, para así diseñar servicios adicionales que garanticen la satisfacción del cliente. Mediante esta interrogante se determinó que el mayor porcentaje de los encuestados representados por el 46,09% están en parcial acuerdo con los servicios adicionales, mientras que el mínimo porcentaje 0,87% se muestran indiferentes ante la interrogante.

E2.- ¿La compañía ofrece garantía en el transporte escolar generando así una diferenciación con la competencia?

Tabla 23 Diferenciación con la Competencia

Diferenciación con la Competencia			
	Detalle	F	%
E 2	Totalmente desacuerdo	6	5,22%
	En parcial desacuerdo	24	20,87%
	Indiferente	1	0,87%
	En parcial acuerdo	53	46,09%
	Totalmente de acuerdo	31	26,96%
	Total	115	100%

Fuente: Encuestas realizadas

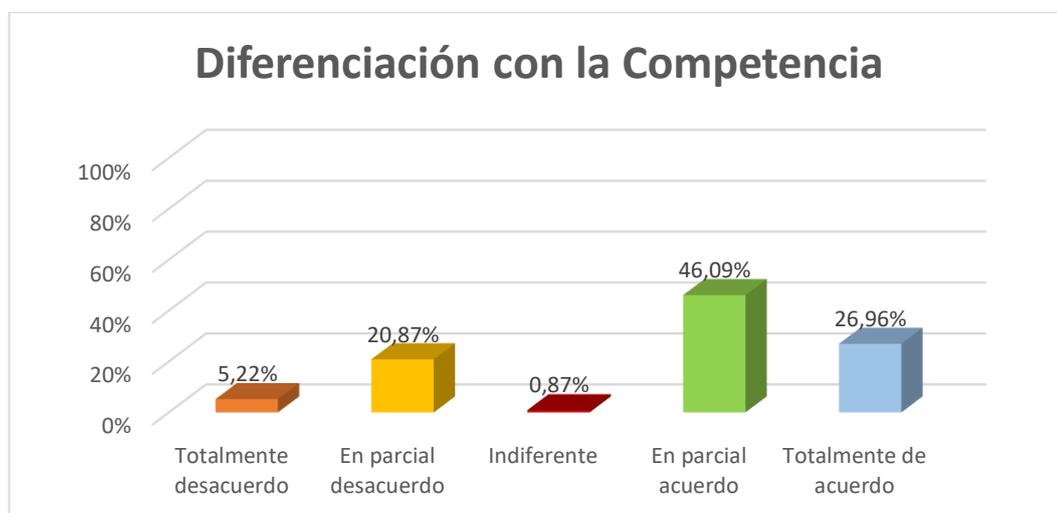


Figura 27: Diferenciación con la Competencia

Es importante conocer que garantías ofrece las compañías de transporte escolar, las mismas que permiten que se diferencie de la competencia, y a su vez garantizar un servicio de calidad a los usuarios. Mediante esta interrogante se pudo determinar que la mayor parte de los encuestados se consideran en parcial acuerdo siendo estos el 46,09 %, consecutivamente del 26,96% afirman estar totalmente de acuerdo, muy seguido del 20,87% manifiestan estar en parcial desacuerdo, el 5,22% están totalmente desacuerdo, mientras que el menor porcentaje 0,87% se mantiene indiferente a la interrogante.

E3.- ¿Se ha mejorado el nivel de desempeño de los procesos de la compañía en los últimos tres años?

Tabla 24 Mejora Continua

Mejora Continua			
	Detalle	F	%
E 3	Totalmente desacuerdo	0	0,00%
	En parcial desacuerdo	10	8,70%
	Indiferente	0	0,00%
	En parcial acuerdo	56	48,70%
	Totalmente de acuerdo	49	42,61%
	Total	115	100%

Fuente: Encuestas realizadas

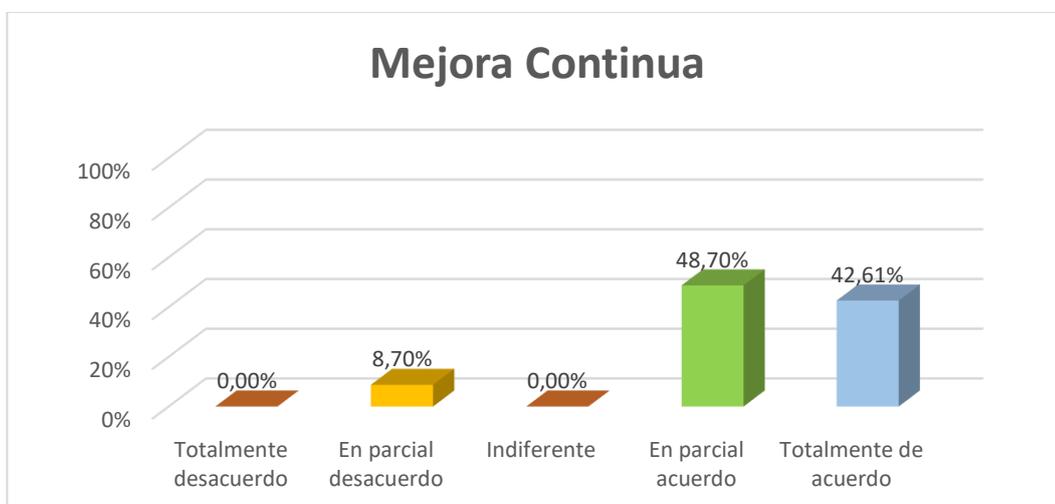


Figura 28: Mejora Continua

Es indispensable conocer el nivel de desempeño de las compañías de transporte escolar, y así establecer diseños de estrategias de innovación en los servicios que permitan fortalecer los procesos de las organizaciones. A través de esta interrogante se pudo determinar que la mayor parte de los encuestados representados por el 48,70% manifiestan estar en parcial acuerdo con el mejoramiento de los procesos en los últimos años por parte de las compañías, seguido del 42,61% que están totalmente de acuerdo con la interrogante. Por lo tanto, se puede establecer que las compañías de transporte escolar constantemente se encuentran en mejoras de sus procesos.

A1.- ¿La compañía aprovecha las nuevas tecnologías para introducir nuevos productos y ofrecer los productos actuales en el mercado meta que se dirige?

Tabla 25 Nuevas Tecnologías

Nuevas Tecnologías			
	Detalle	F	%
A 1	Totalmente desacuerdo	20	17,39%
	En parcial desacuerdo	39	33,91%
	Indiferente	4	3,48%
	En parcial acuerdo	25	21,74%
	Totalmente de acuerdo	27	23,48%
	Total	115	100%

Fuente: Encuestas realizadas

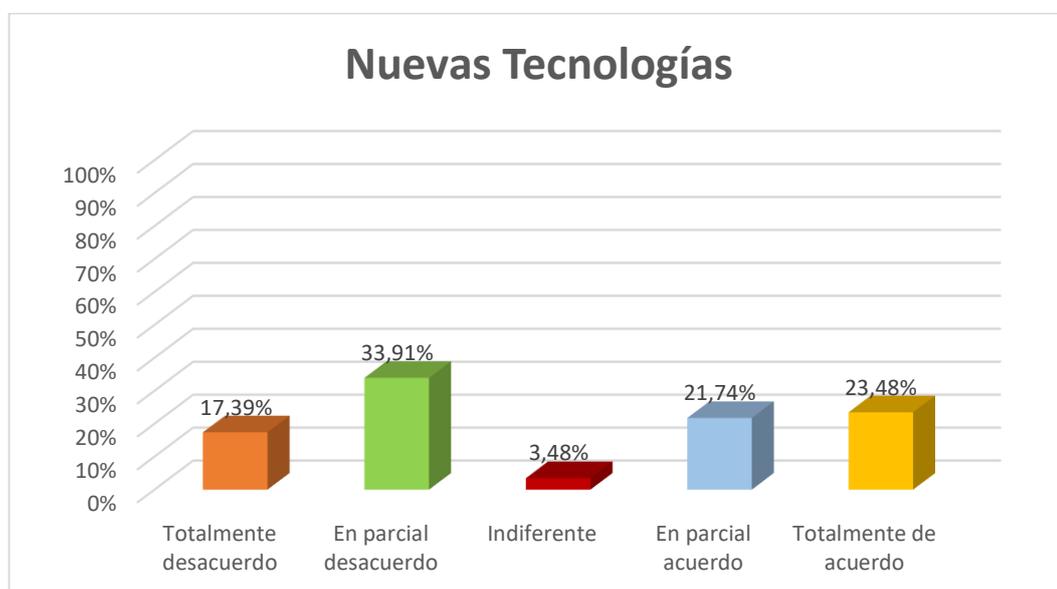


Figura 29: Mejora Continua

Esta interrogante acerca de las nuevas tecnologías en el servicio de transporte escolar, permitirá conocer sobre las necesidades que tienen los usuarios y de esta manera poder establecer estrategias de servicios que despierten el interés del mercado meta. Mediante esta interrogante se pudo determinar que la mayor parte de los encuestados del 33,91% indican que están en parcial desacuerdo ante los nuevos productos tecnológicos, y un menor porcentaje del 3,48% se muestran indiferentes ante las nuevas tecnologías.

A2.- ¿En la compañía existe motivación y reconocimiento de sus trabajadores?

Tabla 26 Motivación y Reconocimiento

Motivación y Reconocimiento			
	Detalle	F	%
A 2	Totalmente desacuerdo	12	10,43%
	En parcial desacuerdo	20	17,39%
	Indiferente	14	12,17%
	En parcial acuerdo	49	42,61%
	Totalmente de acuerdo	20	17,39%
	Total	115	100%

Fuente: Encuestas realizadas



Figura 30: Motivación y Reconocimiento

Es importante conocer si existe motivación y reconocimiento de parte de las compañías de transporte escolar hacia sus trabajadores, de esta manera se podrá identificar las necesidades internas de las compañías para aplicar estrategias de competencias de tal manera que potencialice el desempeño organizacional y permita lograr la excelencia en la calidad de servicio. A través de esta interrogante se pudo determinar el 42,61% está en parcial acuerdo, mientras que el menor porcentaje con 10,43% está totalmente desacuerdo.

A3.- ¿La empresa tiene un plan concreto para mejorar cada año sus unidades de transporte?

Tabla 27 Plan Mejora Unidades de Transporte

Plan Mejora Unidades de Transporte			
	Detalle	F	%
A 3	Totalmente desacuerdo	0	0,00%
	En parcial desacuerdo	22	19,13%
	Indiferente	0	0,00%
	En parcial acuerdo	59	51,30%
	Totalmente de acuerdo	34	29,57%
	Total	115	100%

Fuente: Encuestas realizadas

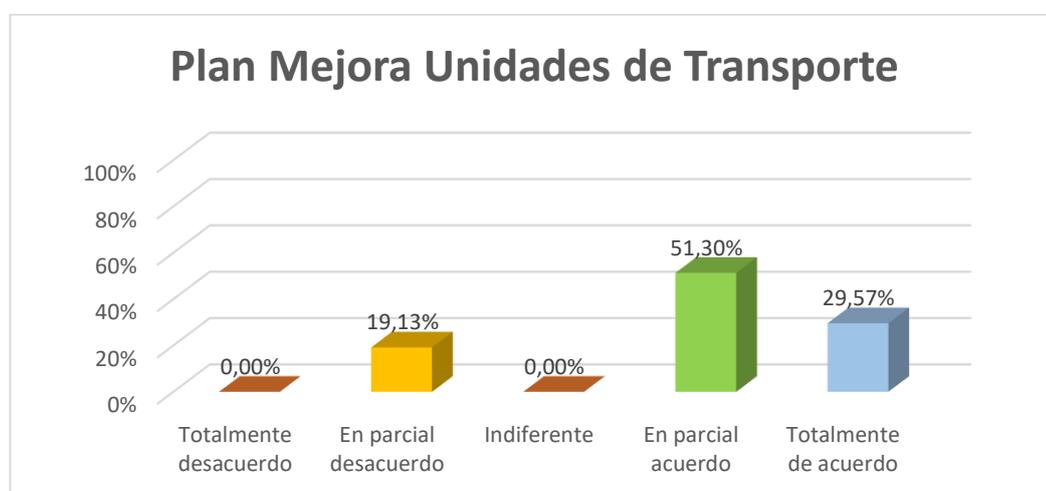


Figura 31: Plan Mejora Unidades de Transporte

Es necesario conocer si las compañías poseen un plan de mejora de las unidades de transporte escolar, de esta manera se podrá establecer un modelo de gestión que permita conservar a las compañías a la vanguardia que se presentan en el mercado, y garantizar la funcionalidad de las organizaciones. A través de esta interrogante la mayor parte de los encuestados con el 51,30% están en parcial acuerdo con el plan de mejora de unidades de las compañías, mientras que el 19,13% están en parcial desacuerdo ante la interrogante, sin embargo, el 29,57% se muestra totalmente de acuerdo. Por ende, se puede considerar que el plan de mejora anual de las unidades de transporte escolar es muy bueno.

M1.- ¿Considera importante la aplicación de un modelo de gestión administrativa que permita fortalecer el servicio de transporte escolar?

Tabla 28 Modelo de Gestión

Modelo de Gestión			
	Detalle	F	%
M 1	Totalmente desacuerdo	0	0,00%
	En parcial desacuerdo	0	0,00%
	Indiferente	9	7,83%
	En parcial acuerdo	54	46,96%
	Totalmente de acuerdo	52	45,22%
	Total	115	100%

Fuente: Encuestas realizadas

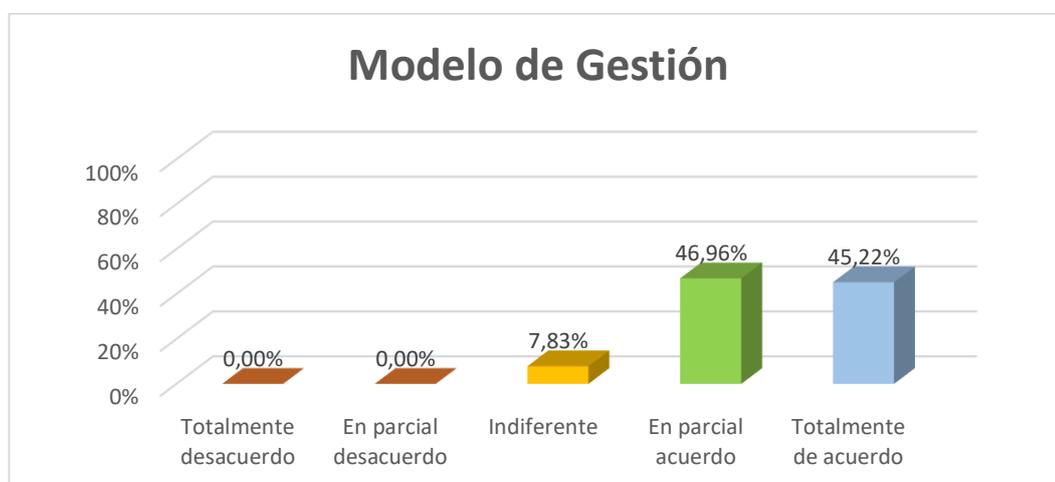


Figura 32: Modelo de Gestión

Es necesario conocer si la población de estudio considera importante aplicar un modelo de gestión administrativa para las compañías de transporte escolar, de esta manera existe argumento válido para el diseño y aplicación del presente proyecto de titulación. Mediante esta interrogante se pudo determinar que la mayor parte de los encuestados están convencidos que es importante aplicar un modelo de gestión administrativo de servicio para las compañías de transporte escolar, mientras que una ínfima cantidad están indiferente con la importancia del mismo, para mejorar la calidad de servicios de las compañías de transporte escolar que ofrece a sus usuarios, y así mismo lograr la satisfacción total de los mismos.

3.2.1.1. Encuesta a clientes de las compañías de transporte escolar

Para efectuar el estudio con el enfoque cuantitativo, se hace uso de la técnica de encuesta, consiste en realizar la medición a través de un cuestionario, que contiene preguntas cerradas, con interrogantes sobre las percepciones y expectativas de los usuarios de transporte de servicio escolar de la provincia de Santa Elena.

La encuesta tuvo el objetivo de “Evaluar la incidencia de la gestión administrativa en la calidad de servicio de las compañías de transporte escolar de la provincia de Santa Elena”, para su efecto se desarrolló un cuestionario con preguntas cerradas sobre la satisfacción de usuarios, respecto a la calidad de servicio, aspectos relacionados al mix de marketing, para recabar las opciones de los usuarios seleccionados para responder, hombres y mujeres, entre edades de 20 a 64 años, que pertenezcan al PEA, es decir, que tengan ingresos y están en edad de responder con criterio formado, para identificar las preferencias, expectativas y factores importantes que los usuarios de transporte escolar.

Una vez definida la muestra, se procedió a la respectiva recolección de datos utilizando el instrumento de recolección elaborado, indagado personalmente a los usuarios de transporte escolar encuestados de forma individual, consultando cada una de las interrogantes, ubicado en el cuestionario sus respuestas.

Luego se procedió al análisis de los datos recolectados, revisando la validez de los datos, para esto se utiliza el software de Excel, programa informático en el que se desarrolla una matriz de tabulación de cada pregunta, identificando las frecuencias para las opciones de respuestas planteadas, pasando a la preparación de las tablas, gráficos y análisis de los hallazgos encontrados en los prospectos estudiados. De esta forma se obtienen los datos presentados en forma sistemática y que servirán de apoyo para la propuesta “Diseño de un modelo de gestión administrativa en la calidad de servicio para las compañías de transporte escolar de la provincia de Santa Elena”.

Género

Tabla 29 Género

Género			
1	Detalle	F	%
	Masculino	205	54.23%
	Femenino	173	45.77%
	Total	378	100%

Fuente: Encuestas realizadas

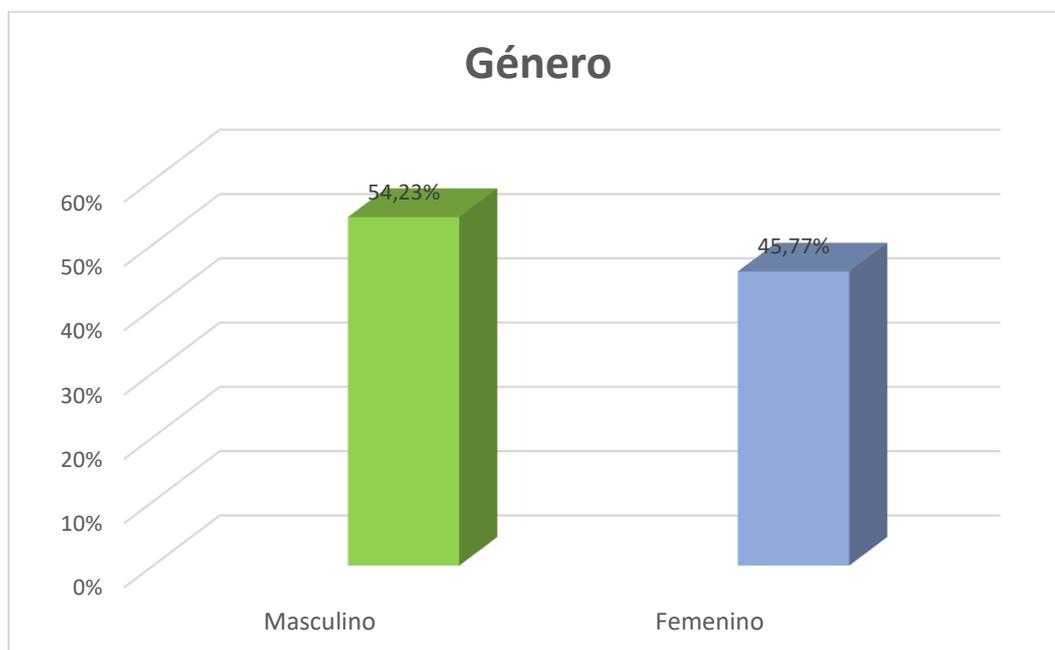


Figura 33: Género

Para el presente estudio se tomó en consideración a la población de estudio su respectivo género sexual, considerando dentro de las características de perfil de segmentación en cuanto a la categoría de servicios de transporte escolar. La mayor parte de los encuestados fueron del género masculino y en menor porcentaje, pero no lejano es del género femenino.

Edad

Tabla 30 Edad

Edad			
	Detalle	F	%
2	20 a 25	15	3.97%
	26 a 30	38	10.05%
	31 a 35	77	20.37%
	36 a 40	84	22.22%
	40 a 45	69	18.25%
	46 en adelante	95	25.13%
	Total		378

Fuente: Encuestas realizadas

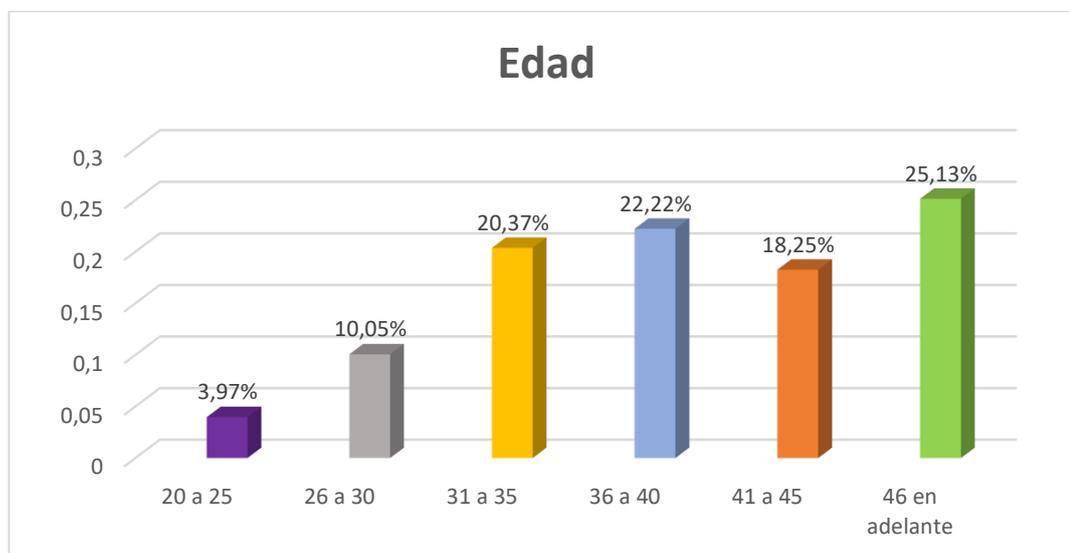


Figura 34: Edad

Para la encuesta se determinó una muestra cuyos intervalos de edad se encuentran entre los 20 años como límite inferior de edad hasta los 46 años en adelante, se justifican los rangos de edad esperando aporten la mayor información concreta como resultado del nivel de formación así mismo de criterio propio, mediante esta interrogante se determinó la mayor cantidad de personas encuestadas se encuentran en el intervalo de 46 años en adelante, el menor porcentaje de 20 a 25, todas las personas que integran del PEA.

Nivel de Estudio

Tabla 31 Nivel de Estudio

Nivel de Estudio			
	Detalle	F	%
3	Educación Primaria	29	7.67%
	Educación Secundaria	245	64.81%
	Estudios de tercer nivel	76	20.11%
	Estudios de cuarto nivel	28	7.41%
	Total	378	100%

Fuente: Encuestas realizadas

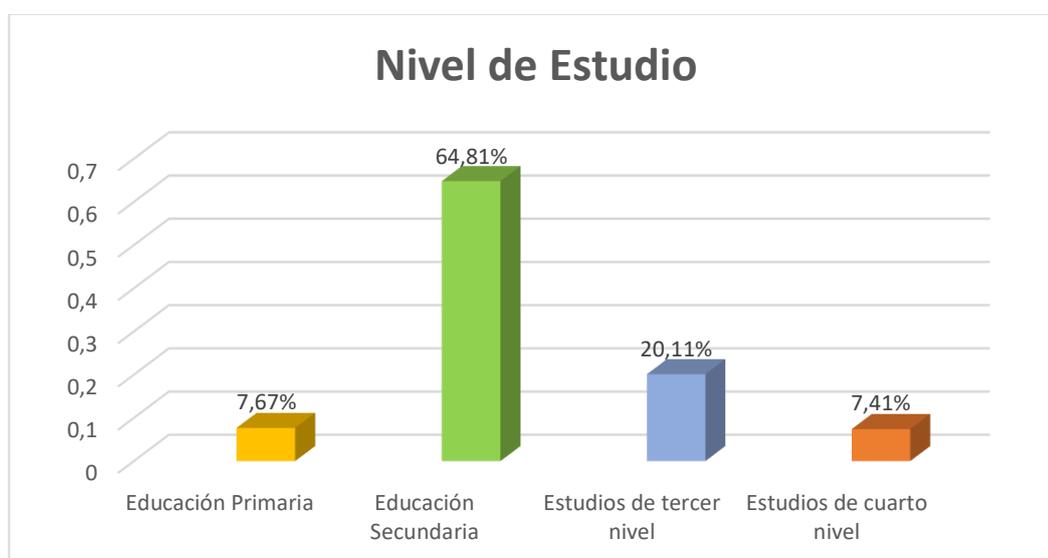


Figura 35: Nivel de Estudio

Para el estudio la población determinada en cuanto a nivel de educación fue definida de forma general, es decir, todos podían tener la misma oportunidad de ser encuestados, sin embargo se realizó esta interrogante, como pregunta de identificación, en donde se determinó, como resultado se obtuvo que la mayoría de ellos solo poseen educación secundaria, teniendo el 64.81 % en el diagrama de pastel, mientras que los menores porcentajes cayeron en los niveles de estudios de cuarto nivel y educación primaria con 7.41 % y 7.67 % respectivamente. Esta segmentación permite obtener un indicador del grado de formación y la incidencia que tendrá en el diseño.

Tiempo con el Servicio

Tabla 32 *Tiempo con el Servicio*

Tiempo con el Servicio			
	Detalle	F	%
4	Menos de 2 años	237	62.70%
	Entre 2 a 4 años	93	24.60%
	Entre 5 a 8 años	38	10.05%
	Más de 9 años	10	2.65%
	Total		378

Fuente: Encuestas realizadas

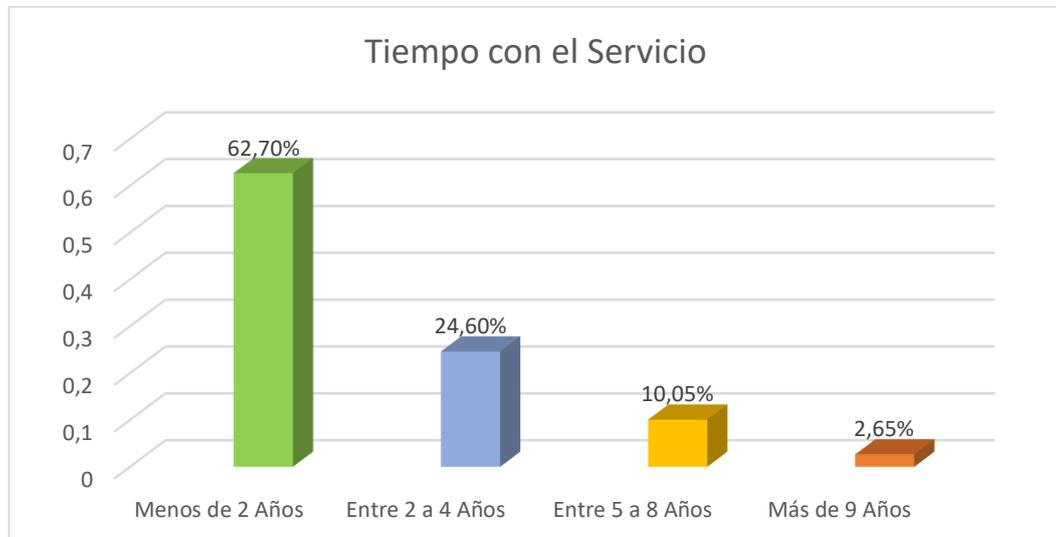


Figura 36: Tiempo con el Servicio

Para conocer el tiempo de funcionamiento de servicio se determinó por intervalos de tiempo, de las cuales la mayor frecuencia de los encuestado se encuentran en el rango de tiempo menor a 2 años con un porcentaje de 62.70 %, seguido se encuentran las personas con un tiempo de utilización comprendido entre 2 a 4 años obteniendo un porcentaje de 24.60 %, para las personas operativas que se encuentran dentro de los 5 y 8 años de servicio se obtuvo un porcentaje de 10.05 % y finalmente las personas con mayor antigüedad siendo estas de 9 años en adelante se encuentran en con el menor porcentaje siendo este 2.65 %.

G1.- ¿Cree usted que en la empresa existe un adecuado sistema de gestión para mejorar el servicio al cliente?

Tabla 33 *Sistema de Gestión*

Sistema de Gestión			
G1	Detalle	F	%
	Totalmente desacuerdo	0	0.00%
	En parcial desacuerdo	66	17.51%
	Indiferente	40	10.61%
	En parcial acuerdo	176	46.68%
	Totalmente de acuerdo	95	25.20%
	Total	378	100%

Fuente: Encuestas realizadas

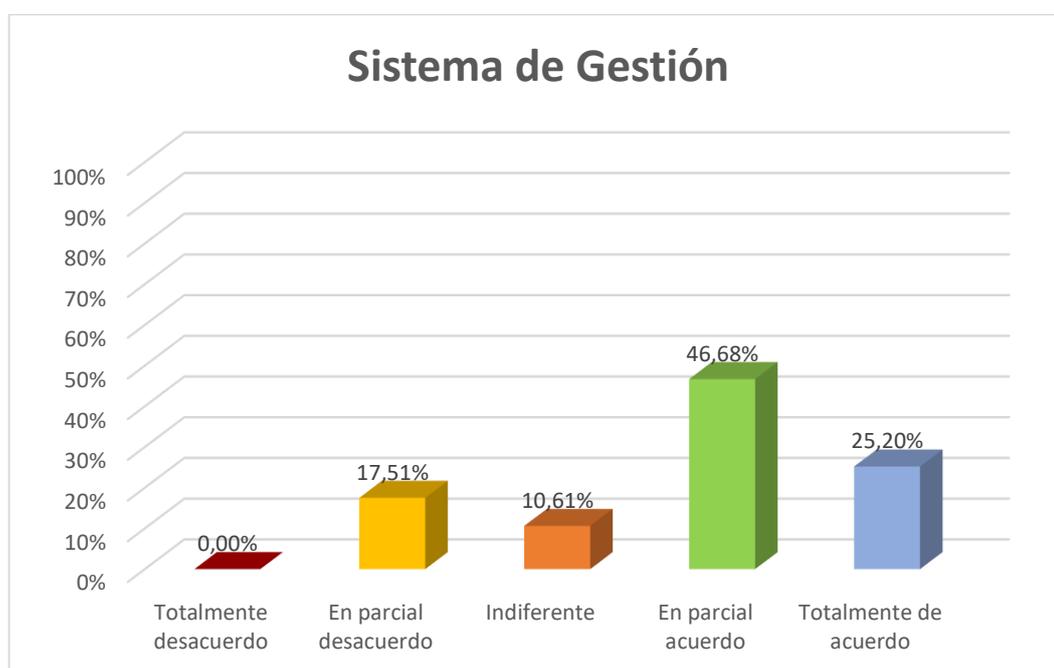


Figura 37: Sistema de Gestión

Es importante conocer si en las compañías de transporte escolar existe un adecuado sistema de gestión, para aplicar estrategias idóneas que permitan mejorar la calidad de servicios para garantizar la satisfacción de los usuarios. La mayor parte de los encuestados representados por el 46.68 % se considera en parcial acuerdo, seguido por un porcentaje del 25.20% se manifiestan totalmente de acuerdo del mismo, y un ínfimo porcentaje del 10.61 % se ubican indiferente ante la interrogante.

G2.- ¿La compañía se interesa por cumplir el contrato de servicio?

Tabla 34 Contrato de Servicio

Contrato de Servicio			
	Detalle	F	%
G2	Totalmente desacuerdo	0	0.00%
	En parcial desacuerdo	62	16.45%
	Indiferente	46	12.20%
	En parcial acuerdo	147	38.99%
	Totalmente de acuerdo	123	32.63%
	Total		378

Fuente: Encuestas realizadas

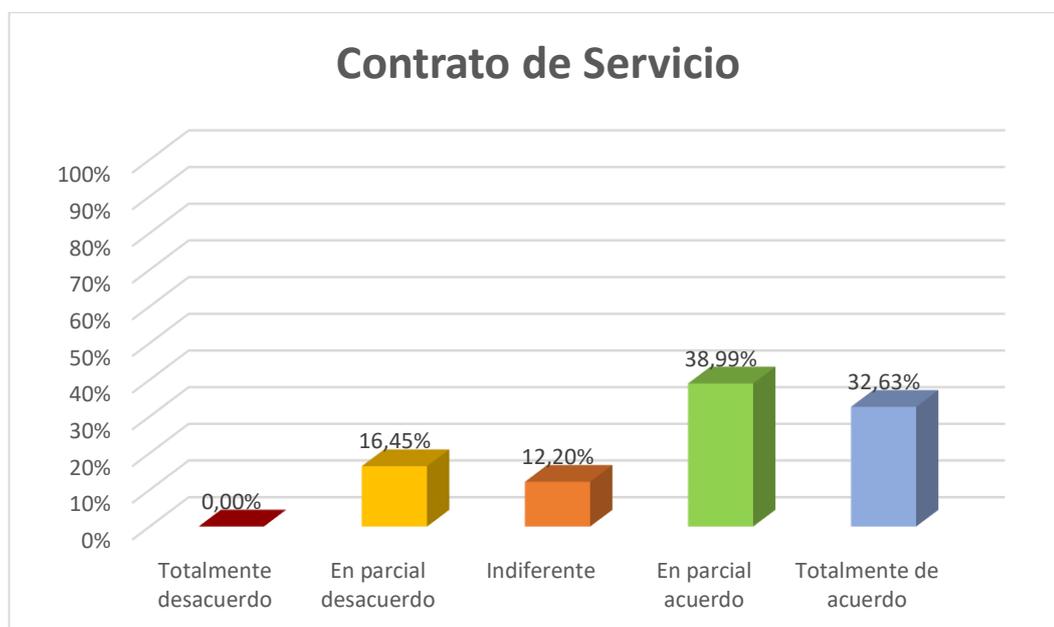


Figura 38: Contrato de servicio

Es indispensable diagnosticar el compromiso por parte de las compañías de transporte escolar en el cumplimiento con el contrato de servicio, de esta manera se podrá establecer las estrategias de servicio dentro del modelo administrativo de servicio, que mejoren el nivel de satisfacción de los usuarios de las compañías de transporte escolar. Mediante esta interrogante se pudo determinar que el mayor parte de los encuestados están en parcial acuerdo con el cumplimiento de contrato de servicio con los usuarios, mientras que un menor porcentaje se encuentra indiferente el cumplimiento de contratos de servicios.

L1.- ¿En la compañía se reflejan los valores en el código de ética que rigen en la toma de decisiones en la organización?

Tabla 35 Toma de Decisiones

Toma de Decisiones			
L1	Detalle	F	%
	Totalmente desacuerdo	0	0.00%
	En parcial desacuerdo	34	9.02%
	Indiferente	64	16.98%
	En parcial acuerdo	185	49.07%
	Totalmente de acuerdo	95	25.20%
	Total	378	100%

Fuente: Encuestas realizadas

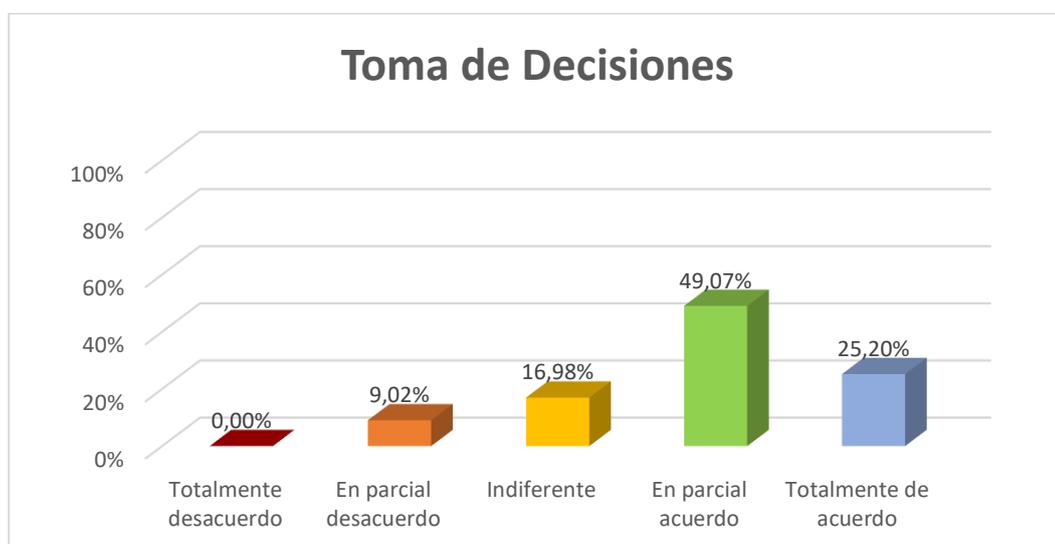


Figura 39: Toma de Decisiones

Es necesario conocer sobre los valores aplicados en la toma de decisiones de las organizaciones, de esta manera se podrá establecer el código de ética idóneo para las compañías de transporte escolar. De los resultados obtenidos de la conformidad que respectan a la toma de decisiones se obtuvo que el 49.07 % se encuentra en parcial acuerdo siendo este el mayor porcentaje en cuestión, consecutivamente el 25.20 % de encuestados afirmo estar en total acuerdo con la toma de decisiones, por otro lado, con el menor porcentaje del 9.02 % se encuentra en parcial desacuerdo ante la toma de decisiones.

L2.- ¿En la compañía el grupo directivo desempeña adecuadamente los roles gerenciales?

Tabla 36 Roles Gerenciales

Roles Gerenciales			
	Detalle	F	%
L2	Totalmente desacuerdo	4	1.06%
	En parcial desacuerdo	86	22.81%
	Indiferente	39	10.34%
	En parcial acuerdo	155	41.11%
	Totalmente de acuerdo	94	24.93%
	Total	378	100%

Fuente: Encuestas realizadas

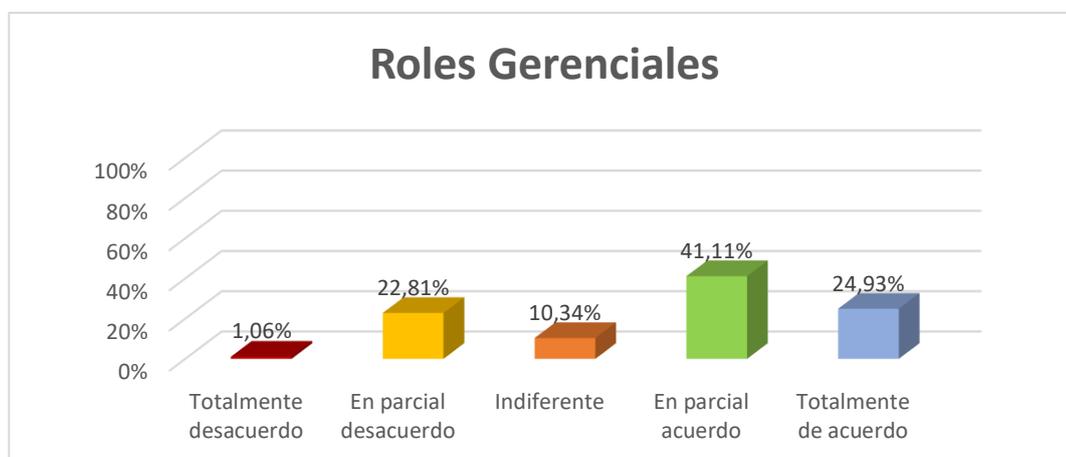


Figura 40: Roles Gerenciales

Es importante conocer en las compañías de transporte escolar las directivas desempeña correctamente los roles gerenciales, para de esta manera poder establecer estrategias idóneas de gerencia en las compañías de transporte escolar. La mayor parte de los encuestados se obtuvo que el 41.11 % se encuentra en parcial acuerdo siendo este el mayor porcentaje en cuestión, consecutivamente el 24.93 % de encuestados afirmo estar en total acuerdo con los roles gerenciales, mientras que al 10.34 % le es indiferente el mismo, por último, con un porcentaje del 1.06 % expreso que sentía total inconformidad.

R1.- ¿Considera que la cooperativa cuenta con los recursos necesarios para alcanzar la satisfacción de los usuarios?

Tabla 37 Satisfacción de los Usuarios

Satisfacción de los Usuarios			
R1	Detalle	F	%
	Totalmente desacuerdo	12	3.18%
	En parcial desacuerdo	96	25.46%
	Indiferente	44	11.67%
	En parcial acuerdo	145	38.46%
	Totalmente de acuerdo	81	21.49%
	Total	378	100%

Fuente: Encuestas realizadas

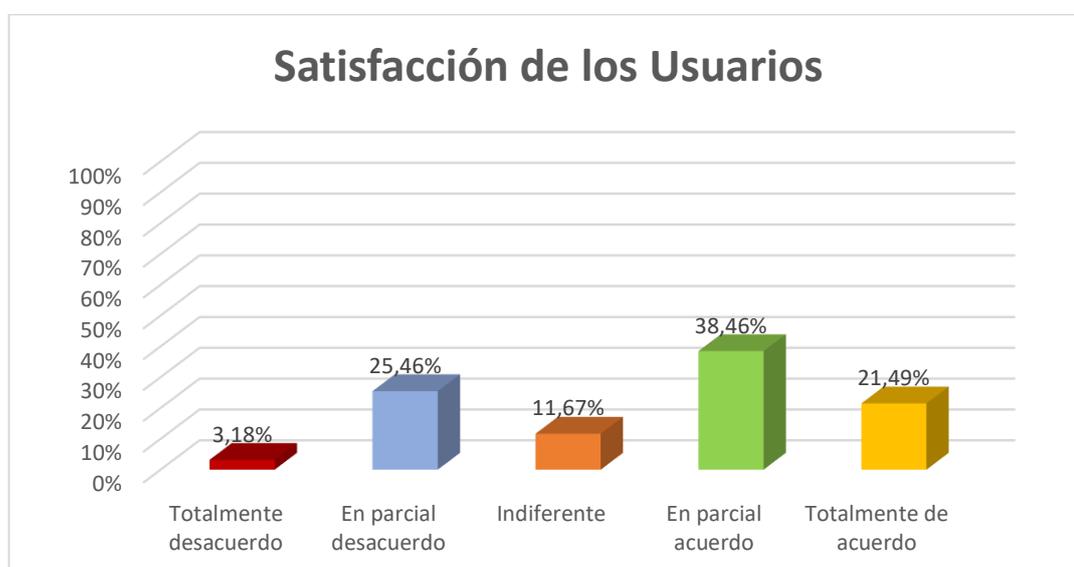


Figura 41: Satisfacción de los Usuarios

Es indispensable conocer sobre los recursos necesarios de las compañías de transporte escolar, se pudo determinar el nivel de satisfacción de los usuarios de la población según los resultados obtenidos que respectan los encuestados se obtuvo que el 38.46 % se encuentra en parcial acuerdo siendo este el mayor porcentaje en cuestión, consecutivamente el 25.46 % de encuestados afirmó estar en parcial desacuerdo con la satisfacción de usuarios, no obstante, el 21.49 % se encuentra totalmente de acuerdo, por último, el 3.18 % de los encuestados expresa inconformidad total.

R2.- ¿Considera que el desempeño del personal de transporte es apropiado?

Tabla 38 *Personal de Transporte*

Personal de Transporte			
	Detalle	F	%
R2	Totalmente desacuerdo	13	3.45%
	En parcial desacuerdo	67	17.77%
	Indiferente	25	6.63%
	En parcial acuerdo	149	39.52%
	Totalmente de acuerdo	124	32.89%
	Total	378	100%

Fuente: Encuestas realizadas

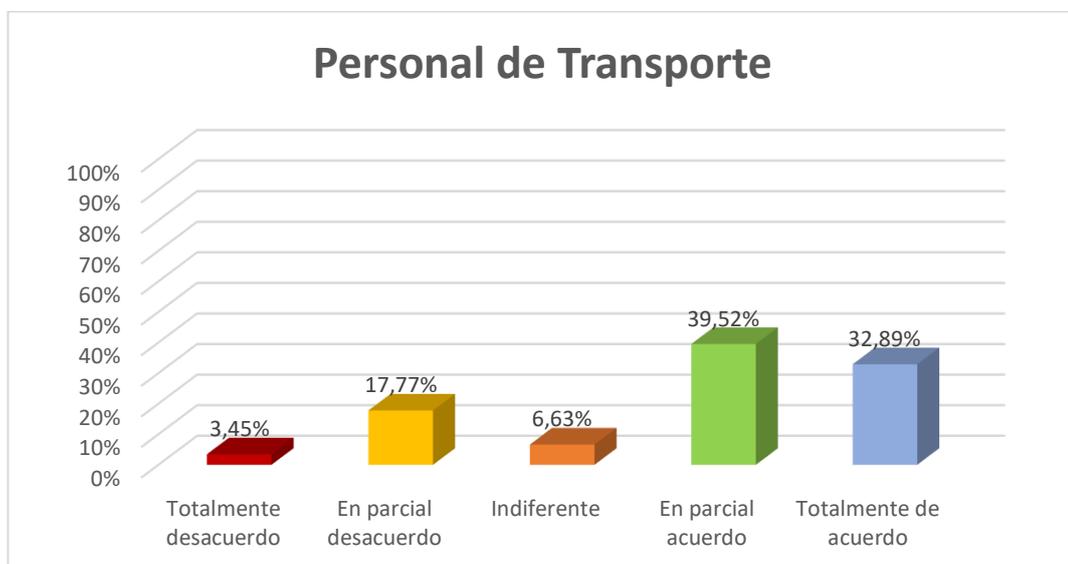


Figura 42: Personal de Transporte

Es primordial conocer cómo la población de estudio califica el desempeño del personal de las compañías de transporte, para de esta manera poder establecer estrategias idóneas de administración que permitan mejorar la calidad de servicio. Mediante esta interrogante se pudo determinar que la mayor parte de los encuestados representados por el 39.52 % están en parcial acuerdo ante el desempeño del personal de transporte, no muy distante del 32.89 % se manifiestan totalmente de acuerdo, mientras que un ínfimo porcentaje de 3.45 % se muestran totalmente desacuerdo con la interrogante.

P1.- ¿En la cooperativa existen procesos administrativos idóneos o necesitan redefinirse?

Tabla 39 *Procesos Administrativos*

Procesos Administrativos			
	Detalle	F	%
P1	Totalmente desacuerdo	12	3.18%
	En parcial desacuerdo	92	24.40%
	Indiferente	12	3.18%
	En parcial acuerdo	190	50.40%
	Totalmente de acuerdo	72	19.10%
	Total	378	100%

Fuente: Encuestas realizadas

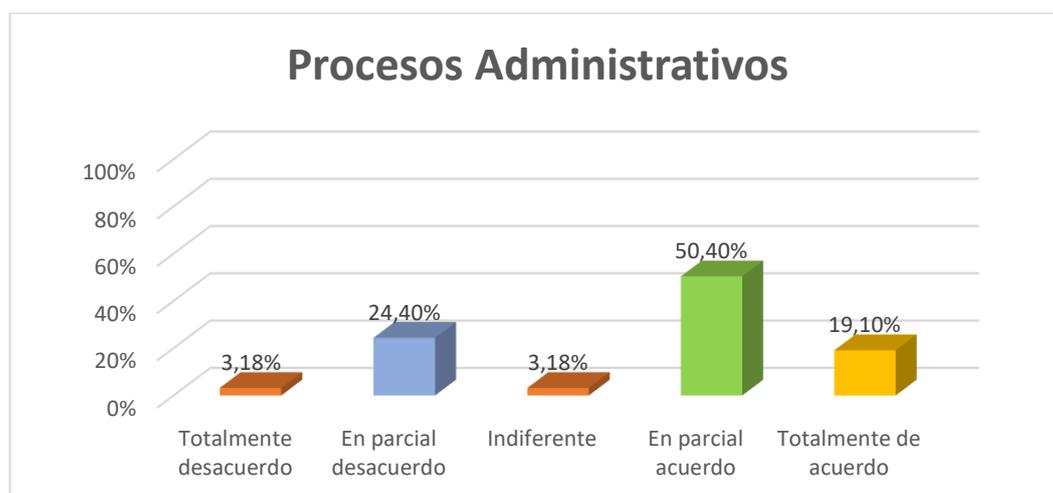


Figura 43: Procesos Administrativos

Es necesario conocer acerca de los procesos administrativos que aplican las compañías de transporte escolar por la población de estudio, de tal manera que permitirá establecer estrategias idóneas de servicio, y por consiguiente el diseño de un modelo de gestión administrativo. A través de esta interrogante se obtuvo que el 50.40 % se encuentra en parcial acuerdo, mientras que al 3.18 % le es indiferente, con el mismo porcentaje del 3.18 % de los encuestados expresa inconformidad total.

P 2.- ¿En la empresa existen sistemas y mecanismos de control de calidad para medir la satisfacción de los usuarios por el servicio que brindan?

Tabla 40 Control de Calidad

Control de Calidad			
	Detalle	F	%
P 2	Totalmente desacuerdo	48	12.73%
	En parcial desacuerdo	93	24.67%
	Indiferente	0	0.00%
	En parcial acuerdo	145	38.46%
	Totalmente de acuerdo	92	24.40%
	Total	378	100%

Fuente: Encuestas realizadas

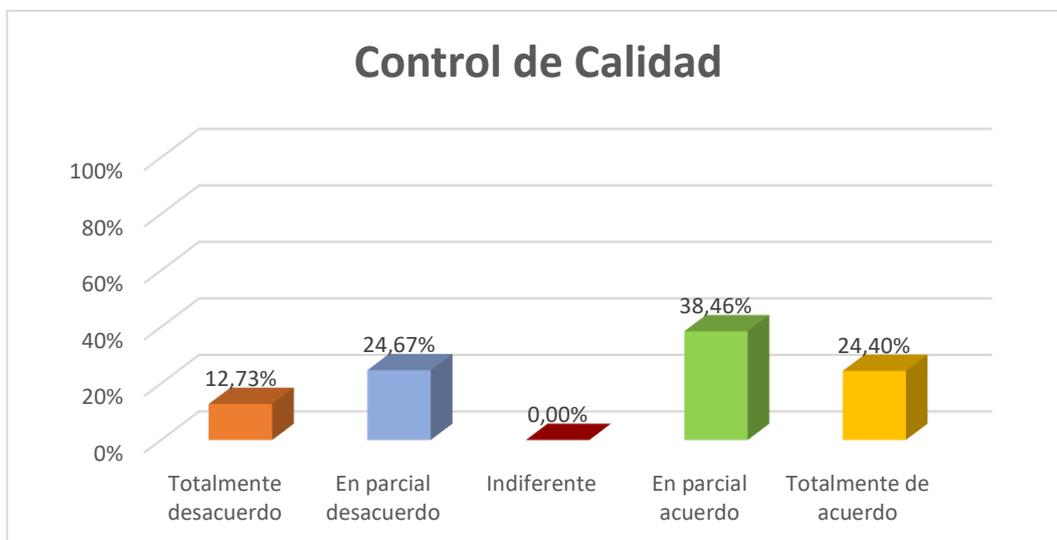


Figura 44: Control de Calidad

Es inevitable conocer si existen sistemas y mecanismos de control de calidad en las compañías de transporte escolar en la de la población de estudio, de esta manera permitirá medir el nivel de satisfacción de los usuarios referente al servicio que ofrecen las organizaciones. A través de esta interrogante se obtuvo el 38.46 % se encuentra en parcial acuerdo, mientras que al 12.73 % de los encuestados expresa inconformidad total. En cuanto a este indicador es el primero al que los encuestados no lo consideran indiferente.

F 1.- ¿Considera que la empresa se interesa por satisfacer a sus clientes?

Tabla 41 *Interés en Satisfacer al Cliente*

Interés en Satisfacer al Cliente			
	Detalle	F	%
F 1	Totalmente desacuerdo	4	1.06%
	En parcial desacuerdo	77	20.42%
	Indiferente	14	3.71%
	En parcial acuerdo	155	41.11%
	Totalmente de acuerdo	128	33.95%
	Total	378	100%

Fuente: Encuestas realizadas

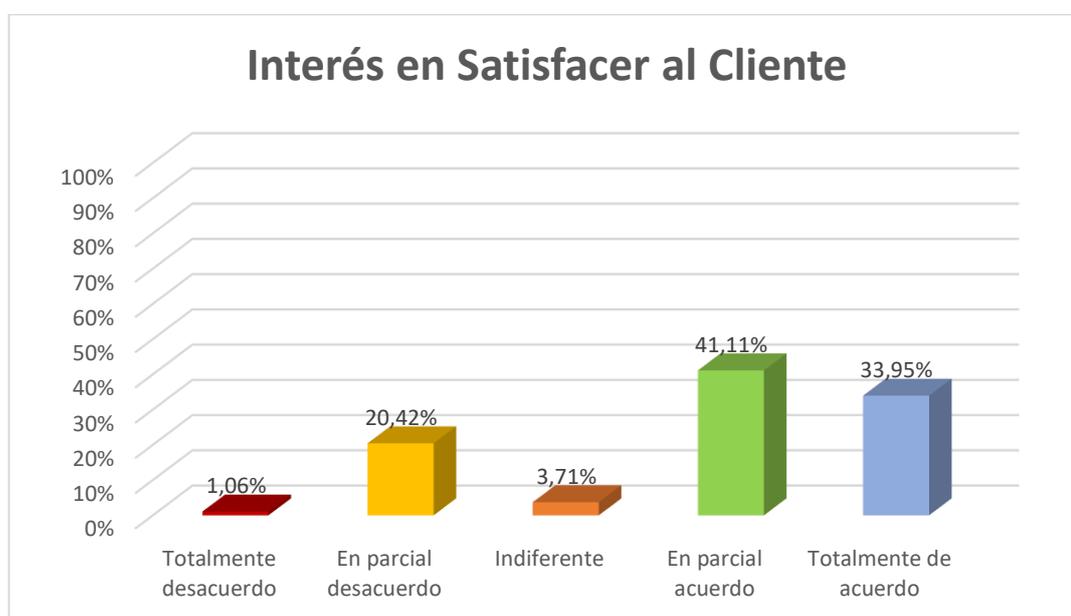


Figura 45: Interés en Satisfacer al Cliente

Es notable conocer acerca del interés de las compañías de transporte escolar por satisfacer a sus clientes, de esta manera se puede medir el nivel de satisfacción del cliente referente al servicio brindado, que permite identificar posibles factores a mejorar. Mediante esta interrogante se pudo determinar que el 41.11 % se encuentra en parcial acuerdo siendo este el mayor porcentaje en cuestión, mientras que al 3.71 % se muestran indiferente, y por último el 1.06 % de los encuestados expresa inconformidad total.

F2.- ¿Considera que la compañía aplica incentivos para fidelizarlos?

Tabla 42 *Incentivos para fidelizarlos*

Incentivos para fidelizarlos			
	Detalle	F	%
F2	Totalmente desacuerdo	3	0.79%
	En parcial desacuerdo	103	27.25%
	Indiferente	19	5.03%
	En parcial acuerdo	146	38.62%
	Totalmente de acuerdo	107	28.31%
	Total	378	100%

Fuente: Encuestas realizadas

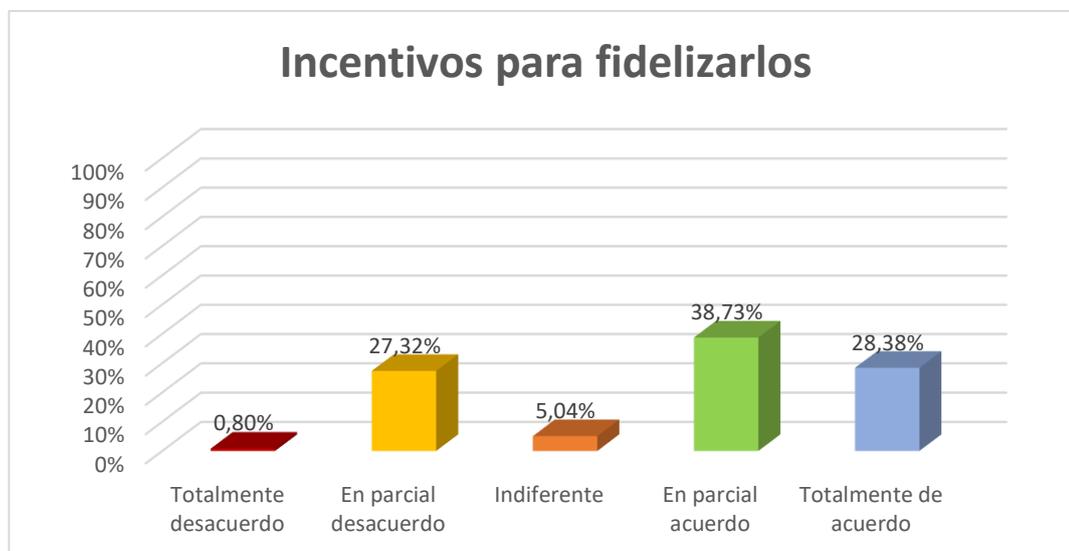


Figura 46: Incentivos para fidelizarlos

Esta interrogante sobre incentivar a los usuarios del servicio de transporte escolar, permitirá conocer sobre la necesidad que tienen en utilizar el servicio y de esta manera poder establecer estrategias idóneas para fidelizar a los usuarios y despertar el interés del mercado meta. A través de esta interrogante se obtuvieron los siguientes resultados que el 38.62 % se encuentra en parcial acuerdo siendo este el mayor porcentaje de los encuestados, mientras que un ínfimo porcentaje del 0.79 % se muestran totalmente desacuerdo ante la interrogante. Por ende, se debe innovar el servicio para de esta manera inducir a los usuarios meta a adquirir los servicios que ofrecen las compañías de transporte escolar.

F3.- ¿El servicio que ofrece la compañía genera confianza, lealtad, y satisfacción de los clientes?

Tabla 43 *Genera confianza, lealtad y satisfacción*

Genera confianza, lealtad y satisfacción			
F3	Detalle	F	%
	Totalmente desacuerdo	9	2.38%
	En parcial desacuerdo	40	10.58%
	Indiferente	39	10.32%
	En parcial acuerdo	182	48.15%
	Totalmente de acuerdo	108	28.57%
	Total	378	100%

Fuente: Encuestas realizadas

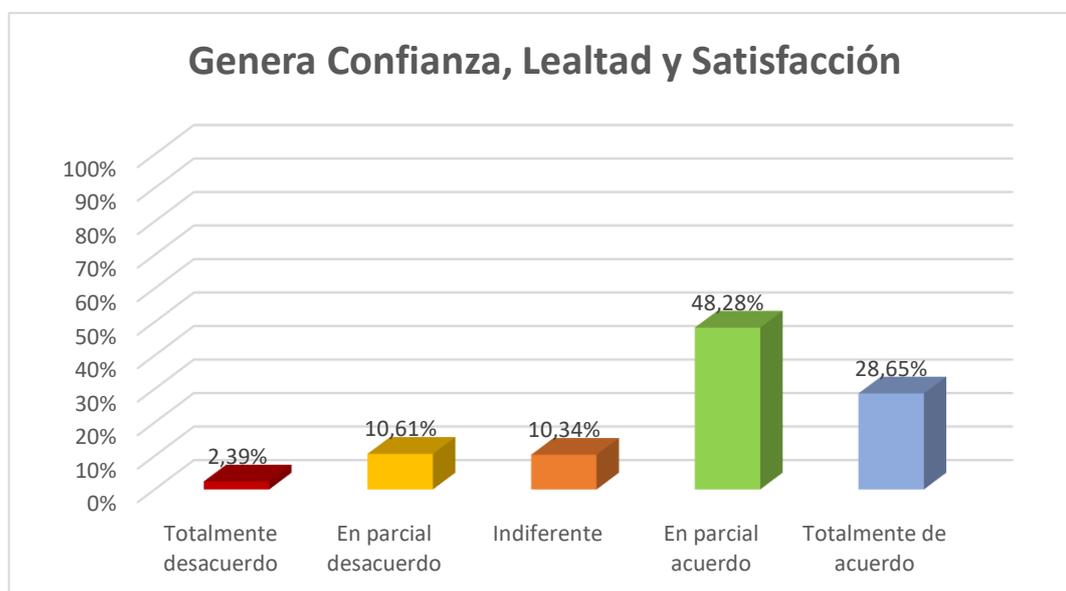


Figura 47: Genera confianza, lealtad y satisfacción

Es imperativo conocer sobre la confianza, lealtad y compromiso de las compañías de transporte escolar que consideran la población de estudio, de esta manera se podrá medir la satisfacción del cliente referente a la calidad de servicio que brindan, para poder establecer estrategias idóneas de administración que permitan incursionar en nuevos mercados. De los resultados obtenidos que el 48.15 % se encuentra en parcial acuerdo siendo este el mayor porcentaje en los encuestados, mientras el 2.38 % de los encuestados expresa inconformidad total.

S1.- ¿Considera que el personal está capacitado para desempeñar las funciones y los roles de manera adecuado?

Tabla 44 Personal Capacitado

Personal Capacitado			
	Detalle	F	%
S1	Totalmente desacuerdo	11	2.91%
	En parcial desacuerdo	94	24.87%
	Indiferente	12	3.17%
	En parcial acuerdo	167	44.18%
	Totalmente de acuerdo	94	24.87%
	Total		378

Fuente: Encuestas realizadas

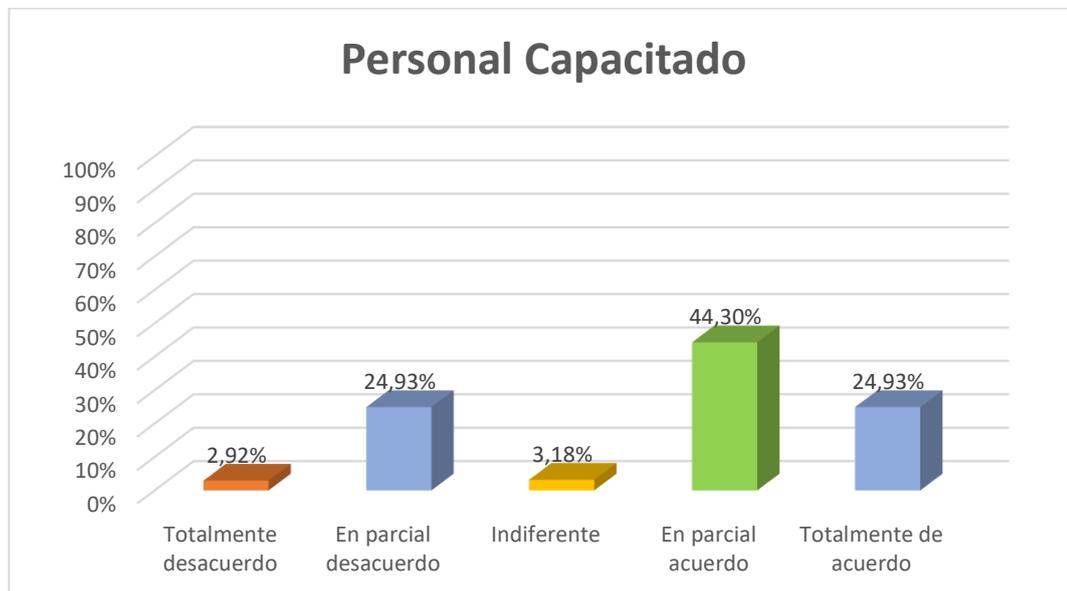


Figura 48: Personal Capacitado

Es indispensable conocer como la población de estudio considera la capacitación del personal de las compañías de transporte escolar, de esta manera se podrá establecer estrategias idóneas de desempeño organizacional. A través de esta interrogante se pudo determinar que el mayor porcentaje de los encuestados con el 44.18 % se ubican en parcial acuerdo con el desempeño de las funciones y roles constituidos, mientras el 2.91 % de los encuestados expresa inconformidad total.

S 2.- ¿La empresa da cumplimiento a los horarios y recorrido determinado en el servicio de transporte escolar?

Tabla 45 *Cumplimiento de Horarios y Recorridos*

Cumplimiento de Horarios y Recorridos			
S 2	Detalle	F	%
	Totalmente desacuerdo	19	5.03%
	En parcial desacuerdo	39	10.32%
	Indiferente	70	18.52%
	En parcial acuerdo	159	42.06%
	Totalmente de acuerdo	91	24.07%
	Total	378	100%

Fuente: Encuestas realizadas

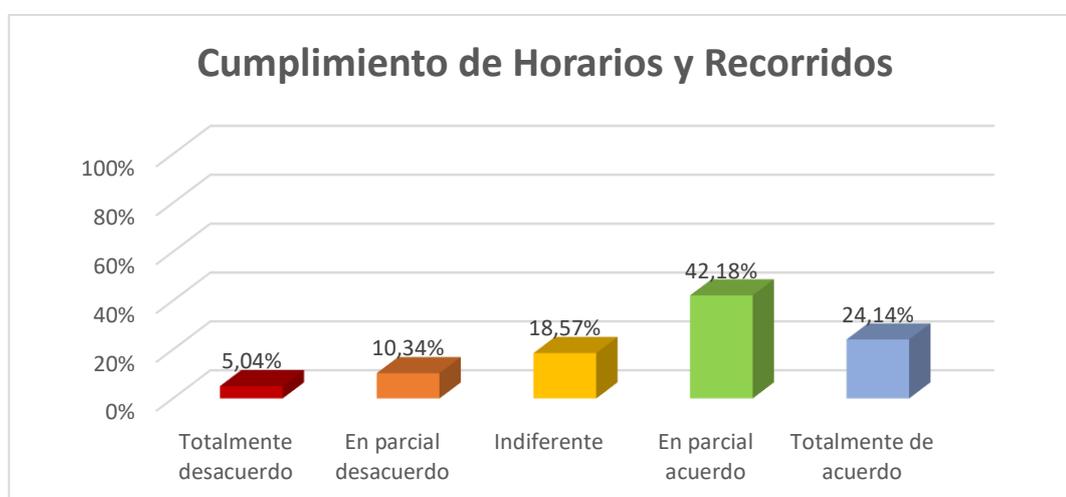


Figura 49: Cumplimiento de Horarios y recorridos

Es necesario conocer sobre el cumplimiento de los horarios y rutas determinadas de las compañías de transporte escolar, de esta manera se podrá garantizar la confianza y lealtad de los usuarios por el servicio brindado. Mediante esta interrogante se pudo determinar que el mayor porcentaje de los encuestados representado por el 42.06 % se encuentran en parcial acuerdo con el cumplimiento de rutas y horarios, consecutivamente el 24.07 % de encuestados afirmo estar totalmente de acuerdo, el 18.52 % se manifiestan en indiferencia, seguido del 10.32 % se ubican en parcial desacuerdo, por último, el 5.03 % de los encuestados expresa inconformidad total.

E 1.- ¿Se diseñan servicios adicionales que responden a las necesidades de los clientes?

Tabla 46 Servicios Adicionales

Servicios Adicionales			
E 1	Detalle	F	%
	Totalmente desacuerdo	16	4.23%
	En parcial desacuerdo	78	20.63%
	Indiferente	74	19.58%
	En parcial acuerdo	137	36.24%
	Totalmente de acuerdo	73	19.31%
	Total	378	100%

Fuente: Encuestas realizadas

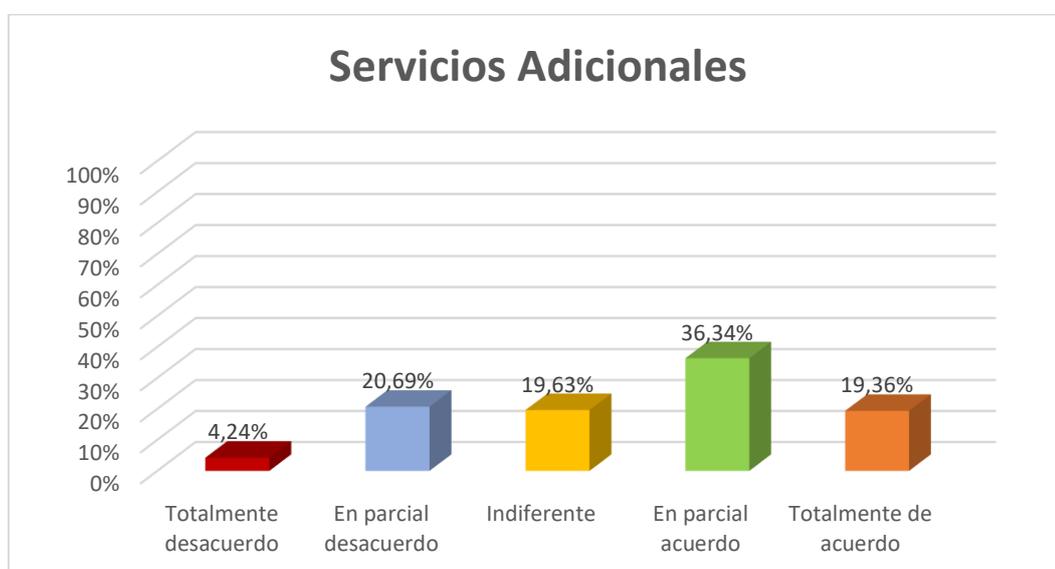


Figura 50: Servicios Adicionales

Esta interrogante referente a los servicios adicionales en la población de estudio de las compañías de transporte escolar, permitirá conocer nuevas necesidades que tienen los usuarios al hacer uso del servicio y de esta manera poder ofrecer servicios que suplan dichas necesidades. Se obtuvo además que el 36.24 % se encuentra en parcial acuerdo siendo este el mayor porcentaje en cuestión, consecutivamente por el 20.63 % de encuestados afirmo estar en parcial desacuerdo con respecto al cumplimiento de servicios, mientras el 4.23 % de los encuestados expresa inconformidad total.

E2.- ¿La compañía ofrece garantía en el transporte escolar generando así una diferenciación con la competencia?

Tabla 47 Diferenciación con la Competencia

Diferenciación con la Competencia			
	Detalle	F	%
E2	Totalmente desacuerdo	4	1.06%
	En parcial desacuerdo	37	9.79%
	Indiferente	86	22.75%
	En parcial acuerdo	190	50.26%
	Totalmente de acuerdo	61	16.14%
	Total	378	100%

Fuente: Encuestas realizadas

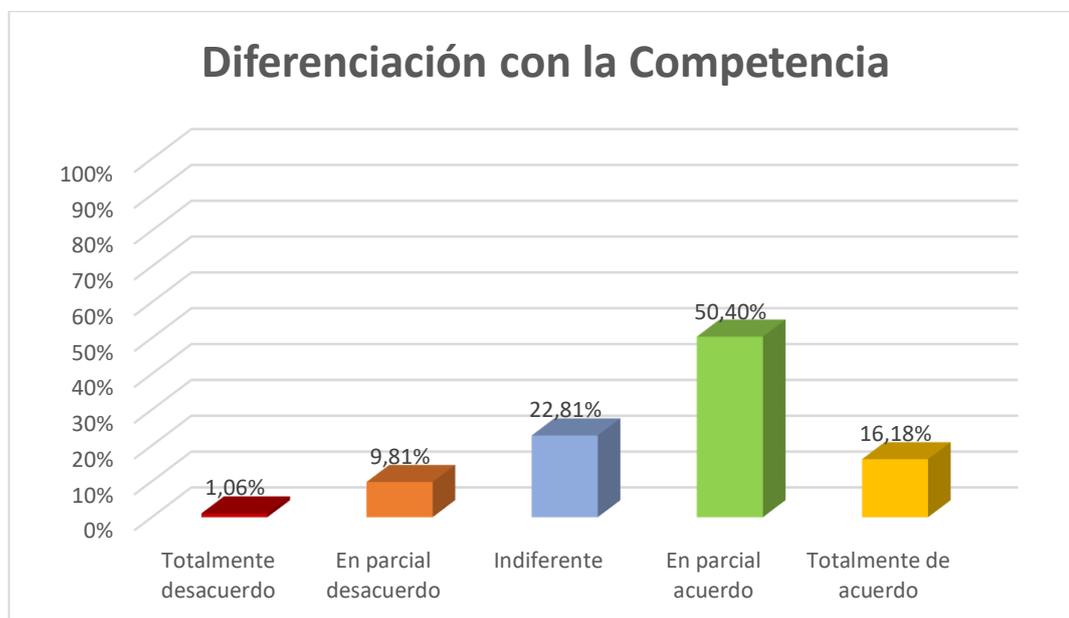


Figura 51: Diferenciación con competencia

Es importante conocer sobre la garantía del servicio que ofrecen si las compañías de transporte escolar, de esta manera establecer estrategias idóneas de servicio que permita generar diferenciación con la competencia. Mediante esta interrogante se pudo determinar que el mayor porcentaje de los encuestados representados por el 50.26 % se encuentra en parcial desacuerdo, mientras el 1.06 % de los encuestados expresa inconformidad total.

A1.- ¿La compañía aprovecha las nuevas tecnologías para introducir nuevos productos y ofrecer mejoras continuas en el servicio que ofrece?

Tabla 48 Nuevas Tecnologías

Nuevas Tecnologías			
	Detalle	F	%
A1	Totalmente desacuerdo	12	3.17%
	En parcial desacuerdo	48	12.70%
	Indiferente	74	19.58%
	En parcial acuerdo	139	36.77%
	Totalmente de acuerdo	105	27.78%
	Total		378

Fuente: Encuestas realizadas

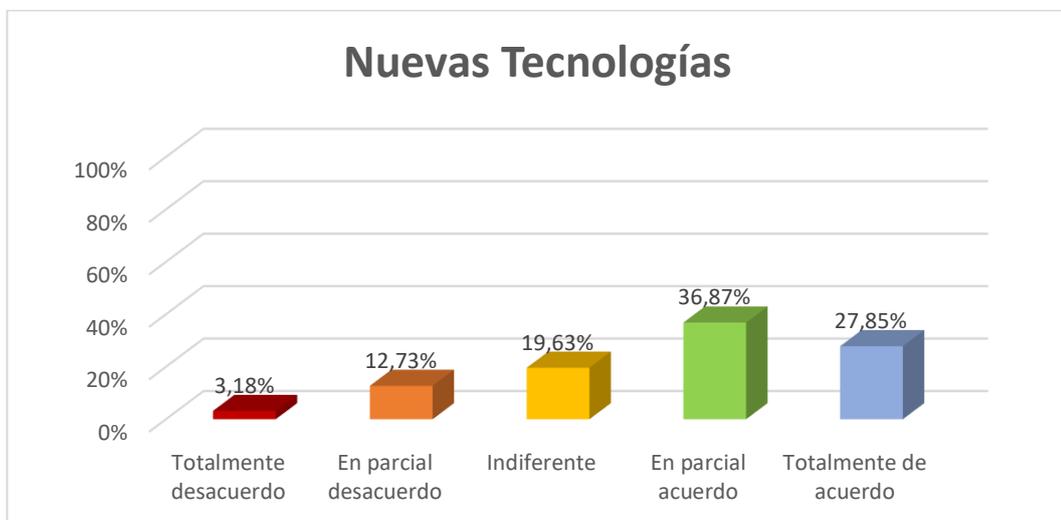


Figura 52: Nuevas Tecnologías

Al indagar sobre como aplican la tecnología desde el punto de vista de las redes sociales, se pudo conocer la importancia que tienen los usuarios, de esta manera establecer estrategias de servicio dentro del modelo de administración, que mejore el nivel de satisfacción de los usuarios de las compañías de transporte escolar. Mediante esta interrogante se pudo determinar que la mayor parte de los encuestados representados por el 36.77 % se ubican en parcial acuerdo, mientras que un ínfimo porcentaje del 3.17 % de los encuestados expresa que se sienten totalmente inconformes.

A2.- ¿La empresa se interesa por mejorar sus unidades de transporte?

Tabla 49 *Mejorar Unidades de transporte*

Mejorar Unidades de Transporte			
	Detalle	F	%
A2	Totalmente desacuerdo	35	9.26%
	En parcial desacuerdo	73	19.31%
	Indiferente	29	7.67%
	En parcial acuerdo	139	36.77%
	Totalmente de acuerdo	102	26.89%
	Total	378	100%

Fuente: Encuestas realizadas

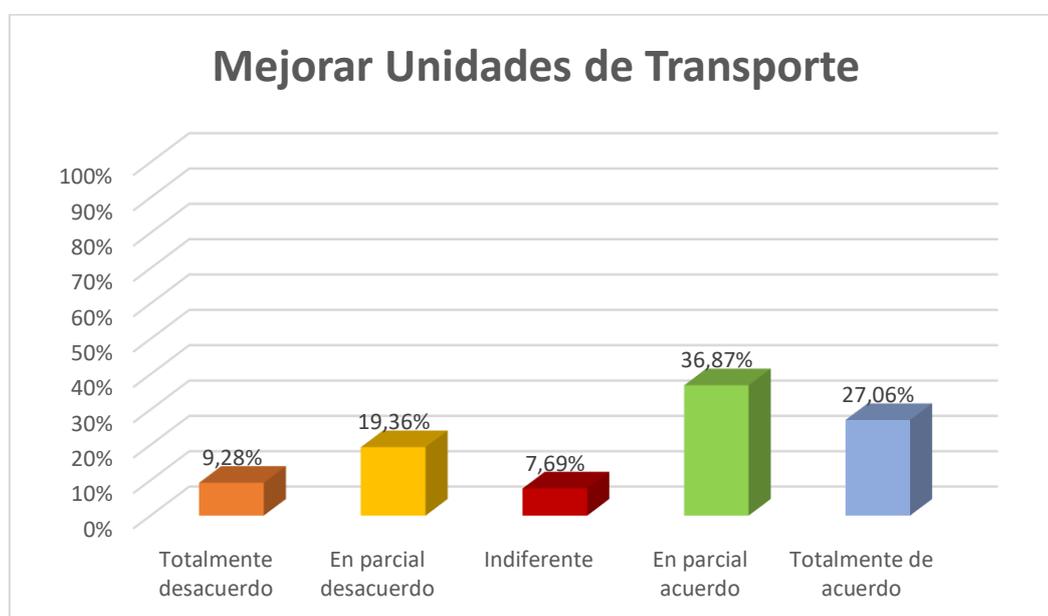


Figura 53: Mejorar Unidades de transporte

Esta interrogante sobre mejorar las unidades de transporte de las compañías de transporte escolar, permitirá conocer el interés de las organizaciones por mantener las unidades de transporte modernas y con óptimo funcionamiento para mejorar la calidad de servicio. Con el resultado final, se observa que el 36.77 % se encuentra en parcial acuerdo siendo este el mayor porcentaje en cuestión, mientras el 7.67 % de los encuestados expresa indiferencia ante la interrogante.

3.3. Comprobación de hipótesis

Con el fin de realizar la comprobación de la hipótesis se realizó la prueba del Chi Cuadrado, en el Software estadístico SPSS. Para el desarrollo del presente trabajo de investigación, se planteó cuatro hipótesis particulares en el marco contextual, las cuales se desarrollaron obteniendo los siguientes resultados:

Para la prueba se consideró la pregunta G1- ¿Cree usted que en la empresa existe un adecuado sistema de gestión para mejorar el servicio al cliente? y la P2 - ¿En la empresa existen sistemas y mecanismos de control de calidad para medir la satisfacción de los usuarios por el servicio que brindan? de la encuesta dirigida a los clientes de las compañías de transporte escolar de la provincia de Santa Elena, con la cual se midió la correlación entre las variables gestión y calidad del servicio.

Para la prueba de hipótesis, se planteó la hipótesis nula H_0 y la hipótesis alternativa H_1 ; en donde:

H_0 : La gestión administrativa no fortalecerá la calidad de servicio de transporte escolar en la provincia de Santa Elena.

H_1 : La gestión administrativa sí fortalecerá la calidad de servicio de transporte escolar en la provincia de Santa Elena.

Una vez procesados los datos, en el Software estadístico SPSS, se obtuvo que:

Como se puede observar en la tabla 50, que 48 clientes indicaron estar totalmente en desacuerdo y 93 en parcial desacuerdo con: G1 “la existe de un adecuado sistema de gestión para mejorar el servicio al cliente” – P2 “existen sistemas y mecanismos de control de calidad para medir la satisfacción de los usuarios por el servicio que brindan”. Por otro lado, 145 clientes están parcial acuerdo y 92 en totalmente de acuerdo. Y finalmente 40 clientes muestran actitud indiferente.

Tabla 50 *Tabla de contingencia hipótesis general*

Recuento		P2				TOTAL
		Totalmente desacuerdo	En parcial desacuerdo	En parcial acuerdo	Totalmente de acuerdo	
G1	En parcial desacuerdo	38	28	0	0	66
	Indiferente	8	32	0	0	40
	En parcial acuerdo	2	33	92	49	176
	Totalmente de acuerdo	0	0	53	43	96
	TOTAL	48	93	145	92	378

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Autor

Tabla 51 *Chi cuadrado hipótesis general*

	Valor	GL	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	321,390 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	361,711	9	,000
Asociación lineal por lineal	235,156	1	,000
N de casos válidos	378		

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 5,08

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Autor

En la tabla 54. Se puede observar que a un nivel de confianza de 95%, con un nivel de significancia es igual a 0,005, considerando 9 grados de libertad, el valor de significancia obtenido 0,000 menor a 0,05 ($0,000 < 0,05$), por lo cual, se puede inferir que existe una relación significativa entre las variables de estudio. De ahí que no se rechaza la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Dicho en otras palabras, la gestión administrativa incide en la calidad de servicio de transporte escolar en la provincia de Santa Elena.

3.4. Discusión

Constantemente la necesidad por trasladarse de forma a las unidades educativas, por parte de los representantes de los estudiantes junto con un excelente servicio en atención al cliente como son: puntualidad, responsabilidad, entre otros, actualmente las compañías de transporte escolar están implementando alternativas que garanticen tales condiciones, modelos de gestión administrativo, con el sólido fin de estimular positivamente al trabajador, y de atraer nuevos mercados.

El modelo administrativo es un instrumento orientado, de tal manera que el conductor y usuarios pueden identificar sus expectativas posibles, mejorar la productividad e impulsar un mayor compromiso y sentido de las compañías. Promueve la motivación, pues los usuarios pueden visualizar los beneficios del servicio que brindan.

Con relación a la comprobación de la hipótesis central de la investigación, según el testeo por el método de chi cuadrado, se logró evidenciar estadísticamente la relación existente entre las variables gestión administrativa y calidad de servicios, por lo que se robustece aún más lo determinado por la teoría en el contexto de estudio, de tal modo que la ejecución de un modelo de gestión administrativa si contribuirá a la calidad de servicios en las áreas operativas de la empresa, justificando de este modo su creación e implementación.

Aunque la estructura organizacional está bien definida, las exigencias del negocio de extracción y transporte son muy variables, por lo que en muchas ocasiones esta estructura le resulta tardío acoplarse a estos cambios. A pesar de que se evidencia una planificación espontánea, este proceso no es fijo dentro de la organización, por lo que se pueden mejorar los servicios que brindan y la ejecución de un modelo de gestión administrativa acoplado a las necesidades de la empresa y los usuarios.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4. ANTECEDENTES

Luego de estudiar las compañías de transporte escolar de la provincia de Santa Elena, se cree que este tipo de entidades muestran falencias administrativas y de comercialización, por la falta de planificación. Entre los principales problemas se observó que, existen controles sobre las condiciones de las unidades de transporte de la compañía, pero carecen del recurso suficiente, que no cuentan con un sistema, ni con mecanismos de control de calidad para medir la satisfacción de los usuarios, y se encuentran con un nivel bajo de tecnología sea por el desconocimiento de su funcionamiento o por el alto costo de adquisición.

De lo descrito, se puede inferir que es absolutamente necesario la implementación de un modelo de gestión administrativa, con el propósito de lograr la excelencia de calidad de servicio a los usuarios de la compañía, de esta forma se fortalecerá la imagen corporativa de la organización.

4.1. Objetivos del modelo propuesto

4.1.1. Objetivo general

Diseñar un modelo de gestión administrativa para mejorar la calidad de servicio de transporte escolar en la provincia de Santa Elena. Año 2019.

4.1.2. Objetivos específicos

- Fortalecer de la gestión empresarial, con el fin de lograr mayor efectividad en el proceso administrativo.

- Aumentar la eficiencia en el servicio, con la capacidad constante a colaboradores, para así generar fidelidad por parte de los clientes satisfechos con el servicio ofrecido.
- Identificar factores críticos el proceso de prestación de servicios, con la finalidad de mejorar los resultados organizacionales.

4.2. Alcance del modelo gestión administrativa propuesto

El modelo denominado MGACS 2021, por sus siglas modelo de gestión administrativa basado en calidad de servicio tiene como finalidad enlazar las actividades administrativas y gerenciales para maximizar los resultados empresariales, por lo tanto, es importante el compromiso empresarial, siendo necesario el trabajo en equipo para alcanzar las metas institucionales.

El presente trabajo se desarrollará un metamodelo, basado en el modelo de Quinn Robert, para alcanzar la excelencia en la calidad de servicios, con la finalidad que pueda ser implementado en las compañías de transporte escolar de la provincia de Santa Elena. El modelo de gestión administrativa es un recurso que adapta habilidades de índole comercial con los objetivos específicos de la empresa. Aquí se detallan: valores, principios, misión, visión, objetivos.

La principal actividad de este tipo de empresas es brindar transporte puerta a puerta para estudiantes de instituciones educativas de la provincia de Santa Elena, el objetivo de este tipo de negocios es obtener una ventaja económica y a cambio de esta retribución económica que ofrecen a los usuarios, el servicio de una movilización segura y rápida. Las compañías de transporte de la provincia de Santa Elena pueden llegar a crear bases sólidas en el aspecto administrativo y comercial, la cuales fortalecerán este tipo de empresas y asegurarán su permanencia en el mercado, generando ganancias y brindando un servicio de calidad.

El modelo determinado está diseñado en relación a los criterios determinados en la investigación, permitiendo así mejorar factores críticos que afectan a la calidad de servicio; el modelo incluye 8 factores agrupados en dos dimensiones, las cuales se detallan a continuación:

1. Calidad de servicio
2. Efectividad administrativa

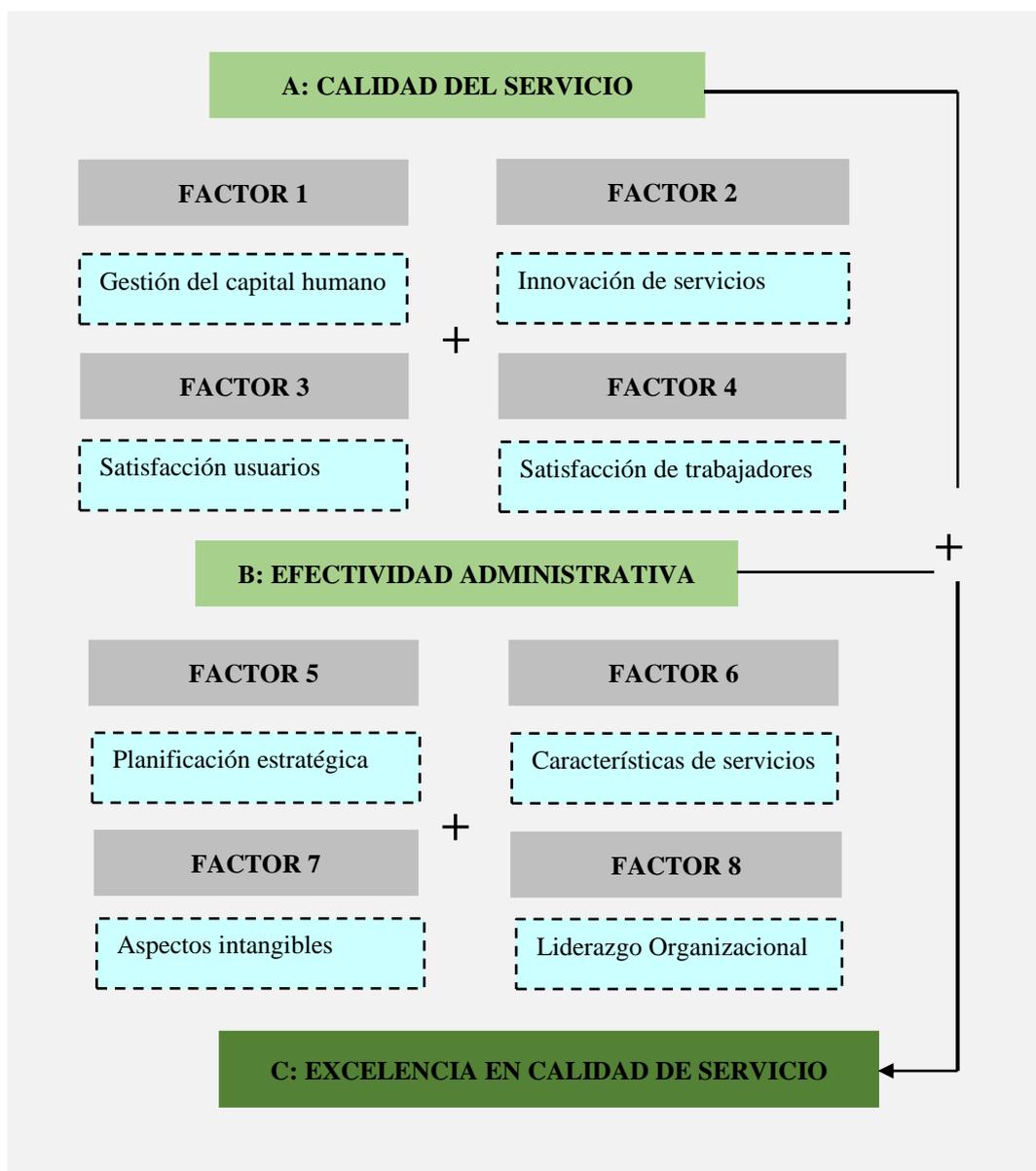


Figura 54: Modelo de gestión administrativa basado en calidad de servicio – MGACS 2021

4.3. Diagnóstico situacional

4.3.1. Análisis FODA

Tabla 52 Matriz FODA

Fortalezas	Debilidades
<p>F1: Programas de rutas o guías usuarios</p> <p>F2: Personal profesional para dar el servicio de transporte</p> <p>F3: Organigrama institucional eficiente</p> <p>F4: Ubicación estratégica de la compañía de transporte</p> <p>F5: Evidencia física notable para el usuario</p>	<p>D1: Limitados programas de retención al cliente</p> <p>D2: Débil iniciativas de fidelización de clientes</p> <p>D3: Inadecuadas iniciativas para crear lealtad en el cliente</p> <p>D4: Tiempo de espera largo para separar horarios</p> <p>D5: Desconocimiento de estrategias de marketing de servicio</p>
Oportunidades	Amenazas
<p>O1: Interés del mercado potencial por utilizar servicio de transporte escolar, por la comodidad, seguridad y rapidez de traslado.</p> <p>O2: Continuidad de renovación de vehículos</p> <p>O3: Apoyos de identificación financieras</p> <p>O4: Interés de la comunidad local en adquirir servicio de transporte escolar</p>	<p>A1: Inadecuadas vías de transporte terrestre en la provincia de Santa Elena.</p> <p>A2: Entrada de nuevas compañías de transporte escolar</p> <p>A3: Amplia oferta de servicios similares en el mercado</p> <p>A4: Leyes e impuestos para las compañías de transporte Escolar</p>

Elaborado por: Autor

Es importante mencionar que para la implementación de modelos de gestión administrativa se consideró necesario establecer en las compañías de transporte escolar, sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, para lo cual se establecerán acciones que mejore las amenazas y debilidades del servicio de transporte escolar.

4.3.2. Perfil estratégico externo

Tabla 53 Perfil estratégico externo

Factores	Calificación del Impacto				
	Amenazas		Normal	Oportunidad	
	Gran Amenaza	Amenaza	E	Oportunidad	Gran Oportunidad
Inflación			•		
Aumento del PIB				•	
Permisos restringidos del CTG					•
Controles de unidades de transporte vehicular	•				
Prohibición de servicios de expresos informales				•	
Insuficiente conocimiento de las herramientas tecnológicas de los socios de la compañía			•		
Aumento pago de impuestos por permisos de circulación		•			
A culturización			•		
MICRO ENTORNO					
Numerosas ofertas de servicios		•			
Incremento de nuevas compañías de Transporte escolar	•				
Poder de Negociación de los clientes		•			
Crecimiento de la demanda del servicio				•	
Limitado número de proveedores de tecnología vehicular en la provincia		•			
El servicio sustituto de transporte escolar	•				

Elaborado por: Autor

El grupo predominante de amenazas en el ambiente del macro entorno la inflación, las leyes y políticas favorecen a las actividades de la empresa porque representan una oportunidad y gran oportunidad, los factores del micro entorno solo, el crecimiento de la demanda de los servicios representa una oportunidad, es por esto que se recomienda la implementación de un modelo de gestión administrativa debe formularse proyectos que disminuyan los impactos negativos de las amenazas.

4.3.3. Estrategias en relación al FODA

Tabla 54 Matriz de generación de estrategias en relación al FODA

<p>Factores Externas</p> <p>Factores Internos</p>	<p>Oportunidades. O1: Interés del mercado potencial por utilizar servicio de transporte escolar, por la comodidad, seguridad y rapidez de traslado. O2: Continuidad de renovación de vehículos O3: Apoyos de identificación financieras O4: Interés de la comunidad local en adquirir servicio de transporte escolar</p>	<p>Amenazas A1: Inadecuadas vías de transporte terrestre en la provincia de Santa Elena. A2: Entrada de nuevas compañías de transporte escolar A3: Amplia oferta de servicios similares en el mercado A4: Leyes e impuestos para las compañías de transporte Escolar</p>
<p>Fortalezas</p> <p>F1: Programas de rutas o guías usuarios</p> <p>F2: Personal profesional para dar el servicio de transporte</p> <p>F3: Organigrama institucional eficiente</p> <p>F4: Ubicación estratégica de la compañía de transporte</p> <p>F5: Evidencia física notable para el usuario</p>	<p>F1, F2; O2 Estrategia competitiva en base a superación de expectativas del Usuario</p> <p>F5; O1, O5 Estrategias de diversificación concéntrica en relación a ventajas competitivas del servicio de transporte escolar</p> <p>F5; O1, O5 Estrategia de Reto de mercado, mediante la innovación de solicitud de servicio de transporte escolar por App móvil para los Usuarios</p>	<p>F5; A3, A4 Estrategia de Diseño de servicio de transporte escolar convencional, basada en el excelente trato de los usuarios.</p> <p>F2, F4; A5 Estrategia de nicho de mercado del sector Escolar y Familiar</p> <p>F5; O1, O5 Estrategia de crecimiento integrativo, mediante un modelo de reconocimiento y servicio Post Venta</p>
<p>Debilidades</p> <p>D1: Limitados programas de retención al cliente</p> <p>D2: Débil iniciativas de fidelización de clientes</p> <p>D3: Inadecuadas iniciativas para crear lealtad en el cliente</p> <p>D4: Tiempo de espera largo para separar horarios</p> <p>D5: Desconocimiento de estrategias de marketing de servicio</p>	<p>D4, D5; O2 Estrategia de valor adicional del servicio de transporte escolar</p> <p>D1; O2, O5 Estrategia diversificación concéntrica en base a los puntos estratégicos de servicio a los usuarios</p> <p>D5; O2, O4 Estrategia de Innovación de servicio orientado a generación de interacción entre usuarios y compañías</p>	<p>D3; A2, A5 Estrategia de promoción integrada del servicio de transporte escolar</p> <p>D3, D5; A3 Estrategias de defensa de flancos, en orientación a características diferenciadoras del Servicio.</p> <p>D2; A2, A3 Estrategia de ataque frontal de servicios de transporte sustitutos</p>

Elaborado por: Autor

4.4. Puntos estratégicos de los servicios de transportación escolar

La planificación asegura una eficiente vinculación entre acción y gestión, la misma que adquiere un enfoque estratégico que incorpore de tal manera el entorno difícil y complejo, donde no solo debe orientar la toma de decisiones, sino que también debe responder a criterios de racionalidad y transparencia, permitiendo así fundamentar nuestras acciones.

Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> •Centro de Operaciones •Vehiculos adaptados para trasnporte escolar •equipo computacional para empleados
Rec. Humanos	<ul style="list-style-type: none"> •Administración del Personal de Planta •Procesos de incentivos y crecimineto profesional
Tecnología	<ul style="list-style-type: none"> •Plataforma Web para coordinar viajes •GPS y cámaras para vehiculos de transporte •Investigación para mejora de productos y procesos
Adquisiciones	<ul style="list-style-type: none"> •Buen manejo de proveedores •Contratación de seguros de partes y piezas •Seguros de vehiculos de recambio que aseguren la disponibilidad

Logística Entrada	Operaciones	Logística Salida	MKS y Ventas	Servicios
<ul style="list-style-type: none"> •Agendamiento de sitios WEB •Compra de insumos de oficina •Recibo cantidad optima de servicios 	<ul style="list-style-type: none"> •Planificación Trayectos •Mantenimiento de Vehículos •Innovación en entrega de servicio 	<ul style="list-style-type: none"> •Entrada del Servicio •Cumplimiento de Horarios •Baja tasa reparos •Baja tasa accidentabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> •Stand en colegios asociados •Publicidad en Banner de colegios •Publicidad Verbal •Búsqueda nuevos canales (colegios, centros deportivos) 	<ul style="list-style-type: none"> •Encuestas de calidad •Benchmarking •Aumentar Personalización

Figura 55: Puntos estratégicos de los servicios de transportación escolar propuestos

4.5. Balanced Scorecard propuesto

Tabla 55 *Objetivos Balanced Scorecard*

Perspectiva	Eje	Riesgo	Objetivos
Financiera	Estructura de costos	Financiero	Determinar precios competitivos determinados por el mercado que generen utilidad empresarial y permitan disminuir los costos empresariales.
	Flujo de ingresos	Liquidez	
Cliente	Canales de distribución	Comercial	Aumentar la eficiencia en el servicio, con la capacidad constante a colaboradores, para así generar fidelidad por parte de los clientes satisfechos con el servicio ofrecido.
	Propuesta de valor		
	Actividades claves		
	Mercado meta		
Interna	Recursos claves	Comercial	Crear un plan que permita la mejora de la gestión empresarial, con el fin de lograr mayor eficiencia.
	Actividades claves	Administrativo	
Crecimiento	Propuesta de valor	Comercial	Definir estrategias comerciales para lograr alianzas estratégicas con el sector de transporte, con el fin de incursionar en nuevos segmentos de mercado.
	Mercado meta		
	Socios claves		

Elaborado por: Autor

4.6. Perfil estratégico

La planificación estratégica en las compañías de transporte escolar es indispensable debido que se convierte en una herramienta fundamental para la caracterización de prioridades, objetivos y estrategias que permitirá avanzar hacia una gestión comprometida con los resultados y adecuarse a los cambios de las demandas que se presentan en el mercado alcanzando un mayor nivel de eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios.

Tabla 56 *Perfil estratégico*

Eje estratégico	Clase	Sub- clase	Aplicación	Estrategia corporativa
Estrategia de desarrollo de ventaja competitiva	Básicas	Diferenciación	Brindar un servicio de transporte de calidad, generando seguridad, confianza y confort al cliente, ofreciendo un servicio personalizado que superen las expectativas del usuario.	Brindar un servicio de transporte de calidad que supere las expectativas del cliente, mediante la mejora continua, con el ajuste de las nuevas exigencias del mercado, conservando la rentabilidad del negocio.
Estrategias de crecimiento	Crecimiento intensivo	Desarrollo del mercado	Ofrecer una mejora continua del servicio, ajustándose a las nuevas exigencias del mercado.	
Estrategias competitivas	Agresivas		Conservar la rentabilidad del negocio, con el manejo óptimo de los recursos y la eficiencia del servicio brindado.	

Elaborado por: Autor

4.7. Mando Integral

Tabla 57 Cuadro de mando integral

Elaborado por: Autor

Objetivo	Meta				Precaución	Peligro	Real
	Medida	Riesgo	Tendencia	Cuantitativo			
Determinar precios competitivos determinados por el mercado que generen utilidad empresarial y permitan disminuir los costos empresariales.	Precios del sector	Liquidez		30%	23%	15%	20%
	Índice Liquidez			40%	28%	15%	25%
	% de Δ de costos			20%	13%	5%	15%
Aumentar la eficiencia en el servicio, con la capacidad constante a colaboradores, para así generar fidelidad por parte de los clientes satisfechos con el servicio ofrecido.	# de sectores/servicio	Comercial		70%	45%	20%	50%
	Satisfacción del cliente	Operativo		80%	65%	50%	90%
	Δ de competencia	Comercial		60%	65%	70%	40%
	Posicionamiento en el mercado			70%	60%	50%	60%
Crear un plan que permita la mejora de la gestión empresarial, con el fin de lograr mayor eficiencia.	# procesos estratégicos	Administrativo		60%	48%	35%	35%
	% de productividad			40%	30%	20%	35%
	# procesos eficientes	Operativo		90%	80%	70%	90%
	Nivel de cumplimiento	Administrativo		50%	6%	20%	20%
Definir estrategias comerciales para lograr alianzas estratégicas con el sector de transporte, con el fin de incursionar en nuevos segmentos de mercado.	Posicionamiento del servicio	Comercial		70%	50%	30%	55%
	Expansión del mercado			80%	60%	40%	65%
	% de alianzas estratégicas			45%	34%	22%	20%

4.8. Organigrama propuesto

En el presente trabajo de investigación se propone la implementación del organigrama funcional (figura 56) el cual, fue diseñado con el fin de definir los cargos (puesto jerárquico) específicos del personal y fomentar buenas prácticas laborales al dejar descrito las funciones de cada uno.

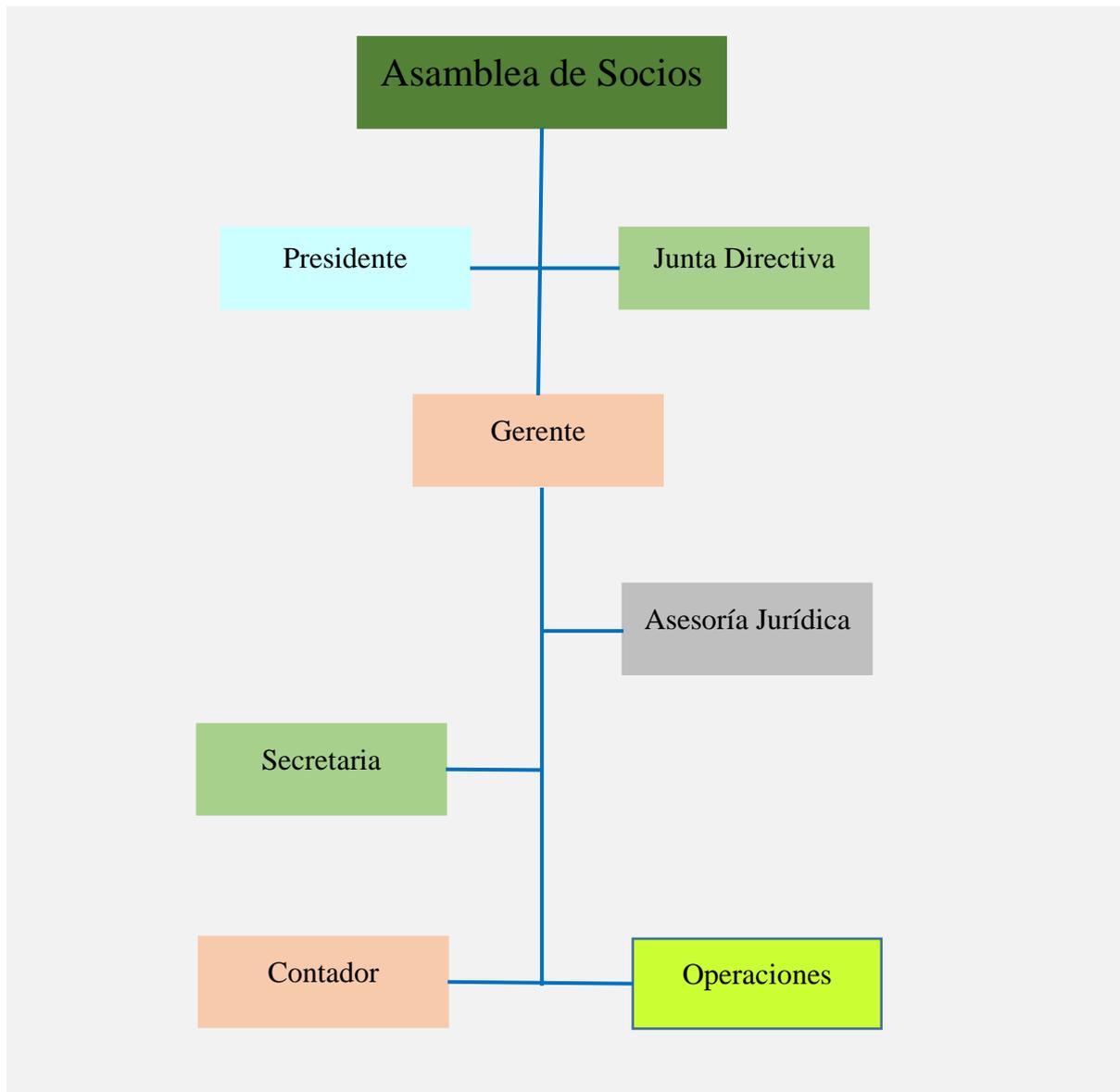


Figura 56: Organigrama propuesto

4.9. Plan de capacitación propuesto

Tabla 58 Plan de capacitación propuesto

Temas					
	Liderazgo y Motivación	Atención al cliente	Calidad en el servicio	Buenas prácticas laborales	Inteligencia emocional
Subtemas	Importancia del Liderazgo Tipos de Liderazgo El manejo de conflictos Motivación laboral	¿Cómo tratar al cliente?	Factores de la calidad del servicio Importancia de la calidad del servicio	Clima laboral favorable Buenas prácticas laborales	Desarrollo de la inteligencia emocional
Participantes	<input type="checkbox"/> Socios <input type="checkbox"/> Presidente <input type="checkbox"/> Gerente <input type="checkbox"/> Secretaria	<input type="checkbox"/> Secretaria <input type="checkbox"/> Choferes	<input type="checkbox"/> Secretaria <input type="checkbox"/> Presidente <input type="checkbox"/> Choferes	<input type="checkbox"/> Presidente <input type="checkbox"/> Gerente <input type="checkbox"/> Secretaria <input type="checkbox"/> Choferes <input type="checkbox"/> Contador	<input type="checkbox"/> Presidente <input type="checkbox"/> Gerente <input type="checkbox"/> Secretaria <input type="checkbox"/> Choferes <input type="checkbox"/> Contador
Duración	2 días	2 días	3 días	3 días	4 días
Lugar	Sala de la institución				

Elaborado por: Autor

4.9.1. CONCLUSIONES

- Luego de realizada la contextualización y diagnóstico sobre los modelos de gestión de las empresas de transporte escolar en la provincia de Santa con el debido soporte de las teorías administrativas, se concluye que es necesaria la aplicación de un nuevo modelo de gestión administrativa, con características innovadoras, y acorde a la nueva realidad que ha impuesto la pandemia a nivel nacional e internacional.
- En relación a los factores más relevantes que los usuarios de transporte escolar consideran que deben enfocarse en resaltar la seguridad que brindan a los usuarios y, seguido del respeto por parte de los conductores hacia los usuarios, así como una excelente atención, con la finalidad de satisfacer a los clientes, y por ende generar lealtad.
- Al no contar con un modelo de gestión administrativa sólido las compañías de transporte escolar de la provincia de Santa Elena no están preparadas para posibles riesgos o amenazas del entorno, debido que no cuenta con criterios que fortalezcan el desempeño organizacional.

4.9.2. RECOMENDACIONES

- Innovar el servicio que en la actualidad brindan las compañías de transporte escolar, como reflejo de un débil posicionamiento en la mente de los usuarios de las compañías, con el fin de crear un modelo único de reconocimiento en los usuarios, y de esa manera generar vínculos sólidos entre las compañías y los usuarios.
- Emplear acciones estratégicas basadas en los factores relevantes que resaltan los usuarios de transporte escolar, con el fin de generar una ventaja competitiva basada en la calidad de servicio a los usuarios, de esta manera se podrá superar las expectativas de los clientes, logrando así la excelencia de calidad de servicio.
- Ejecutar el modelo de gestión administrativa mediante un proceso sistemático que permitirá fortalecer la calidad de servicio mediante la potenciación de factores críticos identificados, que generen la efectividad en acciones estratégicas que se realizan.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Benavides Pañeda, R. J. (2014). *Administración* (Segunda edición ed.). México, D.F, México: Mc Graw Hill Education.
- Bórquez, B., González M., & Muñoz G. (2020). Análisis sobre la percepción de la calidad y la relación con el desempeño del capital humano. *Revista ADGNOSIS*, 9(9), 11–19. <https://doi.org/10.21803/adgnosis.9.9.433>
- Buitrago A, Rodríguez M. & Serna H (2020). Modelo de evaluación de la gestión y competitividad empresarial. Podium
- Castillo S. (2020). Gestión universitaria administrativa y económica en tiempos de pandemia (Covid-19). *Revista Venezolana De Gerencia*, 25(3), 20-23. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i3.33351>
- Cooperberg, M., Broering, J., & Carroll, P. (2018). Time trends and local variation in primary treatment of localized prostate cancer. *J Clin Oncol*, 1117-1123.
- Coppelli G.(2018). La globalización económica del siglo XXI. Entre la mundialización y la desglobalización. Estudios Internacionales. Universidad de Chile
- Diaz. J, Quintana M, Fierro, D. (2021). La Competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*
- Domanska Senderowska, D., Laguette, M., & Jegier, A. (2019). MicroRNA profile and adaptive response to exercise training: a review. *Int J Sports Med*, 227-235.

- Eisemann , N., Nolte, S., Schnoor, M., Katalinic, A., Rohde, V., & Waldmann, A. (2015). The ProCasSp study: quality of life outcomes of prostate cancer patients after radiotherapy or radical prostatectomy in a cohort study. *BMC Urology*, 15-28.
- Finne , E., Glausch, M., Exner, A. K., & Sauzet, O. (2018). Behavior change techniques for increasing physical activity in cancer survivors. *Cancer Mang*, 5125-5143.
- Floréz, D. J. (2016). Estrategias para mejorar el proceso. *Sapienza Organizacional* Año 3 - N°5, Pág 79 - 102 ISSN: 24434256 <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/sapienza/article/view/7334/7204>.
- Flórez, U. J. (2015). *Proyectos de Inversión para Pymes*. Bogotá: Ediciones ECOE 3° Edición ISBN: 978-958-771-980-9.
- Fwelay, B. F., Soerjomataram, I., Siegel, R. L., Torre , L., & Jemal , A. (2018). Global cancer statistics. *Globacan estimates of incidence and mortality worldwide for 36 cancers in 185 countries*.
- Galcao , D., Taaffe, D., & Spry, N. (2018). Exercise preserves physical function in prostate cancer patients with bone metastases. *Med Sci Sports Exerc*, 393-399.
- Gil , E. M., & Giner, D. I. (2013). *Como crear y hacer funcionar una empresa*. Madrid: Esic.
- Hernández R, E., & Saldívar , B. J. (2014). *Relación de las estrategias emergentes con el aprendizaje organizacional en un Thin Tank*. Barcelona: Center for tehe Study.

- Heywood, R., McCarthy, A., & Skinner, T. (2017). Safety and feasibility of exercise interventions in patients with advanced cancer: a systematic review. *Support Care Cancer*, 3031-3050.
- Hitt M, A., Ireland R, D., & Hoskisson R, E. (2016). *Administración estratégica: competitividad y globalización*. México D,F: Cosegraf.
- Iglesias Mora, P. (Octubre de 2016). Diseño de un modelo de gestión para la permanencia de las empresas familiares en el mercado global. Caso Ecuador. (G. Cabanilla Guerra, Ed.) *Ciencia y tecnología. Revista de investigación científica.*, 1(12), 31-42.
- IJsbrandy, C., Ottevanger, P., & Tsekou, D. (2018). Review: effectiveness of implementation strategies to increase physical activity uptake during and after cancer treatment. *Crit Rev Oncol Hemat*, 157-163.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Fundamentos de Marketing*. México: Trillas.
- Lawrence J., G., & Carl McDaniel. (2017). *El Mundo de los Negocios* (Primera ed.). México: Industria Editorial Mexicana, Reg. No. 723.
- Lawrence, J. G., & Carl, M. (El mundo de los negocios). 2015. México D,F: Industria Editorial Mexicana.
- León , V. F. (2017). *La resiliencia: su aplicación en el sector empresarial*. Barcelona: Revista contribuciones a la economía.
- Lourdes M. (2017). *Administración gestión organizacional*. México D,F: Pearson Education.
- Lourdes M. (2014). *Administración y gestión organizacional. Enfoques y procesos administrativos*. México D,F: Pearson Education.

- Lovelock, C., Reynoso, J., D' Andrea, G., Huete, L., & Wirtz, J. (2016). *Administración de Servicio: Estrategias para la creación de valor en el nuevo paradigma de los negocios*. México: Pearson Educación.
- Manosalvas, V. C., Manosalvas, V. L., & Nieves, Q. J. (2015). El clima organizacional y la satisfacción laboral: un análisis cuantitativo riguroso de su relación. *AD-minister N°. 26 / Scielo*, Pág. 5 - 15 / ISSN 1692-0279 / <http://dx.doi.org/10.17230/ad-minister.26.1>.
- Martínez , M. E. (2015). *Diseño de un modelo de gestión para la innovación continua y el fortalecimiento de la estructura organizativa*. Amabto: Universidad Católica del Ecuador.
- Medeiros V., Gonçalves L. & Camargos E (2020). *La competitividad y sus factores determinantes: Un análisis sistémico para países en desarrollo*. Revista de la CEPAL
- Mercado, R. E., & Diaz T, E. A. (2015). *Productividad: base de la competitividad*. México D.F: Limusa.
- Londoño, J.(2020). Toma de decisiones basada en la productividad en Pymes manufactureras: aproximación desde la Lógica Difusa. *Revista CEA*, 6(12), 181-207. <https://doi.org/10.22430/24223182.1507>
- Nicolás, M. C., & Rubio, B. A. (2014). *Gestión de los recursos en la empresa social: un reto ineludible*. *Revista de Estudios Empresariales*.
- Omar, A., Salessi, S., & Urteaga, F. (2016). Liderazgo, confianza y flexibilidad laboral como predictores de identificación organizacional: un estudio con trabajadores argentinos. *Pensamiento Psicológico*, Vol 14, No 2, Pág 33 - 47 doi:10.11144/Javerianacali.PPSI14-2. lclfl.

- Phillips , S., Stampfer, M., & Chan, J. (2015). Physical activity, sedentary behavior, and health related quality of life in prostate cancer survivors in the health professionals follow up study . *J Cancer Surviv*, 500-511.
- Quintana J. (2021). Importancia del Modelo de Gestión Empresarial para las Organi-zaciones Modernas. *Revista Enfoques*
- Ricardo, C. H., Medina, L. A., Noguera, M. D., & Núñez , C. Q. (2015). *Revisión del estado del arte para la gestión y mejora de los procesos empresariales*. Quito: Revista enfoque Ute.
- Robbins, S., Decenzo , D., & Coulter, M. (2016). *Fundamentos de administración*. México: Pearson Educación.
- Rodríguez R.& Sotomayor V (2020). Las PYMES en Ecuador. Un análisis necesario Digital Publisher CEIT
- Rodriguez, T. (2015). *Teorias y ciencias informáticas*. México: Pearson Education.
- Ruffino, M. E. (2020). Gestión Administrativa - Concepto, funciones y características. 27-09-20. Recuperado de <https://concepto.de/gestion-administrativa/>
- Servigan W. (2017). *Principios de Administración*. México: Pearson.
- Valera V, R. (2017). *Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas*. Bogotá: Pearson Education.
- Varela V., R. (2014). *Innovación empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas*. (Cuarta ed.). (O. Fernández, Ed.) Bogotá, Colombia: Pearson.

ANEXOS

Anexos 1. Matriz auxiliar para el diseño de tesis

Tema	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Indicadores	Ítem	Metodología
Gestión empresarial y su incidencia en la calidad de servicio de las compañías de transporte escolar en la provincia de Santa Elena año 2019.	General: ¿Cómo incide la gestión empresarial en la calidad de servicio de las compañías de transporte escolar en la provincia de Santa Elena?	General: Analizar la gestión empresarial y su incidencia en la calidad de servicio de las compañías de transporte escolar en la provincia de Santa Elena.	General: La aplicación de un modelo de gestión administrativa mejorará la calidad del servicio de transporte escolar en la provincia de Santa Elena	Variables Independiente Modelo de gestión administrativa	Modelos de gestión administrativa Procesos de toma de decisiones. Gestión empresarial Factores de éxito	¿Se establecen indicadores de gestión administrativa? ¿El establecimiento de procesos administrativo es definido adecuadamente? ¿Cómo se realiza la toma de decisiones empresariales? ¿Cuáles son las acciones estratégicas que han tenido éxito?	Método Inductivo Entrevista a gerentes de las compañías Observación directa
	Subproblemas: ¿Qué fundamentos teóricos sustentan un modelo de gestión administrativa de servicios para las compañías de transporte escolar acorde con los estudios que se realizarán? ¿Qué permite un diagnóstico organizacional para identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de las compañías de transporte escolar en base a los factores internos y externos? ¿Cómo incide el modelo de gestión administrativa en la calidad del servicio de transporte escolar en la provincia de Santa Elena?	Específicos: 1.- Contextualizar las teorías de los modelos de gestión administrativa y la calidad del servicio. 2.- Efectuar un diagnóstico organizacional para identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de las compañías de transporte escolar en base a los factores internos y externos. 3.- Diseñar un modelo de gestión administrativo que permita fortalecer la calidad del servicio de las compañías de transporte escolar en la provincia de Santa Elena.		Variable dependiente Calidad de servicio	Calidad de servicio Isso en la calidad de servicio Evidencia del Servicio Satisfacción de usuario Posicionamiento en los Servicios	¿Cómo se mide la calidad de servicio? ¿Las unidades de transporte cumplen con las condiciones para satisfacer al usuario? ¿Qué factores consideran para lograr la satisfacción de usuario? ¿Cómo se fortalecer el posicionamiento del servicio?	Método analítico Encuesta a empleados administrativos y de servicio

Elaborado por: autor

Anexos 2 Operacionalización de Variable Independiente

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas Instrumentos
<p>Gestión Administrativa:</p> <p>Un modelo de gestión administrativa es un sistema mediante el cual se está manejando una empresa, que incluye procesos, buscan normalmente cambiar y mejorar algunos aspectos de la organización. Es importante que tales procesos sean direccionados de forma asertiva, de tal manera que el riesgo al implementar acciones estratégicas sea mínimo; los gerentes de nivel alto deben tener el principal interés de que la empresa alcance un mayor nivel de productividad</p>	Procesos Administrativos	<p>Planificación estratégica</p> <p>Estrategias Empresariales</p>	<p>¿Cuál es el proceso administrativo que realizan?</p> <p>¿La gestión administrativa que emplea genera efectividad empresarial?</p> <p>¿Cuáles son las ventajas competitivas que emplea la empresa?</p>	<p>Encuesta a los gerentes de las compañías</p> <p>Encuesta a empleados administrativos</p>
	Control Administrativo	<p>Evaluación y control administrativo</p> <p>Cumplimiento de objetivos organizacionales</p>	<p>¿Determinan indicadores de gestión?</p> <p>¿Cómo realizan la toma de decisiones?</p>	<p>Encuesta a los gerentes de las compañías</p>
	Desempeño Organizacional	<p>Indicadores de Desempeño</p> <p>Competitividad empresarial</p>	<p>¿Han establecido sistemas y mecanismos de control de calidad que le permita cumplir con las exigencias del mercado?</p> <p>¿Se ha implementado algún tipo de acciones estratégicas para disminuir el impacto negativo de cambios del entorno?</p>	<p>Encuesta a los gerentes de las compañías</p>

Fuente: Bernal & Hernán D., (2013)

Anexos 3 Operacionalización de Variable Dependiente

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems Básicos	Técnicas Instrumentos
<p>Servicio al Cliente:</p> <p>La calidad del servicio es un elemento básico de las percepciones del cliente. En el caso de los servicios puros la calidad del servicio será el elemento dominante en las evaluaciones de los clientes.</p>	Satisfacción de clientes	Estrategias de satisfacción de clientes	<p>¿Considera importante mejorar continuamente la calidad de servicio al cliente?</p> <p>¿Se ha realizado una evaluación al personal mediante indicadores de desempeño?</p>	<p>Encuesta a los gerentes de las compañías</p> <p>Encuesta a empleados administrativos</p>
	Percepción de clientes	<p>Servicio al Cliente</p> <p>Posicionamiento del servicio al cliente</p>	<p>¿Considera importante el establecimiento de indicadores para controlar el desempeño del personal?</p> <p>¿Considera que la gerencia emplea estrategias para mejorar la imagen corporativa de la organización?</p>	<p>Encuesta a los gerentes de las compañías</p>
	Calidad de servicio	Procesos de atención al cliente	<p>¿Considera usted que el inadecuado control interno afecta a la calidad de servicio al cliente?</p>	<p>Encuesta a los gerentes de las compañías</p>

Fuente: Bernal & Hernán D., (2013)

Anexos 4: Entrevista dirigida al gerente



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA INSTITUTO DE POSGRADO

ENTREVISTA DIRIGIDA AL GERENTE

Objetivo: Evaluar la incidencia de modelo de gestión en la calidad de servicio de transporte escolar en la provincia de Santa Elena.

PREGUNTAS DE IDENTIFICACIÓN:

NOMBRE DE LA COMPAÑÍA: _____

AÑOS DE VIDA JURÍDICA DE LA EMPRESA: _____

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN:

1. ¿La cooperativa está cumpliendo con los objetivos planteados desde su constitución?

Si No

¿Por qué?

2. ¿De acuerdo a la planificación de la cooperativa se cumplen los objetivos y estrategias dirigidas hacia los clientes?

Si No

¿Por qué?

3. ¿Considera que la cooperativa cuenta con los recursos necesarios para alcanzar los objetivos empresariales?

Si No

¿Por qué?

4. ¿En la cooperativa existen procesos administrativos idóneos o necesitan redefinirse?

Si No

¿Por qué?

5. ¿Cuáles son las ventajas competitivas de la empresa respecto al servicio que brindan?

Si No

¿Por qué?

6. ¿En la empresa existen sistemas y mecanismos de control de calidad para medir la satisfacción de los usuarios por el servicio que brindan?

Si No

¿Por qué?

7. ¿Manejan libro de reclamo por parte de los usuarios?

Si No

¿Por qué?

8. ¿Realizan capacitaciones para el recurso humano de la cooperativa?

Si No

¿Por qué?

9. ¿Considera que el nivel tecnológico de la empresa permite ser competitivos y generar satisfacción en el cliente interno y externo?

Si No

¿Por qué?

10. ¿La estructura organizacional de la empresa es horizontal o vertical?

Si No

¿Por qué?

11. ¿La empresa tiene un orgánico funcional, respetado y acatado por toda la organización?

Si No

¿Por qué?

12. ¿La administración y sus funciones están correctamente definidas?

Si No

¿Por qué?

13. ¿En la cooperativa realizan una evaluación periódica para medir los resultados organizacionales?

Si No

¿Por qué?

14. ¿El clima organizacional es tomado en cuenta en la cooperativa?

Si No

¿Por qué?

15. ¿Existen áreas de la empresa que deben ser mejoradas?

Si No

¿Por qué?

16. ¿Realizan análisis sobre la competencia para determinar estrategias orientadas al cliente?

Si No

¿Por qué?

17. ¿Utilizan métodos para determinar el costo del servicio?

Si No

¿Por qué?

18. ¿La empresa tiene un plan concreto para mejorar cada año sus unidades de transporte?

Si No

¿Por qué?

Gracias por su colaboración.

Anexos 5: Encuesta dirigida al personal de las compañías de transporte escolar



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
INSTITUTO DE POSGRADO**

**ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL DE LAS COMPAÑÍAS DE
TRANSPORTE ESCOLAR DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA**

Objetivo: Evaluar la incidencia de la gestión administrativa en la calidad de servicio de las compañías de transporte escolar de la provincia de Santa Elena

DATOS INFORMATIVOS.

GÉNERO: Femenino Masculino
EDAD: 20 a 25 26 a 30 31 a 35 36 a 40 41 a 45 46 en adelante

Nivel de instrucción terminada:

Educación primaria Educación secundaria Estudios de tercer nivel Estudios de cuarto Nivel

¿Años de funcionamiento?

Menos de 2 años Entre 2 a 4 años Entre 5 a 8 años Más de 9 años

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.

Indicaciones: Marque con una X, una de las alternativas, en base a la siguiente tabla de criterio de valores.

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En parcial desacuerdo	Indiferente	En parcial acuerdo	Totalmente de acuerdo

I	Pregunta	OPCIONES				
		1	2	3	4	5
GESTIÓN.						
G1	¿La compañía establece estrategias que permiten fortalecer su posición en el mercado en los próximos tres años?					
G2	¿La compañía realiza una toma de decisiones que asegura que las estrategias establecidas tengan permanencia a largo plazo?					
G3	¿La compañía se interesa por aplicar estrategias sostenibles para incursionar en nuevos mercados?					
LIDERAZGO.						
L1	¿En la compañía se reflejan los valores en el código de ética que rigen la toma de decisiones en la organización?					
L2	¿El líder se involucra en el fortalecimiento y desarrollo las capacidades organizacionales para garantizar el desempeño de la compañía?					
L3	¿En la compañía el grupo directivo se capacita para adquirir las competencias requeridas para desempeñar los roles gerenciales?					

RECURSOS.					
R1	¿Considera que la cooperativa cuenta con los recursos necesarios para alcanzar los objetivos empresariales?				
R2	¿En la compañía existen medidas de control sobre la distribución de los recursos de la compañía?				
PROCESOS.					
P1	¿En la cooperativa existen procesos administrativos idóneos o necesitan redefinirse?				
P2	¿En la empresa existen sistemas y mecanismos de control de calidad para medir la satisfacción de los usuarios por el servicio que brindan?				
FIABILIDAD					
F1	¿Considera que sus clientes están satisfechos con el servicio que ofrece la compañía?				
F2	¿La compañía aplica incentivos al consumidor para atraer nuevos clientes y fidelizar a los actuales basadas en las necesidades del mercado meta?				
F3	¿La compañía desarrolla múltiples puntos de contacto con los clientes con el fin establecer canales de distribución apropiados?				
F4	¿Se fomenta las competencias del personal para lograr la confianza, lealtad, y satisfacción de los clientes?				
SEGURIDAD					
S1	¿Se estimula la aplicación de la cultura empresarial por parte del personal, generando así un adecuado clima organizacional?				
S2	¿En la compañía se capacita al personal para adquirir las competencias requeridas para desempeñar las funciones y los roles establecido en la compañía?				
S3	¿La empresa evalúa la satisfacción del cliente basado en el cumplimiento de horarios y recorrido determinado en el servicio de transporte escolar?				
EMPATÍA					
E1	¿Se diseñan servicios adicionales que responden a las necesidades de los clientes?				
E2	¿La compañía ofrece garantía en transporte escolar generando así una diferenciación con la competencia?				
E3	¿Se ha mejorado el nivel de desempeño de los procesos de la compañía en los últimos tres años?				
ASPECTOS TANGIBLES					
A1	¿La compañía aprovecha las nuevas tecnologías para introducir nuevos productos y ofrecer productos actuales en el mercado meta que se dirige?				
A2	¿En la compañía existe motivación y reconocimiento de sus trabajadores?				
A3	¿La empresa tiene un plan concreto para mejorar cada año sus unidades de transporte?				
MODELO DE COMPETITIVIDAD					
M1	¿Considera importante la aplicación de un modelo de gestión administrativa que permita fortalecer el servicio de transporte escolar?				

OBSERVACIONES:

Gracias por su colaboración.

Anexos 6: Encuesta dirigida al personal de las compañías de transporte escolar



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
INSTITUTO DE POSGRADO**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DE LAS COMPAÑÍAS
DE TRANSPORTE ESCOLAR DE LA PROVINCIA DE SANTA
ELENA**

Objetivo: Evaluar la incidencia de la gestión administrativa en la calidad de servicio de las compañías de transporte escolar de la provincia de Santa Elena

DATOS INFORMATIVOS.

GÉNERO: Femenino Masculino

EDAD: 20 a 25 26 a 30 31 a 35 36 a 40 41 a 45 46 en adelante

Nivel de instrucción terminada:

Educación primaria Educación secundaria Estudios de tercer nivel Estudios de cuarto Nivel

¿Años de funcionamiento?

Menos de 2 años Entre 2 a 4 años Entre 5 a 8 años Más de 9 años

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.

Indicaciones: Marque con una X, una de las alternativas, en base a la siguiente tabla de criterio de valores.

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En parcial desacuerdo	Indiferente	En parcial acuerdo	Totalmente de acuerdo

I	Pregunta	OPCIONES				
		1	2	3	4	5
GESTIÓN.						
G1	¿Cree usted que en la empresa existe un adecuado sistema de gestión para mejorar el servicio al cliente?					
G2	¿La compañía se interesa por cumplir el contrato de servicio?					
LIDERAZGO.						
L1	¿En la compañía se reflejan los valores en el código de ética que rigen la toma de decisiones en la organización?					
L2	¿En la compañía el grupo directivo desempeña adecuadamente los roles gerenciales?					

RECURSOS.					
R1	¿Considera que la cooperativa cuenta con los recursos necesarios para alcanzar la satisfacción de los usuarios?				
R2	¿Considera que el desempeño del personal de transporte es apropiado?				
PROCESOS.					
P1	¿En la cooperativa existen procesos administrativos idóneos o necesitan redefinirse?				
P2	¿En la empresa existen sistemas y mecanismos de control de calidad para medir la satisfacción de los usuarios por el servicio que brindan?				
FIABILIDAD					
F1	¿Considera que la empresa se interesa por satisfacer a sus clientes?				
F2	¿Considera que la compañía aplica incentivos para fidelizarlos?				
F3	¿El servicio que ofrece la compañía genera confianza, lealtad, y satisfacción de los clientes?				
SEGURIDAD					
S1	¿Considera que el personal está capacitado para desempeñar las funciones y los roles de manera adecuada?				
S2	¿La empresa da cumplimiento a los horarios y recorrido determinado en el servicio de transporte escolar?				
EMPATÍA					
E1	¿Se diseñan servicios adicionales que responden a las necesidades de los clientes?				
E2	¿La compañía ofrece garantía en transporte escolar generando así una diferenciación con la competencia?				
ASPECTOS TANGIBLES					
A1	¿La compañía aprovecha las nuevas tecnologías para introducir nuevos productos y ofrecer mejoras continuas en el servicio?				
A2	¿La empresa se interesa por mejorar sus unidades de transporte?				

OBSERVACIONES:

Gracias por su colaboración.



INSTITUTO DE POSTGRADO

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

YO, Ricky Alejandro Carrillo Cobeña

DECLARO QUE:

El Trabajo del Proyecto de Investigación y Desarrollo “GESTIÓN EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO DE LAS COMPAÑÍAS DE TRANSPORTE ESCOLAR EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA. AÑO 2019” previo a la obtención del Grado Académico de **MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN GESTIÓN DE LAS PYMES**, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas y cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo de titulación.

Santa Elena, 10 de junio del 2021

EL AUTOR

Ing. Ricky Alejandro Carrillo Cobeña



CARTA DE COMPROMISO

YO, Ricky Alejandro Carrillo Cobeña

DECLARO QUE:

DE ACUERDO A LA NORMATIVA TRANSITORIA PARA EL DESARROLLO DE LOS PROGRAMAS DE MAESTRÍA Y PARA PROCESOS DE TITULACIÓN DEL INSTITUTO DE POSTGRADO (IPG) DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA (UPSE) MIENTRAS DURE LA PANDEMIA DEL COVID-19. Capítulo VI art 45.- Documentos para la presentación del trabajo de Titulación. “Los maestrantes, al momento de enviar la documentación, deberán adjuntar una carta de compromiso donde citan la responsabilidad, una vez terminada la emergencia, de entregar la documentación física para luego ser adjuntada a la carpeta de registros. En el caso de que los trabajos de titulación hayan sido realizados por más de un maestrante, estos requisitos se presentarán de manera individual”.

Me comprometo a entregar de manera física y debidamente firmado todos los documentos correspondientes al proceso de Pre defensa y sustentación del Trabajo del **Proyecto de Investigación y Desarrollo del tema: “GESTIÓN EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO DE LAS COMPAÑÍAS DE TRANSPORTE ESCOLAR EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA. AÑO 2019”** previo a la obtención del Grado Académico de **MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN GESTIÓN DE LAS PYMES**, una vez terminada la emergencia sanitaria al Instituto de Postgrados de la UPSE.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance de este documento.

Santa Elena, 10 de junio del 2021

EL AUTOR

Ing. Ricky Alejandro Carrillo Cobeña



APROBACIÓN DEL DOCENTE ESPECIALISTA

En mi calidad de **DOCENTE ESPECIALISTA** del Proyecto de Investigación y Desarrollo, “GESTIÓN EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO DE LAS COMPAÑÍAS DE TRANSPORTE ESCOLAR EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA. AÑO 2019”, elaborado por el maestrante Ing. Ricky Alejandro Carrillo Cobeña, egresado de la MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN GESTIÓN DE LAS PYMES, de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Magíster en **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN GESTIÓN**

DE LAS PYMES, me permito declarar que luego de haber orientado, dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual lo apruebo en todas sus partes.

ATENTAMENTE,



Firmado electrónicamente por:

**FAUSTO VINICIO
CALDERON PINEDA**

.....

ING. FAUSTO CALDERÓN, MBA.

CALIFICACION DEL DOCENTE ESPECIALISTA

En mi calidad de **DOCENTE ESPECIALISTA** del Proyecto de Investigación y Desarrollo, “GESTIÓN EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO DE LAS COMPAÑÍAS DE TRANSPORTE ESCOLAR EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA. AÑO 2019”, elaborado por el maestrante Ing. Ricky Alejandro Carrillo Cobeña, egresado de la **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN GESTIÓN DE LAS PYMES**, de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Magíster en **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN GESTIÓN DE LAS PYMES**, me permito declarar que luego de haber orientado, dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual lo apruebo en todas sus partes. Obteniendo la calificación de 98/100 (NOVENTA Y OCHO SOBRE CIEN)

ATENTAMENTE,



Firmado electrónicamente por:

FAUSTO VINICIO
CALDERON PINEDA

.....
ING. FAUSTO CALDERÓN, MBA.



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
BIBLIOTECA**

Formato No. BIB-009

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

La Libertad, 23 de junio de 2021

0004-TUTOR -JMCP-2021

En calidad de tutor del trabajo de titulación denominado “GESTIÓN EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO DE LAS COMPAÑÍAS DE TRANSPORTE ESCOLAR EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA. AÑO 2019”, elaborado por la / el (las / los) estudiante (s) CARRILLO COBEÑA RICKY ALEJANDRO, egresada / o (s) del Programa de Maestría en ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON MENCIÓN EN PYMES, de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON MENCIÓN EN PYMES, me permito declarar que una vez analizado en el sistema anti plagio URKUND, luego de haber cumplido los requerimientos exigidos de valoración, el presente proyecto ejecutado, se encuentra con 2 % de la valoración permitida, por consiguiente, se procede a emitir el presente informe.

Adjunto reporte de similitud.

Atentamente,

Ing. Jairo Cedeño Pinoargote
C.I.:1305658591
DOCENTE TUTOR



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
BIBLIOTECA

Formato No. BIB-009

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

REPORTE URKUND.

Document: TESIS [redacted].docx (D14319291)
Submitted: 2015-05-12 11:09 (-05:00)
Submitted by: [redacted]@yahoo.es
Receiver: mlamas.upse@analysis.orkund.com
Message: Tesis de Dalissy [Show full message](#)
4% of this approx. 39 pages long document consists of text present in 4 sources.

List of sources

Rank	Path/Filename
1	Muoz Liliana.docx
2	TESIS ACTIVIDADES RECREATIVAS TRADICIONALES. REVISION FINAL ANTIPLAGIO.doc
3	http://www.slideshare.net/carloscauichcen/introduccion-a-la-administracion-sergio-herna...
4	http://pymex.pe/pymes/estrategias-de-crecimiento/el-abc-de-la-administracion-parte-1

Alternative sources
Sources not used

Fuentes de similitud

CERTIFICADO DE REDACCIÓN Y ORTOGRAFIA

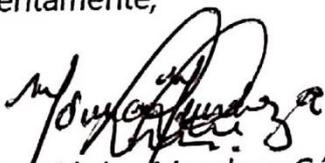
Yo Lcda. Mónica Elizabeth Mendoza Gómez, Mgs. Certifico que he revisado la redacción y contenido del TRABAJO DE TITULACIÓN, **GESTIÓN EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO DE LAS COMPAÑÍAS DE TRANSPORTE ESCOLAR EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA. AÑO 2019**; elaborado por el Sr. **CARRILLO COBEÑA RICKY ALEJANDRO**, previo a la obtención del título de **MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON MENCIÓN EN PYMES**.

Para tal efecto he procedido a leer y analizar de manera profunda el estilo y la forma del contenido del texto:

- Se denota pulcritud en la escritura en todas sus partes.
- La acentuación es precisa.
- Se utilizan los signos de puntuación de manera acertada.
- En todos los ejes temáticos se evita los vicios de dicción.
- Hay concreción y exactitud en las ideas.
- No incurre en errores en la utilización de las letras.
- La aplicación de la sinonimia es correcta.
- Se maneja con conocimientos y precisión la morfosintaxis.
- El lenguaje es pedagógico, académico, sencillo y directo, por lo tanto, de fácil comprensión.

Por lo expuesto y en uso de mis derechos como LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y MAGISTER EN MARKETING Y DIRECCIÓN COMERCIAL, recomiendo la VALIDEZ ORTOGRÁFICA, de su proyecto, previo a la obtención de su Grado Académico de Cuarto Nivel.

Atentamente,



Lcda. Mónica Mendoza Gómez, Mgs.
C.I. 0919597427



Título(s) de cuarto nivel o posgrado

Número de registro	1050-14-86053051
Institución de origen	UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL
Institución que reconoce	
Título	MAGISTER EN MARKETING Y DIRECCION COMERCIAL
Tipo	Nacional
Fecha de registro	2014-11-17
Observaciones	

Título(s) de tercer nivel técnico-tecnológico superior

Número de registro	2130-13-155502
Institución de origen	INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR URDESA
Institución que reconoce	
Título	TECNOLOGO EN COMUNICACION AUDIOVISUAL
Tipo	Nacional
Fecha de registro	2013-03-04
Observaciones	

OBSERVACIÓN:

- Los títulos de tercer nivel de grado ecuatorianos están habilitados para el ingreso a un posgrado.
- Los títulos registrados tanto nacionales como extranjero han sido otorgados por instituciones de educación superior vigentes al momento de la emisión de la titulación.
- El cambio de nivel de formación de educación superior de los títulos técnicos y tecnológicos emitidos por instituciones de educación superior nacionales se ejecutó en cumplimiento a la Disposición Transitoria Octava de la Ley Orgánica Reformatoria a la LOES, expedida el 2 de agosto de 2018.

IMPORTANTE: La información proporcionada en este documento es la que consta en el SNIESE, que se alimenta de la información suministrada por las instituciones del sistema de educación superior, conforme lo disponen los artículos 126 y 129 de la Ley Orgánica de Educación Superior y 56 de su Reglamento. El reconocimiento/registro del título no habilita al ejercicio de las profesiones reguladas por leyes específicas, y de manera especial al ejercicio de las profesiones que pongan en riesgo de modo directo la vida, salud y seguridad ciudadana conforme el artículo 104 de la Ley Orgánica de Educación Superior. Según la Resolución RPC-SO-16-No.256-2016.

En caso de detectar inconsistencias en la información proporcionada de titulaciones nacionales, se recomienda solicitar a la institución de educación superior nacional que emitió el título, la rectificación correspondiente y de ser una titulación extranjera solicitar la rectificación a la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación.

Para comprobar la veracidad de la información proporcionada, usted debe acceder a la siguiente dirección:

www.educacionsuperior.gob.ec



Alexandra Navarrete Fuertes
Directora de Registro de Títulos

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR, CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN



0919597427

GENERADO: 27/06/2021 10.45 PM