



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA GESTIÓN DEL TRANSPORTE

**PLAN DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE
LA COMPAÑÍA LIBERTADORES LIBERTAXIS, EN RIOBAMBA-
CHIMBORAZO, PERIODO 2022.**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN GESTIÓN DEL TRANSPORTE

AUTORA:

ALEXANDRA ELIZABETH CONRADO CARPIO

Riobamba – Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA GESTIÓN DEL TRANSPORTE

**PLAN DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE
LA COMPAÑÍA LIBERTADORES LIBERTAXIS, EN RIOBAMBA-
CHIMBORAZO, PERIODO 2022.**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN GESTIÓN DEL TRANSPORTE

AUTORA: ALEXANDRA ELIZABETH CONRADO CARPIO

DIRECTOR: ING. HOMERO EUDORO SUAREZ NAVARRETE

Riobamba – Ecuador

2022

© 2022, Alexandra Elizabeth Conrado Carpio

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Alexandra Elizabeth Conrado Carpio, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular, el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

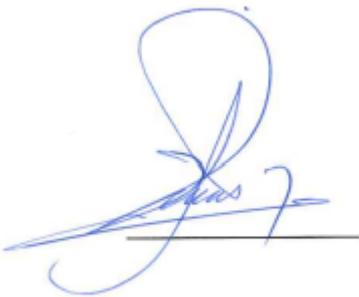
Riobamba, 29 noviembre de 2022



Alexandra Elizabeth Conrado Carpio
C.I. 060387845-5

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA GESTIÓN DEL TRANSPORTE

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; tipo: Proyecto de Investigación, **PLAN DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA COMPAÑIA LIBERTADORES LIBERTAXIS, EN RIOBAMBA-CHIMBORAZO, PERIODO 2022**, realizado por la señorita: **ALEXANDRA ELIZABETH CONRADO CARPIO**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos y legales, en tal virtud el Tribunal autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Miriam del Rocío Salas Salazar PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2022-11-29
Ing. Homero Eudoro Suarez Navarrete DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR		2022-11-29
Ing. Patricio Xavier Moreno Vallejo ASESOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR		2022-11-29

DEDICATORIA

El presente Trabajo de investigación lleva una merecida dedicatoria a todas aquellas personas que estuvieron conmigo desde el inicio de este reto, principalmente a Dios por darme cada día ánimo, fortaleza y sobre todo bendiciones e mi vida, a mi madre Lupe por enseñarme a nunca rendirme; a mis hermanos Marcelo por ser un ejemplo de constancia y superación, y Gabriela por ser un soporte; a mi esposo Becker por su apoyo incondicional, su entrega y amor que siempre lo demuestra, y de manera especial a mis amados hijos Pedro y Becker por el esfuerzo y el tiempo que no he estado junto a ellos, pero hoy pueden ver el fruto de tanto sacrificio y espero que este sea el ejemplo de lucha y perseverancia que les permita forjar un mundo mejor. Además, quiero mencionar a mi amiga Verónica Cifuentes y su familia por siempre empujarme y darme ánimos para seguir adelante, gracias por ese cariño. Asimismo, a mis compañeros de aula por su predisposición.

Alexandra

AGRADECIMIENTO

Mi sincero agradecimiento a Dios por bendecir mi camino, a la prestigiosa Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por ser mi segundo hogar en donde aprendí lo mucho que hoy conozco, a los docentes por el ahínco y la predisposición que tienen para transmitir sus conocimientos y experiencias en las aulas, sus enseñanzas no solo se enfocan en la ciencia sino también en virtudes y valores siembran en el estudiante, de manera especial al Ing. Homero Suarez y al Ing. Patricio Moreno que con su paciencia, saberes, y excelentes consejos me han dirigido en el desarrollo de este trabajo de titulación. A la Compañía Libertadores Libertaxis, en persona de su gerente el Licenciado Luis Calero y socios, por permitirme realizar mi investigación en base a su organización y proporcionarme muy amablemente toda la información requerida mi gratitud para ustedes. Es preciso mencionar al Ing. Jorge Coello, quien me ayudó a plasmar esta idea como mi tema de tesis y por los sabios consejos que me permitieron realizar este trabajo con un enfoque claro y preciso.

Alexandra

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS	xv
RESUMEN	xvi
ABSTRACT	xvii
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1.	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	2
1.1.	Planteamiento del problema	2
1.1.1.	<i>Formulación del problema</i>	3
1.2.	Limitaciones y delimitación del problema.....	3
1.3.	Problema general de la investigación.....	3
1.4.	Problemas específicos de la investigación.....	4
1.5.	Objetivos.....	4
1.1.2.	<i>Objetivo general</i>	4
1.1.3.	<i>Objetivos específicos</i>	4
1.6.	Justificación.....	4
1.1.4.	<i>Justificación teórica</i>	5
1.1.5.	<i>Justificación metodológica</i>	5
1.1.6.	<i>Justificación práctica</i>	5
1.7.	Idea a defender.....	6
1.8.	Variables.....	6

CAPÍTULO II

2.	MARCO TEÓRICO	7
2.1.	Antecedentes de investigación.....	7
2.2.	Referencias teóricas	8
2.2.1.	<i>Generalidades del transporte</i>	8
2.2.2.	<i>Ley orgánica de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial</i>	10
2.2.3.	<i>Transporte público y comercial</i>	11

2.2.4.	<i>Modalidad taxis</i>	11
2.2.5.	<i>Ordenanza municipal</i>	12
2.2.6.	<i>Organismos reguladores</i>	12
2.2.7.	<i>Superintendencia de compañías, valores y seguros</i>	13
2.2.8.	<i>Costos de transporte</i>	13
2.2.9.	<i>Plan nacional toda una vida</i>	14
2.2.10.	<i>La calidad</i>	14
2.2.11.	<i>Gestión de la calidad del servicio</i>	16
2.2.12.	<i>Cultura del servicio</i>	18
2.2.13.	<i>Calidad del servicio al cliente</i>	18
2.2.14.	<i>Calidad del servicio en el transporte público</i>	19
2.2.15.	<i>Ciclo de la Calidad del Servicio</i>	20
2.2.16.	<i>Plan de mejora</i>	20
2.2.17.	<i>Mejora continua</i>	21
2.2.17.1.	<i>Ciclo PHVA</i>	22
2.2.18.	<i>Análisis FODA</i>	24
2.2.19.	<i>Planeación estratégica</i>	24
2.2.20.	<i>Indicadores de calidad</i>	25
2.2.20.1.	<i>Objetivos de los indicadores</i>	25
2.2.21.	<i>Indicadores de gestión</i>	25
2.2.22.	<i>Metodología de marco lógico</i>	27
2.3.	Marco conceptual	28
2.3.1.	<i>Taxis</i>	28
2.3.2.	<i>Calidad</i>	28
2.3.3.	<i>Servicio</i>	29

CAPÍTULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	30
3.1.	Enfoque de investigación	30
3.2.	Nivel de investigación	30
3.3.	Diseño de investigación	31
3.3.1.	<i>No Experimental</i>	31
3.3.2.	<i>Transversal</i>	31
3.4.	Tipo de estudio	31
3.4.1.	<i>Documental</i>	31
3.4.2.	<i>De campo</i>	31

3.5.	Población y muestra	31
3.6.	Métodos, técnicas e instrumentos:	33
3.6.1.	Método de investigación	33
3.6.1.1.	<i>Método inductivo</i>	33
3.6.1.2.	<i>Método deductivo</i>	33
3.6.2.	Instrumentos de investigación	33
3.6.2.1.	<i>Entrevista</i>	33
3.6.2.2.	<i>Cuestionarios</i>	33

CAPÍTULO IV

4.	MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	34
4.1.	Encuestas a usuarios	34
4.2.	Encuesta a conductores	47
4.3.	Entrevista al gerente de la compañía Libertadores Libertaxis	63
4.4.	Diagnóstico de la situación actual según encuestas obtenidas	64
4.5.	Árbol de problemas	66

CAPÍTULO V

5.	MARCO PROPOSITIVO	67
5.1.	Tema	67
5.2.	Antecedentes	67
5.3.	Justificación	67
5.4.	Ciclo de Deming	68
5.4.1.	Planear	69
5.4.1.1.	<i>Árbol de objetivos</i>	69
5.4.1.2.	<i>Estructura Organizacional Por Niveles</i>	70
5.4.1.3.	<i>Indicadores para el mejoramiento del servicio de taxi</i>	74
5.4.1.4.	<i>Identificación de necesidades de la organización y expectativas del usuario</i>	76
5.4.2.	Hacer	78
5.4.2.1.	<i>Involucrados en la mejora</i>	78
5.4.2.2.	<i>Matriz marco lógico</i>	80
5.4.3.	Verificar	82
5.4.3.1.	<i>Determinación de objetivos estratégicos de mejora</i>	82
5.4.3.2.	<i>Determinación de estrategias</i>	82
5.4.3.3.	<i>Elaboración matriz de plan de mejora según objetivos estrategicos planteados</i>	83

5.4.4. Actuar	87
5.4.4.1. <i>Elaboración de matrices sobre estrategias planteadas</i>	87
5.4.4.2. <i>Presupuesto</i>	95
5.4.4.3. <i>Cronograma propuesto de actividades</i>	97
CONCLUSIONES	98
RECOMENDACIONES	99
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-4:	Frecuencia utilización de taxi.....	34
Tabla 2-4:	Calificación del servicio de taxi.....	35
Tabla 3-4:	Preferencia de servicios.....	36
Tabla 4-4:	Acceso al servicio de taxi.....	37
Tabla 5-4:	Expectativas del usuario.....	38
Tabla 6-4:	Unidades de taxi.....	39
Tabla 7-4:	Conductores de las taxis.....	40
Tabla 8-4:	Utilización del taxímetro.....	41
Tabla 9-4:	Tarifa de taxi.....	42
Tabla 10-4:	Precio acorde al servicio.....	43
Tabla 11-4:	Deberían mejorar el servicio.....	44
Tabla 12-4:	Aspectos de mejora.....	45
Tabla 13-4:	Recomendación del servicio de taxi.....	46
Tabla 14-4:	Instrucción académica.....	47
Tabla 15-4:	Calificación del servicio brindado.....	48
Tabla 16-4:	Horario de trabajo.....	49
Tabla 17-4:	Estrategia del conductor.....	50
Tabla 18-4:	¿Cuál es su estrategia?.....	51
Tabla 19-4:	Estrategias de la compañía.....	52
Tabla 20-4:	Estrategias que utiliza la compañía.....	53
Tabla 21-4:	Relación directivos-conductores.....	54
Tabla 22-4:	Compañía mejora sus servicios.....	55
Tabla 23-4:	Frecuencia de capacitaciones.....	56
Tabla 24-4:	Sugerencias y dudas.....	57
Tabla 25-4:	Directivos toman sugerencias y dudas.....	58
Tabla 26-4:	Capacitación en servicio al cliente.....	59
Tabla 27-4:	Debería mejorar el servicio.....	60
Tabla 28-4:	Mejora de las unidades.....	61
Tabla 29-4:	Otra respuesta.....	62
Tabla 30-4:	Análisis FODA.....	65
Tabla 1-5:	Análisis estructura.....	73
Tabla 2-5:	Indicador cultura de calidad.....	74
Tabla 3-5:	Indicador estado de las unidades.....	75
Tabla 4-5:	Indicador servicio al usuario.....	75

Tabla 5-5:	Indicador eficiencia.....	75
Tabla 6-5:	Indicador capacitaciones	76
Tabla 7-5:	Indicador quejas y reclamos	76
Tabla 8-5:	Necesidades y expectativas	77
Tabla 9-5:	Matriz de involucrados.....	79
Tabla 10-5:	Matriz marco lógico	80
Tabla 11-5:	Plan de mejora objetivo estratégico 1.....	83
Tabla 12-5:	Plan de mejora objetivo estratégico 2.....	84
Tabla 13-5:	Plan de mejora objetivo estratégico 3.....	85
Tabla 14-5:	Plan de mejora objetivo estratégico 4.....	86
Tabla 15-5:	Estrategia 1 – OE 1.....	87
Tabla 16-5:	Estrategia 2 – OE 1.....	88
Tabla 17-5:	Estrategia 1 – OE 2.....	89
Tabla 18-5:	Estrategia 2 - OE estratégico 2.....	90
Tabla 19-5:	Estrategia 1 - OE 3	91
Tabla 20-5:	Estrategia 2 - OE 3	92
Tabla 21-5:	Estrategia 1- OE 4	93
Tabla 22-5:	Estrategia 2 - OE 4	94
Tabla 23-5:	Presupuesto	95
Tabla 24-5:	Cronograma de actividades	97

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-2: Ciclo PHVA.....	22
------------------------------------	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-4:	Frecuencia utilización de taxi	34
Gráfico 2-4:	Calificación del servicio de taxi.....	35
Gráfico 3-4:	Preferencia de servicio.....	36
Gráfico 4-4:	Acceso al servicio de taxi	37
Gráfico 5-4:	Expectativas del usuario	38
Gráfico 6-4:	Unidades de taxi	39
Gráfico 7-4:	Calificación del servicio de taxi.....	40
Gráfico 8-4:	Utilización del taxímetro	41
Gráfico 9-4:	Tarifa del taxi.....	42
Gráfico 10-4:	Calificación del servicio de taxi.....	43
Gráfico 11-4:	Deberían mejorar el servicio?	44
Gráfico 12-4:	Aspectos de mejora.....	45
Gráfico 13-4:	Recomendación del servicio de taxi	46
Gráfico 14-4:	Instrucción académica	47
Gráfico 15-4:	Calificación del servicio brindado	48
Gráfico 16-4:	Horario de trabajo	49
Gráfico 17-4:	Estrategias del conductor.....	50
Gráfico 18-4:	¿Cuál es su estrategia?	51
Gráfico 19-4:	Estrategias de la compañía.....	52
Gráfico 20-4:	Estrategias que utiliza la compañía.....	53
Gráfico 21-4:	Relación directivos--conductores	54
Gráfico 22-4:	Compañía mejora sus servicios.....	55
Gráfico 23-4:	Frecuencia de capacitaciones.....	56
Gráfico 24-4:	Sugerencia y duda.....	57
Gráfico 25-4:	Directivos toman sugerencias y dudas.....	58
Gráfico 26-4:	Capacitación en servicio al cliente.....	59
Gráfico 27-4:	Debería mejorar el servicio.....	60
Gráfico 28-4:	Mejora de las unidades	61
Gráfico 29-4:	Árbol de problemas.....	66
Gráfico 1-5:	Ciclo de Deming.....	68
Gráfico 2-5:	Árbol de objetivos.....	69
Gráfico 3-5:	Organigrama Estructural de Compañía Libertadores Libertaxis	72
Gráfico 4-5:	Aspectos importantes.....	78

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS.

ANEXO B: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONDUCTORES.

ANEXO C: CUESTIONARIO PARA ENTREVISTA AL GERENTE DE LA COMPAÑÍA
LIBERTADORES LIBERTAXIS S.A.- LCDO. LUIS CALERO

ANEXO D: ENTREVISTA AL SEÑOR GERENTE DE LA COMPAÑÍA LIBERTADORES
LIBERTAXIS S.A.- LCDO. LUIS CALERO

ANEXO E: CARTA DE AUSPICIO DE LA COMPAÑÍA LIBERTADORES LIBERTAXIS
S.A.

RESUMEN

El presente proyecto de investigación denominado PLAN DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA COMPAÑÍA LIBERTADORES LIBERTAXIS, EN RIOBAMBA - CHIMBORAZO, PERIODO 2022, se desarrolló con el objetivo de plantear una serie de estrategias a través de la mejora continua que ayuden a la organización a mejorar el servicio que ofrecen con sus unidades de taxis para los usuarios enfocándose en satisfacer sus necesidades. Para la debida obtención de información se utilizaron algunas técnicas y herramientas de recolección de datos como entrevistas hacia los usuarios y conductores de taxis pertenecientes a la Compañía Libertadores Libertaxis, mientras que por medio de una entrevista realizada al señor gerente de dicha empresa se aplicó un cuestionario de preguntas, con toda la información obtenida se aplicó un análisis FODA que permitió establecer factores que la organización debía tener en cuenta para llevar a cabo el plan de mejora en donde se pudo plantear cuatro objetivos estratégicos como son, “Ofrecer un programa de capacitación a los conductores sobre la calidad del servicio y satisfacción del usuario”; “Realizar una revisión periódica de las unidades y evaluar al conductor”; “Establecer un sistema de control de la calidad del servicio” y, “Maximizar la demanda de servicio”. Se concluye que para aplicar un plan de mejora se debe implementar indicadores de gestión los mismo que seran una herramienta que permita medir los procesos a desarrollar, con las características pertinentes para su debida ejecución y posterior logro de metas propuestas. Se recomienda que para desarrollar un correcto plan de mejora se aplique principalmente un analisis FODA, pues por medio de éste identificaremos los puntos claves del cambio que se desea.

Palabras clave: <SISTEMAS DE CALIDAD>, <CALIDAD DEL SERVICIO>, <SERVICIO AL USUARIO>, <SATISFACCIÓN AL USUARIO>, <TAXIS>, <MEJORA CONTINUA>, <PLAN DE MEJORA>, <RIOBAMBA (CANTÓN)>.



22-12-2022

2479-DBRA-UPT-2022

ABSTRACT

The present research project called PLAN OF IMPROVEMENT OF THE QUALITY OF SERVICE OF THE LIBERTADORES LIBERTAXIS COMPANY, IN RIOBAMBA - CHIMBORAZO, PERIOD 2022, was developed with the objective of proposing a series of strategies through continuous improvement that help the organization to improve the service they offer with their cab units for the users focusing on satisfying their needs. In order to obtain information, some data collection techniques and tools were used, such as interviews with users and cab drivers belonging to the Libertadores Libertaxis Company, while a questionnaire of questions was applied to the manager of the company through an interview, With all the information obtained, a SWOT analysis was applied to establish the factors that the organization should take into account to carry out the improvement plan, where four strategic objectives were established: "To offer a training program to drivers on the quality of service and user satisfaction"; "Conduct a periodic review of the units and evaluate the driver"; "Establish a service quality control system" and "Maximize the demand for service". It is concluded that in order to apply an improvement plan, management indicators must be implemented, which will be a tool to measure the processes to be developed, with the pertinent characteristics for their proper execution and subsequent achievement of the proposed goals. It is recommended that in order to develop a correct improvement plan, a SWOT analysis is mainly applied, because through it we will identify the key points of the desired change.

Key words: <QUALITY SYSTEMS>, <SERVICE QUALITY>, <USER SERVICE>, <USER SATISFACTION>, <TAXIS>, <CONTINUOUS IMPROVEMENT>, <IMPROVEMENT PLAN>, <RIOBAMBA (CANTON)>.



Lcda. Carina Fernanda Vallejo B.

0603925611

INTRODUCCIÓN

Este trabajo de investigación con el tema “Plan de mejoramiento de la calidad de servicio de la Compañía Libertadores Libertaxis, en Riobamba - Chimborazo, periodo 2022”, se enfoca en la necesidad de plantear un diseño que permita mejorar la calidad del servicio con la finalidad de cumplir con las expectativas del cliente a través de la aplicación de estrategias con base en la metodología de la mejora continua se ha desarrollado en cinco capítulos.

En el primer capítulo se hace énfasis al problema de la investigación, en donde se da a conocer cuál es la situación en cuanto al servicio brindado por la empresa, además de sus limitaciones y delimitaciones, asimismo se plantea los objetivos tanto el general como los específicos que proporcionaran los factores que se debe seguir, y su debida justificación por la cual se realiza la investigación, aspectos a considerarse como punto de partida.

Mientras que en el segundo capítulo se realiza una recopilación de referencias teóricas y conceptuales acerca de la calidad del servicio y la mejora continua que son las metodologías que se utilizaran para desarrollar el plan de mejora para el servicio que las unidades de la organización ofrecen a la comunidad.

Para facilitar la recolección de la información que se requiere como el enfoque, su nivel y el tipo de diseño que este trabajo tiene, a más de ello se explica a qué población se realizara la toma de muestras, en este caso a los usuarios del transporte de taxis y a los conductores de la compañía Libertadores Libertaxis y a su gerente, a los cuales se aplicarán encuestas y una entrevista como parte de instrumento para extraer la respectiva información, todo lo indicado pertenece al tercer capítulo del contenido de esta tesis.

Después de realizadas las encuestas y la entrevista antes mencionadas, se realizó la debida interpretación y análisis de los resultados obtenidos, también en este punto se realiza el análisis FODA de la institución que indican cuáles son sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, posteriormente se diseña el árbol de problemas para luego determinar el árbol de objetivos a los cuales debemos enfocar este proyecto.

Finalmente, en el quinto capítulo se plantea la propuesta que permite obtener como resultado un plan de mejoramiento de la calidad del servicio, la que se encuentra dividida en el tema de la propuesta, los antecedentes, justificación y el ciclo de mejora continua en donde mediante este proceso se efectúa el plan de mejora para el servicio de taxis de la Compañía Libertadores Libertaxis.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

Actualmente, el desarrollo del transporte comercial es de gran importancia para el avance socioeconómico de las diferentes ciudades, gracias a este medio podemos movilizarnos y realizar diversas actividades, siendo uno de los mayores generadores de movilidad de personas, debido al crecimiento poblacional del cantón Riobamba en particular se evidencia que el parque automotor también ha tenido esta evolución, la demanda del servicio de taxis ha venido en aumento, esto ha traído consigo la incorporación de nuevas compañías y cooperativas de unidades de taxis legalmente establecidas ofreciendo sus servicios a los usuarios.

Estas organizaciones han visto la necesidad de implementar nuevas estrategias de servicios, enfocándose a cubrir las necesidades de movilización, tales como servicio de entrega de puerta a puerta, con un servicio innovador a la colectividad, sin embargo, también se evidencia la proliferación de automotores que no están legalizados por los entes de control, realizando las mismas actividades que este sector lo ha venido haciendo como acciones generadoras del sustento diario. A más de ello también es importante mencionar otros factores que perjudican a este medio de transporte como es el constante crecimiento del parque automotor en la ciudad, así como la mala calidad del servicio que ciertos taxistas brindan a las personas, entre otros.

La Compañía Libertadores Libertaxis S.A. ha venido prestando sus servicios desde al año 1998, en el que se constituye legalmente y registrado en la Superintendencia de Compañías conformada por 70 socios en estado activo a la fecha, los cuales están debidamente organizados por un sistema administrativo estructural encontrándose a la cabeza de la misma la Junta General de Socios, seguido por el Presidente, un gerente, un comisario, una secretaria y sus comisiones divididas en las áreas de deporte, social y vigilancia.

Esta organización cuenta con una cultura organizacional basada primordialmente en una visión y misión, también con objetivos propiamente establecidos por los mismos socios en el inicio de actividades, gracias a ello se ha podido direccionar en un buen sentido a la compañía hacia un enfoque basado en principios de un buen servicio al cliente, y el desarrollo socioeconómico de la zona.

Aunque la actual práctica de estos principios de los socios hacia los usuarios es notoria, los

estándares de calidad de los servicios que dicha organización presta debe contar con un plan innovador para mejorar este servicio, por ello se pretende desarrollar un diseño en el cual se perfeccionen algunas estrategias y otras se implementen para lograr dicho objetivo.

El servicio prestado por el transporte comercial en la modalidad de taxis convencionales presenta un decrecimiento de la demanda de dicho servicio, esto debido a la mala calidad de prestación del mismo por parte de los conductores a sus usuarios en la ciudad de Riobamba, por ello la Compañía Libertaxis S.A. ha visto necesario tomar acciones correctivas en su organización que permitan mejorar la calidad en su servicio, implementando estrategias enfocadas en lograr la satisfacción del cliente.

Por las razones antes descritas se plantea este trabajo de investigación, el cual tiene el propósito de dar a la Compañía Libertadores Libertaxis S.A. un nuevo enfoque en cuanto a calidad en el servicio que éste presta, el mismo que se pretende mejorar y fortalecer las actividades que actualmente realiza.

1.1.1. *Formulación del problema*

¿Cómo se puede mejorar la calidad en el servicio al usuario de la Compañía Libertadores Libertaxis en Riobamba-Chimborazo?

1.2. Limitaciones y delimitación del problema

Este estudio se desarrollará en la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba, en la Compañía Libertadores Libertaxis S.A. domiciliada en la ciudadela Galápagos, calles Av. José Antonio de Sucre y José Urbina.

Para la realización de este trabajo investigativo se considerará un tiempo aproximado de marzo a junio de 2022.

1.3. Problema general de la investigación

- ¿Qué se busca con un plan de mejoramiento del servicio de la Compañía de Taxis Libertadores Libertaxis?

1.4. Problemas específicos de la investigación

- ¿Qué indicadores se puede implementar para medir el servicio que presta la Compañía?
- ¿Cuáles son los niveles organizacionales de la empresa?
- ¿Qué se hará para mejorar el servicio al usuario?

1.5. Objetivos

1.1.2. *Objetivo general*

Diseñar un plan de mejoramiento del servicio de la Compañía de Taxis Libertadores Libertaxis que permita garantizar una atención de calidad al usuario enmarcado a satisfacer las necesidades del cliente.

1.1.3. *Objetivos específicos*

- Implementar indicadores de gestión para la mejora del servicio.
- Identificar los niveles organizacionales de la empresa.
- Elaborar un plan de mejora en el servicio al usuario.

1.6. Justificación

En la actualidad el transporte público es uno de los temas con mayor relevancia, ya que este permite el traslado de una gran cantidad de personas de un lugar a otro para el desarrollo de las diferentes actividades convirtiéndose en un importante medio de transporte masivo en las principales zonas con mayor aglomeración de las diferentes localidades.

En este ámbito, es importante resaltar el servicio que brindan las diferentes cooperativas de taxis en sus variadas modalidades en la ciudad, pues su principal objetivo se centra en satisfacer las necesidades del usuario por ello buscan ofrecer un servicio de calidad demostrando día a día su desempeño competitivo de cada una de estas compañías siendo la primordial causa para que éste de una mejora atención al usuario. No cabe duda de que las exigencias de los usuarios deriven a que estas organizaciones tengan que implementar mejoras en todos sus aspectos para brindar un mejor servicio al usuario.

De allí se evidencia la necesidad que las cooperativas de transporte busquen implementar nuevas

opciones para mejorar y fortalecer el servicio que ofrecen, entre estos se puede señalar un diseño de plan de mejora, que tenga la finalidad de poder brindar una mejor atención al usuario que utiliza este medio de transporte, partiendo de un principio de calidad y eficiencia, cuyo propósito sea perfeccionar la atención y el servicio al usuario, puesto que un cliente satisfecho es una vitrina al público y puede atraer a más clientes; por el contrario, si prestamos un servicio deficiente dejando que el usuario sea una prioridad, significará un cliente menos por ende bajará sustancialmente la demanda de usuarios.

Por ello, este tema de investigación busca que estas compañías y sus unidades de transporte implementen un plan que permita ofrecer a la demanda un servicio de primera, dando un enfoque a los choferes, no solo de limitar a la conducción del vehículo, sino más bien tengan un trato de cordialidad con el usuario, de confianza, seguridad, eficacia y eficiencia desde su punto de partida hasta su llegada.

1.1.4. *Justificación teórica*

Para llevar a cabo esta investigación será necesario darle un sustento teórico y para ello se ha establecido por una serie de contenidos bibliográficos los mismos que permiten enriquecer el enfoque al que se pretende dar este trabajo, todo esto en base a las características y situaciones relacionadas al tema que se ha planteado siendo éste un referente para futuras investigaciones.

1.1.5. *Justificación metodológica*

Con el propósito de poder alcanzar los objetivos propuestos en este trabajo de investigación, debe tomarse en cuenta de manera importante la aplicación de métodos y técnicas que permitirán obtener la información necesarias para partir desde un punto adecuado para entender los procesos que se llevan a cabo, por ello se ha planteado llevar una metodología con un enfoque cualitativo, que nos permitió identificar factores que deben implementarse y otros cambiar de estrategia, también se tomó un enfoque cuantitativo para poder medir la satisfacción del usuario al servicio que presta la compañía en estudio.

1.1.6. *Justificación práctica*

Este documento investigativo propone un enfoque hacia mejora la calidad en cuanto a los servicios de la organización, para ello se definen procedimientos desde el diagnóstico de los procesos internos que no permitan llevar cabo un plan de mejoramiento dirigidos a satisfacer las necesidades de la demanda.

1.7. Idea a defender

Diseñar un plan de mejoramiento del servicio de la Compañía de Taxis Libertadores Libertaxis S.A. permitirá garantizar una atención de calidad al usuario enmarcado a satisfacer las necesidades del usuario.

1.8. Variables

- **Independiente:** Plan de mejoramiento del servicio
- **Dependiente:** Satisfacer las necesidades del usuario

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de investigación

En este trabajo de investigación se hace una recopilación de investigaciones en las cuales se hace referencia a temas con la misma intención de esta tesis, que es la de enfatizar la calidad del servicio en el transporte hacia el usuario. En este sentido se presenta a continuación.

Según la autora ROSERO PADILLA SARA INES, propone: **“MODELO DE GESTION DE LA CALIDAD PARA LA MEJORA DEL SERVICIO EN LAS COOPERATIVAS DE TAXIS DE RIOBAMBA. CASO DE ESTUDIO COOPERATIVA SAN ALFONSO”**, en donde indica como objetivo diseñar un Modelo de Gestión de la Calidad para mejorar el servicio en las cooperativas de transporte de taxis de la ciudad de Riobamba, y llega a concluir que: (Rosero, 2018, pág. 3)

- Dicha cooperativa, no cuenta con políticas ni estrategias de calidad que le permitan direccionar la gestión de la calidad a la satisfacción de sus clientes tanto internos como externos.
- La cooperativa tampoco cuenta con herramientas que le ayuden a evaluar la calidad y la satisfacción de los clientes. Por esta razón, los directivos no tienen la debida información que les permita tomar buenas decisiones en cuanto a la gestión de la calidad.
- En la evaluación de la satisfacción a los clientes externos un porcentaje considerable sugiere que el servicio que brinda la cooperativa no es de calidad.

De la misma manera el autor VÍCTOR RAFAEL DOMÍNGUEZ CEVALLOS, plantea: **“PLAN DE MEJORA DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO DE LA MODALIDAD DE TAXI CONVENCIONAL EN EL CANTON GUANO - PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**, en donde propone como objetivo Elaborar un plan de mejora de la calidad de servicio de transporte en la modalidad taxi convencional en el cantón Guano, Provincia de Chimborazo, para incrementar el nivel de satisfacción de la población, y concluye: (Domínguez, 2017, pág. 3)

- Del diagnóstico realizado se obtiene que la calidad del servicio en taxis de modalidad convencional en el cantón Guano tiene varios problemas los causantes que el usuario elija el servicio como primera opción de movilidad.

- Según los datos que se obtuvo en la evaluación se tiene que la calidad de servicio de transporte de la modalidad de taxi convencional se encuentra en un 40% lo que representa que el servicio ofertado puede ser objeto de mejoras en cuanto a la calidad.
- Con la debida ejecución de todas las estrategias que se han planteado se podrá evidenciar el cambio esperado en la calidad de servicio en la modalidad de taxi convencional del cantón Guano, permitiéndose ser un referente de otras ciudades.
- El plan de mejora propuesto puede ser adoptado y adaptado por las operadoras de transporte en la modalidad de taxi convencional en el cantón Guano, con la supervisión del Órgano Regulador como es la Dirección Municipal de Tránsito, Transporte Terrestre y Seguridad Vial del cantón Guano.

Asimismo, la autora GUZMÁN MANCHENO, KATHERINE VANESSA presenta: **PLAN DE FORTALECIMIENTO DEL SERVICIO DE TAXIS DE LA CIUDAD DE LOJA. AÑO 2015**, plantea el siguiente objetivo Diseñar un Plan de fortalecimiento del servicio de taxis, de la ciudad de Loja, 2015, para llegar a concluir que: (Guzmán, 2015, pág. 4)

- De acuerdo con las encuestas realizadas en la ciudad de Loja, el servicio de taxi no satisface a la mayoría de la ciudadanía.
- La implementación de nuevo servicios como publicidad móvil, planes turísticos dentro de la ciudad, ubicar cargadores para teléfono, pedir el servicio a través de redes sociales son algunos de los requerimientos que tiene la ciudadanía.
- Acceder a capacitaciones para el incremento de la demanda en cuanto al turismo que ayudaran a mejorar el servicio en base a las oportunidades planteadas.
- Enfocarse en las debilidades arrojadas en el análisis FODA como la falta de interés de los conductores por capacitarse para brindar un buen servicio y la utilización del taxímetro para dar un precio justo en base al servicio y adoptar estrategias en temas de seguridad.

2.2. Referencias teóricas

2.2.1. Generalidades del transporte

A lo largo del tiempo se ha visto que la evolución del transporte en todos sus modos se ha desarrollado a gran escala en todo el mundo, siendo este uno de los actores principales para el cambio de varios ámbitos (social, productivo, económico, entre otros), esto ha permitido el surgimiento de la globalización.

Para ser más específica y congruente al tema de estudio, el transporte terrestre ha posibilitado la fácil conexión entre regiones incitando al desarrollo de estos, pues esto nace de la necesidad que las personas tienen para desplazarse y llevar sus mercancías, así lo refieren los autores (Argüello, Villa, & Palahuachi, 2020, pág. 21)

La necesidad básica de moverse nace con la humanidad al tratar de moverse, desplazarse carga y personas. La evolución del ser humano, así como el afán de conquista de nuevos territorios va de la mano con la evolución del transporte, para lo cual nacen diferentes medios de transporte como el marítimo, terrestre y aéreo.

En cuanto a los primeros indicios de transporte público se da lugar en el año 1826, en Nantes, Francia, en donde su municipio implementó un sistema de transporte desde el casco urbano hasta un paraje de baños de propiedad de Stanis Av. Brady, quien al ver la alta demanda de viajeros decide establecer la primera compañía de autobuses “Enterprise Générale des Omnibus” en el año 1928, seguidamente lo hacen Londres y Nueva York.

Mientras en la antigua Roma se tiene una primera noción de taxi, en donde se referenciaba un carro que se alquilaba como un servicio al que cualquiera podía acceder. Ahora bien, para citar al transporte público moderno, el francés Nicolas Sauvage es la primera persona en implementar un negocio de taxis en el año 1640, cualquier ciudadano podía ser transportado en sus carruajes, en 1703 se presentó la primera regulación a este medio por la policía de la localidad, otorgándoles una identificación (matrícula y licencia) para poder circular.

En esta revisión cronológica es importante indicar al primer taxi que incluía un taxímetro que data al año 1904, en París por Luis Renault quien utilizó la palabra taxi acrónimo de taxímetro, dentro de este marco se menciona al taxímetro, dicho instrumento que permite medir la tarifa que resultaba en relación con la distancia que se desplazaba al pasajero.

En este sentido se puede comprender que, el taxi ha sido y es un medio de transporte que ha facilitado desde su modalidad la fácil y práctica movilización tanto de los pasajeros, en un mundo en donde se requiere proveer modos más aptos a su evolución, es decir, un servicio acorde a las prioridades actuales de las personas.

En Ecuador, el transporte público se remonta a la época incaica, en donde ya existían caminos por los cuales los incas se trasladaban desde un origen hasta un destino, con la introducción de la cultura española trajo consigo una transformación de los sistemas de transporte, como el transporte jalado por animales, con el tiempo también se implementan las sociedades de carros urbanos en el

año 1884. En 1922 se implementan los primeros buses con cabida para 30 pasajeros con una tarifa acorde a la economía local, así lo indica (García & Villavicencio, 2012, pág. 38)),

Principalmente esto se dio en las ciudades de Quito y Guayaquil por ser las principales ciudades del país para después instaurarse en las demás ciudades del Ecuador luego de la construcción de varias vías que permitían conectar con otros sectores. Hasta el día de hoy el crecimiento de población ha generado también el aumento considerable del parque automotor teniendo esto ventajas y desventajas para el desarrollo de la región.

En la ciudad de Riobamba se utilizaban las carrozas para movilizar a la comunidad hacia zonas cercanas de mayor demanda como son Ambato o Guano, según el sitio web (Argüello, Villa, & Palahuachi, 2020, pág. 91)

La llegada del ferrocarril a la ciudad fue de gran impacto para el desarrollo de la zona, yun transporte anticuado como son el de animales para su movilización, poco a poco este modo de transporte fue sustituido por autos pertenecientes a la alta sociedad, siendoel auge de estos coches en el año 1916 por la empresa Ford, además de ello los autores (Argüello, Villa, & Palahuachi, 2020, pág. 93) afirman que:

En 1918, que empezaron a aumentar tanto el número de agencias, como el de automóviles particulares, que fueron los causantes del desarrollo importante respecto al transporte público en ese entonces. Al pasar el tiempo, en el año 1924, por determinación por parte de la Sociedad Bancaria de Chimborazo, se instaló la Compañía Nacional de Transportes (Argüello, Villa, & Palahuachi, 2020, pág. 93)

2.2.2. Ley orgánica de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial

La ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial (LOTTTSV), publicada en el Registro Oficial el 31 de diciembre de 2014, es una normativa creada con la finalidad de regular y controlar a todo lo que comprende al sector automotriz, y a los diferentes sistemas de transporte viales, otorgando el derechos y responsabilidades en el ámbito de la circulación y libre movilidad. Dentro de este marco, el art 1 indica:

La presente Ley tiene por objeto la organización, planificación, fomento, regulación, modernización y control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, con el fin de proteger a las personas y bienes que se trasladan de un lugar a otro por la red vial del territorio ecuatoriano, y a las personas y lugares expuestos a las contingencias de dicho

desplazamiento, contribuyendo al desarrollo socioeconómico del país en aras de lograr el bienestar general de los ciudadanos.” (Registro Oficial, 2008, pág. 2)

2.2.3. Transporte público y comercial

Es indiscutible indicar que el transporte tiene una verdadera importancia en la trascendencia del desarrollo mundial, y como su principal objetivo es el del traslado de personas desde un lugar a otro, en todos sus modos. Hasta el día de hoy es indispensable la utilización de estos medios para realizar las diferentes actividades en todas las ciudades del mundo siendo el transporte público y comercial un referente de movilidad masiva en las zonas de gran afluencia y a su desarrollo económico.

Según los autores Urbano, Ruiz y Sánchez, consideran al transporte como un elemento de total necesidad en la actualidad y en el mismo se cuestionan sobre la vida sin la existencia del transporte en las ciudades y otras zonas metropolitanas en donde el uso de éste es imprescindible para el desarrollo de las sociedades además exponen que el transporte es una necesidad básica que debe estar presente en las urbes con el fin de garantizar de esta manera la continuidad de la sociedad (Urbano, Ruiz, & Sánchez, 2012, pág. 44).

Últimamente, el usuario de este tipo de transportes se ha visto en la necesidad de calificar este requerimiento como un servicio, siendo así que analiza la calidad del mismo y la satisfacción que este pudiese llegar a cumplir en cuanto a sus expectativas, dejando un poco de lado la necesidad de transportarse, si no el cómo lo hace y cuál es su experiencia durante el trayecto.

2.2.4. Modalidad taxis

Para el autor Jorge Fernández refiere a la modalidad taxi como “el vehículo es un automotor de alquiler con conductor, sin itinerario fijo, destinado al transporte de uno o varios pasajeros-por lo general no más de cuatro, dentro del esquema de servicio público y, en consecuencia, su sujeción a un régimen de derecho público que impone los requisitos que debe cubrir el vehículo y su conductor, sus reglas de operación, así como la tarifa de debe aplicarse”. (Fernández, 2002, pág. 16)

Mientras que Abascal también afirma que: “el servicio de taxi es una actividad técnica destinada a satisfacer la necesidad de carácter general de trasladarse de uno a varios pasajeros, de un punto a otro, sin un itinerario fijo, cuyo cumplimiento uniforme y continuo de ser permanente asegurado, regulado y controlado por la administración, con sujeción a un régimen jurídico con derecho público”. (Abascal, 2009, pág. 6)

Entonces taxi se corresponde al vehículo caracterizado principalmente por su color amarillo en su carrocería. Según la modalidad taxi no más que la prestación del servicio del traslado por medio de un vehículo desde un origen hacia un destino a cambio de una tarifa, siendo éste conducido por un chofer brindando el mejor servicio al usuario y cumpliendo con las exigencias que se requiera, también deberá contar con otras especificaciones técnicas según lo establecido por los entes reguladores.

En Ecuador se define a la modalidad de taxis en dos tipos de este transporte comercial, teniendo como reglamento de operatividad intracantonal, los cuales son competencia de los GADs Municipales y metropolitanos, así lo señala el (Noboa, 2011, pág. 4):

- **Servicio de Taxi Convencional:** refiere al traslado de personas de un lugar a otro dentro del perímetro urbano autorizado según su permiso de operación, en vehículos adecuados para transportar personas, con capacidad de hasta cinco pasajeros contando con el conductor, además éste deberá contar con un taxímetro para su cobro. El servicio de taxi convencional puede brindar su servicio en parroquias urbanas, zonas urbanas de parroquias rurales, o zonas urbanas periféricas. Esta modalidad cuenta con un permiso de operación de 10 años. Este vehículo será distinguido por su color amarillo completamente de su carrocería.
- **Servicio de Taxi Ejecutivo:** trata del traslado de personas de un lugar a otro, dentro de un perímetro urbano según la autorización de su permiso de operación, en vehículos adecuados para prestar servicios de viajes especiales, con un cobro controlado mediante un taxímetro, esta modalidad debe contar con una receptora de llamadas, su permiso de operación durará 5 años. Este vehículo tendrá su carrocería matizada de color amarillo con franjas negras.

2.2.5. Ordenanza municipal

El GAD Municipal de Riobamba es la Competencia encargada en planificar, regular, y controlar el transporte terrestre, tránsito y seguridad vial, según la resolución 006-CNC- 2012 emitida el 29 de mayo de 2012 por el consejo de competencias en el cual a través de la ordenanza municipal expone que el transporte público comercial en sus distintas modalidades y legalmente asociados podrá obtener un permiso de operación para realizarsus actividades dentro de la ciudad.

2.2.6. Organismos reguladores

Un órgano regulador es aquel ente encargado de velar que se cumplan los reglamentos y estatutos según la ley del sector al que corresponda, su creación esta netamente dirigida a supervisar tanto

a las organizaciones públicas como privadas, con el propósito de que éstas tengan un enfoque competitivo transparente y de calidad señala Juan Buezo señala que:

Es importante señalar que la regulación de las empresas de servicios públicos necesita de competencias especializadas, siendo algunas de éstas específicas a cada sector regulado. En esta línea resulta de vital importancia fortalecer la independencia de los organismos reguladores, aumentar la transparencia de los procesos regulatorios y favorecer la participación y representación de los consumidores en estos procesos. (Buezo, 2001, pág. 12)

2.2.7. Superintendencia de compañías, valores y seguros

Este organismo creado por el Estado el 12 de septiembre de 2015, bajo la reforma del art.312 de la Constitución, antes de esto la encargada de este rol era la Superintendencia de Bancos y Seguros hasta la creación de dicha reforma amparada en el Código Orgánico Monetario y publicado en el Registro oficial el 12 de septiembre del 2014.

Esta disposición está en coherencia con la norma constitucional del artículo 312, con el fin de que sea la Superintendencia de Bancos, y la de la Economía Popular y Solidaria, las que se dediquen al control de las entidades en el ámbito financiero, y la de Compañías al no financiero. (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2014)

2.2.8. Costos de transporte

Según la Ley Orgánica de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial, en su artículo 30.5 Competencias de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Regionales Metropolitanos y Municipales, en su literal h, proporciona la competencia a los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales de fijar las tarifas del servicio prestado por las diferentes modalidades de transporte, esto se realizará mediante los respectivos análisis técnicos de costos reales de operación.

En la ciudad de Riobamba la tarifa del servicio de taxi determinada por el gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón es de USD 1.20 el recorrido mínimo en el día (de 6 am a 8 pm), y de USD 1.30 por la noche (de 8h01 pm a 5h59 am), el arranque de USD 0.40 en la mañana y USD 0.45 en la noche, kilómetro recorrido un valor de USD 0.28 en la mañana y 0.30 en la noche, y el minuto de espera USD 0.07 por la mañana y USD 0.08 por la noche.

2.2.9. Plan nacional toda una vida

Este Plan es una herramienta que pretende mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos en el cual se enmarcan tres ejes, y de ellos el eje 2, con el objetivo 5 que indica la sobre la productividad y competitividad para el desarrollo económico sostenible con su subliteraria 5.2 que indica: (SNDPP, 2017, pág. 1)

“Promover la productividad, competitividad y calidad de los productos nacionales, como también la disponibilidad de servicios conexos y otros insumos, para generar valor agregado y procesos de industrialización en los sectores productivos con enfoque a satisfacer la demanda nacional y de exportación.”

2.2.10. La calidad

El autor Humberto Gutiérrez expone a Deming como uno de los pioneros en el estudio de la Calidad, enfocando a ésta como el centro del desarrollo de una economía sana, con la optimización de recursos, tiempos, y la disminución de errores ofertando mejores productos a bajos costos. Así también define los 14 principios universales para el desarrollo de los procesos en la organización que son: (Gutiérrez, 2010, pág. 12)

1. Crear constancia en el propósito de mejorar el producto y el servicio, pues la constancia y la perseverancia son factores indispensables para llegar al éxito.
2. Adoptar la nueva filosofía, proponer nuevas estrategias para aumentar la productividad es la determinación que se enfoca a mejorar los servicios y a satisfacer las exigencias del cliente.
3. Dejar de depender de la inspección de todos los productos como una forma de asegurar la calidad, pues esto no la garantiza en sí, es imprescindible adoptar nuevas metodologías en donde se priorice el cumplimiento de los requisitos propuestos para el alcance de la calidad.
4. Acabar con la práctica de hacer negocio sólo con base en el precio, pues no siempre lo barato es bueno, por esta razón es necesario analizar los procesos en los que se puedan optimizar recursos ya que no siempre serán en todos.
5. Mejorar constantemente el sistema de producción y servicio, es necesario diagnosticar el punto donde hay fallas para implementar una mejora en éste.
6. Implantar la formación, una capacitación al personal implica una estrategia de mejora del servicio.
7. Adoptar el nuevo estilo de liderazgo, para garantizar el nuevo rumbo de la organización es necesario aplicar un nuevo estilo desde la cabeza de la organización.

8. Desechar el miedo, para implementar un cambio de mejora se debe tomar en cuenta a todos los colaboradores de la organización, incitándoles a participar y dar opiniones respecto a los procesos que deben modificarlo.
9. Eliminar las barreras organizacionales que impiden trabajar en equipo para lograr la mejora continua, en la organización todos deben canalizarse con el mismo propósito, fomentando un trabajo colectivo por ende el éxito empresarial.
10. Eliminar lemas, exhortos y metas para la mano de obra, motivar a los trabajadores a cumplir las metas sin esperar el control del superior.
11. Eliminar las cuotas numéricas para la mano de obra, orientar al personal a realizar un trabajo eficiente eliminando estándares obsoletos en las labores diarias.
11. Fundamentar las acciones de la dirección con base en planes y proyectos, y no sólo en metas numéricas, es importante fijar metas enfocadas a la calidad del servicio mas no a las ganancias que podrían adquirir.
12. Eliminar las barreras que privan a la gente de su derecho a estar orgullosa de su trabajo, la motivación al personal es un factor clave que debe primar en la organización.
13. Estimular la educación y la automejora de todo el mundo, el constante aprendizaje es primordial en el trabajo ya que de esta manera se puede seguir perfeccionando el trabajo.
14. Generar un plan de acción para lograr la transformación, para llevar a cabo un plan de mejora es necesario contar con el ciclo PHVA que enfatizara un proceso reformado para implementar. (Gutiérrez, 2010, pág. 48)

En cuanto al Doctor Joseph Juran indica que la calidad son características en conjunto que permiten la satisfacción del cliente y logra hacer de la empresa una competencia ante las demás, ofertando productos y servicios con altos estándares ante las expectativas de la demanda. Este “Gurú” también propone 10 pasos para la mejora de la calidad:

1. Despertar la conciencia con referencia a las oportunidades de mejorar.
2. Establecer metas de mejoramiento para la organización.
3. Organizarse y comprometerse para alcanzar esas metas.
4. Desarrollar acciones de capacitación.
5. Determinar proyectos para la resolución de problemas.
6. Dar a conocer los progresos obtenidos.
7. Reconocer debidamente a cada persona.
8. Comunicar los resultados alcanzados.
9. Monitorear el proceso en forma sistemática
10. Mantener el ímpetu, de modo que el mejoramiento anual sea parte integral de los sistemas y procesos habituales de la compañía.

El mismo autor también señala al japonés Kaouro Ishikawa como un referente de la calidad total, quien emplea como principio metas a largo plazo en la administración enfocados en decisiones que permitan efectivizar la calidad en todos los procesos existentes de la organización, también señala al autocontrol como una responsabilidad del cada uno de sus integrantes y sus áreas, para partir desde allí hacia un trabajo en equipo que proyecte los resultados esperados por la empresa, también presenta seis puntos de su filosofía:

1. En primer lugar, está la calidad, las utilidades son consecuencia.
2. El consumidor orienta la calidad, no el productor.
3. El siguiente proceso es el consumidor.
4. Hablar con hechos y datos: mediante la aplicación de métodos y herramientas estadísticas
5. Administración que respeto al hombre: democracia industrial
6. Administración funcional

Mientras que el mismo autor señala a Phillip B. Crosby como el fundador del movimiento Cero Defectos, en donde hace referencia al valor de la administración y de los empleados basándose en cuatro principios característicos de la administración de calidad:

1. Calidad es cumplir con requisitos.
2. El sistema para asegurar la calidad es la prevención
3. El estándar de desempeño: cero defectos.
4. El sistema de medición: los costos de calidad. Lo que cuesta el incumplimiento con los requisitos.

2.2.11. Gestión de la calidad del servicio

La gestión de la calidad del servicio enfatiza a todas las acciones y herramientas que tienen como finalidad evitar los errores que podrían afectar a los procesos de una organización, por ello un sistema de gestión debe estar directamente encaminado a cumplir con todos los lineamiento e indicadores que permitan alcanzar la Calidad Total para de esta manera satisfacer a todos los grupos involucrados interna y externamente en este proceso de la organización.

Mientras que los autores Cedeño & Carcacés, (2010) mencionan que la gestión de la calidad del servicio debe estar caracterizado por diez aspectos claves:

1. Escuchar al cliente
2. Educación y capacitación de los empleados.

3. Medir el impacto generado en el cliente.
4. Implantar canales de comunicación continuos.
5. Evaluar procesos y productos internos
6. Compararse con los mejores, para saber qué áreas mejorar.
7. Darle poder de decisión a los empleados.
8. Plan de mejoramiento empresarial.
9. Reconocer públicamente a los empleados que den fiel cumplimiento de la filosofía empresarial.
10. Medir continuamente el esfuerzo y los resultados en materia de calidad del servicio.

Ventajas de la Gestión de Calidad

La implementación de una gestión de calidad en una organización permite que ésta garantice el producto o servicio que oferta, del cual el cliente es el veedor, pues si la empresa logra cumplir con las expectativas se podrá decir que se ha cubierto la satisfacción del cliente, principal objetivo que tiene la empresa, por consiguiente, lo que se alcanza es la eficiencia de la empresa por ende consigue ser efectiva en su gestión de calidad ante el mercado, de esta manera se logra:

- Disminución de los costos de operación.
- Uso adecuado de los recursos de la empresa.
- Mejor ambiente laboral.
- Garantiza el logro de los objetivos.
- Alto desempeño del personal.
- Evaluación de la satisfacción del cliente.
- Incremento de la demanda
- Mayor nivel de ventas
- Confianza y fiabilidad

También es necesario tener presente los sistemas de gestión de una organización, como el tratado en esta investigación, es decir, la calidad, financiero, seguridad y medio ambiente, pues una organización siempre desea alcanzar la excelencia, pero para esto debe estar acreditada por algún ente que pueda certificar el cumplimiento de los estándares requeridos por ciertas normas, de hecho esto debe ser un requerimiento que todas las organizaciones deban cumplir y para ello estas deben cumplir con procesos de auditoría y evaluaciones de la calidad, seguridad laboral y de medio ambiente. Para simplificar estos procesos de gestión, se han modificado estos requisitos técnicos en auditorías o revisiones de la calidad de la empresa.

2.2.12. Cultura del servicio

Es una estrategia primordial que todas las organizaciones cuenten con una cultura de servicio desde los niveles internos de la misma, ya que de esta manera será más efectivo el éxito de la empresa, pues de este modo se orienta al cumplimiento de prácticas, valores y normas para dar una dirección positiva a la organización.

El servicio al cliente es parte de la cultura de la organización, es como un valor y una característica primordial que logra que el cliente siempre se sienta acogido, respetado y escuchado por cualquier miembro de la organización. Aunque los empleados no están todo el tiempo en contacto directo con los clientes, estos deben poseer la información necesaria para atender las dudas de los clientes o de los compañeros que soliciten de su ayuda para lograr la satisfacción del cliente. (Moreno, 2009, pág. 393)

2.2.13. Calidad del servicio al cliente

La Calidad del servicio hace referencia al conjunto de procedimientos cuyo fin es el de satisfacer las necesidades del usuario implementación o cliente, por ello las organizaciones debentomar en cuenta vari s factores que serán objeto de estudio en esta investigación.

El Instituto Tecnológico de Sonora menciona que la calidad en el servicio al cliente es un punto primordial que una empresa debe cumplir en el desarrollo de sus actividades, y que para hacerlo no se verá su tamaño estructura o naturaleza de sus operaciones, pues lo importante es demostrar la capacidad que tienen al momento de desempeñar las labores, ya que esto es la imagen que los clientes acogen para preferir o no el bien o servicio, aunque también indica que podría llegar a convertirse en una amenaza para la empresa. (Instituto Tecnológico de Sonora, 2013, pág. 21)

Según lo citado anteriormente, la calidad del servicio al cliente es la principal meta que una organización de fijarse, pues el principio de la creación de una empresa es la de conformar un organización con la finalidad realizar actividades que estén enfocadas a satisfacer las necesidades de las personas, es por esto que cada empresa buscará siempre mejorar sus productos o servicios que oferten al mercado ya que cada día las exigencias del mercado consumidor va cambiando, asimismo, la empresa busca la manera de perfeccionarse a diario, pues de no ser así ésta no podrá competir ante otros entes que innovan en base a las expectativas de la demanda.

2.2.14. Calidad del servicio en el transporte público

Respecto a este tema los autores Sánchez & Romero, (2010) asocian la calidad del servicio del transporte con la percepción que tiene el usuario, con el desempeño que tanto el vehículo como el prestador del servicio brindan, además de los entes reguladores de estos tipos de transporte, en donde menciona tres procesos que se debe seguir como:

1. Elección del modo o servicio de transporte
2. Competencia con los diversos modos de transporte
3. Preservación de interés público (Sanchez & Romero, 2010, pág. 63)

En este punto es necesario mencionar que algunos prestadores del servicio toman este concepto a factores que están totalmente contrarios con éste, como el correr en las vías para llegar a tiempo, también el “competir” con otras empresas q brindan el mismo servicio creando discordias y riñas entre otros inconvenientes que se pueden presentar, o de cobros no autorizados y que resulta para el usuario una total inconformidad y desacuerdo con la otra parte.

La calidad del servicio del transporte debe presentar al usuario como un desempeño que cumpla o incluso rebase sus expectativas, por esta razón es esencial tener en cuenta el contexto que busca una organización en cuanto a la calidad de su servicio con la percepción de la comunidad que utilizara dicho servicio.

Calidad del Servicio en Taxis

El servicio que ofrecen el transporte en modalidad taxi es muchas veces elegido por su mayor rapidez y eficacia a diferencia de los buses urbanos, a más de ello esta modalidad permite que el servicio sea individual, es decir, que la persona que requiere de este servicio lo tendrá exclusivamente para su traslado de un punto a otro sin establecer una parada fija, entonces su servicio será de puerta a puerta ofreciendo todas las comodidades y sobre todo con una mayor seguridad.

Con el paso del tiempo y el avance de la tecnología en esta modalidad se presenta varios tipos de operación, como el de aplicaciones que mediante un teléfono móvil puede ser requerido a donde y hasta donde desee el usuario, como un claro ejemplo se puede señalar al servicio Uber, orillando a organizaciones tradicionales a innovar y mejorar el servicio para el usuario día a día, siempre con la visión de ofrecer un excelente servicio.

2.2.15. Ciclo de la Calidad del Servicio

El ciclo de la calidad del servicio se establece en cuatro enfoques que son:

- **Calidad de servicio esperado.** Se define en la anticipada perspectiva que se tiene del cliente ya se de manera implícita o explícita.
- **Calidad de servicio objetivo.** Siendo el nivel que la organización estima con base al servicio que ofrecen.
- **Calidad de servicio entregada.** Es el nivel de calidad que se ha conseguido durante las labores ejecutadas a diario. Estos se pueden demostrar en porcentajes.
- **Calidad Percibida.** En este punto se tiene mediante la percepción del usuario, esto dependerá de la experiencia que el cliente ha tenido desde su origen hasta llegar a su destino.

2.2.16. Plan de mejora

Los autores Proaño, Soler, Bernabeu, (2017) indican que:

El plan de mejora es un proceso que se utiliza para alcanzar la calidad total y la excelencia de las organizaciones de manera progresiva, para así obtener resultados eficientes y eficaces. El punto clave del plan de mejora es conseguir una relación entre los procesos y el personal generando una sinergia que contribuyan al progreso constante. (Proaño, Soler, & Bernabeu, 2017, pág. 27)

Para entender un plan de mejora se debe tener en cuenta varios factores que son precisos para poder efectuar en los diferentes procesos de la empresa en donde es conveniente tomar las acciones adecuadas para establecer en los resultados que la mejora de los procesos que se intervengan nos dé, pues para determinar un plan de mejora es primordial establecer aspectos como estimación y control en donde deberá aplicarse estas estrategias de mejora continua.

Hay que destacar al plan de mejora porque de allí se podrá establecer un esquema previo encaminados a instaurar una cultura de calidad en el servicio para su posterior implementación en los procesos que puedan estar afectando el no cumplimiento de este propósito de la organización y poder atender las exigencias del cliente, en el caso del tema de estudio en esta tesis sobre el transporte en taxi, los conductores podrán adoptar un excelente servicio en donde el usuario pueda palpar este cambio.

Para realizar un plan de mejora es necesario tener en cuenta ciertas características con las que la empresa deberá establecer para responder a cambios que se desarrollaran en su entorno y que con ello pueda hacer frente al cumplimiento de los objetivos deseados, pues un plan de mejoramiento se enfocará en las debilidades que la empresa tiene y de las cuales se trabajara para obtener los resultados esperados.

Cuando ponemos en práctica el desarrollo de esta metodología es posible definir técnicas y mecanismos que en lo posterior conducirán a la organización a lograr alcanzar las metas que se han considerado al momento de la constitución de la empresa, además de permitirle competir en un mercado de alta demanda y oferta.

Es necesario entender que al aplicar un plan de mejora en los procesos a convenir esto no se convierte en la solución total ya que solamente se considera un método que ayuda a la identificación de los problemas que existen dentro de la empresa, sin embargo, es un punto clave para encontrar las soluciones esperadas y de allí la probabilidad para aplicarlas, según se la decisión de los altos niveles de la organización.

Cuando se decide que se aplicara esta técnica para buscar las mejores soluciones se habla de la identificación de las necesidades que una organización tiene, en donde se pueda establecer las personas quienes estarán involucradas para la participación del proceso que se llevará a cabo, de allí se podrá determinar los problemas o situaciones que la organización tiene.

En su aplicación es totalmente imprescindible determinar sus entornos, estos son externos y externos para ello se pueden utilizar algunas herramientas como:

- Lluvia de ideas
- Diagrama de Pareto
- Análisis FODA
- Entre otros

2.2.17. Mejora continua

La mejora continua pretende intensificar, perfeccionar y fortalecer los procesos que una organización enfoca al prestar su bien o servicio para lograr la satisfacción del cliente, eseste contexto la organización siempre deberá tener en cuenta este principio fundamental, pues esto es el primer objetivo al constituir una empresa, mucho antes de tener en cuenta la generación de utilidades que esto podría traer, por ello el tener un plan de mejora es unas bajo la manga de

cualquier organización, ya que no solo le permitirá satisfacer al cliente sino también ser competitivo en un mercado aglomerado de empresas similares que constantemente están innovando sus actividades con el propósito de consolidarse en el mercado.

La mejora continua es considerada como uno de los principios de la gestión de la calidad total. Por ello se la define como una de las actividades orientadas y destinadas al aumento de la capacidad de la organización la que por medio de ésta se propone a cumplir los objetivos y expectativas de la sociedad.

2.2.17.1. Ciclo PHVA

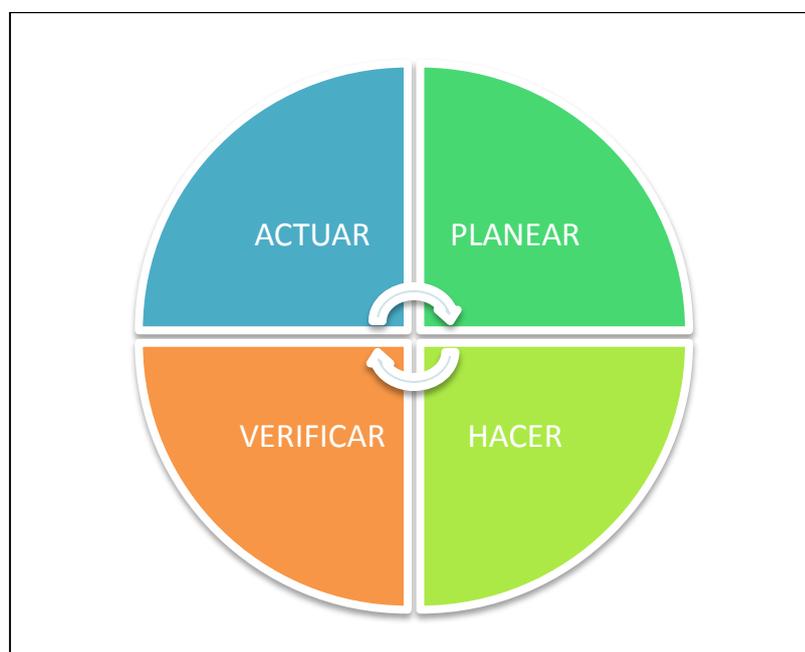


Figura 1-2: Ciclo PHVA
Realizado por: Conrado A., 2022.

Existen varios métodos que se debe tener en cuenta para llevar un mejoramiento continuo en una organización, entre estas podemos mencionar al ciclo PHVA o también conocida como ciclo de Deming, el cual está determinado por cuatro pasos claves para la aplicación de procesos y de esta manera desarrollar un plan de mejora.

El ciclo PHVA es utilizado para lograr la mejora continua de la calidad. Consiste en la secuencia de los siguientes cuatro pasos o fases:

- **Planear:** Es el primer paso, por ende, el más importante en donde se identifica el problema a resolver o la mejora a abordar, en el cual se debe establecer los objetivos que se debe

alcanzar y los medios para conseguirlos, y determinar los indicadores de control, es decir, una vez establecidos el objetivo, se realiza un diagnóstico para saber la situación actual en que la empresa se encuentra y las áreas en las que se hace necesario mejora definiendo sus inconvenientes que pueden surgir en sus procesos

- **Hacer:** En esta fase se aplica de forma controlada el plan de trabajo, recogiendo los datos para la verificación de la mejora. Además, permite atribuir las responsabilidades para ejecutar el plan, se identifican los recursos con los que se cuenta para el desarrollo de las acciones.
- **Verificar:** En esta etapa se podrá chequear los resultados del plan concebido y compararlos con los objetivos de mejora que se han establecido. La verificación Deberá tener un énfasis objetivo sobre los datos reales medidos. Esta comprobación se lo realiza de acuerdo a los indicadores de medición establecidos pues lo que no se puede medir no se puede mejorar.
- **Actuar:** en esta etapa debe analizar y corregir las posibles desviaciones detectadas o, en su defecto, estandarizar y consolidar la nueva forma de hacer para que los resultados sean mejores. Además de ello en este punto se puede aplicar los subprocesos de las acciones que se han planteado.

El ciclo de PHVA permite mediante su repetición, que la mejora se dé de manera continua por medio de procesos sistematizados que estarán siempre apagados al cumplimiento de los objetivos de la organización que la esté implementando, siempre teniendo en cuenta que al seguir este mecanismo de mejora será para beneficiar el desarrollo de la empresa y la correcta complacencia del cliente.

El ciclo de Deming es un método que las empresas se ven en la necesidad de utilizar para la mejora continua de la calidad, ya que este consiste en una secuencia lógica de pasos repetitivos y por ende se debe desarrollarlos de forma consecutiva, en cada una de las fases planteadas se establecen algunas actividades con el propósito de buscar los problemas que pueden surgir y las soluciones que los pueden aplacar.

En el ciclo de Deming para detectar los problemas y realizar debidamente los procesos de mejora es recomendable utilizar matrices en las que se puedan identificar ciertas características de las cuales permitirán controlar el enfoque del plan de mejoramiento y las estrategias que puedan proponerse para cumplir con los objetivos planteados

2.2.18. Análisis FODA

Según los autores Cano y García, señalan que el análisis FODA es una técnica orientada a analizar, identificar y resolver problemas en una organización, para su realización es necesario identificar y analizar las fortalezas y debilidades en un contexto externo, mientras que en un plano interno se realizaran la oportunidades y amenazas que puede atravesar la organización (Cano & García, 2013).

El análisis FODA pretende identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas a las que una organización se puede enfrentar, estas situaciones son muy determinantes para éxito o fracaso de una empresa y para ello estas herramientas no permitirán identifica los aspectos positivos de la organización y de los negativos enfocarnos para realizar un cambio y perfeccionar la calidad del servicio que la organización oferta a sus usuarios.

- Fortalezas: en la organización existen elementos internos que la afectan de manera positiva y serán sus puntos más fuertes.
- Oportunidades: son condiciones externas positivas que la organización deberá aprovechar cuando se presenten.
- Debilidades: son situaciones negativas que surgen en los procesos internos de la organización, las cuales deberán ser identificadas para implementar estrategias de mejora.
- Amenazas: son circunstancias externas no favorables que pueden presentarse en el entorno de la empresa y qué ésta debe tener en cuenta para tomar las medidas correctivas.

Al desarrollar esta técnica, permite evaluar los problemas a resolver, a más de ello también instaure un tipo de desarrollo de procesos que influyen en la administración de la información obtenida en base en el análisis de las habilidades del pensamiento, pues éste exige la comprensión experta, creativa y crítica dando un enfoque integral de lo que quiere y busca la organización

2.2.19. Planeación estratégica

La planificación estratégica también es considerada como la planeación del futuro o también a mediano o largo plazo, con esta se puede determinar todo en cuanto a la organización y su situación, en ella también se incluye algunos aspectos como la visión, misión, objetivos, estrategias y propósitos que tiene la empresa. Sin embargo, algunas empresas solamente desarrollan planes de trabajo anuales, aunque esto es el principio ya que con el pasar del tiempo las organizaciones se vuelven más complejas en el ámbito organizacional y a partir de esto debe implementarse un plan estratégico.

2.2.20. Indicadores de calidad

Un indicador de la calidad se puede decir que con las medidas que se utilizan para definir en qué grado la organización cumple con la satisfacción del cliente, a más de otras expectativas de operación y rendimiento.

La Norma ISO 9001 en su requisito 5.1 señalan que los objetivos de la calidad sean medibles, es decir, que los objetivos o indicadores deberán ser cuantificables o cualitativos siempre y cuando puedan ser analizados de alguna otra manera. (NORMA INTERNACIONAL ISO 9001, 2015, pág. 3)

Del mismo modo en su requisito 8.4 procura que la información analizada tenga más claridad y precisión ya que será más factible de este modo determinar la eficacia y la mejora continua. Por esto es importante mencionar algunos indicadores que necesariamente deben estar presente como la satisfacción del cliente, el número de acciones preventivas, o el según el suministro de materiales que puede facilitar un proveedor los mismos que aporten a la calidad que puede brindar un producto.

2.2.20.1. Objetivos de los indicadores

Debemos tomar en cuenta cual es el propósito de la implementación de indicadores en un plan de mejora:

- Generan la debida información elaborada en el proceso.
- Identifican la calidad del servicio ofrecido.
- Determina los problemas que están sucediendo dentro de la organización.
- Especifican la área en la que se debe aplicar un proceso de cambio.
- Evaluar y controlar los cambios efectuados

2.2.21. Indicadores de gestión

Los indicadores de gestión también son conocidos como KPI, esto se debe a sus siglas en inglés Key Performance Indicator y traducido al español como Indicador Clave de Desempeño. Estos indicadores nos permiten medir el nivel de productividad de un bien o servicio, pues con base a estos se puede obtener el nivel de calidad de la organización y con ello se pueden tomar las respectivas medidas que permitan redirigir a la empresa.

Para esta investigación tomaremos indicadores estándar que nos permiten tener un mejor enfoque

en cuanto al servicio que la empresa ofrece a sus clientes, pues a más de medir el desempeño de la organización, también permitirá corregir aquellos procesos mediante un análisis de varios aspectos como financiero, costos, tiempos y con ello tomar decisiones para aplicar métodos que nos permitan mejorar la prestación.

Tipos de indicadores

Según la Guía metodológica para la medición y evaluación de la percepción de la calidad de los Servicios públicos de la Dirección de Calidad en el Servicio Público, publicada en el año 2018, los indicadores pueden clasificarse de tipo cuantitativo y cualitativo, a su vez el Departamento Administrativo de la función Pública establece a los indicadores en cuanto a la eficacia, eficiencia, efectividad, calidad y economía.

- **Indicador Cuantitativo.** Son indicadores que se hacen posibles medirlos a través de números.
- **Indicador Cualitativo.** Con este tipo de indicadores podemos obtener estimaciones de las amenazas y oportunidades que se presentan en una estructura organizacional, pues gracias a éstos se puede dar una evaluación con enfoque a una planeación estratégica, la gestión y otros factores identificados en una organización, se caracteriza por mostrar un resultado enfocado en cualidades existentes.
- **Indicadores de Eficiencia.** Estos indicadores nos permiten controlar los recursos y los procesos internos de la institución. De esta manera la norma ISO 9000 señala que la eficiencia es el resultado de la relación entre el resultado alcanzado y con los recursos que la organización ha utilizado.
- **Indicadores de Eficacia.** Los indicadores de eficacia se dirigen a medir el nivel de cumplimiento de las metas propuestas en un periodo de tiempo, la ISO 9000 manifiesta que la eficacia es el grado en que se realizan las actividades planificadas y alcanzan los resultados que se ha planteado la organización.
- **Indicadores de Efectividad.** Estos se encuentran definidos de acuerdo al impacto final de actuación sobre el número total de la población en estudio.
- **Indicadores de calidad.** Estos nos permiten definir algunos requisitos en las entradas de procesos de una organización.
- **Indicadores de Economía.** Los indicadores de economía están asociados a los recursos financieros con los que cuenta una organización y los que permitirán reflejar si la empresa ha logrado los objetivos propuestos.

Características de un Indicador

- Pertinente, es decir, que debe ser apropiado para su propósito.
- Sensible, expone una variación al momento de ser medida.
- Precisa, el margen de error del indicador es mínimo.
- Accesible, tiene la facilidad para ser calculado e interpretado.

2.2.22. Metodología de marco lógico

La facilidad de poder realizar una contextualización a un diseño es posible mediante la realización de una metodología de marco lógico, en el cual se oriente a desarrollar los objetivos propuestos enfocados en los grupos que se beneficiarios como de los responsables en la realización, en donde se permita su nivel de participación de cada una de las partes.

La metodología de marco lógico permite hacer énfasis en el análisis del problema y sus involucrados, los objetivos y las estrategias que se han de tomar para el desarrollo de un estudio, mediante estos aspectos surge la matriz de marco lógico en donde se realiza un resumen de lo que se pretende realizar. Una matriz de marco lógico contiene los siguientes elementos:

- **Fin:** en este punto se describirá la solución del problema planteado, siendo este un objetivo de desarrollo enfocado en la definición de una estrategia propuesta, además de ser el punto en el punto prioritario para conseguir la meta deseada.
- **Propósito:** este elemento refiere al resultado que se espera, es necesario contar dentro de un estudio con un solo propósito para que de esta manera se pueda ejecutar un claro plan de que se va a desarrollar.
- **Componente:** aquel que define lo que pretende entregar el proyecto, como los estudios, servicios y capacitaciones, dando a lugar a los resultados de la investigación el cual refleja el contenido en si del estudio.
- **Actividades:** es la etapa en donde se debe generar las actividades que se ejecutarán para producir cada componente de enlistados de manera cronológica para la ejecución de las mismas.

2.3. Marco conceptual

2.3.1. Taxis

El taxi es un medio de transporte muy útil para el traslado de personas desde un origen hasta un destino, por este motivo la utilización de este modo de transporte tiene una tarifa ligeramente alta a diferencia de los transportes público urbano (buses). El taxi es un modo de transporte público que ofrece un servicio rápido, cómodo, y puertaa puerta a los usuarios. (Solar, 2013, pág. 9)

2.3.2. Calidad

Para Deming considerado uno de los maestros de la calidad total define a la calidad como una necesidad que los usuarios enfrentaran en un futuro con características cuantificables, es decir, que puedan ser medibles, para que de esta manera el producto o servicio ofertado sea acorde a las exigencias que el cliente tenga y su precio tenga la correspondiente equivalencia, y la calidad se definirá a través de la percepción de la demanda.

Otro de los grandes maestros como lo fue Joseph Juran expone que la calidad puede tener diversos criterios, entre los más reconocidos se puede mencionar:

- La calidad tiene que ver con las características de un producto que se derivan en las necesidades del cliente.
- Calidad consiste en libertad después de las deficiencias”.

Mientras que el maestro Ishikawa considera que la calidad está basada en la calidad el producto, es decir, se enfoca en la calidad el trabajo, el servicio, la información, los procesos, la calidad de la gente, del sistema, de la compañía y de sus objetivos que se han propuesto, entre otros factores importantes en la organización.

La Calidad es entonces la necesidad de mejorar un bien o servicio, que permita garantizar al cliente la satisfacción al adquirirlo, es decir, es dar un valor agregado a la actividad que una organización realice con el propósito de causar agrado al cliente, dar la confianza y seguridad al obtener el bien o servicio.

2.3.3. Servicio

“Es toda actividad o beneficio que una parte ofrece a otra, son esencialmente intangibles. Su producción no está ligada necesariamente a un producto físico.” (Kloter, 1979, pág. 11).

“Consiste en la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas, animales u objetos. Los servicios son intangibles, no se pueden percibir por los sentidos, son perecederos y no se pueden almacenar” (Santesmases, 1991, pág. 19).

“El servicio es un producto intangible que es el resultado de al menos una actividad ejecutada en la interfaz entre proveedor y consumidor.” (IWA, 2005)

Servicio es una prestación que se realiza para obtener un beneficio en cuanto a actividades comerciales, de cierta manera es un bien intangible que se entrega al cliente y con ello se espera cumplir con lo que éste busca.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de investigación

Este trabajo de investigación tuvo lugar en la Compañía LIBERTADORES LIBERTAXIS S.A., presentado un enfoque:

- **Cualitativo.**

Se contó con un registro de datos de los encuestados, con dicha información se determinó los factores que se debe modificar e implementar para mejorar la calidad del servicio al usuario.

- **Cuantitativo.**

Ya que se realizó un análisis en cuanto al servicio prestado por la dicha organización con la finalidad de comprender la problemática y de allí conseguir la posible solución para ponerla en práctica.

3.2. Nivel de investigación

- **Descriptivo.**

En esta investigación se realizó una descripción de los factores implícitos en la calidad del servicio al usuario de la Compañía LIBERTADORES LIBERTAXIS S.A.

- **Explicativo.**

A través de esta investigación se identificó las causas que derivan a un servicio insatisfecho de la mencionada organización para con el usuario.

3.3. Diseño de investigación

3.3.1. *No Experimental*

En esta investigación se analizaron algunos datos de variables recopiladas en un período tiempo sin alterar las variables.

3.3.2. *Transversal*

Para este estudio se seleccionó una muestra de la población del cantón Riobamba.

3.4. Tipo de estudio

3.4.1. *Documental*

Mediante diferentes materiales de apoyo como libros, tesis, artículos científicos, ensayos, entre otros con el fin de recabar conceptos necesarios para entender la problemática de este tema de estudio.

3.4.2. *De campo*

Es necesario aplicar este tipo de investigación, pues para la recopilación de datos con la entrevista que se realizó al Gerente de la Compañía que ha sido el objeto de estudio.

3.5. Población y muestra

En esta investigación se trabajó con dos tipos de población, la primera concierne a la muestra de la población de la ciudad de Riobamba ya que es importante considerar la opinión de los usuarios acerca del servicio que ofertan los taxis, y como segunda población se encuentran los socios de la Compañía.

Para conocer la población de la ciudad de Riobamba se tomó los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, en el cual presenta una población en el área urbana de 156723 habitantes en el año 2010, asimismo se consideró la tasa de crecimiento anual según el censo realizado en el mismo año, siendo éste de 1.63%, de ellos se obtiene una población proyectada para el año 2022 de 190281, con la siguiente ecuación.

$$P_p = P_o * (1+i)^n$$

- **Pp**: Población proyectada
- **Po**: Población base
- **i**: Crecimiento poblacional
- **n**: periodo de diseño
- **n=** (tf-to)
- **tf**: fecha de población proyectada
- **to**: fecha de población base o inicial

$$P_p = 156.723 * (1+0,0163)^{12}$$

$$P_p = 190.281$$

Posteriormente del resultado obtenido se realizó la siguiente operación para obtener como resultado la muestra de la población de la ciudad de Riobamba, y con la misma que se trabajó en la aplicación de encuestas:

$$n = \frac{Z^2 pq N}{NE^2 + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 190.281}{190.281 * 0,05^2 + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 383$$

Donde:

- n= Tamaño de la muestra
- Z= Nivel de confianza 95% constante 1.96= 1.96
- p = Variabilidad positiva: 0.5
- q = Variabilidad negativa: 0.5
- N = Tamaño de la población: 190.281
- E = Precisión o el error: 0.05

Es decir, que la muestra para este trabajo de investigación arrojó a 383 usuarios, a quienes se les aplicó las encuestas dirigidas a los usuarios del servicio de taxis.

En cuanto a los socios siendo un total de 70 socios, y al ser una población reducida no se

determinará una muestra para esta investigación, es decir, que se aplicó las encuestas a todos.

3.6. Métodos, técnicas e instrumentos:

3.6.1. Método de investigación

3.6.1.1. Método inductivo

Para el desarrollo de la presente investigación fue conveniente el uso del método inductivo, por cuanto se indagó a los usuarios la apreciación que tienen en relación con los servicios que el transporte público intraprovincial les ofrece para trasladarse a las diferentes localidades.

3.6.1.2. Método deductivo

Este método aportó al conocimiento desde la perspectiva que los dueños del transporte público tienen en cuanto a los servicios que vienen brindando a los usuarios de la localidad y como estos contribuyeron en el desarrollo del cantón.

3.6.2. Instrumentos de investigación

3.6.2.1. Entrevista

Se entrevistó al Gerente de la compañía Sr. José Luis Calero, en donde se tratará temas netamente del servicio al usuario.

3.6.2.2. Cuestionarios

Es indispensable contar con un cuestionario el cual tenga preguntas aplicadas a la problemática planteada en esta investigación.

CAPÍTULO IV

4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Encuestas a usuarios

a. ¿Con qué frecuencia utiliza los servicios de taxi?

Tabla 1-4: Frecuencia utilización de taxi

Opciones	Respuestas
3 a 5 veces a la semana	66
Diariamente	57
Dos veces a la semana	135
Una vez a la semana	125
Total general	383

Fuente: Encuestas a usuarios, 2022.

Realizado por: Conrado, A, 2022.

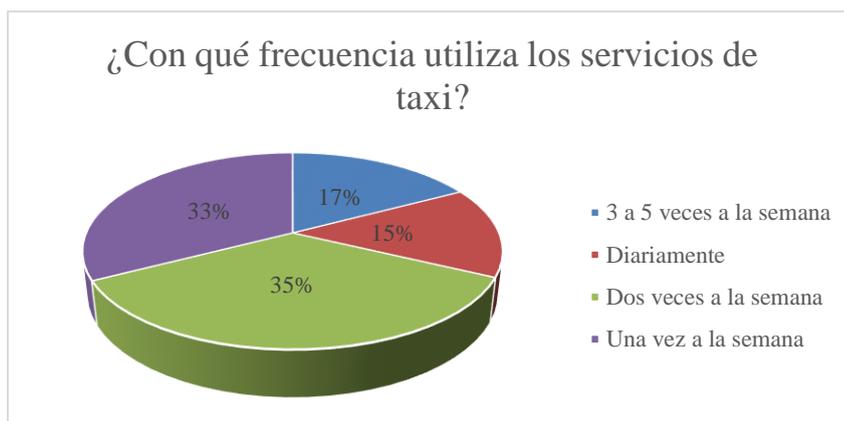


Gráfico 1-4: Frecuencia utilización de taxi

Fuente: Encuestas a usuarios, 2022.

Realizado por: Conrado, A, 2022.

ANÁLISIS: Según las encuestas aplicadas en esta investigación se obtiene que, el 35% de los encuestados utilizan los servicios de taxi dos veces a la semana, seguido por un 33% que indican que lo utilizan una vez a la semana, un 17% lo requieren de este servicio de 3 a 5 veces a la semana, finalmente un 15% lo utilizan a diario.

INTERPRETACIÓN: En la ciudad de Riobamba los usuarios utilizan los servicios de taxi con una frecuencia de más de una vez a la semana, razón por la cual es necesario aplicar mejoras en cuanto a la calidad de servicio que brinda este medio.

b. Según su apreciación ¿Cómo califica el servicio que prestan este transporte?

Tabla 2-4: Calificación del servicio de taxi

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Excelente	20	5%
Bueno	131	34%
Muy bueno	71	19%
Regular	135	35%
Malo	26	7%
Total general	383	100%

Fuente: Encuestas a usuarios, 2022.

Realizado por: Conrado, A, 2022.



Gráfico 2-4: Calificación del servicio de taxi

Fuente: Encuestas a usuarios, 2022.

Realizado por: Conrado, A, 2022.

ANÁLISIS

En cuanto al nivel de servicio encontramos que el 35% de la muestra de estudio indica que es regular, mientras que el 34% lo califica como bueno, un 19% indica un nivel muy bueno, el 7% lo califica como malo y en tanto que el 5% lo considera como excelente.

INTERPRETACIÓN

La apreciación de los usuarios respecto al nivel de servicio brindado por los taxis tiene un mayor porcentaje regular y bueno, lo que nos permite conocer que se debe mejorar e implementar métodos para la mejora del servicio hacia las personas.

c. ¿Por qué prefiere utilizar este servicio?

Tabla 3-4: Preferencia de servicios

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Comodidad	86	22%
Confianza	24	6%
Rapidez	140	37%
Seguridad	69	18%
Servicio	64	17%
Total general	383	100%

Fuente: Encuestas a usuarios, 2022.

Realizado por: Conrado, A, 2022.

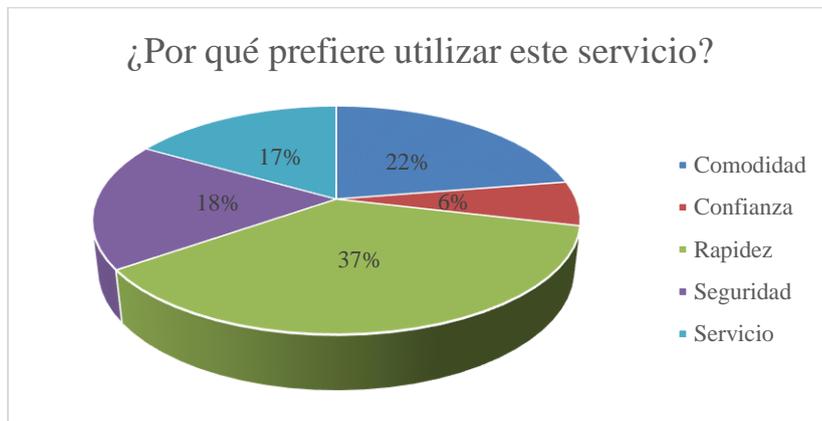


Gráfico 3-4: Preferencia de servicio

Fuente: Encuestas a usuarios, 2022.

Realizado por: Conrado, A, 2022.

ANÁLISIS

Con relación a factores de preferencia del servicio, el 37% de los encuestados indican que prefieren utilizar este servicio por su rapidez, seguido del 22% que optan por la comodidad, el 18% lo prefieren la seguridad al momento de movilizarse, un 17% eligen el servicio brindado, mientras que el 6% optan por la confianza.

INTERPRETACIÓN

Al momento de movilizarse los usuarios prefieren el utilizar el servicio de taxi por la rapidez de trasladarse hacia su destino, mientras que una minoría lo elige por el servicio que presta, es decir, que la utilización del servicio de taxi debe ser visto más que un servicio para la rápida movilización, un servicio de calidad en la que el usuario pueda sentirse cómodo y seguro cuando se traslade en un taxi.

d. ¿De qué manera accede al servicio de taxi?

Tabla 4-4: Acceso al servicio de taxi

Opciones	Respuestas	Porcentaje
En la calle	178	46%
En la parada establecida	76	20%
Llamada a la operadora	129	34%
Total general	383	100%

Fuente: Encuestas a usuarios, 2022.

Realizado por: Conrado, A, 2022.

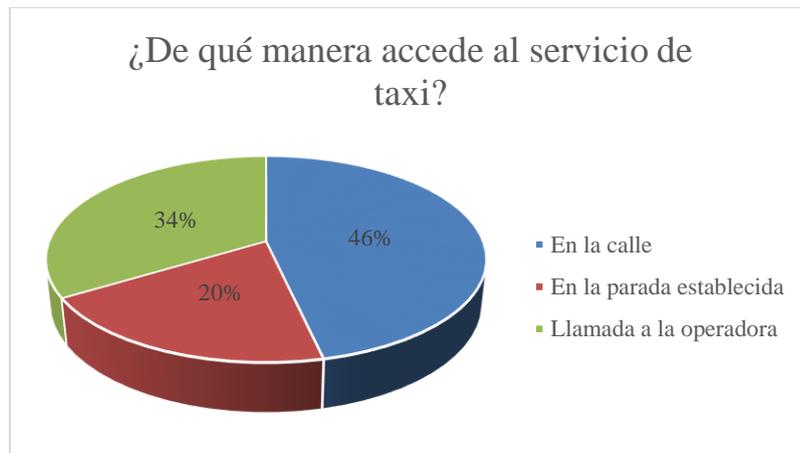


Gráfico 4-4: Acceso al servicio de taxi

Fuente: Encuestas a usuarios, 2022.

Realizado por: Conrado, A, 2022.

ANÁLISIS

Del total de la muestra encuestada tenemos que el 46% de los usuarios acceden a un taxi en la calle, después un 34% indican que se comunican con la operadora para que el taxi los recoja en el lugar deseado, por último, el 20% señala que se trasladan hasta la parada que ha sido establecida para la compañía para acceder al servicio.

INTERPRETACIÓN

Los usuarios en su mayoría indican que para acceder al servicio de taxi lo hace en la calle a la espera de que un taxi desocupado cruce en el camino para utilizarlo, aunque también prefieren hacer uso de servicio mediante llamada a la operadora siendo este servicio de puerta a puerta, por ello es conveniente mejorar la calidad de los servicios que se ofrece a la comunidad.

3. ¿El servicio que brindan los taxis cumplen con las expectativas del usuario?

Tabla 5-4: Expectativas del usuario

Opciones	Respuestas	Porcentaje
No	245	64%
Si	138	36%
Total general	383	100%

Fuente: Encuestas a usuarios, 2022.

Realizado por: Conrado, A, 2022.

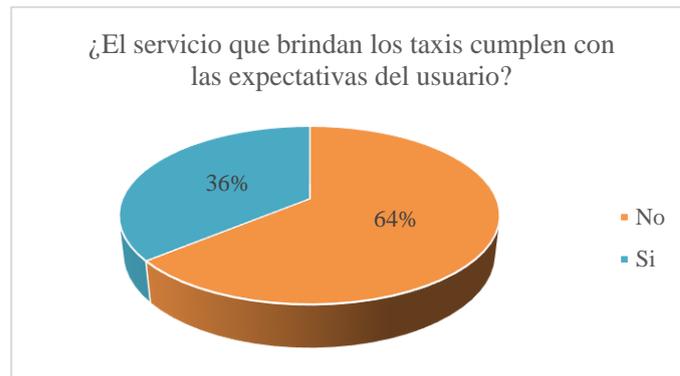


Gráfico 5-4: Expectativas del usuario

Fuente: Encuestas a usuarios, 2022.

Realizado por: Conrado, A, 2022.

ANÁLISIS

El 64% de encuestas señalan que el servicio que brindan los taxis no cumple con las expectativas que los usuarios esperan, mientras que un 36% dan una respuesta positiva en cuanto al cumplimiento de expectativas.

INTERPRETACIÓN

La mayoría de los usuarios encuestados afirman que el servicio que este medio de transporte no está acorde con las expectativas que las personas tienen cuando utilizan este medio, por el contrario, pocos usuarios muestran que se sienten satisfechos con el servicio ofrecido por los taxis.

4. ¿Las unidades de taxis prestan un buen servicio al cliente?

Tabla 6-4: Unidades de taxi

Opciones	Respuestas	Porcentaje
No	242	63%
Si	141	37%
Total general	383	100%

Fuente: Encuestas a usuarios, 2022.

Realizado por: Conrado, A, 2022.



Gráfico 6-4: Unidades de taxi

Fuente: Encuestas a usuarios, 2022.

Realizado por: Conrado, A, 2022.

ANÁLISIS

Los usuarios responden respecto si las unidades de taxis prestan un buen servicio al cliente con un no el 63%, en tanto que el 37% restante aseveran que este servicio ofrecido por las unidades si es bueno.

INTERPRETACIÓN

Respecto al servicio que las unidades de taxis brindan al cliente, la mayoría responde que no lo cumplen, mientras que una minoría manifiestan que si cumplen cuando utilizan este medio.

5. ¿Los conductores de los taxis brindan un buen servicio?

Tabla 7-4: Conductores de los taxis

Opciones	Respuestas	Porcentaje
No	252	66%
Si	131	34%
Total general	383	100%

Fuente: Encuestas a usuarios, 2022.

Realizado por: Conrado, A, 2022.

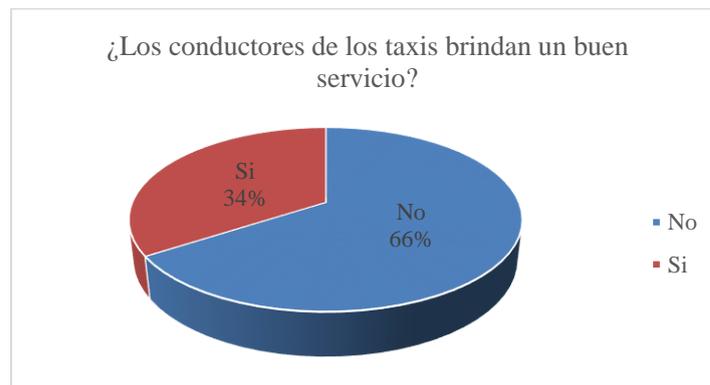


Gráfico 7-4: Calificación del servicio de taxi

Fuente: Encuestas a usuarios, 2022.

Realizado por: Conrado, A, 2022.

ANÁLISIS

El 66% de encuestas señalan que el servicio que brindan los conductores no cumple en cuanto a brindar un buen servicio, por el contrario, un 34% dan una respuesta positiva con el servicio que los conductores ofrecen al usuario.

INTERPRETACIÓN

Los usuarios encuestados refieren que los conductores no cumplen con un buen servicio de los conductores cuando utilizan las unidades, esto nos da una perspectiva de que se necesita un cambio en el trato y atención de la demanda.

6. ¿Utilizan el taxímetro para realizar las carreras?

Tabla 8-4: Utilización del taxímetro

Opciones	Respuestas	Porcentaje
No	193	50%
Si	190	50%
Total general	383	100%

Fuente: Encuestas a usuarios, 2022.

Realizado por: Conrado, A, 2022.

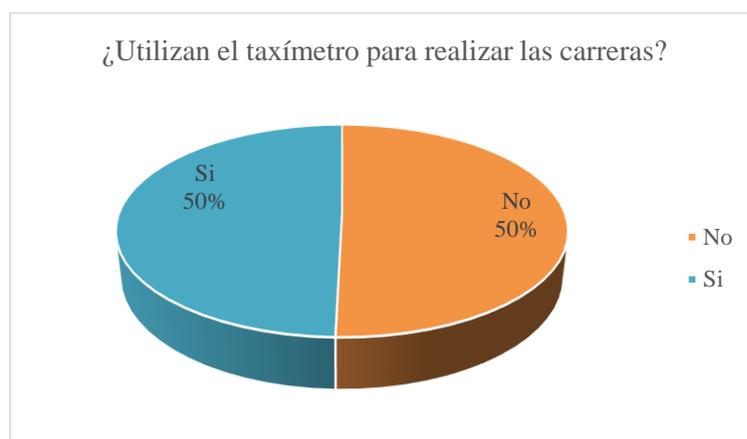


Gráfico 8-4: Utilización del taxímetro

Fuente: Encuestas a usuarios, 2022.

Realizado por: Conrado, A, 2022.

ANÁLISIS

El 50% de encuestas señalan que, al momento de utilizar los servicios de taxi, estos aplican el sistema del taxímetro para marca el precio de la carrera, pero el otro 50% exponen que no se hace el respectivo uso del taxímetro.

INTERPRETACIÓN

Los resultados que reflejan las encuestas realizadas a las personas con el fin de saber si las unidades de transporte utilizan taxímetro al momento de su desplazamiento arroja un resultado equilibrado, es decir que los conductores utilizan el taxímetro, sin embargo, existen algunos taxistas que no lo aplica en las carreras que deben realizar.

7. ¿La tarifa marcada en el taxímetro cumple con lo establecido?

Tabla 9-4: Tarifa de taxi

Opciones	Respuestas	Porcentaje
A veces	180	47%
No	87	30%
Sí	116	23%
Total general	383	100%

Fuente: Encuestas a usuarios, 2022.

Realizado por: Conrado, A, 2022.



Gráfico 9-4: Tarifa del taxi

Fuente: Encuestas a usuarios, 2022.

Realizado por: Conrado, A, 2022.

ANÁLISIS

En cuanto a la tarifa que marcan el taxímetro durante una carrera las personas señalan en un 47% que a veces marcado establecido, un 30% indica que, si marca lo señalado, mientras que un 23% manifiesta que no cumple.

INTERPRETACIÓN

Mediante la recolección de información para este estudio de investigación se puede conocer que en gran parte los taxímetros de las unidades marcan la tarifa establecida, es decir que cumplen con el cobro respectivo generado en cada carrera, aunque es necesario que todos los conductores cumplan con esta norma.

8. ¿Considera que el precio está acorde con el servicio brindado?

Tabla 10-4: Precio acorde al servicio

Opciones	Respuestas	Porcentaje
No	166	57%
Sí	217	43%
Total general	383	100%

Fuente: Encuestas a usuarios, 2022.

Realizado por: Conrado, A, 2022.

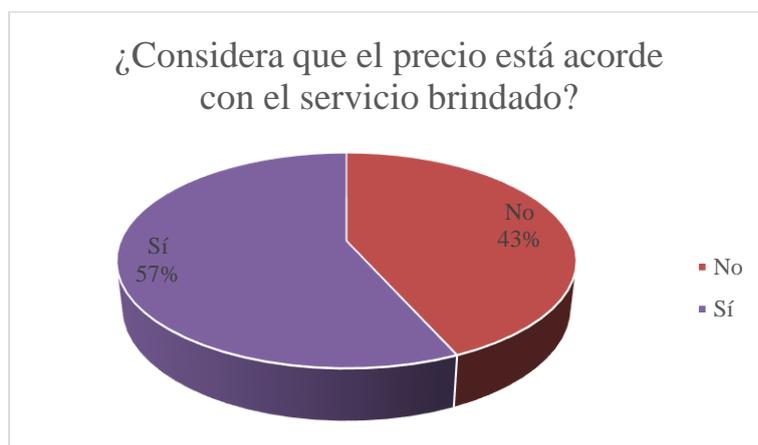


Gráfico 10-4: Calificación del servicio de taxi

Fuente: Encuestas a usuarios, 2022.

Realizado por: Conrado, A, 2022.

ANÁLISIS

El 57% de los usuarios opinan que el precio marcado en el taxímetro es acorde con el servicio brindado por la unidad de taxi, sin embargo, el 43% manifiesta lo contrario.

INTERPRETACIÓN

Como es verificable en los resultados, gran parte de los usuarios responden que el precio marcado en el taxímetro al realizar una carrera está acorde al servicio que las unidades de taxi brindan al usuario, siendo éste un excelente indicador a favor de la compañía.

9. ¿Cree usted que deberían mejorar el servicio que prestan?

Tabla 11-4: Deberían mejorar el servicio

Opciones	Respuestas	Porcentaje
No	36	9%
Sí	347	91%
Total general	383	100%

Fuente: Encuestas a usuarios, 2022.

Realizado por: Conrado, A, 2022.



Gráfico 11-4: Deberían mejorar el servicio?

Fuente: Encuestas a usuarios, 2022.

Realizado por: Conrado, A, 2022.

ANÁLISIS

De los usuarios encuestados el 91% manifiesta que se debería mejorar el servicio que prestan los taxis en la ciudad de Riobamba, mientras que un 9% opina que no se debe mejorar.

INTERPRETACIÓN

Este ítem nos permite conocer que la mayoría de los usuarios tienen la necesidad de que se mejore el sistema del servicio que ofrecen las unidades de taxis, dando a notar que existen falencias que se deben corregir para de esta manera satisfacer sus necesidades.

10. ¿Qué aspectos deberían mejorar las unidades?

Tabla 12-4: Aspectos de mejora

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Eficiencia	131	34%
Estado de la Unidad	81	21%
Limpieza	47	12%
Otro	32	9%
Regular taxímetro	92	24%
Total general	383	100%

Fuente: Encuestas a usuarios, 2022.

Realizado por: Conrado, A, 2022.

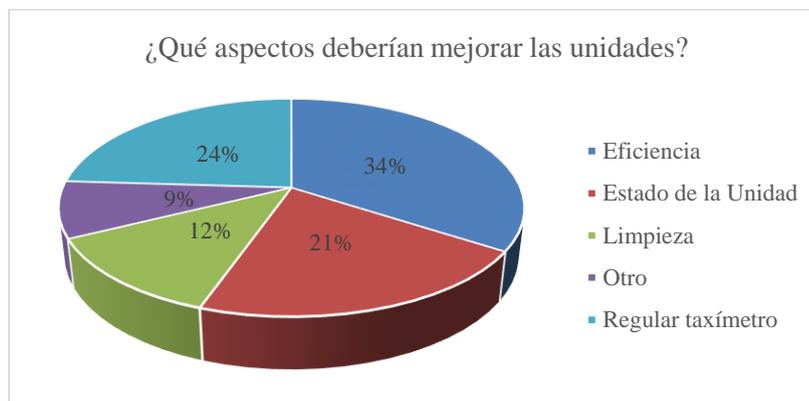


Gráfico 12-4: Aspectos de mejora

Fuente: Encuestas a usuarios, 2022.

Realizado por: Conrado, A, 2022.

ANÁLISIS

En cuanto a aspectos que se debería mejorar en las unidades, el 34% concuerdan que la eficiencia es el factor que deberían mejorar, seguido por el 24% que opinan que el mejoramiento está en la regulación del taxímetro, el 21% señalan que el estado de la unidad es el que debe mejorar, un 12% coinciden en que la limpieza es el aspecto que deben mejorar, mientras que el 9% expresan que son otros aspectos que deben mejorar.

INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a una muestra de la población consideran que para mejorar el servicio que prestan las unidades de taxi se debería enfocarse en aspectos importantes como la eficiencia, regular el taxímetro y mejorar el estado de las unidades para obtener una mejor prestación de estos modos para con la comunidad.

11. ¿Recomendaría a otras personas para que utilicen este servicio?

Tabla 13-4: Recomendación del servicio de taxi

Opciones	Respuesta	Porcentaje
No	105	73%
Sí	278	27%
Total general	383	100%

Fuente: Encuestas a usuarios, 2022.

Realizado por: Conrado, A, 2022.



Gráfico 13-4: Recomendación del servicio de taxi

Fuente: Encuestas a usuarios, 2022.

Realizado por: Conrado, A, 2022.

ANÁLISIS

El 73% de las encuestas afirman que recomendarían a otras personas a utilizar este medio, mientras que un 27% asegura que no lo haría.

INTERPRETACIÓN

Un buen porcentaje de los encuestados están de acuerdo con recomendar el servicio utilizado, aunque también es necesario atender los requerimientos que tiene la minoría para poder mejorar el servicio.

4.2. Encuesta a conductores

a) ¿Cuál es su nivel de instrucción académica?

Tabla 14-4: Instrucción académica

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Básica	20	29%
Bachiller	31	44%
Tercer Nivel	19	27%
Total general	70	100%

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.

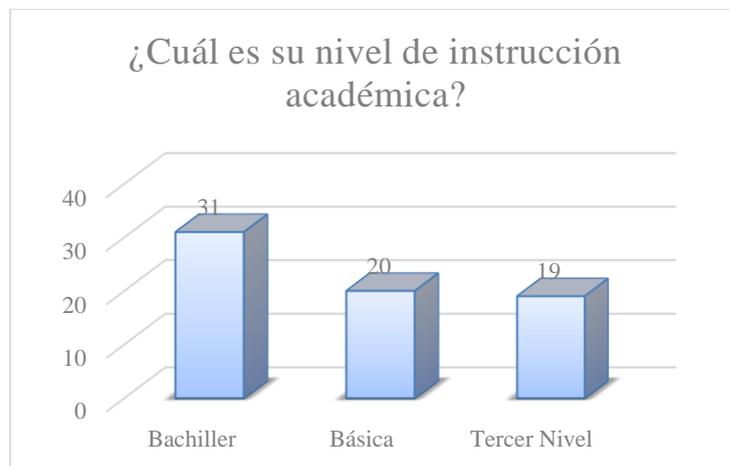


Gráfico 14-4: Instrucción académica

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.

ANÁLISIS

Según los resultados de la encuesta aplicadas a los conductores de las unidades de la compañía el 44% refleja que su nivel de instrucción es bachiller, mientras que un 29% afirma que tiene una instrucción básica y el 27% restante tiene un título de tercer nivel.

INTERPRETACIÓN

La mayoría de los conductores que pertenecen a la Compañía Libertadores Libertaxis cuenta con estudios de bachiller, además otro grupo manifiesta tener una instrucción básica, asimismo, una minoría ostenta un título de tercer nivel.

b) Según su apreciación ¿Cómo califica el servicio que presta al usuario?

Tabla 15-4: Calificación del servicio brindado

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Excelente	32	46%
Muy Bueno	30	43%
Bueno	8	11%
Total general	70	100%

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.

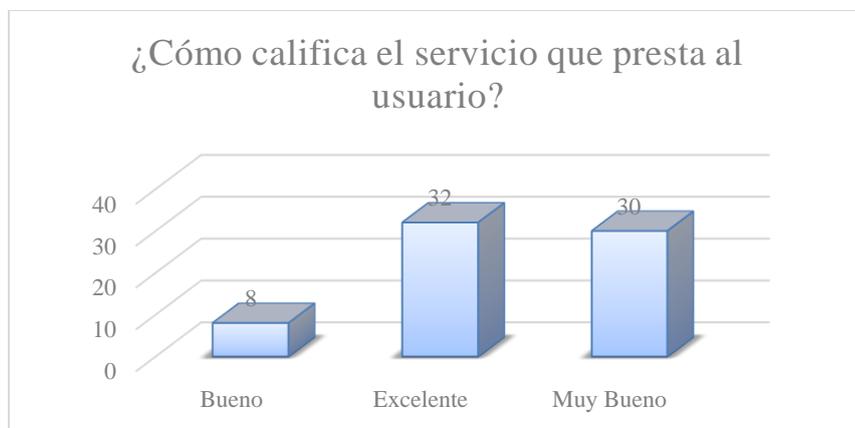


Gráfico 15-4: Calificación del servicio brindado

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.

ANÁLISIS

El 46% de las encuestas afirman que prestan un excelente servicio a los usuarios, el 43% indica que es muy bueno y finalmente el 11% es bueno.

INTERPRETACIÓN

Todos los encuestados dan una respuesta positiva a la mencionada pregunta, reconocen que su servicio es excelente, muy bueno y bueno según su calificación.

c) **¿Cuántas horas diarias trabaja en el taxi?**

Tabla 16-4: Horario de trabajo

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Menos de 6 horas	7	10%
De 6 a 8 horas	19	27%
De 8 a 10 horas	22	31%
De 10 a 12 horas	14	20%
Mas de 12 horas	8	11%
Total general	70	100%

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.



Gráfico 16-4: Horario de trabajo

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.

ANÁLISIS

De acuerdo con los resultados obtenidos 22 conductores aseguran que trabajan de entre 8 a 10 horas en las unidades, seguido por 19, que indican que laboran de 6 a 8 horas diarias, luego un 14 de ellos señalan que lo hacen de 10 a 12 hora, 8 laboraran más de 12 horas y los 7 restantes manifiestan que trabajan menos de 6 horas.

INTERPRETACIÓN

Con relación a esta pregunta es importante indicar que según las respuestas obtenidas la mayoría de los conductores laboran en un rango normal el cual no indispone y no es un indicador para un mal servicio prestado.

d) ¿Usted aplica alguna estrategia para atraer clientes?

Tabla 17-4: Estrategia del conductor

Opciones	Respuestas	Porcentaje
No	22	31%
Si	48	69%
Total general	70	100%

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.

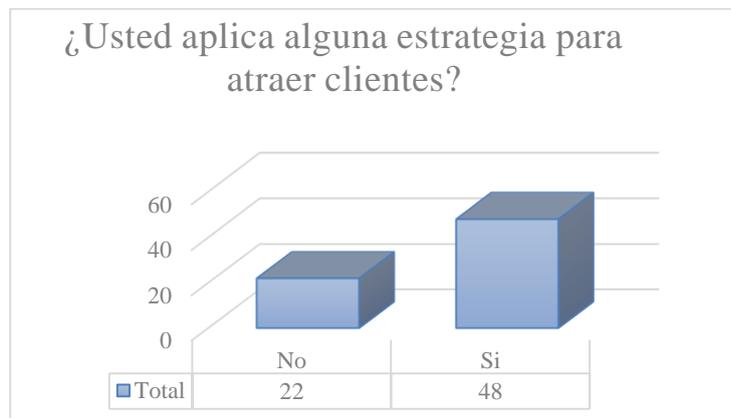


Gráfico 17-4: Estrategias del conductor

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.

ANÁLISIS

Al preguntar si el conductor aplica alguna estrategia para atraer clientes la mayoría asegura que, si lo hace siendo los 48 conductores de los 70, sin embargo, los 22 restantes responden que no lo hacen.

INTERPRETACIÓN

Respecto a esta pregunta nos permite entender que la mayoría de los conductores buscan implementar alguna táctica para tener una mayor demanda, eso demuestra que los miembros de la compañía tienen el espíritu de atender bien al usuario, aunque hay que priorizar al pequeño que dio una respuesta negativa a involucrarse hacia un servicio de calidad.

e) Si su respuesta a la pregunta N° 4 fue “SI”, explique. ¿Cuál es su estrategia?

Tabla 18-4: ¿Cuál es su estrategia?

Categoría	Respuestas	Porcentaje
Aplicación	4	8%
Buen Trato	27	56%
Marketing	11	23%
Presentación	4	8%
Tarifa	2	4%
Total general	48	100%

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.

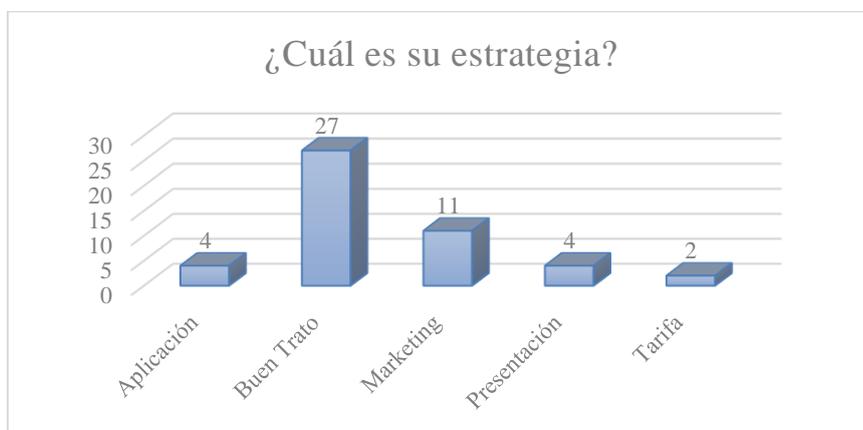


Gráfico 18-4: ¿Cuál es su estrategia?

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.

ANÁLISIS

En la pregunta anterior responden afirmativamente 48 encuestados, y de ellos se obtiene que un buen trato, el marketing, presentación, agregar aplicaciones y la tarifa son indicadores que permitirán atraer una mayor demanda.

INTERPRETACIÓN

Los conductores que afirmaron aplicar estrategia para atraer al usuario deben estar basadas en brindar un buen trato, además mencionan que hacen publicidad del buen servicio que brinda la compañía, la presentación tanto del conductor como de la unidad deben ser impecables, además de implementar una app en la que los clientes puedan solicitar un taxi, y aplicar descuentos en las tarifas cuando el usuario utilice una cierta cantidad de veces las unidades de la compañía.

f) **¿La compañía aplica estrategias para mejorar el servicio al usuario?**

Tabla 19-4: Estrategias de la compañía

Opciones	Respuestas	Porcentaje
No	20	29%
Si	50	71%
Total general	70	100%

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.

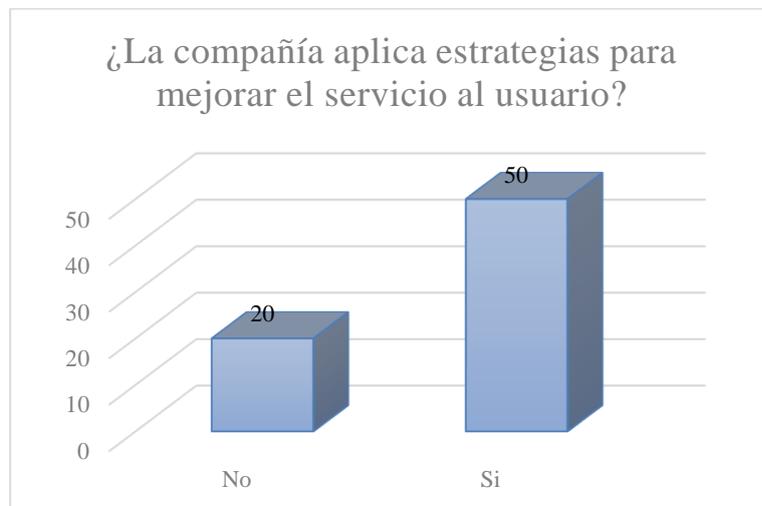


Gráfico 19-4: Estrategias de la compañía

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.

ANÁLISIS

El 71% que corresponde a 50 socios, aseguran que la Compañía si aplica estrategias para mejorar el servicio al usuario, en tanto que el 29% siendo 20 socios responde que no lo hacen.

INTERPRETACIÓN

La mayoría de los socios concuerdan que la Compañía como tal aplica estrategias para mejorar el servicio al usuario, por ende, es de reconocer el esfuerzo y ímpetu que la cabeza de la organización tiene no solo de generar recursos sino también el de satisfacer las exigencias del usuario, es preciso considerar al otro grupo de respuestas, pues hay que verificar si hay desconocimiento de su parte sobre las acciones que toma la Compañía.

g) Si su respuesta a la pregunta N° 6 fue SI explique cuáles son

Tabla 20-4: Estrategias que utiliza la compañía

Etiquetas de fila	Recuento Categoría	de Porcentaje
Atención	18	36%
Capacitación	14	28%
Limpieza	13	26%
Marketing	2	4%
Plan de Trabajo	3	6%
Total general	50	100%

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.



Gráfico 20-4: Estrategias que utiliza la compañía

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.

ANÁLISIS

Con un total de 50 respuesta afirmativas de las cuales especifican que la compañía aplica estrategias como la atención, capacitación al conductor, limpieza, marketing, y un plan de trabajo para fortalecer la calidad de prestación de las unidades.

INTERPRETACIÓN

Existen estrategias que la compañía ha implementado para ofrecer un mejor servicio al usuario como el dar charlas sobre como la atención que se debe brindar al cliente, además de proporcionar capacitaciones en cuanto al servicio, supervisar la limpieza de los vehículos y la utilización de uniformes de los colaboradores, son parte de los planes de trabajo que han visto necesarios implementar en la organización.

h) La relación que llevan los directivos y conductores de la compañía es:

Tabla 21-4: Relación directivos-conductores

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Excelente	24	34%
Muy bueno	29	41%
Bueno	15	21%
Regular	1	1%
Malo	1	1%
Total general	70	100%

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.



Gráfico 21-4: Relación directivos--conductores

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.

ANÁLISIS

De los encuestados, 29 responden que la relación es muy buena, 24 exponen que es excelente, 15 responden como buena, una persona responde regular y una como mala.

INTERPRETACIÓN

En cuanto a la relación que los directivos tienen para con los socios y conductores, se entiende que es muy buena, ya que está en rango de excelente a buena, entonces existe la apertura de una comunicación entre todos los niveles, lo que permite la facilidad de discutir sobre estrategias que beneficien a la compañía, en torno al servicio que prestan.

i) **¿Los directivos de la Compañía están al pendiente de mejorar sus servicios?**

Tabla 22-4: Compañía mejora sus servicios

Opciones	Respuestas	Porcentaje
No	3	4%
Sí	67	96%
Total general	70	100%

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.

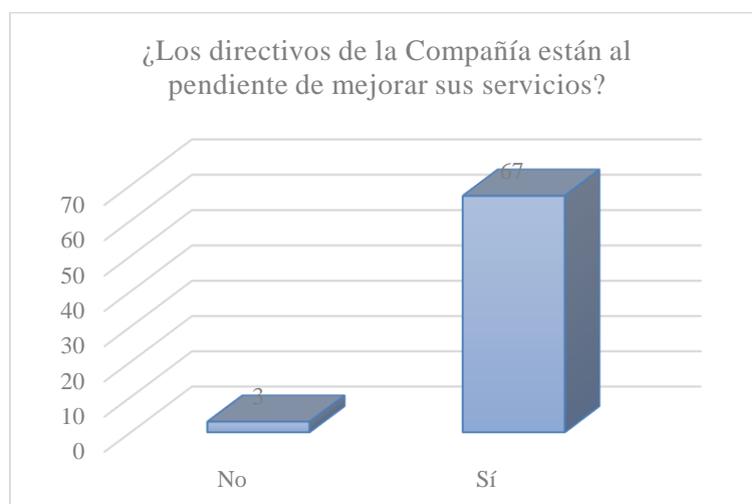


Gráfico 22-4: Compañía mejora sus servicios

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.

ANÁLISIS

Del 100% de la información obtenida en las encuestas se tiene que 67 de los 70 conductores señalan que los directivos están pendientes de mejorar el servicio que prestan las unidades de la compañía, 3 personas exponen que no lo hacen.

INTERPRETACIÓN

En cuanto a las respuestas obtenidas, éstas derivan en que los socios están realmente comprometidos y pendientes de evaluar y redireccionar las estrategias de la empresa para mejorar la atención y servicio al usuario.

j) **¿Con qué frecuencia la Compañía capacita a los conductores para realizar su trabajo?**

Tabla 23-4: Frecuencia de capacitaciones

Opciones	Respuestas	Porcentajes
Siempre	34	49
Frecuentemente	20	29
A veces	14	20
Nunca	2	3
Total general	70	100

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.

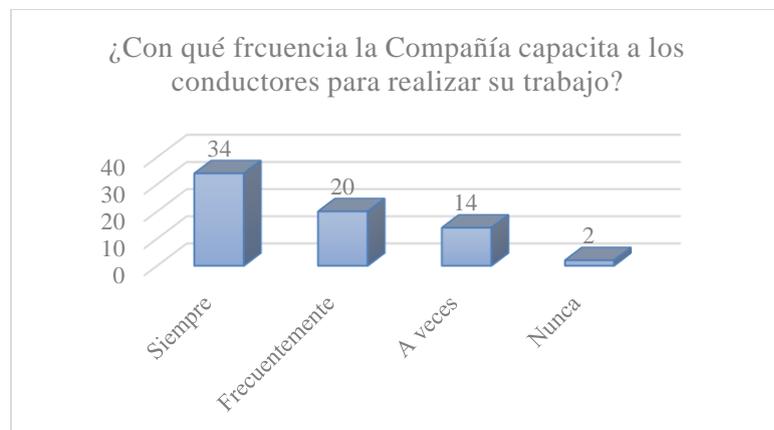


Gráfico 23-4: Frecuencia de capacitaciones

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.

ANÁLISIS

De acuerdo con la información obtenida en la encuesta a los conductores, se tiene que la compañía ofrecer capacitaciones a sus colaboradores con un total de 34 encuestados que responden siempre, 20 de ellos responden que la empresa lo hace frecuentemente, 14 responden que a veces se capacitan, y 2 personas resaltan que nunca han recibido capacitación.

INTERPRETACIÓN

Con los resultados obtenidos en esta pregunta recalamos que la empresa está siempre al pendiente para colaborar con sus conductores, pues la mayoría menciona que las capacitaciones son constantes.

k) ¿Los directivos toman en cuenta las sugerencias y dudas de los socios o conductores?

Tabla 24-4: Sugerencias y dudas

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Siempre	42	60%
Frecuentemente	19	27%
A veces	8	11%
Nunca	1	1%
Total general	70	100%

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.



Gráfico 24-4: Sugerencia y duda

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.

ANÁLISIS

Según las respuestas obtenidas refleja que de los encuestados 42 personas afirman que siempre lo directivos toman en cuenta las dudas o sugerencias que puede tener un socio o conductor, asimismo 19 responden que lo hacen con frecuencia, seguido de 8 personas que aseveran que lo hacen a veces y una persona asegura que nunca lo hace.

INTERPRETACIÓN

Además de estar siempre pendientes, es importante destacar que la empresa siempre estará abierta para escuchar nuevas sugerencias o dudas que podría existir por parte de los conductores.

1) ¿Los directivos toman en cuenta las sugerencias y dudas de los usuarios?

Tabla 25-4: Directivos toman sugerencias y dudas

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Siempre	42	60%
Frecuentemente	16	23%
A veces	11	16%
Nunca	1	1%
Total general	70	100%

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.



Gráfico 25-4: Directivos toman sugerencias y dudas

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.

ANÁLISIS

Los encuestados indican que los directivos de la compañía toman en cuenta las sugerencias o dudas que pueden tener los usuarios con un 60% que afirma que siempre están al pendiente, el 23% indica que lo hacen frecuentemente, un 16% consideran que a veces toman en cuenta esto y una persona asevera que nunca lo hacen.

INTERPRETACIÓN

Según la información que se ha obtenido se considera que los directivos están al pendiente de atender al cliente, entonces se puede enfatizar que en su labor prima el servicio de calidad y que cada día busca en mejorar su prestación

m) **¿Ha recibido alguna capacitación referente a servicio al cliente?**

Tabla 26-4: Capacitación en servicio al cliente

Opciones	Respuestas	Porcentajes
No	13	19%
Si	57	81%
Total general	70	100%

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.

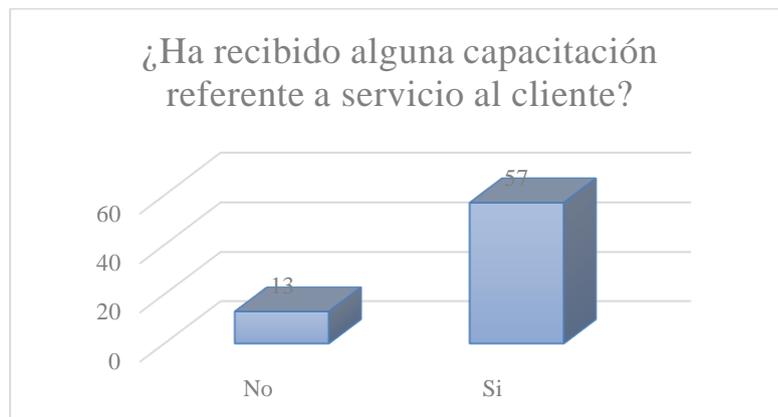


Gráfico 26-4: Capacitación en servicio al cliente

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.

ANÁLISIS

Con base en el servicio del cliente 57 conductores aseguran que se ha capacitado para mejorar su atención, sin embargo, un total de 13 conductores han respondido lo contrario.

INTERPRETACIÓN

La mayoría de los conductores de la compañía tienen conocimiento del servicio al cliente, aunque es necesario que estos puntos sean debidamente actualizados para ofrecer una mejor atención, también se puede evidenciar que existe un pequeño número de conductores que no tienen la correcta dirección para llevar a cabo la atención a la demanda.

n) **¿Cree usted que deberían mejorar el servicio que prestan?**

Tabla 27-4: Debería mejorar el servicio

Opciones	Respuestas	Porcentaje
No	6	9%
Sí	64	91%
Total general	70	100%

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.

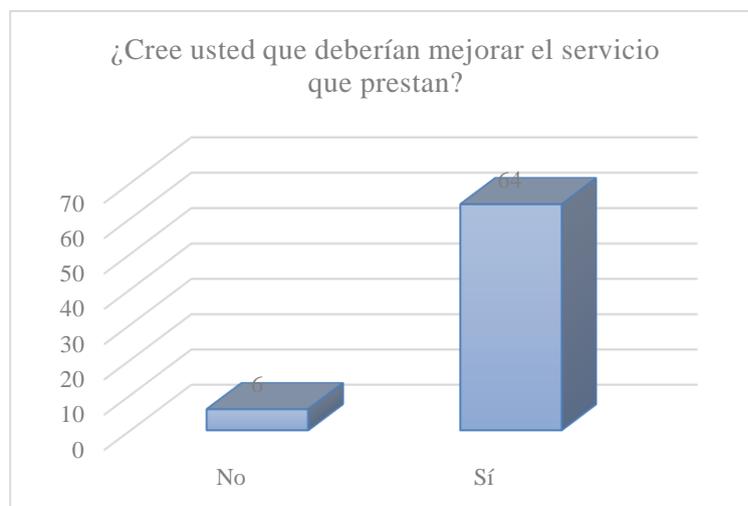


Gráfico 27-4: Debería mejorar el servicio

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.

ANÁLISIS

Según la encuesta aplicada se tiene que un 91% desean mejorar el servicio que brindan a la comunidad, y el 9% referente a 6 personas opinan que no deberían mejorar el servicio.

INTERPRETACIÓN

Un aspecto positivo que se debe rescatar en esta encuesta es la predisposición que los conductores tienen para mejorar su trabajo, y así poder ofrecer un servicio de calidad a las personas

o) **¿Qué aspectos deberían mejorar las unidades de la Compañía?**

Tabla 28-4: Mejora de las unidades

Opciones	Respuestas	Porcentajes
Estado de la unidad	23	33%
Eficiencia	23	33%
Uso de Taxímetro	10	14%
Limpieza	11	16%
Otra	3	4%
Total general	70	100%

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.



Gráfico 28-4: Mejora de las unidades

Fuente: Encuestas a conductores, 2022.

Realizado por: Conrado, A 2022.

ANÁLISIS

Según las respuestas halladas en esta pregunta se puede decir que los aspectos más importantes en mejorar para lograr la calidad en sus actividades son mejorar el estado de las unidades con un 33%, de igual manera la eficiencia con un 33%, con un 11% refieren a la limpieza, el 10% optan por el uso del taxímetro, mientras que el 3% señalan otros aspectos.

INTERPRETACIÓN

Para mejorar la atención que brindan al usuario es indispensable tener en cuenta los siguientes indicadores, como mejorar el estado de las unidades, también es necesario ser eficiente, en adición se expone a la limpieza de la unidad, además de tener en cuenta el uso adecuado del taxímetro.

p) Si su respuesta anterior fue otra, explique:

Tabla 29-4: Otra respuesta

Etiquetas de fila	Recuento de Código	Porcentaje
Mantenimiento	1	33%
Marketing	1	33%
Internet en la Unidad	1	33%
Total general	3	100%

Fuente: Encuestas a conductores

Realizado por: Conrado, A. 2022.

ANÁLISIS

De la respuesta anterior se obtuvieron 3 respuesta que hacen referencia a otros aspectos que se deberían aplicar o mejorar como es el mantenimiento a las unidades, otro aspecto indicado es el marketing de la empresa, además de implementar en los taxis internet.

INTERPRETACIÓN

Estos aspectos que se han indicado es una noción importante que se debería tomar en cuenta para poder aplicar como es el mantenimiento periódico que se da a las unidades, otros aspectos se mejorar el marketing o publicidad como empresa, además de la ingeniosa idea de implementar en los taxis internet para que el usuario pueda conectarse a este sistema.

4.3. Entrevista al gerente de la compañía Libertadores Libertaxis

Entrevistado: Lcdo. Luis Calero

Cargo: Gerente de la Compañía Libertadores Libertaxis S.A.

1. ¿Conoce que es la calidad del servicio del transporte en taxis?

La calidad del servicio del transporte en taxis se refiere al cumplimiento de las expectativas que tienen los clientes, es decir, la plena satisfacción del cliente para con el servicio brindado por un taxi, y éste solamente se podrá medir a partir de la impresión y opinión del cliente que ha utilizado una unidad de taxi.

2. ¿Qué parámetros deben estar presentes para cumplir con un servicio de calidad?

Los parámetros que deben estar presentes se enfocan a la excelencia, ofreciendo un buen trabajo al cliente con responsabilidad, como segundo punto se puede identificar la satisfacción de las expectativas que el usuario tiene en cuanto a la atención que se le ha brindado, y como tercer punto, a la confiabilidad, pues el pasajero debe sentir confianza al abordar un taxi.

3. ¿La Compañía Libertadores Libertaxis presta un servicio de calidad a los usuarios?

Respecto a esta pregunta se menciona que los directivos, en todo momento hacen énfasis a los conductores que brindar una buena atención al cliente es lo primordial de las actividades que realizan, sin embargo, existe una minoría que a veces no sigue estos lineamientos, pero hasta hoy no se ha recibido una queja por parte de un usuario o de algún ente regulatorio, por lo tanto, se permite decir que la Compañía cumple con un buen servicio al usuario.

4. ¿Qué acciones utilizaría para mejorar el servicio que brinda la Compañía?

En cuanto a las acciones que se toman, la Compañía cada año realiza un plan anual de actividades por medio de una comisión conformada por los socios, denominada de Educación y cultura, responsables de capacitar y dar charlas acerca de la calidad del servicio, pero no se tiene la debida metodología para llegar a los colaborador, es por esto que se espera contar con una persona apta para que nos guíe en este tema, como podría ser un gestor de transporte, además de mejorar la presentación del conductor y el estado de las unidades.

5. ¿Es importante para la Compañía satisfacer las necesidades de los usuarios que utilizan el servicio de taxi?

Es sumamente importante que el usuario tenga la satisfacción al utilizar nuestras unidades, con la atención que el conductor de la compañía Libertadores Libertaxis ofrece a éste, pues esto nos permitirá tener una mayor aceptación de nuestras unidades en la comunidad, la satisfacción del cliente debe ser lo más importante, pues de esta manera también nos permitirá sobresalir ante la competencia que en la actualidad tenemos en el mercado.

6. ¿Está de acuerdo que tomen las acciones correctivas con el fin de mejorar el servicio al usuario?

Definitivamente me gustaría que nos ayuden con este tema, ustedes como profesionales entendidos en este tema, estamos dispuestos a recibir cursos, capacitación, o charlas que puedan enfocarnos a dar un buen servicio al usuario, pues se sabe que cada taxista no pertenece a un solo estrato social o no tiene la misma instrucción académica, por ende no se tiene el mismo conocimiento en cuanto a la calidad del servicio de taxis al usuario, además se entiende que algunos usuarios paran taxis en la calle sin conocer la cooperativa a la que pertenecen, por ello recomendaría que se apliquen estrategias en otras organizaciones de la misma índole para que todos tengamos esa cultura de servicio que el usuario espera, para que no se dé el taxismo informal que es de completa inseguridad al usuario.

4.4. Diagnóstico de la situación actual según encuestas obtenidas

Para realizar un diagnóstico de la situación actual es necesario aplicar un análisis FODA, en cual nos permitirá establecer los factores que derivan a ser fortalezas, oportunidades, debilidades y otras amenazas de manera interna y externa en la organización, pues de esta manera entenderemos los escenarios a los que tendremos que aplicar un plan de mejoramiento.

Tabla 30-4: Análisis FODA

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buena comunicación entre directivos y conductores. • Laboran las 24 horas. • Aplicar estrategias para un buen servicio. • Inclinados a ofrecer un buen servicio. • Directivos toman en cuenta sugerencias de conductores. • Directivos toman en cuenta sugerencias de usuarios. 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Decreciente demanda del servicio. • Servicio que brinda es calificado como regular. • El usuario prefiere acceder al servicio de taxi desde la calle. • Servicio ineficiente. • Falta de conocimiento en servicio al usuario. • Falta de capacitación a los conductores. • Estado de las unidades. • Falta de mantenimiento de las unidades.
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los usuarios prefieren utilizar el servicio por su rapidez. • Mejora el servicio al usuario. • Recomendar el servicio. • Brindar nuevos servicios. • Dar un buen trato al cliente. • Implementar estrategias de buen servicio. • Prestar servicios adicionales. • Aplicar marketing. 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • El servicio ofertado no cumple con la expectativas del cliente. • Conductores no hacen uso del taxímetro. • Taxímetros no marcan lo establecido. • Cultura de calidad. • Las unidades no cuentan con internet. • Alta competencia. • Laboran mas de 8 horas.

Realizado por: Conrado, A. 2022.

4.5. Árbol de problemas

Basado en las debilidades y amenazas de la compañía.

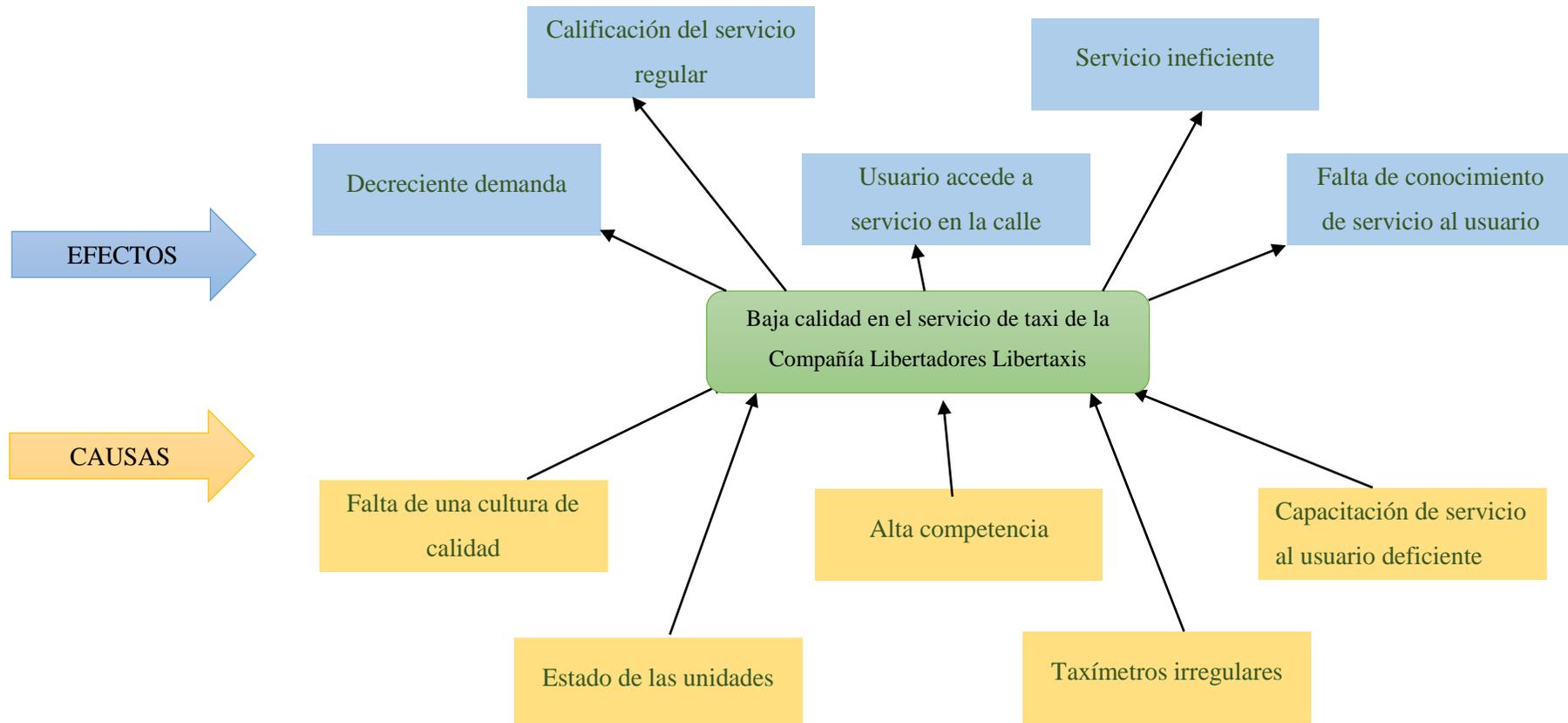


Gráfico 29-4: Árbol de problemas
Realizado por: Conrado, A. 2022.

CAPÍTULO V

5. MARCO PROPOSITIVO

5.1. Tema

PLAN DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA COMPAÑÍA LIBERTADORES LIBERTAXIS, EN RIOBAMBA – CHIMBORAZO, PERIODO 2022.

5.2. Antecedentes

Después de haber realizado una exhaustiva investigación se puede concretar que la Compañía Libertadores Libertaxis realiza sus actividades con un enfoque hacia el buen servicio, sin embargo, es importante recalcar que no cuenta con un proceso debidamente estructurado que sirva de guía a los conductores con el fin de adoptar una cultura de calidad para de esta manera se brinde un servicio eficiente al usuario, por esta razón se ha visto la necesidad de implementar un plan de mejora en cuanto al servicio que prestan a la comunidad riobambeña.

La intención de esta propuesta tiene como finalidad tener una mejor dirección y predisposición de toda la organización para alcanzar los objetivos que se plantea la Compañía, además de satisfacer las necesidades que el usuario tiene día a día, por ello este proyecto quiere reflejarse como un apoyo para esta organización con relación siendo una contribución a la correcta realización de las actividades de la misma y del fomento y desarrollo de la ciudad en general.

5.3. Justificación

Para diseñar un plan de mejora, es necesario identificar los puntos que pueden representar una afectación al servicio que brinda esta organización, es por esto que se ha realizado una recolección de información obteniendo dichos puntos débiles, con estos datos posteriormente se deberá diseñar un plan, en el cual primero se realice un diagnóstico de la situación en la que actualmente se encuentra la empresa, para después plantear los objetivos de este plan, mismos que nos permitirán dar un direccionamiento hacia una solución.

Con la implementación de estrategias y factores que fortalezcan la oferta en el mercado se espera que las actividades de la empresa en mención realicen con estándares de calidad que incidan en dar un valor agregado al servicio brindado al usuario, y de esta forma satisfacer las necesidades del cliente, a más de conseguir el prestigio ante la competencia en cuanto a la cultura de calidad

en atención al usuario, teniendo como principal figura sus conductores.

5.4. Ciclo de Deming

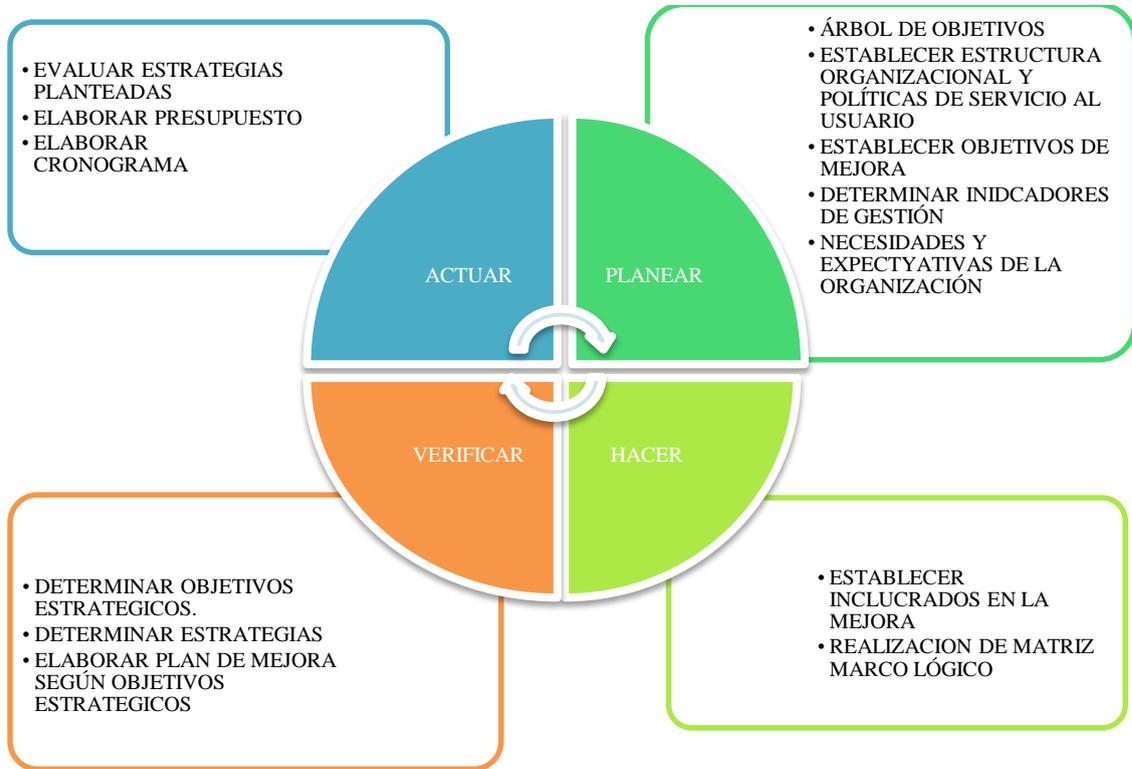


Gráfico 1-5: Ciclo de Deming
Realizado por: Conrado, A. 2022.

5.4.1. Planear

5.4.1.1. Árbol de objetivos

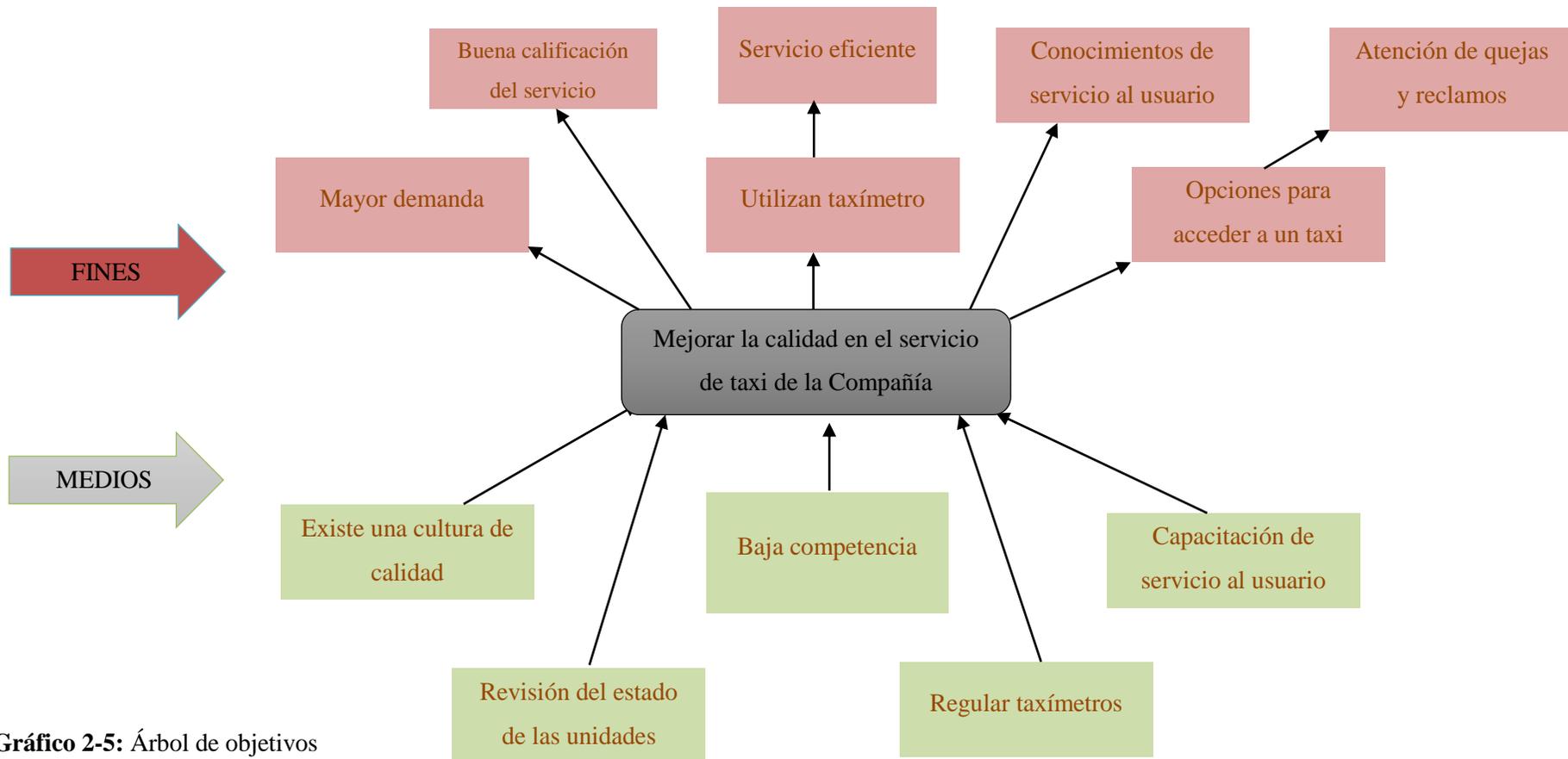


Gráfico 2-5: Árbol de objetivos
Realizado por: Conrado, A. 2022.

5.4.1.2. Estructura Organizacional Por Niveles

Compañía Libertadores Libertaxis S.A.

La Compañía Libertadores Libertaxis S.A. es una organización que presta servicios de transporte en taxi a la ciudadanía riobambeña, esta empresa se encuentra regulada por la Superintendencia de Compañías, ya que se encuentra establecida como una sociedad, a más de ello esta regida por la ley máxima de transporte, la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, como también por las ordenanzas municipales de la ciudad de Riobamba, como son los Permisos respectivos a su operación No. 024-RPO-06-13-DPCH-ANT, otorgado con fecha 11 de Septiembre de 2013.

Sus actividades laborales inician a partir de a suscripción de la sociedad, el 25 de agosto de 1988, domiciliada en la provincia de Chimborazo, ciudad de Riobamba, parroquia Velasco, ciudadela Galápagos en las calles Av. Antonio José de Sucre y José Urbina, con un total de 70 socios hasta la fecha actual, encabezado por su presidente Segundo Pedro Sani Satan, y su gerente José Luis Calero Trujillo.

Misión

La Compañía Libertadores Libertaxis es una organización encaminada a prestar servicio de transporte en taxi para los usuarios, ofreciendo una atención de calidad, demostrando así el conductor su eficiencia y responsabilidad al momento de trasladar al cliente desde su origen hasta su destino.

Visión

La Compañía Libertadores Libertaxis pretende ser un ente que destaca en cuanto al servicio que ofrece al usuario, aplicando y mejorando las estrategias que permitan satisfacer las necesidades del usuario y liderar el mercado en la ciudad.

Objetivos Institucionales

Objetivo General

La Compañía Libertadores Libertaxis tiene el propósito ser una organización que presta servicio de transporte en taxi de una manera eficiente y segura para el usuario mediante la implementación

de estrategias que involucren indicadores de gestión para la mejora de la calidad del servicio.

Objetivos Específicos

- Crear estrategias de seguridad destinadas a brindar un buen servicio.
- Optimizar actividades administrativas y operativas a través de sistemas tecnológicos.
- Tarifas acorde al servicio prestado.

Políticas de Servicio al Usuario

a) Políticas de calidad

Propósito. Ejecutar procesos de mejora e innovación continua en busca de satisfacer al cliente.

- Verificar el buen estado de las unidades.
- Cumplir con normas sanitarias para el servicio al cliente.

b) Políticas de servicio

Propósito. Aplicar una gestión de servicio al cliente con eficiencia y eficacia.

- Su principal meta es satisfacer al cliente.
- Capacitar a los colaboradores en la atención y servicio al usuario.

Valores de la Compañía

La Compañía Libertadores Libertaxis y sus colaboradores deben contar con valores y principios que destaquen a la organización de la competencia tanto entre compañeros como con los usuarios.

- **Calidad.** Ofrecer una buena atención y servicio a la comunidad día a día.
- **Compañerismo.** Mutuo apoyo entre todos los que conforman la compañía.
- **Competitividad.** Tener la capacidad para mejorar el servicio.
- **Honestidad.** Actuar con transparencia y claridad.
- **Lealtad.** Los socios deben guardar fidelidad en cuanto a la información de la institución.
- **Liderazgo.** Crear un entorno en donde se exprese ideas en bien de la Compañía.
- **Responsabilidad Ambiental.** Impulsar el cuidado del medio ambiente con la realización

de prácticas responsables en todos sus ámbitos.

- **Responsabilidad Institucional.** Manejar los recursos con los que la organización cuenta de manera eficiente con la ejecución de las labores pertinentes.
- **Responsabilidad Social.** Colaborar con actividades comunitarias que permitan mejorar la calidad de vida del entorno.
- **Trabajo en Equipo.** Aportar y sumar esfuerzos, colaborar en la organización para conjuntamente lograr los objetivos planteados.

Organigrama estructural

De esta manera se identifica su estructura organizacional por niveles en la actualidad, presentado algunas subdivisiones, la empresa cuenta con 70 socios y cada uno de ellos es responsable de las funciones que se le ha encomendado.

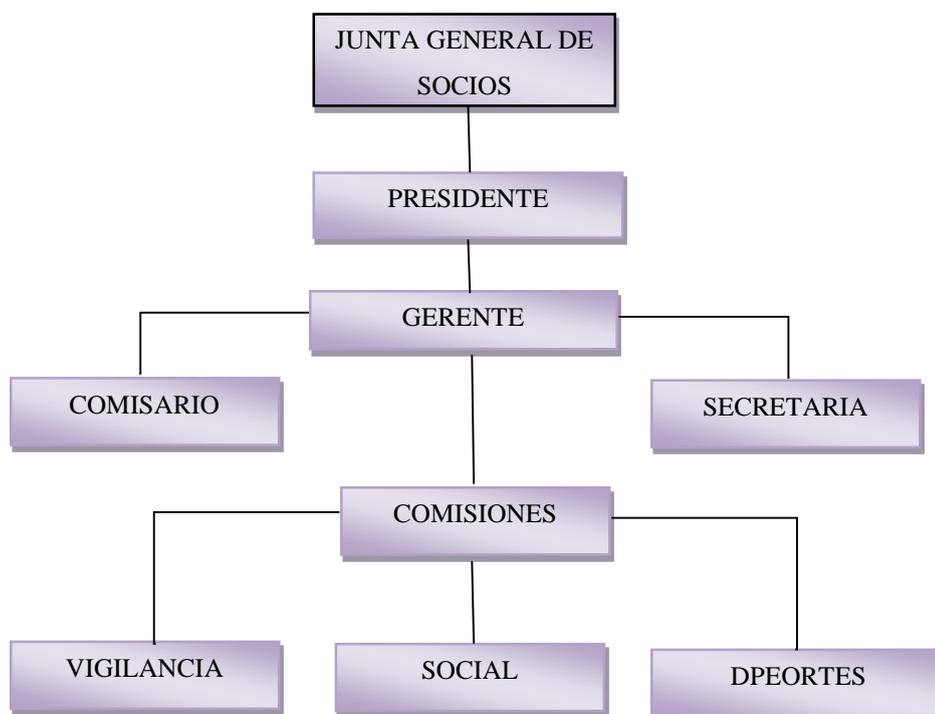


Gráfico 3-5: Organigrama Estructural de Compañía Libertadores Libertaxis
Realizado por: Conrado, A. 2022.

Cada nivel cumple su respectiva función como es:

- **Junta General de Socios:** Es la representación legal ante la sociedad y su responsabilidad es dar cumplimiento a los estatutos internos de la compañía, también le pertenece la toma de decisiones, y supervisar las labores del presidente y el gerente de la compañía.
- **Presidente:** Es quien representa a la organización de manera judicial en las reuniones de la

junta, sumilla los documentos oficiales de la compañía.

- **Gerente:** El gerente cumple las funciones de representante legal y jurídico de la compañía para con las instituciones que regulan a la institución.
- **Comisario:** Encargado de revisar informes del directorio, además de verificar proformas, facturas y otros documentos tributarios.
- **Secretaria:** Asiste al gerente, además de ser quien realice las actas respectivas las juntas realizadas por los socios, el presidente y gerente, encargada del archivo y documentación de todo lo correspondiente con la organización, maneja caja chica.
- **Comisiones:** Encargadas de planificar y organizar las diferentes actividades según el ámbito al que estén involucrados.

Análisis de la estructura

A continuación se presenta una tabla en la que se indica los niveles jerárquicos con los que la organización cuenta, sus puestos, elementos y el tipo de diseño que lo conforma.

Tabla 1-5: Análisis estructura

NIVEL JERÁRQUICO	PUESTOS	ELEMENTOS	TIPO O DISEÑO
Legislativo	JGS	Accionistas	Piramidal
Directivo	Presidente	Directorio	
Ejecutivo	Gerente	Talento humano	
	Secretaria	Talento humano	
Auxiliar	Comisario	Talento humano	
	Deportes	Comisiones	
	Social		
	Vigilancia		
Operativo	Conductores	Talento humano	

Realizado por: Conrado, A. 2022.

Recursos

- **Recursos Humanos**

Los conductores de la Compañía Libertadores Libertaxis, se caracteriza por tener a personas honestas, responsables, trabajadoras, con la predisposición a cumplir con los objetivos tanto personales como los implantados en la empresa en la realización de sus labores. Conformada por 70 personas en cada una de las unidades de transporte.

- **Recursos Materiales**

La compañía cuenta como principal recurso material sus 70 unidades de transporte los cuales son utilizados para brindar el servicio de transporte en taxi, estos vehiculo estan debidamente equipados con un radio y taximetro.

- **Recursos Tecnológicos**

Respecto a estos bienes con los que la compañía cuenta son los computadoras con impresora, radio operadora y un teléfono convencional.

Actividades

- **Servicio**

La Compañía Libertadores Libertaxis S.A. ofrece el servicio de transporte en taxis a las personas dentro de la ciudad de Riobamba, con un horario de 24 horas de trabajo de lunes a domingo.

5.4.1.3. Indicadores para el mejoramiento del servicio de taxi

Para este trabajo de investigación se tomará en cuenta indicadores que estén relacionados directamente con el servicio que prestan las unidades de taxi basados en el árbol de objetivos obtenidos a raíz del análisis FODA, así como también de la entrevista obtenida al señor gerente de la Compañía Libertadores Libertaxis, dichos indicadores también se están referidos con la misión y visión de la organización.

Tabla 2-5: Indicador cultura de calidad

INDICADOR	Cultura de calidad
OBJETIVO	Revisar políticas de servicio existentes
RESPONSABLE	Directivos
TIPO	Cualitativa
FORMA DE CÁLCULO	Escala de Likert
UNIDAD DE MEDICION	Unidad
META	Políticas aprobadas 90%
FRECUENCIA	Anual

Realizado por: Conrado, A. 2022.

Tabla 3-5: Indicador estado de las unidades

INDICADOR	Estado de las unidades
OBJETIVO	Contar con unidades en buen estado
RESPONSABLE	Comisión designada
TIPO	Cualitativa
FORMA DE CÁLCULO	Escala de Likert
UNIDAD DE MEDICION	Unidad
META	90% de las unidades en óptimas condiciones
FRECUENCIA	Anual

Realizado por: Conrado, A. 2022.

Tabla 4-5: Indicador servicio al usuario

INDICADOR	Servicio al usuario
OBJETIVO	Dar un servicio de taxi de calidad
RESPONSABLE	Usuario
TIPO	Cuantitativa
FORMA DE CÁLCULO	$x = (\text{No. Clientes satisfechos} / \text{No. Total de clientes}) * 100$
UNIDAD DE MEDICION	Porcentaje
META	90% cumple con un buen servicio
FRECUENCIA	Anual

Realizado por: Conrado, A. 2022.

Tabla 5-5: Indicador eficiencia

INDICADOR	Eficiencia
OBJETIVO	Medir eficiencia
RESPONSABLE	Usuario
TIPO	Cuantitativa
FORMA DE CÁLCULO	$X = ((\text{Resultados alcanzados} / \text{costos real}) * \text{Tiempo real}) / ((\text{Resultados deseados} / \text{costo deseado}) * \text{Tiempo deseado}) * 100$
UNIDAD DE MEDICION	Porcentaje
META	80% de los usuarios se sienten satisfechos
FRECUENCIA	Anual

Realizado por: Conrado, A. 2022.

Tabla 6-5: Indicador capacitaciones

INDICADOR	Capacitaciones
OBJETIVO	Conocer métodos de atención y servicio al usuario
RESPONSABLE	Comisión designada
TIPO	Cuantitativa
FORMA DE CÁLCULO	$x = (\text{No. colaboradores capacitados} / \text{No. Total de colaboradores}) * 100$
UNIDAD DE MEDICION	Porcentaje
META	100% aprendizaje
FRECUENCIA	Anual

Realizado por: Conrado, A. 2022.

Tabla 7-5: Indicador quejas y reclamos

INDICADOR	Atención de quejas y reclamos
OBJETIVO	Disminuir quejas y reclamos
RESPONSABLE	Directivos
TIPO	Cuantitativa
FORMA DE CÁLCULO	$x = (\text{No. Quejas recibidas al mes} / \text{No. Quejas recibidas el mes anterior}) * 100$
UNIDAD DE MEDICION	Porcentaje
META	Disminuir en un 10% cada mes
FRECUENCIA	Mensual

Realizado por: Conrado, A. 2022.

5.4.1.4. *Identificación de necesidades de la organización y expectativas del usuario*

A través de la siguiente matriz podremos identificar y conocer cuáles son las necesidades que la organización, además también se podrá establecer las expectativas que el usuario tiene para con la organización, para ello se dará una calificación de uno (1) los aspectos en los cuales son comunes entre los dos indicadores, mientras que si no tuvieren ninguna similitud se los calificará con un valor de cero (0).

Tabla 8-5: Necesidades y expectativas

EXPECTATIVAS DEL USUARIO	NECESIDADES DE LA ORGANIZACIÓN										
	DETALLE	POLITICAS DE LA COMPAÑIA	SATIFACE AL CLIENTE	OBJETIVO DE LA	ESTADO DE LAS UNIDADES	ESTRATEGIAS DE ATENCIÓN	COMPROMISO DE LOS SOCIOS	CAPACITACIONES	UTILIZACION DEL TAXIMETRO	HORAS DE TRABAJO	TOTAL
	POLITICAS DE SERVICIO	1	1	1	1	0	0	1	0	0	5
	DISPONIBILIDAD	0	1	1	0	0	0	0	0	1	3
	PROFESIONALISMO	1	0	1	0	0	1	1	0	0	4
	CALIDAD DEL SERVICIO	1	1	1	1	1	1	1	1	0	8
	RELACIÓN CALIDAD/PRECIO	1	1	0	0	0	0	1	1	0	4
	ORGANIZACIÓN OPERATIVA	1	0	1	0	0	1	1	0	0	4
	ORIENTADA A SATIFACER AL USUARIO	1	1	1	1	1	1	1	1	0	8
	ATENCION DE QUEJAS Y RECLAMOS	1	1	0	0	1	0	1	1	0	5
	TARIFA ACORDE AL SERVICIO	1	1	0	0	1	0	0	1	0	4
	COMUNICACIÓN	1	1	0	0	1	0	1	0	0	4
TOTAL	9	8	6	3	5	4	8	5	1		

Realizado por: Conrado, A. 2022.

Posterior a la realización del cuadro anterior se pretende establecer desde las necesidades y expectativas del cliente y la relación entre las necesidades de los socios de la organización se puede obtener una política de calidad y otros aspectos que conformarán esta política, por esta razón a continuación un matriz en donde se presentan los principales indicadores que tienen relevancia para la organización.



Gráfico 4-5: Aspectos importantes
 Realizado por: Conrado, A. 2022.

5.4.2. *Hacer*

5.4.2.1. *Involucrados en la mejora*

Es importante identificar quienes intervienen tanto interna como externamente en la organización, por ello se realiza la siguiente matriz en mira de establecer los involucrados.

Tabla 9-5: Matriz de involucrados

INVOLUCRADOS	PROBLEMAS	INDICADOR	ACCIONES	ESTRATEGIAS	OBSERVACIONES
DIRECTIVOS	Políticas insuficientes sobre servicio al usuario	Cultura de calidad	Revisar políticas de servicio existentes	Adoptar una cultura de calidad	Estructurar un modelo de políticas de servicio
	Atención de quejas y reclamos	Quejas y Reclamos	Receptar menos quejas y reclamos del usuario	Generar un sistema de control calidad del servicio	Verificar recursos disponibles
CONDUCTORES	Estado de las unidades	Estado de Unidades	Contar con unidades en buen estado	Verificar el estado de las unidades mediante una revisión periódica	Contar con un cronograma de revisión
	Satisfacer al cliente	Eficiencia	Medir relación calidad/precio	Aplicación de un sistema para calificar el servicio prestado	Ninguno
	Falta de conocimiento sobre atención y servicio al usuario	Capacitaciones	Ofrecer capacitaciones constantes	Aprender técnicas y métodos para la buena atención y servicio al usuario	Establecer un cronograma y presupuesto para capacitaciones
USUARIOS	Inconformidad con el servicio que presta la empresa	Servicio al usuario	Dar un servicio de taxi de calidad	Implementar estrategias programadas	enfocar en capacitaciones y estado de las unidades
	Acceso al servicio desde la calle		Ofrecer métodos de servicio	Implementar publicidad en medios Utilizar aplicaciones para acceso al servicio	Fidelizar al cliente y atraer a mas

Realizado por: Conrado, A. 2022.

5.4.2.2. Matriz marco lógico

Tabla 10-5: Matriz marco lógico

	RESUMEN DE OBJETIVOS	INDICADORES OBJETIVAMENTE VERIFICABLES	MEDIO VERIFICABLE	SUPUESTOS IMPORTANTES
FIN	Mejorar la calidad en el servicio de taxi de la Compañía Libertadores Libertaxis	Se busca proponer un plan de mejora en donde se incluya estrategias con base en la calidad del servicio al cliente.	Verificar el cumplimiento de las estrategias	Predisposición de la Junta General de Accionistas
		Se espera el cumplimiento de las estrategias planteadas para lograr los objetivos de servicio	Evaluación a los conductores	Cumplir a cabalidad con lo establecido
		las estrategias que se establecerán tendrán un rol fundamental para cumplir con las expectativas del usuario	Encuestas de satisfacción al usuario	Tabulación e interpretación de resultados dentro del plazo establecido
		Se establece un tiempo determinado para cumplir con el plan propuesto	Verificar cronograma de actividades	El plan puede estar determinado para 12 meses
PROPÓSITO	Diseñar un plan de mejoramiento de la calidad de servicio de al usuario	Este plan garantizara la atención de calidad enmarcado en la satisfacción al usuario	La ejecución del plan nos permitirá medir el servicio brindado con la satisfacción del usuario	También se verificará la existencia de quejas y reclamos
COMPONENTES	<ul style="list-style-type: none"> Se implementó indicadores que permitirán medir el nivel 	Dichos indicadores permitirán tener un enfoque de los factores que se deben	Para verificar la correcta implementación de	Factores sujetos a cambios

	de cumplimiento del plan de mejora	tomar en cuenta para el diseño del plan de mejora	indicadores a través de encuestas	
	<ul style="list-style-type: none"> Al identificar los niveles organizacionales se puede determinar quiénes están involucrados en la estructuración del plan de mejora 	Cada nivel organizacional tendrá una responsabilidad dispuesta en el plan de mejora	Evaluación a los involucrados	
	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar un plan de mejora en el servicio al usuario. 	El plan de mejora se enfoca en reforzar las estrategias planteadas para la mejora	Se dará seguimiento a través de un cronograma establecido	
ACTIVIDADES	Respecto a las actividades se encuentran especificadas en el plan de mejor propuesto en esta investigación	Las actividades a realizar se han establecido un análisis presupuestario	Por medio de un cronograma de actividades debidamente establecido	Revisión del presupuesto disponible en la organización

Realizado por: Conrado, A. 2022.

5.4.3. Verificar

5.4.3.1. Determinación de objetivos estratégicos de mejora

- Ofrecer un programa de capacitación a los conductores sobre la calidad del servicio y satisfacción del usuario.
- Realizar una revisión periódica de las unidades y evaluar al conductor.
- Establecer un sistema de control de la calidad del servicio.
- Maximizar la demanda de servicio.

5.4.3.2. Determinación de estrategias

- Adoptar una cultura de calidad.
- Capacitación sobre la atención y servicio al usuario de calidad dirigido a los conductores.
- Evaluar la atención que brinda el conductor.
- Verificar el estado de las unidades y sus taxímetros mediante una revisión periódica.
- Generar un sistema de control de calidad de servicio para quejas y reclamos del usuario.
- Aplicación de un sistema para calificar el servicio prestado.
- Implementar publicidad en diferentes medios.
- Utilización de aplicativos para acceder al servicio de taxi.

5.4.3.3. *Elaboración matriz de plan de mejora según objetivos estratégicos planteados*

Tabla 11-5: Plan de mejora objetivo estratégico 1

Nombre de la Compañía: COMPAÑÍA LIBERTADORES LIBERTAXIS											
Elemento a mejorar: Objetivo estratégico 1											
OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACCIONES	INDICADOR	VALOR ACTUAL DEL INDICADOR	META	MEDIO DE VERIFICACIÓN	RECURSOS			RESPONSABLE	TIEMPO
							Tecnológico	Materiales	Humano		
Ofrecer un programa de capacitación a los conductores sobre la calidad del servicio y satisfacción del usuario	Adoptar una cultura de calidad	Establecer políticas de servicio de la compañía.	Cultura de calidad	50%	90% políticas aprobadas	Actas y documentos de constitución		X	X	JGS	6 meses
	Capacitación sobre la atención y servicio al usuario de calidad dirigido a los conductores	Revisar metodología dirigida al servicio al cliente	Capacitaciones	20%	100% aprendizaje	Manuales de servicio al cliente, evaluaciones	X	X	X	Comisión designada	4 veces al año

Realizado por: Conrado, A. 2022.

Tabla 12-5: Plan de mejora objetivo estratégico 2

Nombre de la Compañía: COMPAÑÍA LIBERTADORES LIBERTAXIS											
Elemento a mejorar: Objetivo estratégico 2											
OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACCIONES	INDICADOR	VALOR ACTUAL DEL INDICADOR	META	MEDIO DE VERIFICACIÓN	RECURSOS			RESPONSABLE	TIEMPO
							Tecnológico	Materiales	Humano		
Realizar una revisión periódica de las unidades y evaluar al conductor	Verificar el estado de las unidades y sus taxímetros	Revisión técnica y de mantenimiento	Estado de las unidades	0%	90% unidades en óptimas condiciones	Fichas técnicas		X	X	Comisión designada	2 veces al año
	Evaluar la atención que brinda el conductor	Mediante una encuesta dirigida al usuario	Eficiencia	0%	80% de usuarios siente satisfacción del servicio	Encuestas	X	X	X	Comisión de vigilancia	12 meses

Realizado por: Conrado, A. 2022.

Tabla 13-5: Plan de mejora objetivo estratégico 3

Nombre de la Compañía: COMPAÑÍA LIBERTADORES LIBERTAXIS											
Elemento a mejorar: Objetivo estratégico 3											
OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACCIONES	INDICADOR	VALOR ACTUAL DEL INDICADOR	META	MEDIO DE VERIFICACIÓN	RECURSOS			RESPONSABLE	TIEMPO
							Tecnológico	Materiales	Humano		
Establecer un sistema de control de la calidad del servicio	Generar un sistema de control de calidad de servicio para quejas y reclamos del usuario	A través de un formulario electrónico que permita acoger quejas y reclamos	Atención quejas y reclamos	0%	Disminuir un 10% cada mes	Formularios	X	X	X	Comisión de vigilancia	12 meses
	Aplicación de un sistema para calificar el servicio prestado	Mediante una encuesta dirigida al usuario	Servicio al usuario	10%	90% ofrece un buen servicio	Cuestionario de preguntas	X	X	X	Gerente	12 meses

Realizado por: Conrado, A. 2022.

Tabla 14-5: Plan de mejora objetivo estratégico 4

Nombre de la Compañía: COMPAÑÍA LIBERTADORES LIBERTAXIS											
Elemento a mejorar: Objetivo estratégico 4											
OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACCIONES	INDICADOR	VALOR ACTUAL DEL INDICADOR	META	MEDIO DE VERIFICACIÓN	RECURSOS			RESPONSABLE	TIEMPO
							Tecnológico	Materiales	Humano		
Maximizar la demanda del servicio	Implementar publicidad	Aplicación de publicidad en diferentes medios	Servicio al usuario	0%	Aumentar la demanda en un 10% cada mes	Prensa, radio, tv, redes sociales	X	X	X	Secretaria	12 meses
	Utilización de aplicativos para acceder al servicio de taxi	Accesibilidad a diferentes medios para ofrecer el servicio	Servicio al usuario	10%	Aumentar la demanda en un 10% cada mes	Teléfono, aplicaciones móviles, página web	X	X	X	Secretaria	12 meses

Realizado por: Conrado, A. 2022.

5.4.4. Actuar

5.4.4.1. Elaboración de matrices sobre estrategias planteadas

Tabla 15-5: Estrategia 1 – OE 1

Estrategia	Adoptar una cultura de calidad
Elemento	Objetivo estratégico 1
Objetivo	Generar una prestación del servicio acorde con el perfil organizacional de la Compañía
Definición	Una cultura de calidad nos permitirá adoptar políticas concernientes al servicio del usuario a todos los conformantes de la organización
Acción a tomar	Revisar, determinar y definir nuevas políticas de la organización que estén ligadas a brindar un excelente servicio al usuario y cumplir con sus expectativas
Meta	Se pretende alcanzar un 90% de políticas aprobadas dentro del periodo que se ha establecido
Política	Satisfacer las necesidades del usuario
Responsable	Junta General de Socios
Tiempo	6 meses
Presupuesto	\$ 400.00
Control	Presidente y Gerente
Observaciones	La presente estrategia ha sido planteada debido al resultado obtenido a través del árbol de objetivos, siendo éste un medio que permita a la organización a mejorar el servicio de taxi para el usuario

Realizado por: Conrado, A. 2022.

Tabla 16-5: Estrategia 2 – OE 1

Estrategia	Capacitación sobre la atención y servicio al usuario de calidad dirigido a los conductores.
Elemento	Objetivo estratégico 1
Objetivo	Identificar las necesidades del usuario
Definición	La capacitación permitirá al conductor obtener nuevos conocimientos respecto a cómo dar una excelente atención al cliente, satisfacer las necesidades y fidelizar al usuario con la organización, de esta manera se permite que los colaboradores desarrollen y perfeccionen habilidades y destrezas adicionando un valor agregado a sus actividades
Acción a tomar	Plantear un programa de capacitación determinando aspectos psicológicos, técnicos, atención al cliente, relaciones humanas, entre otros.
Meta	Se pretende alcanzar el 100% de conductores capacitados con un alto nivel de conocimiento en la materia
Política	La capacitación de los conductores de la compañía es constante en pro de alcanzar los altos estándares de la calidad del servicio
Responsable	Comisión designada
Tiempo	4 veces al año
Presupuesto	\$ 400.00
Control	Gerente y comisión de vigilancia
Observaciones	Se realizarán un mínimo de 4 cursos en el lapso de 12 meses, con 20 horas cada uno.

Realizado por: Conrado, A. 2022.

Tabla 17-5: Estrategia 1 – OE 2

Estrategia	Estado de las unidades y sus respectivos taxímetros
Elemento	Objetivo estratégico 2
Objetivo	Garantizar un servicio acorde a las expectativas del usuario
Definición	El conductor y a la unidad se encuentra en contacto directo con el usuario, es por ello por lo que la imagen de estos debe ser impecable, entonces su presencia es la carta fundamental que refleja a toda la compañía, por eso es importante dar un profundo control a estos factores que determinan el valor que se le da a la organización
Acción a tomar	Revisión de las unidades en cuanto a sus especificaciones técnicas, limpieza, matriculas y licencias actualizadas, taxímetros debidamente calibrados, presentación de la unidad y del conductor, es importante resaltar que la compañía cuenta con un atuendo para cada día
Meta	90% unidades en óptimas condiciones
Política	La imagen de la compañía esta reflejada en la presentación de las unidades y de sus conductores por tal motivo y para su cumplimiento se realizará una revisión periódica de los automóviles y de sus conductores
Responsable	Comisión de Vigilancia
Tiempo	2 veces al año
Presupuesto	\$ 200.00
Control	Comisario
Observaciones	Por medio de una ficha técnica se realizará la revisión del automotor y sus implementos en caso de incumplimiento la organización sancionará el incumplimiento de estos.

Realizado por: Conrado, A. 2022.

Tabla 18-5: Estrategia 2 - OE estratégico 2

Estrategia	Evaluar la atención que brinda el conductor
Elemento	Objetivo estratégico 2
Objetivo	Afianzar el buen trato que el usuario debe recibir
Definición	El conductor deberá brindar una atención cordial y respetuosa al cliente, pues esto permite que el usuario vuelva a elegir los servicios que se la unidad ha prestado, demostrando un servicio eficiente y de calidad
Acción a tomar	Mediante encuestas dirigidas al usuario se determinará la eficiencia que éste ha demostrado durante la prestación del servicio de taxi
Meta	80% de usuarios siente satisfacción del servicio
Política	El factor más importante que caracteriza a la organización es el buen trato al cliente, por tal motivo se prevé evaluar de manera constante la actuación del conductor, esto permitirá tomar acciones para poder brindar un buen servicio
Responsable	Comisión de Vigilancia
Tiempo	12 meses
Presupuesto	\$ 120.00
Control	Comisario
Observaciones	Mediante una encuesta de satisfacción se evaluará al conductor en caso de incumplimiento la organización sancionará el incumplimiento de estos.

Realizado por: Conrado, A. 2022.

Tabla 19-5: Estrategia 1 - OE 3

Estrategia	Generar un sistema de control de calidad de servicio para quejas y reclamos del usuario
Elemento	Objetivo estratégico 3
Objetivo	Priorizar las quejas y reclamos que tenga el usuario
Definición	La quejas y reclamos que un usuario puede tener ante alguna falta en el servicio que la unidad ha prestado tiene un enfoque primordial, pues es necesario dar seguimiento a cualquier caso que pudiera suscitarse para enmendar el error cometido ya que la organización se proyecta a prestar un servicio de excelencia
Acción a tomar	Se receptorá dichas quejas y reclamos del usuario por medio de un formulario electrónico que podrá encontrarse en la página web de la institución. Se dará el respectivo seguimiento de la falencia y se pondrá en contacto con el usuario para poder informarle de las medidas que se han tomado
Meta	Disminuir un 10% cada mes
Política	La organización, con el fin de precautelar que el servicio sea de calidad ha permitido que los usuarios puedan entregar quejas reclamos y sugerencias para mejorar el nivel de atención a la ciudadanía
Responsable	Comisión de Vigilancia
Tiempo	12 meses
Presupuesto	\$ 100.00
Control	Gerente
Observaciones	La recepción de éstos puede ser de manera virtual o de manera presencial en la oficina de la compañía

Realizado por: Conrado, A. 2022.

Tabla 20-5: Estrategia 2 - OE 3

Estrategia	Aplicación de un sistema para calificar el servicio prestado
Elemento	Objetivo estratégico 3
Objetivo	Conocer el nivel de servicio que se brinda al cliente
Definición	Se medirá el servicio que la unidad y el conductor brindan al usuario para corregir ciertos parámetros que están afectado el nombre de la organización
Acción a tomar	A través de encuestas de satisfacción a los usuarios se receptorá la información para poder analizar los resultados obtenidos con los resultados esperados
Meta	90% ofrece un buen servicio
Política	La organización tiene la obligación de realizar ciertos correctivos en beneficio de brindar un buen servicio al usuario
Responsable	Gerente
Tiempo	12 meses
Presupuesto	\$ 35.00
Control	JGS
Observaciones	Se contratará software QuestionPro cada mes

Realizado por: Conrado, A. 2022.

Tabla 21-5: Estrategia 1- OE 4

Estrategia	Implementar publicidad
Elemento	Objetivo estratégico 4
Objetivo	Promocionar los servicios de la organización
Definición	Es importante que la organización haga conocer la comunidad acerca de los servicios que oferta, también es una forma de otorgar un valor agregado a lo que ofrece
Acción a tomar	Se ha visto necesario contratar spots publicitarios en la prensa, radio tv, a más de contar con paginas oficiales en las diferentes redes sociales. También se puede consolidar la marca mediante menciones de diferentes influencers de las redes sociales
Meta	Aumentar la demanda en un 10% cada mes
Política	Implementar un plan de publicidad en los diferentes medios contribuye posicionar el nombre de la compañía en la ciudad
Responsable	Secretaria
Tiempo	12 meses
Presupuesto	\$ 120.00
Control	Gerente
Observaciones	El rubro propuesto se plantea para cada mes

Realizado por: Conrado, A. 2022.

Tabla 22-5: Estrategia 2 - OE 4

Estrategia	Utilización de aplicativos para acceder al servicio
Elemento	Objetivo estratégico 4
Objetivo	Dar acceso a los demandantes por diferentes métodos
Definición	La accesibilidad a los servicios de taxi hoy en día tiene muchas formas que permiten facilitar al cliente el uso de un taxi desde cualquier punto en el que se encuentre
Acción a tomar	Facilitar los números de teléfono tanto convencional y móvil para la fácil comunicación del usuario. A través de aplicaciones móviles como WhatsApp, Instagram, Messenger, Telegram entre otros. Tener una aplicación exclusiva de la compañía para los requerimientos de las personas
Meta	Aumentar la demanda en un 10% cada mes
Política	La organización debe facilitar al usuario a recibir los servicios, por esto debe tomar en cuenta algunas herramientas que ayudaran con este aspecto
Responsable	Secretaria
Tiempo	12 meses
Presupuesto	\$ 50.00
Control	Gerente
Observaciones	El rubro propuesto está determinado para cada mes, puede tener variaciones

Realizado por: Conrado, A. 2022.

5.4.4.2. Presupuesto

Tabla 23-5: Presupuesto
OBJETIVO

	ESTRATEGIA	RESPONSABLE	COSTO	CONTROL	OBSERVACIONES
Ofrecer un programa de capacitación a los conductores sobre la calidad del servicio y satisfacción del usuario	Adoptar una cultura de calidad	JGS	400,00	Presidente y Gerente	Para la realización de esta estrategia se tomará en cuenta la contratación de un abogado
	Capacitación sobre la atención y servicio al usuario de calidad dirigido a los conductores	Comisión designada	1600,00	Gerente Comisión de vigilancia	Respecto a las capacitaciones recomendadas, es necesario contar con un experto en temas de gestión de transporte y recursos humanos y un valor asignado de \$400,00 por programa con un total de 4 sesiones
Realizar una revisión periódica de las unidades y evaluar al conductor	Verificar el estado de las unidades y sus taxímetros	Comisión de vigilancia	200,00	Comisario	La comisión de vigilancia tendrá a cargo esta actividad, y se deberá incurrir en gastos de útiles de oficina esenciales para efectuar las fichas y otros documentos
	Evaluar la atención que brinda el conductor	Comisión designada	120,00	Comisario	Utilización de herramientas para realizar las encuestas

Establecer un sistema de control de la calidad del servicio	Generar un sistema de control de calidad de servicio para quejas y reclamos del usuario	Comisión designada	100,00	Gerente	el presupuesto designado se dirige para materiales de oficina que deberán ser utilizados para estas cuestiones
	Aplicación de un sistema para calificar el servicio prestado	Gerente	420,00	JGS	Se centrará de manera mensual un software para la aplicación de encuestas de satisfacción con un valor de \$35,00 por cada mes
Maximizar la demanda del servicio	Implementar publicidad	Secretaria	1440,00	Gerente	El rubro se encuentra totalizado para 12 meses
	Utilización de aplicativos para acceder al servicio de taxi	Secretaria	600,00	Gerente	El rubro se encuentra totalizado para 12 meses
TOTAL PRESUPUESTO			4880,00	JGS	

Realizado por: Conrado, A. 2022.

5.4.4.3. Cronograma propuesto de actividades

Tabla 24-5: Cronograma de actividades

ESTRATEGIA	TIEMPO (meses)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Adoptar una cultura de calidad	■	■	■	■	■	■						
Capacitación sobre la atención y servicio al usuario de calidad dirigido a los conductores	■	■	■	■								
Verificar el estado de las unidades y sus taxímetros	■	■										
Evaluar la atención que brinda el conductor	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Generar un sistema de control de calidad de servicio para quejas y reclamos del usuario	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Aplicación de un sistema para calificar el servicio prestado	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Implementar publicidad	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Utilización de aplicativos para acceder al servicio de taxi	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Realizado por: Conrado, A. 2022.

CONCLUSIONES

Durante el desarrollo de este trabajo de investigación y con base a las referencias bibliográficas, así como los métodos y técnicas aplicadas para llegar al cumplimiento de los objetivos propuestos se llega a la conclusión que:

- La implementación de indicadores de gestión es importante, pues estos se convierten en una herramienta que permite medir los procesos que son necesarios aplicar en un plan de mejora en cuanto a la calidad del servicio que la Compañía ofrece a los usuarios, aunque para ello es esencial identificar cuáles tienen las adecuadas características para realizar una relación que posteriormente nos reflejara una meta a alcanzar.
- Se llega a la conclusión que al identificar los niveles con los que cuenta la organización, además de establecer otros factores tales como su entorno interno y externo, determinar sus recursos, estructura organizacional entre otros aspectos que se han denotado en este escrito permiten atribuir a cada uno su nivel de responsabilidad para que pueda plantarse una mejor distribución de las estrategias que se han propuestas en este proyecto. También a través de estos se pudo determinar las necesidades que pueden existir en la organización, así como también las expectativas que el usuario tiene para con la empresa.
- Para la realización de un plan de mejora enfocado a mejorar el servicio al usuario, se ha visto necesario trazar objetivos estratégicos en los que enmarquen estrategias que permitan llegar a mejorar el servicio que la compañía brinda a sus usuarios, y que al ejecutarlos se garantizará el mejoramiento de la calidad en su servicio.

RECOMENDACIONES

- Para el desarrollo de este tipo de investigaciones es recomendable realizar un análisis FODA como un diagnóstico inicial para entender cuál es el estado en el que se encuentra la compañía, esto con relación a las encuestas que se han realizado a la muestra estimada de la población y a los conductores de las unidades de la empresa.
- Todas las actividades propuestas se deben emplear con base al cronograma establecido, para esto también es recomendable que toda la organización trabaje en equipo con el objetivo de satisfacer al usuario y de esta manera ser un ente ejemplar hacia la competencia.
- Una de las estrategias planteadas es aplicar un programa de capacitación, para el cual será necesario diseñar un manual en donde se incluyan todos los temarios que se deben impartir a los conductores, así como la decisión de las actividades a realizar dentro de las sesiones propuestas, en vista de esta situación se sugiere que a partir de esto se desarrolle un nuevo proyecto para exponer lo antes mencionado.
- Se recomienda evaluar constantemente a los conductores pues de esta manera se fomenta que la organización tenga el enfoque de ofrecer un servicio de calidad a la ciudadanía.

BIBLIOGRAFÍA

- Abascal, A. (s.f.). *El servicio Público de Taxi*. Recuperado de: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/6/2735/11.pdf>
- Argüello, S., Villa, R., & Palahuachi, J. (2020). *Historia y Evolución de la Gestión de Transporte público Urbano en la provincia de Chimborazo*. Riobamba: Dirección de Publicaciones ESPOCH.
- Buezo, J. (2001). *El papel de los órganos reguladores y de la defensoría del pueblo en la atención de reclamos de los usuarios del servicio público de electricidad en el Perú*. Recuperado de: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6371/1/S0102124_es.pdf
- Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2006). *Gestión de la Calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: Pearson Education S.A.
- Cano, M., & García, T. (2013). *El foda: una técnica para el análisis de problemas en el contexto de la planeación en las organizaciones*. Recuperado de: <https://www.uv.mx/iiesca/files/2013/01/foda1999-2000.pdf>
- Capelo, S. (2020). *Propuesta de un plan estratégico para mejorar la calidad del servicio que oferta el transporte público masivo intraprovincial de pasajeros en el cantón Chambo*. (Trabajo de titulación, ESPOCH) Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/13592/1/20T01298.PDF>
- Domínguez, V. (2017). *Plan de mejora de la calidad en el servicio de la modalidad de taxi convencional en el cantón guano - provincia de Chimborazo*. (Trabajo de titulación, ESPOCH) Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/8031/1/112T0044.pdf>
- Fernández, J. (2002). *Servicios Públicos Municipales*. México: Pearson Education
- García, G., & Villavicencio, G. (2012). *La Importación Urbana en Guayaquil*. Guayaquil: Don Bosco.
- Gutiérrez, H. (2010). *Calidad Total y Productividad*. México D.F.: McGraw-Hill Companies.
- Guzmán, K. (2015). *Plan de fortalecimiento del servicio de taxis, de la ciudad de Loja, 2015*. (Trabajo de titulación, UTPL) Recuperado de: <https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/16074/1/Guzm%c3%a1n%20Mancheno%2c%20Katherine%20Vanessa.pdf>
- Instituto Tecnológico de Sonora. (2013). *Importancia de la Calidad del Servicio al Cliente*. Sonora: ITSON.
- Moreno, A. (2009). *Lineamientos para la Creación de una Cultura de Servicio al Cliente en una Empresa*. Colombia: Universidad del Rosario.
- Noboa, R. (2011). *Experiencia Urbana en el Distrito metropolitano de Quito*. Recuperado de: https://www.un.org/esa/dsd/susdevtopics/sdt_pdfs/meetings2011/transport/brazil/noboa

pdf

NORMA INTERNACIONAL ISO 9001. (15 de 09 de 2015). *Sistemas de Gestión de calidad.*

Recuperado de:

<http://www.itvalledelguadiana.edu.mx/ftp/Normas%20ISO/ISO%209001-2015%20Sistemas%20de%20Gesti%C3%B3n%20de%20la%20Calidad.pdf>

Proaño, D., Soler, V., & Bernabeu, E. (2017). Metodología para elaborar un plan de mejora continua. *3C Empresa*, 52.

Registro Oficial. (2008). *Regulaciones. 398 Ley organica de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial.* Recuperado de: <https://www.gob.ec/regulaciones/398-ley-organica-transporte-terrestre-transito-seguridad-vial>

Rosero, S. (2018). *Modelo de gestión de la calidad para la mejora del servicio en las cooperativas de taxis de riobamba. caso de estudio Cooperativa San Alfonso.* Recuperado de: <http://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/774/1/TESIS%20SARA%20ROSERO.pdf>

Saigua, R. (2018). *Diseño de un plan de gestión estratégica de la compañía libertadores libertaxis S.A en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, periodo 2017-2022.* Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Sanchez, F., & Romero, J. (2010). *Factores de calidad del servicio en e Transporte Público de pasajeros: estudio de caso de la ciudad de Toluca.* Toluca: Edamex.

SNDPP. (2017). *Ejes del Plan nacional de todo una vida.* Recuperado de: <https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida-de-ecuador>

Superintendencia de Compañías. (s.f.). *Historía y Funciones.* Recuperado de: <https://portal.supercias.gob.ec/wps/portal/Inicio/Inicio/Seguros/HistoriaFunciones#gsc.tab=0>

UNIVERSITARIA, A. C. (s.f.). *La mejora continua.* Recuperado de: https://www.centro-virtual.com/recursos/biblioteca/pdf/aseguramiento_calidad/unidad1_pdf2.pdf

Urbano, P., Ruiz, A., & Sánchez, J. (2012). *El sistema del Transporte Público en España: Una perspectiva interregional.* España: Diners.



ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS.

Encuesta dirigida a los usuarios que utilizan los servicios de la Compañía Libertadores Libertaxis S.A.

Objetivo: Conocer el nivel del servicio actual de la Compañía Libertadores Libertaxis

1. ¿Con qué frecuencia utiliza los servicios de la Compañía Libertadores Libertaxis?

- a) Diariamente
- b) 3 a 5 veces a la semana
- c) Dos veces a la semana
- d) Una vez a la semana

2. Según su apreciación ¿Cómo califica el servicio que presta la compañía?

- a) Excelente
- b) Muy bueno
- c) Bueno
- d) Regular
- e) Malo

3. ¿Por qué utiliza el servicio de esta Compañía?

- a) Confianza
- b) Seguridad
- c) Rapidez
- d) Comodidad
- e) Servicio

4. ¿De qué manera accede al servicio de taxis de la Compañía?

- a) Llamada a la operadora
- b) En la parada establecida
- c) En la calle

5. ¿El servicio que brinda la Compañía cumple con las expectativas del usuario?

- a) Si
- b) No

6. ¿Las unidades prestan un buen servicio al cliente?

- a) Si
- b) No

7. ¿Los conductores brindan un buen servicio?

- a) Si
- b) No

8. ¿Utilizan el taxímetro para realizar las carreras?

- a) Si
- b) No

9. ¿La tarifa marcada en el taxímetro cumple con lo establecido?

- a) Si
- b) No

10. ¿Considera que el precio está acorde con el servicio brindado?

- a) Si
- b) No

11. ¿Cree usted que deberían mejorar el servicio que prestan?

- a) Si
- b) No

12. ¿Qué aspectos deberían mejorar las unidades de la Compañía?

- a) Estado de la unidad
- b) Eficiencia
- c) Regular Taxímetro
- d) Limpieza
- e) Otro

Explique.....

13. ¿Recomendaría a otras personas el servicio que esta compañía brinda?

- a) Si
- b) No

ANEXO B: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONDUCTORES.

Encuesta dirigida a los conductores/socios que utilizan los servicios de la Compañía Libertadores Libertaxis S.A.

Objetivo: Conocer los lineamientos de calidad que aplican en su trabajo.

1. ¿Cuál es su nivel de instrucción académica?

- a) Básica
- b) Bachiller
- c) Tercer Nivel
- d) Cuarto Nivel

2. Según su apreciación ¿Cómo califica el servicio que presta al usuario?

- a) Excelente
- b) Muy bueno
- c) Bueno
- d) Regular
- e) Malo

3. ¿Cuántas horas diarias trabaja en el taxi?

- a) Menos de 6 horas
- b) De 6 a 8 horas
- c) De 8 a 10 horas
- d) De 10 a 12 horas
- e) Mas de 12 horas

4. ¿Usted aplican alguna estrategia para atraer clientes?

- a) Si
Cual.....
- b) No

- 5. ¿La Compañía busca mejorar el servicio que presta?**
- a) Si
 - b) No
- 6. La relación que llevan los socios y conductores de la compañía es:**
- a) Excelente
 - b) Muy buena
 - c) Buena
 - d) Regular
 - e) Mala
- 7. ¿Los directivos de la Compañía están al pendiente de mejorar sus servicios?**
- a) Si
 - b) No
- 8. ¿La Compañía capacita a los conductores para realizar su trabajo?**
- a) Siempre
 - b) Frecuentemente
 - c) A veces
 - d) Nunca
- 9. ¿Los directivos toman en cuenta las sugerencia y dudas de los socios o conductores?**
- a) Siempre
 - b) Frecuentemente
 - c) A veces
 - d) Nunca
- 10. ¿Los directivos toman en cuenta la sugerencia y dudas de los usuarios?**
- a) Siempre
 - b) Frecuentemente
 - c) A veces
 - d) Nunca

11. ¿ha recibido alguna capacitación en cuanto al servicio al usuario?

- c) Si
- d) No

12. ¿Cree usted que deberían mejorar el servicio que prestan?

- c) Si
- d) No

13. ¿Qué aspectos deberían mejorar las unidades de la Compañía?

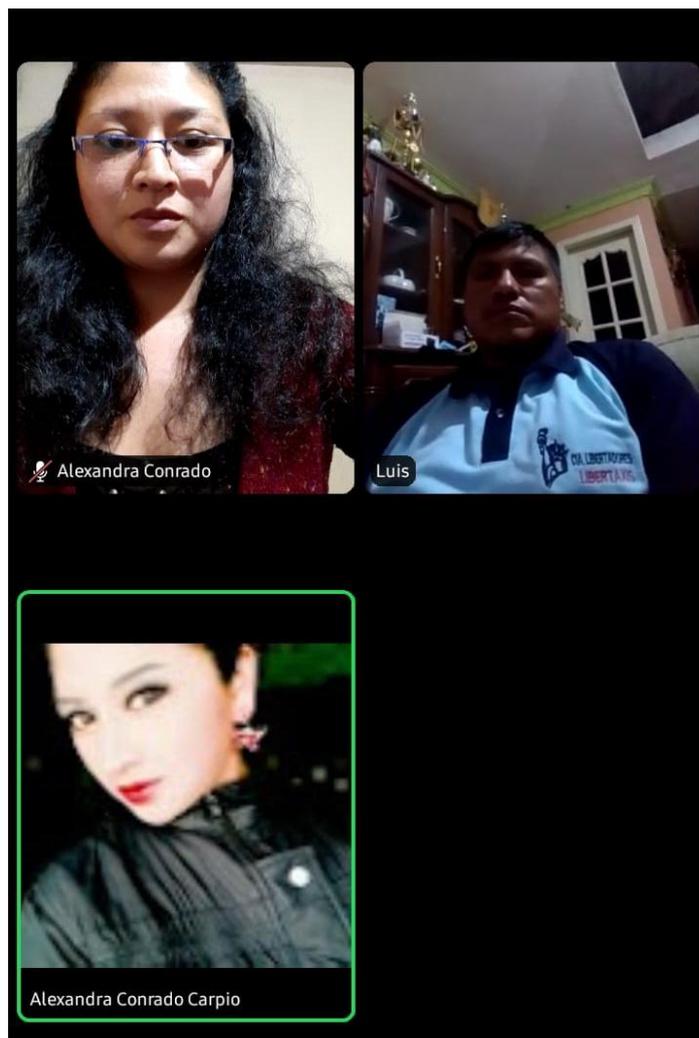
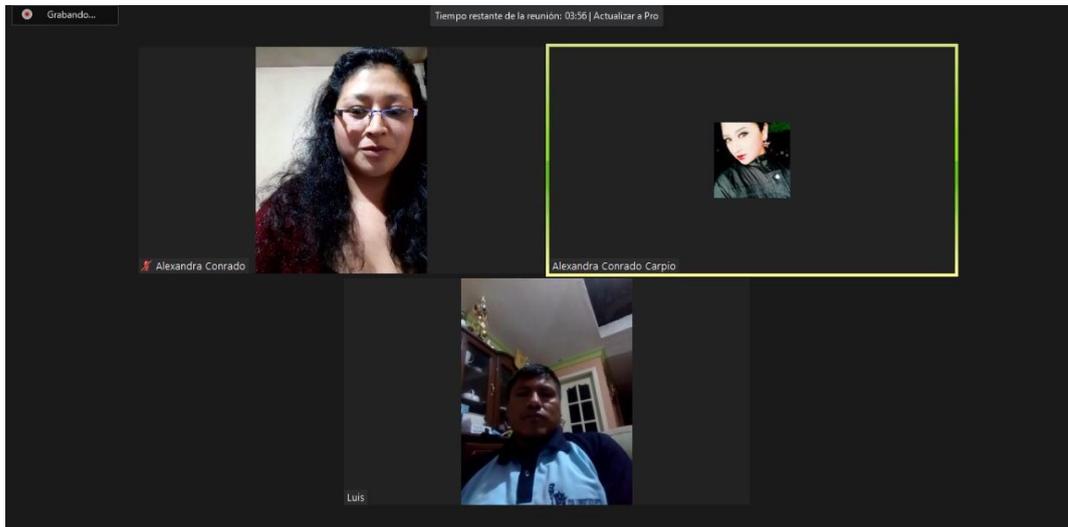
- f) Estado de la unidad
- g) Eficiencia
- h) Uso de Taxímetro
- i) Limpieza
- j) Otro

Explique.....

**ANEXO C: CUESTIONARIO PARA ENTREVISTA AL GERENTE DE LA COMPAÑÍA
LIBERTADORES LIBERTAXIS S.A.- LCDO. LUIS CALERO**

- 1. ¿Conoce que es la calidad del servicio del transporte en taxis?**
- 2. ¿Qué parámetros deben estar presentes para cumplir con un servicio de calidad?**
- 3. ¿La Compañía Libertadores Libertaxis presta un servicio de calidad a los usuarios?**
- 4. ¿Qué acciones utilizaría para mejorar el servicio que brinda la Compañía?**
- 5. ¿Es importante para la Compañía satisfacer las necesidades de los usuarios que utilizan el servicio de taxi?**

**ANEXO D: ENTREVISTA AL SEÑOR GERENTE DE LA COMPAÑÍA LIBERTADORES
LIBERTAXIS S.A. - LCDO. LUIS CALERO**



ANEXO E: CARTA DE AUSPICIO DE LA COMPAÑÍA LIBERTADORES LIBERTAXIS S.A.



**COMPAÑÍA LIBERTADORES
"LIBERTAXIS S.A."**

FUNDADA EN 1996 POR RESOLUCIÓN DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS N° 98.5.1.1.098 R.U.C.: 0690075768001
RIOBAMBA - ECUADOR

Riobamba, 8 de abril de 2022.

Ingeniero Mic.
Ruffo Villa Uvidia
COORDINADOR DE LA CARRERA DE GESTIÓN DE TRANSPORTE
Presente

De mi consideración. –

Reciba un atento y cordial saludo de quienes conformamos la COMPAÑÍA LIBERTADORES LIBERTAXIS S.A. expresamos a usted nuestros sinceros deseos de éxitos.

Tengo el agrado de dirigirme a usted con la finalidad de poner en su conocimiento que la Compañía LIBERTADORES LIBERTAXIS S.A. con RUC: 0690075768001, luego del análisis correspondiente determina, que el proyecto de investigación denominado: "PLAN DE MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA COMPAÑÍA LIBERTADORES LIBERTAXIS, EN RIOBAMBA-CHIMBORAZO, PERIODO 2022", para su fin, existe el compromiso de facilitar la ayuda como la información necesaria y disponible para la señorita ALEXANDRA ELIZABETH CONRADO CARPIO con C.I. 060387845-5, estudiante de la Carrera de Gestión de Transporte, Facultad Administración de Empresas de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Particular que informo para fines pertinentes.

Atentamente,



Lic. José Luis Calero T.
GERENTE COMPAÑÍA LIBERTADORES LIBERTAXIS S.A.

Dirección: Barrio Perimetro de las Industrias, vía Pailón
Estacionamiento: UNACH y Paseo SHOPPING, vía a Guano

Teléfono: 301 49 45
Celular: 999391282



esPOCH

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL**

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 22 / 12 / 2022

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: ALEXANDRA ELIZABETH CONRADO CARPIO
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: GESTIÓN DEL TRANSPORTE
Título a optar: LICENCIADA EN GESTIÓN DEL TRANSPORTE
f. Analista de Biblioteca responsable: Ing. José Lizandro Granizo Arcos Mgtr.



2479-DBRA-UTP-2022