



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**ESTRATEGIAS DE SERVICIO PARA FORTALECER LA  
COMPETITIVIDAD DE LA COMPAÑÍA DE TAXIS EJECUTIVOS  
“TRANSMUEY”, PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO, CANTÓN  
SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL TÍTULO DE  
INGENIERIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTOR:**

**KELLY KATHERINE DEL PEZO SUÁREZ.**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2019**



**ESTRATEGIAS DE SERVICIO PARA FORTALECER LA  
COMPETITIVIDAD DE LA COMPAÑÍA DE TAXIS EJECUTIVOS  
“TRANSMUEY”, PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO, CANTÓN  
SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018.**

**AUTORA:**

Kelly Katherine Del Pezo Suárez

**TUTOR:**

Ing. Libi Caamaño López, MBA

**RESUMEN**

Una estrategia de servicio es un arma competitiva, es un modo particular que eligen las organizaciones para diferenciarse entre su competencia, y, en definitiva, para tener éxito en sus resultados. La compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey, no implementa estrategias de servicio que permitan fortalecer la competitividad, por tal razón lo cual los colaboradores brindan un servicio de forma empírica hacia sus clientes y lo que ocasiona que estos no tengan un valor agregado al momento de recibir el servicio. En este contexto, se analizó la situación actual de la compañía referente a estrategias de servicio y competitividad, estableciendo como objetivo a desarrollar tales estrategias para el fortalecimiento de la competitividad en la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey, Parroquia José Luis Tamayo del Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena, mediante investigación de enfoque mixto, año 2018. Referente a los métodos de investigación se aplicaron el deductivo e inductivo los cuales permitieron el razonamiento general y particular de las variables, así mismo la investigación es de carácter exploratorio – descriptivo, en donde se desarrolla análisis cualitativo y cuantitativo. Los resultados obtenidos a través de los instrumentos de recolección de datos, contribuyeron a la elaboración de estrategias de servicio que ayudan a fortalecer la competitividad de la compañía.

**Palabras claves:** Estrategias, servicio, competitividad, diferenciación.



**ESTRATEGIAS DE SERVICIO PARA FORTALECER LA  
COMPETITIVIDAD DE LA COMPAÑÍA DE TAXIS EJECUTIVOS  
“TRANSMUEY”, PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO, CANTÓN  
SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018.**

**AUTOR:**

Kelly Katherine Del Pezo Suárez

**TUTOR:**

Ing. Libi Caamaño López, MBA

**ABSTRACT**

A service strategy is a competitive weapon. In other words, a particular way that organizations choose to differentiate between their competition, and, ultimately, to succeed in their results. The Transmuey Executive Taxis company does not implement service strategies that strengthen competitiveness, so that employees provide an empirically service to their customers, which causes them to have no added value at the time of receiving the service. In this context, the current situation of the company regarding service strategies and competitiveness was analyzed, establishing the objective of developing service strategies for strengthening competitiveness in the Transmuey Executive Taxi Company, José Luis Tamayo Parish of Salinas canton, province Santa Elena, through mixed focus research, year 2018. Regarding the research methods, the deductive and inductive methods were applied, which allowed the general and particular reasoning of the variables, likewise the research is exploratory - descriptive, where qualitative and quantitative analysis is developed. The results obtained through the data collection instruments contributed to the development of service strategies that strengthen the company's competitiveness.

**Keywords:** Strategies, service, competitiveness, differentiation.

#### APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor Guía del trabajo de titulación, “ESTRATEGIAS DE SERVICIO PARA FORTALECER LA COMPETITIVIDAD DE LA COMPAÑÍA DE TAXIS EJECUTIVOS “TRANSMUEY”, PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018”, elaborado por el Srta. Kelly Katherine Del Pezo Suárez, egresada de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



---

Ing. Libi Caamaño López, MBA  
PROFESOR GUÍA

### DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente Trabajo de Titulación con el Título de “**ESTRATEGIAS DE SERVICIO PARA FORTALECER LA COMPETITIVIDAD DE LA COMPAÑÍA DE TAXIS EJECUTIVOS “TRANSMUEY”, PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018.**”, elaborado por Kelly Katherine Del Pezo Suárez, 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 por la Facultad de **Ciencias Administrativas**, Carrera de **Administración de Empresas**, pasan a tener derechos autorales correspondientes, que se transforman en propiedad exclusiva de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena** y, su reproducción, total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.

Atentamente,



---

**KELLY KATHERINE DEL PEZO SUÁREZ**

C.C. No.: 2400070393

## **AGRADECIMIENTOS.**

A Dios por brindarme la fortaleza necesaria en cada paso y de esta forma superar los obstáculos que se presentaron a lo largo de la carrera.

A los docentes de la Universidad Estatal Península De Santa Elena por el conocimiento brindado en el proceso académico.

Kelly Del Pezo Suárez.

## **DEDICATORIA.**

A mis padres, por todo su sacrificio y ayuda brindada a lo largo de mi carrera.

A mi abuela, por todo su cariño por cada palabra de aliento y por su apoyo incondicional.

A mis hermanos, por estar presente en cada instancia de mi vida.

Kelly Del Pezo Suárez.

**TRIBUNAL DE GRADO**



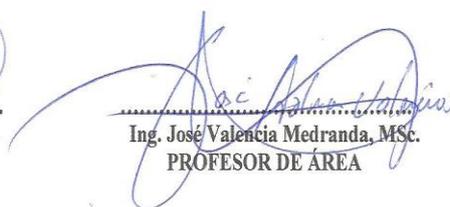
.....  
Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.  
DECANA (E) DE LA FACULTAD  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.



.....  
Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.  
DIRECTORA (E) DE CARRERA  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.



.....  
Ing. Libi Caamaño López, MSc.  
DOCENTE TUTORA



.....  
Ing. José Valencia Medranda, MSc.  
PROFESOR DE ÁREA



.....  
Ab. Victor Coronel Ortiz, MSc.  
SECRETARIO GENERAL (E).

## INDICE GENERAL

RESUMEN .....	II
APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
AGRADECIMIENTOS .....	VI
DEDICATORIA .....	VII
TRIBUNAL DE GRADO.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
INDICE DE TABLAS .....	XIII
INDICE DE ILUSTRACIONES .....	XV
INDICE DE ANEXOS .....	XVI
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I .....	8
MARCO TEÓRICO.....	8
1.1. Revisión de Literatura.....	8
1.2. Fundamento y Concepto Teórico.....	12
1.2.1. Estrategias de Servicio: Variable Independiente.....	12
1.2.1.1. Estrategias.....	12
1.2.1.2. Servicio.....	12
1.2.1.3. Estrategias de Servicio.....	13
1.2.1.4. Procesos.....	14
1.2.1.5. Procesos Administrativos.....	14
1.2.1.6. Procesos de Comunicación.....	15
1.2.1.7. Servicio.....	16
1.2.1.8. Capacitación.....	17

1.2.1.9.	Motivación.....	18
1.2.1.10.	Satisfacción al Cliente.....	18
1.2.1.11.	Atención al cliente.....	19
1.2.1.12.	Fidelización.....	20
1.2.3.	Competitividad: Variable Dependiente.....	21
1.2.3.1.	Competitividad.....	21
1.2.3.2.	Ventaja Competitiva.....	21
1.2.3.3.	Calidad.....	22
1.2.3.4.	Diferenciación.....	23
1.2.3.5.	Recursos.....	24
1.2.3.6.	Talento Humano.....	24
1.2.3.7.	Innovación.....	25
1.2.3.8.	Análisis Competitivo.....	26
1.2.3.9.	Capacidad de Respuesta.....	27
1.2.3.10.	Tiempo de espera.....	28
1.2.3.11.	Precio.....	28
1.1.	FUNDAMENTACIÓN.....	29
1.1.1.	Fundamentos sociales.....	29
1.1.2.	Fundamentos psicológicos.....	30
1.1.3.	Fundamentos filosóficos.....	31
1.1.4.	Fundamentos legales.....	31
	CAPÍTULO II.....	36
	MATERIALES Y MÉTODOS.....	36
2.1	ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN.....	36
2.2	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	36
2.3.	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	37
2.3.1.	Método Deductivo.....	37

2.3.1.	Método inductivo.....	37
2.4.	DISEÑO DEL MUESTREO.....	38
2.4.1.1.	Población general.....	38
2.4.1.2.	Población entrevista.....	38
2.4.1.3.	Población encuesta.....	39
2.5.	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	40
2.5.1.	Observación.....	40
2.5.2.	Entrevista.....	41
2.5.3.	Encuesta.....	41
CAPÍTULO III.....		42
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....		42
3.1.	Análisis de los Resultados de la Observación.....	42
3.2.	Análisis de los Resultados de la Entrevista.....	44
3.3.	Análisis de los resultados de la encuesta.....	48
3.4.	RESULTADOS.....	59
3.5.	PROPUESTA DEL PROYECTO.....	61
3.5.1.	PRESENTACIÓN.....	61
3.5.2.	ANTECEDENTES.....	61
3.5.3.	OBJETIVOS.....	62
3.5.3.1.	Objetivo general.....	62
3.5.3.2.	Objetivos específicos.....	62
3.5.4.	ALCANCE.....	63
3.5.5.	DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	65
3.5.5.1.	Estrategias de procesos internos.....	65
3.5.5.1.1.	Manuales de funciones.....	65
3.5.5.1.2.	Puntos estratégicos.....	77

3.5.5.1.3.	Préstamos internos. ....	78
3.5.5.2.	Estrategias de servicios. ....	78
3.5.5.2.1.	Programa de capacitaciones. ....	78
3.5.5.2.2.	Base de datos. ....	80
3.5.5.2.3.	Servicio de encomienda. ....	81
3.5.5.3.	Estrategias social media. ....	81
3.5.5.3.1.	Redes sociales. ....	81
3.5.5.3.1.1.	Facebook. ....	82
3.5.5.3.1.2.	WhatsApp. ....	82
3.5.5.4.	Alianzas estratégicas. ....	83
3.5.5.4.1.	Convenios con Lavadora y Lubricadora Adelita. ....	83
3.5.5.4.2.	Convenio con Hispana de seguros. ....	84
3.5.6.	Plan de acción. ....	86
3.5.7.	Presupuesto de la propuesta. ....	87
	CONCLUSIONES. ....	88
	RECOMENDACIONES. ....	89
	Bibliografía. ....	90
	ANEXOS. ....	94

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Población de la entrevista. ....	39
Tabla 2 Detalles para calcular la muestra. ....	39
Tabla 3 Servicios.....	48
Tabla 4 Estrategias.....	49
Tabla 5 Seguro.....	50
Tabla 6 Proceso.....	51
Tabla 7 Talento humano. ....	52
Tabla 8 Servicio de calidad.....	53
Tabla 9 Recursos Tecnológicos.....	54
Tabla 10 Redes Sociales.....	55
Tabla 11 Tiempo de espera.....	56
Tabla 12 Precio.....	57
Tabla 13 FODA.....	63
Tabla 14 Matriz FODA formulación de estrategias.....	64
Tabla 15 Manual de funciones Asamblea General de Accionistas.....	66
Tabla 16 Manual De Funciones Accionistas.....	67
Tabla 17 Manual De Funciones Presidente.....	68
Tabla 18 Manual De Funciones Vicepresidente.....	69
Tabla 19 Manual De Funciones Asistente Administrativa.....	70
Tabla 20 Manual De Funciones Secretario.....	71
Tabla 21 Manual De Funciones Tesorero.....	72
Tabla 22 Manual De Funciones Contador.....	73
Tabla 23 Manual De Funciones Operadoras.....	74
Tabla 24 Manual De Funciones Jefe De Ruta.....	75
Tabla 25 Manual De Funciones Choferes.....	76
Tabla 26 Puntos Estratégicos.....	77
Tabla 27 Tabla de préstamos.....	78
Tabla 28 Programa Capacitación.....	79
Tabla 29 Compañías de seguro.....	84
Tabla 30 Plan de acción.....	86
Tabla 31 Presupuesto de la propuesta.....	87

## INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1 Servicios. ....	48
Gráfico 2 Estrategias. ....	49
Gráfico 3 Seguro. ....	50
Gráfico 4 Proceso. ....	51
Gráfico 5 Talento Humano. ....	52
Gráfico 6 Servicio de calidad. ....	53
Gráfico 7 Recursos Tecnológicos. ....	54
Gráfico 8 Redes sociales. ....	55
Gráfico 9 Tiempo de espera. ....	56
Gráfico 10 Precio. ....	57

## **INDICE DE ILUSTRACIONES**

Ilustración 1 Base de datos. ....	80
Ilustración 2 Encomiendas .....	81
Ilustración 3 Facebook. ....	82
Ilustración 4 WhatsApp. ....	83
Ilustración 5 Lavadora y lubricadora .....	84

## INDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Matriz de consistencia.....	95
Anexo 2 Ficha de informe de validación de ficha de observación.....	96
Anexo 3 Ficha de informe de validación de entrevista.....	97
Anexo 4 Ficha de informe de validación de encuesta.....	98
Anexo 5 Ficha De Observación.....	99
Anexo 6 Entrevista Presidente de la compañía.....	100
Anexo 7 Entrevista Socio de la compañía.....	102
Anexo 8 Encuesta clientes.....	104
Anexo 9 Visita a la compañía.....	105
Anexo 10 Entrevista.....	105
Anexo 11 Encuesta a clientes.....	105
Anexo 12 Presupuesto Del Proyecto.....	106
Anexo 13 Carta Aval.....	107

## **INTRODUCCIÓN.**

Actualmente el mundo es altamente competitivo y no basta con tener las mejores tecnologías, maquinarias, infraestructuras; también es fundamental conocer lo moderno que oferta el mercado, entre una de esas actividades se encuentran los medios de transportes que facilitan el traslado de un lugar a otro con mayor facilidad.

Spinelli, Garcia, & Galvin Flo (2009) menciona que:

Hay una gran variedad de medios de transportes en el mundo hispano y cada uno tiene sus ventajas y desventajas. El uso de un medio de transporte en vez de otro depende de las características geográficas del lugar y de sus situaciones económicas (pág. 370).

En el Ecuador, existen diferentes organizaciones que buscan un desarrollo económico sustentable, estas empresas, con el fin de poder competir en un mercado globalizado, necesitan estar preparadas para ejercer una excelente administración y que los resultados se reflejen en la satisfacción de sus clientes internos y externos.

Con el pasar del tiempo, el transporte en general ha sido esencial en el desarrollo de la población, tanto así que se ha convertido en una necesidad del diario vivir el poder movilizarse de un sitio a otro de manera más fácil y efectiva, originando que cada cierto de tiempo se innoven las múltiples maneras de traslado.

En la provincia de Santa Elena las compañías que están dirigidas principalmente al traslado de personas y de bienes materiales, hacen que esta sea una de las

actividades fundamentales en el desarrollo de la economía, siendo importante para las autoridades las cuales buscan mejorar las vías de acceso hacia poblaciones donde es difícil llegar de manera rápida.

Las organizaciones de la provincia presentan grandes problemas, pues en su mayoría, las compañías de taxis, se dedican a ofrecer el servicio sin desarrollar estrategias con sus respectivas acciones que contribuyan a su cumplimiento; por lo que se considera a la compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey para el presente trabajo de investigación.

La compañía de taxis ejecutivos “Transmuey” está conformada por 30 socios, 15 choferes, 3 operadoras, 1 secretaria administrativa y un contador; los cuales tienen como objetivo brindar un servicio de calidad desde el momento que solicitan el servicio por medio de llamadas telefónicas hasta que el cliente llegue a su destino.

**El Planteamiento del problema** se direcciona en que las empresas a nivel mundial buscan la mejora continua debido a los cambios que se viven gracias a la tecnología, lo que ocasiona que cada día aumente el número negocios, incrementando el número de competidores, esta situación conlleva a que los administradores busquen formas de diferenciar el servicio que ofertan, las estrategias son parte de este enfoque que están adoptando las empresas para poder sobrevivir a los cambios.

Según la periodista Española (Lachet, 2013) en el artículo “Taxi” publicado en la Revista Catalejo establece que:

El servicio de taxi a nivel mundial es un ente muy importante en la vida de

las personas puesto que el servicio de transporte de puerta a puerta, se remonta a unos cuantos siglos atrás. Algunos dicen que los primeros en contar con esta clase de vehículos fueron los griegos; otras, que los romanos. Sin embargo, el servicio de taxi funciona de igual forma en todas partes del mundo.

La mayoría de las Compañías de transporte en el Ecuador tienen como debilidad la carencia de procesos y estrategias que sirvan de guía para alcanzar el éxito, es decir realizan sus actividades diarias de forma empírica, lo que da como resultado la insatisfacción de sus clientes al momento de solicitar el servicio encaminando a estos clientes hacia la competencia.

Del Pezo (2018) Periodista del diario El Universo, en su artículo basado en la entrevista aplicada al presidente de la Unión de cooperativas y compañías de taxis Santa Elena, Sr. Carlos Ruiz, menciona que, actualmente en la Provincia de Santa Elena existen más de 45 operadoras de taxis. En tal sentido, al existir un gran número de unidades vehiculares, el mercado se torna saturado, convirtiéndose en factor principal latente generador de incertidumbre para los socios de las compañías y cooperativas de taxis.

Respecto al trabajo de investigación aplicado a la compañía de taxis ejecutivos “Transmuey” la problemática tiene su origen en el bajo nivel competitivo que presenta la institución, originada por el limitado diseño de estrategias, pues no permite diferenciarse de la competencia, generado a su vez por la gestión administrativa actual que se caracteriza por ser empírica.

Si bien se sabe, la variedad de inconvenientes que tienen estos medios de transportes, varían dependiendo de la ocasión y esto desencadena un sin número de problemas que van desde la misma administración, los procesos, la toma de decisiones incorrectas, rutas alternas, falta de cultura, incomodidad, deterioro de las unidades, tiempo de espera hacia los usuarios, inexperiencia del recorrido, etc.

La **formulación del problema** se plantea mediante la siguiente interrogante: ¿Las estrategias de servicio permitirán fortalecer la competitividad en la compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey, Parroquia José Luis Tamayo del Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena? En tal sentido, se formulan las interrogantes que se deben responder en el transcurso de la investigación que a su vez, forman parte de la formulación del problema; las interrogantes de la **sistematización del problema** se detallan a continuación a) ¿Cuál es la situación actual, respecto a las estrategias de servicio y competitividad en la compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey?, b) ¿Cuáles son los factores que permiten fortalecer la competitividad en la compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey?, c) ¿Cuáles son las estrategias de servicio que contribuirán al fortalecimiento de la competitividad en la compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey?

Considerando la temática de investigación, el **objetivo general** del presente trabajo es: “Desarrollar estrategias de servicio para el fortalecimiento de la competitividad en la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey, Parroquia José Luis Tamayo del Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena, mediante investigación de enfoque mixto, año 2018”, siendo sus **objetivos específicos**: a) Diagnosticar la situación actual de la compañía de taxis Ejecutivos “Transmuey” mediante un diagnostico;

b) Determinar los factores que ayuden a fortalecer la competitividad en la compañía de taxis Ejecutivos Transmuey mediante matriz de estrategias DOFA y aplicación de instrumentos de recolección de datos; c) Desarrollar estrategias de servicio en función de los resultados obtenidos que contribuyan al fortalecimiento de la competitividad en la compañía de Taxis ejecutivos Transmuey.

La **Justificación teórica** del presente trabajo investigativo está enfocado en una propuesta de estudio que direcciona a mejorar la competitividad de la compañía de taxis ejecutivos Transmuey por medio de estrategias de servicio utilizando material bibliográfico de varios escritores que tenga coherencia con el tema que se está analizando.

Cabe mencionar que los aportes significativos relacionados a las estrategias de servicio, lo proporciona Humberto Serna Gómez, mientras que Michael Porter contribuye teóricamente sobre la competitividad en las organizaciones. De tal forma que, el investigador pueda tener perspectiva sobre el tema analizado.

En relación a la **justificación metodológica**, este trabajo se realizará con un enfoque investigativo de tipo exploratoria y descriptiva, a través de los cuales se pueden determinar los factores que causan la problemática y los efectos que se producen; se aplicó el método deductivo e inductivo permitiendo analizar las variables en estudio.

Con el fin de obtener información verídica y relevante, se aplicarán las técnicas de recolección de datos en este caso ficha de observación, entrevistas y encuestas las cuales van dirigidas a los directivos, accionistas y clientes de la compañía, con

preguntas claves que nos permitan obtener resultados acordes a las estrategias de servicio que debe implementar la compañía para fortalecer la competitividad.

La **justificación práctica** de la investigación se direcciona hacia el diseño de estrategias de servicio para la Compañía de Taxis Ejecutivos “Transmuey”, elaboradas a partir del análisis interno y externo, en cuanto a las necesidades y exigencia de los clientes, permitiendo que la organización se diferencie de la competencia logrando fortalecer la competitividad.

**Idea a defender** “Las estrategias de servicio permitirán fortalecer la competitividad de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey, Parroquia José Luis Tamayo, Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena”.

**Variable independiente:** Estrategias de servicio.

**Variable dependiente:** Competitividad.

La estructura de la investigación contiene la introducción, planteamiento y formulación del problema, objetivo general, objetivos específicos, idea a defender de la investigación, las variables en estudio y el mapeo de los capítulos detallados a continuación:

**Capítulo I:** Este capítulo contiene el marco teórico de la investigación; y dentro en él se encuentra el desarrollo de las teorías y conceptos; los fundamentos, sociales, y legales que tienen que estar inmersos para el funcionamiento de la compañía.

**Capítulo II:** Este capítulo contiene los resultados materiales y métodos que se van a utilizar para la recolección de datos dentro de la investigación, especificando los

tipos de investigación, métodos de la investigación, diseño de muestreo y el diseño de recolección de datos.

**Capítulo III:** En este capítulo se describen los resultados y discusión de las herramientas de recolección de datos utilizadas y dentro en él están inmersos los análisis de datos, las limitaciones, la propuesta y los resultados obtenidos.

## **CAPÍTULO I.**

### **MARCO TEÓRICO.**

#### **1.1. Revisión de Literatura.**

Las estrategias de servicio persiguen el objetivo de diseñar herramientas necesarias para fortalecer la competitividad de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey, para esto se necesita tener conocimientos sobre el tema actual de investigación con el fin de sustentar dicho argumento, para ello se consideran los siguientes antecedentes investigativos:

**TRABAJO DE TITULACIÓN PLAN PROMOCIONAL PARA LA COMPAÑÍA DE TAXIS CONVENCIONAL 24 DE FEBRERO “COTAVFE S.A.”, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014. (Universidad Estatal Península De Santa Elena).**

**Problema:** El principal problema que enfrenta la Compañía de Taxis Convencional “24 de Febrero”, es como poder lograr posicionarse en la mente de los consumidores, mediante la correcta aplicación de las estrategias. **Objetivo general:** Elaborar un plan promocional que permita incrementar el índice de clientes mediante la utilización de estrategias de Marketing para lograr el posicionamiento de la Compañía de Taxis Convencional “24 de Febrero”.

**Instrumentos de recolección:** El autor utilizo técnicas como observación, encuestas, cuestionarios, entrevistas. **Conclusión:** Implementar estrategias adicionales que mantengan motivados a los socios y colaboradores de la compañía

En el cual (RAMOS, 2014) menciona que: “Mediante la correcta implementación de estrategias podemos lograr seducir a los clientes y estar posicionados en la mente de los mismos además de transmitir un alto grado de nivel competitivo dentro del entorno” (pág. 25).

**TRABAJO DE TITULACIÓN ANÁLISIS DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA MEJORAR EL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN DE LA EMPRESA BULTRIMS S.A. (Universidad de Guayaquil).**

**Problema:** La competencia de empresas extranjeras de mayor capacidad económica y con estrategias fortalecidas bajo esta primicia (económica), luego competidores nacionales, por esta razón se utilizan estrategias para tratar de captar clientes. **Objetivo:** Diseñar un plan estratégico de servicio al cliente para mejorar el proceso de comercialización de la empresa BULTRIMS S.A. en el año 2014.

**Instrumentos de recolección:** Observación, entrevista y encuesta. **Conclusión:** que la información con encuestas, entrevistas, fueron de puntos clave para llegar a la carencia de la empresa y que debe mejorar a través de estrategias tanto en servicio y como empresa.

En la cual (Adrade & Escalante, 2019) mencionan que: “El éxito competitivo de las empresas actuales va más allá de atraer y captar clientes, se centran en lograr mantenerlos por mucho más tiempo, generando en ellos satisfacción y fidelización para maximizar la rentabilidad de la organización” (pág. 18).

Estos autores afirman que las estrategias son herramientas que guían a las

compañías para que éstas tengan el éxito deseado, esto permitirá mantener motivados a los clientes internos, son ellos los encargados de brindar el servicio a los clientes externos, de esta forma la compañía logrará mantener intacta la cartera actual de clientes y por supuesto, ampliarla de tal forma que lidere su segmento de mercado.

**SERVICIO AL CLIENTE: UNA ESTRATEGIA GERENCIAL PARA INCREMENTAR LA COMPETITIVIDAD ORGANIZACIONAL EN EMPRESAS DE VALLEDUPAR - COLOMBIA. (AiBi revista de investigación en administración e ingeniería).**

**Objetivo:** Reflexionar sobre el impacto del servicio al cliente en el incremento de la competitividad organizacional de las empresas de Valledupar, así como proponer estrategias que permitan incrementar esta productividad. **Conclusión:** se debe implementar estrategias de servicio en las empresas mediante la inversión en programas de desarrollo de personas que permita trabajar hacia el camino de la excelencia agregando un valor diferenciador con el fin de hacer empresas más competitivas.

En dicho artículo (Daza, Daza, & Pèrez, 2017) menciona que:

No es suficiente trabajar por tener o conseguir un cliente, lo importante es mantenerlo y es por ello que cuando se inserta el servicio la estrategia es útil aprovechar lo planteado por quien expresa que las estrategias "son el camino, o los caminos, que decidan recorrer los directivos para lograr los objetivos" (pág. 2).

**ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO DE COMPETITIVIDAD EN EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA.** ScienceDirect.

**Objetivo** del estudio: hace énfasis en describir, analizar y correlacionar los sistemas de información, las acciones promotoras de la innovación y los procesos de toma de decisiones como factores de incremento de la inteligencia de negocios en el desarrollo de competitividad desde el enfoque de la gestión del conocimiento en las empresas del sector de tecnologías de información.

**Resultado:** se plantean a partir de ambas perspectivas iniciales, la cualitativa y la cuantitativa; en ambos casos, se llega a conclusiones que determinan el constructo sobre la inteligencia de negocios y su influencia en el desarrollo competitivo de las organizaciones.

En dicho artículo (Ahumada & Perusquia, 2016) mencionan que: “La posibilidad de elevar la competitividad de las empresas es un eje que no depende enteramente de la misma organización. Para ello es importante la existencia de los medios que faciliten el acceso a los mercados nacionales e internacionales” (pág. 23).

Dichos autores se enfocan en que la competitividad no solo se trata de atraer más clientes, sino lograr la fidelización hacia la marca de la compañía consolidándola a futuro, por medio de las estrategias se logra satisfacer las necesidades y sobrepasar las expectativas del cliente sobre el servicio, obteniendo.

## **1.2. Fundamento y Concepto Teórico.**

### **1.2.1. Estrategias de Servicio: Variable Independiente.**

#### **1.2.1.1. Estrategias.**

Acero (2016) en el libro “Estrategias de creación empresarial”, manifiesta que: “Las estrategias son las decisiones con las que se espera concretar y ejecutar los proyectos” (pág. 19).

Kerin, Hartley, & Rudeluis (2014) en el libro “Marketing”, define las estrategias como: “El curso de la acción a largo plazo de una organización, diseñado para lograr una experiencia única del cliente y, al mismo tiempo, alcanzar sus metas”.

En base a lo que manifiestan los autores se puede deducir que las estrategias son una serie de acciones que contribuyen al logro de objetivos de toda organización, por lo que es muy importante que la compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey implemente estrategias que permitan brindar un servicio de calidad por parte de sus colaboradores hacia los clientes.

#### **1.2.1.2. Servicio.**

Escudero (2015) en el libro “Servicio de atención comercial”, manifiesta que “Un servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte pueda ofrecer a otra. Es esencialmente intangible y no se puede poseer. Su prestación va ligada necesariamente a un producto físico y a los servicios” (pág. 11).

Kerin, Hartley, & Rudeluis (2014) en el libro “Marketing”, definen al servicio

como “Actividades o beneficios intangibles que proporciona una organización para satisfacer las necesidades de los consumidores a cambio de dinero u otro tipo de valor”.

La palabra servicio se refiere a un conjunto de actividades brindadas por un experto con el fin de ayudar a la persona que lo solicite, por ende, es de gran importancia que las compañías que brindan algún tipo de servicio cuenten con personas capacitadas con el fin de mantener satisfechos a sus clientes; en el caso de la compañía de taxis ejecutivos transmuey es fundamental conocer las necesidades del cliente y buscar superar sus expectativas sobre el servicio.

#### **1.2.1.3. Estrategias de Servicio.**

García (2016) en el artículo “Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente”, manifiesta que las estrategias de servicio son: “La necesidad de establecer medidas que permiten unificar todos los niveles, para canalizarlos procesos de la empresa hacia la satisfacción de las exigencias y requerimientos de los clientes” (pág. 383).

Mejía (2015) en el libro “Convierta su consultorio en una empresa exitosa”, recalca que:

El servicio es intangible y siempre es distinto para cada persona, quien lo interpreta desde su propio punto de vista. No obstante, el buen servicio se identifica con una franca y positiva actitud de colaboración hacia los demás. Reúne un conjunto de estrategias que diseñamos con nuestros clientes

internos para satisfacer mejor las necesidades y expectativas de nuestros clientes externos (pág. 157).

Las estrategias de servicio son relevantes para las compañías que están enfocadas en la mejora continua con el fin de satisfacer las necesidades y exigencias del mercado, la compañía de taxis ejecutivos Transmuey busca implementar estrategias que permitan a sus colaboradores brindar un servicio de calidad hacia el usuario.

#### **1.2.1.4. Procesos.**

Giménez (2014) en el libro “Seguridad en equipos informáticos”, menciona que: “La definición de proceso depende del ámbito que se emplee el término. Así, un proceso de negocio representa al conjunto de trabajos que se realizan para generar un producto o servicio”.

Luna (2015) en el libro “Proceso Administrativo”, recalca que: “Un proceso es el conjunto de pasos o etapas necesarias para realizar una actividad” (pág. 36).

Según lo antes mencionado por los autores se puede argumentar que un proceso está compuesto por una serie de pasos que se enfocan en cumplir con el resultado esperado, es importante recalcar que la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey debe plantear procesos que permitan la especialización en las actividades y optimización de tiempo, encaminándose al logro de los objetivos trazados.

#### **1.2.1.5. Procesos Administrativos.**

Ramírez (2017) en el libro “La gestión administrativa en el desarrollo empresarial”

manifiesta que: “El proceso administrativo, es un conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración, mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral”.

Blandez (2014) en el libro “Proceso Administrativo” menciona que:

Se le llama proceso administrativo porque dentro de las organizaciones se sistematiza una serie de actividades importantes para el logro de objetivos; en primer lugar, estos se fijan, después se delimitan los recursos necesarios, se coordinan las actividades y por último, se verifica el cumplimiento de los objetivos.

De acuerdo con los autores puede definirse que el proceso administrativo es una serie de actos establecidos por la alta gerencia de una organización, en cuanto a la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey busca la eficiencia y eficacia en todas las actividades realizadas; por ende, se considera necesario implementar dicho proceso para controlar los recursos de manera sistemática y ordenada.

#### **1.2.1.6. Procesos de Comunicación.**

Munch (2015) en el libro “Manejo del proceso administrativo” manifiesta que: “El proceso de comunicación comprende múltiples interacciones que abarcan desde las conversaciones telefónicas informales hasta los sistemas de información más complejos. Para realizar el trabajo adecuadamente en toda empresa, se requieren sistemas de comunicación eficaces”.

Sánchez (2014) en el libro “Técnicas de comunicación y de relaciones”, estableció

que: “Proceso que tiene como fin principal intercambiar y compartir información entre dos o más sujetos” (pág. 9).

Un eficiente proceso de comunicación en la compañía de taxis ejecutivos Transmuey facilitará el cumplimiento de las actividades ya que la información brindada por la alta gerencia llegara hasta su destino de forma rápida y efectiva, de la misma forma desde el momento que el cliente solicite el servicio hasta que culmine el servicio, lo que dará como resultado un excelente ambiente laboral.

#### **1.2.1.7. Servicio.**

Vera & Collins (2018) en el artículo científico “El servicio al cliente como filosofía y factor de posicionamiento de las cooperativas de taxis”, menciona que:

Para toda empresa el servicio al cliente deber ser parte de la filosofía corporativa, es decir, tener como valor fundamental de quienes integren una empresa, la vocación de servicio de calidad, procura de esta forma un ambiente armónico entre clientes internos, para posteriormente generar una interacción idónea entre cliente interno y externo referente a la prestación de un servicio, por ello, es necesario que para satisfacer de forma total a los clientes externos, lo internos deben estar realmente identificado con la cultura corporativa, para ello las empresas deben saber diseñar de forma adecuada la cultura en función de los clientes internos y de los clientes externos (pág. 4).

Muñoz (2015) en el libro “Gestión, control y calidad en el servicio de transporte de

viajeros por carretera”, menciona que: “Los servicios ofrecidos por los operadores de transporte deben asegurar que sea eficaz en determinadas categorías de viajeros con exclusión de otros, siempre y cuando se efectúen de forma controlada y bajo las condiciones especificadas” (pág. 167).

Los autores se enfocan en que las compañías que brindan el servicio de transporte deben enfocarse en la motivación de los clientes internos debido a que ellos son los que tienen el contacto directo con el cliente al momento de brindar el servicio, por tal motivo son los encargados de lograr un nivel máximo de satisfacción en el usuario.

#### **1.2.1.8. Capacitación.**

Hernández & Juárez (2015) en el libro “Derecho laboral y la administración de recursos humanos”, mencionan que: “Capacitar implica preparar al trabajador para el desarrollo y desempeño de un trabajo distinto al que normalmente realiza y que por regla general es mejor retribuido” (pág. 61).

Orozco (2017) en el libro “El impacto de la capacitación”, manifiesta que:

La capacitación es una actividad educativa que coadyuva al desarrollo de las capacidades humanas. Es un proceso simple cuando es utilizado como medio para proveer conocimientos, sin embargo se toma positivamente complejo cuando es parte de un sistema integral de formación para generar cambios en las personas (pág. 6).

En la compañía de taxis ejecutivos Transmuey se debe considerar la capacitación

de sus colaboradores como una inversión, debido a que la finalidad es mejorar el presente con el fin de fortalecer el futuro por medio del conocimiento y especialización del trabajador, por lo tanto se recomienda implementar un plan de capacitación.

#### **1.2.1.9. Motivación.**

López (2014) en el libro “Plan de recursos humanos”, manifiesta que: “Motivación es aquello que explica que las personas hagan o no hagan las cosas, es la predisposición del trabajador hacia determinadas actuaciones, es el conjunto de motivo y acción” (pág. 87).

Rodriguez (2014) en el libro “Gestión de la fuerza de cuentas y equipos comerciales”, manifiesta que: “La motivación se expresa en la energía impulsadora que define una determinación para alcanzar objetivos, solventando cualquier reto, buscando los recursos que necesita, aportando sus conocimientos” (pág. 159).

La motivación dentro de la compañía de taxis ejecutivos Transmuey ayudará a que los trabajadores se sientan comprometidos con las actividades encomendadas por parte de la administración, lo cual encamina a que los clientes internos se esfuercen por brindar un servicio de calidad con el fin de obtener algún tipo de recompensa o beneficio.

#### **1.2.1.10. Satisfacción al Cliente.**

Pèrez (2017) en el libro “Comercialización de productos y servicio en pequeños negocios o microempresas”, hace referencia acerca de: “La satisfacción es, pues,

un concepto abstracto que el cliente emplea para medir el grado con el que el producto sirve a la finalidad que él ha establecido” (pág. 89).

Vélez (2017) en el libro “Dirección de la actividad empresarial de pequeños negocios o microempresas”, menciona que: “La satisfacción del cliente está determinada por el rendimiento percibido, las expectativas y los niveles de satisfacción” (pág. 44).

La satisfacción de los clientes de la compañía de taxis ejecutivos transmuey permitirá alcanzar el éxito deseado, debido a que un cliente satisfecho se vuelve fiel y este recomendará el servicio a sus conocidos, la satisfacción se enfoca desde los involucrados internos hasta el usuario final.

#### **1.2.1.11. Atención al cliente.**

Arenal (2018) libro “Gestión de la atención al cliente/consumidor”, menciona que:

El servicio de atención al cliente es el área de la empresa responsable de conectar con el mercado. Este servicio debe responsabilizarse de posibilitar el cumplimiento de expectativas de los clientes, es decir proporcionarle el bien o servicio en las condiciones pactadas (pág. 54).

Pèrez (2017) en el libro “Comercialización de productos y servicio en pequeños negocios o microempresas”, argumenta que:

Atención al cliente a aquel servicio que prestan las empresas de servicios o que comercializan productos, entre otras, a sus clientes, en caso que estos

necesiten manifestar reclamos, sugerencias, plantear inquietudes sobre el producto o servicio en cuestión, solicitar información adicional, solicitar servicio técnico, entre las principales opciones y alternativas que ofrece este sector o área de las empresas a sus consumidores (pág. 88).

La atención que deben brindar los clientes internos de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey debe ser de calidad desde el momento que el usuario solicita el servicio hasta que el usuario llegue a su lugar de destino, las operadoras tienen la responsabilidad de contestar y resolver todas las inquietudes que tiene el usuario sobre el servicio que está solicitando.

#### **1.2.1.12. Fidelización.**

Martínez (2016) en su libro “Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas”, menciona que: “La fidelización consiste en las tareas tendientes a que el cliente vuelva a repetir su compra a largo tiempo. Los clientes fiables permiten obtener ingresos recurrentes con los que pueda contar la empresa”.

García (2015) en el libro “Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas”, establece que: “La fidelización se define como las operaciones cuyo objetivo es lograr que los clientes tengan una vinculación estable con la empresa a lo largo de un periodo de tiempo dilatado” (pág. 22).

La fidelización nace de los clientes satisfechos que al recibir un servicio de calidad lo solicitan de forma continua. La Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey busca

satisfacer y superar las necesidades de sus clientes por medio de las estrategias de servicio que permitirán mejorar la competitividad.

### **1.2.3. Competitividad: Variable Dependiente.**

#### **1.2.3.1. Competitividad.**

Gutiérrez (2014) en el libro “Calidad y Productividad”, menciona que: “La competitividad se entiende como la capacidad de una empresa para ofrecer un producto o servicio de mejor manera que sus competidores” (pág. 16).

Chamba (2014 ) en el libro “Gestión de la calidad”, menciona que: “La competitividad capacidad de una empresa de generar valor para el cliente, proveedores, accionistas; de mayor manera que sus competidores” (pág. 25).

Las compañías logran ser competitivas en el mercado mediante la implementación de herramientas o estrategias que permitan mejorar la gestión administrativa, de esta forma obtener la eficiencia en el servicio que brinda a sus clientes, otorgando un valor adicional que la competencia, por tal motivo la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey busca incrementar beneficios otorgados a sus clientes a diferencia de su competencia.

#### **1.2.3.2.Ventaja Competitiva.**

Roca (2015) en el libro “Desarrolla con éxito tu marca personal”, menciona que: “Alguien tiene ventaja competitiva cuando tiene alguna característica diferencial sobre sus competidores que le permite conseguir unos rendimientos superiores de

forma sostenible en el tiempo”

Ortega & Espinosa (2015) en el libro “Plan de internacionalización empresarial”, mencionan que:

Una ventaja competitiva la podríamos definir como cualquier atributo o especificidad de un producto o servicio conocido y valorado positivamente por nuestros clientes que diferencian a la empresa respecto de su competencia, ya sea a nivel nacional o a nivel internacional (pág. 29).

Según los autores la ventaja competitiva se la vincula con superar a los competidores por medio de una característica singular; sin embargo, la Compañía Transmuey tiene como fortaleza ser la única compañía de taxis ejecutivos en la parroquia José Luis Tamayo la cual brinda su servicio por medio de llamadas telefónicas y cuenta con unidades activas las 24 horas del día.

### **1.2.3.3.Calidad.**

Cortés (2017) en el libro “Sistemas de gestión de calidad”, menciona que: “Implementación de un conjunto de acciones planificadas y sistemáticas que eran necesarias para proporcionar la confianza adecuada de que un producto o servicio satisface los requisitos dados” (pág. 8).

Munch (2015) en el libro “Manejo del proceso administrativo”, menciona que: “Implica la satisfacción de las expectativas del cliente mediante el cumplimiento de los requisitos” (pág. 7).

Según los autores la calidad está definida como una característica inherente de algún producto o servicio logrando satisfacer las necesidades del consumidor, la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey busca implementar la calidad en todos los procesos de tal forma que sus clientes reciban un servicio eficiente y eficaz.

#### **1.2.3.4.Diferenciación.**

Pèrez (2018) libro “Comportamiento humano y habilidades”, menciona que:

Consiste en diferenciar el producto o servicio que ofrece la empresa, es decir, en crear algo que sea percibido en el mercado como único. Los métodos para conseguir la diferenciación pueden tomar muchas formas: diseño o imagen de carga, tecnología, servicio y atención al cliente, la cadena de distribución, etc. (pág. 147).

Huertas y Domínguez (2016) en el libro “Decisiones estratégicas para la dirección de operaciones en empresas de servicios y turísticas”, en el cual mencionan que: “La diferenciación, dentro de un mercado, es cualquier característica, ya sea real o aparente, que permite a una empresa y a sus productos presentarse de forma diferente a los consumidores respecto al resto de la competencia en el mercado” (pág. 29).

Las compañías buscan establecer su propia identidad con el fin de lograr diferenciarse de sus competidores, por tal razón la Compañía Transmuey debe implementar cambios que fortalezcan la imagen corporativa, un servicio único, novedoso y este sea el motivo por el que los clientes prefieran trasladarse en las

unidades de la organización.

#### **1.2.3.5. Recursos.**

Aparisi, y otros (2015) en el libro “Los recursos territoriales valencianos: Bases para el desarrollo”, argumentan que: “Se entiende por recurso aquel elemento que es utilizable por una colectividad para acudir a satisfacer una necesidad o llevar a cabo una empresa”.

Noguera (2016) en el libro “La visión territorial y sostenible del desarrollo local”, menciona que: “Se entiende por recurso cualquier elemento natural, cultural o producto de cualquier manifestación de la vida humana con capacidad para generar desplazamiento con el fin de su disfrute”. (pág. 345)

Los recursos ayudan a que las organizaciones puedan brindar un producto o servicio debido a que comprenden desde los materiales tangibles hasta aquellos de difícil percepción como la productividad o el valor de la marca, por lo tanto la Compañía Transmuey debe contar con los recursos necesarios para brindar el servicio.

#### **1.2.3.6. Talento Humano.**

Colucci (2015) en el libro “Estrategia Metodológica para el desarrollo curricular de la especialización en Gestión del Talento Humano en las Organizaciones”, hace referencia que:

Talento Humano en las organizaciones como un conjunto de procesos secuencias en interacción dialéctica; articula los componentes del plan

formativo mediante la organización, gestión y evaluación de su diseño curricular para garantizar la calidad educativa y pertinencia social requeridas en la formación integral del participante y responder así, a las demandas sociales y productivas. (pág. 15)

Gallardo, Cruz, & Fajardo (2015) en el libro ¿Cómo diseñar una organización? mencionan lo siguiente:

Desde la perspectiva de las personas que componen la organización cobran un papel muy relevante, ya que aunque son incidentemente tangibles, ofrecen el recurso intangible de sus destrezas, conocimientos y habilidades de razonamiento para la toma de decisiones y la ejecución de las mismas.

Alvarado & Barba (2016) en el libro “Gestión de talento humano e innovación de la enseñanza y aprendizaje” hace referencia que: “se define también a partir de diferentes corrientes teóricas, porque podría llegar a confundirse con términos tales como competencias, capital humano, destrezas o habilidades, entre otros”.

El talento humano es indispensable debido a que ellos son los que le dan vida a la empresa por medio del conocimiento, aptitudes, experiencia y habilidades para desenvolverse en las actividades encomendadas, por ende Transmuey debe capacitar a sus clientes internos para brindar un excelente servicio a los clientes.

### **1.2.3.7. Innovación.**

Mantulak (2015) en el libro “Gestión estratégica de los recursos tecnológicos en pequeños aserraderos de la provincia de misiones Argentina”, hace referencia que:

“El conjunto de recursos tecnológicos que gestionados de manera creativa, coordinada y sistemática, permiten aprovechar las fortalezas internas y las oportunidades externas, con el propósito de potenciar la capacidad de gestión y de producción, de manera que contribuyan a mejorar sosteniblemente la posición competitiva” (pág. 19).

Cerveròn & Ybarra (2016) En el libro “La innovación empresarial en Ontinyent y su entorno”, menciona que: “Se entiende por innovación la concepción e implementación de cambios significativos en el producto, el proceso productivo, la mercadotecnia o la organización de la empresa con el propósito de mejorar los resultados” (pág. 11).

La innovación constante en las compañías de taxis es fundamental debido a que esto permite brindar un excelente servicio mediante la implementación de medidas modernas que faciliten el proceso al momento de brindar el servicio y mejorar el resultado. La innovación en la Compañía Transmuey ayudará mucho a cumplir con las actividades de una forma rápida y segura.

#### **1.2.3.8. Análisis Competitivo.**

Hidalgo (2017) en el libro “Idea, producto y negocio: Tres pasos en la creación de productos y servicios digitales innovadores”, menciona que: “Se basa en muchas ocasiones en averiguar que hacen nuestros competidores e intentar mejorarlo”

Prat (2016) en el libro “Posicionamiento web: estrategias de SEO: Google y otros”, argumenta que:

El estudio de la competencia es fundamental en toda compañía, a menos que su actividad sea completamente novedosa y no haya competencia, lo que será bastante improbable. La finalidad será intentar proponer algo mejor de lo que ofrecen sus adversarios comerciales y, al mismo tiempo evitar cometer los mismos errores. (pág. 83)

Según los autores un análisis competitivo consiste en relacionar la compañía con el entorno que la rodea, la Compañía Transmuey mantiene como fortaleza que es la primera y única compañía que brindan el servicio por medio de llamadas telefónicas en la parroquia José Luis Tamayo; sin embargo como competencia a superar se consideran los taxis convencionales.

#### **1.2.3.9.Capacidad de Respuesta.**

Río (2018) en el libro “Información y atención al visitante”, menciona que: “Eficiencia con la que el usuario interpreta el mensaje recibido la habilidad para ayudar a los clientes y ofrecerles un servicio rápido y oportuno” (pág. 115).

Alcaide (2015) en el libro “Fidelización de clientes 2”, menciona que:

Capacidad de respuesta significa, por ejemplo, ofrecer un servicio rápido, contestar de inmediato las llamadas telefónicas de los clientes, flexibilidad para adecuarse a las necesidades de los clientes, enviar de inmediato la información solicitada por los clientes, conceder las entrevistas en el plazo más breve posible, mantener suficiente personal a disposición de los clientes y similares. (pág. 44)

Los autores argumentan que la capacidad de respuesta comienza desde que el cliente solicita el servicio hasta que el cliente llegue a su lugar de destino, considerando que la Compañía de Taxis Transmuey brinda el servicio por medio de llamadas la capacidad de respuesta se mide desde la primera llamada hasta que el chofer informe a las operadoras la disponibilidad.

#### **1.2.3.10. Tiempo de espera.**

Tolosa (2016) en el libro “Técnicas de mejora continua en el transporte”, menciona que: “Tiempo medio que transcurre desde que un registro entra en el sistema hasta que finaliza su proceso” (pág. 101).

Escudero (2017) en el libro “Comunicación y atención al cliente 2”, menciona que:

Uno de los aspectos fundamentales de insatisfacción es el tiempo de respuesta o espera. El consumidor valora de modo distinto el tiempo que tarda en ser atendido dependiendo de la fase del proceso de consumo en la que se encuentre. (pág. 231)

La Compañía Transmuey busca brindar un servicio eficiente y eficaz, por ende debe preocuparse por reducir el tiempo de espera de los clientes, la especialización en las áreas de trabajo optimizara el tiempo de una actividad y con un excelente proceso de comunicación se logrará atender al cliente de forma rápida y segura.

#### **1.2.3.11. Precio.**

Pérez (2015) libro “Marketing y ventas”, menciona que: “Es una de las variables

que más influyen en la decisión final del consumidor, sobre todo cuando comprara nuestro producto con uno de competencia que presente las mismas características y la diferencia en términos económicos sea muy significativa” (pág. 15).

Ayensa (2017) en el libro “Operaciones administrativas de compraventa”, menciona que: “Se denomina precio al importe asignado por la obtención de bienes o servicios” (pág. 22).

La Compañía de Taxis ejecutivos Transmuey debe considerar que el precio es un factor importante al momento de brindar el servicio, debido a que los clientes tienden a comparar esta variable con la competencia y optan por solicitar el servicio con el menor precio.

## **1.1.FUNDAMENTACIÓN.**

### **1.1.1. Fundamentos sociales.**

La Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey surgió debido a la falta de unidades al momento de trasladarse de un lugar a otro de forma rápida y segura de los habitantes de la parroquia José Luis Tamayo, a causa de esta problemática se evidenció la necesidad de crear una compañía buscando el beneficio de la sociedad.

Guamán (2016) en el trabajo de titulación “Elaboración de plan estratégico para la compañía de Taxis Ejecutivos Loja Turística S.A. en la ciudad de Loja, periodo 2015-2019”, menciona que:

Las empresas se crean para satisfacer las necesidades de sus clientes; un

cambio en dichas necesidades impactará las actividades de la empresa, obligándola a adaptarse al nuevo entorno. Las necesidades, gustos, hábitos y preferencias de los consumidores cambian debido a muchos factores. Entre éstos podemos destacar las nuevas formas de vida aprendidas a través de los medios de comunicación, la migración o movimiento físico de las personas entre las zonas rurales y urbanas, los cambios en el nivel o grado de educación de la población. (pág. 51)

En cuanto a los aspectos sociales las preferencias de los usuarios varían constantemente con el transcurso del tiempo por lo que las compañías de taxis tienen que adaptarse a dichos cambios con el fin de satisfacer las necesidades y mantener la fidelización de los clientes, un servicio de calidad impactará de forma positiva en la sociedad.

### **1.1.2. Fundamentos psicológicos.**

La psicología en el ámbito organizacional se encarga del estudio del comportamiento del ser humano y sus experiencias en el contexto del trabajo desde la perspectiva individual, grupal y organizacional. Por ello se deben desarrollar buenas relaciones laborales, a través de un clima organizacional afable en el ámbito interno; mientras que, desde el punto de vista externo, el cliente debe recibir una buena atención por parte del personal.

Por el servicio que brindan las compañías de transporte en taxis, específicamente de la Provincia de Santa Elena, resulta fundamental e imprescindible desarrollar estrategias de servicio enfocadas a la calidad, en donde el personal que mantiene

contacto directo con el cliente, tiene la responsabilidad de atender de la manera más adecuada sus requerimientos. Es importante mencionar que gran parte de la responsabilidad es asignada a las operadoras y conductores, quienes deben desarrollar compromiso hacia la organización y a los clientes.

### **1.1.3. Fundamentos filosóficos.**

Los fundamentos filosóficos, se argumentan con los aportes teóricos de los autores precursores las variables en estudio, con la finalidad de exponer un punto de vista filosófico como base principal. En ese sentido, la teoría desarrolla por los autores va enfocada a las organizaciones y a la ciencia social administrativa.

De acuerdo a lo antes mencionado, como fundamento filosófico relacionado a la variable independiente estrategias de servicio, se cita los aportes de Humberto Serna Gómez, pues gracias a sus valiosas contribuciones a la ciencia social se establece que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa. Mientras que, respecto a competitividad variable dependiente, se recurre a las aportaciones filosóficas de Michael Porter, quien en sus libros hace referencia a la obtención de la ventaja competitiva en las organizaciones, a través de los procesos que se desarrollan internamente y al análisis del entorno de la organización.

### **1.1.4. Fundamentos legales.**

#### **CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.**

La Asamblea Nacional a través de la Constitución de la República del Ecuador,

señala en los artículos 33 y 394, temas relacionados al derecho de un trabajo digno y al transporte seguro; artículos que, hacen referencia al trabajo de investigación.

**Art. 33.** Es un derecho y un deber social, derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantiza a las personas trabajadoras en pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

**Art. 394.-** El Estado garantizará la libertad de transporte terrestre, aéreo, marítimo y fluvial dentro del territorio nacional, sin privilegios de ninguna naturaleza. La promoción del transporte público masivo y la adopción de una política de tarifas diferenciadas de transporte serán prioritarias. El Estado regulará el transporte terrestre, aéreo y acuático y las actividades aeroportuarias y portuarias.

### **Plan nacional de Desarrollo “Toda una vida”.**

De acuerdo al (Consejo Nacional de Planificación (CNP), 2017), se extrae:

#### **Objetivo 1. Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas.**

El Estado Ecuatoriano garantiza que las personas tengan iguales condiciones de desarrollo, para esto, hace referencia a la inclusión económica y social, con la finalidad de combatir la pobreza, a través de la equidad de oportunidades, ya sean estas, económicas, sociales y culturales. Asimismo, garantiza a los individuos trabajo digno y debidamente asegurado, mediante la seguridad social.

### **Intervenciones Emblemáticas para el Eje 3.**

#### **2. Calidad y calidez en los servicios.**

El estado debe garantizar el derecho de los ciudadanos a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, cuyas propiedades y características garanticen el cumplimiento de sus derechos, así como las necesidades y expectativas ciudadanas.

#### **Reglamento a ley de transporte terrestre tránsito y seguridad vial.**

**Art. 62.-** El servicio de transporte terrestre comercial de pasajeros y/o bienes (mercancías), puede ser de los siguientes tipos:

**Taxi:** Consiste en el traslado de terceras personas a cambio de una contraprestación económica desde un lugar a otro dentro del ámbito inter-cantonal autorizado para su operación, y excepcionalmente fuera de ese ámbito cuando sea requerido por el pasajero. Se realizará en vehículos automotores autorizados para ese efecto con capacidad de hasta cinco pasajeros incluido el conductor. Deberán cumplir las exigencias definidas en el reglamento específico emitido para el efecto y las ordenanzas que emitan los GADs. Además contarán con equipamiento (taxímetros) para el cobro de las tarifas respectivas, durante todo el recorrido y tiempo que fueren utilizados por los pasajeros, los mismos que serán utilizados obligatoriamente a nivel nacional, de tecnología homologada y certificada por la ANT o por los GADs que hayan asumido las competencias, cumpliendo siempre con las regulaciones de carácter nacional emitidas por la ANT de acuerdo a este **Reglamento y las normas**

## **INEN.**

**Ejecutivos:** Consiste en el traslado de terceras personas mediante la petición del servicio, exclusivamente, a través de un centro de llamadas, siendo el recorrido autorizado el solicitado por el cliente.

## **DISPOSICIONES GENERALES.**

**PRIMERA.-** El servicio ejecutivo podrá ser considerado como tal, en los demás que se prevén en el Reglamento conforme al artículo 57 de esta Ley, que establecerá las condiciones técnicas para la prestación de este servicio, que incluirá la propiedad del vehículo y la calificación del conductor como chofer profesional.

## **REGLAMENTO DE TRANSPORTE COMERCIAL DE PASAJEROS EN TAXI CON SERVICIO CONVENCIONAL Y SERVICIO EJECUTIVO.**

### **DISPOSICIONES GENERALES.**

**Art. 10.- Taxi con servicio ejecutivo.-** Es el servicio de transporte comercial que se presta a terceras personas a cambio de una contraprestación económica, que consiste en el traslado exclusivo de personas en forma segura dentro de su ámbito de operación, siempre que no sea servicio de transporte masivo o colectivo, en vehículos de color amarillo, y que se lo contratará única y exclusivamente a través de los medios de telecomunicación establecidos y autorizados por cada uno de ellos. El valor del servicio será definido por la CNTTTSV de acuerdo al nivel de servicio y su cobro será controlado por taxímetro.

**Art. 17.-** Para la prestación del servicio de transporte de taxi en servicio convencional o ejecutivo, se deberá obtener previamente el permiso de operación, que será otorgado por la Comisión Nacional de Transporte, Tránsito y Seguridad Vial, comisiones provinciales o la Comisión de Tránsito de la Provincia del Guayas, según el domicilio donde se brindará el servicio de transporte.

#### **CAPITULO IV.**

#### **DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO EJECUTIVO.**

**Art. 41.-**Todas las unidades habilitadas como para brindar el transporte de taxi con servicio ejecutivo, deberán disponer de un distintivo, emitido por la Comisión Nacional de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, comisiones provinciales, Comisión de Tránsito del Guayas, o por los municipios que tengan las competencias de transporte y tránsito, con su respectivo, número y código, que deberá lucirlo en: el parabrisas frontal y posterior del vehículo y en las puertas laterales exteriores. La vida útil de los taxis de servicio ejecutivo será de 5 años, desde la fecha de fabricación.

**Art. 42.-** El servicio ejecutivo, se desarrollará al amparo del correspondiente contrato verbal o escrito, entre la compañía o cooperativa que brinda el servicio y la empresa o persona natural contratante que lo solicita.

**Art. 43.-**Las compañías o cooperativas de transporte de taxi de servicio ejecutivo deben contar con sistema de comunicación propio o contratado a empresas legalmente autorizadas para brindar este servicio.

## **CAPÍTULO II.**

### **MATERIALES Y MÉTODOS.**

#### **2.1 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN.**

En la presente investigación se utiliza **enfoque cualitativo** que se centra en la descripción de cualidades de las variables que fueron planteadas con la finalidad de determinar la causa de la problemática detectada en la compañía de taxis ejecutivos Transmuey. Para esto, se aplicó la técnica de recolección de datos como es la entrevista a los altos directivos de la compañía.

También se utiliza el método de **enfoque cuantitativo**, el mismo que faculta al investigador objetividad, pues requiere de valores numéricos que deben ser presentados mediante gráficos estadísticos que facilitan la interpretación y el respectivo análisis de los datos obtenidos por medio del cuestionario que se direccionó a los clientes de la compañía.

#### **2.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.**

##### **2.2.1. Investigación Exploratoria.**

Este tipo de investigación consiente en familiarizarse únicamente con el fenómeno, hecho o circunstancia nueva o poco conocida. Es entonces que, permite el primer acercamiento y la descripción del problema a partir del análisis de las causas que lo producen; mediante este tipo de investigación se recoge información utilizando técnicas como entrevista.

### **2.2.2. Investigación Descriptiva.**

Mediante una investigación descriptiva, se pudo especificar las propiedades importantes que existen entre las variables estrategias de servicio y competitividad en la compañía de taxis ejecutivos Transmuey. Ayudó a la descripción de la situación real de la compañía y de los componentes del fenómeno que constituyen el problema. Se procedió a la recopilación de datos cuantitativos, mediante la aplicación de encuestas a los clientes, para posteriormente realizar el análisis cuantitativo.

## **2.3.MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.**

### **2.3.1. Método Deductivo.**

Este método se basa en el planteamiento de ideas generales llegando a conclusiones particulares, la deducción implica cierto grado de incertidumbre y exactitud. Mediante este método, se pudo determinar las causas y efectos del tema investigado, apoyado de trabajos realizados por otros investigadores, los cuales se constituyeron como referencia.

En la investigación actual se observan los componentes que están involucrados en la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey y de esta manera poder deducir de forma empírica sobre las estrategias de servicio y cómo estas influyen en la competitividad. Su objetivo de análisis de basa de lo general a lo particular.

### **2.3.1. Método inductivo.**

Este método tiene mucha influencia en cuanto a la ciencia administrativa, es decir

mediante los resultados obtenidos de trabajos anteriores se puede argumentar que la implementación de estrategias de servicio es una ayuda para el fortalecimiento de la competitividad en compañías de taxis, esta conclusión se emite por la revisión de estudios anteriores que comprueban dicha hipótesis, su objetivo de análisis se basa de lo particular a lo general.

#### **2.4.DISEÑO DEL MUESTREO.**

La población y muestra, son 2 componentes fundamentales para poder realizar el presente trabajo de investigación; en primer lugar, se considera realizar una entrevista al presidente fundador de la compañía que es el actual encargado de la administración, consecuentemente también se necesita la opinión de las personas inmersas a la compañía por lo que se estima realizar una encuesta a los socios, choferes, operadoras y clientes, estos permitirán obtener información verídica para la correcta dirección de la investigación.

##### **2.4.1.1. Población general.**

La población del presente trabajo de investigación se direcciona a la parte administrativa, los interesados internos en este caso son todos los colaboradores y los interesados externos que son los clientes. En los cuales se ven involucrados 30 socios que conforman la compañía, 15 choferes, 1 contador, 3 operadoras y clientes.

##### **2.4.1.2. Población entrevista.**

Se considera que las personas idóneas para realizar la entrevista son el presidente de la compañía y un socio, ya que el cuestionario consta con preguntas

direccionadas a las estrategias de servicio que implementa la compañía.

**Tabla 1** Población de la entrevista.

Población	Población	Técnica
Presidente de la Compañía	1	Entrevista
Socio de la Compañía	1	Entrevista
<b>Total</b>	<b>2</b>	

**Fuente:** Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

#### 2.4.1.3. Población encuesta.

Se emplea el muestreo probabilístico, haciendo uso de la aplicación de la técnica de muestreo aleatorio simple. En cuanto al tamaño de la población se considera el total de clientes registrados en la base de datos de la compañía y mediante la aplicación de la siguiente fórmula establecida en el libro “Estrategias de muestreo” del autor Andrés Gutiérrez Rojas obtendremos el tamaño exacto de la muestra:

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

**n** = Tamaño de muestra buscado.

**N** = Tamaño de la Población.

**Z** = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC).

**e** = Error de estimación máximo aceptado.

**p** = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito).

**q** = (1 – p) = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado.

**Tabla 2** Detalles para calcular la muestra.

Parámetro	Insertar Valor
<b>N</b>	280
<b>Z</b>	1,960
<b>P</b>	50,00%
<b>Q</b>	50,00%
<b>E</b>	5,00%

**Fuente:** Datos de la compañía de taxis ejecutivos “Transmuey”

Una vez aplicada la formula se pudo determinar el tamaño de la muestra, dando como resultado:

Tamaño de muestra “n” = 162

## **2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.**

Las técnicas de investigación son fundamentales para poder obtener información confiable y fidedigna mediante el proceso de indagación, debido a que por medio de ellas se investiga de forma minuciosa el manejo de la compañía. Se debe considerar que la herramienta que se va a utilizar debe ser preparar con ítems o preguntas que nos ayuden a obtener información y aclarar dudas sobre el tema investigado.

### **2.5.1. Observación.**

Esta técnica es la primera que se tiene que realizar al momento de efectuar una investigación debido a que por medio de ella se obtiene información fidedigna, esta herramienta es la que ayudó a identificar el problema actual de la compañía y los efectos de la baja competitividad por no implementar estrategias de servicio, por ende se la realiza de forma directa en la unidad de negocios que se está evaluando.

En cuanto a la investigación actual esta técnica se realizó en la oficina de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey, en donde se pudo determinar que el bajo porcentaje de competitividad que tiene la compañía se da por la falta de estrategias de servicio que permitan brindar un servicio de calidad a los clientes.

### **2.5.2. Entrevista.**

En el presente trabajo de investigación se aplicó la técnica de entrevista al presidente y a un socio de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey, debido a que son considerados como los informantes idóneos y tienen la capacidad de responder todas las interrogantes acerca del tema que se está investigando.

En cuanto al instrumento de recolección de datos está compuesto por 14 preguntas, las cuales fueron formulas con el fin de conocer la situación actual de la compañía, y al mismo tiempo obtener información que ayude a realizar las estrategias de servicio para la Compañía de Taxis Ejecutivos considerando los ideales que tiene el administrador y el enfoque o dirección de la organización.

Las preguntas de la entrevista se realizaron de forma abierta, es decir el entrevistado tiene la libertad para poder expresar su criterio sobre la interrogante planteada, siempre y cuando los datos obtenidos no se desvincule del tema tratado, se debe recalcar que mediante el proceso de la entrevista pueden surgir más interrogantes por parte del investigador, por tal motivo este instrumento no tiene tiempo límite.

### **2.5.3. Encuesta.**

La encuesta se realizó con el fin de poder conocer la opinión de los clientes acerca de las estrategias de servicio que debe implementar la compañía y cómo estas permitirán fortalecer la competitividad de la organización, se considera idóneo que el encuestado llene el formulario de forma anónima y sin presencia del administrador para que no sientan algún tipo de influencia sobre las respuestas. El instrumento se conforma con preguntas cerradas con el fin de facilitar la respuesta.

## CAPÍTULO III.

### ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.

#### 3.1. Análisis de los Resultados de la Observación.

Ficha de observación realizada en la oficina de la Compañía de Taxis Ejecutivos ubicada en el Barrio El Paraíso, Parroquia José Luis Tamayo, Cantón Salinas, Provincia Santa Elena.

**Servicios:** En cuanto al servicio que brinda la compañía se pudo observar que la modalidad aplicada es puerta a puerta, los clientes por medio de llamadas telefónicas a la central solicitan el servicio, la operadora procede a comunicarse por medio de radios para coordinar con la unidad más cercana.

**Actividades coordinadas por procesos:** Se observó un grado de deficiencia al momento de coordinar las actividades debido a que no están estipuladas por medio de un manual de funciones, lo que dificulta conocer las responsabilidades que tiene que cumplir cada colaborador.

**Colaboradores capacitados:** En la visita realizada a la oficina de la Compañía de Taxis ejecutivos Transmuey se estableció que los colaboradores realizan sus funciones de forma empírica basándose en la experiencia adquirida a lo largo de los años.

**Operador:** Se determinó que la función que realiza el operador de la compañía es fundamental debido a que este es el intermediario entre el cliente y el chofer, por lo

que la atención que este brinde al usuario también determinara el grado de satisfacción del cliente. La compañía cuenta con 3 operadores con horarios rotativos con el fin de que atender los requisitos de los clientes las 24 horas del día.

**Número de unidades:** La compañía cuenta con un total de 32 unidades que cumplen con turnos rotativos con el fin de brindar el servicio las 24 horas del día; sin embargo, este número de unidades no es suficiente para abastecer el requerimiento de los usuarios debido a que es la única compañía de taxis ejecutivos en esta parroquia.

**Recursos tecnológicos:** La compañía no cuenta con los suficientes recursos tecnológicos para brindar un servicio de calidad, en cuanto a la oficina y unidades se observa que hacen falta equipos de computación, teléfono celular para la operadora, implementación de cámaras de seguridad en la oficina y en los vehículos, sistema de rastreo.

**Medios para solicitar el servicio:** En cuanto a los medios para solicitar el servicio actualmente solo se maneja por medio de llamadas telefónicas a la central, no se implementan las redes sociales.

**Tiempo de despacho:** El tiempo que tiene que esperar un cliente depende de la distancia en la que se encuentre el vehículo hasta el lugar donde lo solicitan; sin embargo, se considera adecuado el tiempo de espera debido a que algunos clientes solicitan con anticipación el servicio con el fin de que el taxi llegue en el momento indicado.

**Tarifas de precios:** La forma en la que se maneja la tarifa de precios es la adecuada debido a que el cliente al momento de solicitar el servicio brinda información del recorrido que va a realizar y la operadora es la encargada de establecer el precio con el cliente, de esta forma se evita que el cliente se sienta insatisfecho por el precio.

### **3.2. Análisis de los Resultados de la Entrevista.**

Entrevista realizada al Señor Dionicio Bacilio Soriano Presidente de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey S.A. y al Señor Juan Pablo Tomalá Socio de la compañía.

#### **1. ¿Qué tipo de vehículos están registrados en la compañía?**

Existen 30 unidades entre las cuales se encuentran diferentes marcas, modelos; todos deben cumplir con los requisitos establecidos para brindar el servicio.

#### **2. ¿Para ser socios, qué proceso se debe seguir?**

Para ser socios de la compañía se debe seguir algunos procesos, entre ellos y el más importante es asistir a las reuniones para que conozcan los reglamentos de la compañía y en caso que se encuentre de acuerdo a los parámetros establecidos se procede a realizar los trámites correspondientes para la legalización de su unidad.

#### **3. ¿Tiene convenios con empresas para asistencia técnica de los vehículos?**

En la actualidad, la compañía no tiene convenios con ninguna clase de empresa para la revisión de los vehículos, el respectivo mantenimiento de las unidades es

responsabilidad de cada socio, Transmuey se encarga de verificar que los taxis se encuentren en perfectas condiciones al momento de brindar el servicio.

**4. ¿Existe algún tipo de seguro para los usuarios?**

La compañía aun no implementa este beneficio para los clientes, sin embargo se considera primordial implementar seguros con el fin de otorgar seguridad a los choferes y usuarios aumentando la confianza y preferencia del servicio.

**5. ¿La compañía a la cual pertenece, implementa procesos al momento de brindar el servicio?**

Las operadoras conocen el procedimiento a seguir desde el momento que soliciten el servicio por medio de llamadas hasta que el cliente llegue a su destino, los procesos no están estipulados por reglamentos pero todos los miembros de la compañía conocen sus actividades.

**6. ¿La compañía cuenta con programas de capacitaciones para mejorar el servicio?**

Actualmente la compañía no cuenta con programas de capacitaciones internas establecidos; sin embargo, los miembros de la organización reciben capacitaciones anuales de entidades públicas como la comisión de tránsito, municipios, entre otros.

**7. ¿Los colaboradores de la compañía reciben algún tipo de motivación?**

No, debido a la falta de presupuesto, tiempo y coordinación no se pueden implementar algunas estrategias que permitan mejorar el desempeño de los

colaboradores.

### **8. ¿Cómo considera usted la satisfacción?**

La satisfacción nace desde el momento que el cliente realiza la llamada para solicitar el servicio hasta que llegue a su lugar de destino, la operadora y el chofer son los representantes de la compañía al momento de tener contacto directo con el cliente por ende estos deben cumplir con las expectativas y exigencias del cliente, de esta forma se obtendrá la satisfacción y usuario seguirá requiriendo el servicio.

### **9. ¿Cuáles son los factores que usted considera importantes para satisfacer las necesidades de los clientes?**

Los factores más importantes para que el cliente se sienta satisfecho son: Atención al cliente, cumplir con la hora establecida, precio adecuado, respetar las señales de tránsito, mantener las unidades limpias, manejar un vocabulario acorde, vestimenta adecuada, ayudar con las cargas, entre otros.

### **10. ¿Qué tipos de recursos tecnológicos utilizan?**

- Computadora.
- Radio.

No se implementan cámaras de seguridad en las unidades de la compañía debido a que son unidades ejecutivas y el reglamento no permite que estas unidades cuenten con estos dispositivos; sin embargo, en la compañía hacen faltas proyectores, computadoras, teléfonos inteligentes que permitan establecer una red entre todos los miembros de la compañía, dispositivos GPS que permita conocer la ubicación

real del conductor y base de datos actualizada para poder manejar la información del cliente de forma eficiente.

**11. ¿Por medio de que formas se solicita el servicio?**

El servicio lo solicitan por medios de llamadas telefónica, la compañía si tiene cuenta de Facebook pero actualmente solo se maneja por llamadas.

**12. ¿La compañía cuenta con la cantidad de unidades necesarias para brindar el servicio de forma rápida?**

No, en épocas de afluencia de turistas o días festivos hacen falta unidades que brinden el servicio debido a que en la compañía solo están registradas 32 unidades las cuales no abastece el requerimiento de usuarios.

**13. ¿Cómo se estipula la tarifa de precios al momento de brindar el servicio?**

La tarifa de precios se estipula de acuerdo a la distancia desde el lugar donde el cliente solicita el servicio hasta su lugar de destino, la operadora brinda la información necesaria de la unidad que le va a brindar el servicio y precio.

**14. ¿Considera usted que la implementación de estrategias de servicio ayuden a fortalecer la competitividad de la compañía?**

Si, toda compañía busca mejorar constantemente con el fin de que el ambiente laboral sea el adecuado y que el servicio hacia los clientes sea el óptimo para ello se necesita realizar cambios e incrementar estrategias que nos ayuden a obtener lo deseado.

### 3.3. Análisis de los resultados de la encuesta.

#### Pregunta N° 1: ¿Conoce usted cuales son los servicios que ofrece la compañía?

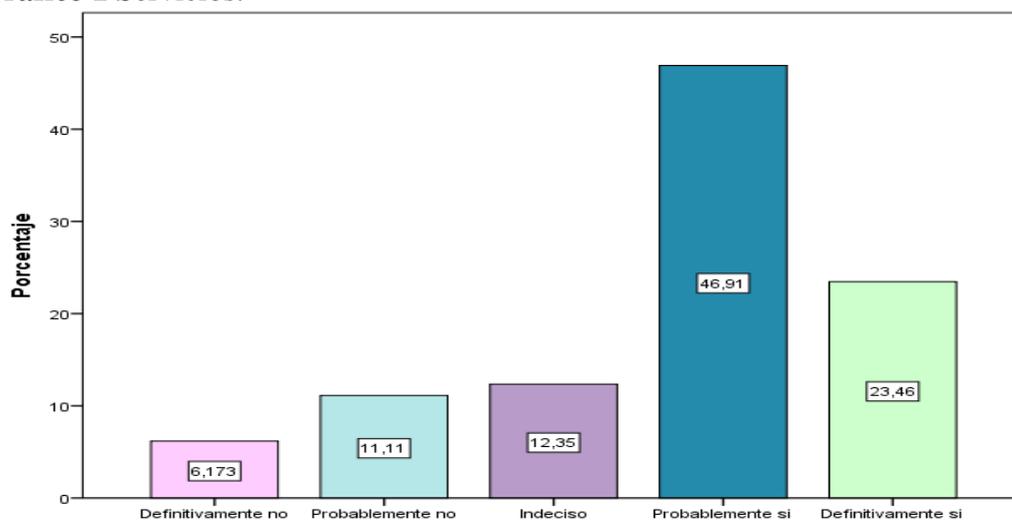
**Tabla 3** Servicios.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	10	6,2	6,2	6,2
	Probablemente no	18	11,1	11,1	17,3
	Indeciso	20	12,3	12,3	29,6
	Probablemente si	76	46,9	46,9	76,5
	Definitivamente si	38	23,5	23,5	100,0
	Total	162	100,0	100,0	

**Fuente:** Clientes de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

**Gráfico 1** Servicios.



**Fuente:** Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

De acuerdo a los resultados obtenidos a las encuestas se puede evidenciar que los clientes probablemente conozcan los servicios que brinda la compañía, seguido de la alternativa definitivamente sí; lo que indica que ya mayoría de los clientes de la compañía de taxis ejecutivos conocen el servicio.

**Pregunta N° 2: ¿Considera usted que la implementación de estrategias de servicio permiten fortalecer la competitividad de la compañía?**

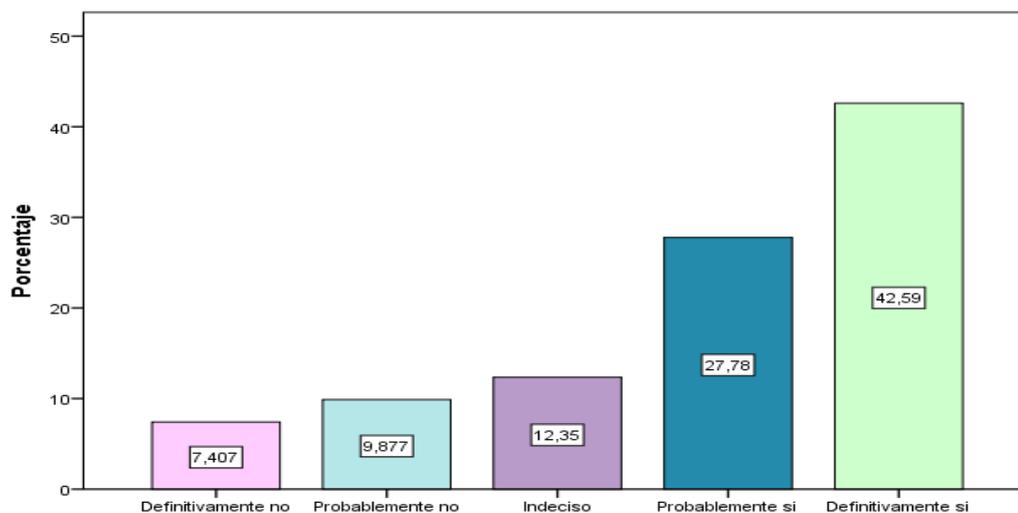
**Tabla 4 Estrategias.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	12	7,4	7,4	7,4
	Probablemente no	16	9,9	9,9	17,3
	Indeciso	20	12,3	12,3	29,6
	Probablemente si	45	27,8	27,8	57,4
	Definitivamente si	69	42,6	42,6	100,0
	Total	162	100,0	100,0	

**Fuente:** Clientes de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

**Gráfico 2 Estrategias.**



**Fuente:** Clientes de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

Según los resultados de la encuesta la mayoría de los clientes consideran que la implementación de estrategias si permitirán fortalecer la competitividad de la compañía, seguido de probablemente sí, lo que indica que los clientes consideran importante que se implementen estrategias para mejorar el servicio.

**Pregunta N° 3: ¿Le gustaría que los usuarios cuenten con algún tipo de seguro?**

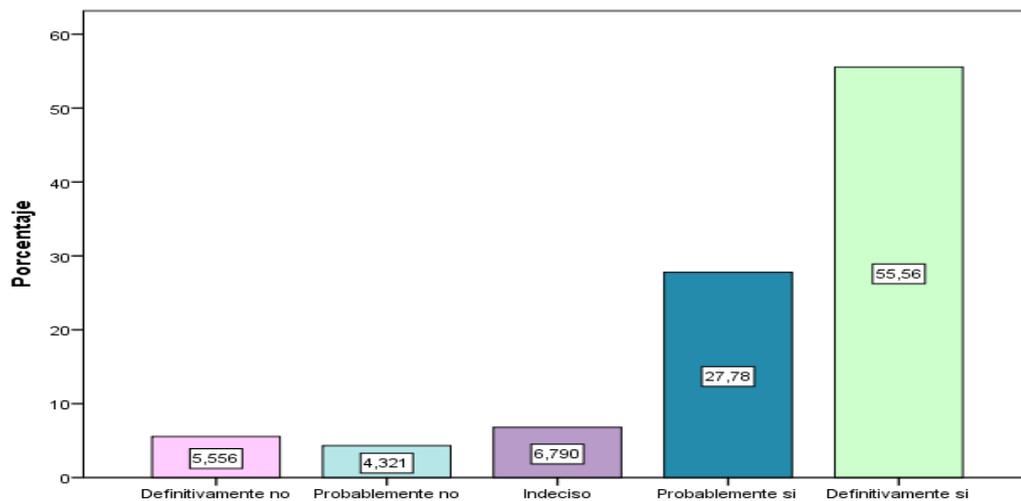
**Tabla 5 Seguro.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	9	5,6	5,6	5,6
	Probablemente no	7	4,3	4,3	9,9
	Indeciso	11	6,8	6,8	16,7
	Probablemente si	45	27,8	27,8	44,4
	Definitivamente si	90	55,6	55,6	100,0
	Total	162	100,0	100,0	

**Fuente:** Clientes de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

**Gráfico 3 Seguro.**



**Fuente:** Clientes de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Del Pezo Suárez Kelly.

En las respuestas obtenidas por los clientes, la mayoría consideran que definitivamente si desean contar con algún tipo de seguro, seguido de probablemente sí; lo que indica que los usuarios están de acuerdo con que la compañía implemente como una de las estrategias asegurar a los clientes, generando de esta forma valor agregado.

**Pregunta N° 4: ¿Considera eficiente el proceso que realiza la compañía de taxis al momento de brindar el servicio?**

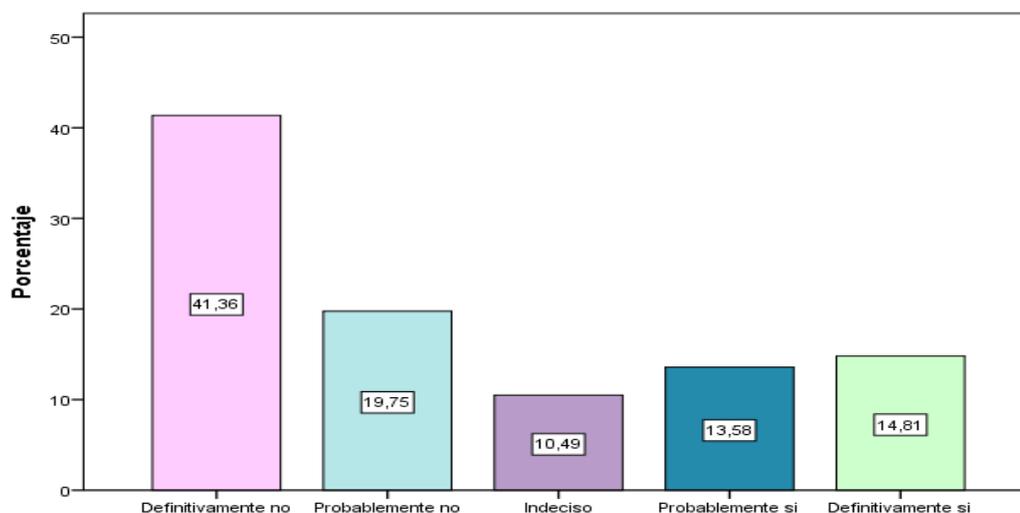
**Tabla 6** Proceso.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	67	41,4	41,4	41,4
	Probablemente no	32	19,8	19,8	61,1
	Indeciso	17	10,5	10,5	71,6
	Probablemente si	22	13,6	13,6	85,2
	Definitivamente si	24	14,8	14,8	100,0
	Total	162	100,0	100,0	

**Fuente:** Clientes de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

**Gráfico 4** Proceso.



**Fuente:** Clientes de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

La respuesta de las encuestas se direccionan en que definitivamente no es eficiente el proceso que realiza la compañía al brindar el servicio, seguido de probablemente no; lo que indica que la compañía tiene falencias en los procesos, por tanto se debe implementar estrategias que contribuyan a mejorar dicho indicador.

**Pregunta N° 5: ¿Considera que la compañía de taxis ejecutivos cuenta con el personal acorde a sus expectativas?**

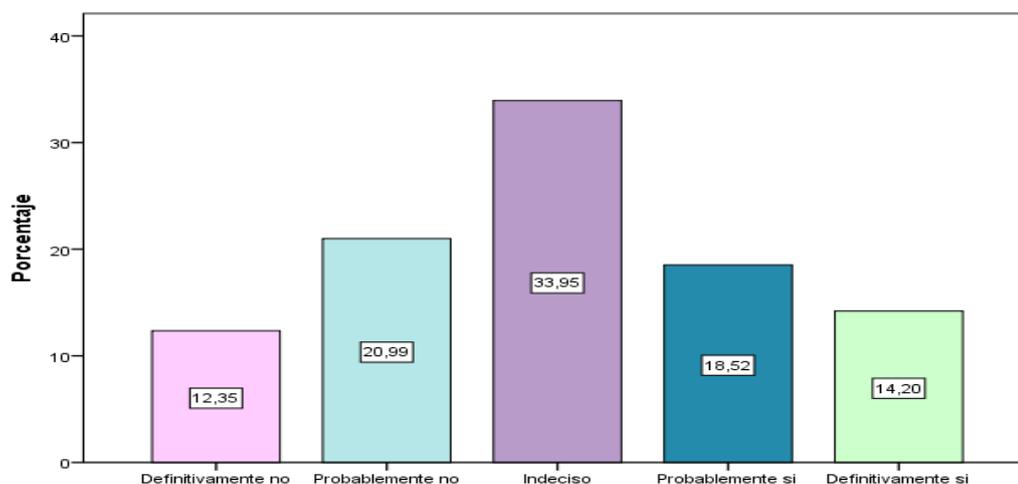
**Tabla 7** Talento humano.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	20	12,3	12,3	12,3
	Probablemente no	34	21,0	21,0	33,3
	Indeciso	55	34,0	34,0	67,3
	Probablemente si	30	18,5	18,5	85,8
	Definitivamente si	23	14,2	14,2	100,0
	Total	162	100,0	100,0	

**Fuente:** Clientes de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

**Gráfico 5** Talento Humano.



**Fuente:** Clientes de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

En las respuestas obtenidas, la alternativa con mayor frecuencia es que los clientes están indecisos sobre la pregunta si es que el personal cumple con sus expectativas, seguido de probablemente no, lo que refleja que el talento humano de la compañía no logra satisfacer las necesidades de los clientes.

**Pregunta N° 6: ¿Considera que la compañía de taxis ejecutivos brinda un servicio de calidad a sus clientes?**

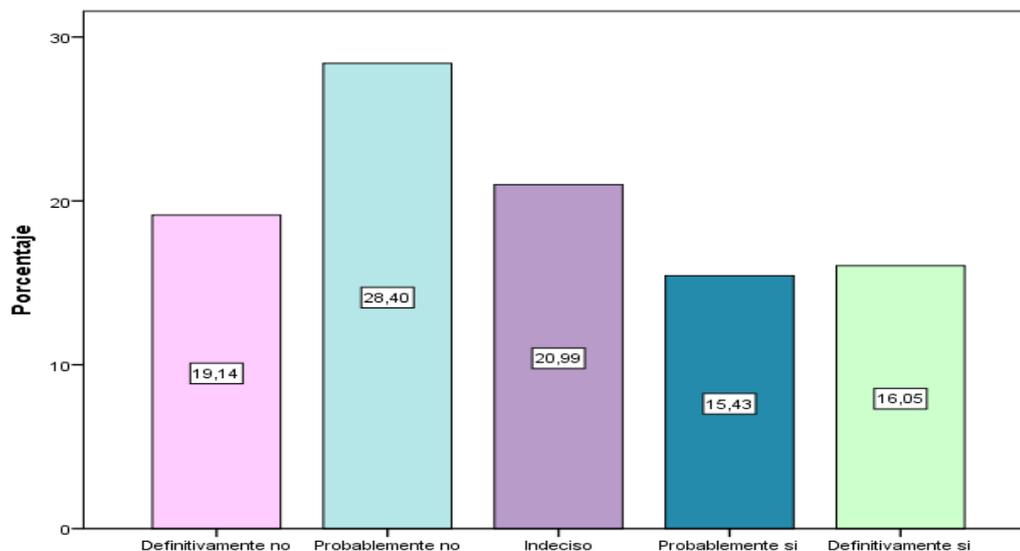
**Tabla 8** Servicio de calidad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	31	19,1	19,1	19,1
	Probablemente no	46	28,4	28,4	47,5
	Indeciso	34	21,0	21,0	68,5
	Probablemente si	25	15,4	15,4	84,0
	Definitivamente si	26	16,0	16,0	100,0
	Total	162	100,0	100,0	

**Fuente:** Clientes de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

**Gráfico 6** Servicio de calidad.



**Fuente:** Clientes de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

Según los resultados de la encuesta, la compañía probablemente no brinda un servicio de calidad, sin embargo, la alternativa de indeciso ocupa el segundo lugar, por lo que se considera importante fortalecer el servicio actual que brinda la compañía.

**Pregunta N° 7: ¿Considera que la compañía debe implementar nuevos recursos tecnológicos con el fin de mejorar el servicio?**

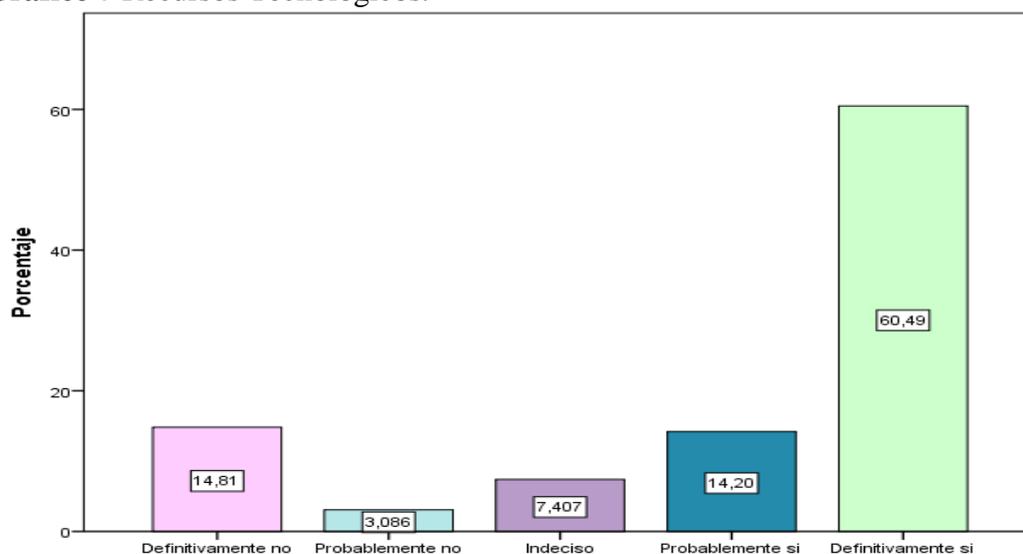
**Tabla 9** Recursos Tecnológicos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	10	6,2	6,2	6,2
	Probablemente no	5	3,1	3,1	9,3
	Indeciso	26	16,0	16,0	25,3
	Probablemente si	23	14,2	14,2	39,5
	Definitivamente si	98	60,5	60,5	100,0
	Total	162	100,0	100,0	

**Fuente:** Clientes de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

**Gráfico 7** Recursos Tecnológicos.



**Fuente:** Clientes de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

Los resultados reflejan que los clientes definitivamente si consideran importante implementar equipos tecnológicos que permitan mejorar el servicio, por lo que la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey debe implementar recursos para mejorar el servicio.

**PREGUNTA N° 8: ¿Considera importante que la compañía implemente las redes sociales para solicitar el servicio de forma rápida?**

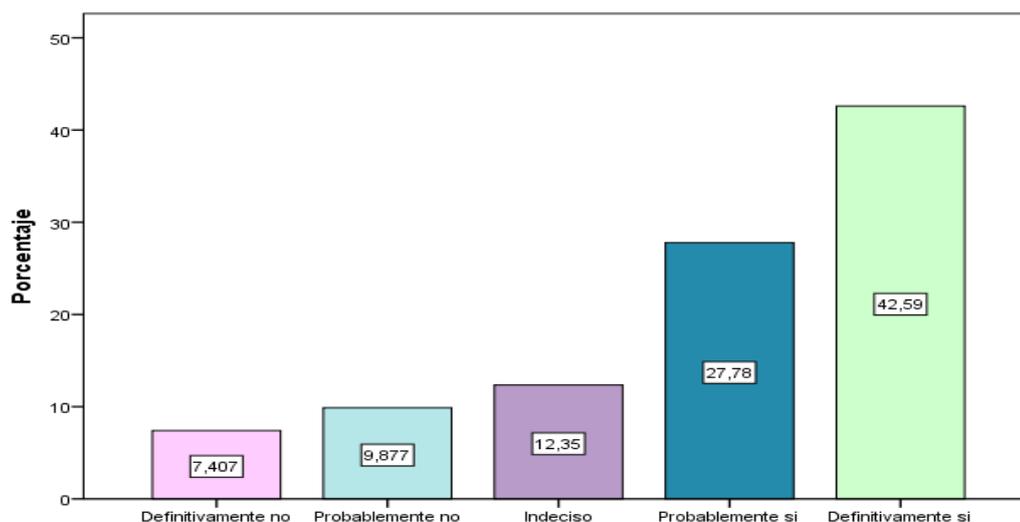
**Tabla 10** Redes Sociales.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	12	7,4	7,4	7,4
	Probablemente no	16	9,9	9,9	17,3
	Indeciso	20	12,3	12,3	29,6
	Probablemente si	45	27,8	27,8	57,4
	Definitivamente si	69	42,6	42,6	100,0
	Total	162	100,0	100,0	

**Fuente:** Clientes de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

**Gráfico 8** Redes sociales.



**Fuente:** Clientes de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

Según las respuestas los clientes definitivamente si desean que la compañía implemente las redes sociales para solicitar el servicio de una forma rápida, por tal razón se debe considerar este factor como una de las estrategias debido a que en la actualidad las redes sociales son un medio de comunicación efectivo.

**Pregunta N° 9: ¿Considera adecuado el tiempo que espera el cliente desde el momento que solicita el servicio hasta que llega la unidad?**

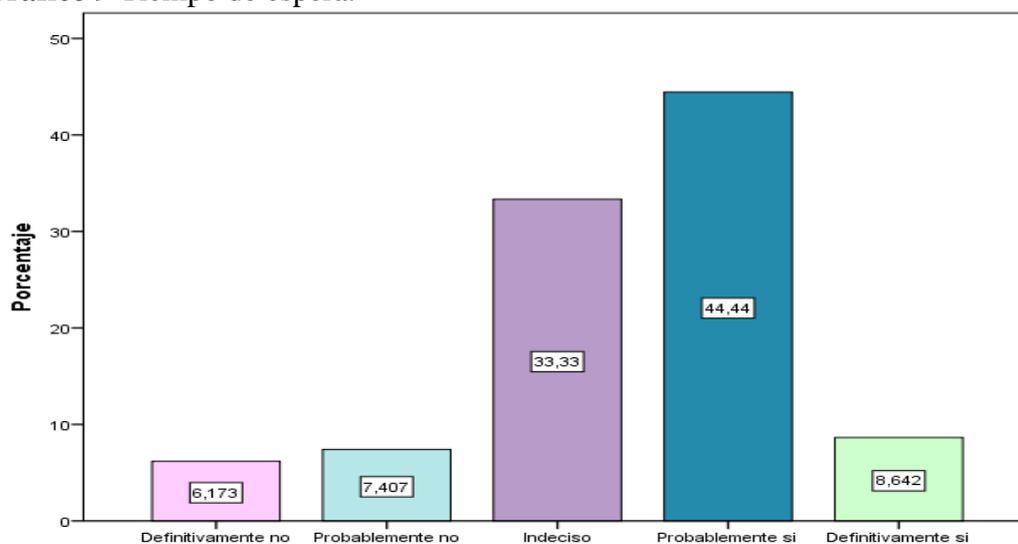
**Tabla 11** Tiempo de espera.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	10	6,2	6,2	6,2
	Probablemente no	12	7,4	7,4	13,6
	Indeciso	54	33,3	33,3	46,9
	Probablemente si	72	44,4	44,4	91,4
	Definitivamente si	14	8,6	8,6	100,0
	Total	162	100,0	100,0	

**Fuente:** Clientes de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

**Gráfico 9** Tiempo de espera.



**Fuente:** Clientes de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

La respuesta con mayor frecuencia es que los clientes están indecisos acerca del tiempo que esperan para recibir el servicio, seguido de la alternativa probablemente sí, lo que indica que el tiempo de espera no satisface totalmente al usuario por lo que se debe buscar alternativas para mejorar este indicador.

**Pregunta N° 10: ¿Considera usted que los precios son los adecuados por el servicio brindado?**

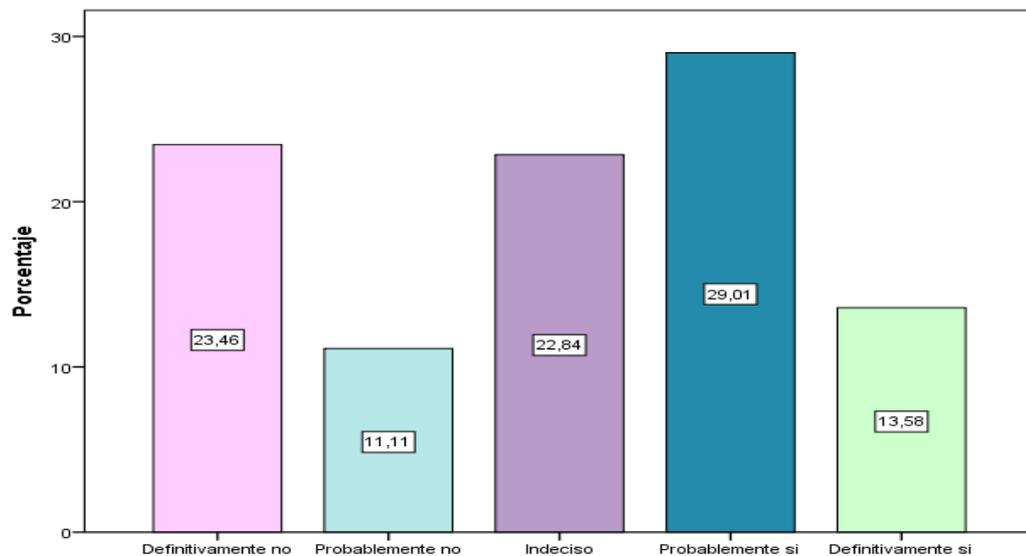
**Tabla 12 Precio.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente no	38	23,5	23,5	23,5
	Probablemente no	18	11,1	11,1	34,6
	Indeciso	37	22,8	22,8	57,4
	Probablemente si	47	29,0	29,0	86,4
	Definitivamente si	22	13,6	13,6	100,0
	Total	162	100,0	100,0	

**Fuente:** Clientes de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

**Gráfico 10 Precio.**



**Fuente:** Clientes de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

La alternativa con mayor frecuencia es que el precio probablemente si es el adecuado por el servicio brindado, lo que indica que los usuarios están satisfechos con la tarifa de precios debido a que al momento de solicitar el servicio, la operadora manifiesta el costo final del servicio con el fin de que el cliente tenga el debido conocimiento.

### **3.3.LIMITACIONES.**

El trabajo de investigación resultó con un grado de complejidad por diferentes situaciones; en primera instancia, resultó difícil conversar con el presidente de la compañía para dialogar y proponer el proyecto debido a que es una persona ocupada y no pasaba mucho tiempo en la oficina.

Al momento de ir a aplicar las técnicas de recolección de datos la operadora manifestó que la compañía tenía nuevo presidente y que no estaba enterado del proyecto, por tal razón se realizó el trámite para solicitar el permiso al nuevo presidente y dar información sobre el tema del trabajo de titulación.

La última limitación en cuanto a la aplicación del instrumento de encuesta se dio debido al desconocimiento por parte de los clientes acerca del tema de investigación, por ello, al momento de la presentación se debió dar una explicación breve sobre el trabajo actual con el fin que los entrevistados sientan confianza al momento de responder las preguntas y de esta forma obtener datos verídicos y confiables.

Se produjeron dificultades en la revisión literaria, debido a la escasa información de artículos científicos relacionados con estrategias de servicio en las compañías de taxis, lo que generó retrasos en el desarrollo de ese apartado. Asimismo, para el desarrollo de las teorías y conceptos se encontró un grado mayor de dificultad, pues no se hallaba información actualizada sobre dicha variable, en función de ese acontecimiento, se vio la necesidad de recurrir a bibliotecas de otras universidades con la finalidad de revisar libros que aporten significativa a la investigación.

### **3.4.RESULTADOS.**

La información recabada ha contribuido a conocer de forma verídica la situación actual de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey en cuanto a las estrategias de servicio y la competitividad, para ello se utilizaron instrumentos de recolección de información cuyos resultados fueron los siguientes.

#### **Observación.**

- Servicio de transporte puerta a puerta.
- Actividades poco coordinadas.
- Operador con horarios rotativos.
- Falta de unidades.
- Carencia de recursos tecnológicos.
- Servicio mediante llamadas telefónicas.
- Tiempo despacho variado.
- Coordinación de precios antes de brindar el servicio.

#### **Entrevista.**

- Vehículos acorde a los reglamentos.
- No cuentan con convenios con ninguna empresa.
- Los usuarios no tienen ningún tipo de seguro.
- Los procesos se efectúan por medio de experiencia.
- Capacitaciones anuales.
- Colaboradores no reciben motivación.

- Se busca satisfacer las necesidades del cliente desde el momento que solicita el servicio hasta que llegue a su destino.
- Falta de equipos tecnológicos.
- No cuentan con redes sociales.
- Precios coordinados con anticipación.

### **Encuesta.**

- Los clientes tienen poco conocimiento sobre los servicios que brinda la compañía.
- Los clientes si consideran relevante implementar estrategias de servicio para fortalecer la competitividad.
- Los clientes definitivamente si desean contar con algún tipo de seguro.
- Los usuarios no consideran eficiente el proceso al momento de brindar el servicio.
- Las respuestas se enfocan en que probablemente la compañía no brinde un servicio de calidad.
- Los clientes respondieron que definitivamente si se deben implementar nuevos recursos tecnológicos.
- Los clientes consideran que la compañía si debe implementar redes sociales para solicitar el servicio.

### **3.5.PROPUESTA DEL PROYECTO.**

**Estrategias de servicio para fortalecer la competitividad de la compañía de taxis ejecutivos “Transmuey”.**

#### **3.5.1. PRESENTACIÓN.**

En la actualidad una estrategia de servicio es un arma competitiva, es decir, una manera particular que escogen las organizaciones con el fin de diferenciarse entre su competencia y así tener éxito en sus resultados. Los beneficios de implementar estrategias permiten que la compañía logre satisfacer las necesidades del cliente.

Toda compañía requiere de estrategias que permitan brindar un mejor servicio a sus clientes, en base a esto se puede determinar la necesidad del presente trabajo de investigación que consiste en la implementación de Estrategias de servicio para la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey” con el fin de fortalecer la competitividad.

Por lo expuesto anteriormente, se elaboró una propuesta enfocada en las estrategias que necesita implementar la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey las cuales se determinaron mediante la aplicación de instrumentos como entrevistas y encuestas dirigidas al presidente, socios y clientes de la compañía, con el fin de obtener resultados confiables para su desarrollo.

#### **3.5.2. ANTECEDENTES.**

**2005:** Organización conformada en el año 2005 gracias a la disposición que estipuló el presidente de la República Alfredo Palacios al lanzar el proyecto de taxis

ejecutivos en las diferentes provincias del país, dentro de las cuales surgieron 17 compañías entre ellas la compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey.

**2011:** Entrega de la Resolución Jurídica a cuatro compañías de taxis ejecutivos de la Provincia de Santa Elena: TransAnconcito, Gran Pacífico, TransAyangue y TransMuey.

**2013:** La compañía no fue calificada debido a que no cumplió con una nueva revisión técnica, por esta razón las 2 compañías adicionales que tampoco cumplieron con dicho proceso optaron por cambiar de Taxis Ejecutivos a Taxis Convencionales, dicha propuesta fue rechazada por los miembros de TransMuey.

**2016:** Orden Jurídica da la potestad a los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales a que puedan legalizar las compañías que se quedaron estancadas en el 2011 por el incumplimiento de algún proceso, de esta manera ante una constante lucha, se logró oficialmente la legalidad con todos los requerimientos para poner en función el servicio de taxis ejecutivos.

### **3.5.3. OBJETIVOS.**

#### **3.5.3.1. Objetivo general.**

Fortalecer la competitividad de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey, mediante estrategias de servicio.

#### **3.5.3.2. Objetivos específicos.**

- Estrategias enfocadas en el servicio.
- Estrategias en los procesos internos.

- Estrategias social media marketing.
- Alianzas estratégicas.

#### 3.5.4. ALCANCE.

El presente trabajo está direccionado al desarrollo de estrategias de servicios que involucra a todo el personal de la Compañía de Taxis Ejecutivos “Transmuey”, cuya finalidad es contribuir al fortalecimiento de la competitividad generando grandes beneficios a la compañía de taxis en estudio dentro de la provincia.

Se procedió a desarrollar un diagnóstico por medio de la matriz FODA, con el objetivo de determinar los factores más importantes dentro de propuesta.

**Tabla 13 FODA.**

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vehículos en perfectas condiciones.</li> <li>• Personal con experiencia y responsable.</li> <li>• Horario de atención.</li> <li>• Servicio de internet.</li> <li>• Comunicación radial eficiente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demanda de servicio a domicilio.</li> <li>• Fidelizar y captar clientes brindando un servicio de calidad.</li> <li>• Uso de la tecnología.</li> <li>• Alianzas estratégicas.</li> </ul>
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No implementan nuevos servicio.</li> <li>• No desarrollan estrategias de servicio.</li> <li>• Falta de capacitación.</li> <li>• No cuentan con bases de datos.</li> <li>• No implementan herramientas.</li> <li>• Administrativas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de unidades vehiculares.</li> <li>• Surgimiento de nuevas compañías de taxis ejecutivos.</li> <li>• Preferencia por el servicio de taxis convencionales.</li> <li>• Riesgo financiero.</li> <li>• Falta de identificación de los usuarios hacia la compañía.</li> </ul>

**Fuente:** Compañía de taxis ejecutivos “Transmuey”.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

**Tabla 14** Matriz FODA formulación de estrategias.

<p style="text-align: center;">Factores internos</p> <p>Factores externos</p>	<p><b>Fortalezas (F)</b></p> <p>F1 Vehículos en perfectas condiciones                  F2 Personal con experiencia y responsable                  F3 Horario de atención                  F4 Servicio de internet                  F5 Comunicación radial eficiente</p>	<p><b>Debilidades (D)</b></p> <p>D1 No implementan nuevos servicio                  D2 No desarrollan estrategias de servicio                  D3 Falta de capacitación                  D4 No cuentan con bases de datos                  D5 No implementan herramientas para la eficiencia de los procesos internos</p>
	<p><b>Oportunidades (O)</b></p> <p>O1 Demanda de servicio a domicilio                  O2 Fidelizar y captar clientes brindando un servicio de calidad                  O3 Uso de la tecnología                  O4 Alianzas estratégicas                  O5 Crecimiento poblacional</p>	<p><b>Estrategias (FO)</b></p> <p>F4 O3 Implementar estrategias social media marketing                  F2 O4 Desarrollar alianzas estratégicas con otras compañías</p>
<p><b>Amenazas (A)</b></p> <p>A1 Incremento de unidades vehiculares                  A2 Surgimiento de nuevas compañías de taxis ejecutivos                  A3 Preferencia por el servicio de taxis convencionales                  A4 Riesgo financiero                  A5 Falta de identificación de los usuarios hacia la compañía</p>	<p><b>Estrategias (FA)</b></p> <p>F5 A5 Incrementar puntos estratégicos para brindar el servicio de forma rápida                  F5 A4 Aprovechar los recursos financieros por medio de préstamos internos</p>	<p><b>Estrategias (DA)</b></p> <p>D5 A5 Desarrollar manuales de funciones con el fin de mejorar el proceso al momento de brindar el servicio                  D3 A3 Aplicación de capacitaciones</p>

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

### **3.5.5. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.**

#### **3.5.5.1.Estrategias de procesos internos.**

##### **3.5.5.1.1. Manuales de funciones.**

Es un instrumento eficaz de ayuda para el desarrollo de la estrategia de una empresa, ya que determina y delimita los campos de actuación de cada área de trabajo así como de cada puesto de trabajo, lo que ayuda a que las empresas tengan eficiencia en los procesos.

Es muy importante que los colaboradores de la compañía tengan el conocimiento necesario sobre las actividades que tienen que llevar a cabo todos los días con el fin de optimizar y mejorar los procesos, por ende se presentan los manuales de funciones para los miembros de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey, esto también permite establecer el grado de responsabilidad.

**Tabla 15** Manual de funciones Asamblea General de Accionistas

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS</b>	
<b>RESUMEN DEL CARGO</b>	Máxima autoridad de la compañía encargados de tomar decisiones para en beneficio de la organización.
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- Elegir a los miembros de los concejos de administración y vigilancia.</li><li>- Facultar la emisión de certificados de aportación, estos deben ser inviolables e intocables.</li><li>- Verificar el plan de trabajo de la compañía.</li><li>- Aprobar el presupuesto anual de la compañía.</li><li>- Establecer las remuneraciones que recibirán los administradores de la compañía.</li><li>- Establecer las personas encargadas de administrar el negocio y responsables de cada área.</li><li>- Contribuir en la toma de decisiones de forma responsable y ética.</li><li>- Verificar y aprobar proyectos relacionados en beneficio de la compañía.</li><li>- Trabajar en conjunto buscando la integración y compromiso.</li><li>- Las demás que le confiere el acta de constitución, reglamento interno y ley de compañías.</li></ul>	
<b>APROBADO POR:</b>	<b>RECIBIDO POR:</b>

**Fuente:** Compañía De Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

**Tabla 16** Manual De Funciones Accionistas

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>ACCIONISTAS</b>	
<b>RESUMEN DEL CARGO</b>	Personas que se encuentren suscritas en el acta de constitución de la compañía.
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplir con todos los requisitos y reglamentos estipulados por la ley de compañías.</li> <li>- Cumplir con todos los reglamentos establecidos por la agencia nacional de tránsito, para ser calificado como miembro de la compañía y de esta forma obtener el permiso de operación.</li> <li>- Cumplir con todas las disposiciones emitidas por la junta general de accionistas.</li> <li>- Asistir de forma puntual a todas las reuniones convocadas por los administradores de la compañía.</li> <li>- Justificar de forma escrita la inasistencia a las reuniones convocadas.</li> <li>- Cancelar de forma puntual todos los valores acordados por la junta general de accionistas y administradores.</li> <li>- Contribuir en la junta general de accionistas.</li> <li>- Analizar y proponer ideas que beneficien a la compañía.</li> <li>- Respetar y obedecer al jefe de ruta.</li> <li>- Respetar y cumplir con las actividades asignadas por los administradores y la junta general de accionistas.</li> <li>- Informar en caso que su unidad sea conducida por un chofer ajeno a la institución.</li> <li>- Las demás que le confiere el acta de constitución, reglamento interno y ley de compañías.</li> </ul>	
<b>APROBADO POR:</b>	<b>RECIBIDO POR:</b>

**Fuente:** Compañía De Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

**Tabla 17** Manual De Funciones Presidente

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>PRESIDENTE</b>	
<b>RESUMEN DEL CARGO</b>	Encargado de la administración de la compañía.
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- Hacer cumplir las disposiciones dispuestas por la junta general de accionistas.</li><li>- Trabajar en equipo con el fin de obtener el bienestar y éxito de la compañía.</li><li>- Delegar encargados de cumplir con funciones que ayuden al control de la compañía.</li><li>- Cumplir y hacer cumplir con las resoluciones, reglamento interno y la ley de compañías.</li><li>- Planificar las reuniones ordinarias o extraordinarias.</li><li>- Tomar decisiones de forma eficiente y responsable con el fin de buscar el beneficio de la compañía.</li><li>- Administrar los recursos de la compañía de forma responsable y eficiente.</li><li>- Asignar tareas en equipo con el fin de buscar la integración.</li><li>- Cumplir con el proceso administrativo dentro de la compañía.</li><li>- Revisar informes entregados por las operadoras, contadores y jefe de ruta.</li><li>- Representar a la compañía en todo acto que lo amerite.</li><li>- Certificar por medio de su firma todo documento que lo amerite con el fin de obtener veracidad.</li><li>- Determinar funciones de los colaboradores de la compañía.</li><li>- Firmar documentos de las instituciones bancarias.</li><li>- Las demás que le confiere el acta de constitución, reglamento interno y ley de compañías.</li></ul>	
<b>APROBADO POR:</b>	<b>RECIBIDO POR:</b>

**Fuente:** Compañía De Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

**Tabla 18** Manual De Funciones Vicepresidente

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>VICEPRESIDENTE DE LA COMPAÑÍA</b>	
<b>RESUMEN DEL CARGO</b>	Contribuir con el presente en la administración y asumir las funciones en caso de la ausencia del presidente.
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- Asumir las funciones del presidente en caso de su ausencia.</li><li>- Cumplir con las disposiciones emitidas por la junta general de accionistas.</li><li>- Asesorar al presidente al momento de tomar decisiones.</li><li>- Velar para que los accionistas y choferes cumplan con la ley de transporte, tránsito y seguridad.</li><li>- Firmar en caso de emergencia documentos importantes con el fin de que tengan el debido respaldo de la compañía.</li><li>- Mantener el orden en las reuniones organizadas por el presidente.</li><li>- Contribuir con el presidente que se cumpla el proceso administrativo.</li><li>- Realizar el seguimiento de correspondencias o actividades.</li><li>- Revisar junto con el presidente los proyectos que beneficien a la compañía.</li></ul>	
<b>APROBADO POR:</b>	<b>RECIBIDO POR:</b>

**Fuente:** Compañía De Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

**Tabla 19** Manual De Funciones Asistente Administrativa

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>ASISTENTE ADMINISTRATIVA</b>	
<b>RESUMEN DEL CARGO</b>	Ayudar al presidente y vicepresidente a realizar sus funciones.
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- Recibir, ordenar y clasificar todo tipo de documentación referente a la administración de la compañía.</li><li>- Cautelar el archivador de documentos administrativos.</li><li>- Ayudar a los administradores a la logística.</li><li>- Realizar el requerimiento y distribución de los documentos de oficina.</li><li>- Respetar y cumplir con las disipaciones emitidas por la junta general de accionistas.</li><li>- Presentar informes de la administración.</li><li>- Mantener contacto con proveedores.</li><li>- Entregar de forma responsable y con debida autorización la información requerida por los accionistas.</li><li>- Despejar interrogantes por parte de los accionistas acerca de la administración.</li><li>- Revisar informes entregados por las operadoras.</li><li>- Controlar que las operadoras realicen sus funciones de forma eficiente.</li><li>- Lo demás que le asigne el jefe inmediato.</li></ul>	
<b>APROBADO POR:</b>	<b>RECIBIDO POR:</b>

**Fuente:** Compañía De Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

**Tabla 20** Manual De Funciones Secretario

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>SECRETARIO</b>	
<b>RESUMEN DEL CARGO</b>	Encargados de brindar el servicio de transporte en taxis.
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- Recibir clasificar y distribuir los documentos correspondientes a la compañía.</li><li>- Preparar los documentos que tiene que emitir la compañía.</li><li>- Contribuir con actividades para el logro de los objetivos de la compañía.</li><li>- Firmar documentos necesarios para que tengan el debido respaldo necesario.</li><li>- Realizar informe de los parámetros acordados en las reuniones.</li><li>- Realizar informe de las personas que asisten a las reuniones.</li><li>- Lo demás que le asigne el jefe inmediato.</li></ul>	
<b>APROBADO POR:</b>	<b>RECIBIDO POR:</b>

**Fuente:** Compañía De Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

**Tabla 21** Manual De Funciones Tesorero

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>TESORERO</b>	
<b>RESUMEN DEL CARGO</b>	Encargado principalmente del movimiento del dinero en la empresa.
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- Respetar y hacer cumplir las disipaciones emitidas por la junta general de accionistas.</li><li>- Planificar y dirigir todos los procesos de aportaciones, recaudaciones y demás ingresos conforme al reglamento interno.</li><li>- Receptar y custodiar los valores que ingresen a la compañía por cualquier concepto.</li><li>- Depositar los valores en efectivo a la cuenta bancaria de la compañía.</li><li>- Registrar los ingresos y egresos con el fin de obtener el respaldo adecuado.</li><li>- Presentar informe de las actividades que tiene en su cargo a la junta general de accionistas.</li><li>- Las demás que le asigne el jefe inmediato.</li></ul>	
<b>APROBADO POR:</b>	<b>RECIBIDO POR:</b>

**Fuente:** Compañía De Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

**Tabla 22** Manual De Funciones Contador

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>CONTADOR</b>	
<b>RESUMEN DEL CARGO</b>	Encargado de planificar, coordinar y cumplir las actividades contables de la compañía de forma responsable y ética.
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- Planificar, coordinar y cumplir con las actividades contables.</li><li>- Realizar los estados financieros de la compañía.</li><li>- Legalizar los balances mensuales y los estados financieros.</li><li>- Presentar periódicamente a la asamblea el estado de las cuentas contables de la compañía.</li><li>- Preparar la información para la elaboración del presupuesto anual de la compañía.</li><li>- Examinar la contabilidad las veces que sean necesarias.</li><li>- Responsable de mantener al día las contribuciones con el SRI.</li><li>- Responsable del proceso de nómina.</li><li>- Elaboración de los informes de ingresos y egresos.</li><li>- Entrega bajo autorización de documentos contables.</li></ul>	
<b>APROBADO POR:</b>	<b>RECIBIDO POR:</b>

**Fuente:** Compañía De Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

**Tabla 23** Manual De Funciones Operadoras

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>OPERADORAS</b>	
<b>RESUMEN DEL CARGO</b>	Recepción de llamadas y logística con los choferes.
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- Respetar y cumplir con las disposiciones de los altos mandos.</li><li>- Receptar llamadas de los clientes con un trato cordial.</li><li>- Comunicarse con los choferes por medio de la codificación.</li><li>- Realizar la logística con los choferes.</li><li>- Confirma que los choferes lleguen a la dirección indicada.</li><li>- Receptar pago de las cuotas diarias por los choferes.</li><li>- Elaborar informes de deudas.</li><li>- Respetar el horario o turno de trabajo.</li><li>- Mantener limpia la oficina</li><li>- Precautelar los equipos informáticos de la compañía.</li><li>- Mantener actualizadas las redes sociales de la compañía.</li><li>- Utilizar el equipo de computación de forma adecuada con fines acordes a la compañía.</li><li>- Comunicar a los colaboradores las reuniones.</li><li>- Lo demás que le asigne el jefe inmediato.</li></ul>	
<b>APROBADO POR:</b>	<b>RECIBIDO POR:</b>

**Fuente:** Compañía De Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

**Tabla 24** Manual De Funciones Jefe De Ruta

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>JEFE DE RUTA</b>	
<b>RESUMEN DEL CARGO</b>	Encargado de la logística con los choferes.
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- Respetar y hacer respetar las disipaciones emitidas por la junta general de accionistas.</li><li>- Planificar y direccionar las actividades que debe realizar cada chofer.</li><li>- Supervisar que las unidades de los choferes estén en buen estado.</li><li>- Informar de forma escrita en caso que exista alguna anomalía con los choferes.</li><li>- Controlar que los choferes cumplan su manual de funciones.</li><li>- Realizar actividades conjunto con los choferes a fin de cumplir con los objetivos propuestos por los altos mandos.</li><li>- Lo demás que le asigne el jefe inmediato.</li></ul>	
<b>APROBADO POR:</b>	<b>RECIBIDO POR:</b>

**Fuente:** Compañía De Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

**Tabla 25** Manual De Funciones Choferes

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>CHOFERES</b>	
<b>RESUMEN DEL CARGO</b>	Encargados de brindar el servicio de transporte en taxis.
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>- Tener un trato cordial con el cliente.</li><li>- Colaborar con las tareas asignadas por parte de administradores.</li><li>- Mantener el respeto para los altos mandos.</li><li>- Trabajar en equipo con sus compañeros.</li><li>- Respetar el horario asignado.</li><li>- Respetar las decisiones de jefe de ruta.</li><li>- Colaborar con sus compañeros en caso de emergencia.</li><li>- Respetar y cumplir con las disposiciones de los altos mandos.</li><li>- Responder cordialmente a la operadora.</li><li>- Pagar la cuota diaria asignada por la junta general de accionistas.</li><li>- Manejo de caja chica.</li><li>- Mantener adecuadas las unidades.</li><li>- Realizar informe de caja chica y del pago de los choferes.</li><li>- Lo demás que le asigne el jefe inmediato.</li></ul>	
<b>APROBADO POR:</b>	<b>RECIBIDO POR:</b>

**Fuente:** Compañía De Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

### 3.5.5.1.2. Puntos estratégicos.

Los puntos estratégicos permiten que clientes de diferentes lugares de la provincia soliciten el servicio y que este tenga capacidad de respuesta rápida debido a que consiste localizar unidades en diferentes puntos de la Provincia con el fin de disminuir el tiempo de espera.

**Tabla 26** Puntos Estratégicos.

Ciudad	Lugares estratégicos	Porcentaje de unidades destinadas
Salinas	<ul style="list-style-type: none"><li>• Oficina de la compañía</li><li>• Centro de la parroquia</li><li>• Malecón de Salinas</li><li>• UPSE Salinas</li><li>• Mercado de salinas</li><li>• Unidades educativas</li><li>• Municipio de Salinas</li></ul>	50%
La Libertad	<ul style="list-style-type: none"><li>• Centros comerciales</li><li>• Centro de La Libertad</li><li>• UPSE</li><li>• Refinería de La Libertad</li></ul>	30%
Santa Elena	<ul style="list-style-type: none"><li>• Municipio de Santa Elena</li><li>• Terminal terrestre</li><li>• Centro de la ciudad</li><li>• Cerro el Tablazo</li></ul>	20%

**Fuente:** Compañía De Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

### 3.5.5.1.3. Préstamos internos.

En toda compañía los cambios o implementación de nuevas estrategias se dan con el fin de obtener mejores resultados, pero para esto es necesario contar con una inversión que permita efectuar dichos cambios, por ende, se considera importante establecer nuevas fuentes de ingresos extras con el fin de solventar el dinero de la inversión.

Como es de conocimiento general los choferes tienen que pagar una cuota diaria con el fin de solventar algunos gastos de la compañía; sin embargo, estos fondos recaudados pueden generar ingresos adicionales por medio de préstamos con un porcentaje de interés dependiendo del tiempo.

**Tabla 27** Tabla de préstamos.

TABLA DE PRÉSTAMOS						
Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey						
Socio	Fecha préstamo	Valor del préstamo	Tasa de interés	Interés	Total a pagar	Fecha pago
Juan Tigrero	16/10/2019	\$100	10%	\$10	\$110	16/11/2019
Luis Pozo	17/10/2019	\$25	10%	\$2,50	\$27,50	17/11/2019

**Fuente:** Compañía De Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

### 3.5.5.2. Estrategias de servicios.

#### 3.5.5.2.1. Programa de capacitaciones.

Las capacitaciones son fundamentales en toda compañía debido a que por medio de estas se obtiene el conocimiento necesario, mejora la actitud, habilidades o conductas del personal, los colaboradores de la compañía tienen que recibir capacitación de forma constante y programada.

**Tabla 28** Programa Capacitación.

COMPAÑÍA DE TAXIS EJECUTIVOS TRANSMUEY PROGRAMA DE CAPACITACIÓN INTERNA AÑO 2020 PERSONAL ADMINISTRATIVO									
INFORMACIÓN DEL COLABORADOR A CAPACITARSE		INFORMACIÓN DE CAPACITACIÓN			INFORME DE EJECUCIÓN DE EVENTOS				
CANTIDAD	DENOMINACIÓN DEL CARGO	TEMA ESPECÍFICO DE CAPACITACIÓN REQUERIDA	FECHA DE CAPACITACIÓN	INSTITUCIÓN O ESPECIALISTA CAPACITADOR	FECHA DE CAPACITACIÓN	CAPACITACIÓN APROBADA	RESPONSABLE	PRESUPUESTO	TIPO DE CAPACITACIÓN
5	Personal administrativo	Administración de negocios	20/01/2020	E-learning	20/01/2020	Si	Gerente	200	Programada
30	Accionistas	Talento Humano	21/01/2020	E-learning	20/01/2020	Si	Gerente	200	Programada
3	Operadoras	Atención al cliente	22/01/2020	E-learning	20/01/2020	Si	Gerente	100	Programada
15	Choferes	Servicio al cliente	24/01/2020	E-learning	20/01/2020	Si	Gerente	200	Programada
					Inversión			700	
_____ Presidente					_____ Secretaria				

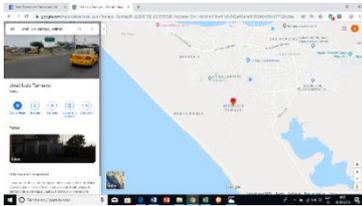
**Fuente:** Compañía De Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

### 3.5.5.2.2. Base de datos.

Con el fin de poder optimizar el tiempo es necesario que la compañía cuente con una base de datos que contenga información de los usuarios, generando comodidad al momento de solicitar el servicio, cada cliente tendrá un código registrado en la base de datos.

**Ilustración 1** Base de datos.

COMPAÑÍA DE TAXIS EJECUTIVOS TRANSMUEY	
	<b>BASE DE DATOS CLIENTES</b>
CÓDIGO	
FECHA	
NOMBRES	
APELLIDOS	
DOMICILIO	
TELÉFONOS	
DESTINO	
UBICACIÓN ACTUAL	
	

**Fuente:** Compañía De Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

### 3.5.5.2.3. Servicio de encomienda.

Innovar en nuevos servicios permite que la compañía se diferencie de la competencia y mejorar la capacidad de respuesta debido a que cada día aumentan las necesidades de los clientes y la organización está en la obligación de satisfacer dichas necesidades. Por ende, Transmuey debe implementar el servicio de encomiendas debido a que el servicio tradicional es el transporte de personas; sin embargo, se considera trasladar paquetes de un lugar a otro, teniendo en cuenta la seguridad, rapidez y confianza.

#### Ilustración 2 Encomiendas



Fuente: Internet.

### 3.5.5.3.Estrategias social media.

#### 3.5.5.3.1. Redes sociales.

En el presente trabajo se consideran las redes sociales más influyentes en las personas como lo son facebook y WhatsApp, al implementar estas herramientas de fácil acceso se busca que los clientes soliciten el trabajo de una forma rápida y a su vez la compañía mejore a capacidad de respuesta inmediata.

### 3.5.5.3.1.1. Facebook.

La red social facebook permite compartir fotos o videos de las actividades que se realizan a diario dentro de la compañía, creando confianza del servicio hacia los usuarios, mediante esta red los clientes también pueden comentar sobre el servicio recibido y calificar el servicio de la compañía.

#### Ilustración 3 Facebook.



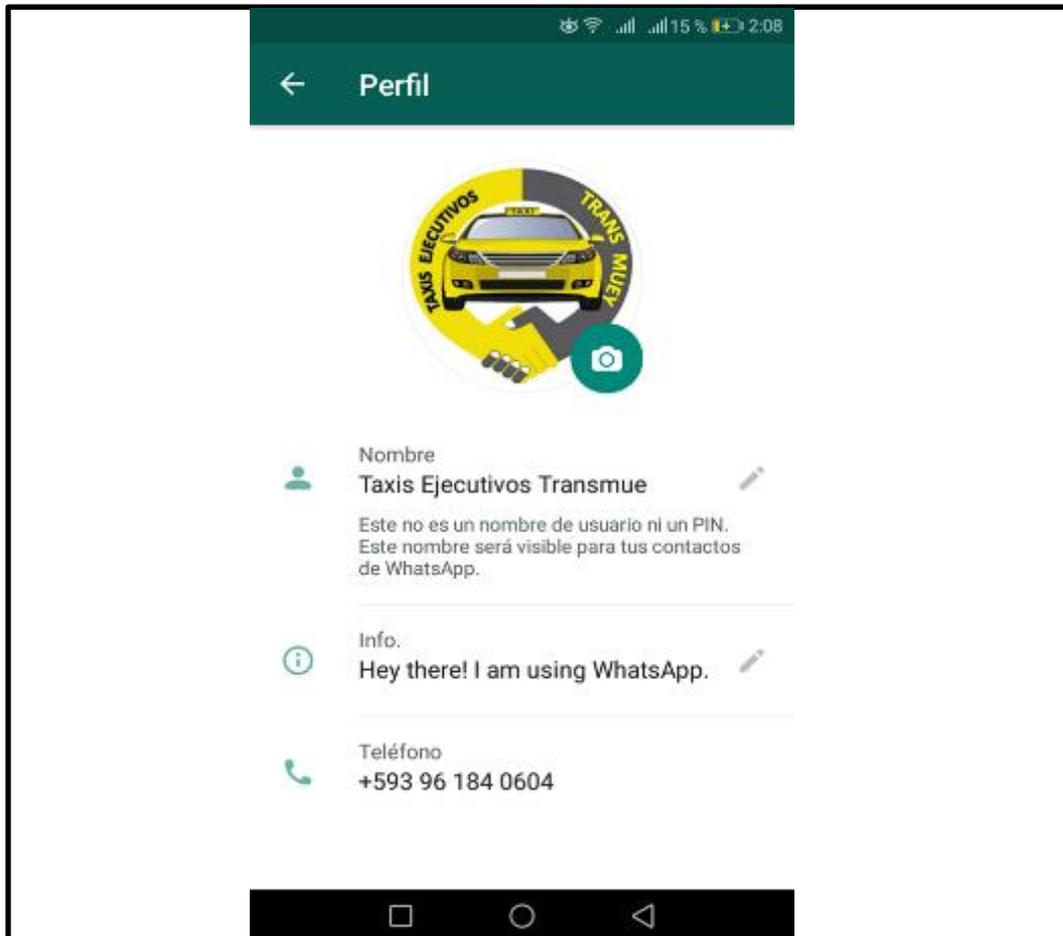
Elaborado por: Kelly Del Pezo Suárez.

### 3.5.5.3.1.2. WhatsApp.

Es una de las redes que tiene más impacto al momento de solicitar el servicio debido a la comunicación directa que existe entre el usuario y la operadora, esto también permite optimizar tiempo debido a que el cliente puede compartir su ubicación por

medio de GPS y el chofer llegaría más rápido a su destino.

**Ilustración 4** WhatsApp.



Elaborado por: Kelly Del Pezo Suárez.

#### **3.5.5.4. Alianzas estratégicas.**

##### **3.5.5.4.1. Convenios con Lavadora y Lubricadora Adelita.**

Los convenios permiten que 2 compañías se beneficien de los servicios que ambas brinden, en el caso de Transmuey es muy importante que se establezca un lugar fijo y seguro al momento de realizar el mantenimiento a los vehículos, por ende se considera primordial establecer un vínculo entre una lavadora y lubricadora que brinde el servicio a todos los taxis.

### Ilustración 5 Lavadora y lubricadora



Fuente: Internet

#### 3.5.5.4.2. Convenio con Hispana de seguros.

La tranquilidad y seguridad en el trabajo es un factor fundamental para que los colaboradores de la compañía brinden un servicio de calidad a sus clientes, por ende como parte de la propuesta se establece que los trabajadores de la compañía cuenten con seguro, considerando algunas compañías de seguro que ofrecen paquetes en los cuales incluye seguro para el vehículo, para el chofer y para los pasajeros. Esto indica que los usuarios también estarán seguros al momento de solicitar el servicio lo que permite que la compañía de taxis Ejecutivos Transmuey se diferencie de la competencia y los clientes prefieran su servicio.

**Tabla 29 Compañías de seguro.**

Taxi Seguro				
Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey				
Compañía	Cobertura	Póliza Anual	Equivalente mensual	Equivalente diario
Hispana de Seguro	Vehículo, chofer y pasajeros	\$180	\$15	\$0,50 ctvs
Oriente seguros	Vehículo, chofer y pasajeros	\$220	\$18	\$0,60 ctvs

Elaborado por: Kelly Del Pezo Suárez.

Analizando las diferentes alternativas la más conveniente en cuanto a precios y beneficios se considera el paquete de la compañía Hispana de Seguro.

**Coberturas.**

- Incendio o rayo.
- Choque, volcamiento e impacto.
- Motín, huelga, conmoción civil.
- Daños maliciosos y vandalismo.
- Fenómenos de la naturaleza (incluyendo terremoto).
- Caminos vecinales, vías no entregadas al público.
- Paso por puentes y gabarras.
- Caída de objetos extraños.
- Pérdidas parciales por daño.
- Pérdidas totales por daño.
- Pérdidas totales por robo.
- Accidentes Personales:
- Coberturas para los ocupantes.
- Por muerte/desmembración accidental.
- Por gastos médicos.

### 3.5.6. Plan de acción.

**Tabla 30** Plan de acción.

Plan de acción				
Estrategias	Actividades	Tiempo	Responsable	Costo
Estrategias de procesos internos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseñar manuales de funciones</li> </ul>	1 Vez	Administradores	\$10
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementar puntos estratégicos</li> </ul>	1 Vez	Jefe de ruta	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar prestamos internos</li> </ul>	Cada 15 días	Administradores	
Estrategias enfocadas en el servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseñar una base de datos</li> </ul>	1 vez	Administradores	\$800
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementar servicio de encomiendas</li> </ul>	1 vez	Administradores	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capacitación constante</li> </ul>	Cada 6 meses	Administradores	
Estrategias social media	<ul style="list-style-type: none"> <li>Redes sociales</li> </ul>	1 vez	Administradores	\$200
Alianzas estratégicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Convenio con lavadora y lubricadora Adelita</li> </ul>	1 vez	Administradores	\$450
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Convenio Hispana de seguros</li> </ul>	1 vez	Administradores	
Total				\$1460

**Fuente:** Compañía De Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

### 3.5.7. Presupuesto de la propuesta.

**Tabla 31** Presupuesto de la propuesta.

<b>Presupuesto de la propuesta</b>				
<b>Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey</b>				
<b>Estrategia</b>	<b>Recursos</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor total</b>
Estrategias procesos internos	Impresiones	\$10	1	\$10
Estrategias enfocadas en el servicio	Programador	\$100	1	\$100
	Capacitación	\$700	1	\$700
Estrategia Social media	Teléfono celular	\$200	1	\$200
Alianzas Estrategias	Póliza de seguros	\$15	30	\$450
<b>TOTAL</b>				<b>\$1460</b>

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

## **CONCLUSIONES.**

- Por medio de las herramientas aplicadas, se pudo determinar que la organización carece de estrategias de servicio que permitan fortalecer la competitividad de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey.
- Mediante la matriz de estrategias DOFA y la aplicación de los instrumentos de recolección de datos efectuada a los administradores, accionistas y clientes de la compañía, se identificaron los factores que contribuirán al desarrollo de estrategias de servicio.
- El estudio realizado propone la implementación estrategias de servicio elaboradas acorde a las necesidades actuales de la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey con el fin de fortalecer la competitividad.

## **RECOMENDACIONES**

- Los administradores deben realizar diagnósticos de forma continua mediante herramientas administrativas, que permitan identificar algún tipo de problema.
- Los administradores de la compañía deben socializar las estrategias de servicio con todos los miembros de la organización.
- Implementar las estrategias de servicio para fortalecer la competitividad en la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey.

## **Bibliografía.**

- Acero, L. P. (2016). *Estrategias de creación empresarial*. Ecoe Ediciones.
- Adrade, B., & Escalante, M. (2019). *ANÁLISIS DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA MEJORAR EL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN DE LA EMPRESA BULTRIMS S. A.* Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Ahumada, E., & Perusquia, J. (2016). Inteligencia de negocios: estrategia para el desarrollo de competitividad en empresas de base tecnológica. *ScienceDirect*.
- Alcaide, J. (2015). *Fidelización de clientes 2*. Madrid: ESIC.
- Alvarado, M., & Barba, M. (2016). *Gestión de talento humano e innovación de la enseñanza y aprendizaje*. Bloomington: Liberty Drive.
- Alvarado, M., & Barba, M. (2016). *Gestión de talento humano e innovación de la enseñanza y e aprendizaje*. Bloomington: Liberty Drive.
- Andrea Ramírez, R. R. (2017). LA GESTION ADMINISTRATIVA EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL. *Contribuciones a la Economía*.
- Aparisi, J., Barba, E., Campos, V., Gil, I., González, T., & Haro, E. (2015). *Los recursos territoriales valencianos: Bases para el desarrollo*. Universitat de València.
- Arenal, C. (2018). *Gestió de la atenció al client/consumidor*. San Millàn: Tutor formació.
- Ayensa, A. (2017). *Operaciones administrativas de compraventa*. España: Ediciones Paraninfo.
- Blandez, M. d. (2014). *Proceso Administrativo*. México: UNID.
- Cerverón, V., & Ybarra, J. (2016). *La innovación empresarial en Ontinyent y su entorno*. Univerddad de Alicante.
- Chamba, L. (2014 ). *Gestión de la calidad* . Loja: EdiLoja.
- Cipriano, A., & González, L. (2014). *Proceso Administrativo*. México: Patria S.A.
- Colucci, E. E. (2015). *Estrategia Metodológica para el desarrollo curricular de la especialización en Gestion del Talento Humano en las Organizaciones*. La Habana: Universitaria.
- Colucci, E. E. (2015). *Estrategia Metodológica para el desarrollo curricular de la especialización en Gestión del Talento Humano en las Organizaciones*. La Habana: Universitaria.

- Constitución De La Republica Del Ecuador. (2008).
- Cortés, J. (2017). *Sistemas de gestión de calidad*. España: ICB .
- Daza, M., Daza, M., & Pèrez, A. (2017). Servicio al cliente: una estrategia gerencial para incrementar la competitividad organizacional enempresas de Valledupar (Colombia). *AiBi revista de investigación en administración e ingeniería*, 3 - 7 .
- Del Pezo , P. (26 de Abril de 2018). *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/04/26/nota/6732231/taxistas-reclaman-creacion-otras-cooperativas>
- Delgado, M. S. (2015). *Administración 1*. México: Grupo editorial Patria.
- Escudero, M. (2015). *Servicio de atención comercial* . Editex.
- Escudero, S. (2017). *Comunicación y atención al cliente* . España: Paraninfo.
- Gallardo, E., Cruz, A., & Fajardo, J. (2015). *¿Còmo diseñar una organizaciòn?* Barcelona : UOC.
- García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Dialnet*.
- García, E. (2015). *Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas*. España: Ediciones Paraninfo .
- Gimènez, J. (2014). *Seguridad en equipos informáticos. IFCT0109*. Màlaga: IC.
- Guamàn , T. (2016). *Elaboración de plan estratégico para la compañía de Taxis Ejecutivos Loja Turística S.A. en la ciudad de Loja, periodo 2015-2019*. Loja: Universidad Nacional De Loja.
- Gutiérrez , H. (2014). *Calidad y Productividad*. México: Programas Educativos S.A. de C.V.
- Hernández, J., & Juárez, C. (2015). *Derecho laboral y la administraciòn de recursos humanos* . Mèxico : Grupo Editorial Patria .
- Hidalgo, J. (2017). *Idea, producto y negocio: Tres pasos en la creación de productos y servicios digitales innovadores*. España : Libros de Cabecera .
- Kerin, R., Hartley, S., & Rudeluis, W. (2014). *Marketing*. Mèxico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA .
- Lachet, M. (2013). Taxi, Taxi. *Revista Catalejo*, 2.
- López, A. (2014). *Plan de recursos humanos*. España: ESIC .

- Luna, A. (2015). *Proceso Administrativo*. México: Patria .
- Mantulak, M. J. (2015). *Gestión estratégica de los recursos tecnológicos en pequeños aserraderos de la provincia de misiones, Argentina*. La Habana: Universitaria.
- Martínez, I. (2016). *Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas*. Canopina.
- Matos, L. (2010). *Estrategias competitivas en pequeñas empresas de servicios*.
- Mejía, J. (2015). *Convierta su consultorio en una empresa exitosa*. Hipertexto.
- Miller, R. (2015). *Miller Anestesia*. España: Elsevier.
- Münch, L. (2015). *Manejo del Proceso Administrativo*. México: PEARSON.
- Munch, L. (2015). *Manejo del proceso administrativo* . México: Pearson.
- Muñoz, A. (2013). *“DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE COMERCIAL EN TAXI CONVENCIONAL “TAXIS AMIGO EC. RAFAEL CORREA, DEL CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA SANTA ELENA*. Santa Elena.
- Muñoz, V. (2015). *Gestión, control y calidad en el servicio de transporte de viajeros por carretera*. España: ELEARING S.L.
- Naranjo, Y., Ávila, M., & Concepción, J. . (2018). Las estrategias como herramienta en el desarrollo científico de Enfermería. *SCIELO*.
- Noguera, J. (2016). *La visión territorial y sostenible del desarrollo local*. Universitat de València.
- Orozco, A. (2017). *El impacto de la capacitación* . México : UNID.
- Ortega, A., & Espinosa, J. (2015). *Plan de internacionalización empresarial. Manual práctico*. Madrid: ESIC.
- Padilla, V. M. (2015). *Análisis financiero: Un enfoque integral*. México: PATRIA.
- Pérez , D. (2015). *Marketing y Ventas*. España: ICB.
- Pérez, E. (2018). *Comportamiento humano y habilidades directivas*. Madrid: ARECES S.A.
- Pérez, F. (2017). *Comercialización de productos y servicio en pequeños negocios o microempresas*. Madrid : CEP.
- Prat, M. (2016). *Posicionamiento web: estrategias de SEO : Google y otros* . Barcelona: ENI.

- RAMOS, M. O. (2014). *PLAN PROMOCIONAL PARA LA COMPAÑÍA DE TAXIS CONVENCIONAL 24 DE FEBRERO "COTAVFE S.A.", CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014*. LA LIBERTAD : UPSE.
- Reglamento de Taxis Comercial. (s.f.).
- Reglamento Ley De Transporte Terrestre Transito. (s.f.).
- Rio, C. (2018). *Información y atención al visitante*. España: ELEARNING S.L.
- Roca, X. (2015). *Desarrolla con éxito tu marca personal*. España: Libros de cabecera.
- Rodriguez, A. (2014). *Gestión de la fuerza de ventas y equipos comerciales*. España: Elearning S.L.
- Rubèn Huertas, R. D. (2016). *Decisiones estratégicas para la dirección de operaciones en empresas de servicios y turísticas*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Rubèn Huertas, R. D. (2016). *Decisiones estratègiques para la direcció de operacions en empreses de serveis i turístiques*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Sánchez, P. (2014). *Técnicas de comunicación y de relaciones*. Editex.
- Spinelli, E., Garcia, C., & Galvin Flo, C. E. (2009). *Interacciones*. Boston: Heinle, Cengage Learning.
- Tolosa, L. (2016). *Tècniques de mejora continua en el transporte*. Marge Books.
- Vèlez, C. (2017). *Direcció de la activitat empresarial de petits negocis o microempreses*. España: ELEARNING.
- Vera, N., & Collins, N. (2018). *El servicio al cliente como filosofía y factor de posicionamiento de las cooperativas de taxis*. La Libertad: UPSE.
- Villano, F. (2015). *ESTRATEGIAS COMPETITIVAS Y SU RELACIÓN CON EL POSICIONAMIENTO DE LAS ESCUELAS DE CONDUCTORES EN EL DISTRITO DE ANDAHUAYLAS, 2015*. Andahuaylas: UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS.

# ANEXOS

**Anexo 1** Matriz de consistencia.

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	PROBLEMA	OBJETIVO	IDEA A DEFENDER	VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSIONES VARIABLE INDEPENDIENTE	INDICADORES VARIABLE INDEPENDIENTE	
ESTRATEGIAS DE SERVICIO PARA FORTALECER LA COMPETITIVIDAD DE LA COMPAÑIA DE TAXIS EJECUTIVOS TRANSMUEY, PARROQUIA JOSÉ LUIS TAMAYO, CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018	<b>Formulación del problema</b> ¿Las estrategias de servicio permitirán fortalecer la competitividad en la compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey, Parroquia José Luis Tamayo del Cantón Salinas, provincia de Santa Elena?	Desarrollar estrategias de servicio para el fortalecimiento de la competitividad en la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey, Parroquia José Luis Tamayo del Cantón Salinas, provincia de Santa Elena, mediante investigación de enfoque mixto, año 2018	Las estrategias de servicio permitirán fortalecer la competitividad de la compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey, Parroquia José Luis Tamayo, Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena.	Estrategias de servicio	Procesos	- Procesos administrativos - Proceso de comunicación	
	<b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>			Competitividad	Servicio	- Capacitación - Motivación
						Satisfacción del cliente	- Atención al cliente - Fidelización
				<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>		<b>DIMENSIONES VARIABLE DEPENDIENTE</b>	<b>INDICADORES VARIABLE DEPENDIENTE</b>
	a) ¿Cuál es la situación actual, respecto a las estrategias de servicio y competitividad en la compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey?	a) Diagnosticar la situación actual de la compañía de taxis Ejecutivos "Transmuey" mediante diagnóstico.		Ventaja competitiva	- Calidad - Diferenciación		
	b) ¿Cuáles son los factores que permiten fortalecer la competitividad en la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey?	b) Determinar los factores que ayuden a fortalecer la competitividad en la compañía de taxis Ejecutivos Transmuey mediante matriz de estrategias DOFA y aplicación de instrumentos de recolección de datos.		Recursos	- Talento humano - Innovación		
	c) ¿Cuáles son las estrategias de servicio que contribuirán al fortalecimiento de la competitividad en la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey?	c) Desarrollar estrategias de servicio en función de los resultados obtenidos que contribuyan al fortalecimiento de la competitividad en la Compañía de Taxis ejecutivos Transmuey.		Análisis competitivo	- Capacidad de respuesta - Tiempo de espera - Precios		

**Fuente:** Compañía De Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Elaborado por:** Kelly Del Pezo Suárez.

**Anexo 2** Ficha de informe de validación de ficha de observación.



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS**



**I. DATOS GENERALES:**

**Validador de instrumentos:** Econ. Hugo Álvarez Pluas, MBA.  
**Institución universitaria:** Universidad Estatal Península de Santa Elena  
**Título de la investigación:** Estrategias de servicio para fortalecer la competitividad de la compañía de Taxis Ejecutivos "Transmuey", Parroquia José Luis Tamayo, Cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2018  
**Nombre del instrumento:** Ficha de observación  
**Alumno:** Kelly Del Pezo Suárez.

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

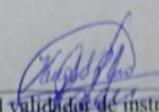
INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado					✓
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables					✓
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología					✓
4. Organización	Existe una organización lógica					✓
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					✓
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación					✓
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación					✓
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					✓
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					✓
10. Pertinencia	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					✓

**III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

( ) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.  
 ( ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

Lugar y fecha:



Firma del validador de instrumento  
 Econ. Hugo Álvarez Pluas, MBA.  
 C.I.: 1305668483 Cód. profesional.: 3370  
 Correo: halvarez@upse.edu.ec  
 Cel.: 0980764994

**Anexo 3** Ficha de informe de validación de entrevista.



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS**



**I. DATOS GENERALES:**

**Validador de instrumentos:** Econ. Hugo Álvarez Pluas. MBA.  
**Institución universitaria:** Universidad Estatal Península de Santa Elena  
**Título de la investigación:** Estrategias de servicio para fortalecer la competitividad de la compañía de Taxis Ejecutivos "Transmuey", Parroquia José Luis Tamayo, Cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2018  
**Nombre del instrumento:** Guía de entrevista  
**Alumno:** Kelly Del Pezo Suárez.

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

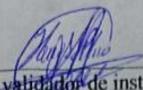
INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado					✓
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables					✓
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología					✓
4. Organización	Existe una organización lógica					✓
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					✓
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación					✓
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación					✓
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					✓
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					✓
10. Pertinencia	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					✓

**III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

( ) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.  
 ( ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

Lugar y fecha:

  
 Firma del validador de instrumento  
 Econ. Hugo Álvarez Plua. MBA.  
 C.I.: 1305668483 Cód. profesional.: 3370  
 Correo: halvarez@upse.edu.ec  
 Cel.: 0980764994

**Anexo 4** Ficha de informe de validación de encuesta.



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS**



**I. DATOS GENERALES:**

**Validador de instrumentos:** Econ. Hugo Álvarez Pluas, MBA.  
**Institución universitaria:** Universidad Estatal Península de Santa Elena  
**Título de la investigación:** Estrategias de servicio para fortalecer la competitividad de la compañía de Taxis Ejecutivos “Transmuey”, Parroquia José Luis Tamayo, Cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2018  
**Nombre del instrumento:** Encuesta  
**Alumno:** Kelly Del Pezo Suárez.

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

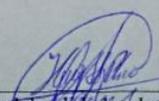
INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado					✓
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables					✓
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología					✓
4. Organización	Existe una organización lógica					✓
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					✓
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación					✓
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación					✓
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					✓
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					✓
10. Pertinencia	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					✓

**III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

( ) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.  
 ( ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

Lugar y fecha:



Firma del validador de instrumento  
 Econ. Hugo Álvarez Plua, MBA.  
 C.I.: 1305668483 Cód. profesional.: 3370  
 Correo: halvarez@upse.edu.ec  
 Cel.: 0980764994

**Anexo 5** Ficha De Observación.



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**  
Facultad de Ciencias Administrativas  
Carrera de Administración de Empresas

**Ficha de observación Compañía de Taxis Ejecutivos “Transmuey”**

**Tema:** Estrategias de servicio para fortalecer la competitividad de la compañía de Taxis Ejecutivos “Transmuey”, Parroquia José Luis Tamayo, Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena, año 2018.

**Objetivo del instrumento:** Obtener información relevante sobre las estrategias de servicio y la competitividad en la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey.

<b>Investigador:</b>			
<b>Dirección de la compañía</b>			
<b>Fotografía</b>			
<b>Aspectos</b>			
Servicios	Puerta a puerta	Referencia	Rodaje
Actividades coordinadas por procesos			
Colaboradores capacitados			
Operador			
Número de unidades			
Recursos tecnológicos			
Medios para solicitar el servicio			
Tiempo de despacho			
Tarifa de precios			

**Anexo 6** Entrevista Presidente de la compañía.



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

Facultad de Ciencias Administrativas  
Carrera de Administración de Empresas

**Entrevista dirigida al presidente de la Compañía de Taxi Ejecutivos “Transmuey” Parroquia José Luis Tamayo, Cantón Salinas, Provincia Santa Elena.**

**Tema:** Estrategias de servicio para fortalecer la competitividad de la compañía de Taxis Ejecutivos “Transmuey”, Parroquia José Luis Tamayo, Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena, año 2018.

**Objetivo:** Obtener información relevante sobre las estrategias de servicio y la competitividad en la Compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Instrucciones:** Sírvase responder las preguntas realizadas por el entrevistador.

**DATOS DEL ENTREVISTADO**

Nombre: \_\_\_\_\_

Tiempo en el cargo: \_\_\_\_\_

Nivel de estudio: Básica  Secundaria  Superior

**ENTREVISTA**

1 ¿Qué tipo de vehículos están registrados en la compañía?

\_\_\_\_\_

2 ¿Para ser socios que proceso se debe seguir?

\_\_\_\_\_

3 ¿Tiene convenios con empresas para asistencia técnica de los vehículos?

\_\_\_\_\_

4 ¿Existe algún tipo de seguro para los usuarios?

\_\_\_\_\_

5 ¿La compañía a la cual pertenece, implementa procesos al momento de brindar el servicio?

\_\_\_\_\_

6 ¿La compañía cuenta con programas de capacitaciones para mejorar el servicio?

---

7 ¿Los colaboradores de la compañía reciben algún tipo de motivación?

---

8 ¿Cómo considera usted la satisfacción?

---

9 ¿Cuáles son los factores que usted considera importantes para satisfacer las necesidades de los clientes?

---

10 ¿Qué tipos de recursos tecnológicos utilizan?

---

11 ¿Por medio de que formas se solicita el servicio?

---

12 ¿La compañía cuenta con la cantidad de unidades necesarias para brindar el servicio de forma rápida?

---

13 ¿Cómo se estipula la tarifa de precios al momento de brindar el servicio?

---

14 ¿Considera usted que la implementación de estrategias de servicio ayuden a fortalecer la competitividad de la compañía?

---

**Anexo 7** Entrevista Socio de la compañía



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

Facultad de Ciencias Administrativas  
Carrera de Administración de Empresas

**Entrevista dirigida a socio de la Compañía de Taxi Ejecutivos “Transmuey”  
Parroquia José Luis Tamayo, Cantón Salinas, Provincia Santa Elena.**

**Tema:** Estrategias de servicio para fortalecer la competitividad de la compañía de Taxis Ejecutivos “Transmuey”, Parroquia José Luis Tamayo, Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena, año 2018.

**Objetivo:** Obtener información relevante sobre las estrategias de servicio y la competitividad en la compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey.

**Instrucciones:** Sírvase responder las preguntas realizadas por el entrevistador.

**DATOS DEL ENTREVISTADO**

Nombre: \_\_\_\_\_

**ENTREVISTA**

1 ¿Conoce usted qué tipo de vehículos están registrados en la compañía?

\_\_\_\_\_

2 ¿Para ser socios que proceso se debe seguir?

\_\_\_\_\_

3 ¿La compañía tiene convenios con empresas para asistencia técnica de los vehículos?

\_\_\_\_\_

4 ¿Existe algún tipo de seguro para los usuarios?

\_\_\_\_\_

5 ¿La compañía a la cual pertenece, implementa procesos al momento de brindar el servicio?

\_\_\_\_\_

6 ¿La compañía cuenta con programas de capacitaciones para mejorar el servicio?

---

7 ¿Los colaboradores de la compañía reciben algún tipo de motivación?

---

8 ¿Cómo considera usted la satisfacción?

---

9 ¿Cuáles son los factores que usted considera importantes para satisfacer las necesidades de los clientes?

---

10 ¿Qué tipos de recursos tecnológicos utiliza la compañía?

---

11 ¿Por medio de que formas se solicita el servicio?

---

12 ¿La compañía cuenta con la cantidad de unidades necesarias para brindar el servicio de forma rápida?

---

13 ¿Cómo se estipula la tarifa de precios al momento de brindar el servicio?

---

14 ¿Considera usted que la implementación de estrategias de servicio ayuden a fortalecer la competitividad de la compañía?

---

Anexo 8 Encuesta clientes



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

Facultad de Ciencias Administrativas  
Carrera de Administración de Empresas

**Encuesta dirigida a los clientes de la Compañía de Taxi Ejecutivos “Transmuey” Parroquia José Luis Tamayo, Cantón Salinas, Provincia Santa Elena.**

**Tema:** Estrategias de servicio para fortalecer la competitividad de la compañía de Taxis Ejecutivos “Transmuey”, Parroquia José Luis Tamayo, Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena, año 2018.

**Objetivo:** Obtener información relevante sobre las estrategias de servicio y la competitividad en la compañía de Taxis Ejecutivos Transmuey.

**INSTRUCCIONES:** Marcar con una X la respuesta a su elección.

	1	2	3	4	5
	definitivamente no	probablemente no	indeciso	probablemente si	definitivamente si
N	Preguntas:				1 2 3 4 5
1	¿Conoce usted cuales son los servicios que ofrece la compañía?				
2	¿Considera usted que la implementación de estrategias de servicio permiten fortalecer la competitividad de la compañía?				
3	¿Le gustaría que los usuarios cuenten con algún tipo de seguro?				
4	¿Considera eficiente el proceso que realiza la compañía de taxis al momento de brindar el servicio?				
5	¿Considera que la compañía de taxis ejecutivos cuenta con el personal acorde a sus expectativas?				
6	¿Considera que la compañía de taxis ejecutivos brinda un servicio de calidad a sus clientes?				
7	¿Considera que la compañía debe implementar nuevos recursos tecnológicos con el fin de mejorar el servicio?				
8	¿Considera importante que la compañía implemente las redes sociales para solicitar el servicio de forma rápida?				
9	¿Considera adecuado el tiempo que espera el cliente desde el momento que solicita el servicio hasta que llega la unidad?				
10	¿Considera usted que los precios son los adecuados por el servicio brindado?				

**Anexo 9** Visita a la compañía



**Anexo 10** Entrevista



**Anexo 11** Encuesta a clientes



Anexo 12 Presupuesto Del Proyecto.

NO.	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
1	<b>Equipos de oficina</b>			
	Laptop	1	\$ 600,00	\$ 600,00
	Impresora	1	\$ 200,00	\$ 200,00
	Tinta de impresora	1	\$ 20,00	\$ 20,00
	Teléfono Celular	1	\$ 100,00	\$ 100,00
	<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 920,00</b>
2	<b>Recolección de información</b>			
	Resma de papel	2	\$ 3,00	\$ 6,00
	Esferos	10	\$ 0,40	\$ 4,00
	Lápices	5	\$ 0,25	\$ 1,25
	Borradores	5	\$ 0,25	\$ 1,25
	Saca puntas	3	\$ 0,25	\$ 0,75
	Refrigerios	5	\$ 2,00	\$ 10,00
	<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 13,25</b>
3	<b>Revisión del proyecto</b>			
	Gramatólogo	1	\$ 100,00	\$ 100,00
	Internet	1	\$ 20,00	\$ 20,00
	Esferos	1	\$ 0,25	\$ 0,25
	Cuaderno	1	\$ 1,50	\$ 1,50
	<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 121,75</b>
4	<b>Trabajo Final</b>			
	Resma de papel	2	\$ 3,00	\$ 6,00
	Anillado	3	\$ 4,00	\$ 12,00
	Cd`s	3	\$ 1,00	\$ 3,00
	<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 21,00</b>
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1.076,00</b>

Elaborado por: Kelly Del Pezo Suárez.

Anexo 13 Carta Aval.



COMPañÍA DE TAXIS EJECUTIVOS  
**TRANSMUEY S.A.**  
RUC: 2490005946001  
RESOLUCION SC.J.DJC.G.11.0005722 DE 06 DE OCTUBRE 2011  
TELF: 024930397 CEL. 0984968942



Salinas, 18 de Octubre de 2019

Señora  
Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.  
**DIRECTORA DE LA CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA SANTA ELENA**  
Presente.-

De mis consideraciones:

Por medio de la presente me dirijo hacia usted con el fin de comunicarle que la Compañía de Taxis Ejecutivo Transmuey S.A, ha aceptado la solicitud de la Señorita **Kelly Del Pezo Suarez** con cedula de identidad número **2400070393**, estudiante de la **Universidad Estatal Península De Santa Elena** de la carrera Administración De Empresas, para que realice el trabajo de titulación – tesis con el tema: **ESTRATEGIAS DE SERVICIOS PARA FORTALECER LA COMPETITIVIDAD DE LA COMPAÑÍA DE TAXIS EJECUTIVOS “TRANSMUEY” JOSE LUIS TAMAYO, CANTON SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018.**

Particular que informo para los fines pertinentes.

Atentamente,  
Dionicio Bacilio Soriano.  
Presidente  
TRANSMUEY S.A.  
Ave, Principal – Barrio Paraiso  
Jose Luis Tamayo – Salinas Ecuador  
Telf: (593) 986370802 – 04 4517237  
E-mail: transmuey@hotmail.es

---

**OFICINA. BARRIO PARAISO JOSÉ LUIS TAMAYO – SALINAS**  
**TELF: 042930397 CELL. 0984968942**  
**E-mail: transmuey@hotmail.es**