



CARRERA: Tecnología Superior en Administración para Economía Popular y Solidaria
Micro y Pequeñas Empresas

**Elaboración del plan para la aprobación del tema por el Órgano Colegiado Superior en
la carrera Tecnología Superior en Administración para Economía Popular y Solidaria
Micros y Pequeñas Empresas**

TEMA: Rediseño del proceso de atención al cliente del servicio de taxis Puerto Quito.

AUTORA: Bustamante Merchán, Marianela Elizabeth

TUTOR: Chimbo Auquilla, Patricio

Paralelo: 2-4-TSEPSQ1

Periodo: Septiembre 2023

PUERTO QUITO – ECUADOR

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Yo, Marianela Elizabeth Bustamante Merchán, en calidad de estudiante de la Carrera Administración para Economía Popular y Solidaria 2-4 TSEPSPQ-1, declaro que los contenidos de este trabajo de titulación son de mi absoluta autoría respetando los derechos intelectuales de terceros que son incluidas en este documento.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

BUSTAMANTE MERCHAN MARIANELA ELIZABETH

C.C: 1724117187

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del Proyecto certifico que el trabajo de investigación

REDISEÑO DEL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL SERVICIO DE TAXIS PUERTO QUITO S.A presentado por la estudiante Bustamante Merchán Marianela Elizabeth de la promoción 2-4 TSEPSPQ1, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Titulación que el señor Rector designe.

Ing. PATRICIO CHIMBO

TUTOR DEL TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN

CC: 1102274915

DEDICATORIA

La presente tesis se la dedico a Dios quien me ha dado la fortaleza y oportunidad de día a día avanzar y poder llegar a cumplir mi meta.

A mi esposo por su apoyo incondicional y confianza en cada momento a lo largo de estos años que hemos compartido juntos, a mi amado hijo por ser mi fuente de motivación para poder superarme cada día más.

A mis padres y hermanos quienes con su confianza y palabras de aliento me han impulsado a seguirme preparando y cumplir con mis objetivos.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi agradecimiento primeramente a Dios, por todas las bendiciones recibidas día a día.

Agradezco al Tecnológico Universitario Pichincha y a cada uno de los docentes quienes me han brindado consejos y orientación académica en estos años de aprendizaje.

Agradezco especialmente a mi tutor Ing. Patricio Chimbo por su paciencia y experiencia colaboro durante la elaboración de este Trabajo Final de Grado.

Bustamante Merchán Marianela Elizabeth

RESUMEN

Este proyecto aborda el tema Rediseño de procesos de atención al cliente en el servicio de taxis “PTOQUITO S.A”, ubicada en la provincia de Pichincha cantón Puerto Quito, la cual se realiza con el fin de mejorar la atención al cliente, reducir tiempos de espera y de esta manera cumplir con los requerimientos del usuario brindándole un servicio de calidad, lo mismo que dará como resultado captar y fidelizar más clientes.

Para la cual se aplicó una encuesta a 149 personas del cantón Puerto Quito para conocer así sus opiniones de acuerdo con el servicio prestado, luego se totalizaron y analizaron los problemas existentes como: tiempos de demora y falta de atención a los usuarios con respecto a la atención que se les brinda, siendo estos temas importantes por mejorar para lo cual se aplicó la metodología PHVA de William Deming la cual permitió plantear cambios en mejora del servicio brindado a la ciudadanía.

Palabras claves: Rediseño, Servicio, Procesos, Atención al cliente, Clientes.

ABSTRACT

This project addresses the topic Redesign of customer service processes in the Puerto Quito S.A taxi service, located in the province of Pichincha in the Puerto Quito canton, which is carried out to improve customer service, reduce and provide a quality service, which will result in attracting and retaining more customers.

A survey of 149 people from the Puerto Quito canton was conducted to know their opinions regarding the service provided, then the existing problems were totaled and analyzed such as: delay times and lack of attention to users regarding the attention that is given to them, these being important issues to improve for which the William Deming PHVA methodology was applied, which allowed us to propose changes to improve the service provided to citizens.

Keywords: Redesign, Service, Processes, Customer Service, Clients.

INDICE GENERAL

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	ii
CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN.....	vi
INTRODUCCIÓN	12
Planteamiento del Problema.....	13
Justificación.....	14
Objetivos del proyecto	15
1.1.- Objetivo general.....	15
1.2.- Objetivos específicos	15
CAPITULO I.....	16
MARCO REFERENCIAL.....	16
1.1 Marco Teórico	16
1.1.1 ¿Qué es un Proceso?.....	16
1.1.2 ¿Qué es el Rediseño de procesos?.....	16
1.1.3 ¿Para qué se rediseñan los procesos?	16

1.1.4 Importancia del Rediseño de procesos	17
1.1.5 En que consiste el rediseño de procesos	17
1.1.6 ¿Qué es el ciclo Deming PHVA?.....	18
1.1.7 Origen del ciclo Deming	19
1.2.- Marco conceptual.....	24
UNIDAD II	26
MARCO METODOLÓGICO	26
2.1.- Enfoque de la investigación.....	26
2.2.- Tipos de investigación	26
2.3.- Diseño de la investigación	26
2.4.- Métodos de Investigación:	27
2.5.- Población	27
2.6.- Técnicas de Investigación	28
2.7 Resultados de la investigación de campo.....	29
CAPITULO III.....	38
3.1- Diagnóstico general de la empresa	38
3.2 Direccionamiento estratégico.....	39
3.2.1 Misión	39
3.2.2 Visión	39
3.2.3 Valores corporativos	39

3.3 Descripción de la empresa	40
3.3.1 FODA	41
3.3.2 Proceso actual de prestación del servicio de taxi	41
3.2.3 Identificación de los servicios	42
3.2.4 Identificación corporativa de la empresa de servicios	43
3.2.5 Diagrama del proceso actual detallado	46
3.3 Propuesta del Rediseño del proceso de atención al cliente en la compañía de taxis Puerto Quito.....	47
3.3.1 Cadena de valor.....	47
3.3.2 Indicadores	49
3.3.3 Identificación de procesos de la empresa.....	51
3.3.6 Propuesta de ficha de análisis de valor agregado de producción/ servicios en la Compañía de Taxis Puerto Quito S. A.....	53
3.3.7 Identificación de oportunidades de mejora, metodología PHVA	55
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	60
BIBLIOGRAFIA	62
ANEXOS	63

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Frecuencia de utilización del servicio de taxis..	29
Tabla 2 Escala de satisfacción con respecto a la disponibilidad de los taxis.....	30
Tabla 3 Consideración de la seguridad en el servicio de taxis.	31
Tabla 4 Condición en la que se encuentran las unidades.....	32
Tabla 5 Recomendación del servicio de taxis.....	33
Tabla 6 Opinión sobre la calidad del servicio.....	34
Tabla 7 Sobre la atención al servicio solicitado.....	35
Tabla 8 Necesidad de capacitación a conductores	36
Tabla 9 Matriz FODA.....	41
Tabla 10 Ficha de Valor Agregado	54
Tabla 11 Hoja de verificación.....	57
Tabla 12 Cronograma de actividades.....	58
Tabla 13 Presupuesto	63
Tabla 14 Encuesta.....	64

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Servicio al cliente.....	19
Imagen 2 Atención al cliente	22
Imagen 3 Logotipo de la Compañía.....	43
Imagen 4 Uniforme corporativo.....	44
Imagen 5 Servicio al cliente.....	44
Imagen 6 Publicidad de la empresa	45
Imagen 7 Integrantes de la compañía.....	64
Imagen 8 Conductores que brindan el servicio de taxis.	65
Imagen 9 Publicidad	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Frecuencia de utilización del servicio de taxis.	29
Gráfico 2 Escala de satisfacción con respecto a la disponibilidad de los taxis.....	30
Gráfico 3 Consideración de la seguridad en el servicio de taxis.	31
Gráfico 4 Condición en la que se encuentran las unidades.....	32
Gráfico 5 Recomendación del servicio de taxis.....	33
Gráfico 6 Opinión sobre la calidad del servicio.....	34
Gráfico 7 Sobre la atención al servicio solicitado.	35
Gráfico 8 Necesidad de capacitación a conductores.....	36

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Flujograma de proceso rediseñado	46
Figura 2 Cadena de Valor	49
Figura 3 Mapa de Procesos	51
Figura 4 Oportunidades de mejora, metodología PHVA.....	56

INTRODUCCIÓN

La atención al cliente es un componente importante en cualquier empresa de servicios y en este caso de una compañía de taxis no es la excepción, En un mundo cada vez más competitivo es esencial que la compañía este constantemente evaluando y mejorando sus procesos de atención al cliente para de esta manera garantizar un mejor servicio amigable y confiable.

El presente trabajo comprende el desarrollo de un Rediseño de procesos en la atención al cliente en la Compañía de taxis “PTOQUITO S.A”, con el objetivo principal de revitalizar y optimizar las operaciones para asegurar que los clientes no solo reciban un transporte seguro sino también una experiencia positiva en cada interacción con la compañía.

En las siguientes secciones se identifica los desafíos actuales y las oportunidades de mejora con el fin de transformar la experiencia de los clientes al recibir el servicio. Lo que ayudará a un mejor posicionamiento en el mercado y fidelización de clientes.

Planteamiento del Problema

En la Compañía de Taxis Puerto Quito “PTOQUITO S.A” se evidencia falencias en el servicio de atención al cliente del servicio que ofrece dentro del cantón Puerto Quito, esto ha generado el alejamiento de los clientes el cual no le permite tener un buen desarrollo como compañía.

Detectando las causas como, inexistencia de capacitación profesional orientada a buenas prácticas en la atención al cliente, difícil comunicación a la hora de solicitar una unidad de transporte y una ausencia de valor agregado a la hora de brindar el servicio de transporte.

Debido al avance de tecnologías y la creciente competencia de transporte como mototaxis o mandaditos. El sector del transporte de taxis ha experimentado importantes cambios en los últimos años. Ante este panorama, las compañías de taxis tradicionales se enfrentan a grandes desafíos para mantener su competitividad y sobrevivir en el mercado.

Una estrategia que podría ayudar a enfrentar estos desafíos es el rediseño de los procesos en la atención al cliente, con el objetivo de mejorar la calidad del servicio, y adaptarse a las demandas cambiantes de los clientes.

Resolver este problema es de gran importancia, ya que el éxito en el rediseño de procesos puede ayudar a las compañías de taxis tradicional mantenerse relevante en un mercado altamente competitivo, brindando servicios de calidad que se ajusten a las expectativas de los usuarios y que sean capaces de competir con las alternativas modernas de transporte.

Justificación

La creación de un Rediseño de Procesos en la Atención al Cliente del servicio de taxis logrará beneficios como: optimizar el servicio, captación de nuevos clientes, fidelidad de los clientes, como también se deriva la preferencia de las unidades.

Este proyecto permitirá determinar si las condiciones de operatividad ofrecida por la organización son acordes a los paradigmas de la competitividad del servicio, conociendo los puntos débiles existentes y buscar las soluciones óptimas para satisfacer a los clientes.

Este plan de mejoramiento es de mucha utilidad y necesario, debido a que proporciona cambios positivos acerca de la percepción del servicio por parte de los usuarios y las respectivas acciones a tomar para mejorar la calidad de este.

Es factible Rediseñar el proceso de atención al cliente aplicado al servicio que presta la Compañía de Taxis “PTOQUITO S.A”, debido a que se cuenta con todo lo necesario para llevar a cabo el proyecto como son los recursos y los datos recolectados que dan la total viabilidad para la realización de esta.

Objetivos del proyecto

1.1.- Objetivo general

Rediseñar el proceso de atención al cliente en el servicio de transporte de la compañía de taxis Puerto Quito “PTOQUITO S. A”., mediante la aplicación de técnicas de optimización de la eficiencia operativa, que permita una mejora en la calidad e incremento de la satisfacción del cliente.

1.2.- Objetivos específicos

- Determinar las bases teóricas y conceptuales que permitan conocer las directrices necesarias para un rediseño de procesos de atención al cliente en el servicio de transporte.
- Aplicar una encuesta a los usuarios, que permita conocer la situación actual del servicio de transporte, prestado por la Compañía de Taxis Puerto Quito “PTOQUITO S. A”
- Desarrollar un rediseño en el proceso de atención al cliente basado en las sugerencias de los usuarios y apoyado en un análisis FODA realizado a la compañía.

CAPITULO I

MARCO REFERENCIAL

1.1 Marco Teórico

1.1.1 ¿Qué es un Proceso?

Una primera definición se encuentra en el concepto de síntesis de la visión sistémica: Este proceso se considera que cumple con un rol importante y crucial, su propósito reside en la utilidad dentro de la organización y más que todo agrega valor al cliente. Síntesis significa ubicar en su contexto. Totalidad es una secuencia de principio a fin de un proceso...La perspectiva sistémica también señala que el proceso es un sistema de creación de riqueza que inicia y termina transacciones con los clientes en un determinado período de tiempo (Bravo, 2011, p. 31).

1.1.2 ¿Qué es el Rediseño de procesos?

El término “rediseño” se emplea cuando estamos actuando sobre un proceso en marcha, aun cuando nunca se haya formalizado previamente. Si el proceso no existe diremos “diseño”. “Rediseño” es el concepto que antes solíamos llamar reingeniería. El término cambió porque se fue enriqueciendo el concepto inicial con nuevas contribuciones como: la participación, la responsabilidad social, enfoque en procesos completos y mejor gestión de cambio.

Llevamos a cabo el rediseño de procesos con el fin de obtener un mayor beneficio, que a menudo conlleva cambios significativos en el proceso. Por lo tanto, es preferible no entrar demasiado en los detalles del funcionamiento previo del proceso, es suficiente con una descripción general (Bravo, 2011, p. 181).

1.1.3 ¿Para qué se rediseñan los procesos?

A medida que avanza el tiempo es importante revisar y modificar los procesos para que la organización pueda cumplir su misión, funcione con prácticas de clase mundial y sea competitiva. Estos procesos deben adaptarse a los desafíos de hoy, ser eficientes, estar bajo control y que proporcionen un nivel óptimo de satisfacción al cliente. El rediseño se justifica porque se logra un gran resultado. No es el cambio por el cambio, sino de enfrentar desafíos

importantes en beneficio del cliente, tal como una importante reducción de costos o tiempos para el cliente (Bravo, 2011, p. 188).

1.1.4 Importancia del Rediseño de procesos

El Rediseño de procesos es de gran importancia en la investigación ya que aumenta la satisfacción del cliente. La reingeniería de procesos se centraliza en la mejora continua con el objetivo de ofrecer al cliente un mejor producto o servicio, según sus necesidades.

Aumenta la motivación de los trabajadores. Con un mejor esclarecimiento de procesos y tareas, y con la simplicidad y el uso de nuevas tecnologías, los trabajadores de la empresa pueden realizar su trabajo de forma más eficiente y con un menor esfuerzo...

Resultados a corto plazo. Los cambios radicales en los procesos producen unos resultados visibles a corto plazo. El Rediseño de procesos permite a las empresas obtener resultados palpables en periodos de tiempo cortos.

Aumenta la rentabilidad. La mejora continua, la eficacia, la rapidez y la reducción de costes consigue un aumento de la rentabilidad del negocio.

Cuando una empresa quiere realizar un cambio radical en su organización para una mayor eficiencia, rapidez y mejora continua, acude a la reingeniería de procesos. BPR producirá cambios profundos, tanto en los procesos habituales de la empresa como en su cultura empresarial, ofreciendo un aumento significativo del nivel de producción y de la calidad de sus productos y servicios.

La reingeniería de procesos se centra más en la redefinición completa de los procesos y no tanto en la mejora de estos (Marte, 2020, p. 1).

1.1.5 En que consiste el rediseño de procesos

La reingeniería o rediseño de procesos implica un análisis de todos y cada uno de los procesos y tareas que se llevan a cabo en la empresa, redefiniéndolos y mejorándolos, buscando

la simplificación y la eficacia. Para realizar esta redefinición o mejora hay que realizar los siguientes pasos.

Tener claro el camino a seguir. Hay que hallar los puntos fuertes de la empresa para fomentarlos y las debilidades para fortalecerlas. Para ello es necesario realizar un análisis profundo de la empresa, siendo primordial conocer el funcionamiento de todas las áreas de la empresa. La organización debe definir los objetivos que se quieren alcanzar con la modificación de los procesos (calidad, costes, competitividad, entre otros).

Definir los distintos procesos o tareas haciendo uso de las mejores prácticas con el objetivo de simplificar y eliminar todo aquello que no aporte valor. La reingeniería supone encontrar opciones distintas de operar que ofrezcan unos resultados óptimos.

Implementación de los cambios para la mejora de procesos. En esta fase se pondrá en práctica los distintos cambios y mejoras en los procesos. Se requerirá de inversión en nuevas tecnologías, formación del personal y la implicación de todas las personas que intervienen en la empresa.

Monitorización para la mejora continua. Finalmente, debe implementarse un sistema de monitorización y control que cuente con los indicadores adecuados (métricas y KPI) que permitan analizar los procesos, detectar desviaciones (para aplicar las medidas correctoras correspondientes) y conocer si se están alcanzando los objetivos fijados (Marte, 2020, p. 2).

1.1.6 ¿Qué es el ciclo Deming PHVA?

Según (Martins, 2022, p. 1). El ciclo PHVA (Planificar-Hacer-Verificar-Actuar) representa una estrategia interactiva para la solución de problemas y para mejorar procesos mediante la implementación de cambios. Este ciclo PHVA es un método de mejoras continuas. No es un proceso que se ejecuta una sola vez, sino más bien un proceso espiral constante orientado a la mejora de los procesos y sus interacciones. Al seguir el ciclo PHVA, los equipos desarrollan hipótesis, ponen a prueba las ideas y las mejoran.

El ciclo PHVA es una técnica valiosa para abordar, analizar y resolver problemas en empresas. Debido a que se basa en el proceso de mejora continua, este ciclo ofrece un alto nivel de flexibilidad y promueve la mejora gradual y repetitiva (Martins, 2022, p. 1).

1.1.7 Origen del ciclo Deming

El ciclo PHVA fue introducido por primera vez por Walter Shewhart, el padre del control estadístico de la calidad. En su libro, Control económico de la calidad de productos manufacturados, Shewhart aplicó el método científico al control económico de la calidad.

La tesis de Shewhart fue posteriormente desarrollada por W. Edwards Deming, quien defendía el trabajo de Shewhart. Deming amplió la idea de Shewhart y utilizó el método científico no solo para el control de la calidad sino también para la mejora de los procesos (Martins, 2022, p. 3).

1.1.7 ¿Qué es Cliente?

Se puede definir que es quien adquiere los “productos o servicios de un negocio. Por tanto, es un consumidor, desde la perspectiva de la empresa, cliente también es quien compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo” (Rodríguez, 2021, p. 1), para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

Imagen 1.

Servicio al cliente



Fuente: *Internet*

Elaborado por: *Elaboración propia*

1.1.8 Tipos de Clientes

- **“Cliente interno:**

Se refiere al personal de la organización la cual recibe insumos y le da un valor agregado.

- **Cliente externo:**

Son intermediarios que tienen una relación directamente con la organización.

- **El cliente final:**

Son los usuarios finales del producto o servicio, quienes validarán todo lo que se promete sobre el producto.

1.1.9 Lealtad de los clientes

¿Es importante establecer una relación a largo plazo con los clientes?, ¿Por qué? Sí, Porque los clientes leales tienden a “comprar u adquirir más servicios; en comparación con los clientes ocasionales.

Lealtad

La lealtad significa la fidelidad que una persona le demuestra a otra. Por lo tanto, si queremos generar relaciones positivas con los demás, debemos facilitar buenos servicios.

Como:

- Brindar un trato preferente
- Ofrecer una atención más rápida
- Proporcionar ofertas especiales
- Servicios a la medida.
- Información privilegiada

- Incluir a los clientes en la empresa
- Ayudar cuando sea necesario.
- Incentivos: Sorteos, regalos, descuentos, entre otros.

1.1.10 Gestión de clientes

Este proceso de fidelización de los clientes se enfoca en convertir a los clientes esporádicos en clientes leales que mantienen una relación estrecha con la empresa y que pueden difundir experiencias positivas y atraer así a nuevos clientes.

Podemos diferenciar una serie de etapas o escalones que sube el consumidor desde que no conoce a la empresa hasta que se convierte en un propagandista.

Escalones del consumidor:

1. Cliente posible

Es un consumidor que probablemente no conoce la compañía, pero que se encuentra dentro de nuestra zona o mercado.

2. Cliente potencial

Es una persona que tiene las características adecuadas, para adquirir el producto o servicio.

3. Comprador

Es quien ha realizado una compra puntual.

4. Cliente eventual

Es quien realiza compras de vez en cuando y compra también en otras empresas de la competencia. No somos su principal proveedor.

5. Cliente habitual

Nos compra de manera repetida, pero también hace compras en otros lugares.

6. Cliente exclusivo

Nos elige a nosotros ese tipo de productos y no compra a los competidores del sector.

7. Propagandista

Estas son las personas o grupos responsables de crear o difundir propaganda, a menudo son las mismas personas, aunque no siempre, pero ayudan a transmitir información positiva a otros ciudadanos sobre nuestra empresa y recomienda nuestro servicio a la ciudadanía, por lo tanto es muy importante cuidarlos, proporcionarles información y capacitarlos para que puedan atraer nuevos clientes (Day, 2022, p. 1).

Por ejemplo, hay clientes que vienen recomendados por otros clientes.

1.1.11 La atención al cliente

Es la buena atención que brinda la empresa al prestar su servicio a un cliente para que de esa manera este satisfecho con la utilización del transporte y sobre la atención al cliente es brindar soporte, asistencia y seguridad.

Imagen 2.

Atención al cliente



Fuente: *Internet*

Elaborado por: *Marianela Bustamante*

1.1.12 El control de los procesos de atención al cliente

Toda empresa debe mantener un estricto control sobre sus procesos internos de atención al cliente.

Se ha demostrado que más del 20% de las personas que dejan de comprar un producto o servicio, renuncian a su decisión de compra debido a deficiencias en la información y la atención recibida al momento de interactuar con el personal encargado de atender y motivar a los compradores. Ante esta realidad, se hace necesario que la atención al cliente se caracteriza por ofrecer la más calidad, con información, no solo tenga una idea de un producto, sino además de comprender la calidad del capital, humano y técnico con el que va a establecer una relación comercial (Consultores, 2013, p. 1)

1.1.13 Elementos de atención al cliente

- 1.- Determinación de las necesidades del cliente
- 2.- Tiempos de servicio
- 3.- Encuestas
- 4.- Evaluación de servicio de calidad
- 5.- Análisis de recompensas y motivación

1.1.14 Proceso de atención al cliente

Se define a continuación, de forma genérica, el proceso de atención al cliente, delimitando los comportamientos a considerar en cada fase. Nótese que esta relación de conductas puede constituir en sí misma una guía para la evaluación de la atención al cliente o para la capacitación del personal en de atención al cliente o de contacto con el cliente en general.

1.1.15 Los cuatro factores para una buena atención al cliente

- Presentación personal

- Sonrisa
- Amabilidad
- Educación

La atención al/la cliente, la excelencia en el servicio constituye una de las bases fundamentales para el éxito y desarrollo de una empresa en el mercado.

1.2.- Marco conceptual

Se utilizarán términos como:

Taxi. - Es el automóvil de transporte público el cual se utiliza para llevar a los pasajeros de un lugar a otro por un precio acordado.

Taxímetro. – Dispositivo que se instala dentro del taxi el cual mide la distancia recorrida calculando así automáticamente la cantidad de dinero que se debe pagar por el trayecto recorrido.

Servicio.- Un servicio es un conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades de un cliente.

Pasajero. - El pasajero es todo ser humano sea varón, mujer, niño o niña, que paga una cuota en dinero por el transporte utilizado como: avión, autobús, barco, automóvil o cualquier medio de transporte.

Tiempo. – Es una medida que se utiliza para cuantificar la duración de eventos, procesos que se encuentran sujetas al cambio.

Recorrido. - Es la acción y efecto de recorrer, atravesar un espacio, efectuar un trayecto

Compañía. -Sociedad o reunión de varias personas unidas para un mismo fin, generalmente comercial.

Cliente. - Es una persona que utiliza o adquiere, de manera frecuente u ocasional, los servicios o productos que pone a su disposición un profesional, un comercio o una empresa.

Tecnología.- Es el conjunto de conocimientos técnicos, científicamente ordenados, que permiten diseñar, crear bienes, servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de la humanidad.

Capacitación del personal: Es un conjunto de acciones formativas que la Institución brinda a sus trabajadores con la finalidad de obtener mejoras en el desempeño de una persona en su trabajo actual y prepararlos para roles futuros.

Comunicación: Es un proceso fundamental de transmisión de información, ideas, pensamientos, y mensajes entre individuos.

UNIDAD II

MARCO METODOLÓGICO

2.1.- Enfoque de la investigación

La presente investigación busca mejorar los procesos de atención al cliente en el servicio de transporte, por lo que se determina que el proceso metodológico tiene un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) ya que se basa en la conducta de los socios los cuales son parte fundamental para poder obtener un cambio dentro de la compañía, y también se van a utilizar tablas y gráficos estadísticos para la determinación de los resultados.

2.2.- Tipos de investigación

En la recolección de datos se utiliza la investigación de campo, la misma que se enfoca en conocer la opinión de la gente para poder avanzar y crecer con el servicio que ofrece la compañía de taxis. Se considera esta modalidad de recolección de información ya que los datos se consiguieron de fuentes primarias, es decir directamente de los usuarios de la empresa, la misma que está encaminada a conocer las principales necesidades de los usuarios del servicio.

También se utilizó una investigación bibliográfica la misma que permitió sustentar el proyecto con información obtenida de diversas fuentes tales como: artículos, libros, material archivado y otros trabajos académicos.

Su objetivo va a describir la naturaleza del problema y no va a centrarse en las razones por las que se produce determinado fenómeno.

2.3.- Diseño de la investigación

Como proyecto cualitativo-cuantitativo, no hay necesidad de actividades experimentales y por lo tanto no hay manipulación de variables ni análisis de sus efectos, ya que se pretende que el análisis se realice de forma natural y basado principalmente en la encuesta.

2.4.- Métodos de Investigación: Para realizar la investigación se utilizaron los siguientes métodos:

Método Inductivo. - Este método partió de la observación detallada de cada uno de los componentes de la organización y ayudó a conocer sus fortalezas y falencias, para al final emitir una conclusión general del objeto de estudio.

Método Deductivo. - Se aplicó este método al momento de utilizar los enfoques generales de una adecuada gestión de procesos y poder aplicarlos de la mejor manera a los problemas particulares encontrados.

Método Sintético. - Se utilizó este método de forma posterior al diagnóstico, pues así se pudo unificar un criterio general de los problemas más representativos del área en estudio, generando conclusiones y posibles soluciones.

Método de Análisis. - A través de este método se realizó el diagnóstico del estado en el que se encuentra el área en estudio y sus respectivos procesos, estableciendo las relaciones entre los distintos factores y detallando sus principales falencias.

2.5.- Población

Los datos fueron recopilados mediante encuesta dirigida a la población del Cantón Puerto Quito la cual tiene una cantidad de 20445 personas de acuerdo con el último censo del año 2010.

La información receptada será muy valiosa la cual estará sustentada tanto en datos reales como la veracidad de fuentes que fundamentan el proyecto de investigación.

Cálculo de la Muestra.

Fórmula

$$n = \frac{Z^2 N * P * Q}{E^2 (N - 1) + Z^2 P * Q}$$

Donde

N = Total de la población **N** = 20445

p= Proporción positiva **p** = 0.50

q= Proporción negativa **q** = 0.50

Z= Nivel de confianza **z** = 1.96

E= Margen de error **e** = 0.08

n = Tamaño de la muestra **n** =

Procedimiento

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 20445 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(0,08)^2 (20445 - 1) + (1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = \frac{19635}{131}$$

$$n = 149$$

2.6.- Técnicas de Investigación

Para el Rediseño de procesos se procedió a utilizar la técnica de la encuesta, ya que nos permite conocer de manera efectiva y confiable la opinión hacia el proceso de desempeño que ha venido realizando la compañía.

2.7 Resultados de la investigación de campo

PREGUNTA 1.- ¿Con qué frecuencia utilizas el servicio de taxis?

Tabla 1.

Frecuencia de utilización del servicio de taxis.

N°	¿Con que frecuencia utilizas el servicio de taxis?	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
1	Siempre	50	0.34	34%
2	A veces	84	0.56	56%
3	Nunca	15	0.10	10%
		149	1	100%

Nota: Fuente: Bustamante Marianela. (2023). Investigacion de campo. Pto Qto.Ecuador.

Gráfico 1.

Frecuencia de utilización del servicio de taxis.



Fuente: Pto Qto.Investigación de campo.Bustamante Marianela.2023.

Analisis e Interpretación:

De acuerdo a los datos obtenidos 50 personas equivalente al 34% indican que siempre solicitan el servicio de taxi, mientras que 84 personas equivalente al 56% indica que a veces solicitan este servicio, y solo 15 personas equivalente a 10% nunca solicitan este servicio. Lo cual indica que hay un porcentaje medio de clientes fieles a la compañía y un mayor porcentaje de la población que no tienen como prioridad a la compañía al momento de solicitar un transporte para su movilidad y un porcentaje mínimo de personas que no utilizan para nada este servicio.

PREGUNTA 2.- En una escala del 1 al 5, ¿Qué tan satisfecho(a) estas con la disponibilidad de taxis en Pto Qto?

Tabla 2.

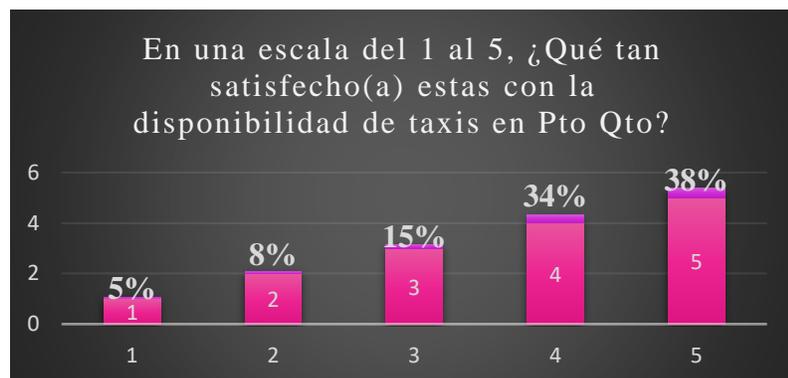
Escala de satisfacción con respecto a la disponibilidad de los taxis.

N°	En una escala del 1 al 5, ¿Qué tan satisfecho(a) estas con la disponibilidad de taxis en Pto Qto?	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
1	1	8	0.05	5%
2	2	12	0.08	8%
3	3	23	0.15	15%
4	4	50	0.34	34%
5	5	56	0.38	38%
		149	1	100%

Fuente: Bustamante Marianela. (2023). Investigacion de campo. Pto Qto.Ecuador.

Gráfico 2.

Escala de satisfacción con respecto a la disponibilidad de los taxis.



Fuente: Pto Qto.Investigación de campo.Bustamante Marianela.2023.

Análisis e Interpretación:

De acuerdo a la respuesta obtenida de la encuesta 56 personas lo que equivale al 38% le dan una puntuación 5 de satisfacción con la atención recibida, 50 personas lo que equivale al 34% le dan una puntuación de 4 a la atención, mientras que 23 personas 15% dan una puntuación de 3, 12 personas lo que equivale al 8% su opinión es de 2 hacia la atención recibida, y 8 personas equivalente al 5% dan una puntuación de 1. Lo cual indica un alto puntaje en el que los usuarios se sienten satisfechos con la disponibilidad que tienen los conductores al brindarles el servicio de transporte.

PREGUNTA 3.- ¿Consideras que la compañía de taxis ofrece un servicio seguro?

Tabla 3.

Consideración de la seguridad en el servicio de taxis.

N°	¿Consideras que la compañía de taxis ofrece un servicio seguro?	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
1	Sí	70	0.47	47%
2	No	15	0.10	10%
3	Tal vez	64	0.43	43%
		149	1	100%

Fuente: Bustamante Marianela. (2023). Investigación de campo. Pto Qto.Ecuador.

Gráfico 3.

Consideración de la seguridad en el servicio de taxis.



Fuente. Pto Qto.Investigación de campo.Bustamante Marianela.2023

Análisis e Interpretación:

La población encuestada da como respuesta que 70 personas (47%) les parece que la compañía si ofrece un servicio seguro, 64 personas (43%) indican que talvez sea seguro el servicio que ofrecen y 15 personas (10%) indican que no es un servicio seguro. lo que se puede interpretar el mayor numero de personas encuestadas tienen un nivel de confianza medio con lo que respecta a la seguridad que puede brindar la compañía a la hora de brindar el servicio y una cantidad minima de usuarios no se sientes seguros.

PREGUNTA 4.- ¿En qué condiciones cree usted que se encuentran las unidades que prestan el servicio de taxis en “Pto Qto”

Tabla 4

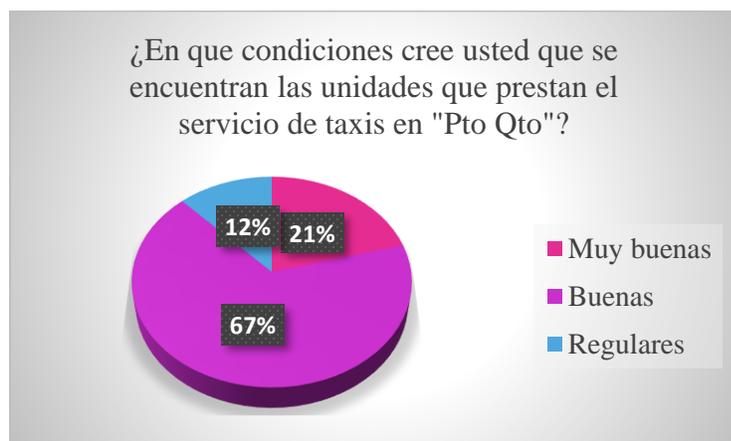
Condición en la que se encuentran las unidades.

N°	¿En que condiciones cree usted que se encuentran las unidades que prestan el servicio de taxis en "Pto Qto"?	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
1	Muy buenas	31	0.21	21%
2	Buenas	100	0.67	67%
3	Regulares	18	0.12	12%
		149	1	100%

Fuente: Bustamante Marianela. (2023). Investigacion de campo. Pto Qto.Ecuador.

Gráfico 4.

Condición en la que se encuentran las unidades.



Fuente: Pto Qto. Investigación de campo. Bustamante Marianela. 2023

Análisis e Interpretación:

Como respuesta 31 personas equivalente al 21% indican que las unidades están en muy buen estado mientras que 100 personas 67% les parece que están en condiciones buenas para prestar el servicio y 18 personas 12% indican que las unidades están en un estado regular. Por lo que puede interpretar al mayor número de unidades en muy buen estado.

PREGUNTA 5.- En general ¿Recomendarías el servicio de taxis a tus amigos y familiares?

Tabla 5.

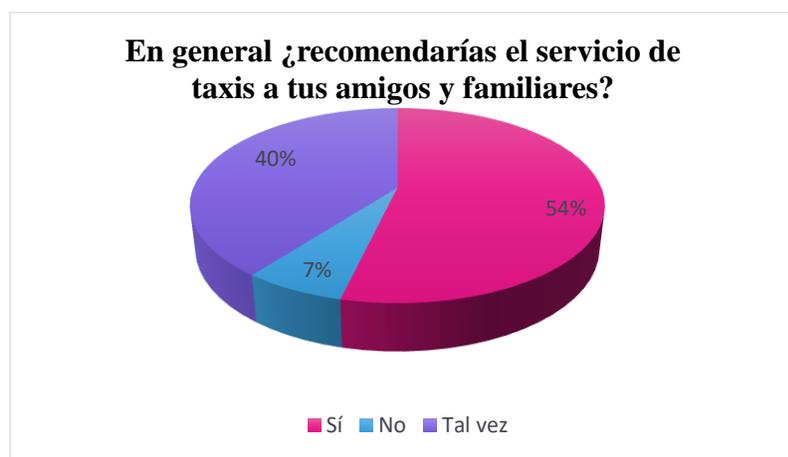
Recomendación del servicio de taxis

N°	En general ¿recomendarías el servicio de taxis a tus amigos y familiares?	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
1	Sí	80	0.54	54%
2	No	10	0.07	7%
3	Tal vez	59	0.40	40%
		149	1	100%

Fuente: Bustamante Marianela. (2023). Investigación de campo. Pto Qto.Ecuador.

Gráfico 5.

Recomendación del servicio de taxis



Fuente: Pto Qto.Investigación de campo.Bustamante Marianela.2023

Análisis e Interpretación:

Como podemos observar en los datos obtenidos de la encuesta realizada 80 personas lo que equivale al 54% de los encuestados si recomiendan el servicio de taxi a sus familiares, 59 (40%) personas tal vez lo harían y 10 personas equivalente al 7% no lo recomiendan a nadie. Lo que se puede interpretar como un servicio que la población si está dispuesta a seguir utilizando y recomendando.

PREGUNTA 6.- ¿Cuál es tu opinión sobre la calidad del servicio de los conductores de taxis en términos de amabilidad y cortesía?

Tabla 6.

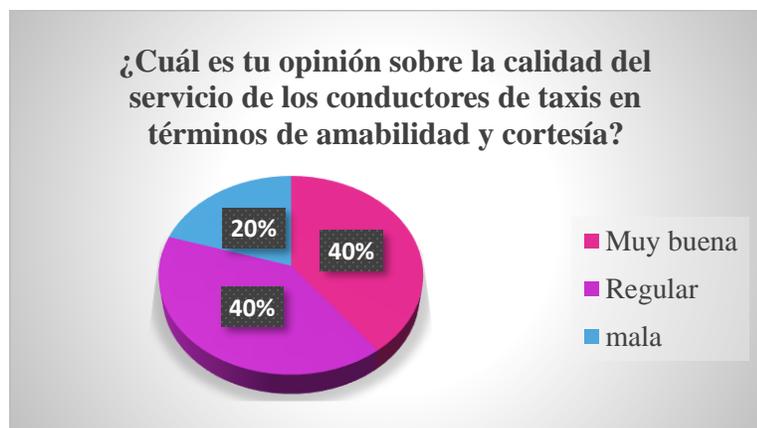
Opinión sobre la calidad del servicio.

N°	¿Cuál es tu opinión sobre la calidad del servicio de los conductores de taxis en términos de amabilidad y cortesía?	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
1	Muy buena	59	0.40	40%
2	Regular	60	0.40	40%
3	mala	30	0.20	20%
		149	1	100%

Fuente: Bustamante Marianela. (2023). Investigacion de campo. Pto Qto.Ecuador.

Gráfico 6.

Opinión sobre la calidad del servicio.



Fuente: Pto Qto.Investigación de campo.Bustamante Marianela.2023

Análisis e Interpretación:

Como respuestas se obtiene que 59 personas (40%) le parece que la atención por parte de los conductores es muy buena, 60 personas (40%) indican que la atención por parte de ellos es regular y 30 personas (20%) indican que la atención recibida es mala. A lo que podemos interpretar que la mayor parte de la población encuestada responden no haber sido atendidos de una manera amable por parte de los conductores de las unidades lo cual esta sería una de las principales falencias a la hora de brindar el servicio.

PREGUNTA 7.- ¿Qué tan satisfecho esta con el método que existe a la hora de solicitar el servicio por llamada?

Tabla 7.

Sobre la atención al servicio solicitado.

N°	¿Qué tan satisfecho esta con el método que existe a la hora de solicitar el servicio por llamada?	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
1	Muy satisfecho	35	0.23	23%
2	Satisfecho	45	0.30	30%
3	Poco satisfecho	69	0.46	46%
		149	1	100%

Fuente: Bustamante Marianela. (2023). Investigación de campo. Pto Qto.Ecuador.

Gráfico 7.

Sobre la atención al servicio solicitado.



Fuente: Pto Qto.Investigación de campo.Bustamante Marianela.2023

Análisis e Interpretación:

En el grafico anterior podemos observar que 35 personas (23%) comentan que están muy satisfechas con el servicio por medio de llamada, mientras que 45 personas (30%) indican están medianamente satisfechos y el 46% equivalente a 69 personas indican que están muy poco satisfechas con este servicio. A lo cual podemos interpretar que el mayor porcentaje de las personas encuestadas no están satisfechas con el proceso de atención por llamada por lo cual debe ser tomado en cuenta para mejorar en ese proceso.

PREGUNTA 8.- ¿Cree que los conductores necesitan estar capacitados sobre atención al cliente?

Tabla 8.

Necesidad de capacitación a conductores

N°	¿Cree que los conductores necesitan estar capacitados sobre atención al cliente?	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Porcentaje
1	Si	100	0.67	67%
2	No	0	0.00	0%
3	Tal vez	49	0.33	33%
		149	1	100%

Fuente: Bustamante Marianela. (2023). Investigación de campo. Pto Qto.Ecuador.

Gráfico 8.

Necesidad de capacitación a conductores



Fuente: Pto Qto. Investigación de campo. Bustamante Marianela. 2023

Interpretación y Análisis:

En el gráfico anterior podemos observar que de las personas encuestadas 100 (67%) indican que, si es necesario que los conductores deban estar capacitados sobre atención al cliente, 49 personas (33%) indican que tal vez si fuera bueno que sean capacitados y se obtiene el 0% como respuesta de no. A lo que se puede interpretar que para poder brindar una buena atención a los usuarios si es necesario mantener capacitados a los conductores para de esa manera tener clientes satisfechos y fidelizados a la compañía.

PREGUNTA 9.- ¿Hay alguna mejora específica que te gustaría ver en el servicio de taxis?

Dentro de las sugerencias que pide la comunidad mediante esta encuesta es que les gustaría que haya cámaras de seguridad dentro de los taxis, solicitan una página en redes sociales donde se mantengan al día con información donde se puedan comunicar para solicitar el servicio, pronta respuesta a su requerimiento a la hora de solicitar una unidad, mejorar la atención brindada por parte de los conductores.

CAPITULO III

PROPUESTA: REDISEÑO DEL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL SERVICIO DE TRANSPORTE DE LA COMPAÑÍA DE TAXIS “PUERTO QUITO S. A.”

3.1- Diagnóstico general de la empresa

En el cantón Puerto Quito, en el año 2008 aparece el primer automóvil brindando el servicio de taxi, llamando de esta manera la atención de los habitantes Puerto Quiteños en especial a las personas del sector rural quienes no tenían el medio económico para poder pagar otro tipo de vehículo por su alto valor y comenzaron a utilizar el servicio del taxi que era a menor precio llegando a tener una demanda inesperada, con el pasar del tiempo fueron apareciendo más personas con vehículos y comenzó a asociarse la primera empresa llamada Compañía de Taxis “Nelson Villón S.A”.

Esta compañía duró muy poco tiempo al no poderse legalizar por no tener el conocimiento necesario sobre legalización de compañías. En el año 2009 el grupo que se había disuelto se volvieron a unir con otro nombre llamada Compañía de Taxis “Puerto Quito S.A”. La que tuvo mucha acogida por los pobladores y turistas que visitaban nuestro cantón, cuyos representantes influenciados por la ambición del dinero y los malos elementos hicieron que fracasen una y otra vez, hasta que en el año 2014 el mismo grupo aparece en menor proporción y como accionista representante el Sr. Jaime Leonardo Cruz Sari el cual forma de nuevo la empresa llamada Compañía de Taxis Puerto Quito “Pto. Quito S.A”, quien decidió continuar con el proceso de legalización de acuerdo con la Ley de Compañías, en la actualidad se ha legalizado el permiso de operación y poder circular como taxis convencionales o comercial dentro del país siendo uno de los logros más deseados para el desarrollo del Cantón contando con 23 unidades hasta el momento.

3.2 Direccionamiento estratégico

Durante el análisis del direccionamiento estratégico de la compañía se encuentra que la misma no cuenta con Misión, Visión ni Valores Corporativos, por lo que se plantea las siguientes:

3.2.1 Misión

Brindamos un servicio eficiente con la máxima rapidez, comodidad y atención, a través de la aplicación y cumplimiento de altos estándares de calidad y servicio; manteniéndonos en constante aprendizaje y búsqueda permanente de nuevos sistemas, que faciliten nuestro desempeño, ofreciendo la atención que merecen nuestros clientes.

3.2.2 Visión

Liderar el mercado del servicio de transporte en taxi, brindando un servicio eficiente y de calidad al atender a nuestros clientes, con cobertura a nivel nacional y ser reconocidos por nuestros niveles de seguridad, confianza, puntualidad y comodidad.

3.2.3 Valores corporativos

Servicio al cliente: Priorizar la satisfacción y seguridad de los clientes, brindando un servicio amable, puntual y confiable.

Integridad: Actuar con honestidad, ética y transparencia en todas las interacciones con los clientes, socios y empleados.

Seguridad: Compromiso con la seguridad vial, asegurando que los conductores cumplan con las normas de tráfico y que los vehículos se encuentren en condiciones óptimas.

Profesionalismo: Mantener altos estándares de conducta y presentación, proporcionando un servicio profesional y respetuoso.

Trabajo en equipo: Fomentar la colaboración y el apoyo mutuo entre los conductores y el personal de la compañía para brindar un servicio eficiente y de calidad.

Innovación: Buscar constantemente nuevas formas de mejorar la experiencia del cliente, adoptando tecnologías y prácticas innovadoras en el sector de transporte.

Responsabilidad social: Contribuir positivamente a la comunidad y al medio ambiente, participando en iniciativas sociales y adoptando prácticas sostenibles.

3.3 Descripción de la empresa

La compañía de taxis Puerto Quito es una empresa de transporte ubicada en el cantón Puerto Quito. Se dedica a proporcionar servicios de taxi confiables y seguros a los residentes y visitantes de la zona.

La cual cuenta con 23 conductores respetuosos y conocedores de la zona, lo que les permite brindar un servicio rápido y eficiente. Además, la compañía se esfuerza por mantener tarifas justas y transparentes.

En resumen, la compañía de taxis Puerto Quito es una opción confiable y conveniente para el transporte en el cantón. Su enfoque en la calidad del servicio, la seguridad y la satisfacción del cliente la distingue como una opción popular para los viajeros en Puerto Quito.

3.3.1 FODA

Tabla 9.

Matriz FODA

COMPAÑÍA DE TAXIS PUERTO QUITO "PTOQUITO S.A"	
FODA	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Conocimiento de todos los sectores de la zona	Crecimiento de la demanda del servicio de transporte
Unidades en buen estado y bien mantenidas	Comercios cercanos
Ubicación en el centro del cantón	Existencia de sectores turísticos
Compañía reconocida por los moradores de la zona	Afluencia de turistas
DEBILIDADES	AMENAZAS
Limitaciones de recursos económicos.	Competencia local: Cambios en los hábitos de transporte de los usuarios.
Baja fidelidad de los usuarios	Escasez de repuestos en la zona
Procesos de atención al usuario poco definidos	Delincuencia organizada
Falta de capacitación del personal de la compañía.	Elevado costo de combustible.
Poca comunicación efectiva	Crisis económica a nivel de País.

Elaborado por. Marianela Bustamante

3.3.2 Proceso actual de prestación del servicio de taxi

El proceso de atención al cliente de la compañía de taxis comienza involucrando a los usuarios, el mismo que inicia con la llamada del cliente al número de la oficina para solicitar un vehículo que le brinde el servicio de transporte hasta que el cliente sea llevado a su destino.

Solicitud de servicio: Los clientes solicitan un taxi a través de llamadas telefónicas, directamente en la parada o también en la oficina. Este proceso implica recopilar información como la ubicación, el destino y el horario del servicio requerido.

Verificación de taxis disponible. Una vez se recibe la llamada del cliente, la secretaria se comunica con los conductores para poder conocer cual está disponible en ese momento. Se detecta una demora en el proceso dado que la secretaria debe comunicarse vía celular con los

taxistas para saber cuál está disponible y más cerca en ese momento, proceso que debe hacerlo uno por uno.

Asignación de taxis: Una vez que se recibe una solicitud de servicio, se asigna un taxi disponible al cliente. Esto implica la coordinación logística entre la secretaria y los conductores de taxi para encontrar el vehículo más cercano al cliente.

Despacho y seguimiento: La secretaria comunica vía telefónica los detalles del servicio al conductor asignado, incluyendo la ubicación del cliente y las instrucciones especiales, si las hubiera.

Recogida del cliente: El conductor se dirige a la ubicación del cliente para recogerlo. Durante este proceso, el conductor puede comunicarse con el cliente para confirmar detalles adicionales, como la ubicación exacta de recogida.

Transporte del cliente: El conductor lleva al cliente a su destino de manera segura y eficiente, siguiendo las regulaciones y normas de tráfico aplicables.

Pago y facturación: Una vez que el cliente llega a su destino, se realiza el proceso de pago. Esto puede incluir opciones como el pago en efectivo y transferencia. En caso de que el cliente requiera factura por el servicio, éste deberá acercarse a solicitar en la oficina.

3.2.3 Identificación de los servicios

La compañía de taxis actualmente presta un servicio plenamente identificado como servicio de transporte de personas en unidades dentro y fuera del cantón Puerto Quito, que según la Clasificación Internacional Industrial Uniforme corresponde al código H4922.02, con descripción: Servicios de taxis, y que actualmente engloba los siguientes:

Transporte estándar

Reservas

Transporte al aeropuerto

Servicio de mensajería y paquetería

Transporte para eventos especiales

Pago electrónico

Transporte de larga distancia etc....

3.2.4 Identificación corporativa de la empresa de servicios

La compañía de servicio de taxis desde el punto de vista legal se identifica como Sociedad Anónima, la misma que es presentada ante el público como una compañía de servicios de transporte en taxi, la publicidad para el público objetivo tiene como finalidad reconocer fácilmente los servicios que ofrece la compañía, para lo cual considera los siguientes elementos que ayudan a identificar el servicio de taxi:

Nombre y logotipo de la compañía: un nombre distintivo y un logo atractivo son esenciales para identificar a la compañía, donde estos deben reflejar el tipo de servicio que ofrece.

Imagen 3.

Logotipo de la Compañía.



Fuente: Compañía de Taxis Puerto Quito "PTOQUITO S.A"

Colores corporativos: cuentan variedad de camisas que identifican a la compañía.

Imagen 4.

Uniforme corporativo



Fuente: Compañía de Taxis Puerto Quito "PTOQUITO S.A"

Número de teléfono: Se cuenta con un número de celular de la oficina para que los usuarios puedan llamar a solicitar el servicio.

Numero de la compañía: 098 813 1837

Servicio al cliente: la manera en que la compañía trata a sus clientes es fundamental para su reputación.

Imagen 5.

Servicio al cliente



Fuente: Internet

Redes sociales y presencia en línea: La compañía se plantea estar activa en redes sociales para mantener comunicados a los clientes sobre nuevas actualizaciones. Para lo que se propone crear cuentas adicionales en más redes sociales como Instagram, tik tok.

Tener una buena presencia en la compañía de taxis establece una fuerte identificación de servicio que ayuda al reconocimiento y confianza en su compañía.

Imagen 6.

Publicidad de la empresa



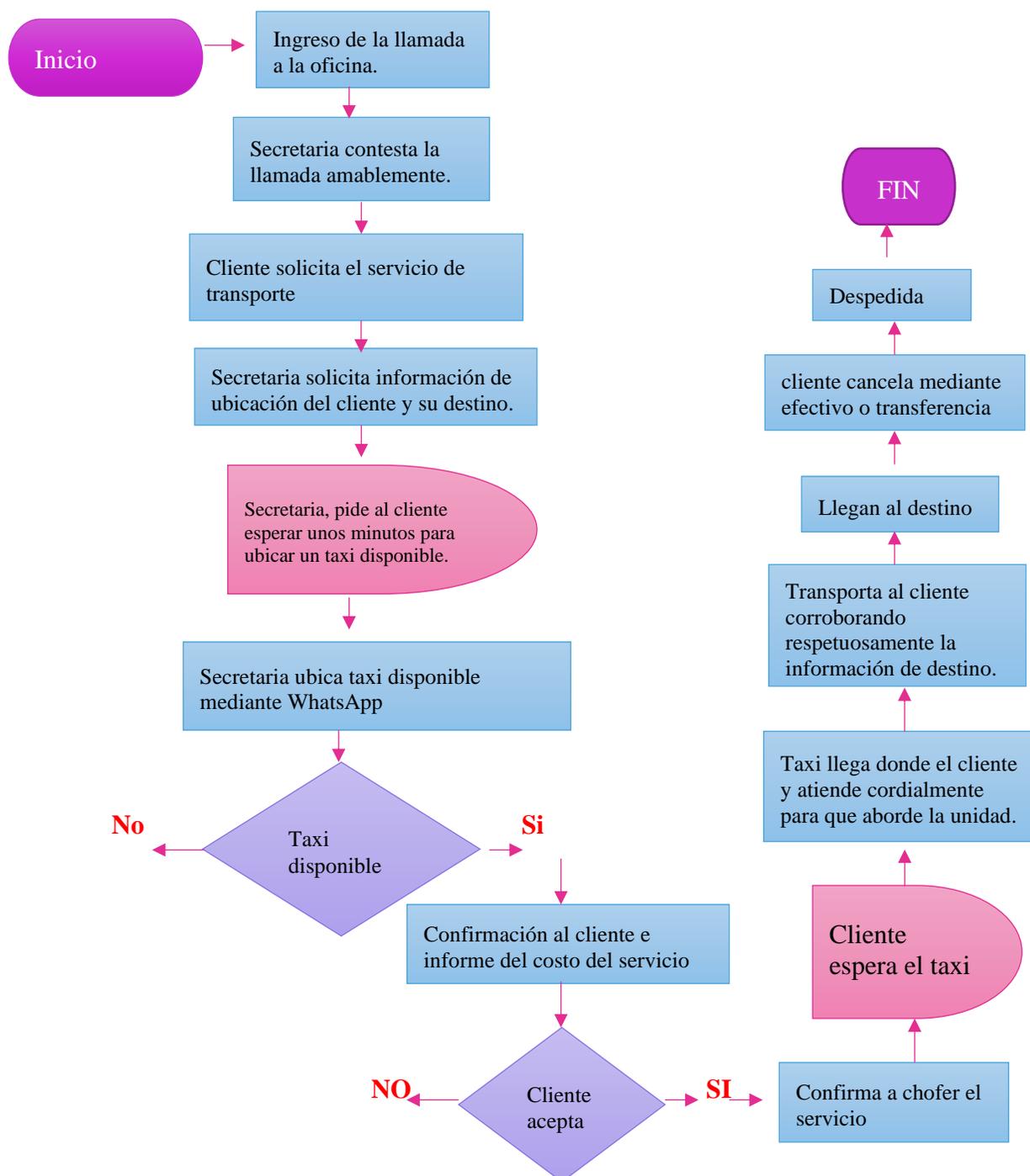
Fuente: Compañía de taxis Puerto Quito "PTOQUITO S.A"

3.2.5 Diagrama del proceso actual detallado

La compañía de taxis Puerto Quito en la actualidad cuenta con un diagrama de procesos que permita identificar cada uno de los subprocessos y su respectivo orden a seguir para que el servicio sea óptimo y de calidad.

Figura 1.

Flujograma de proceso rediseñado



3.3 Propuesta del Rediseño del proceso de atención al cliente en la compañía de taxis

Puerto Quito.

Con el objetivo de presentar un rediseño al proceso de atención al cliente del servicio de taxi de la compañía Puerto Quito “PTOQUITO S.A.” y luego de haber analizado cada uno de los factores críticos para el éxito de la empresa tanto en los ambientes internos como externos se plantea una mejora sustancial al mismo y que se detalla a continuación:

3.3.1 Cadena de valor

La cadena de valor es la representatividad del valor que ofrece el servicio para la satisfacción del cliente es por ello que (Ildefonso, 2012, pág. 325) acota: “El valor de servicios se extiende como la capacidad que posee para satisfacer algún tipo de necesidad de los consumos”, existen cuatro clases de valor y son (valor de uso, de coste, de estima y de intercambio) dichos valores permite que la empresa u organización sin importar su índole comercial le genere una satisfacción al cliente a través del valor que recibió en el servicio.

La cadena de valor de uso se relaciona con los bajos índices de satisfacción de los usuarios del servicio de taxis de la Compañía Puerto Quito “PTOQUITO S. A.”, y dado que es importante mantener un vínculo con los clientes internos (taxistas) y externos (usuarios), se propone algunos lineamientos para su mejora.

Logística Interna

Recepción de solicitudes. - La recepción de solicitudes debe realizarse vía telefónica, y más allá de aquello, también se propone la creación de sitios web y redes sociales a fin de que se pueda solicitar el servicio en la página de la compañía y por redes como Facebook o WhatsApp

Asignación y despacho. - Para la asignación de despacho, la compañía debe reducir el “cuello de botella” o demora en el proceso mediante la contratación de un sistema de comunicación por radio que permita en el menor tiempo identificar al conductor disponible y más cercano

Facturación. – Es obligación de la compañía emitir factura por los servicios prestados, para lo cual el usuario debe, dejar el respectivo correo electrónico en donde la empresa puede enviar en el menor tiempo posible la respectiva factura.

Servicio posterior al viaje. – La compañía debe implementar una base de datos de sus clientes en el cual pueda identificar usuarios que requieran retorno o que requieran algún servicio adicional posterior al viaje, generando cadena de valor agregado.

Análisis y mejora continua- La base de datos que implemente la compañía aportará datos sobre las falencias e inconvenientes presentados en la prestación del servicio lo que permitirá una mayor satisfacción a futuro.

Comunicación y actualizaciones. - La compañía deberá constantemente mantener informados a sus usuarios sobre cualquier actualización en el servicio por los diferentes medios de comunicación disponibles.

Logística Externa

Servicio de transporte. – Luego de captado el cliente, es compromiso del conductor la prestación del servicio la misma que debe iniciar con un saludo cordial, la presentación en calidad de conductor de la compañía, mantener un viaje seguro y con calidez, a fin de que el usuario llegue satisfecho a su destino

Pago. - Luego de prestado el servicio el conductor y el usuario proceden al respectivo proceso de pago del servicio el mismo que será de acuerdo con la tabla de precios determinada por la compañía

Figura 2.*Cadena de Valor**Fuente: Elaboración propia*

3.3.2 Indicadores

Tiempo de espera: Con este podemos medir el tiempo que los clientes deben esperar para que el taxi solicitado llegue, un tiempo muy largo de espera puede ser un indicador de problemas de coordinación: 5/10min

Tiempo de espera del cliente / tiempo máximo de espera permitido 10min.

Tiempo de respuesta en la llamada telefónica: Es el tiempo que tarda la compañía en dar una respuesta al cliente con respecto a su solicitud ya sea a través de llamada telefónica. Un tiempo de respuesta rápido demuestra eficiencia en la recepción de solicitudes.

Tiempo de respuesta al cliente / tiempo máximo de espera permitido 5min.

Índice de satisfacción al cliente: Se puede medir a través de encuestas a clientes. Evaluando la satisfacción por el servicio recibido.

Nro. de clientes satisfechos / número total de clientes atendidos

Número de clientes recurrentes: se evalúa los clientes que regresan por el servicio de la compañía de taxis nuevamente, ya que si hay clientes recurrentes sería un indicador de calidad del servicio.

Nro. de clientes recurrentes / Clientes atendidos en un periodo

Nivel de seguridad percibida: Se puede medir a través de encuestas o comentarios de los clientes sobre cómo se sienten al viajar en los taxis de la compañía. La seguridad percibida afecta la confianza y la satisfacción del cliente.

Se mide mediante encuestas de satisfacción

Puntuación de conductores: Recopila las calificaciones y comentarios de los clientes sobre los conductores. Esto puede indicar la calidad del servicio y la actitud del personal de conducción.

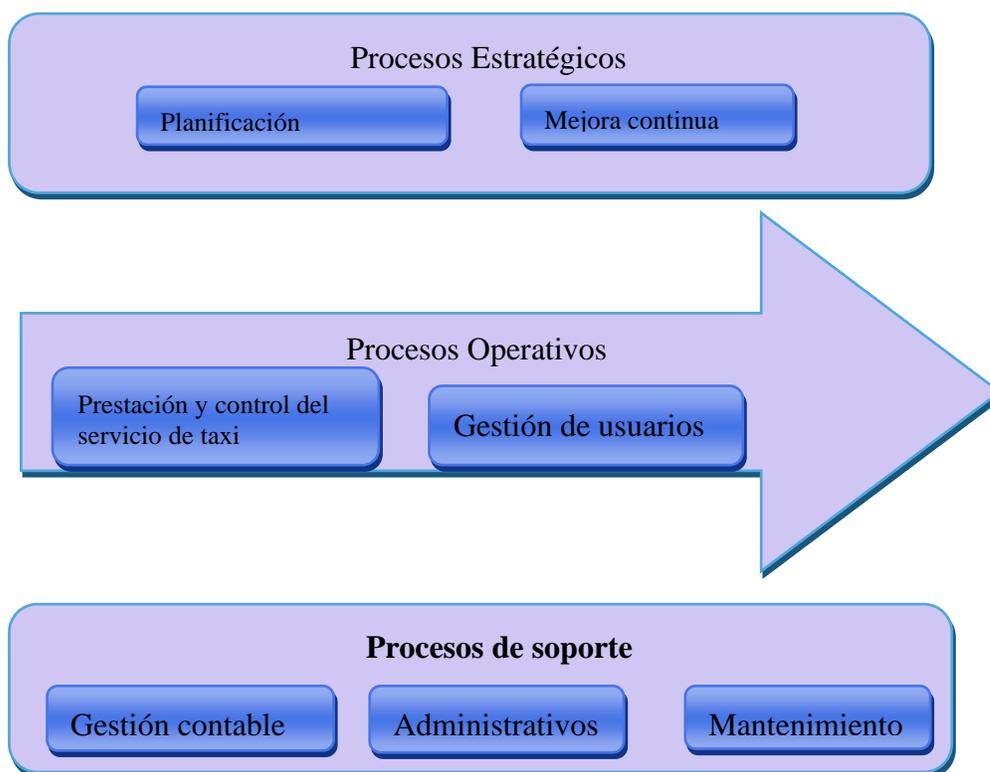
Se medirá mediante encuestas de satisfacción

3.3.3 Identificación de procesos de la empresa

La Compañía actualmente cuenta con 27 accionistas los cuales aportan capital, cuentan con un Gerente General, una Secretaria, un Tesorero, siendo los mismos socios los que prestan el servicio de taxis, se identifican los siguientes procesos en la empresa:

Figura 3.

Mapa de Procesos



Fuente: Elaboración propia

Los procesos estratégicos son llevados por el Gerente General quien toma las decisiones juntamente con el Presidente y los demás socios de la compañía, incluye capacitaciones y toma de decisiones.

Los procesos operativos son llevados por la Secretaria y los conductores de los vehículos quienes realizan todas las actividades relacionadas a la prestación del servicio de taxi, haciéndolo que funcione y que sea de calidad.

Los procesos de soporte son llevados por la Secretaria, Tesorero y Agentes Mecánicos contratados externos, quienes dan el soporte necesario en los casos que sean requeridos a fin de mantener las unidades como los sistemas de contabilidad, servicios básicos, utilitarios de oficina y demás suministros requeridos para la prestación del servicio.

3.3.4 Priorización de los procesos críticos

Con base a los procesos identificados anteriormente y luego de un análisis detallado de los mismos, se puede derivar que los procesos claves para el éxito de la empresa a fin de garantizar una buena experiencia al cliente y satisfacer sus necesidades de transporte con un servicio de taxi de calidad, están relacionados con los procesos operativos los cuales incluyen: Prestación y control del servicio de taxi, Gestión de usuarios, son aquellos procesos que si se dejan de hacer bien, la empresa ira perdiendo clientes con el pasar del tiempo.

Sin embargo, se hace notar que todos los procesos propuestos en el tema anterior son importantes por lo que deben estar sintonizados y desarrollarse de forma conjunta para el buen desenvolvimiento de la empresa y aseguramiento de la satisfacción del cliente.

3.3.5 Identificación de los subprocesos claves y críticos

Dentro de los subprocesos claves y críticos que la parte operativa debe tomar en cuenta para garantizar la calidad en la prestación del servicio de transporte en taxi se tiene:

La gestión de llamadas del usuario, la misma que debe ser de calidad, atendida en el menor tiempo posible, dando una respuesta efectiva y con un tiempo de espera para la prestación del servicio no mayor a 5 minutos.

La gestión de disponibilidad del taxi, la misma que debe ser mediante el uso de una plataforma de comunicación eficiente y efectiva (WhatsApp), que permita reducir el tiempo de espera del cliente y maximizar al taxista el tiempo de llegada a recoger al cliente.

La prestación del servicio, una vez que la unidad encargada de prestar el servicio de taxi mantenga contacto con el usuario, este debe presentarse identificando la compañía a la que representa, saludando cordialmente y poniéndose a las órdenes del usuario para proceder a la

prestación del servicio. Durante el recorrido el clima interno debe ser adecuado sin ruidos, limpios y brindando todas las facilidades de seguridad internas para el usuario.

Gestión de cobro por el servicio prestado, luego de prestado el servicio de taxi, el conductor responsable de la unidad procederá a realizar la gestión del cobro por concepto del servicio prestado, brindándole la facilidad al usuario de hacer el pago mediante efectivo o transferencia electrónica. De igual forma pondrá a disposición del usuario información relevante, pertinente a la obtención de la factura correspondiente la misma que puede ser enviada mediante correo electrónico en caso del que el usuario así lo requiera.

Gestión post servicio, es muy importante que la persona encargada del contacto con el cliente genere una base de datos de los clientes que han usado el servicio de taxi, a fin de que se pueda medir el nivel de recurrencia de los clientes y de igual forma gestionar encuestas de satisfacción para poder evaluar el desempeño de la calidad del servicio prestado. También se puede identificar a los clientes más recurrentes a quienes se les podría brindar accesorios publicitarios de la empresa premiando su fidelidad y confianza.

3.3.6 Propuesta de ficha de análisis de valor agregado de producción/ servicios en la Compañía de Taxis Puerto Quito “PTOQUITO S. A”.

Para la compañía de taxis Puerto Quito “PTOQUITO S. A”., se plantea la siguiente propuesta de análisis de valor agregado del servicio de transporte, la misma que busca identificar los subprocesos que no agregan valor en la prestación del servicio.

Proceso analizado: Servicio de atención al cliente de la compañía de taxis Puerto Quito “PTOQUITO S. A”.

Tabla 10.*Ficha de Valor Agregado*

Subprocesos analizados.	# de actividades o pasos analizados.	# de actividades o pasos que agregan valor.	# de actividades o pasos que no agregan valor.
Gestión de llamadas del usuario.	5	4(80%)	1(20%)
Gestión de disponibilidad del taxi.	5	5(100%)	0
Prestación del servicio.	3	3(100%)	0
Gestión del cobro por servicio prestado.	2	2(100%)	0
Gestión Post servicio.	2	1(50%)	1(50%)
TOTAL:	17(100%)	15(88%)	2(12%)

Fuente: Elaboración propia

En el proceso de prestación de servicio de atención al cliente de la compañía de taxis Puerto Quito S. A., propuesto, se identifican subprocesos en los cuales se puede determinar que todos son importantes para el desempeño del servicio, sin embargo, luego de un análisis exhaustivo se puede determinar:

En la gestión de llamadas del usuario se derivan 5 subprocesos que son: llamada entrante, contestación de la llamada, solicitud del servicio por parte del cliente, secretaria solicita información de la ubicación del cliente y secretaria pide al cliente esperar unos minutos mientras localiza un taxi disponible, identificándose que el proceso que no genera valor es la espera del cliente (20%) dado que la atención en lo posible debería ser inmediata.

En la gestión de disponibilidad del taxi se derivan 5 subprocesos que son: secretaria ubica una unidad disponible mediante WhatsApp, decisión de taxi disponible (si, no), confirmación al cliente e informe del costo del servicio, aceptación del cliente (si, no) y confirmación al conductor para que preste el servicio, denotándose que todos estos subprocesos generan valor (100%).

En la prestación del servicio de taxi se derivan 3 subprocesos que son: 1 El taxi llega donde el cliente, 2 transporta al cliente a su destino, 3 cliente llega a su destino a satisfacción, denotándose que los tres subprocesos generan valor para la empresa (100%)

En la gestión del cobro por servicio prestado se derivan tres subprocesos que son: 1. El cliente cancela mediante efectivo o transferencia, 2. Despedida, denotándose que uno de los dos subprocesos de pago no puede darse de modo que si se cobra en efectivo ya no es necesario cobrar mediante transferencia y viceversa.

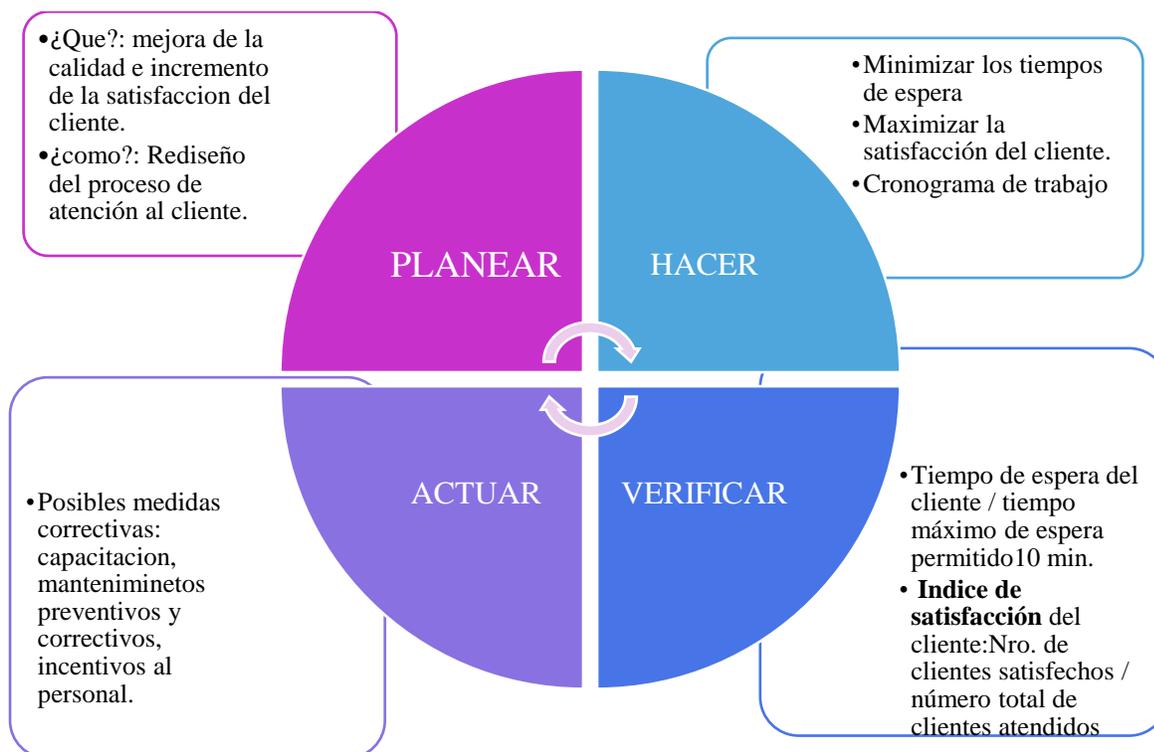
En la gestión post servicio se derivan dos subprocesos que son: 1. Entrega de facturas y 2. Medición del servicio mediante encuestas realizadas a los usuarios. Destacándose que la entrega de facturas es un servicio que no genera valor para la empresa, dado que es un documento comercial que se debe entregar por ley, por otro lado, medir el nivel de satisfacción realmente genera valor agregado a la empresa dado que permite identificar los errores cometidos durante la prestación del servicio y mejorar la gestión mediante el ciclo Planear, hacer, verificar y actuar.

3.3.7 Identificación de oportunidades de mejora, metodología PHVA

Luego de analizado el proceso actual del servicio de atención al cliente de la compañía de taxis Puerto Quito S. A., y una vez identificados los factores críticos para el éxito de la compañía, se procede a identificar oportunidades de mejora que permitan transformar esa realidad actual hacia la consecución de los objetivos de desarrollo, en ese orden se procede a aplicar la metodología desarrollada por Edwards. Deming, la misma que consiste en el ciclo de Planificar, Hacer, Verificar y Actuar (PHVA), y que a continuación se detalla:

Figura 4.

Oportunidades de mejora, metodología PHVA



Fuente: Elaboración propia

Planificar

El presente proyecto busca mejorar la calidad e incremento de la satisfacción de los clientes mediante un rediseño o mejora del proceso de atención al cliente en el servicio de taxi de la compañía de taxis Puerto Quito “PTOQUITO S. A”., para lo cual, se analizan los principales problemas que tiene el proceso en el servicio que brinda la compañía en la actualidad, mediante el uso de una hoja de verificación, la misma que se detalla a continuación:

Tabla 11.*Hoja de verificación*

Problemas de interés en el proceso	Frecuencia	Importancia	Vulnerabilidad	Total
1.- Inicio: poca información sobre el contacto de la compañía.	3	8	5	16
2.- Demora: Secretaria, pide al cliente esperar unos minutos para ubicar un taxi disponible.	8	9	5	22
3.- Demora: Cliente espera el taxi	8	10	8	26
4.- Transporte: clientes requieren mejor atención por parte de los choferes.	5	9	4	18
5.- Personal: Falta de capacitación	10	9	5	24

Fuente: Elaboración propia

Nota: evaluación con escala de 0 a 10, donde 0 es el mejor de los casos y 10 el peor de los casos.

Entre los principales problemas de interés en el proceso identificados, se tiene una demora muy frecuente mientras los clientes esperan el taxi, lo que puede hacer que el cliente opte por usar otro tipo de medio (mototaxi, moto lineal, taxis piratas), para llegar a su destino, o también el cliente, en el peor de los casos puede sentirse frustrado y decidir ya no viajar por el momento, lo que significaría una pérdida de la oportunidad de prestar el servicio para la empresa. Se planea hacer correctivos encaminados a reducir el tiempo de espera de 10 minutos en promedio a máximo 5 minutos en la espera.

El segundo factor está relacionado con la falta de capacitación que tiene el personal tanto choferes como secretaria para atender y brindar un servicio de calidad al cliente con un peso de 24 puntos lo que se considera alto, esto puede generar mala atención al cliente y por ende insatisfacción en la experiencia mientras dura el servicio, se planea contratar programas de capacitación sobre atención y servicio al cliente, así como talleres de relaciones humanas e identidad corporativa.

En tercer lugar, tenemos una demora en el proceso y es aquella que se da mientras el cliente llama a la secretaria para pedir un taxi, la misma que le hace esperar un tiempo de hasta 10 minutos en confirmar la disponibilidad de una unidad. Se plantea que la respuesta debe ser casi inmediata, en este punto no debería existir una demora tan alta, por lo que se debe reducir el tiempo a máximo dos minutos.

Por último, tenemos y no menos importantes, los procesos de transporte de clientes a su destino y el acceso a la información que los clientes deben tener sobre la compañía a la hora de requerir el servicio de taxi, lo que indica que se debería brindar un servicio de calidad durante la prestación misma del traslado del cliente y que se provea de información suficiente en medios de comunicación sobre los contactos y servicios que ofrece la compañía de taxis Pto. Quito S. A.

Hacer

El desarrollo de las actividades anteriormente propuestas debe ejecutarse en el corto plazo de acuerdo con el siguiente cronograma de actividades:

Tabla 12.

Cronograma de actividades

Fecha:	2023	2023	2023	2023	2024	2024
Actividad	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB
Rediseño en el proceso	X					
Presencia en internet y redes sociales (publicidad)	X	X	X	X	X	X
Optimización: reducción en el tiempo de localización del taxi y respuesta al cliente.		X	X	X	X	X
Optimización: Reducción en el tiempo de espera del cliente por el servicio.		X	X	X	X	X
Mejora de la calidad en la atención al cliente		X	X	X	X	X

Capacitación a personal de la compañía.	X			X		
---	---	--	--	---	--	--

Fuente: Elaboración propia

Las actividades urgentes (rojo) serán las que mayor concentración deben tener por parte de la gerencia de la compañía, más sin embargo se planifican todas las demás actividades de forma sintonizada dado que todas son importantes.

Los recursos que se usarán son de carácter humano, materiales y económico, siendo este último un rubro que debe asignarse por parte de la compañía a fin de garantizar la continuidad y ejecución de las actividades propuestas. (anexo1).

Verificar

Luego de implementadas las mejoras continuas al proceso de prestación de servicio de taxis de la compañía Puerto Quito “PTOQUITO S. A”., es importante medir los resultados que se van presentando con el pasar del tiempo, para lo cual se hará uso de los indicadores anteriormente propuestos y esta medición debe plantearse en un periodo trimestral a fin de que si se presentasen fallas o “cuellos de botella” en el proceso se puedan tomar las medidas correctivas.

De igual forma se verificarán la eficiencia en el servicio, la experiencia del cliente en la prestación del servicio y el nivel de satisfacción.

Actuar

En el peor de los casos, si se presentasen novedades luego de la verificación sobre las mejoras ejecutadas en la empresa como resultado de la aplicación del presente proyecto, se plantea como solución viable, la ejecución de medidas correctivas, iniciando un nuevo ciclo de planificar, hacer, verificar y actuar (PHVA).

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

La compañía de taxis Puerto Quito “PTOQUITO S. A”., actualmente cuenta con un proceso de servicio de atención al cliente que poco se ajusta a los criterios teóricos y de calidad propuestos por las teorías administrativas de mejora continua y de optimización.

Con base a la encuesta realizada, se denota que los clientes de la compañía mantienen un nivel de satisfacción medio, se evidencia falta de información sobre contactos de la compañía y poca presencia en medios o redes sociales, así como una percepción de un servicio de mala calidad prestado por los conductores de las unidades de taxi.

El factor crítico para el éxito de la compañía en lo relacionado al proceso de atención al cliente de servicios de taxi está identificado como una demora potencial en la espera de la unidad o taxi por parte del cliente, el mismo que se estima en 10 minutos, tiempo en el cual el usuario puede optar por servicios alternativos (mototaxi, moto lineal, taxi pirata) o en su defecto podría el cliente presentar un cuadro de frustración por la excesiva demora y decidir no tomar el servicio.

Recomendaciones

Es importante que la compañía de taxis Puerto Quito “PTOQUITO S.A”., busque ajustar sus procesos administrativos, de gestión de la calidad y de atención al cliente, a las nuevas tendencias teóricas disponibles, las integre como propias en sus procesos para así generar cambios estructurales en beneficio de sus clientes tanto internos como externos.

La compañía de taxis debe hacer promoción y publicidad, manteniendo alta presencia en páginas web, así como en redes sociales a fin de garantizar al cliente la disponibilidad de información sobre los servicios que oferta y de igual manera sobre los contactos disponibles para que puedan acceder a dichos servicios.

La alta gerencia de la compañía debe implementar el presente proyecto, el mismo que propone un rediseño en el proceso de atención al cliente en el servicio de taxi, de igual forma se deben asignar los recursos y las gestiones necesarias para los procesos de capacitación al personal en temas relacionados a atención al cliente, relaciones humanas e identidad corporativa con el objetivo de mejorar la calidad en la prestación del servicio y así garantizar la satisfacción de los clientes o usuarios en el corto, mediano y largo plazo.

BIBLIOGRAFIA

Bravo, J. (2011). Gestión de Procesos Juan Bravo Carrasco. 331.

Consultores, A. (2013, julio 17). Proceso de Atención al Cliente: Fases y Comportamientos -.
<https://www.aiteco.com/proceso-de-atencion-al-cliente/>

Day, J. (2022, abril 7). Qué es un propagandista: Significado, comportamiento, objetivos, ¿Cómo detectarlos? Liberties.eu. <https://www.liberties.eu/es/stories/propagandista/44143>

Marte, C. (2020, mayo 13). Claves y características de la reingeniería de procesos o BPR.
<https://www.ambit-bst.com/blog/claves-y-características-de-la-reingeniería-de-procesos-o-bpr>

Martins, J. (2022, octubre 22). ¿Qué es el Ciclo Planificar-Hacer-Verificar-Actuar (PHVA)?
[2022] • Asana. <https://asana.com/es/resources/pdca-cycle>

Rodríguez, J. (2021, noviembre 29). ¿Qué es un cliente? Definición e importancia en las empresas. <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-un-cliente>

ANEXOS

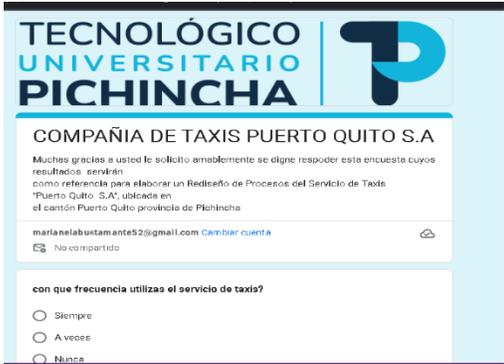
Tabla 13.

Presupuesto

N°	DETALLE	CANTIDAD	V.UNIT	V.TOTAL
1	Rediseño de procesos	1	500	500
2	Publicidad	6	50	300
3	Suministros de oficina	6	30	180
4	Plan de promoción (llaveros a clientes fieles)	100	1.00	100.00
5	Operatividad (Radio)	24	500	11500
6	Capacitación	2	200	400
	TOTAL			12.980

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14.*Encuesta*

ENCUESTA REALIZADA EN GOOGLE FORMS	
	
<p>https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdUiL6dTD8648S-2008H-2UBa7_XNABSEcCupuJzNQWIFmeSQ/viewform?usp=sf_link</p>	

*Fuente: Elaboración propia***Imagen 7.***Integrantes de la compañía**Fuente: Compañía de taxis Puerto Quito “PTOQUITO S.A”*

Imagen 8.

Conductores que brindan el servicio de taxis.



Fuente: Compañía de taxis Puerto Quito "PTOQUITO S.A"

Imagen 9.

Publicidad

COMPAÑÍA DE TAXIS PUERTO QUITO S.A.

La Compañía de Taxis Puerto Quito Pto Quito S.A, cuenta con unidades modernas y conductores profesionales brindando el mejor servicio dentro y fuera de la ciudad.

Seguridad, Confianza y Respeto

Atención las 24 horas

Dir: Calle Pedro Vicente Maldonado y Av 18 de Mayo
0988131837
Taxis Puerto Quito

Fuente: Compañía de taxis Puerto Quito "PTOQUITO S.A"



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

Bustamante Marianela 2 4 TSEPSPQ1 2 Opor

12%

Similitudes

< 1% Texto entre comillas
< 1% similitudes entre comillas
1% Idioma no reconocido

Nombre del documento: Bustamante Marianela 2 4 TSEPSPQ1 2
Opor.docx

ID del documento: 270bcb6bd563a65c7fcd200d1af8f660d36c3f2d2
Tamaño del documento original: 2,78 MB

Depositante: Evelyn Cadena

Fecha de depósito: 13/9/2023

Tipo de carga: interface

fecha de fin de análisis: 13/9/2023

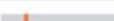
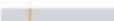
Número de palabras: 11.748

Número de caracteres: 75.980

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 www.ambio-bst.com Claves y características de la reingeniería de procesos o BPR http://www.ambio-bst.com/blog/Claves-y-caracteristicas-de-la-reingenieria-de-procesos-o-bpr/ ... 6 Fuentes similares	4%		Palabras idénticas: 4% (145 palabras)
2	 docs.google.com COMPAÑIA DE TAXI PUERTO QUITO S.A. https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQL5Uj8t8D88485-2008H-2U8u7_9WABSEiCupqN0W...	3%		Palabras idénticas: 3% (372 palabras)
3	 heli.handle.net Sección de calidad y reingeniería en la Mype <i>heli handle</i> <i>planaderia...</i> https://heli.handle.net/30013001300202319	2%		Palabras idénticas: 2% (237 palabras)
4	 asama.com ¿Qué es el Ciclo Planificar-Planear-Identificar-Actualizar (PPWAP) [2022] - Asama https://asama.com/recursos/planificacion-y-actualizacion-del-ciclo-ppwap-ha-actualizado-por-primera-vez-2022/ ...	1%		Palabras idénticas: 1% (163 palabras)
5	 www.asamed.net GESTIÓN DE CUENTE http://www.asamed.net/fotos-gratis/2009/000/GESTION-DE-CUENTE.html ... 5 Fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (63 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 repositorio.uspe.edu.ec Creación de una empresa de servicios de transporte eje... http://repositorio.uspe.edu.ec/handle/2000/12256/7/EJFE-022023.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (19 palabras)
2	 repositorio.uspe.edu.ec Calidad de servicio para mejorar la satisfacción del clien... http://repositorio.uspe.edu.ec/handle/2000/12256/7/EJFE-TAE-2019-0106.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (20 palabras)
3	 repositorio.ut.edu.ec LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y SU INCIDENCIA EN LA E... http://repositorio.ut.edu.ec/handle/123456789/103/1/1	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (13 palabras)
4	 blog.hubspot.es ¿Qué es un cliente? Definición e importancia en las empresas https://blog.hubspot.es/que-es-un-cliente	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (15 palabras)
5	 es.scribd.com Un Servicio Es Un Conjunto de Actividades Que Buscan Satisfacer ... https://es.scribd.com/doc/406612817/11/Un-servicio-es-un-conjunto-de-actividades-que-busc...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (14 palabras)

Fuente mencionada (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes:

-  <https://asama.com/es/recursos/ppca-cycle>