

ORIGINAL

## Servqual model and statistical analysis to improve the quality of service and its profitability in the Riotec Empress company, in the city of Riobamba, Ecuador

### Modelo Servqual y análisis estadístico para mejorar la calidad del servicio, su rentabilidad en la compañía Riotec Empress, de la ciudad de Riobamba Ecuador.

Yolanda Patricia Moncayo Sánchez<sup>1</sup>  , Marco Antonio Gavilanes Sagñay<sup>1</sup>  , Ángel Gerardo Castelo Salazar<sup>1</sup>  , Stalin Efrén Arguello Erazo<sup>1</sup>  

<sup>1</sup>Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas Riobamba. Ecuador.

**Citar como:** Moncayo Sánchez YP, Gavilanes Sagñay MA, Castelo Salazar Ángel G, Arguello Erazo SE. Servqual model and statistical analysis to improve the quality of service and its profitability in the Riotec Empress company, in the city of Riobamba, Ecuador. Salud, Ciencia y Tecnología - Serie de Conferencias. 2025; 4:1501. <https://doi.org/10.56294/sctconf20251501>

Enviado: 11-08-2024

Revisado: 17-12-2024

Aceptado: 23-02-2025

Publicado: 24-02-2025

Editor: Prof. Dr. William Castillo-González 

Autor para la correspondencia: Yolanda Patricia Moncayo Sánchez 

#### ABSTRACT

The purpose of this research is to design a service model aimed at improving the quality of care in COMPAÑÍA RIOTEC EMPRESS S.A., located in the city of Riobamba, province of Chimborazo. The research began with a scientific foundation that allows us to argue from various perspectives that the quality of the service offered to customers is essential for any company. This study adopts a mixed approach, combining qualitative methods for data collection and quantitative methods for statistical analysis, using the SERVQUAL model, with a sample of 383 people to collect direct information. The research is classified as descriptive and explanatory, with a non-experimental design, since it does not seek to manipulate the object of study, but rather to analyze the relevant variables, identify failures and propose solutions. The type of study is field and also includes a documentary bibliographic review, considering that it is one of the many taxi companies in Riobamba. The new service model seeks to focus on improving aspects such as reliability, responsiveness, security, empathy and tangible elements, and strategies were developed such as employee training, update meetings to reduce errors and 24-hour customer service. It is recommended to implement the proposed plan to improve the service and attract more customers and retain existing customers.

**Keywords:** Service; Quality; Economic Profitability; Research; Security.

#### RESUMEN

La presente investigación tiene como propósito el diseño de un modelo de servicios orientado a mejorar la calidad de atención en la COMPAÑÍA RIOTEC EMPRESS S.A., ubicada en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. La investigación se inició con un fundamento científico que permite argumentar desde diversas perspectivas que la calidad del servicio ofrecido a los clientes es esencial para cualquier empresa. Este estudio adopta un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos para la recolección de información y cuantitativos para el análisis estadístico, utilizando el modelo SERVQUAL, con una muestra de 383 personas para recopilar información directa. La investigación se clasifica como descriptiva y explicativa, con un diseño no experimental, ya que no se busca manipular el objeto de estudio, sino analizar las variables relevantes, identificar fallas y proponer soluciones. El tipo de estudio es de campo y también incluye revisión bibliográfica documental, considerando que es una de las muchas compañías de taxi en Riobamba. El nuevo modelo de servicio busca que se centra en mejorar aspectos como la fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles, y se desarrollaron estrategias como la capacitación de los empleados, reuniones de actualización para reducir errores y atención al cliente las 24 horas. Se recomienda

implementar el plan propuesto para mejorar el servicio y atraer a más clientes y retener a los clientes existentes.

**Palabras clave:** Servicio; Calidad; Investigación de Rentabilidad Económica; Seguridad.

## INTRODUCCIÓN

En el contexto actual, la calidad se ha convertido en un factor clave para las empresas, especialmente en el sector de servicios. Para consolidarse en el mercado y obtener una ventaja competitiva, las empresas deben ofrecer productos y servicios de alta calidad. Los consumidores son cada vez más exigentes y buscan cumplir con sus expectativas, lo que lleva a las empresas a enfocar sus esfuerzos en definir claramente lo que desean y el valor que ofrecen.

Brindar un servicio de calidad es un desafío cuando se busca generar confianza en los clientes. Por lo tanto, es fundamental medir la calidad, no solo estableciendo políticas claras y detectando problemas, sino también evaluando la brecha entre las expectativas del cliente y los beneficios que reciben. La satisfacción del cliente se puede medir desde diferentes ángulos, y la fidelización se logra ofreciendo un servicio competitivo. Las empresas que proporcionan un servicio integral al cliente son aquellas que comprenden, conectan y superan las expectativas de los mismos.

Este estudio propone diseñar un modelo que mejore la calidad del servicio en la COMPAÑÍA RIOTEC EMPRESS S.A. de Riobamba, la cual ofrece servicios de encomiendas, transporte de medicinas, licores y alimentos, con atención las 24 horas. Es esencial continuar asegurando la opinión del cliente sobre los servicios ofrecidos, y la herramienta SERVQUAL es una excelente opción para ello. Se alienta a las organizaciones a implementar herramientas de gestión y seguimiento como encuestas SERVQUAL para prevenir problemas de calidad y mejorar el servicio. Los resultados obtenidos servirán como guía para implementar acciones correctivas en cada área operativa con el fin de satisfacer las necesidades del cliente (Aiteco, 2016)

## Antecedentes Históricos

Las empresas deben revisar constantemente cómo son percibidos sus productos o servicios por parte de los clientes. La herramienta SERVQUAL fue desarrollada por Parasuraman y sus colaboradores en 1988 para medir la calidad del servicio. Desde entonces, se han llevado a cabo estudios en diversos tipos de servicios utilizando este modelo, y se ha estandarizado en el ámbito sanitario como herramienta de evaluación de la actividad clínica. Los resultados obtenidos ayudan a implementar proyectos de mejora en cada área operativa para satisfacer las necesidades de los clientes (Cañón y Rodríguez, 2016).

## Problemática

Es fundamental resaltar que la calidad del servicio constituye un elemento crítico para la supervivencia de cualquier entidad empresarial, dado que está intrínsecamente vinculada a la satisfacción del cliente. Un incremento en la satisfacción del cliente se traduce, generalmente, en un aumento de los ingresos y en una mayor participación en el mercado (Tituaña, 2015). El presente estudio tiene como propósito determinar la percepción de los clientes respecto a “RIOTEC EMPRESS S.A.”, así como las expectativas que estos tienen hacia la empresa, la cual se inserta en un contexto competitivo de servicios de taxi en la ciudad de Riobamba.

Se ha observado una deficiencia en la calidad del servicio proporcionado, lo que ha conducido a la insatisfacción de los clientes y, en consecuencia, a una disminución de la lealtad hacia la empresa. Esta situación se ha manifestado en una reducción notable en la cantidad de solicitudes de servicio. Mediante la aplicación del modelo SERVQUAL, se han identificado los principales inconvenientes que afectan la calidad del servicio ofrecido por “RIOTEC EMPRESS S.A.”. El análisis ha revelado factores recurrentes que los clientes consideran insatisfactorios, lo que permitirá al gerente general implementar las medidas correctivas pertinentes (Bastidas, 2018).

Entre los problemas que impactan en la calidad del servicio se destacan la falta de experiencia del personal, la ausencia de estrategias efectivas de atención al cliente, la insuficiente capacitación, largas jornadas laborales y el deterioro de las unidades de transporte. Adicionalmente, es relevante considerar que la competencia ha alcanzado un nivel técnico superior, donde los clientes no solo valoran la calidad del producto, sino que también prestan atención a la marca y a cómo se satisfacen sus emociones y necesidades.

En el contexto actual, los avances tecnológicos han promovido nuevas promociones, y la empresa debe cumplir con diversas obligaciones legales, incluyendo la actualización de sus responsabilidades tributarias ante el Servicio de Impuestos Internos, obligaciones laborales con el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y el Ministerio de Trabajo, así como la obtención de los permisos de funcionamiento necesarios. Sin embargo,

frecuentemente se descuida el enfoque de gestión, el cual es fundamental para el éxito empresarial (Salcedo, 2016).

El objetivo general de este estudio es diseñar un modelo orientado a la mejora de la calidad del servicio en la “COMPAÑÍA RIOTEC EMPRESS S.A.” de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo.

## MÉTODO

El enfoque del presente estudio es de tipo mixto, es decir cualitativo por la recolección información necesaria para este estudio; y a la vez cuantitativo, debido al análisis estadístico que se obtendrá a partir del modelo Servqual, debido a la temática a desarrollarse y con la finalidad de dar cumplimiento a lo planteado, para este estudio, es necesario optar por el desarrollo de un estudio de nivel descriptivo y explicativo, el diseño del presente estudio es no experimental, ya que con el desarrollo del mismo no se pretende manipular de forma directa sobre el objeto de estudio, sino que únicamente se analizará las variables de estudio, se detectará las fallas y se dará una propuesta de solución, el desarrollo investigativo que se plantea, es necesario que se desarrolle un tipo de estudio de campo y a la vez bibliográfico documental. Para el desarrollo de este estudio, se emplea una metodología inductiva deductiva, esto debido a que, “el método inductivo utiliza premisas particulares para llegar a una conclusión general, y el método deductivo usa principios generales para llegar a una conclusión específica” (Arrieta, 2017), la técnica a utilizarse para este estudio, será la encuesta, la misma que acogerá como instrumento a un cuestionario de preguntas cerradas, destinados a los usuarios de la compañía “RIOTEC EMPRESS S.A.” de la ciudad de Riobamba, y fundamentado en el modelo Servqual, para la recolección de datos se emplea el modelo de encuesta SERVQUAL, mismo que cuenta con 22 preguntas divididas en 5 dimensiones, mismas que se orientan a la percepción de los usuarios con respecto a la calidad del servicio otorgado por la cooperativa de Taxis.

## VARIABLES

Variable Independiente: calidad del servicio.

Variable Dependiente: rentabilidad de la compañía Riotec Empress.

## RESULTADOS

### Población

La población de estudio está conformada por lo clientes que hacen uso del servicio que presenta esta compañía de taxis; por lo cual, al prestar sus servicios en la ciudad de Riobamba, este estudio acoge como población, a la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba; la cual según el INEC (2010), consta de 90 801 personas en total.

Se aplicó un total de 383 encuestas.

Elementos tangibles: esta dimensión trata sobre todo lo relacionado con la apariencia que registra las instalaciones físicas, equipos, empleados y materiales de comunicación.

Tabla 1. Elementos Tangibles de la encuesta

N.º	Preguntas de Dimensión de elementos tangibles	1	2	3	4	5
1	La compañía tiene vehículos de apariencia moderna	21	106	231	21	4
2	La publicidad es visualmente atractiva	196	43	47	80	17
3	Las instalaciones físicas son atractivas, cuidadas y aptas para brindar un buen servicio.	31	60	29	78	185
Nº2	Preguntas de Dimensión fiabilidad	1	2	3	4	5
4	El servicio responde a lo que usted esperaba, usted obtiene el servicio que esperaba	12	32	159	98	82
5	Cuando el empleado de servicios promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple	1	19	31	87	245
6	Cuando un cliente tiene un problema el empleado muestra un sincero interés en solucionarlo	48	12	32	223	68
7	El empleado realiza bien el servicio la primera vez	0	23	69	102	189
Nº 3	Preguntas de Dimensión de capacidad de respuesta	1	2	3	4	5
8	El tiempo de llegada del vehículo fue inmediato	0	0	6	56	321
9	Disponibilidad de taxis para satisfacer las necesidades			25	47	311
10	Si necesitó resolver algunas dudas se le atendió en un tiempo adecuado	89	67	0	187	40
Nº 4	Preguntas de Dimensión de seguridad	1	2	3	4	5
11	El comportamiento de los empleados le inspira confianza y seguridad	20	0	201	69	93

12	Los empleados demuestran igualdad para todos sus clientes	89	281	12	1	0
N.º 5	Preguntas de Dimensión empatía	1	2	3	4	5
13	Recibió atención personalizada	0	0	18	98	267
14	Los empleados muestran amabilidad y buen trato	0	0	1	78	304
15	Los miembros de la compañía siempre se preocupan por los intereses de los clientes	32	235	11	42	67
16	Ofrecen servicio las 24 horas	0	365	0	18	0
17	El empleado entiende las necesidades específicas del cliente y brinda cobertura	56	6	0	0	321

Fuente: resultados obtenidos de la encuesta SERVQUAL aplicada a los usuarios de la cooperativa RIOTEC EXPRESS

### Hallazgos

De acuerdo con lo presentado, el 60,31 % de los encuestados calificaron los elementos tangibles con un nivel 3, lo que indica la necesidad de implementar más medidas de modernización en sus unidades para ofrecer un servicio competitivo y actualizado. Se ha identificado que la publicidad representa una de sus principales limitaciones; por lo tanto, es fundamental aprovechar adecuadamente las redes sociales para dar a conocer los servicios disponibles. Las instalaciones son atractivas y adecuadas para el desarrollo de sus actividades.

En cuanto a la dimensión de fiabilidad, los usuarios no están completamente satisfechos con el trato recibido, lo que sugiere la necesidad de planificar capacitaciones y acciones que aborden los problemas señalados por los clientes. Sin embargo, una de las fortalezas de la empresa es que el servicio que brindan los empleados es generalmente bien recibido.

Los clientes esperan recibir un servicio de alta calidad, y cuando un empleado se compromete a algo, se esfuerza al máximo por cumplirlo en beneficio de los usuarios. Además, hay una clara expectativa de que los servicios ofrecidos sean los mejores en todos los aspectos.

Respecto a la capacidad de respuesta, se señala que el servicio de taxi es rápido. Una oportunidad de diferenciación para la empresa es conseguir una alta calificación en este aspecto. El servicio genera confianza y seguridad, aunque existe una percepción de atención equitativa hacia todos los clientes. No obstante, es necesario realizar mejoras en los procesos de atención al usuario.

La atención se percibe como un servicio personalizado, diseñado para satisfacer las necesidades de los clientes y ofrecer una mayor cobertura. La atención brindada se caracteriza por la amabilidad y el buen trato, lo que refleja un genuino interés por el bienestar de los clientes.

### DISCUSIÓN

Tabla 2. Estrategias DAFO

FORTALEZAS (F)		DEBILIDADES (D)
	1-Atención personalizada	1-Nivel de capacitación bajo
	2-Ubicación estratégica	2-Baja modernidad en las unidades
	3-Profesionales en el manejo de las unidades	3-No se desarrollan estrategias para atención al cliente
	4-Precio justo	
	5-Servicio confiable	
OPORTUNIDADES (O)	ESTRATEGIAS F.O.	ESTRATEGIAS D.O.
1-Lugar estratégico	(F1-O3): plan de manejo de redes sociales con atención ágil y personalizada.	(D1-O2): plan de capacitación para mejorar la atención e impulsar demanda.
2-Creciente demanda	(F2-O2): difundir su ubicación para promover una profunda demanda	(D2-O4): renovar las unidades y mantenerlas limpias con un buen sistema de video vigilancia
3-Uso de herramientas de Comunicación	(F3-O3): hacer mención de los profesionales que laboran en la compañía	(D3-O1): planificar estrategias de atención al cliente.
4-Sistema integrado de cámaras de video vigilancia.	(F5-O4): el servicio confiable mediante el sistema integrado de cámaras de video vigilancia	
5-Nivel de accesibilidad		
AMENAZAS (A)	ESTRATEGIAS F.A.	ESTRATEGIAS D.A.

1-Desastres naturales	(F2-A1): plan de evacuación aprovechando el lugar Estratégico	(D1-A1): capacitación ante posibles desastres naturales
2-Confinamiento	(F4-A4): evaluación de los precios para los usuarios	(D3-A3): plan para identificar las medidas de bioseguridad actuales
3-Medidas de restricción	(F5-A3): ofrecer un servicio confiable y con medidas de bioseguridad con medidas de restricción	(D2-A2): adaptar las unidades a las medidas actuales para protección y bienestar de los usuarios.

Tabla 3. Estrategias de mejora

Dimensiones	Estrategia	Temática	Responsables
Fiabilidad	Buen servicio y confiabilidad	Atención al cliente Respeto a las señales de tránsito Mecánica básica primeros auxilios	Coach externo Agente de tránsito Ing. Mecánico Sebastián Loor Representante de la Cruz Roja
	Actualización de información	Reglamentos actuales Presupuesto mensual para las actividades de la cooperativa Informe de gestión Proyectos de mejora	Miembros del directorio
Capacidad de respuesta	Atención extendida 24 horarios	Extensión de horarios	Consejo de vigilancia
	Disponibilidad de taxis para satisfacer las necesidades	Realizar una correcta revisión de la cantidad de las unidades	
Seguridad	Mecanismos de seguridad	Seguridad	Choferes, consejo de vigilancia
	Implementación de medidas de bioseguridad	Cuidado a los usuarios	
Empatía	Precio justo, atención personalizada	Precio justo Atención personalizada	Choferes, consejo de vigilancia
Elementos tangibles	Instalaciones adecuadas	Buen estado de las instalaciones	Choferes, consejo de vigilancia

Se trabaja para mitigar los problemas se debe trabajar en el desarrollo de aplicaciones que ayuden a promocionar a la empresa, además, la baja modernidad en las unidades con estrategias de atención al cliente. Confortando con una atención personalizada, ubicación estratégica y el precio justo. En las amenazas se mitigan a través de la explotación de las oportunidades, crece la demanda, uso de herramientas para ayudar a la expansión de la empresa.

Conforme a lo revisado en el análisis DAFO, se puede mejorar la calidad del servicio de la Compañía “RIOTEC EMPRESS S.A

### Desarrollo de la propuesta

La literatura más reciente continúa explorando la aplicabilidad del modelo SERVQUAL en un mundo cada vez más digital, así como su relación con otras variables como la lealtad del cliente y la satisfacción.

También se han realizado estudios sobre cómo las crisis, como la pandemia de COVID-19, han impactado la percepción de la calidad del servicio y han llevado a la necesidad de ajustar los modelos existentes.

Por estos motivos se consideró los aspectos relevantes y las variables de la investigación, definiendo la importancia para sobresalir en la industria de servicios, apoyados en el modelo SERVQUAL, con la utilización de talleres y planes de capacitación para superar las debilidades. amenazas, encontradas en el diagnóstico; así como también se debe considerar las oportunidades del entorno y lograr el desarrollo de la compañía de taxis RIOTEC EMPRESS S.A, permitiendo mejorar la calidad y satisfacción del cliente; puesto que la propuesta aborda 5 áreas fundamentales del modelo SERVQUAL como son: son: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, elementos tangibles, por lo que permitirá a la compañía de taxis Riotec Empress S.A. constituirse en uno de los primeros lugares, incrementando popularidad e ingresos lo que beneficia a los socios de la cooperativa RIOTEC EMPRESS S.A.

Tabla 4. Dimensión Fiabilidad

No.1	Estrategia: Buen servicio y confiabilidad					
Táctica:	Capacitación para los taxistas					
Objetivo:	El objetivo de esta formación es orientar a todos los conductores asociados al servicio de taxi, a incorporar procedimientos estandarizados para mejorar la calidad de su servicio como medio de desarrollo personal y económico, para estar preparado en cualquier circunstancia, mejorando la reputación de la empresa.					
Temática	Actividad	Duración	Frecuencia	Capacitador	Recursos	Presupuesto
Atención al cliente	Técnicas para brindar atención inclusiva Establecer cadena de valor de la empresa. Estrategias de escucha active	2 horas	Trimestral	Coach externo Ing. Andrea Carrasco	Recursos Audi-visuales Proyector Computadora	\$250
Respeto a las señales de tránsito	Educación vial Guía de Prevención y Comportamiento ante un accidente de tráfico Respeto a los peatones Análisis de las señales de tránsito	3 horas	Semestral	Agente de tránsito	Pictogramas Computador Presentación en power point	\$200
Mecánica básica	Rutina de revisión diaria a las unidades Cambiar neumáticos Revisar los frenos Pasar Corriente	3 horas	Semestral	Ing. Mecánico Sebastián Loor	Casos prácticos con vehículo Folletos	\$300
Primeros auxilios	Definir que son los primeros auxilios Actividades que tiene que actuar una situación de riesgo Botiquín y guía de primeros auxilios	3 horas	Semestral	Representante de la Cruz Roja	Medio digitales Guías de primeros auxilios Recursos a través de videos en YouTube	\$400
Total, presupuesto						\$ 1150
No 2	Estrategia Actualización de información					
Táctica:	Reuniones para actualizarse e informarse de las acciones a seguir					
Objetivo:	Planificar de forma estratégica las acciones a seguir para estar a la vanguardia de la institución y cumplir los reglamentos vigentes.					
Temática	Actividad	Duración	Frecuencia	Capacitador	Recursos	Presupuesto
Reglamentos actuales	Análisis de la ley de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial Informe de nuevos precios de combustible Aspectos de reglamento interno	30 minutos	Mensual	Miembros del directorio	Ley de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial Material gráfico	60,00

Presupuesto mensual para las actividades de la cooperativa	Cuotas mensuales Acciones a seguir en caso de mora.	1 hora	Mensual	Miembros del directorio	Reportes Estados de cuenta Informes Hojas, esferos, cuadernos.	100,00
Informe de gestión	Informe de ingresos y gastos Transparencia en todas las gestiones realizadas.	1 hora y 30 minutos	Trimestral	Miembros del directorio	Reportes Estados de cuenta Informes Hojas, esferos, cuadernos.	50,00
Proyectos de mejora	Revisión de la infraestructura de la sede de la cooperativa Recursos de proyectos de mejora	1 hora	Trimestral	Miembros del directorio	Material Gráfico Proyectos Materiales de financiación	50,00
Táctica:	Estrategia de Disponibilidad de taxis para satisfacer las necesidades Flota de taxis oportuna para satisfacer las necesidades					
Objetivo:	Contar con la cantidad necesaria de vehículos para atender las necesidades de la demanda actual					
Acciones	Actividad	Frecuencia	Presupuesto	Recursos	Anexo	
Realizar una correcta revisión de la cantidad de las unidades	Revisión de las unidades y analizar el abasto para los sectores que cubre dicha ruta	Planificación Semestral	\$400	Humanos Transporte		
No 3	Estrategia de Escucha activa					
Táctica:	Fomentar la escucha activa hacia los usuarios					
Objetivo:	Demostrar interés por los usuarios, con un servicio personalizado de la cooperativa Riotec Empress S.A.					
Acciones	Actividad	Frecuencia	Recursos	Anexo		
Escucha active	Amabilidad e interés en sus opiniones. No llevar la contraria No tratar temas objetos de discusión, como religión, política, status social, entre otros. Evita juzgar Interrumpir solo cuando sea imprescindible. Evitar distracciones	Diaria	Recursos humanos, chofer			

Evitar prejuicios	Demostrar humildad Comprométete a Diario cambiar Igualdad Evitar la complejidad	Recursos humanos, chofer	
-------------------	--	-----------------------------	--

Matriz de seguimiento

Tabla 5. Matriz de seguimiento				
Fiabilidad	Buen servicio y confiabilidad Actualización de información	Encuestas sobre calidad del servicio a usuarios Test de capacitación para choferes (Resultados alcanzados *100) / (resultados previstos)		Recursos humanos Consejo de vigilancia
Capacidad de respuesta	Atención extendida 24 horarios Disponibilidad de taxis para satisfacer las necesidades	Solicitudes de servicio por radio taxi (Número de consultas en 24 horas * 100) / (Clientes atendidos en un periodo determinado)	Informe semanal de dirección central	Consejo de vigilancia Gerencia
Seguridad	Mecanismos de seguridad Implementación de medidas de bioseguridad	Verificación mediante check list de las medidas de bioseguridad, cámaras y GPS. Número de parámetros incumplidos / Número de parámetros totales	Informe semanal de dirección central	Gerencia y socios
Empatía	Precio justo, atención personalizada Escucha activa	Valor a pagar mediante el taxímetro Cumplimiento a la ley Costo fijo + costo de servicio= costo total (Número de valoraciones positivas) / (Total de valoraciones obtenidas) = índice de satisfacción del cliente		Recursos humanos Consejo de vigilancia
Elementos tangibles	Instalaciones adecuadas Unidades modernas	Satisfacción de atención al cliente = (número de clientes satisfechos) / (número de encuestados*100)		Consejo de vigilancia

**Presupuesto anual**

Tabla 6. Presupuesto				
Atención al cliente	Capacitación	Trimestral	62,50	\$250
Respeto a las señales de tránsito	Educación vial	Semestral	100	\$200
	Guía de Prevención y Comportamiento ante un accidente de tráfico.			
	Respeto a los peatones			
	Análisis de las señales de tránsito			
Mecánica básica	Rutina de revisión diaria a las unidades.	Semestral	150	\$300
	Cambiar neumáticos.			
	Revisar los frenos.			
	Pasar corriente			
Primeros auxilios	Definir que son los primeros auxilios.	Semestral	200	\$400
	Actividades que tiene que actuar en una situación de riesgo.			
	Botiquín y guía de primeros auxilios.			
Actualización de información	Reuniones para actualizarse e informarse de las acciones a seguir	Semestral	130	\$260
Atención extendida 24 horas	Inmediatez de respuesta	Mensual	10	\$120
Disponibilidad de taxis para satisfacer las necesidades	Flota de taxis oportuna para satisfacer las necesidades	Semestral	200	\$400
Mecanismos de seguridad	Incorporación de GPS, cámaras en todas las unidades	Anual	1500	\$1500
Implementación de medidas de bioseguridad	Aplicar las medidas de bioseguridad para brindar un servicio de calidad	Diario	20,83	\$250
Precio justo, atención personalizada	Garantizar un trato de calidad para toda la ciudadanía	Diaria		\$300
Instalaciones adecuadas	Buena infraestructura	Semestral	200	\$400
	Amplio parqueadero			
	Imagen profesional y sólida ante el mercado			
	Instalaciones limpias			
Unidades modernas	Unidades adecuadas para una buena atención	Semestral	350	\$700
	Unidades pintadas de forma correcta			
	Limpieza en las unidades			
	Total			\$5080

Se propone además implementar los siguiente en la Cooperativa RIOTEC EMPRESS S.A, para mejorar su servicio y calidad, calidez.

**Misión**

La Cooperativa RIOTEC EMPRESS S.A. trabaja eficazmente para brindar un servicio de seguro, confiable y exclusivo a través de prácticas que contribuyen a la satisfacción de nuestros clientes.

**Visión**

Ser una empresa líder en el servicio de transportación buscando satisfacción en los clientes.

**Políticas**

- Compromiso con propuesta de valor
- Planificar la operatividad de la empresa
- Políticas de calidad
- Fortalecimiento de la gestión institucional
- Vehículos seguros
- Principios de confidencialidad, integridad y disponibilidad

**Valores**

- Servicio al cliente
- Honestidad
- Paciencia
- Gratitud

## CONCLUSIONES

La revisión de la literatura ha puesto de manifiesto la importancia del modelo SERVQUAL en el ámbito de la prestación de servicios, subrayando que los servicios son atributos intangibles que satisfacen las necesidades de los clientes y que el servicio al cliente resulta crucial para diferenciar a las organizaciones en un mercado competitivo. Para comprender mejor la situación actual de la empresa, se llevó a cabo un diagnóstico utilizando un cuestionario validado SERVQUAL, revelando que el 60,31 % de los encuestados calificó los elementos tangibles con un 3, lo que señala una clara necesidad de modernización en las unidades para ofrecer un servicio más eficiente y contemporáneo. Asimismo, se evaluaron las competencias de la empresa en su atención al cliente y se identificaron áreas de mejora. En respuesta a estos hallazgos, la propuesta de un nuevo modelo busca elevar la calidad del servicio a través de las cinco dimensiones de SERVQUAL: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. Se han desarrollado estrategias orientadas a reducir errores y a capitalizar las oportunidades del entorno, con el objetivo de incrementar la preferencia y fidelización hacia las unidades de Taxis RIOTEC EMPRESS

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Aiteco.El Modelo SERVQUAL de Calidad de Servi. (2016). Disponible en: <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>
2. Arias y Vega. Experiencias integradoras que promueven la autonomía de aprendizajes usando las TIC (2016). Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/310/31048482008.pdf>
3. Armas (2019). Disponible en: <https://conceptodefinicion.de/servicio/>
4. Arrieta. Método inductivo y deductivo. (2017) Disponible en: <https://www.diferenciador.com/diferencia-entre-metodo-inductivo-y-deductivo/#:~:text=Tanto%20el%20m%C3%A9todo%20inductivo%20como,en%20la%20producci%C3%B3n%20de%20conocimiento.>
5. Bastidas. La estructura organizacional y su relación con la calidad de servicio en centros de educación inicial. Tesis Maestría, UASB. (2018) Disponible en: <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6233/1/T2664-MAE-Bastidas-La%20estructura.pdf>
6. Bernald. Ejemplos de justificación teórica, práctica y metodológica (2017). Disponible en: <https://www.soloejemplos.com/ejemplos-de-justificacion-teorica-practica-y-metodologica/#:~:text=La%20justificaci%C3%B3n%20te%C3%B3rica%20se%20hace,las%20soluciones%20de%20un%20modelo.>
7. Branson. Factores que influyen en el servicio al cliente (2019) Disponible en: <https://www.questionpro.com/es/servicio-al-cliente.html>
8. Cañón y Rodríguez. Importancia de la utilización del modelo SERVQUAL a partir de una revisión sistemática (2016). Disponible en: <https://repositorio.fucsalud.edu.co/bitstream/handle/001/669/REDI-FDA-2018-1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
9. Castaño y Valencia. El papel del transporte en el desarrollo de la actividad turística: un análisis bibliométrico (2016). Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/3477/347753774008.pdf>
10. Clerici y Fernández. Herramienta para la evaluación de calidad de datos. Informe final de Proyecto de Grado. Universidad de la República Montevideo, Montevideo, Uruguay (2019) Obtenido de <https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/bitstream/20.500.12008/20268/1/tg-clericifernandez.pdf>
11. Colomo. Aplicación del modelo SERVQUAL para determinar la satisfacción del cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Indígena SAC, Sucursal Riobamba. Trabajo de titulación, ESPOCH. (2019) Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/11149/1/42T00496.pdf>
12. Contreras. Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt - Chile. (2019) Disponible en: [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-33052019000400668](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-33052019000400668)
13. Corrales. Servicio al cliente: ¿qué es y por qué es un pilar de las empresas exitosas? (2019). Disponible en: <https://rockcontent.com/es/blog/servicio-al-cliente/>

14. Defensoría del Pueblo. Ley Orgánica de defensa del Consumidor. Ley N° 2000-21. Ecuador (2000). Obtenido de <https://www.dpe.gob.ec/wpcontent/dpetransparencia2012/literala/BaseLegalQueRigeLaInstitucion/LeyOrganicadelConsumidor.pdf>
15. Díaz. Modelos de medición de la calidad del servicio; propuesta de implementación en establecimientos militares- Colombia (2018). Obtenido de <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/18555/DiazBedoyaPedroJose2018.pdf;jsessionid=22E72E5538D9090C3EFBA9CD1431FBE7?sequence=4>
16. García y Romero. Medición de la calidad en el servicio, como estrategia para la competitividad en las organizaciones. [Internet] 2016.
17. Grönroos. Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition. John Wiley y Sons. Incluye conceptos sobre la calidad del servicio y su gestión, complementando el modelo SERVQUAL (2007).
18. Nishisawa. Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa (2014). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>
19. Núñez y Juárez. Análisis comparativo de modelos de evaluación de calidad en el servicio a partir de sus dimensiones y su relación con la satisfacción del cliente (2018). Disponible en: [https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/02/art4\\_.pdf](https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/02/art4_.pdf)
20. Parasuraman. SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. (1988) Journal of Retailing, 64(1), 12-40
21. Quijano (2021). ¿Cómo lograr la satisfacción del cliente? Obtenido de <https://victorquijano.com/cursos-de-capacitacion/como-lograr-la-satisfaccion-delcliente/>
22. Rodríguez y Perez. Metodología científicos de indagación y construcción del conocimiento. (2017). (82), 1-26.
23. Rogel, J. (2018). La calidad del Servicio y Satisfacción del Cliente; Binomio clave en Agencias de viajes Ecuador. Universidad Central del Ecuador.
24. Rojas. La calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. (2020) Revista Información Tecnológica, 31(4).
25. Ruiz. Un modelo de transporte para el gran Santo Domingo (2016). Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/870/87046120005.pdf>
26. Zeithaml y Bitner. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. McGraw-Hill. Este libro ofrece una visión integral del marketing de servicios y el papel del SERVQUAL en la gestión de la calidad. (2003)
27. Zeithaml. Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations. The Free Press. Un libro fundamental que profundiza en la calidad del servicio y el modelo SERVQUAL. (1990)

## FINANCIACIÓN

Escuela Superior politécnica de Chimborazo Riobamba-Ecuador y Universidad Central de Quito.

## CONFLICTO DE INTERESES

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses.

## CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA

*Conceptualización:* Yolanda Patricia Moncayo Sánchez, Ángel Gerardo Castelo Salazar.

*Curación de datos:* Yolanda Patricia Moncayo Sánchez, Marco Antonio Gavilanes Sagñay, Stalin Efrén Arguello Erazo.

*Análisis formal:* Yolanda Patricia Moncayo Sánchez, Ángel Gerardo Castelo Salazar Stalin Efrén Arguello Erazo.

*Investigación:* Yolanda Patricia Moncayo Sánchez, Marco Antonio Gavilanes Sagñay.

*Metodología:* Yolanda Patricia Moncayo Sánchez, Ángel Gerardo Castelo Salazar Stalin Efrén Arguello Erazo.

*Administración del proyecto:* Yolanda Patricia Moncayo Sánchez.

*Supervisión:* Yolanda Patricia Moncayo Sánchez, Ángel Gerardo Castelo Salazar Stalin Efrén Arguello Erazo.

*Validación:* Yolanda Patricia Moncayo Sánchez, Marco Antonio Gavilanes Sagñay.

*Redacción - borrador original:* Yolanda Patricia Moncayo Sánchez, Ángel Gerardo Castelo Salazar Stalin Efrén Arguello Erazo.

*Redacción - revisión y edición:* Yolanda Patricia Moncayo Sánchez, Ángel Gerardo Castelo Salazar Stalin Efrén Arguello Erazo.