



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

TÍTULO DEL ENSAYO

**ESTRATEGIAS DE CALIDAD DE SERVICIO DE LA UNION
PROVINCIAL DE OPERADORAS DE TRANSPORTES EN TAXIS DE
SANTA ELENA “UNPROTASE”, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO
2020**

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

Autor

FRANCO SANCHEZ ALEX STEVEN

Profesora Tutora

ING. SORAYA LINZÁN RODRÍGUEZ, MSC.

La Libertad - Ecuador

Octubre de 2020

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR

En mi calidad de Profesor Guía del Ensayo titulado, **“ESTRATEGIAS DE CALIDAD DE SERVICIO DE LA UNION PROVINCIAL DE OPERADORAS DE TRANSPORTES EN TAXIS DE SANTA ELENA, UNPROTASE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2020”**, elaborado por el señor **ALEX STEVEN FRANCO SANCHEZ**, 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. Soraya Linzán Rodríguez, MSc.

PROFESOR TUTORA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a dios en primera instancia por permitirme cumplir con este objetivo muy importante en mi vida, por guiarme en cada uno de mis pasos.

A mis adre y hermanos, que son el pilar fundamental, gracias a ellos que me guiaron en cada paso que he dado en mi vida, brindándome una motivación dándome ánimos y de la misma manera que estuvieron a mi lado en los momentos buenos y malos durante mi vida estudiantil.

A cada uno de mis familiares y amigos que siempre me han brindado su apoyo incondicional y que en el largo y arduo camino hasta cumplir con mis metas.

También a la persona que me ha acompañado a mi enamorada la cual fue la que me ha brindado su apoyo durante toda la carrera universitaria acompañándome en los momentos malos y buenos.

Y por último a la universidad y profesores de nuestra alma mater como lo es la universidad estatal Península de Santa Elena por ayudarme brindándome sus enseñanzas diarias durante mi etapa académica.

ALEX STEVEN FRANCO SANCHEZ

DEDICATORIA

El presente ensayo se lo dedico a dios por haberme permitido culminar esta etapa con salud, sabiduría, fortaleza y por bendecir cada uno de mis pasos que he dado durante el tiempo de mi carrera universitaria.

A mis padres y hermanos quienes han realizado y me han brindado todo su apoyo emocionalmente y económicamente con el fin de que permita lograr mis objetivos y debido a que son mi motivación más grande que tengo.

Y a todas las personas que me acompañaron durante toda mi carrera estudiantil me brindaron su apoyo incondicional para que logre cumplir esta meta tan importante.

A mi enamorada que a pesar los momentos difíciles y lo duro que ha sido esta etapa siempre ha estado ahí para apoyarme y es una de las personas a las cuales va dedicado este gran paso que he dado en mi vida.

ALEX STEVEN FRANCO SANCHEZ

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
EMPRESA**



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**

ÍNDICE

RESUMEN	7
ABSTRACT	8
INTRODUCCIÓN	9
DESARROLLO	11
CONCLUSIONES	17
RECOMENDACIONES	18
BIBLIOGRAFÍA	19

ESTRATEGIAS DE CALIDAD DE SERVICIO DE LA UNION PROVINCIAL DE OPERADORAS DE TRANSPORTE DE TAXIS DE SANTA ELENA “UNPROTASE” PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2020

RESUMEN

El presente trabajo se lleva a cabo en la provincia de Santa Elena, en donde se tomó en cuenta uno de los principales entes que genera una economía dentro de la provincia para posterior llegar a un análisis que fue la Unión Provincial de Operadoras de Transporte de Taxis de Santa Elena “UNPROTASE”, teniendo en cuenta una de las fuentes primordiales para este análisis fueron criterios u opiniones de usuarios que hacen uso de este servicio de transporte de taxi, para ello el objetivo fundamental de esta investigación se enfoca en el análisis de estrategias de calidad de servicio con el fin de plantear un servicio estándar de calidad adecuado para cliente y aportar al crecimiento del mercado provincial, mediante un estudio realizado por parte de la observación directa, teniendo como resultado que las unidades de transporte no cuentan con las estrategias necesarias de servicio de calidad por lo cual fue pertinente la identificación de métodos para cumplir con las metas propuestas y obtener una ventaja competitiva por medio de estrategias de calidad de servicio dentro de la unión provincial de taxis de Santa Elena.

Palabras claves: estrategias de calidad de servicio, mercado, ventaja competitiva.

ABSTRACT

This work is carried out in the province of Santa Elena, where one of the main entities that generates an economy within the province was taken into account to later arrive at an analysis that was the Provincial Union of Taxi Transport Operators de Santa Elena "UNPROTASE", taking into account one of the main sources for this analysis were criteria or opinions of users who make use of this taxi transport service, for this the fundamental objective of this research focuses on the analysis of strategies of service quality in order to propose a standard service of adequate quality for the client and contribute to the growth of the provincial market, through a study carried out by direct observation, with the result that the transport units do not have the necessary strategies of quality service, for which it was pertinent to identify methods to meet the proposed goals and obtain a competitive advantage through service quality strategies within the Santa Elena provincial taxi union.

Keywords: service quality strategies, market, competitive advantage.

INTRODUCCIÓN

Las estrategias de calidad de servicio son herramientas que ayudan a las organizaciones alcanzar sus metas y objetivos propuestos en un periodo determinado por lo que se ven involucrados recursos, capacidad con el fin de satisfacer las necesidades del cliente o usuario. Teniendo claro que las estrategias de calidad de servicio son fundamentales dentro de una organización.

Dentro de la provincia existen diferentes falencias y problemáticas que no solo afecta al sector económico es así que uno de los principales problemas es el desconocimiento que mantienen varias entidades o compañías de taxis que realizan la actividad de servicio de transporte a toda la provincia por lo cual se ve reflejado el escaso uso de herramientas o estrategias de calidad de servicio con el fin de obtener un mayor alcance de mercado y brindar un servicio eficiente y eficaz

A esto el objetivo principal de la investigación es analizar las estrategias de calidad de servicio utilizadas por los socios y dueños de los vehículos pertenecientes a cooperativas que brindan un servicio de taxis en toda la zona de la provincia de Santa Elena, con el fin de identificar qué factores tienen más relevancia y aportan al crecimiento del mercado logrando cumplir metas de las instituciones, esto con el apoyo de nuevos métodos que puedan ofrecer un servicio con estándares de calidad adecuados.

El uso de estrategias que van direccionadas a la calidad de servicio de taxi a usuarios implementando alternativas dentro y fuera de los vehículos como la seguridad, confort, confianza y un trato adecuado al cliente entre otras, permite que el usuario tenga un criterio satisfactorio sobre el servicio desde antes, durante y hasta llegar al destino del pasajero, por lo que es importante instruirá nuevos ámbitos de calidad, a las personas que brindan este servicio por medio de sus dirigentes que son la parte primordial de estas instituciones a las cuales los vehículos pertenecen.

En la presente investigación se logró determinar con mayor precisión del fenómeno de estudio para esto se aplicó un investigación exploratoria que pudo

brindar información de la situación actual de cómo se lleva a cabo el estudio de nuevas estrategias dentro de la “UNPROTASE”, utilizando un método de investigación cualitativa, en la cual se obtuvo información mediante información primaria como lo es la observación directa y como fuente secundaria datos e información de documentos y demás.

El tema está conformado por varios lineamientos establecidos durante el estudio que permiten cumplir con el tema de investigación, desarrollando conceptos claves de la estrategias de calidad de servicio, analizando al sector de servicio de transporte (taxis) y estableciendo la idea a defender para obtener conclusiones y recomendaciones que aporten a lograr una toma de decisión para corregir medidas que están afectando al servicio antes mencionado para conseguir ser competitivos en el mercado y comenzar a captar mercado.

DESARROLLO

El siguiente apartado comprende la búsqueda de información a partir de estudios similares que ayudaron a la búsqueda de información mediante artículos científicos del tema que se está desarrollando, al momento de ofrecer un producto o servicio al usuario se lo realiza de varias maneras y para esto cuenta mucho el modo que se lo hace es a partir de aquí que las empresas diseñan e implementan estrategias de calidad con el fin de satisfacer las necesidades del cliente buscando una mayor acogida para obtener mayores ingresos considerando como una de las estrategias a que deben recurrir las empresas es la calidad de servicio.

Urdaneta Joheni (2011) menciona en su artículo titulado “la calidad del servicio del municipio de Maracaibo” en el artículo estudiado tiene como objetivo describir la calidad de servicios en los taxis que forman parte del sistema de transporte de la ciudad, para esto se desarrolló un diseño de un instrumento de una encuesta bajo una investigación descriptiva y un diseño no experimental, llegando a los resultados que revelan diferencias significativas de la calidad de servicio que las compañías de taxis ofrecen a la ciudadanía es mediana, para esto se obtienen conclusiones que miden la satisfacción de las necesidades y de calidad, permitiendo una mejora dentro de las dimensiones de empresa y cliente.

Las empresas son consideradas fuentes de empleos y de ingresos mencionando que una de las principales razones para que esto suceda es el crecimiento de conocimientos e implementación de nuevas estrategias de comercialización y de prestación de servicio por lo que hoy en día vemos que muchas empresas se ven rezagadas en el mundo de los negocios por la falta de crecimiento e innovación y por omitir las nuevas estrategias que se agregan al mercado.

Mientras Vera N. (2018) menciona en su artículo científico “El servicio al cliente como filosofía y factor de posicionamiento de las cooperativas de taxis” El cual tiene como objetivo evaluar la incidencia del servicio al cliente como factor de posicionamiento de las cooperativas de taxis de la provincia de Santa Elena para que las empresas puedan introducir acciones idóneas y orientadas al mercado objetivo obteniendo resultados en el que se procesó en función de las técnicas

utilizadas en la investigación por parte de un diseño en una encuesta que se realizó y mediante un muestreo probabilístico se utilizó un muestreo aleatorio y mediante estos resultados se obtuvieron criterios con respecto a las acciones de servicio que emplean las cooperativas de taxis para captar un mercado para esto se tuvieron conclusiones que permiten identificar que el uso limitado de estrategias de servicio al cliente por parte de las cooperativas de taxis origina una lealtad por parte de los usuarios que hacen uso de este servicio.

La estrategia de calidad de servicio ofrece un plus y una satisfacción al usuario que hace uso del servicio prestado cumpliendo expectativas y satisfaciendo las necesidades de los usuarios provocando una fidelidad y confianza lo que permitirá obtener una ventaja diferencial en la competitividad al momento de ofrecer un servicio y que este logre captar la atención de los posibles clientes.

Las estrategias de calidad de servicio que se utilizan para ofrecer y comercializar un producto, que engloba varios factores que enfocan de manera más profunda y afectan de manera positiva a la empresa las cuales deben ser analizadas e indagadas para su debida aplicación.

Al momento que una empresa considera necesario la creación de estrategias de calidad de servicio para resolver espacios que no se cumplían con un solo objetivo (Denton, 1999) mencionando que:

“Calidad de servicio a los clientes describe la forma en que muchas de estas compañías consiguen medir y evaluar el servicio tarea esta que no siempre es fácil, pero que a menudo es esencial.”

Logra describir cuales son las necesidades que solicitan y requieren los clientes, lo que permite a los usuarios hacer uso del servicio con una mejora de la calidad, que para las empresas es necesario utilizar estas estrategias de calidad de servicio, debido a que se encuentran en un mundo innovador en el cual la economía cambia constantemente, para esto las organizaciones deben estar preparadas para los cambios que puedan suceder y así ir a la par de un mercado global desarrollando nuevas estrategias y no perder un mercado objetivo.

A partir de conceptos generales de estrategias de calidad de servicio se puede obtener dos conceptos claves lo que es calidad y servicio que se unifican para poder formar un concepto fundamental para definir de manera más clara el tema el cual se está investigando.

“la calidad desarrolla estrategias que orienta al cliente, crea alianzas y redes de desarrollo productivo eficaz, ágil y flexible, además motiva al emprendimiento de nuevos proyectos y conduce a establecer caminos hacia las organizaciones” (Vargas Martha, 2014)

La calidad es un concepto que han desarrollado las empresas y lo mencionan como una evolución de sus mercados en cuanto a lo que es comprador, de cómo fluye la capacidad de adquisidor del producto o servicio que se ofrece al mercado y de cómo se ofrece dicho producto o servicio aquí vemos e diseño que mantiene la empresa a la calidad tradicional y moderna.

“el servicio se elabora, se comercializa y se consume en el mismo momento. La simultaneidad del proceso producción-consumo reúne características que pueden ser la causa de diversos problemas” (Vargas Martha, 2014)

En tanto que el servicio es un estímulo competitivo, aquí vemos que las empresas se basan no solo en lo que venden sino en lo que la gente desea comprar, un servicio tiene varias características con el fin de satisfacer las necesidades del cliente o consumidor final teniendo ya sea un producto tangible o intangible.

“Para llevar a cabo la investigación, una vez definidos los conceptos de calidad de servicio, se muestra y analiza las cinco dimensiones principales para mantener un servicio adecuado para los usuarios de la organización” (Vallejo, 2016)

- **Confiabledad.-** Es uno de los puntos clave al momento de ofrecer un producto debido a que se debe generar una confianza por parte del cliente al momento de utilizar o hacer uso del servicio lo que genera un servicio de calidad estando directamente relacionada con la satisfacción del cliente logrando una fidelidad y lealtad hacia el servicio.

- **Sensibilidad.-** Consiste en la participación eficaz y eficiente por parte de las personas que brindan el servicio con el fin de ayudar al mercado meta (usuarios) ofreciendo un servicio rápido y adecuado.

- **Seguridad.-** Es una de las dimensiones que permite generar una seguridad al cliente por medio de la capacidad que puede brindar la empresa al momento de ofrecer el servicio, para esto la persona encargada de ofrecer un servicio a un usuario debe tener los conocimientos necesarios y requeridos generando una sensación de seguridad siendo una prioridad de toda empresa.

- **Empatía.-** La empatía es uno de los varios factores que provoca que las personas dejen de utilizar o adquirir un servicio para esto se debe de brindar capacitaciones y charlas que permitan a la persona encargada de atender a un cliente, brindarle la debida atención creando lazos de conexión entre empresa y usuario.

- **Tangible.-** Se define a lo tangible como a la seguridad de las instalaciones, equipos, personal y materiales de comunicación que los usuarios pueden observar de forma física permitiendo estos poderlos evaluar para medir su grado de calidad para ofrecer un servicio

El servicio de transporte es una de las fuentes de ingresos para una gran cantidad de familias que se dedican a esta labor a partir de aquí se comprende como una actividad de carácter social y económico, sin embargo se tiene una experiencia por parte de las personas que brindan este servicio pero sin la intervención de conocimientos que puedan ayudar a mejorar el servicio que ofrecen y obtener un mercado más amplio que de a poco están teniendo una competencia que disminuye la capacidad de uso de este servicio que prestan varias cooperativas para declinarse por una empresa que brinda el mismo servicio como lo es uber, esto no solo esto es un factor, vemos el constante cambio que ocurre en un mercado y en la cual las empresas deben estar preparadas.

La estrategia de calidad de servicio dentro del área de transporte introduce elementos no solo tangibles también intangible debido a que la innovación y el

aumento de estrategias se realizan de manera interna y externa es decir, las compañías deben de realizar cambio o aumentos dentro de los medios por el cual prestan el servicio de transporte con el fin por el cual fueron creados de satisfacer las necesidades del cliente.

Involucrando el diagnóstico de la empresa se pudo obtener información relevante como la visión que mantiene la entidad y autoridades que son los pilares principales de este servicio de transporte de taxis que pueden facilitar una mejora de servicio debido a reducir las falencias de la empresa e introducir nuevas estrategias de calidad de servicio.

Dentro de la provincia de Santa Elena el servicio de transporte de taxis como una de las fuentes primordiales de ingreso de familias locales se ven afectadas por los cambios constantes dentro de la economía local aunque esto afecta a nivel global dentro de esto se ve reflejado por un desconocimiento al momento de ofrecer este servicio esto provoca una situación negativas a nivel social, cultural y económico del entorno local.

Mediante la observación directa se pudo identificar las estrategias que realizan estas compañías de taxis que pertenecen a la provincia de Santa Elena de cómo se adaptan al cambio que existe en la actualidad como lo son: mejorar la confiabilidad del usuario al servicio, la sensibilidad de respuesta ante una situación, la seguridad de los clientes, la empatía que puede brindar la persona encargada, la parte tangible que se refiere a las instalaciones, equipos y personal que posee la empresa.

La estrategias de calidad de servicio engloba varios temas como lo es el diseño de estas dentro de la organización por lo que son aplicadas con el objetivo de captar un mayor mercado, fidelizar clientes adicional prestar un servicio de calidad lo que es la misión de la empresa y por el cual fue creada.

La ejecución de estas estrategias ayuda mucho al sector de transporte de taxis debido a que se mejorara este servicio desde la administración hasta el punto de tener el servicio final para el cliente, en este punto se obtiene que las personas

que ofrecen el servicio un mal uso de la visión de empresa es decir un enfoque erróneo para ofrecer el servicio y con este proyecto se buscara cambiar el estilo de ofrecer y mejorar un servicio-

Se realizara un estudio para lograr captar y obtener un información clara de cuáles son las falencias que posee esta entidad para poder luego introducir las estrategias de calidad de servicio provocando que obtengan mayores ingresos ayudando a un sector que es la imagen de nuestra provincia debido a que gran parte de la población hacen uso de este servicio.

Las alternativas y estrategias propuestas a continuación provocaran un cambio en el sistema afectando de manera positiva la adaptación de un servicio mejorado como lo serán:

- Formación por medio de capacitaciones con el fin de mejorar la calidad de servicio y el trato de vendedor a cliente en este caso de chofer a usuario.
- Realizar adecuaciones dentro de los vehículos protegiendo la integridad de los usuarios.
- Estructuración de la organización siendo eficaz y eficiente para obtener un servicio ágil y rápido, creando una lealtad por parte de los usuarios

Mediante las estrategias que se pueden brindar y mejorar se lograra varios resultados como la obtención de un mercado meta e introducir de manera más extensa el mercado y provocando un posicionamiento dentro de la provincia de Santa Elena generando un crecimiento en la economía y mejorando los ingresos de las familias.

CONCLUSIONES

Las personas que conducen y pertenecen a la unión provincial de taxis de Santa Elena no disponen de estrategias de servicio de calidad lo cual provoca una deficiencia al momento de ofrecer un servicio de calidad a la población en general.

La idea a defender de este problema de investigación tuvo como resultado analizar y determinar estrategias para los taxistas de la provincia de Santa Elena y que ellos puedan conocer los posibles beneficios de una actualización que requiere la unión de taxis en el tema de estrategias de calidad.

Se pudo reconocer mediante la observación directa que las unidades de transporte no cuentan con las implementaciones adecuadas tanto internas como externas, las cuales produce estándares de calidad bajo para la atención y seguridad de los usuarios o pasajeros.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a la unión provincial de taxis de Santa Elena UMPROTASE a estar en constante intervención con las nuevas estrategias de calidad de servicio debido a que con el pasar del tiempo van apareciendo nuevos métodos que logran dar un realce mucho más competitivo de la organización dentro del mercado al cual se está dirigido para esto es necesario constantes capacitaciones que ayuden a cumplir los objetivos de la organización.

A partir de las estrategias de calidad de servicio se recomienda que la organización aproveche las oportunidades como la atención, seguridad, confort y confianza de los usuarios que hacen uso del servicio de taxis con el fin de mejorar crecimiento económico de las familias de la provincial.

Una de las recomendaciones claves para el beneficios no solo de las familias que poseen unidades también de las que hacen uso del servicio de transporte es la implementación de medidas de acuerdo a los cambios que se producen dentro de un entorno y que están seas acorde a los movimientos económicos.

BIBLIOGRAFÍA

Denton, d. k. (1999). calidad de servicio a los clientes. diaz de santos s.a.

Joheni Urdaneta, S. M. (2011). LA CALIDAD DEL SERVICIO DE TAXIS DEL MUNICIPIO DE MARACAIBO. *TELOS*, 237-259.

Nury Vera Campozano, N. C. (2018). El servicio al cliente como filosofía y factor de posicionamiento de las cooperativas de taxis. *UIDE*, 71-82.

Vallejo, S. Y. (2016). fiagnostico de la calidad de servicio. *industrial data*, 13-20.

Vargas Martha, A. L. (2014). *calidad y servicio*. Bogota: ecoe ediciones.