



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE SERVICIO DE LAS COMPAÑÍAS
DE TRASPORTE DE TAXI DE LA PARROQUIA ANCONCITO -
CANTÓN SALINAS - PROVINCIA DE SANTA ELENA, 2020**

**COMPONENTE PRÁCTICO DEL EXAMEN COMPLEXIVO PREVIO A
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Autor:

Eddy Omar Tomalá Clemente

Profesora Guía:

Ing. Sabina Gisella Villón Perero

La Libertad - Ecuador

Octubre de 2020

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor Guía del Ensayo titulado, “ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE SERVICIO DE LAS COMPAÑÍAS DE TRASPORTE DE TAXI DE LA PARROQUIA ANCONCITO PROVINCIA DE SANTA ELENA, 2020”, elaborado por el señor ENDDY OMAR TOMALÁ CLEMENTE, de la Carrera Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas, con la modalidad examen complejo, 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. Sabina Villón Perero. Mgt.

PROFESOR GUÍA

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios por la vida, la salud y las bendiciones derramadas sobre mí y mi familia, por proveer de la sabiduría necesaria a lo largo de todo el periodo de estudio; a mis padres por brindarme lo necesario y lo que está a su alcance para realizar mis actividades, a los directivos de las diferentes compañías de taxi de la parroquia Anconcito como son TAXACONSA Y TRASNOCORINTIOS por brindarme su tiempo y colaboración para llevar a cabo el presente trabajo; a cada uno de los profesores que tuvieron la predisposición de ayudarnos en todo el proceso de estudio y por ultimo a mis compañeros con las que he compartido ideas, analogías y pensamientos, que en este gran logro todo forman parte fundamental dentro de nuestra carrera y ciclo de vida.

ENDDY OMAR TOMALÁ CLEMENTE

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de estudio a Dios sobre todas las cosas, como ser supremo y proveedor de mi vida, quien es el gran creador y forjador del universo, en segundo lugar a mis padres por ser quienes me motivan día a día a no darme por vencido, y mantener siempre la lucha constante de mis metas, en especial a mi madre quien es uno de mis pilares fundamentales dentro de mi vida estudiantil, con su gran apoyo incondicional y moral, siempre esta predispuesta a ayudarme en cada uno de mis objetivos; a cada uno de los miembros de mi familia, que a lo largo del periodo de estudio, me supieron aportar con su granito de arena; a mis mejores amigos, a mi familia de tres quienes me enseñaron a no darme por vencido y luchar por más difícil que se ponga la situación y a una persona muy especial que se muestra como mi compañía en los momentos más difíciles y que me brinda su tiempo y espacio para poder decir que todo estará bien.

ENDDY OMAR TOMALÁ CLEMENTE

TRIBUNAL DE GRADO



Lic. José Xavier Tomalá U., MSc

**DIRECTOR DE LA CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

Ing. Sabina Villón Perero, Mgt.

**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

Ing. Soraya Linzán R., MSc.

**DOCENTE TUTOR DE LA
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

Ing. Manuel Serrano Luyo, MSc.

**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**

**TOMALÁ CLEMENTE ENDDY OMAR
ESTUDIANTE.**

ÍNDICE

RESUMEN	7
ABSTRACT	7
INTRODUCCIÓN	8
DESARROLLO	10
CONCLUSIONES	20
RECOMENDACIONES	21
REFERENCIAS	22
ANEXOS	23

ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE SERVICIO DE LAS COMPAÑÍAS DE TRASPORTE DE TAXI DE LA PARROQUIA ANCONCITO

RESUMEN

El tema de estudio es un análisis de las estrategias de servicio dentro de las compañías de transporte de taxi de la parroquia Anconcito, como son TRANSCORINTIOS Y TAXACONSA, por lo que a través de esta información, el objetivo es analizar las estrategias de servicio identificadas por las compañías de taxi, a través de una metodología de alcance exploratorio, con un enfoque cualitativo, y con técnicas de recolección de datos como la observación directa y una entrevista, empezando por la redacción de artículos publicados relacionados con el tema, seguido del diagnóstico que se pudo obtener y estos a su vez poder analizarlos, y emitir una idea a fortalecer la postura, concluyendo en que estas dos compañías afrontan problemas tanto internos como externos frente a los usuarios, por lo que se recomienda acciones que ayuden a disminuir el grado de afectación y que priorice el crecimiento de la compañía.

Palabras clave: Analizar – Redacción – Afectación

ABSTRACT

The subject of the study is an analysis of the service strategies within the cab companies of the Anconcito parish, such as TRANSCORINTIOS and TAXACONSA. Through this information, the objective is to analyze the service strategies identified by the cab companies, through a methodology of exploratory scope, with a qualitative approach, and with data collection techniques such as direct observation and an interview, starting with the writing of published articles related to the topic, followed by the diagnosis that could be obtained and these in turn could be analyzed, and issue an idea to strengthen the position, concluding that these two companies face both internal and external problems with users, so it is recommended actions that help reduce the degree of affectation and that prioritize the growth of the company.

Keywords: Analysis - Writing - Affectation

INTRODUCCIÓN

El servicio de transporte en el Ecuador es uno de los temas y uno de los servicios más ofertados, su participación dentro de la economía del país, tanto en el sector público como privado, se evidencia a través de varios factores, ya que a lo largo del tiempo esta actividad, se ha convertido en una más de las fuentes de ingreso para las familias, y generadoras de empleo a través de la creación de compañías y cooperativas de transporte de buses como de taxis, cada una de estas entidades están reguladas por diferentes organismos, por lo que partiendo del transporte en taxi referente a su gestión, se procede a exponer el siguiente tema de estudio: ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE SERVICIO DE LAS COMPAÑÍAS DE TRASPORTE DE TAXI DE LA PARROQUIA ANCONCITO

Para las organizaciones, cooperativas, y compañías de taxi hoy en día buscan acoger con mayor grado de importancia el tema servicio al cliente, por lo que juega un papel muy importante, pero a la vez se muestra como una gran problemática evidenciando factores como: la relación directa, adecuada, oportuna y eficaz, puesto a que es el punto clave del crecimiento de las mismas, para ello, implementan factores que permiten su expansión con respecto a otras organizaciones que desarrollan la misma actividad, consiguiendo así, conservar una buena reputación al momento de recomendar el servicio, en este caso las compañías de taxi, dependerán de cada uno de choferes profesionales, quienes son los principales actores, y encargados de que el cliente recomiende el servicio, y más allá, de la compañía de taxi que lo brindó

En el presente trabajo investigativo, tiene como objetivo analizar las estrategias de servicio identificadas por las compañías de taxi de la parroquia Anconcito, para ello se reconoce ante todo, que este sector tienen un control en el momento de trasportar usuarios, ya que como su nombre lo indica, es un servicio privado, centrado en una sola persona o una sola ruta, con la característica particular que busca un trato adecuado al usuario, de manera que se enfoca en su servicio y en la forma de ofertarlo.

Anconcito como parroquia rural del Cantón Salinas, cuenta con una cooperativa de trasporte público, así es la cooperativa Mar Azul, y compañías de

transporte en taxi privado como TAXACONSA Y TRASNOCORINTIOS, que haciendo énfasis en ellas, se propone que estas dos grandes compañías de taxi dedicadas a brindar el servicio de transporte a través de diferentes modalidades como son el ejecutivo y convencional, trabajen en diversas estrategias planteadas en las diferentes áreas que poseen las compañías, ya que ambas cuentan con instalaciones para el manejo administrativo, de reuniones y demás manejo de información, tomando en cuenta de que estas están reguladas por la ley de compañías, e integradas a la Unión de Operadoras de Taxis del Cantón Salinas (UNIOPTACSA) y tienen una gran participación dentro de las ordenanzas municipales, así mismo tienen un número de socios que de una u otra manera brindan su aporte y contribución, de modo que también han colaborado al desarrollo de este presente tema de estudio, enfatizando en mostrar su grado de importancia dentro del crecimiento profesional, tanto para la empresa como para el estudiante de tal forma que oriente al logro de los objetivos que se proponen como compañía poniendo en práctica lo aprendido en las aulas de clase, causando gran relevancia en las mismas

Para llevar a cabo el presente ensayo, se inicia en la recolección de información bajo la metodología de estudio de alcance exploratorio, en la que para localizar el problema se utilizó la técnica de observación directa, demostrando así factores que incurrieran en la problemática, luego de eso se define el objetivo, posteriormente se empieza con el desarrollo demostrando las fuentes en la que se basó para realizar la investigación, como fueron primarias y secundarias, y en ellas se delimita la variable de estudio y sus dimensiones con las cuales se relacionan, para posteriormente desarrollar el diagnóstico de la investigación a fondo se realizó una técnica de estudio cualitativa, enmarcada a directivos demostrando como esta cada una de las compañías desde sus funciones tanto administrativas como operativas, por otro lado la revisión de la literatura que se fija desde el principio con la relación de investigaciones relacionadas con el tema, por consiguiente se analiza a detalle la información de las diversas fuentes, dando paso así a una postura de idea a defender, con la que se espera presentar una respuesta anticipada y fundamentada que ayude a la contradicción reflejada en el problema, seguidamente se encuentran las conclusiones y recomendaciones, que dan cavidad al reflejo del

trabajo final con respecto a los resultados enfocados a dar respuesta al problema, y sugerencias consideradas para el estudio, concluyendo con las respectivas referencias bibliográficas y sus respectivos anexos que se atribuyeron para el sustento de la investigación.

DESARROLLO

Desde el punto de vista de las empresas, la necesidad de crecer está en constante desarrollo por ello buscan la manera de como ofertar el producto o servicio dentro del mercado y generen así una ventaja frente a la competencia, por ello dentro del artículo científico: **ESTRATEGIAS DE SERVICIO: ELEMENTOS PARA EL ÉXITO EMPRESARIAL POR** González & Acencio, (2010), que tiene como objetivo establecer un marco conceptual para el análisis de las estrategias de servicio, con la que empiezan con la descripción de las principales teorías, clasificaciones y la influencia de las estrategias que las organizaciones desarrollan para el logro de sus objetivos, bajo una metodología orientada al diseño documental y descriptivo, aplicando una entrevista estructurada a gerentes, demostrando que las estrategias son diseñadas según la necesidad y los objetivos planificados, existiendo una limitación dentro de su capacidad financiera al adquirir personal capacitado, así como herramientas tecnológicas dentro del proceso productivo, elementos que le dificulta estar a la par con otras empresas, por otro lado también desconocen las alianzas estratégicas entre empresas y apoyo financiero por parte de programas de gobierno por lo que se concluye en que los gerentes deben instruir asuntos que lleven a la empresa a ser más productiva y competitiva en el sector servicios, diseñando estrategias que se adapten a sus necesidades para lograr el éxito empresarial.

Por otro lado, desde el aporte del artículo científico: **ENFOQUE ESTRATÉGICO DEL SERVICIO AL CLIENTE** por Restrepo, Ferro, & Mejía, (2006), que muestra un enfoque para estrategias de servicio proyectadas en función al cliente, por las que identifican áreas críticas por medio de elementos: momento de verdad, ciclo y triangulo de servicio con el objetivo de generar interrelación para el diseño de estrategias que conlleven alcanzar los resultados esperados, para el mismo se inicia mostrando el ciclo de servicio para cada una de las áreas críticas

relacionando los momentos de verdad identificados con cada uno de los elementos del triángulo de servicio para visualizar la gestión estratégica en cada uno de ellos.

Enfocando la vista hacia empresas que ofertan servicios, busca que el nivel gerencial tenga conocimiento de todo el manejo que realiza o está realizando la empresa, para ello una opción para enfrentarse a los cambios del mercado, es poder especializarse de manera general que busque contribuir y tener conocimiento sobre toda la organización, dentro de estos referentes se consideraran todos aquellos pasos en las que se estudia al mercado, a través del desarrollo de la trayectoria que han manejado las compañías, los antecedentes que muestran a la hora de presentarlas, la recolección de información de fuentes bibliográficas a través de la revisión literaria, el desarrollo de la idea planteada para el tema en curso, teniendo presente el propósito de la investigación, y considerando las estrategias diferenciadoras, y aquellas que actúan como herramienta de crecimiento, proponiendo así analizar cada una de las estrategias claves que ayudan a la organización, y que contengan aspectos y actores necesarios en la forma en que estas se plantean, con el fin de conseguir una satisfacción personal como empresarial.

Para llevar a cabo estrategias planteadas por la empresa Paz & Gómez, (2002) indica que “Al desarrollar una estrategia de operaciones dirigida a el cliente, comienza con un proceso llamado análisis del mercado, que busca el perfil del cliente de la empresa, identifica sus necesidades y simultáneamente se evalúan las fuerzas de los competidores y el ambiente externo”, por lo que en ello actúan varios factores claves partiendo de la generación de ideas que la empresa propone en cada periodo, teniendo en cuenta que cada día el mundo está en constantes cambios y también se está modernizando para ello el factor clave que incida en las organizaciones sean herramientas tecnológicas que ayuden a mantener a una empresas en constante crecimiento, que capte la manera en que se moderniza el mercado al que se enfoca

Al definir el tema se busca analizar la variable de estudio con un concepto claro y específico, es decir referente a Estrategias de servicio. Por un lado, Chandler, (2003) indicó que la estrategia es la determinación de las metas y

objetivos de una empresa a largo plazo, las acciones a emprender y la asignación de recursos necesarios para el logro de objetivos comunes.

Por otro lado, lo que menciona Montoya & Boyero, (2013) referente al servicio es que consiste en el conjunto de vivencias resultado del contacto entre la organización y el cliente, por lo que se considera la mejor manera de generar una relación adecuada, de la cual dependen su supervivencia y éxito. Por eso el pilar fundamental para que las empresas sobrevivan aún más cuando estas son organismos privados con fines de lucro serán sus clientes, y dependerá de ellos llegar a cubrir con sus necesidades y expectativas.

Para la unificación de criterios de autores se define a la variable estrategias de servicio como proyecciones que buscan la mejora de la organización en función del desempeño de actividades hacia el cliente con la cual desean captar más mercado, por ello esto debe tener una secuencia y una planificación que detalle las etapas y los recursos necesarios que no se limiten solo a los recursos financieros si no más allá del aprovechamiento de insumos y el manejo eficaz del talento humano desempeñado en las distintas áreas ayuden a este fomento del entorno donde se encuentran ubicadas.

Dentro de las Dimensiones que trae consigo la variable de estudio tenemos:

Relaciones con los clientes según Reichheld, (2002) Afirma que las relaciones con los clientes a largo plazo permiten aumentar los ingresos, disminuir los costos de operación y aplicar un sobreprecio. No obstante, todos los clientes no dan beneficio, por ello se debe de determinar cuáles o que segmento los dan. Las relaciones beneficiosas entre los clientes y los proveedores constituyen una ventaja competitiva

Tomando en cuenta que el cliente es un eje fundamental y su posición en las empresas es una pieza de movimiento importante, por lo que se considera como acto social entre personas enmarcadas a un ámbito comercial y profesional que contribuya en una relación sólida, generando confianza y gran atención por ambas partes para conseguir el fin propuesto por lo que se quiere tener una buena comunicación.

Capacidad de respuesta según Drucker, (1990) se refiere a la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y suministrar el servicio rápido; también hace parte de este punto el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos, así como lo accesible que resulte la organización para el cliente, es decir, las posibilidades de entrar en contacto con ella y la factibilidad de lograrlo.

Se entiende que es la disposición que ponen los prestadores de servicio, en este caso la empresa, para ello se requiere conocer al cliente, saber escuchar y comprender permitiendo conocer las necesidades y las expectativas, procesando toda esta información, teniendo en cuenta factores necesarios como el tiempo, la planificación y los involucrados a fin de poder generar una idea respuesta acertada, dentro de un rango de eficacia, con la certeza que se espera.

Innovación según Meyer & Goes, (1988) el término “innovación” implica la creación o adquisición de un producto o servicio que es nuevo para la entidad. En las definiciones anteriores se pone en manifiesto que la innovación no es solamente un resultado o un objeto surgido de aplicar una nueva idea, sino también que puede constituir un proceso.

El termino innovación es para muchos conocidos, por lo que para uno implica cambios para otros, mejora, y que hay distintas maneras de expresarlos, tanto en procesos productivos de la empresa o en la terminación de productos y servicios expuestos a través de la oferta que realizan las empresas, siendo así que incurre en las diferenciaciones, entre organizaciones, por lo que hoy en día la implementación de este factor es muy valioso para aquellas que requieren crecer y tener gran posición en el mercado.

En el tema a desarrollar desde sus principales puntos, se inicia mencionando que para el cumplimiento del objetivo propuesto en la investigación se basó en una metodología de alcance exploratorio que se orienta a conocer el problema y estudiarlo dentro de una investigación de campo con las que se recurre a fuentes primarias y secundarias y a la revisión de la literatura, trabajando en un enfoque cualitativo que asume una realidad multiplicada en contexto que privilegia el análisis profundo y reflexivo de tal manera que forma parte de la realidad estudiada. Se utilizo la técnica de la observación directa, que como su nombre lo indica, se

trabajó en la recolección de datos a partir de observar el objeto de estudio para evaluar su comportamiento en un periodo de tiempo, a esto también se le añade la técnica de la entrevista realizada a directivos de las compañías de taxi, como propuesta de dialogo para la recolección de datos más oportunos e indagando de fuentes primarias.

A partir de la redacción de la metodología, se despliega el Diagnóstico del problema objeto de la investigación, desde una parte fundamental con respecto a la postura de la compañía frente a su servicio, en primer lugar, con la observación directa se logró identificar que el servicio ofertado, debe contener todo lo que el cliente está buscando y necesita, sin embargo, esta muestra algunas falencias como el trato y la comunicación que ellos dan frente al usuario, que por lo regular existen ocasiones que no tienen una buena comunicación, a veces el trato no es el adecuado, muestran estados de ánimos no agradables y que no empatizan al brindar el servicio, de tal modo que uno de estos inconvenientes es el momento en que no poseen cambio en suelto al momento de cobrar y debido a ello se molestan sin encontrar solución al problema esperando que el usuario lo solucione por su cuenta, por otro lado esta su aspecto físico, con esto se hace referencia a la vestimenta que muestran, por lo que no es tan agradable, ya que hay choferes que visten de forma informal, ropa común de apariencia como de casa, y que sin embargo no se ve bien frente a una imagen, partiendo de esto también se visualiza la imagen de los vehículos, en algunos casos se muestra poco aseados, y con referente a la época pandémica que atraviesa el país, no están bien equipados con elementos que necesitan para prevenir el contagio y ayudar a la integridad de la salud de sus usuarios.

Seguidamente se expone el diagnóstico de la técnica de la entrevista que fue realizada a directivos de las diferentes compañías de taxi de la parroquia Anconcito, empezando así que el servicio de transporte en taxi que tiene el cantón Salinas son diversas compañías distribuidas en las diferentes parroquias y en la cabecera cantonal, dentro de la parroquia Anconcito, existen dos compañías, como son TAXACONSA y TRANSCORINTIOS, ambas bien identificadas dentro de la parroquia por sus nombres, y constituidas bajo permisos de operaciones por parte del municipio brindando un servicio dentro y fuera de Anconcito, cuentan con varios socios la primera con 24 y la segunda con 29 formalmente, y cada uno de

ellos cuentan con licencia profesional y son residente de la misma parroquia, estas compañías se rigen a la Superintendencia de Compañías y La Agencia Nacional de Tránsito, además integradas a la Unión de Operadoras de Taxis del Cantón Salinas (UNIOPTACSA), ambas poseen estructura organizacional, que inicia de la asamblea de socios, como su nombre lo indica lo conforman todos los socios de la compañía tanto fundadores, como los que nuevos integrantes, teniendo los socios fundadores mayor grado de participación dentro de la empresa, seguidamente se encuentra el gerente, encargado del ámbito económico y financiero que se lleva, luego se encuentra al presidente, encargado de la logística de organización de la compañía, posteriormente está el señor comisario, quien vela por el cumplimiento del reglamento interno, y concluye con el secretario, quien lleva el control de las actas de las reuniones ordinarias y extraordinarias. Con respecto a la estructura física, para la compañía TRANSCORINTIOS, ellos no poseen estructura física de operaciones sin embargo arriendan un establecimiento para llevar a cabo las reuniones que realizan, para la compañía TAXACONSA, posee un terreno en el cual se edificara su estructura, pero al momento las reuniones que realizan las llevan a cabo en la sala de eventos del GAD parroquial. Ambas poseen su reglamento interno donde se establecen todas las políticas de la compañía. El proceso de inducción para los nuevos socios se da a raíz de la notificación emitida por la agencia nacional de tránsito, a aquellas personas que poseen licencia profesional tipo C, segundo que tengan el vehículo en buen estado. En lo que respecta a la identificación, ambas se encuentran muy bien identificadas ya que como toda compañía formada poseen el color amarillo representativo, el número de registro del permiso de operación y el nombre de la compañía, además llevan una identificación dentro del vehículo del chofer dueño del vehículo.

Concerniente a su gestión dentro de las compañías mostraron que se encuentran en constante capacitaciones, por lo que la agencia nacional de tránsito y en uno de los reglamentos dictado por la municipalidad de Salinas, estipula que para la circulación de los taxis, exigen tener constancia que los administradores de las compañías se capaciten y estos a su vez transfieran esa información a su base, y manifiestan que por lo menos deben tener tres capacitaciones al año y muy aparte de eso los directivos también realizan capacitaciones adicionales

Lo que respecta al servicio, se identifican como compañía de taxi convencional en su mayoría, por que realizan el servicio cogiendo y dejando pasajeros repetitivamente en cualquier lugar donde se encuentre, sin embargo, también en ocasiones muestran el servicio ejecutivo, que para ello se los localizan a través de teléfonos, realizando el servicio puerta a puerta. Al hablar de sus estrategias manifestaron que han implementado, la vestimenta a los señores choferes, poseyendo dos uniformes al año, han incrementado la disciplina con respecto al servicio al cliente en referente a la buena imagen.

Por otro lado se mencionan las problemáticas, estas se muestran como leves a aquellas como: al que a un socio no le agrada que le llamen la atención, por lo que no respeta o ha faltado a un reglamento dentro de la política interna, causando un pequeño problema o desacuerdo entre socios, en esta parte interviene el comisario como actor de hacer cumplir las obligaciones, por otro lado como problemática fuerte no han llegado a tener un evento así, con respecto a otras compañías que han llegado a tener un grado de violencia entre socios o incluso choferes con usuarios, pero que hasta el día de hoy no han presentado estos tipos de malestares, que aunque se muestren problemas lo han sabido solucionar. Y referente a un problema en el servicio si se han manifestado como en aquel momento en que el usuario muestra un ánimo negativo, ha salido con problemas de su hogar lo que hace que por pequeñas cosas, se molestan con los choferes, llegando a un cruce de palabras, aun mas se muestran con personas a las que no se le quiere brindar el servicio por lo que se encuentran en un estado de ebriedad, pero ante estos eventos los choferes están capacitados para responder y saber que hacer en esos momentos.

Para la época pandémica que vive el mundo estas compañías están pasando por una situación muy difícil, por lo que, desde el inicio de esta época, no se podía trabajar, por la restricción de vehículos y el toque de queda, esto repercutió en las deudas que afrontan, también hubo problemas con compañeros socios que cayeron en esta enfermedad, y aunque para la compañía TRANSCORINTIOS sufrió la pérdida de uno de sus socios, afectando bastante, pero sin lugar a duda están recuperándose, brindando seguridad a los usuarios, desde el vehículo teniendo una mampara que divide al chofer con los usuarios, también cuentan con elementos de protección como alcohol, gel desinfectante y se estableció que cada tres horas se

realizara una fumigación al vehículo con amonio cuaternario, de esa forma se protegía la salud de los socios y los usuarios

Por lo antes mencionado se concurre al Análisis de que el servicio de transporte de taxi en la parroquia Anconcito no es identificada como compañía, ya que, ante las personas, o la comunidad, se tiene una sola opinión de que los taxis que circulan por la parroquia son de una sola compañía, por lo que no es así, de este modo, la diferenciación juega un papel muy importante. Se analiza también que los choferes de estas compañías no muestran un buen trato en ocasiones, por lo que se debería inferir más en el momento de brindar el servicio, en mostrar un estado anímico agradable al cliente, mejorar la comunicación que se puede dar en el momento, enfatizando en un ambiente agradable para el usuario donde el trato sea bajo respeto, pero a la vez amigable, causando confianza en su conductor.

La imagen que ellos muestran antes los usuarios no siempre es la correcta, por lo que no dan una buena impresión, más bien desfavorece al usuario volver a recurrir de sus servicios, partiendo que se considera como parte de la carta de presentación que muestra la compañía, sin embargo, se debe poner mayor importancia en este asunto ya que como choferes profesionales, deben vestir tal cual, de manera que causen confianza en el usuario, y diferenciación frente a la competencia.

El manejo de equipos que ayuden a la protección y preservación del cuidado de la salud de los usuarios es muy importante, y es exigible por la época pandémica que atraviesa el mundo, por ello es indispensable la falta de cualquiera de estos implementos a la hora de brindar el servicio, ya que debe cumplir con las normas de bioseguridad emitida por órganos gubernamentales, que aunque se hallan restringido algunas normas no se asegura que estamos libres de esta enfermedad, por ello primero es precautelar la salud de todos.

Para las dos compañías, el servicio es el ser y el fruto que ellos brindan, como producto final muestran una cara, el trato y la amabilidad de como ellos llegan a sus usuarios o clientes, al hacer hincapié en como estas compañías hacen frente una con la otra, por un lado una de ellas, busca ser identificada a través de un uniforme portado por cada uno de los socios, pero que sin embargo, no lo utilizan

en el día a día, por lo que solo la portan un día a la semana como símbolo de identificación, desde allí, se evidencia un buen punto estratégico para iniciar, pero a la vez poco deficiente, dentro del área administrativa es posible identificar el cómo se está llevando a cabo cada acción y aportación que tienen los socios para que esta se mantenga y pueda crecer.

En lo que respecta a las capacitaciones que deben ser realizadas con obligatoriedad por órganos gubernamentales se consideran así por lo que Salinas como balneario y lugar turístico, recibe a diferentes personas que visitan cada rincón del cantón y sus alrededores, de varias partes del país e incluso del mundo, por ello cada uno de los choferes deben conocer bien el área a recorrer, capacitarse en varias situaciones, como emergencias médicas, altercados en el tránsito o problemas con la autoridad, ya que, el desconocimiento de la ley no le excede de su culpa y otros caso que podrían darse y estos a la ves estar preparados para saber qué hacer.

A partir de la relación del análisis con el diagnóstico se plantea la siguiente Idea, esta se debe a partir del diagnóstico y procedimiento que están llevando a cabo cada compañía desde un entorno interno y externo, de allí estudia varios factores que involucran el proceso productivo, la gestión administrativa, y la perspectiva que tienen sus clientes. Por otro lado están las estrategias, aquellas actividades que involucran mucho la gestión y el manejo de las organizaciones, puesto a que estas se centran en la toma de decisiones y el cumplimiento de los objetivos, se embarcan en proponer ideas, que aporten de una u otra manera a las falencias que se han identificado, haciendo hincapié en los demás procesos que involucran o conllevan al problema, estos podría ser en la área de producción, en el manejo de directivos, e incluso en el personal, teniendo como pieza clave la mejora en la organización.

Por ello cada compañía debe contar con un estudio amplio en toda las áreas, definir cuáles son factores en las que encuentras falencias tanto en el entorno externo como interno, que es lo que está haciendo mal y si están o no respondiendo de manera correcta frente a su competencia, ya que por un lado la diferenciación es sinónimo de ventaja competitiva, pieza que juega muy bien a la hora de brindar el servicio, brindando una mejor elección al cliente, por otro lado se encuentra el

ambiente que se maneja en la organización, y es que se tiene en cuenta muy bien la opinión de cada uno de los involucrados, sea el nivel que sea, ya que todos participan de forma fundamental en las actividades, entonces, encontrar cada uno de estos puntos, da un reflejo claro de que se va a ser, y otros de cómo se deben hacer, para llegar a conseguir el crecimiento y estabilidad que estás esperan.

De tal forma se plantean Estrategias para su posterior análisis como son: Estrategias de diferenciación, con la que se oferte un servicio basado en el mejoramiento continuo, que les permita diferenciarse de la competencia, tanto en la comunicación como en los aspectos físicos empezando por la imagen que representa a la compañía, partiendo de la uniformidad que debe existir en cada uno de los choferes para conseguir un buen criterio de sus clientes a través de la confianza brindada, por otro lado está la Estrategia de Integración hacia arriba con lo que se busca establecer alianzas estratégicas con empresas proveedoras de repuestos, así como el mantenimiento de vehículos y que de una u otra manera busque la reducción de costos para cada socio con el fin de crear combinaciones de recursos que viabilicen el cumplimiento de sus objetivos comunes e individuales, y por ultimo Estrategia Corporativas, por lo que se busca determinar el mecanismo de control con la finalidad de evaluar y controlar los objetivos y metas propuestos por las compañías

Con el planteamiento de estas 3 estrategias como idea planteada para este informe se detalla que cada una de este tiene un estudio previo y el análisis correcto en el momento de acogerlas, ya que el adaptarlas va depender de como estas compañías manejan funciones, e incluso debe proporcionarse que esto se verá como una idea de valor, destacando que las siguientes estrategias se focalizan en el poder brindar el plus necesario, la aseguración de operaciones, crecimiento y fortalecimiento de cada una de las compañías, haciéndolas conocer e identificarse ante la comunidad, y la uniformidad que llegaría a existir en la jornada de trabajo, desde la gerencia hasta los choferes encargados del manejo del volante.

CONCLUSIONES

En la parroquia Anconcito están constituidas dos grandes compañías de taxi como son TRANSCORINTIOS y TAXACONSA ambas regidas por la Superintendencia de Compañías y La Agencia Nacional de Tránsito, además integradas a la Unión de Operadoras de Taxis del Cantón Salinas (UNIOPTACSA), que con pocos años constituidas muestran malestares y algunas falencias dentro del servicio que estas ofertan, y que como toda compañía que inicia sus funciones busca su crecimiento y establecerse dentro del mercado.

Bajo la metodología utilizada en el tema de estudio se pudo encontrar puntos clave en que se necesita enfocarse por lo que muestran problemáticas, entre ellos el trato que se tiene al usuario y la comunicación que existe en la misma, la imagen que muestra como compañía y de forma personal como profesional del volante, la falta de equipamiento por la época pandémica, problemáticas desarrolladas dentro de la organización entre socios al no llegar a un consenso

Uno de los inconvenientes que ha tenido mayor repercusión es la comunicación y el trato que tienen los choferes con los señores usuarios, por lo que en momentos no puede ser tan oportuno, y es que la falta de control sobre su estado emocional tiene mucho que ver, para poder manejar un ambiente agradable, confiable, y con respeto, con el fin de lograr que el usuario se sienta grato por el servicio

Para el desarrollo de la problemática en curso de baso en el diagnóstico de las técnicas de recolección de datos, procesándola, seguidamente de su respectivo análisis que se pudo fijar en como intervienen y como ayudar, concluyendo en una idea planteada para el tema en curso con el fin de ayudar a través de posturas estudiadas, que mejoren aspectos de la problemática.

RECOMENDACIONES

Se recomienda brindarle el espacio necesario por parte de los directivos y cada uno de los socios que lo conforman a la atención adecuada, dentro de los procesos de desarrollo de crecimiento para las compañías existente dentro de la parroquia tanto en áreas operativas, como administrativas, por lo que manejan diferentes actividades, pero que tienen un solo fin, con el plus adecuando e identificando problemas y anomalías que muestran como compañía.

Es indispensable que las dos compañías de transporte constituidas en la parroquia Anconcito, analicen las estrategias planteadas dentro de las opiniones de todos los socios que tienen, por lo que se requiere contar con el personal eficiente y que mejore el servicio satisfaciendo al cliente, por ello se pretende el compromiso y el trabajo en equipo para el logro de los objetivos que se propone la compañía

Mantener una comunicación oportuna entre todos los socios y directivos que conforman las compañías, a fin de que las reuniones de trabajo que se realicen sean de forma coordinada y expresen resultados eficientes y eficaces y que a la vez sea una práctica para su jornada laboral.

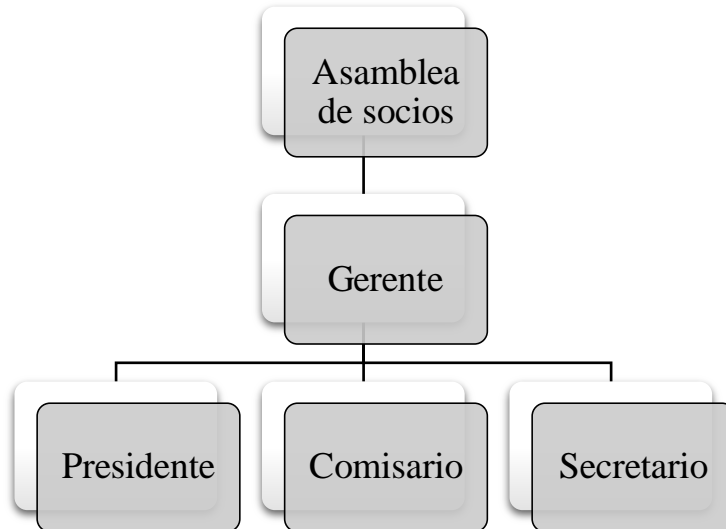
Se recomienda que la participación activa de los miembros y actores sociales dentro de las compañías generen procesos claves, con el servicio adecuado y que mantengan constantes capacitaciones tanto en el área operativa como administrativa con el fin de tener una respuesta ante algún percance mostrado por los usuarios o que se den en cualquier momento de su jornada de trabajo, obteniendo así brindar un grado de confiabilidad dentro de un ambiente agradable y satisfecho.

REFERENCIAS

- Chandler, A. (2003). *Estructura y Estrategía. Capítulos en la historia de América*. New York: Beard Books.
- Drucker, P. F. (1990). *El Ejecutivo Eficaz*. Buenos Aires : Editorial Sudamericana.
- GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE SALINAS. (Mayo de 2019). *Gaceta oficial N°79*. Obtenido de <https://www.salinas.gob.ec/images/Download/Gacetitas/71-80/Gaceta79.pdf>
- González, B., & Acencio, E. (2010). Estrategias de servicio: elementos para el éxito empresarial. *Multiciencias*, 140.
- Meyer, A. D., & Goes, J. B. (1988). *Organizational assimilation of innovations: A multilevel contextual analysis*. Estados Unidos : Academy of Management Journal.
- Montoya, C., & Boyero, M. (2013). El CRM como herramienta para el servicio al cliente en la organización. *Revista Científica "Visión de futuro"*, 130.
- Paz, R. C., & Gómez, D. G. (2002). *Estrategia de Producción y operaciones*. Argentina: Universidad Nacional de Mar de Plata.
- Reichheld, F. F. (2002). *Loyalty as a philosophy and strategy: an interview with Frederick F. Reichheld*. Strategy and Leadership.
- Restrepo, C. E., Ferro, L. S., & Mejía, S. E. (2006). Enfoque estratégico del servicio al cliente. *Scientia et Technica*, 289.

ANEXOS

Anexo 1. Organigrama general que manejan ambas compañías
TRANSCORINTIOS Y TAXACONSA



Anexo 2. Ley de compañías por las que están registradas y se rigen las compañías
TRANSCORINTIOS Y TAXACONSA

 No imprimira este documento a menos que sea absolutamente necesario 

LEY DE COMPAÑIAS

Codificación 0
Registro Oficial 312 de 05-nov-1999
Ultima modificación: 20-may-2014
Estado: Vigente

H. CONGRESO NACIONAL
LA COMISION DE LEGISLACION Y CODIFICACION

En ejercicio de la facultad que le confiere el numeral 2 del artículo 139 de la Constitución Política de la República.

Resuelve:

EXPEDIR LA SIGUIENTE CODIFICACION DE LA LEY DE COMPAÑIAS

SECCION I
DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.



Nota: Incluida Fe de Erratas, publicada en Registro Oficial No. 326 de 25 de Noviembre de 1999 .

Concordancias:
CODIGO CIVIL (TITULO PRELIMINAR), Arts. 4, 12, 39
CODIGO CIVIL (LIBRO I), Arts. 566
CODIGO CIVIL (LIBRO II), Arts. 656, 702, 843

Anexo 3. Párrafo señalado sobre la ordenanza municipal N°79, capítulo IV para capacitaciones constantes de todos aquellos socios que integran las compañías de taxi

<p>Resolución 072-DIR-2010-CNTTTSV, de noviembre 22 de 2010 (vigente), ante ello, y para el cumplimiento de los objetivos en la calidad de servicio de transporte en taxi convencional y ejecutivo, se debe disponer las recomendaciones establecidas en el "Anexo 1: Especificaciones físicas y técnicas".</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. Cumplir con las leyes, reglamentos y ordenanzas vigentes emitidas para el efecto por parte de los organismos superiores. 8. Exhibir de manera clara y visible dentro del vehículo, la identificación del conductor en un formato previamente establecido por la Jefatura de Tránsito, Transporte Terrestre y Seguridad Vial del cantón. 9. Garantizar por parte de los conductores y personal administrativo de la operadora, un trato adecuado a los pasajeros mediante conductas de carácter ético y con la cordialidad respectiva tomando en cuenta especialmente a los grupos de atención prioritaria. 10. Exigir a los conductores y dueños de los vehículos de las operadoras de taxi convencional y ejecutivo, la capacitación de al menos dos veces al año en temas relevantes y afines a sus funciones; la Jefatura de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial solicitará la documentación que acredite su cumplimiento obligatorio. 11. Incorporar señalización vertical sin previa autorización dada por la Jefatura de 	<p>Artículo 9.- Procedimiento Sancionatorio.- Las denuncias por el incumplimiento de las disposiciones presentadas en la presente ordenanza y demás establecidas en la Ley, se direccionarán de acuerdo a la aplicación de las infracciones y procedimientos para las sanciones administrativas a las operadoras, que son puestas a conocimiento a través de la Ley de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial junto con su reglamento, además de las sanciones previstas en el Código Orgánico Integral Penal y la Ordenanza que regula la gestión municipal del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial en el cantón Salinas, de agosto 12 de 2013, también de acuerdo al Código Administrativo, sin perjuicio de las acciones penales a las que hubiere lugar.</p> <p>El incorrecto uso del taxímetro seguirá siendo sancionado por las autoridades competentes de acuerdo al Código Orgánico Integral Penal y la multa estipulada en el artículo 390 numeral 9.</p> <p>DISPOSICIONES GENERALES</p> <p>PRIMERA.- Las operadoras de Transporte en taxi convencional y ejecutivo, deberán presentar un informe anual de Gestión respecto al mejoramiento de la calidad de servicio (capacitaciones), renovación de la flota vehicular y mejoras del equipamiento tecnológico a la Jefatura de Tránsito, Transporte Terrestre y Seguridad Vial del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Salinas, hasta el 31 de enero de cada año.</p> <p>SEGUNDA.- En todo lo relacionado y que no se encuentre expresamente regulado en la presente ordenanza, se aplicarán las disposiciones de la Constitución; Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización, Código Orgánico Integral Penal, Ley Orgánica de</p>
---	---

Anexo 4. Cuestionario para entrevista realizada Directivos de las compañías de taxi

	<p>UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA</p> <p>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</p> <p>CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS</p> <p>Entrevista dirigida a Directivos de la compañía de taxi</p>	
<p>PREGUNTAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nombre de la compañía 2. Cargo que desempeña 3. Como esta constituida 4. Poseen estructura organizacional 5. Posee estructura fisica 6. ¿Cómo es la comunicación en la compañía? 7. ¿Cómo manejan el tema de capacitaciones? 8. ¿cree que la cadena de mando esta definida? 9. ¿Qué busca la compañía? 10. ¿Acojen a nuevos socios? 11. ¿Cómo es el proceso de inducción del nuevo personal? 12. ¿Cómo se identifica la compañía y como esta identificada dentro de la parroquia? 13. ¿Cómo es el servicio que ofertan? 14. ¿Qué estrategias han desarrollado? 15. ¿Cómo ponen en practica estas estrategias? 16. ¿Qué problemáticas mas comunes presentan? 17. ¿Cómo afrontaron la epoca pandemica? 		