



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA  
Y HOTELERA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y  
HOTELERA**

**TEMA: CALIDAD DEL SERVICIO DE TRANSPORTE TERRESTRE  
EN EL AEROPUERTO DE QUITO.**

**AUTORAS: ANDRANGO GUANOQUIZA, JOHANA ELIZABETH  
LUNA SIMBAÑA, LORENA MIREYA**

**DIRECTORA: MSC. ÁLVAREZ GABRIELA**

**SANGOLQUI**

2017



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y  
HOTELERA**

**CERTIFICACIÓN**

Certifico que el trabajo de titulación, **“CALIDAD DEL SERVICIO DE TRANSPORTE TERRESTRE EN EL AEROPUERTO DE QUITO”** realizado por las señoritas **ANDRANGO GUANOQUIZA JOHANA ELIZABETH** y **LUNA SIMBAÑA LORENA MIREYA**, ha sido revisado en su totalidad, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar a las señoritas **ANDRANGO GUANOQUIZA JOHANA ELIZABETH** y **LUNA SIMBAÑA LORENA MIREYA** para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 16 de diciembre del 2017.

M.s.c. Álvarez Calupiña Gabriela

DIRECTORA



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y**

**HOTELERA**

**AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD**

Nosotras, **ANDRANGO GUANOQUIZA JOHANA ELIZABETH** con cédula de identidad N° 1715709703, y **LUNA SIMBAÑA LORENA MIREYA**, con cédula de identidad N° 1725638751, declaramos que este trabajo de titulación “**CALIDAD DEL SERVICIO DE TRANSPORTE TERRESTRE EN EL AEROPUERTO DE QUITO**” ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaramos que este trabajo es de nuestra autoría, en virtud de ello nos declaramos responsables del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

**Sangolquí, 05 de enero del 2017**

ANDRANGO ELIZABETH  
C.C. 1715709703

LUNA LORENA  
C.C. 1725638751



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y**  
**HOTELERA**

**AUTORIZACIÓN**

Nosotras, **ANDRANGO GUANOQUIZA JOHANA ELIZABETH** y **LUNA SIMBAÑA LORENA MIREYA**, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación “**CALIDAD DEL SERVICIO DE TRANSPORTE TERRESTRE EN EL AEROPUERTO DE QUITO**” cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra autoría y responsabilidad.

**Sangolquí, 05 de enero del 2017**

**ANDRANGO ELIZABETH**  
C.C. 1715709703

**LUNA LORENA**  
C.C. 1725638751

## **DEDICATORIA**

Dedicado a nuestra Universidad, por ser la fuente primordial que a lo largo de estos años nos ha brindado las herramientas necesarias para cumplir el objetivo anhelado, formando profesionales con ética y valores. A todos nuestros compañeros y en general estudiantes que puedan hacer uso útil del presente trabajo, y a quienes pueda brindar una pauta para futuras investigaciones de este tipo.

## **AGRADECIMIENTO**

El éxito consiste en hacer cosas ordinarias de manera extraordinaria” Jim Rohn. Tras la exitosa culminación del presente trabajo de titulación, que implicó un gran esfuerzo y sacrificio, es inevitable no extender un agradecimiento sincero a todas aquellas personas que de una u otra manera fueron partícipes de este nuevo logro. Empezando por aquellos seres tan importantes, que desde niñas nos han guiado por el camino correcto, inculcándonos valores, aconsejándonos, corrigiendo errores y principalmente brindándonos su apoyo incondicional, a estos ángeles llamados Padres, gracias mil veces gracias por creer en nosotras, por el amor, la paciencia y el interés mostrados en el avance de este trabajo, ya que sin ellos no hubiese sido posible el alcance de este nuevo éxito.

Un agradecimiento especial a nuestra tutora Gabriela Álvarez, por la motivación y orientación al igual que al profesor Kumar Vivas por el tiempo y los conocimientos compartidos, su aporte fue fundamental en el desarrollo de esta investigación. De la misma manera queremos expresar un humilde agradecimiento a las empresas involucradas en el estudio ya que nos proporcionaron importante información y su colaboración fue primordial.

Finalmente, a la familia que podemos elegir, aquellas personas que estuvieron presentes a lo largo de nuestra vida universitaria, compartiendo experiencias, alegrías y tristezas amigas y amigos muchas gracias.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

|   |     |
|---|-----|
| <b>PORTADA</b> .....                                | i   |
| <b>CERTIFICACIÓN</b> .....                          | ii  |
| <b>AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD</b> .....             | iii |
| <b>AUTORIZACIÓN</b> .....                           | iv  |
| <b>DEDICATORIA</b> .....                            | v   |
| <b>AGRADECIMIENTO</b> .....                         | vi  |
| <b>ÍNDICE DE CONTENIDO</b> .....                    | vii |
| <b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....                       | ix  |
| <b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....                      | ix  |
| <b>RESUMEN</b> .....                                | xi  |
| <b>ABSTRACT</b> .....                               | xii |
| <b>CAPÍTULO I</b> .....                             | 1   |
| <b>PROBLEMA</b> .....                               | 1   |
| 1.1.    Introducción .....                          | 1   |
| 1.2.    Delimitación del Problema.....              | 2   |
| 1.3.    Planteamiento del Problema.....             | 3   |
| 1.4.    Objetivos .....                             | 4   |
| 1.5.    Justificación .....                         | 5   |
| <b>CAPÍTULO II</b> .....                            | 7   |
| <b>MARCO TEÓRICO</b> .....                          | 7   |
| 2.1.    Teorías de Soporte .....                    | 7   |
| 2.2.    Marco Referencial.....                      | 13  |
| 2.3.    Marco Conceptual.....                       | 23  |
| <b>CAPÍTULO III</b> .....                           | 26  |
| <b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....                     | 26  |
| 3.1.    Enfoque de Investigación Cuantitativo ..... | 26  |
| 3.2.    Tipología de Investigación.....             | 26  |

|                                      |  |    |
|--------------------------------------|--|----|
| 3.2.1.                               | <i>Por su finalidad Aplicada</i> .....                         | 26 |
| 3.2.2.                               | <i>Por su fuente de información Mixto</i> .....                | 26 |
| 3.2.3.                               | <i>Por el control de las variables No experimental</i> .....   | 27 |
| 3.2.4.                               | <i>Por el alcance Correlacional</i> .....                      | 27 |
| 3.3.                                 | Hipótesis .....  | 28 |
| 3.4.                                 | Población y Muestra .....                                      | 28 |
| 3.5.                                 | Instrumentos.....  | 29 |
| 3.6.                                 | Procedimiento para recolección de datos.....                   | 30 |
| 3.7.                                 | Procedimiento para tratamiento y análisis de información ..... | 31 |
| <b>CAPITULO IV</b> .....             |  | 42 |
| <b>RESULTADOS</b> .....              |  | 42 |
| 4.1.                                 | Perfil de la oferta.....                                       | 42 |
| 4.2.                                 | Demostración de la hipótesis .....                             | 47 |
| 4.3.                                 | Resultados encuesta .....                                      | 50 |
| 4.3.1.                               | <i>Resultados por preguntas</i> .....                          | 51 |
| 4.3.2.                               | <i>Resultados por Dimensiones</i> .....                        | 66 |
| <b>CAPITULO V</b> .....              |  | 73 |
| <b>DISCUSIÓN</b> .....               |  | 73 |
| 5.1.                                 | Restricciones .....  | 73 |
| 5.2.                                 | Propuesta nuevos proyectos.....                                | 73 |
| 5.3.                                 | Conclusiones .....   | 74 |
| 5.4.                                 | Recomendaciones .....  | 76 |
| <b>6. LISTA DE REFERENCIAS</b> ..... |  | 78 |



## ÍNDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1 Porcentajes establecidos por dimensión Taxis "UNIVALLE" ..... | 32 |
| Tabla 2 Porcentajes establecidos por dimensión Aeroservicios.....     | 33 |
| Tabla 3 Porcentajes establecidos por dimensión Buses públicos.....    | 33 |
| Tabla 4 Dimensión Confiabilidad Taxi.....                             | 34 |
| Tabla 5 Dimensión Responsabilidad Taxis.....                          | 34 |
| Tabla 6 Dimensión Seguridad Taxis.....                                | 34 |
| Tabla 7 Dimensión Empatía Taxis.....                                  | 35 |
| Tabla 8 Dimensión Confiabilidad Aeroservicios .....                   | 35 |
| Tabla 9 Dimensión Responsabilidad Aeroservicios .....                 | 36 |
| Tabla 10 Dimensión Seguridad Aeroservicios.....                       | 36 |
| Tabla 11 Dimensión Empatía Aeroservicios .....                        | 37 |
| Tabla 12 Dimensión Confiabilidad Bus público.....                     | 37 |
| Tabla 13 Dimensión Responsabilidad Bus público .....                  | 38 |
| Tabla 14 Dimensión Seguridad Bus público.....                         | 38 |
| Tabla 15 Dimensión Empatía Bus público .....                          | 39 |
| Tabla 16 Tarifario Empresa SOTRANOR.....                              | 43 |
| Tabla 17 Tarifario Empresa COSIBO.....                                | 44 |
| Tabla 18 Tarifario Empresa UNIVALLE .....                             | 46 |
| Tabla 19 Escala de denominación.....                                  | 51 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| Figura 1 Datos tabulados en Excel con fórmulas.....      | 40 |
| Figura 2 Student t Distribution: Taxis.....              | 48 |
| Figura 3 Student t Distribution: Aeroservicios .....     | 49 |
| Figura 4 Student t Distribution: Buses Públicos .....    | 50 |
| Figura 5 Preguntas de información – Edad.....            | 51 |
| Figura 6 Preguntas de información – Género .....         | 52 |
| Figura 7 Preguntas de información – Procedencia.....     | 52 |
| Figura 8 Preguntas de información - Motivo de viaje..... | 53 |
| Figura 9 Encuesta Pregunta 1 .....                       | 54 |
| Figura 10 Encuesta pregunta 2.....                       | 55 |
| Figura 11 Encuesta pregunta 3.....                       | 56 |
| Figura 12 Encuesta pregunta 4.....                       | 57 |
| Figura 13 Encuesta pregunta 5.....                       | 58 |
| Figura 14 Encuesta pregunta 6.....                       | 59 |
| Figura 15 Encuesta pregunta 7.....                       | 60 |
| Figura 16 Encuesta pregunta 8.....                       | 61 |
| Figura 17 Encuesta pregunta 9.....                       | 62 |
| Figura 18 Encuesta pregunta 10.....                      | 63 |

|  |    |
|--|----|
| Figura 19 Encuesta pregunta 11.....        | 64 |
| Figura 20 Encuesta pregunta 12.....        | 65 |
| Figura 21 Dimensiones Taxi "UNIVALLE"..... | 66 |
| Figura 22 Dimensiones Aeroservicios .....  | 67 |
| Figura 23 Dimensiones Buses Públicos ..... | 68 |
| Figura 24 Dimensión Confiabilidad.....     | 69 |
| Figura 25 Dimensión Responsabilidad .....  | 70 |
| Figura 26 Dimensión Seguridad .....        | 71 |
| Figura 27 Dimensión Empatía .....          | 72 |

## RESUMEN

El Aeropuerto Mariscal Sucre ubicado en la parroquia de Tababela aproximadamente a 43 km de distancia del centro de Quito, es uno de los principales puntos de llegada y partida de turistas, para la movilización desde y hacia la terminal se dispone de medios de transporte como son taxis, buses y microbuses. Ante la escasa presencia de estudios acerca de la calidad del servicio de transporte no se ha logrado determinar falencias, por tanto tampoco es posible brindar soluciones prácticas. Por ello surge la necesidad de realizar una investigación en la que se mida el nivel de calidad del servicio de transporte terrestre del aeropuerto, con el objetivo de contribuir al desarrollo y mejoramiento continuo del mismo en beneficio de la sociedad y la actividad turística. El presente estudio emplea las Dimensiones de la calidad propuestas por Valarie A. Zeithaml, (1988) siendo estas: Elementos Tangibles, Confiabilidad o Fiabilidad, Responsabilidad o Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía las cuales han sido adaptadas en el Modelo SERVPERF de Cronin y Taylor (1992, 1994), en donde prioriza las percepciones que tiene el cliente acerca del servicio. Para la recolección de información se contó con la colaboración de las empresas de transporte UNIVALLE, SOTRANOR, COSIBO Y AeroServicios. Finalmente con un enfoque cartesiano se planteó  $H_0$  y  $H_1$  que fueron comprobadas mediante una fórmula estadística posteriormente a la tabulación de los resultados en Excel, empleando escalas de medición nominal e intervalos. Una vez realizada la comprobación se demostró el estado actual del servicio y se plantearon conclusiones y recomendaciones.

### **PALABRAS CLAVE:**

- **TURISMO**
- **HOTELERÍA**
- **CALIDAD**
- **SERVICIO**
- **TRANSPORTE TERRESTRE**

## ABSTRACT

The Mariscal Sucre Airport, located in the parish of Tababela approximately 43 km from the center of Quito, is one of the main points of arrival and departure of tourists, to mobilize from and to the terminal there are means of transportation as are taxis, buses and minibuses. Due to the scarce presence of studies on the quality of the transport service, it has not been possible to determine failures, so it is not possible to provide practical solutions. Therefore, there is a need to carry out an investigation in which the quality level of the airport's transportation service is measured, with the objective of contributing to the development and continuous improvement of the same for the benefit of society and tourism activity. The present study uses the dimensions of quality proposed by Valarie A. Zeithaml. (1988) being: Tangible Elements, Reliability or Reliability, Responsibility or Responsiveness. Security and Empathy, which have been adapted in the SERVPERF Model of Cronin and Taylor (1992, 1994), where it prioritizes the perceptions that the client has about the service. To collect information we used to cooperate with the UNIVALLE, SOTRANOR , COSIBO and Aeroservicios transport companies, Finally, with a Cartesian approach,  $H_0$  and  $H_1$  que were proposed, which were tested using a statistical formula after the tabulation of the results in Excel, using nominal scales and intervals. Once we testing, we show the current state of the service and propose conclusions and recommendations.

### KEY WORDS:

- **TOURISM**
- **HOSPITALITY**
- **QUALITY**
- **SERVICE**
- **GROUND TRANSPORTATION**

# CAPÍTULO I

## 1. PROBLEMA

### 1.1. Introducción

Es impresionante como las personas y sociedad en general avanzan a pasos agigantados, en todo momento buscan facilidades para reducir el nivel de estrés y caos cotidiano. Es por ello que nace la necesidad en las personas de hacer un espacio dentro de sus actividades para tomar un descanso y salir de la rutina. Se conoce que los viajes por ocio o placer se han dado desde épocas milenarias, en la actualidad esta actividad conocida como turismo moviliza a miles de personas alrededor del mundo, muchos países han logrado ser pioneros de esta actividad económica con esfuerzo y trabajo continuo, mejorando la calidad de sus servicios.

El transporte es uno de ellos, al ser un factor determinante para el desarrollo no solo del turismo si no de la sociedad entera, como servicio tiene la obligación de garantizar excelencia operacional, cordialidad y seguridad ya que influye directamente en la percepción que tienen los turistas acerca del lugar que visitan. El presente trabajo de investigación pretende medir la calidad de este elemento, dentro del Aeropuerto de Quito.

De igual manera la finalidad del estudio es contribuir en cierta forma para que Quito sea considerado como un destino turístico de calidad, por lo cual es necesario determinar si “El promedio de calificación otorgada por los usuarios al transporte terrestre que presta el aeropuerto Mariscal Sucre de Quito es igual o menor al 0.8 (BUENA);  $X \leq 0,8$ ”.

## 1.2. Delimitación del Problema

Objeto del estudio Enfoque Cartesiano

Para medir la calidad de manera precisa, y exponer los resultados de la investigación, se plasmaran las cifras y datos en gráficos que permitan una fácil comprensión por parte del lector; por ello se ha optado trabajar con un enfoque cartesiano en función de comprobar la hipótesis obtenida de la correlación entre las variables dependientes e independientes, este método hace uso de las matemáticas y consiste en aplicar cuatro reglas:

- Regla de la evidencia, no dar por verdadera ninguna afirmación que antes no haya sido comprobada.
- Regla del análisis, dividir en partes más simples la afirmación para estudiarlas detalladamente.
- Regla de la Síntesis, unificar todas las partes en una sola afirmación e identificar por qué están relacionadas.
- Regla de la numeración, verificar el correcto desarrollo de los pasos anteriores y descubrir una nueva verdad.

### **1.3. Planteamiento del Problema**

Los aeropuertos son considerados como uno de los principales puntos de partida y llegada de turistas a los destinos turísticos. Según el sitio web oficial del Aeropuerto Mariscal Sucre en el 2015, se registró un total de 2'826.350 de arribos, además se registra 706.848 llegadas internacionales de turistas no residentes a la ciudad de Quito en el mismo año. Para que dichas personas se puedan trasladar desde y hacia diferentes puntos de la capital existen algunas opciones tales como: Aeroservicios, empresa que ofrece transporte desde Quito hacia el Aeropuerto Internacional todo el año, las 24 horas del día sin paradas intermedias, su terminal se encuentra en el antiguo aeropuerto, la siguiente opción son los taxis de la Cooperativa Aeropuerto Mariscal Sucre número 34 y la Asociación de Cooperativas del Valle quienes también operan los 365 días de años. También están los buses de transporte público, cuyas unidades se encuentran al norte en la terminal Inter parroquial de la Avenida Río Coca y al sur en el Terminal Quitumbe. (Quito Turismo, 2015)

Por todos los servicios y facilidades que presta el aeropuerto fue declarado en el 2015, nuevamente Aeropuerto Líder de Sudamérica en los World Travel Awards. Pese a ello no se han realizado estudios minuciosos sobre la calidad del servicio de transporte terrestre que las empresas brindan a los usuarios generando inquietud por parte de los usuarios y de los prestadores de éste servicio; los primeros porque quizá sus expectativas no están siendo cumplidas y el segundo grupo, ya que desconoce sus falencias y como alcanzar dichas expectativas. Consecuentemente, la ausencia de este tipo de investigaciones repercutirá en la imagen de Quito como destino turístico, e influye en todo el sector de servicios turísticos.

## **1.4. Objetivos**

### *1.4.1. Objetivo General*

Determinar la calidad del servicio del transporte terrestre que se presta en el aeropuerto de Quito a través de una valoración cuantitativa de las dimensiones de la calidad que permita contribuir al desarrollo y mejoramiento continuo del transporte en beneficio de la sociedad y la actividad turística.

### *1.4.2. Objetivos Específicos*

- Establecer un marco teórico, referencial y conceptual que exponga información relevante, confiable verídica y de gran valor cognitivo que permita sustentar la presente investigación.
- Identificar los requerimientos de la demanda y las capacidades de la oferta dentro del transporte turístico con la finalidad de establecer parámetros necesarios que determinen la calidad de un servicio.
- Evaluar la calidad del servicio de transporte turístico para detectar aciertos y errores que se presentan actualmente en el servicio, y que deberán ser atendidos.
- Exponer criterios ecuanímenes acorde con los resultados obtenidos que den apertura nuevas investigaciones sobre el tema.



## 1.5. Justificación

Considerando que actualmente la sociedad destina un importante porcentaje de sus ingresos para viajar, la presente investigación aborda una temática de interés social y económico. El turismo en el Ecuador constituye una de las principales fuentes de ingresos no petroleros, los alcances de esta actividad hacen que forme parte de la nueva Matriz Productiva establecida en el Plan Nacional de Desarrollo. Este sistema turístico, está compuesto por tres elementos que son Superestructura, Infraestructura y Estructura o Planta turística, dentro del elemento Infraestructura se encuentra el transporte, una importante herramienta que condiciona los alcances de esta actividad y posee una singular influencia en la satisfacción y cumplimiento de las expectativas que tiene un turista sobre un determinado lugar de visita.

El transporte terrestre es el medio de desplazamiento más utilizado por los turistas que visitan Ecuador, debido a que el gobierno ha destinado una importante inversión en cuanto a infraestructura vial en los últimos años. Esto ha generado que actividades comerciales como el turismo se incrementen de manera significativa, de igual manera la aplicación y creación de normas al transporte han permitido una mejor regulación de este sector.

Por tanto el transporte terrestre debe trabajar con estándares de calidad al igual que los demás servicios turísticos ya que su directa influencia sobre la percepción que se genere en el turista puede representar la imagen clara de un destino competitivo o subdesarrollado. Por ello es imprescindible que sea tratado y evaluado adecuadamente, y en razón a una indagación previa en la que se ha comprobado que los estudios realizados sobre la calidad del servicio de transporte turístico terrestre son escasos se ha visto la necesidad de realizar una investigación sobre el tema, tomando como referencia las compañías que operan dentro del aeropuerto Mariscal Sucre, puesto que dichas unidades son conectores entre la terminal internacional y la ciudad capital.

La trascendencia del estudio se ve reflejada en la posibilidad de aplicar el modelo de medición de calidad SERVPERF para cualquier tipo de transporte en diferentes ciudades,

siendo también un punto de partida para que las autoridades competentes realicen un seguimiento y control constante sobre el funcionamiento y operación de este servicio.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Teorías de Soporte

Al ser el tema de esta investigación “Calidad del servicio de transporte terrestre en el aeropuerto de Quito” se ha tomado como fuente bibliográfica principal la teoría propuesta por las autoras Valarie Zeithaml & Marie Jo Bitner, para quienes la Calidad del Servicio es un elemento esencial que evalúa y determina la satisfacción del cliente, a través de sus percepciones (Zeithami & Bitner, 2000). Este criterio mide el desempeño de una empresa a largo plazo, además podría decirse que el cliente es el principal actor, sin él las compañías de servicios simplemente no existirían, sus reclamos o quejas permiten identificar los problemas en el sistema de prestación del servicio.

Además, Vargas (citado en Domínguez, 2006) afirma también que “la calidad es la habilidad que posee un sistema para operar de manera fiable y sostenida en el tiempo a un determinado nivel de desempeño...” (p.46). como se observa ambos criterios se ajustan al tipo de servicio que se estudia ya que el transporte debe ser evaluado en el tiempo y en el desempeño. Se puede mencionar que calidad no es únicamente la habilidad que tiene el sistema, sino la capacidad del mismo para cubrir eficientemente los requerimientos. La calidad de un bien o un servicio, no depende únicamente de la eficacia del sistema operativo de la empresa, también influyen las decisiones estratégicas de la alta gerencia, ya que un equipo humano de calidad genera un producto de calidad.

Por otro lado Juran (1990) describe a la calidad como la adecuación al uso, características del producto que satisfacen las necesidades del cliente, es la ausencia de deficiencias; es decir que un producto sin errores se ajustará a la utilización que las personas le den aprovechando las cualidades del mismo. Este concepto no se apega a la realidad del servicio de transporte ya que el fin no es, que un servicio sea perfecto, si no

que tenga la capacidad de corregir los errores a tiempo, mostrando que la prioridad de las empresas son los clientes.

De igual manera, Galviz (2011) expone la definición de este término como una estrategia competitiva, en la cual el servicio o producto final son una inversión para el cliente. La calidad comprende liderazgo, filosofía y sistema, la ausencia de uno de los tres es la pérdida de la calidad, considerando que la filosofía consigue determinar las necesidades y los medios para alcanzar un fin. Para Maqueda et al. (1995) ésta estrategia competitiva, comprende funciones, actividades, cliente interno y externo que ayudan a rejuvenecer y actualizar sus elementos softs (imagen, misión, filosofía, y otros) y hards (patrimonio, tecnología, equipos, y otros) de alguna forma se la puede considerar como una inversión.

En discrepancia con los autores Galviz y Maqueda, no siempre la calidad representa una inversión solo para el cliente sino también para los prestadores de servicios como es el caso de este estudio ya que resulta beneficioso que las compañías de transporte terrestre del aeropuerto manejen la calidad como un compromiso y no como una simple estrategia temporal, que se aplica en situaciones difíciles.

Las definiciones antes planteadas, se puede concebir de manera general que calidad es: la capacidad que tiene el sistema operativo fusionada a la habilidad del talento humano, de elaborar bienes o servicios con características especiales que alcancen las expectativas de todos los individuos, generando distintas percepciones (teniendo en cuenta que no todas las empresas logran el mismo nivel de calidad) y convirtiendo así a los clientes en los principales evaluadores de la calidad.

Para determinar que es servicio se tomó el concepto de Zeithaml et al. (2009) que en su obra llamada Fundamentos del Marketing de Servicios, expresaron que son todo aquello que una persona puede producir y ofrecer a otras personas o empresas. Complementado este concepto se ha considerado a los autores Hoffman & Bateson(2002) quienes explican que los servicios carecen de tangibilidad y que consisten en actividades que conllevan esfuerzos únicamente percibidos a través de la experiencia.

De igual manera detallan algunas características específicas de los servicios tales como: la *Intangibilidad*, que hace referencia a la incapacidad física que tiene éste de ser palpado y manejado por el sujeto, “no es posible verlos, sentirlos, degustarlos ni tocarlos de la misma forma en la que se pueden percibir los bienes tangibles” (Zeithami & Bitner; 2000, p.15). Los servicios se los percibe de manera superficial a través de la experiencia que generan, al no poder guardarlos o llevarlos lo único que se puede hacer es grabarlos en la memoria como un recuerdo.

La siguiente es la Inseparabilidad, entendida como el hecho de la inexistencia de un servicio sin un proveedor, y de la producción del mismo si no hay a quien ofrecer, indica igual que no se puede excluir al cliente del proceso que conlleva el desarrollo del servicio ni tampoco a los otros clientes que se encuentren presentes en dicho proceso, una de las desventajas que presenta este rasgo es la dificultad o imposibilidad de la producción en masa.

La Heterogeneidad es otra de las características, que resalta la variabilidad en la prestación del servicio, debido al factor humano ya que no puede ser programado igual que una máquina, esto debido a su constante vulnerabilidad a cambios físicos y mentales, dificultando el control de la calidad y haciendo visibles los errores al instante. Como última característica, está el Carácter Perecedero que genera pérdidas a los proveedores puesto que los servicios no pueden ser inventariados ni almacenados y menos aún revenderse o regresarse; es decir, que si el servicio disponible en un lapso de tiempo no fue aprovechado o consumido en ese instante no puede ser recuperado ni aplazado, simplemente ha dejado de existir (Hoffman & Bateson; 2002, p. 27-41).

Considerando a otro autor como Kotler et al.(1997) para quien la calidad del servicio es “la satisfacción de las expectativas del cliente” (pp. 354-356), entendiendo como expectativa a la esperanza de alcanzar un propósito que tiene ya sea de manera clara u oculta una persona, acerca del servicio que recibe, estas expectativas no solo deberían ser satisfechas sino más bien superadas. En el caso del servicio de transporte terrestre un tema importante es la satisfacción del cliente definida como “el nivel de estado de ánimo

de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas” Kotler et al. (1997). Ya que el cliente será el único sujeto con la capacidad de determinar si el servicio cumplió o no sus requerimientos, su posterior reacción será el determinante clave.

Se debe agregar que un elemento significativo dentro de la Calidad del Servicio son los llamados Momentos de verdad. Para lo cual Zeithaml et al. (2000) mencionan que la primera interacción que se suscita, es de suma importancia ya que ese encuentro inicial marca un antes y un después en la prestación del servicio. Toda interacción que se haya sostenido sin importar el número de veces es fundamental para crear una imagen conjunta de alta calidad de la empresa en la mente del cliente, para ello es preciso sumar más experiencias positivas que negativas.

Por su parte Domínguez (2006) también define que son todos aquellos encuentros que se dan entre el cliente y la empresa y sostiene que cada uno de esos instantes son; una nueva oportunidad para mejorar la percepción que tiene la persona acerca del servicio ofrecido. Para las empresas de transporte desde que el turista requiere de sus servicios cada uno de los colaboradores que interactúan dentro de este proceso tendrán la ventaja de brindar una nueva imagen sobre la empresa, precisando que está sea positiva.

Estos momentos de verdad son representados de manera secuencial en el Ciclo del Servicio, ésta herramienta ayudará a la empresa a comprender las necesidades de sus clientes y colaborar de mejor manera con él. Este ciclo será diferente para cada empresa pero de forma general puede estar constituido por: Un ciclo de contacto que abarca todos los puntos de interacción que ha tenido el cliente para poder llegar a la empresa, un ciclo de Venta conformado por todos los puntos en los que interactúa el cliente para adquirir el servicio, el Ciclo de Posventa todos los sucesos que se realizaron para contactar al cliente después de haber utilizado o adquirido el bien o servicio (Domínguez, 2006, p. 111).

Las ventajas de priorizar la calidad del servicio dentro de una empresa cumpliendo con las expectativas del usuario, aunque muchas veces estas sean extravagantes, se reflejan en la publicidad de boca a boca que los clientes existentes pueden realizar, lo que

al final se traduce en nuevos clientes. Otro punto a favor es mantener el precio de los servicios sin preocuparse de la competencia ya que muchas veces los clientes están dispuestos a pagar más por mantenerse con aquella empresa que satisfaga sus necesidades y no se arriesgan por otra a pesar de que oferte servicios a menor precio. A esto se suma la conservación de los buenos empleados ya que ellos optan por trabajar en operaciones bien dirigidas y elaborar productos de calidad, se comprometen con la empresa siempre y cuando ésta reconozca su labor (Kotler et al. 1997, pp. 362-364).

Como parte de la teoría de este estudio es fundamental citar a Quesada (2007) quien señala que el Transporte es una condición *sine qua non* del turismo; es decir que sin él no sería posible realizar esta actividad, y a la vez que se vería limitada al no poder trasladarse a lugares lejanos. De igual forma desde la antigüedad la actividad turística se ha desarrollado en base a un progresivo mejoramiento del transporte; es decir; que un servicio de transporte de calidad generará un crecimiento del turismo.

El servicio de transporte se ve condicionado por tres aspectos tales como: “ubicación y accesibilidad del destino, conveniencia (facilidades, confort, rapidez, seguridad, costo), características del usuario (edad, ingresos, educación), propósitos del viaje (negocios, placer aventura) Quesada (2007). Por tanto las compañías de transporte que operan dentro del aeropuerto condicionan el traslado de los visitantes, ya que movilizan un gran porcentaje de personas y de la calidad del servicio que estas ofrezcan contribuye al desarrollo del turismo competente dentro de la ciudad de Quito.

Considerando que el objetivo de este estudio es medir la calidad del servicio de transporte terrestre se ha tomado como referencia las dimensiones de la calidad expuestas en la investigación pionera de Parasuraman, Zeithaml & Berry (Zeithaml et al. 2009) donde determinan 5 dimensiones:

- **Confianza o Confiabilidad:** se refiere al desempeño de una empresa, a su capacidad de cumplir con lo que ha prometido de manera segura y precisa, sea en la solución de problemas, en la entrega o en la prestación del servicio.

- Responsabilidad o Capacidad de respuesta: brindar los servicios a la hora señalada y con prontitud, es la disponibilidad para ayudar a los clientes, con sus solicitudes, preguntas, reclamos o problemas. La responsabilidad se transmite a los clientes a través del tiempo que deben esperar para recibir la asistencia de la organización.
- Seguridad o Garantías: es inspirar buena voluntad y confianza, en especial por parte de los colaboradores con su cortesía para con los clientes además de la capacidad y habilidad de la empresa para garantizar sus operaciones.
- Empatía: capacidad de la empresa de colocarse en el lugar del cliente, de experimentar sus sentimientos, de brindar una atención cuidadosa y personalizada haciéndolos sentir únicos y especiales.
- Tangibles: se refiere a la apariencia de las instalaciones físicas que utiliza la empresa para prestar el servicio como es su equipo, el personal y los materiales de comunicación. (Zeithaml et al. 2009)

Por su parte, Domínguez (2006) menciona otras variables que serán percibidas por los clientes, y se suman a las antes mencionadas tales como:

- Oportunidad: facilidad de acceso al clientes al servicio.
- Atención: comprende puntualidad, amabilidad, respeto, limpieza y pulcritud del personal.
- Comunicación: facilidad de información permanente y de fácil comprensión.
- Credibilidad: confianza del cliente en la capacidad e idoneidad de la información y servicios que recibe.
- Entendimiento: capacidad de identificar lo que requiere y necesita el cliente.
- Estética: características superficiales como limpieza, iluminación, olor, sonido, entre otras.
- Continuidad: acciones para no prescindir del servicio.
- Rapidez: gestión del tiempo que conlleva el servicio.
- Comodidad: equipo físico con el que cuenta el servicio para brindar confort.
- Servicios adicionales: son complementarios al servicio principal.



- Precio: debe ir acorde con la calidad del servicio.
- Disponibilidad: servicio constante.
- Expectativas futuras: el servicio se adecua a las necesidades futuras. (pp. 122 - 123)

Cada una de estas teorías relacionadas con la calidad del servicio aportarán de sobremanera al alcance de los objetivos planteados en este proyecto, mismas que han sido direccionadas al estudio del transporte terrestre del aeropuerto.

## **2.2. Marco Referencial**

Después de haber estudiado la teorías de respaldo que se adoptan para la presente investigación; es indispensable contar con un marco referencial el cual comprende la recopilación de un conjunto de estudios publicados en revistas indexadas, donde se aborda temas sobre Calidad del Servicio y Transporte en ciudades de Latinoamérica y Europa, con diferentes enfoques pero que permitirán comprender mejor la problemática que se desarrolla en torno al tema planteado. Además permite identificar la metodología utilizada y la aplicación de las teorías llevadas a la práctica.

Dentro de la investigación sobre la Calidad del servicio de taxis en Maracaibo, 2011. Se desarrolla un estudio, que emplea una adaptación del modelo SERVPERF, con 24 ítems y agrupados en 3 dimensiones. Para medir la confiabilidad del modelo adaptado se emplea el coeficiente alfa de Cronbach, en el cual se determina un resultado de 0,82, que se considera como aceptable. Esta investigación descriptiva, aplicada y con diseño no experimental determinó que la calidad de taxis en Maracaibo es mediana, por lo que necesita mejorar ya que representa un medio de transporte público y necesario para el desarrollo de la urbe. Finalmente el estudio empleó tres dimensiones necesarias y adecuadas para el caso: confiabilidad del servicio, socialización y responsabilidad (Urdaneta et al., 2011, p. 242).

Analizando el desarrollo y los resultados obtenidos por los autores de la publicación citada, en primera instancia, se puede valorar el modelo SERVPERF como una herramienta confiable, y adecuada para el estudio presente. En función de la modalidad de transporte y el sector social al que se brinda el servicio, se emplea las dimensiones de la calidad. Pero también es posible realizar una adaptación de este instrumento para obtener datos y resultados más precisos.

Dependiendo el caso de estudio, se puede prescindir de algunas dimensiones, ya que muchas comparten características similares y evalúan aspectos que pueden estar comprendidos en más de una dimensión. Este proceso permite que la complejidad del estudio se reduzca. Otro beneficio es que al ser el estudio una fuente de información y estar al alcance de las personas, éstas puedan entender de manera sencilla lo que se pretende medir, cómo se realizó esta medición y qué se tomó en cuenta para la realizarla.

El estudio cuyo tema se denomina, El Transporte Público en Bogotá, D.C.: Una Mirada desde la Dinámica de Sistemas. Aborda el tema de transporte mediante la construcción de un modelo que se basa en la dinámica de sistemas; dentro del mismo se establece tres ejes primordiales: flujo de recursos, flujo de usuarios y flujo de flota vehicular. Para empezar, el término de movilidad, está definido como como la capacidad de transportar bienes o personas de manera segura y en corto tiempo, lo cual implica una serie de diversos actores y escenarios que se desarrollan en función de esta actividad.

Por ello se identifica primero cómo está compuesta la flota de transporte según la modalidad: sistema de transporte público colectivo, transporte público individual, transporte público masivo, transporte particular de vehículos privados. Y de acuerdo a la demanda de usuarios se establece que el de mayor importancia para la ciudad es el Sistema de transporte público colectivo (STPC), porque cubre casi la mitad de la demanda de viajes en un año. Pero alrededor de este se originan varias problemáticas como la sobreoferta de unidades de transporte y el dominio desmesurado de las empresas operadoras y propietarios de vehículos de esta índole. La dinámica del sistema planteada por Duarte, 2011 consiste en identificar los actores principales, factores y relaciones que intervienen en el sistema de transporte (Duarte, 2011, pp. 18-34).

Con respecto a esta investigación, se reconoce la complejidad que tiene el sistema de transporte ya que está formado por varios actores, e influenciado por diferentes factores que están interrelacionados, y es por ello que se propone trabajar con una dinámica de sistemas en la que se puedan abordar la mayoría de variables. Es cierto que a través de este modelo se pueden establecer nuevas relaciones, además de dar rienda a futuros estudios que complementen la investigación. Para la presente investigación no se ha considerado un modelo de sistemas, dado que una vez planteada la hipótesis correspondiente; se adaptará el método cartesiano. Puesto que con este enfoque se emplean modelos matemáticos con los cuales es posible admitir la verdad una vez hayan sido comprobados en función de un juicio numérico exacto.

Adicionalmente en la obra trabajada, Transporte Público de Calidad y la Movilidad urbana, 2013 desarrollada bajo un contexto en el que para ofrecer un servicio de transporte de calidad se debe analizar desde cerca las dos partes del servicio, es decir; por un lado está la demanda (usuarios) que merecen recibir un servicio que garantice seguridad y el cumplimiento de las expectativas, y por otro la oferta (proveedores de servicio) quienes en función de las soluciones factibles propuestas por el gobierno estarán en la capacidad de brindar un servicio como el esperado.

Se mencionan los criterios de calidad definidos desde la perspectiva del cliente, propuestas en la norma europea sobre calidad de transporte público urbano EN13816 (CENELEC, 2002):

- Disponibilidad
- Accesibilidad
- Información tiempo
- Atención al cliente
- Confort
- Seguridad
- Impacto ambiental

Para aclarar, los criterios disponibilidad y accesibilidad se establecen en función a la oferta del transporte, y los criterios información, tiempo, atención al cliente, confort, seguridad surgen en función meramente de la calidad, mientras que el último se encarga exclusivamente de los efectos del transporte en el ambiente. Con ello se pretende que el servicio de transporte público sea un medio pionero de calidad, y no sea tomado como un servicio de segunda.

Además de los criterios, se expone el “Círculo de calidad”, dando rienda a dos procesos:

- 1) Medición de la satisfacción → Calidad percibida del servicio → Calidad entregada del servicio → Medición del rendimiento.
- 2) Medición de la satisfacción → Calidad deseada del servicio → Calidad proyectada del servicio (meta) → Medición del rendimiento.

Según la Asociación Nacional de Empresas de transportes urbanos (NTU, 2013), define a los factores de calidad en 8 categorías, tales como:

- Desarrollo urbano
- Políticos
- Institucionales
- Empresariales
- Financieros
- Tecnológicos
- Capacidades
- Comunicación marketing

De éstos depende que se pueda o no brindar un servicio de transporte de calidad, considerando siempre que el desarrollo de la ciudad y de movilidad debe ir de la mano. Por otra parte la principal fuentes de financiamiento para el transporte debe ser la inversión pública ya que de las recaudaciones por tarifas no se obtiene el presupuesto necesario para la implementación de un sistema de transporte eficiente. Un dato relevante es que en América latina la tarifa de transporte promedio es de USD 0,70 ctvs., mientras que en la Unión Europea tiene un promedio de USD 2,60. Además en la primera, la recaudación es

mucho más elevada que el subsidio que brindan los gobiernos al transporte, y en la UE es todo lo contrario los gobiernos subsidian y financian el 50% del transporte, lo cual es empleado para estándares de calidad (Gutiérrez, 2013, pp. 1-13).

Este estudio realizado a nivel de América Latina, comprende de mejor manera la realidad del ámbito en el que se realiza la presente investigación ya que considera actores que participan dentro del sistema de transporte. Además permite que se visualice las dos caras de la moneda, es decir, que hablar de calidad también es hablar de costos, en promedio altos.

Pero no por eso se tiene que prescindir de ellos, en especial si se trata de brindar un servicio turístico ya que por sobretodo está la seguridad y confort de los turistas. Por lo mismo el sistema de transporte debe contar con soluciones prácticas para la atención de requerimientos. Y con total respaldo y financiamiento de las instituciones de gobierno, ya que con lo que se recauda mediante el cobro de tarifa no es suficiente para la implementación de herramientas de calidad, que comprendan: estaciones de transporte, accesibilidad, implementación tecnológica, y marketing o comunicación.

Según el Estudio de Factores de calidad del servicio en el transporte público de pasajeros, realizado en la ciudad de Toluca, México. Plantea que la percepción de los usuarios sobre el funcionamiento del servicio se manifiesta a través de la calidad del mismo. Lo cual resulta determinante a la hora de evaluarlo, y en base a ello se deben colocar los parámetros necesarios.

Para identificar los factores de la calidad emplean un enfoque sobre la teoría del consumidor, dentro del cual se desarrolla un proceso: primero se realiza una revisión de la literatura, segundo se toman en cuenta los criterios de los usuarios mediante un conversatorio donde se establecen algunos de los factores a considerar, tercero se realiza la encuesta a un sector de pasajeros con los factores que se hayan planteado y por último se analizan aspectos socio-económicos y de movilidad.

Mediante la encuesta se logra una jerarquización de factores, para identificar cuáles son los más importantes y los que serán tomados en cuenta dentro de los experimentos de

preferencias. Siendo estos: tarifa (costo del viaje), tiempo de viaje, forma de manejo del conductor, estado físico del cliente, trato al usuario y apariencia del conductor. A cada uno de estos se les otorga un rango de medición (bueno, malo, regular). Finalmente se puede afirmar que en términos cualitativos los factores más importantes son: 1) estado físico de los autobuses, 2) forma de manejar del conductor. Por lo que se refiere a los atributos cuantitativos se consideran: 1) costo y 2) tiempo de viaje (Sánchez & Romero, 2010, p. 50).

Con respecto a lo analizado en esta investigación se observa que los factores identificados como importantes según la percepción de los usuarios, se encuentran dentro de las dimensiones de la calidad que se emplean para el presente proyecto. Con ello es posible identificar si en realidad se están tomando en cuenta los aspectos más influyentes dentro del servicio en función de los usuarios que representan la principal fuente de información.

Otro punto a tomar en cuenta es, que dependiendo de la condición social del individuo, habrá quienes señalen que unos factores son más importantes que otros, y difieran en sus criterios de percepción. Independientemente del tipo de servicio que se desee analizar, siempre existirán diferentes rangos de interventores. En temas de transporte es necesario considerar al menos a tres: usuario, concesionario o prestador del servicio y autoridades reguladoras. Esto servirá para realizar un estudio integrador y con menos datos sesgados.

La calidad del servicio de transporte es el resultado de las decisiones y estrategias desarrolladas; por entidades gubernamentales o privadas según lo amerite el caso. Se debe señalar que en el caso del transporte público, el propósito de contar con un servicio de calidad va en función de un beneficio social antes que económico pues contribuye a la mejora de la calidad de vida de los usuarios. Pero en el caso del transporte turístico, la calidad del servicio se desarrolla en función de varios aspectos como mejorar la imagen de la ciudad, ayudar a la movilización de turistas hacia más destinos incentivando la actividad turística, y la producción de recursos económicos.

De acuerdo con la publicación, El transporte público urbano: Un estudio comparativo con especial referencia a la ciudad de Málaga. Se establece que la necesidad de contar con un sistema de transporte público especialmente en las urbes está considerado como parte de un desarrollo sostenible de los territorios. Para este análisis se ha considerado básicamente tres aspectos importantes: regulación, financiación y organización del sistema de transporte público urbano. Además realiza una descripción de la oferta y de la calidad del servicio.

En las ciudades españolas como Málaga, podría decirse que para regular el transporte se presentan tres tipos de autoridades: estatal, municipal y autónoma. Destacando en esta parte que el transporte público urbano se encuentra exclusivamente bajo dominio de las Comunidades Autónomas, y la autoridad municipal pasa casi a un segundo plano. Lo cual causa intriga puesto que una de las principales responsabilidades de los Municipios es proveer y regular el transporte. Pero en este caso el ente local es tomado como una autoridad subsidiaria, dicho de otra manera son suplementarios o adicionales entre las estatales y autónomas.

En cuanto a la organización y financiamiento, son gestionados directamente por la Empresa Malagueña de Transportes (EMT), una sociedad anónima municipal. Debido a la necesidad de coordinación y gestión de la infraestructura y servicios de transporte se creó un Consorcio de Transporte del Área de Málaga, en donde se integra la EMT. La oferta del servicio de transporte de Málaga se abastece de biodiesel un combustible bastante amigable con el ambiente. Además se puede señalar que tanto los buses como estaciones de paradas ofrecen accesibilidad a todas las personas incluyendo quienes tienen movilidad reducida. Para gestionar la calidad del servicio se ha tomado en cuenta dos tipos de regulaciones: certificables y auto-evaluables.

Entendiéndose como certificables, aquellas normas comprendidas dentro de Organización Internacional para la Estandarización (ISO), y las que garantizan seguridad laboral (Normas OHSAS). Dentro de las auto-evaluables se considera el Modelo European Foundation for Quality Management. La ciudad de Málaga, trabaja con sistema

de mejora del servicio que gestiona; la calidad, medio ambiente y la prevención de riesgos laborales (Marchante & Benavides, 2012, p. 276).

De este estudio es necesario destacar que el transporte debe estar bajo tutela de la autoridad competente, dentro de la Constitución de la República del Ecuador se señala que es obligación de los gobiernos municipales planificar, regular y coordinar el tránsito y transporte dentro de su territorio; en este caso el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito es el ente que planifica y gestiona la movilidad dentro de la ciudad, en concordancia también de lo establecido dentro del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización “COOTAD”.

Además se establece que los Municipios tipo A, asumen la totalidad de competencias, es decir; matricula de vehículos, revisión, emitir título y controlar tránsito en su territorio. Los de tipo B emitirán títulos habilitantes y asumirán la matriculación. Y los tipo C, únicamente emitirán títulos habilitantes. Esto permite que se pueda trabajar con autonomía, disminuyendo trámites burocráticos. Dentro de la Ley Orgánica de Tránsito, Transporte Terrestre y Seguridad Vial “LOTTSV” se reconoce que el sistema de transporte terrestre está compuesto por: público, comercial y por cuenta propia. (Comisión de Movilidad, 2012, pp. 1-2)

La calidad del servicio de transporte está reglamentada por las normas INEN, que es la entidad encargada de vigilar el buen funcionamiento y cumplimiento del servicio. Este tipo de reglamentación brinda parámetros que aseguran la protección del ambiente, reduciendo niveles de contaminación, además de la seguridad laboral de las personas, así como la inclusión de personas con capacidades especiales. Al incluir este tipo de normas dentro una gestión para la mejora del servicio de transporte se obtiene un sistema que no solo busca la calidad del mismo, sino que trabaja en beneficio de los actores más vulnerables del entorno, lo cual lo convierte en sustentable.

Dentro del Diagnóstico de la Movilidad en el Distrito Metropolitano de Quito para el Plan de Metropolitano de Desarrollo Territorial, 2014 plantea que “...la movilidad es una actividad urbana que está directamente ligada con el desarrollo del territorio y por ende



de su planificación, por lo que ésta debe vincularse como un componente esencial...”.Con ello es posible dar la pauta para que se atienda la problemática social que se desarrolla en torno al transporte de la ciudad de Quito, siendo el Municipio la entidad encargada de la planificación y gestión de planes y recursos que brinden a la población soluciones pertinentes e inmediatas que permitan el desarrollo de una urbe con calidad de vida.

En lo que se refiere a calidad, se afirma que la planificación y gestión de transporte público no se han desarrollado al mismo ritmo lo cual causa varios inconvenientes como la escasez de oferta en transporte, y el aglutinamiento de unidades que operan de manera informal. Según estadísticas del municipio de Quito el 50% de las rutas operadas no cumplen con horarios ni frecuencias establecidas, además el 80% de la oferta de transporte público sobrepasa el límite de carga que es de 6 personas por m<sup>2</sup> en las horas pico, es decir, no se toma en cuenta el aspecto de confort para los usuarios.

La compañías de transporte informales operan principalmente en zonas periféricas donde la oferta de transporte no llega con facilidad, ni con mucha frecuencia, y son el escenario perfecto para aumentar hasta en un 400% la tarifa normal que es de USD 0,25. Todo esto causa incomodidad e insatisfacción al usuario, que percibe al transporte público como un medio de segunda y prefiere optar por un vehículo privado. Esto se traduce en el incremento del parque automotor de Quito, mayor nivel de contaminación y tráfico excesivo en las horas pico (Distrito Metropolitano de Quito, 2014, pp. 12-13).

Se debe fomentar la cultura de servicios en el transporte, de manera que exista un grado de empatía desde la oferta hacia la demanda y viceversa. Además de proporcionar las herramientas y facilidades para que las unidades de transporte que operan de manera informal puedan integrarse al marco legal que rige todo el transporte para beneficio de la población mejorando sistemas de movilización.

Según la investigación sobre Determinación de la oferta de calidad de los servicios turísticos desarrollados por las prestadoras de servicios y/ o comunitarios reconocidas por el Ministerio de Turismo en la Sierra Ecuatoriana, 2011 considera que la calidad ya no

está orientada únicamente a la satisfacción de ciertas expectativas por parte del cliente, sino que va más allá pues:

La calidad no es entregar al cliente solo que quiere, sino lo que nunca se ha imaginado que quería, y que una vez que lo obtenga, se dé cuenta que era lo que siempre había buscado. Este concepto se sostiene gracias a la aportación de Philip Crosby, con su reflexión “La calidad empieza en la gente no en las cosas”. (p. 22)

El desempeño y predisposición para brindar un servicio de calidad depende en su mayoría del factor humano, por ello es necesario indagar en su formación académica y personal. En el estudio denominado como La Cultura Turística de los conductores de taxi como aspecto gestor del turismo en el cantón Ambato provincia de Tungurahua, 2016 menciona que para conseguir un personal capacitado y eficiente se debe trabajar en una gestión por competencias. Lo cual comprende que se reúnan varias características de una misma persona y se pueda identificar formas de comportamiento o pensamiento.

De tal manera Flores (2016) define que: “Una competencia tiene tres componentes: el saber hacer (conocimientos), el querer hacer (factores emocionales y motivacionales) y el poder hacer (factores situacionales y de estructura de la organización)”. (p. 71) Dentro de la competencia laboral se analizan capacidades como: conocimientos, habilidades y actitudes que posee una persona para desempeñarse eficientemente en su ocupación laboral.

## 2.3. Marco Conceptual

### Confiabilidad

- “Grado de probabilidad según el cual un material ejecutará su función específica sin fallar durante un período de tiempo estipulado y bajo condiciones específicas operacionales y ambientales” (Arbones, 1989, p. 139).
- “La probabilidad en que un producto realizará su función prevista sin incidentes por un período de tiempo especificado y bajo condiciones indicadas” (García & Lamadrid, 2007).
- “La confiabilidad se refiere a la consistencia de los resultados. En el análisis de la confiabilidad se busca que los resultados de un cuestionario concuerden con los resultados del mismo cuestionario en otra ocasión. Si esto ocurre se puede decir que hay un alto grado de confiabilidad” (Menéndez , 2015, p. 76).

### Responsabilidad

- “Es la virtud o disposición habitual de asumir las consecuencias de las propias decisiones, respondiendo de ellas ante alguien. Responsabilidad es la capacidad de dar respuesta de los propios actos” (Canfranc, 2012).
- “Es un valor o cualidad que dignifica a una persona o entidad.” (Trujillo).
- “La palabra responsabilidad proviene del latín 'responsum', que es una forma de ser considerado sujeto de una deuda u obligación. Así, responsable es aquel que conscientemente es la causa directa o indirecta de un hecho y que, por lo tanto, es imputable por las consecuencias de ese hecho” (Romero & Gutierrez, 2011).

### Empresa

- “Es la actividad donde involucra la planeación, organización, dirección, control de recursos de mano de obra, de producción, finanzas, ventas, etcétera, enfocando los esfuerzos, en la mayoría de los casos, a la obtención de lucro” (Ibarra, 2005, p. 23).

- “Es la organización de los factores de la producción con el fin de obtener una ganancia ilimitada” (Velasco, 2007, p. 27).
- “Toda actividad de combinación de factores, cuyos comportamientos están definidos por sus propias estructuras, en primer lugar, y por el entorno en cuanto afecta a la disposición de los factores de producción, así como a la colocación de sus programas de productos y servicios” (García, 1994, p. 134).

### Educación

- “Educación es el perfeccionamiento intencional de las potencias específicamente humanas” (García Hoz, 1963).

### Seguridad

- “Arte, ciencia y técnica que se ocupa de reconocer, evaluar y controlar los riesgos de accidentes de trabajo” (Torres Parra, 2000, p. 6).
- “Proceso mediante el cual la persona desempeña sus tareas laborales de una manera que protege su integridad físico-psicológica y la de sus compañeros, así como la integridad de las instalaciones y los equipos de la empresa y del medio ambiente que lo rodea” (Romero García, 1998, pp.55).
- “Del latín securitas, que a su vez deriva de securus (sin cuidado, sin precaución, sin temor a preocuparse), que significa libre de cualquier peligro o daño, y desde el punto de vista psicosocial se puede considerar como un estado mental que produce en los individuos (personas y animales) un particular sentimiento de que se está fuera o alejado de todo peligro ante cualquier circunstancia.” (ConceptoDefinición, 2011).

### Norma

- “La norma jurídica es todo precepto, mandato, disposición o regla que tiene por fin ordenar la convivencia de la comunidad y cuyo cumplimiento puede ser impuesto coactivamente por el poder directivo del momento” (López, 2006).

### Escala de Medición de Intervalo

- “Unidad de medición común y constante que asigna números reales a todos los pares de objetos de una serie ordenada. En este intervalo de medición, la razón de cada dos intervalos (distancia) es independiente de las unidades de medición. En este tipo de escala se puede usar la medida aritmética como medida de la tendencia central al igual que una desviación estándar como medida de dispersión” (Naghi, 2005, p. 226).

### Turismo

- “Es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus desplazamientos y estancias en distintos lugares diferentes al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo menor a un año, con fines de ocio, negocio u otros motivos” (Cabarcos, 2006, p. 2)

### Sistema turístico

- “Un sistema abierto, de cinco elementos, interactuando en un amplio medio ambiente. Siendo estos elementos: uno dinámico, el turista; tres geográficos: la región generadora, la ruta de tránsito y la región de destino, y un elemento económico, la industria turística”. (Leiper citado en Quesada, 2007, p. 128)
- “Es una trama de relaciones que caracterizan su funcionamiento, estas relaciones forman un sistema: oferta turística, producto, superestructura, planta turística, demanda turística”. (Boullon, 2006, pp. 31-32)

## CAPITULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. Enfoque de Investigación Cuantitativo

Para esta investigación se ha seleccionado un enfoque de investigación cuantitativo, que según Bernal (2006) este permite medir las características que determinarán la calidad del servicio de transporte, las mismas que han sido tomadas de un marco teórico previamente estableciendo. Las cifras numericas que se obtengan mediante este método permitiran establecer de manera más exacta el nivel de calidad en el que se encuentra el transporte terrestre dentro del aeropuerto. Haciendo uso de herramientas matemáticas y estadísticas así como de parámetros de medición o clasificación se podrá analizar y comprobar la información obtenida de la población

#### 3.2. Tipología de Investigación

##### 3.2.1. *Por su finalidad Aplicada*

Por su finalidad es una investigación aplicada, definida como “un proceso que permite transformar el conocimiento teórico que proviene de la investigación básica en conceptos, prototipos y productos, sucesivamente.” (Lozada, 2014) Una vez realizada la investigación básica en la que se recolecta y analiza la información sobre diferentes teorías que sustentan el tema de estudio, se procederá a aplicar dichos argumentos que faciliten la medición de la calidad del servicio de transporte terrestre y de esa manera proporcionar recomendaciones o soluciones prácticas a los problemas encontrados.

##### 3.2.2. *Por su fuente de información Mixto*

Para la recolección de información se empleará una investigación de campo que consiste en acudir al lugar donde se desarrolla el fenómeno a estudiar, en donde el

investigador recabará información de las variables que están fuera de su control mediante el contacto directo con la población, esto con la aplicación de las encuestas. De igual manera una investigación documental en la que se emplea fuentes como los libros de Valarie Zeithml 2009 con Marketing de Servicios y de Douglas Hoffman 2002 con Fundamentos de Marketing, papers sobre Calidad y Transporte como por ejemplo La Calidad del Servicio de Taxis en Maracaibo elaborado por Urdaneta, Monasterio & Peña, incluyendo estadísticas de Instituciones Públicas como el Ministerio de Turismo, entre otros, en las que se podrá encontrar información útil y veraz, así como teorías que respalden el presente estudio.

### *3.2.3. Por el control de las variables No experimental*

Se determina como no experimental puesto que el investigador no posee ningún control sobre las variables independientes que en este caso constituyen: la confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía. Únicamente se limita a observar los efectos que estas variables provocan en la variable dependiente que en este caso es la calidad del servicio, por otra parte permite que el investigador pueda observar desde diferentes enfoques la realidad en la que se desarrolla la relación entre las unidades de análisis que han sido tomadas en cuenta dentro del estudio (Ortiz Uribe, 2004).

### *3.2.4. Por el alcance Correlacional*

Es correlacional ya que con el estudio se pretende identificar si existe correlación o no entre las variables planteadas en el estudio. Esto se logrará mediante el análisis de su comportamiento; es decir, si afecta el cambio de la una en la otra. Y medir este grado de relación que mantienen, para determinar si existe una correlación positiva o negativa. En el caso de no ser correlaciones se da por hecho que estas variables varían sin seguir un patrón sistemático (Schunk, 1997).

### 3.3. Hipótesis

Considerando que para este estudio se han establecido los siguientes rangos:

Del 0 al 0,40 es malo

Del 0,41 al 0,60 es regular

Del 0,61 al 0,80 es bueno

Y del 0,81 al 1 es excelente

Si se tiene que:

$H_0$ : “El promedio de calificación otorgada por los usuarios al transporte terrestre que presta el aeropuerto Mariscal Sucre de Quito es igual o menor al 0.8;  $X \leq 0,8$ ”

$H_1$ : “El promedio de calificación otorgada por los usuarios al transporte terrestre que presta el aeropuerto Mariscal Sucre de Quito es mayor al 0.8;  $X > 0,8$ ”

### 3.4. Población y Muestra

Para calcular la muestra de esta investigación se ha tomado como población a las personas que entraron y salieron de la ciudad de la Quito vía aérea durante el año 2015. Según el anuario de Estadísticas de Transporte publicado en la página oficial del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2015) el número total de nacionales y extranjeros que se movilizaron en el Aeropuerto Mariscal Sucre, fue 2'430.237 personas. Para calcular la muestra se asume un nivel de confianza de 95%, un margen de error de 5%, y para P y Q (valor estimado de la población que utiliza el servicio de transporte terrestre) 50% por cuanto no se ha realizado una encuesta piloto. La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:



$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{(e^2(N-1)) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

En dónde;

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza (90%) 2.72

P = probabilidad de que tome el servicio (0.5)

Q = probabilidad de que no tome el servicio (0.5)

e = precisión (10%) (Error máximo admisible en términos de proporción). 0.01

n= 271.96

Considerando la cantidad de unidades de cada tipo de transporte: 14 de Aeroservicios, 29 entre Buses y microbuses, y 200 de UNIVALLE se establece que del total de 272 encuestas, el 50% se realizará a los usuarios de taxi, el 25% estará destinada aquellas personas que se trasladan en los buses de transporte colectivo y el 25% restante a quienes utilicen Aeroservicios.

### 3.5. Instrumentos

#### Encuesta

El principal instrumento para la recolección de información que se utilizará en esta investigación es el modelo llamado SERVPERF que se desarrolla en base a las percepciones, que deja de lado a las expectativas pero mantiene las cinco dimensiones con los 22 ítems de la escala original del SERVQUAL.

Para el presente proyecto se ha tomado en cuenta únicamente 4 dimensiones con un máximo de 17 ítems que han sido modificadas en base a la realidad del caso, mismas que

permitirán evaluar la calidad del servicio de transporte terrestre del aeropuerto Mariscal Sucre de una manera integral y acorde al contexto local.

- Confiabilidad: Puntualidad, Formalidad Empresarial y Precio.
- Responsabilidad: Cumplimientos de normas, Gestión de itinerarios, Cuidado del turista y su equipaje
- Seguridad: Cobertura de seguros, Implementos de seguridad, Estado del vehículo
- Empatía: Atención personalizada, Trato especial en valores, Dominio de otro idioma y Presentación personal.

Esta encuesta está dirigida a todos los usuarios que con diferentes fines utilizan el transporte terrestre ofrecido por el aeropuerto tales como los buses de Aeroservicios, los taxis de la entidad UNIVALLE y los buses públicos que salen de la estación Río Coca, y Quitumbe. Para los buses de transporte público se emplea la encuesta con 17 ítems, en el caso de la compañía Aeroservicios se redujo una pregunta por lo cual esta encuesta contendrá únicamente 16 ítems y para el servicio de taxis se tiene solo 13 ítems. Para los tres casos se utiliza una escala de Likert de 1 a 5 donde: 1 equivale a “nunca”, 2 “rara vez”, 3 “a veces”, 4 “frecuentemente” y 5 a “siempre”. Siendo la única condición ser mayor de edad.

### **3.6. Procedimiento para recolección de datos**

La Técnica Documental se empleó para la recopilación e investigación sobre teorías de expertos que avalen el tema, por lo cual se han analizado libros de la biblioteca de la Universidad de las Fuerzas Armadas, con la ayuda de la matriz bibliográfica, misma que permite clasificar y ordenar la información. (Anexo 1)

De igual manera se determinó una técnica de campo para acudir al aeropuerto Mariscal Sucre donde se realizó el respectivo levantamiento de información, a través de las encuestas de manera dispersa, durante 2 semanas la primera los días: lunes, miércoles,

viernes y sábado y la segunda: martes, jueves y domingo esto debido a que no todos los días se trasladan al aeropuerto la misma cantidad de personas. En cuanto a la hora se determinó tres rangos; de 7:00 – 10:00; 12:00-15:00 y 16:00-19:00 aplicándolos de manera consecutiva a cada día de la semana. Esto con la finalidad de obtener datos más variados y reales. Lo que permitió mantener una cercanía directa con la demanda para identificar cuáles son sus necesidades y exigencias.

Para los buses de transporte publicó la información otorgada por los usuarios se obtuvo en las paradas establecidas y en el transcurso del viaje según el caso o necesidad. (Anexo 2)

En cuanto a la compañía Aeroservicios para la cual se redujo una afirmación, es decir solo 16 ítems, las encuestadoras recopilaron los datos en la sala de espera del aeropuerto, debido a la facilidad de hacer contacto con los usuarios de esta empresa. (Anexo 3)

Y en el caso del servicio de taxis se optó por modificar la encuesta principal, debido al tiempo y tipo de encuestado. Por lo que se creó una cartilla pequeña para mayor comodidad, con dos encuestas que son entregadas a cada conductor para que estas a su vez sean dirigidas al usuario, se les dejó por una semana y a la siguiente se procedió con la recolección de las cartillas situación que tomó 3 días debido a que los taxis poseen diferentes horarios y se hizo complicado encontrarlos a todos el mismo día. (Anexo 4)

### **3.7. Procedimiento para tratamiento y análisis de información**

Posterior al levantamiento de información, se utilizó el programa Excel para clasificar y dar un puntaje a la escala de Likert, con el fin de obtener una sumatoria total para cada afirmación. Esto a través de una escala de medición nominal es decir, que a cada número de la escala de Likert se le otorgó el siguiente puntaje:

1(nunca)=0

2(rara vez)=0,25

3 (a veces)=0,50

4(frecuentemente) =0,75

5(siempre)=1

Por ejemplo, si una persona respondió a una de las afirmación con un 5(siempre) en la hoja de Excel tendrá un valor de 1. También se utiliza una escala de medición de intervalos, para otorgar una denominación al puntaje obtenido:

Malo= 0-0,40

Regular = 0,41-0,60

Bueno = 0,61-0,80

Excelente= 0,81- 1,00

Después de conocer estos valores, y considerando el número de preguntas de cada encuesta fue necesario establecer un cierto porcentaje para cada dimensión, mismos que sumados darán como resultado el 100%.

**Tabla 1**

**Porcentajes establecidos por dimensión Taxis "UNIVALLE"**

| <b>Dimensión</b>       | <b>Puntaje</b> |
|------------------------|----------------|
| <b>Confiabilidad</b>   | 0,15 (15%)     |
| <b>Responsabilidad</b> | 0,30 (30%)     |
| <b>Seguridad</b>       | 0,25 (25%)     |
| <b>Empatía</b>         | 0,30 (30%)     |
| <b>TOTAL</b>           | 1.00 (100%)    |

**Tabla 2****Porcentajes establecidos por dimensión Aeroservicios**

| <b>Dimensión</b>       | <b>Puntaje</b> |
|------------------------|----------------|
| <b>Confiabilidad</b>   | 0,20 (20%)     |
| <b>Responsabilidad</b> | 0,30 (30%)     |
| <b>Seguridad</b>       | 0,25 (25%)     |
| <b>Empatía</b>         | 0,25 (25%)     |
| <b>TOTAL</b>           | 1.00 (100%)    |

**Tabla 3****Porcentajes establecidos por dimensión Buses públicos**

| <b>Dimensión</b>       | <b>Puntaje</b> |
|------------------------|----------------|
| <b>Confiabilidad</b>   | 0,20 (20%)     |
| <b>Responsabilidad</b> | 0,40 (40%)     |
| <b>Seguridad</b>       | 0,20 (20%)     |
| <b>Empatía</b>         | 0,20 (30%)     |
| <b>TOTAL</b>           | 1.00 (100%)    |

Una vez fijados estos porcentajes por dimensión, se procede a determinar porcentajes pero esta vez para cada pregunta de cada dimensión y considerando que todas tienen la misma importancia y deben sumar 100%.

**Tabla 4****Dimensión Confiabilidad Taxi**

| <b>Dimensión</b>    | <b>Confiabilidad (15%)</b> |
|---------------------|----------------------------|
| <b>Afirmación 1</b> | 0,50 (50%)                 |
| <b>Afirmación 2</b> | 0,50 (50%)                 |
| <b>TOTAL</b>        | 1.00 (100%)                |

**Tabla 5****Dimensión Responsabilidad Taxis**

| <b>Dimensión</b>    | <b>Responsabilidad (30%)</b> |
|---------------------|------------------------------|
| <b>Afirmación 1</b> | 0,25 (25%)                   |
| <b>Afirmación 2</b> | 0,25 (25%)                   |
| <b>Afirmación 3</b> | 0,25 (25%)                   |
| <b>Afirmación 4</b> | 0,25 (25%)                   |
| <b>TOTAL</b>        | 1.00 (100%)                  |

**Tabla 6****Dimensión Seguridad Taxis**

| <b>Dimensión</b>    | <b>Seguridad (25%)</b> |
|---------------------|------------------------|
| <b>Afirmación 1</b> | 0,33 (33%)             |
| <b>Afirmación 2</b> | 0,33 (33%)             |
| <b>Afirmación 3</b> | 0,33 (33%)             |
| <b>TOTAL</b>        | 1.00 (100%)            |

**Tabla 7****Dimensión Empatía Taxis**

| <b>Dimensión</b>    | <b>Empatía (30%)</b> |
|---------------------|----------------------|
| <b>Afirmación 1</b> | 0,25 (25%)           |
| <b>Afirmación 2</b> | 0,25 (25%)           |
| <b>Afirmación 3</b> | 0,25 (25%)           |
| <b>Afirmación 4</b> | 0,25 (25%)           |
| <b>TOTAL</b>        | 1.00 (100%)          |

**Tabla 8****Dimensión Confiabilidad Aeroservicios**

| <b>Dimensión</b>    | <b>Confiabilidad (15%)</b> |
|---------------------|----------------------------|
| <b>Afirmación 1</b> | 0,33 (33%)                 |
| <b>Afirmación 2</b> | 0,33 (33%)                 |
| <b>Afirmación 3</b> | 0,33 (33%)                 |
| <b>TOTAL</b>        | 1.00 (100%)                |

**Tabla 9****Dimensión Responsabilidad Aeroservicios**

| <b>Dimensión</b>    | <b>Responsabilidad<br/>(30%)</b> |
|---------------------|----------------------------------|
| <b>Afirmación 1</b> | 0,20 (20%)                       |
| <b>Afirmación 2</b> | 0,20 (20%)                       |
| <b>Afirmación 3</b> | 0,20 (20%)                       |
| <b>Afirmación 4</b> | 0,20 (20%)                       |
| <b>Afirmación 5</b> | 0,20 (20%)                       |
| <b>TOTAL</b>        | 1.00 (100%)                      |

**Tabla 10****Dimensión Seguridad Aeroservicios**

| <b>Dimensión</b>    | <b>Seguridad (25%)</b> |
|---------------------|------------------------|
| <b>Afirmación 1</b> | 0,25 (50%)             |
| <b>Afirmación 2</b> | 0,25 (50%)             |
| <b>Afirmación 3</b> | 0,25 (25%)             |
| <b>Afirmación 4</b> | 0,25 (25%)             |
| <b>TOTAL</b>        | 1.00 (100%)            |



**Tabla 11****Dimensión Empatía Aeroservicios**

| <b>Dimensión</b>    | <b>Empatía (25%)</b> |
|---------------------|----------------------|
| <b>Afirmación 1</b> | 0,25 (25%)           |
| <b>Afirmación 2</b> | 0,25 (25%)           |
| <b>Afirmación 3</b> | 0,25 (25%)           |
| <b>Afirmación 4</b> | 0,25 (25%)           |
| <b>TOTAL</b>        | 1.00 (100%)          |

**Tabla 12****Dimensión Confiabilidad Bus público**

| <b>Dimensión</b>    | <b>Confiabilidad (20%)</b> |
|---------------------|----------------------------|
| <b>Afirmación 1</b> | 0,25 (25%)                 |
| <b>Afirmación 2</b> | 0,25 (25%)                 |
| <b>Afirmación 3</b> | 0,25 (25%)                 |
| <b>Afirmación 4</b> | 0,25 (25%)                 |
| <b>TOTAL</b>        | 1.00 (100%)                |

Tabla 13

**Dimensión Responsabilidad Bus público**

| <b>Dimensión</b>    | <b>Responsabilidad<br/>(40%)</b> |
|---------------------|----------------------------------|
| <b>Afirmación 1</b> | 0,20 (20%)                       |
| <b>Afirmación 2</b> | 0,20 (20%)                       |
| <b>Afirmación 3</b> | 0,20 (20%)                       |
| <b>Afirmación 4</b> | 0,20 (20%)                       |
| <b>Afirmación 5</b> | 0,20 (20%)                       |
| <b>TOTAL</b>        | 1.00 (100%)                      |

Tabla 14

**Dimensión Seguridad Bus público**

| <b>Dimensión</b>    | <b>Seguridad (15%)</b> |
|---------------------|------------------------|
| <b>Afirmación 1</b> | 0,25 (25%)             |
| <b>Afirmación 2</b> | 0,25 (25%)             |
| <b>Afirmación 3</b> | 0,25 (25%)             |
| <b>Afirmación 4</b> | 0,25 (25%)             |
| <b>TOTAL</b>        | 1.00 (100%)            |

**Tabla 15****Dimensión Empatía Bus público**

| <b>Dimensión</b>    | <b>Empatía (20%)</b> |
|---------------------|----------------------|
| <b>Afirmación 1</b> | 0,25 (25%)           |
| <b>Afirmación 2</b> | 0,25 (25%)           |
| <b>Afirmación 3</b> | 0,25 (25%)           |
| <b>Afirmación 4</b> | 0,25 (25%)           |
| <b>TOTAL</b>        | 1.00 (100%)          |

De esta manera con el valor otorgado por cada encuestado y los puntajes asignados por dimensión y por pregunta, se procede a sacar una calificación primero por dimensión y con la sumatoria de las 4, una calificación total del servicio.

SUMA :  $= (F3*0,5*0,15) + (G3*0,5*0,15)$

|            | CONFIABILIDAD<br>15%     |                                       |                                   | RESPONSABILIDAD<br>30%                            |   |   |  |          | SEGURIDAD<br>25%  |   |   |          | EMPATÍA<br>30%   |   |  |   |          |                   |
|------------|--------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------|---|---|---|--|----------|---|---|---|----------|--|---|--|---|----------|-------------------|
| ENCUESTADO | EL SERVICIO ES INMEDIATO | ESTÁ DE ACUERDO CON LA TARIFA COBRADA | SUBTOTAL                          | EL CONDUCTOR RESPETA NORMAS DE TRÁNSITO VEHICULAR | EL TIEMPO TRANSCURRIDO DURANTE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO ES OPORTUNO | EL TRANSPORTE UTILIZADO LE BRINDA COMODIDAD | EL TRANSPORTE BRINDA CONDICIONES IDÓNEAS PARA EL TRASLADO DE SU EQUIPAJE | SUBTOTAL | EL VEHÍCULO POSEE IMPLEMENTOS DE SEGURIDAD COMO: CINTURÓN, CÁMARAS DE VIGILANCIA, BOTÓN PRIMEROS AUXILIOS | LAS UNIDADES SE ENCUENTRAN LIMPIAS Y EN BUEN ESTADO | LOS NIVELES DE RUIDO (MÚSICA, TELÉFONO, OTROS) DENTRO DE LA UNIDAD SON ACEPTABLES | SUBTOTAL | EL CONDUCTOR ES AMABLE Y RESPETUOSO DURANTE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO | EL CONDUCTOR HACE USO DE OTRO IDIOMA PARA COMUNICARSE | LA PRESENTACIÓN PERSONAL DEL CONDUCTOR ES ADECUADA | SUS DUDAS E INCONVENIENTES FUERON ATENDIDOS | SUBTOTAL | TOTAL DIMENSIONES |
| 1          | 1                        | 1                                     | $= (F3*0,5*0,15) + (G3*0,5*0,15)$ | 1   | 1   | 1   | 1  | 0,30     | 1   | 0,75  | 1   | 0,23     | 1  | 0,25  | 1  | 0,5   | 0,21     | 0,88              |
| 2          | 1                        | 0,75                                  | 0,13                              | 1   | 0,75  | 0,75  | 0,75   | 0,24     | 0,75  | 0,5   | 0,75  | 0,17     | 0,75   | 0,25  | 1  | 0,25  | 0,17     | 0,71              |
| 3          | 1                        | 0,75                                  | 0,13                              | 1   | 0,75  | 1   | 1  | 0,28     | 1   | 1   | 1   | 0,25     | 1  | 0,25  | 1  | 0   | 0,17     | 0,83              |
| 4          | 1                        | 0,75                                  | 0,13                              | 0,75  | 0,75  | 0,75  | 0,75   | 0,23     | 0,75  | 0,5   | 0,75  | 0,17     | 0,75   | 0   | 0,75   | 0   | 0,11     | 0,63              |
| 5          | 1                        | 1                                     | 0,15                              | 1   | 1   | 0,75  | 0,75   | 0,26     | 0,75  | 0,5   | 0,75  | 0,17     | 0,75   | 0,25  | 0,75   | 0,25  | 0,15     | 0,73              |
| 6          | 1                        | 0,75                                  | 0,13                              | 1   | 0,75  | 0,75  | 0,75   | 0,24     | 0,75  | 0,5   | 0,75  | 0,17     | 1  | 0,25  | 1  | 0,5   | 0,21     | 0,75              |
| 7          | 1                        | 0,75                                  | 0,13                              | 1   | 0,75  | 1   | 1  | 0,28     | 1   | 0,75  | 0,75  | 0,21     | 1  | 0,75  | 1  | 0,75  | 0,26     | 0,88              |
| 8          | 1                        | 0,75                                  | 0,13                              | 1   | 0,75  | 0,75  | 0,75   | 0,24     | 0,75  | 0,75  | 0,75  | 0,19     | 0,75   | 0,25  | 0,75   | 0,25  | 0,15     | 0,71              |
| 9          | 1                        | 0,5                                   | 0,11                              | 1   | 0,75  | 1   | 1  | 0,28     | 1   | 0,75  | 0,75  | 0,21     | 1  | 0,25  | 1  | 0,25  | 0,19     | 0,79              |
| 10         | 1                        | 0,75                                  | 0,13                              | 0,75  | 0,75  | 1   | 1  | 0,26     | 1   | 0,75  | 0,75  | 0,21     | 1  | 0   | 0,75   | 0,25  | 0,15     | 0,75              |
| 11         | 1                        | 0,75                                  | 0,13                              | 0,75  | 0,75  | 0,75  | 0,75   | 0,23     | 0,75  | 0,75  | 0,75  | 0,19     | 0,75   | 0,25  | 0,75   | 0,5   | 0,17     | 0,71              |
| 12         | 1                        | 0,25                                  | 0,09                              | 1   | 0,75  | 1   | 1  | 0,28     | 1   | 0,75  | 0,75  | 0,21     | 0,75   | 0   | 0,75   | 0,5   | 0,15     | 0,73              |
| 13         | 1                        | 0,25                                  | 0,09                              | 0,75  | 0,5   | 0,75  | 0,75   | 0,21     | 0,75  | 0,75  | 0,75  | 0,19     | 0,75   | 0   | 0,75   | 0,5   | 0,15     | 0,64              |

taxi Aero-servicios buses graficos preguntas

Figura 1 Datos tabulados en Excel con fórmulas

Como se puede observar en la figura, se procede a sumar los resultados de las cuatro dimensiones, obteniendo un promedio total por cada encuestado. Para después generar la media de cada una de las dimensiones, así como la media de manera general, por cada empresa de transporte terrestre, con la finalidad de realizar una comparación entre las 4 dimensiones de la misma empresa, entre una dimensión de las tres empresas y una comparación entre las afirmaciones que se repiten en los tres modelos de encuestas. Entre otros cálculos estadísticos que permitan realizar una comprobación de hipótesis más adelante.

## CAPITULO IV

### 4. RESULTADOS

#### 4.1. Perfil de la oferta

Los Buses de Aeroservicios operan los 365 días al año, su ruta es Bicentenario-Aeropuerto y viceversa el trayecto comprende únicamente dos paradas: una en el aeropuerto ubicado en Tababela y la otra en el parque Bicentenario situado en la Av. Amazonas y la Prensa. Gracias a ello pueden trasladar de 46 a 51 personas en un promedio de 45 a 50 minutos dependiendo de las condiciones del clima y tráfico vehicular. Con respecto a los itinerarios son ininterrumpidos cada 30 min, estos arrancan desde las 03h30 hasta las 22h00 de lunes a viernes; el fin de semana lo hacen desde las 04h00 hasta las 21h30, a un precio de \$8,00.

La flota de 14 buses es moderna cuenta con: aire acondicionado, servicio de WIFI gratuito e ilimitado, monitoreo vía GPS, y un seguro de accidentes para los pasajeros, además de un personal totalmente calificado por la empresa.

En cuanto a los buses públicos se puede mencionar la presencia de la Sociedad de Empresas de Transportes de Pasajeros Nororiental C.A. SOTRANOR y la cooperativa COSIBO que conjuntamente envían 29 unidades diarias desde las terminales de la Río Coca, Quitumbe, con intervalos de 20 minutos. Las unidades de SOTRANOR, circulan únicamente por la Ruta Viva que permite un recorrido de aproximadamente 60 y 80 minutos. Estos micro-buses cuentan con asientos cómodos y espaciosos, además de ventanas panorámicas y buena ventilación, tienen una capacidad para 22 pasajeros únicamente sentados. Su horario es desde las 05h30 a 22h00.

**Tabla 16****Tarifario Empresa SOTRANOR**

| <b>Parada</b>              | <b>Ida</b> | <b>Vuelta</b> |
|----------------------------|------------|---------------|
| <b>Terminal Río Coca</b>   |            | \$ 2.00       |
| <b>Cumbayá</b>             | \$ 0.50    | \$ 1.75       |
| <b>Tumbaco</b>             | \$ 0.75    | \$ 1.50       |
| <b>Y de Puembo</b>         | \$ 1.00    | \$ 1.25       |
| <b>Pifo</b>                | \$ 1.25    | \$ 1.00       |
| <b>Tababela</b>            | \$ 1.50    | \$ 0.50       |
| <b>Aeropuerto de Quito</b> | \$ 2.00    |               |

Fuente: Secretaría de Movilidad – Municipio del Distrito Metropolitano de Quito

Mientras que aquellas unidades pertenecientes a COSIBO, realizan un recorrido por lo que es Pifo, Cumbaya y Tumbaco y finalmente Tababela, razón por la cual el trayecto toma alrededor de 90 minutos. Las unidades de esta compañía son Buses Tipo, con capacidad para aproximada de 90 pasajeros entre sentados y parados. Ambas compañías cuentan con un seguro Equinoccial, de responsabilidad civil y el SPATT, su horario es desde las 05h30 a 19h00.

Tabla 17

## Tarifario Empresa COSIBO

| <b>Parada</b>              | <b>Ida</b> | <b>Vuelta</b> |
|----------------------------|------------|---------------|
| <b>Terminal Quitumbe</b>   |            | \$ 2.00       |
| <b>Quicentro Sur</b>       | \$ 0.25    | \$ 2.00       |
| <b>Puente de Guajaló</b>   | \$ 0.25    | \$ 2.00       |
| <b>Puengasí</b>            | \$ 0.50    | \$ 2.00       |
| <b>General Rumiñahui</b>   | \$ 0.50    | \$ 2.00       |
| <b>Cumbayá</b>             | \$ 0.50    | \$ 1.50       |
| <b>Tumbaco</b>             | \$ 1.00    | \$ 1.25       |
| <b>Y de Puembo</b>         | \$ 1.00    | \$ 1.00       |
| <b>Pifo</b>                | \$ 1.25    | \$ 0.75       |
| <b>Tababela</b>            | \$ 1.50    | \$ 0.50       |
| <b>Aeropuerto de Quito</b> | \$ 2.00    |               |

Fuente: Secretaría de Movilidad – Municipio del Distrito Metropolitano de Quito



La Asociación de Cooperativas del Valle “UNIVALLE”, está conformada por 500 unidades de taxis, de las cuales 200 operan dentro del Aeropuerto Sucre, y realizan recorridos todo el tiempo es decir que ofrecen un servicio de 24 horas ininterrumpidas. Cuentan con un counter dentro del aeropuerto donde se puede acceder a las unidades, además de realizar recorridos normales también ofrecen el servicio de tours a los principales lugares turísticos de Quito como Mitad del Mundo, Panecillo, Centro Histórico y ciudades cercanas como Otavalo.

La flota está conformada por unidades del 2011 en adelante, las cuales deben contar con aire acondicionado, GPS, y ser homologados. También ofrecen un seguro internacional que cubre al pasajero, conductor y de responsabilidad civil para terceros.

Tabla 18

## Tarifario Empresa UNIVALLE

| Nuevas tarifas para taxis desde y hacia el nuevo aeropuerto de Quito, aprobadas por la Secretaría de Movilidad del Municipio de Quito |                        |                      |               |               |
|---|------------------------|----------------------|---------------|---------------|
| Sector  | Parroquia              | Barrio o referencia  | DESDE el NAIQ | HACIA el NAIQ |
| <b>Norte</b>  | Carcelén               | Balcón del Norte     | 26,5          | 23            |
|   |                        | Mastodontes          |               |               |
|   |                        | Urabá                |               |               |
|   |                        | Ponceano Bajo        |               |               |
|   | Monteserrín            | San Isidro del Inca  | 22,5          | 20            |
|   |                        | San José del Inca    |               |               |
|   |                        | Los Laureles         |               |               |
|   | La Rumiñahui           | La Ofelia            | 25,5          | 22            |
|   |                        | El Rosario           |               |               |
|   |                        | Agua Clara           |               |               |
|   | Comité del Pueblo      | California           | 26,5          | 22,5          |
|   |                        | El Edén              |               |               |
|   |                        | La Luz               |               |               |
|   |                        | Kennedy              |               |               |
|   | San Carlos             | La Florida           | 27            | 24            |
|   |                        | Quito Norte          |               |               |
|   |                        | San Pedro Claver     |               |               |
|   | Cotocollao             | S. José del Condado  | 26,5          | 23            |
| S. José de Jarrín   |                        |                      |               |               |
| La Delicia  |                        |                      |               |               |
| <b>Centro Norte</b>   | Jipijapa               | Las Acacias          | 24,5          | 21            |
|   |                        | Chaupicruz           |               |               |
|   |                        | Zaldumbide           |               |               |
|   | Altamira               | Granda Centeno       | 28            | 24            |
|   |                        | El Bosque            |               |               |
|   |                        | Iñaquito Alto        |               |               |
|   | Concepción             | Mexterior            | 27            | 23            |
|   |                        | Quito Tennis         |               |               |
|   |                        | Pinar Bajo           |               |               |
|   | Carolina               | Parque La Carolina   | 24,5          | 21            |
|   |                        | Estadio Olímpico     |               |               |
|   |                        | Batán                |               |               |
|   | La Floresta            | La Vicentina         | 22            | 20            |
|   |                        | El Girón             |               |               |
|   |                        | San Pablo            |               |               |
|   | Bellavista             | Canal 8              | 24            | 21            |
|   |                        | Parque Metropolitano |               |               |
|   |                        | La Paz               |               |               |
| Batán Alto  | La Dolorosa            | 25                   | 21            |               |
|   | González Suarez        |                      |               |               |
|   | La Pradera (occidente) |                      |               |               |

Fuente: Secretaría de Movilidad – Municipio del Distrito Metropolitano de Quito

## 4.2. Demostración de la hipótesis

Para poder demostrar la hipótesis se utilizó el método estadístico llamado: *t* de *Student*<sup>1</sup> que consiste en la aplicación de la siguiente fórmula:

$$t = \frac{\bar{x} - \mu}{\frac{s}{\sqrt{n}}}$$

Para lo cual, se procedió a obtener la media general de cada empresa ( $\bar{x}$ ) así como la desviación estándar (*S*), para obtener la *t crítica* o *valores críticos* se utiliza la tabla de distribución: Valores críticos *t* (Anexo 5).

Primero se debe localizar los grados de libertad que es igual a  $n-1=134$  (taxis) en la columna de la izquierda. Como la prueba es de cola derecha, con  $\alpha= 0.05$ , remítase a la columna que indica un área de 0,05 en una cola. Para finalmente obtener la *t* de prueba, que será el determinante para aceptar o rechazar las hipótesis.

- Empresa de Taxis UNIVALLE

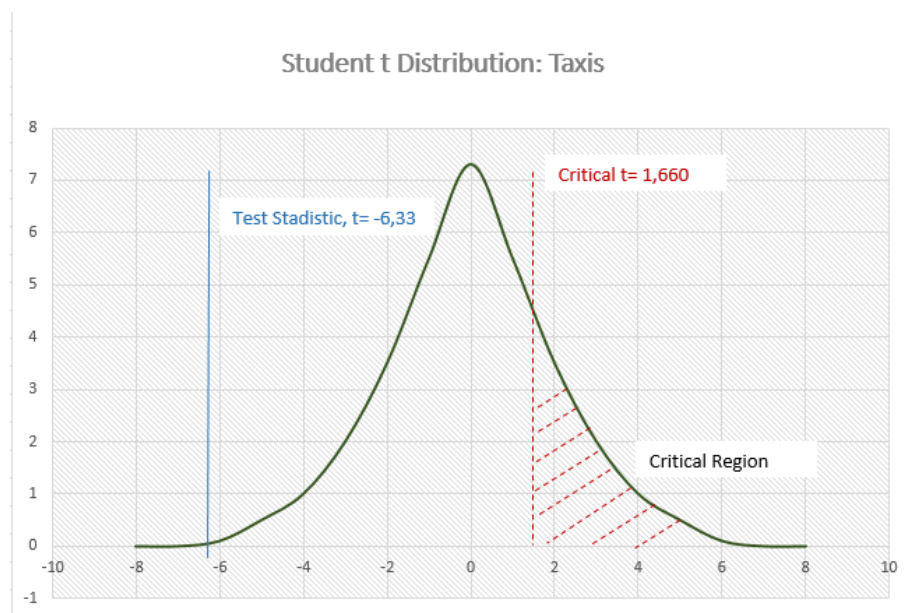
$$t = \frac{0,74 - 0,80}{\frac{0,11}{\sqrt{135}}} = -6,33$$

$$T \text{ crítica} = 1,660$$

$$T \text{ de prueba} = -6,33$$

---

<sup>1</sup> Es un estadístico de prueba para aprobar una aseveración acerca de una media ( $\sigma$  desconocida) (Triola, 2004).



**Figura 2 Student t Distribution: Taxis**

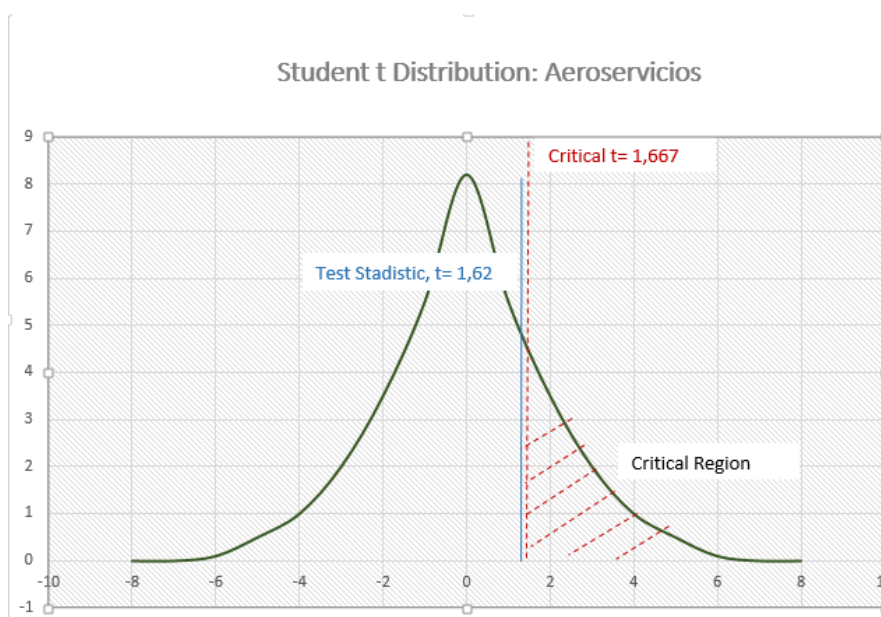
Debido a que la  $t$  de prueba  $-6,33$  no cae en la región crítica, no rechazamos  $H_0$  puesto que  $\bar{x} \leq 0,80$

- Empresa Aeroservicios

$$t = \frac{0,82 - 0,80}{\frac{0,10}{\sqrt{66}}} = 1,62$$

$T$  crítica = 1,667

$T$  de prueba = 1,62



**Figura 3 Student t Distribution: Aeroservicios**

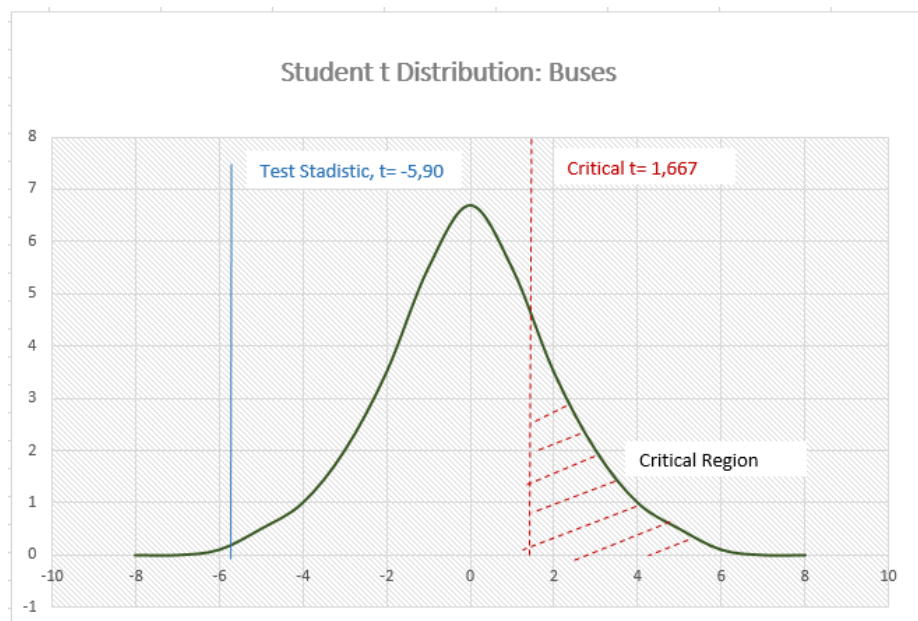
Debido a que la  $t$  de prueba 1,62 no cae dentro del área crítica, no rechazamos  $H_0$  puesto que  $\bar{x} \leq 0,80$

- Buses de transporte público

$$t = \frac{0,67 - 0,80}{\frac{0,18}{\sqrt{67}}} = -5,91$$

$T$  crítica = 1,667

$T$  de prueba = -5,91



**Figura 4 Student t Distribution: Buses Públicos**

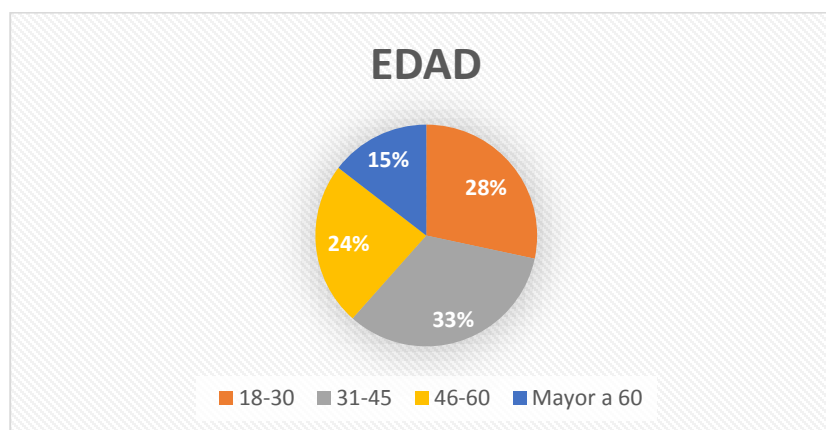
Debido a que la t de prueba -5.91 no cae en la región crítica, no rechazamos  $H_0$ ; puesto que  $\bar{x} \leq 0,80$

### 4.3. Resultados encuesta

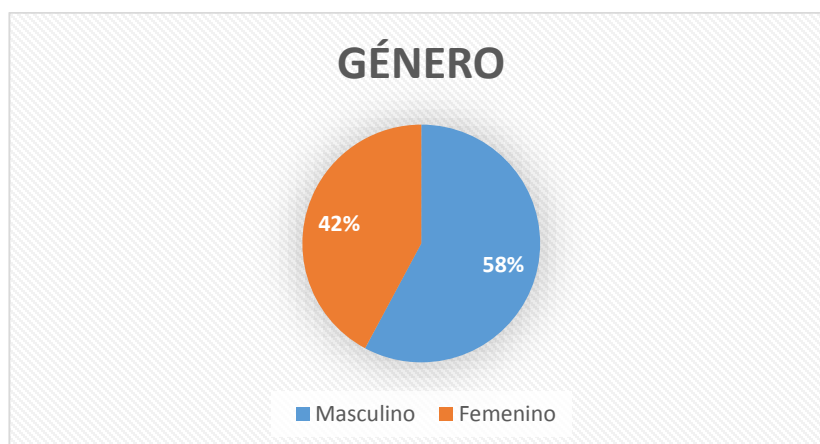
Para la interpretación de resultados es necesario tener en cuenta la siguiente escala; antes planteada:

**Tabla 19****Escala de denominación**

| Denominación | Puntaje   |
|--------------|-----------|
| Malo         | 0-0,40    |
| Regular      | 0,41-0,60 |
| Bueno        | 0,61-0,80 |
| Excelente    | 0,81-1    |

*4.3.1. Resultados por preguntas***Figura 5 Preguntas de información – Edad****Interpretación**

Se observa que la mayor cantidad de personas que se movilizan están dentro de los 31 a 45 años, edad en la que se concentra gran cantidad de la población económicamente activa.



**Figura 6 Preguntas de información – Género**

#### Interpretación

Más del 50% de la población estudiada corresponde al género femenino.

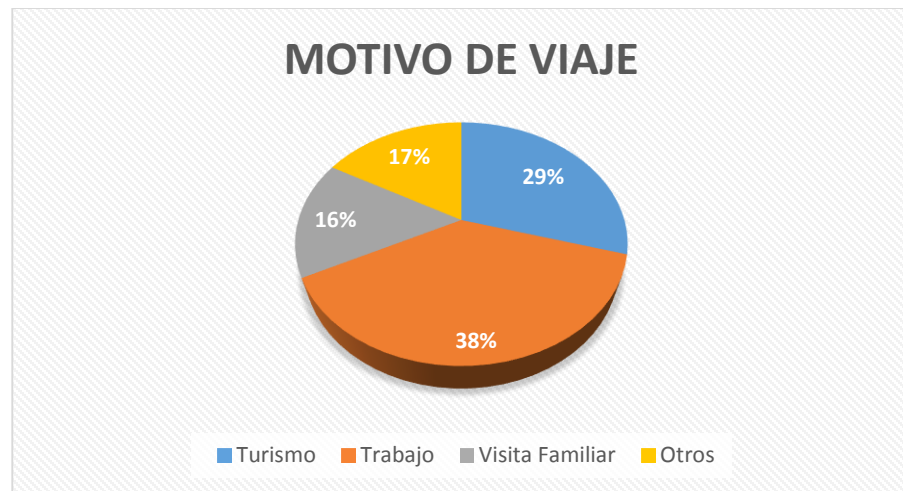


**Figura 7 Preguntas de información – Procedencia**



### Interpretación

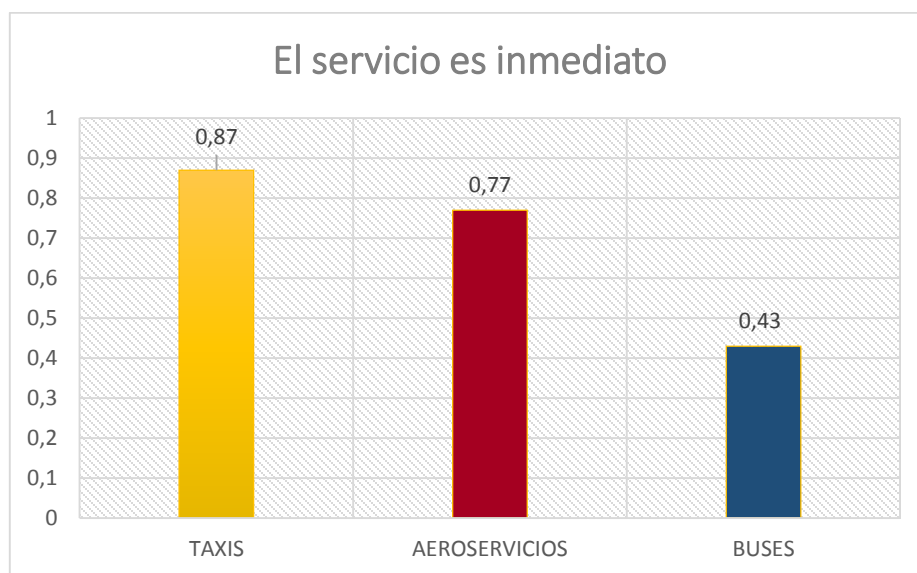
Se puede señalar que existe una cantidad de extranjeros casi equivalente a la de nacionales, ya que la supera apenas por un 2%. Esto quiere decir que la presencia de extranjeros en el país es notable.



**Figura 8 Preguntas de información - Motivo de viaje**

### Interpretación

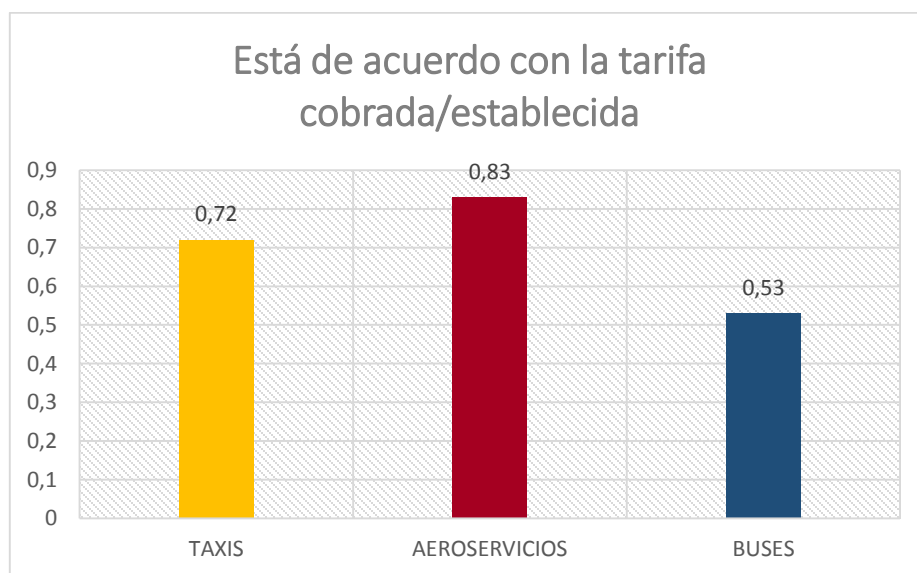
Se visualiza que la mayoría de personas se movilizan debido a razones de trabajo, lo cual concuerda con los resultados de la primera pregunta sobre edad.



**Figura 9 Encuesta Pregunta 1**

### Interpretación

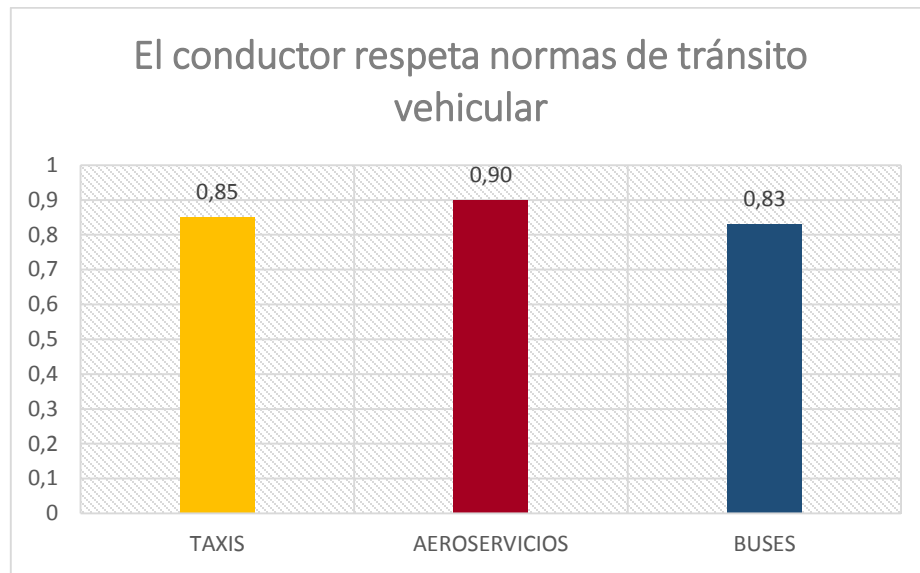
La percepción de los usuarios en cuanto a la inmediatez del servicio ha catalogado como excelente a Taxis, mientras que Aeroservicios es calificado como bueno, y a los buses le han otorgado una calificación equivalente a regular.



**Figura 10 Encuesta pregunta 2**

#### Interpretación

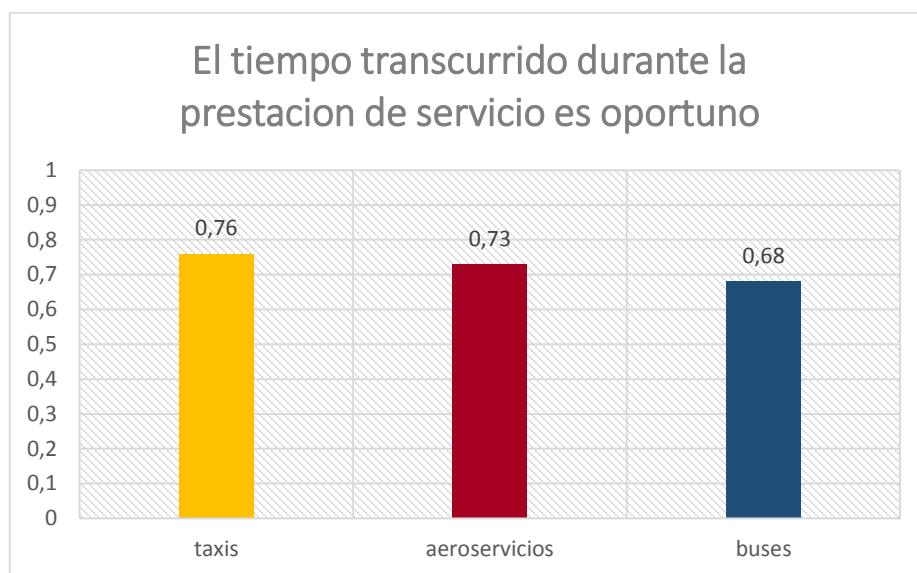
Se puede apreciar que los usuarios están más de acuerdo con la tarifa establecida por AEROSERVICIOS en vista que la calificación se considera como excelente, por otra parte la opinión que tiene sobre la tarifa de los taxis es buena al contrario de los buses que es regular.



**Figura 11 Encuesta pregunta 3**

#### Interpretación

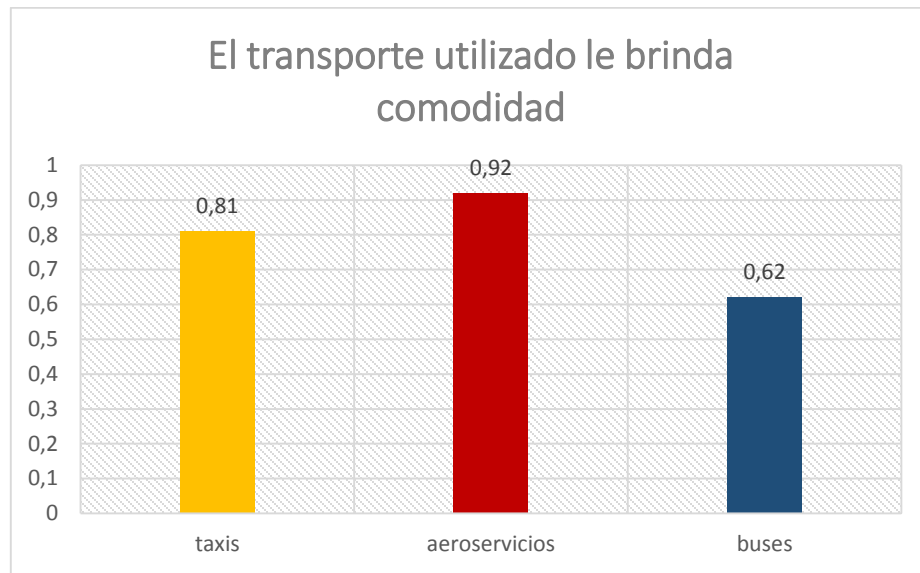
En cuanto a las normas de tránsito se observa que los tres tipos de servicio cumplen en la mayoría con lo reglamentado, y esto se refleja en la calificación excelente que le brindan los usuarios.



**Figura 12 Encuesta pregunta 4**

#### Interpretación

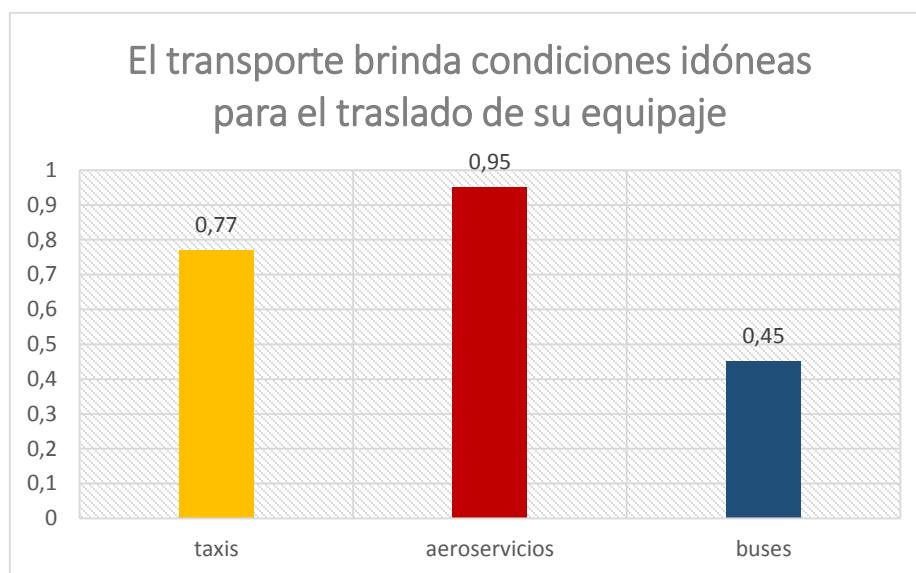
Se evidencia que los taxis ocupan el primer lugar en cuanto al tiempo de movilización hacia el destino pero a pesar de ello todas las empresas son catalogadas como buenas.



**Figura 13 Encuesta pregunta 5**

#### Interpretación

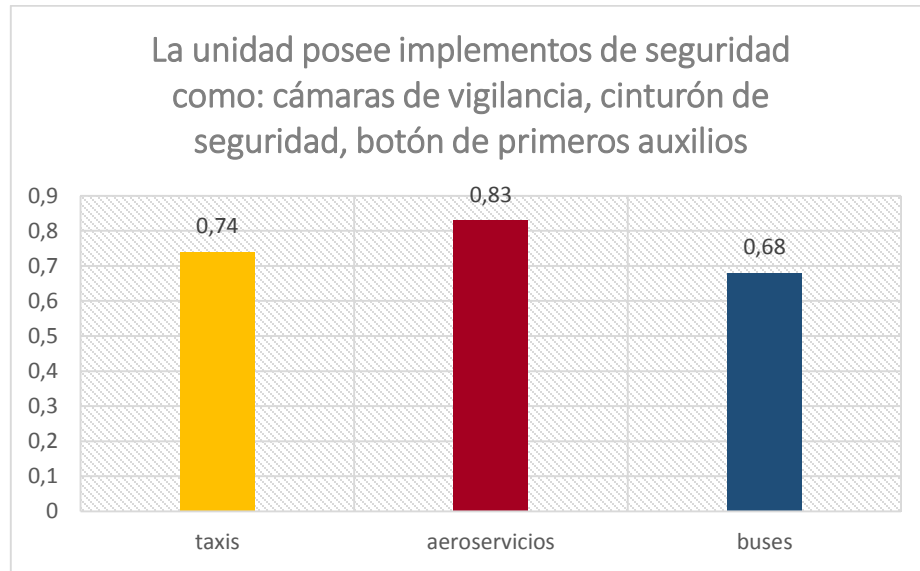
Sin duda ésta fue una de las variables mayormente percibidas, es así que tanto taxis como Aeroservicios brindan una excelente comodidad a sus usuarios, mientras que en los buses únicamente es buena.



**Figura 14 Encuesta pregunta 6**

#### Interpretación

Aeroservicios brinda mejores condiciones para el equipaje por lo que recibe una calificación que corresponde a excelente por otra parte los taxis adquieren un puntaje de bueno, aunque no ocurre lo mismo con los buses pues sus condiciones han sido percibidas como regular.

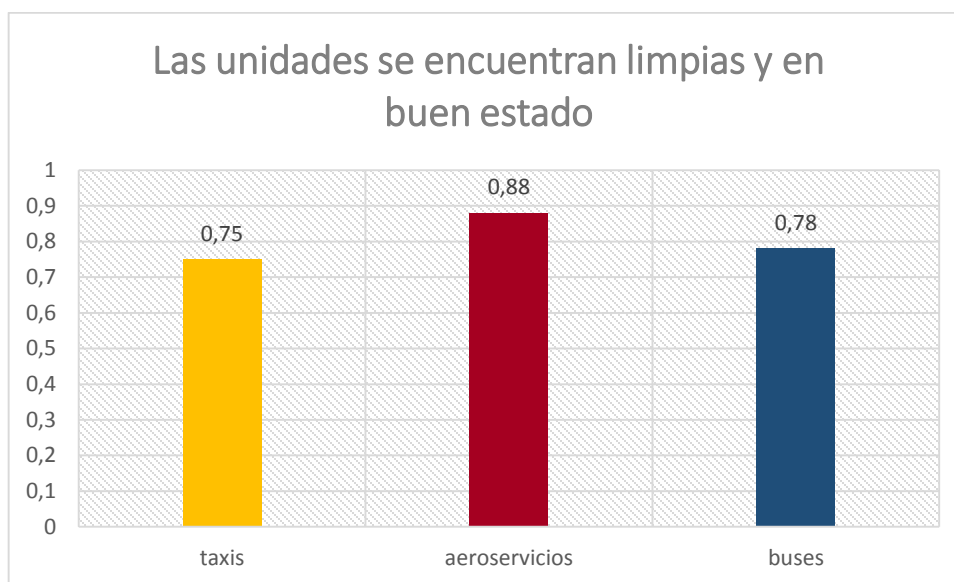


**Figura 15 Encuesta pregunta 7**

#### Interpretación

En este caso Aeroservicios lidera el puntaje y se le asigna una calificación excelente, en el caso de taxis y buses únicamente es de buena.

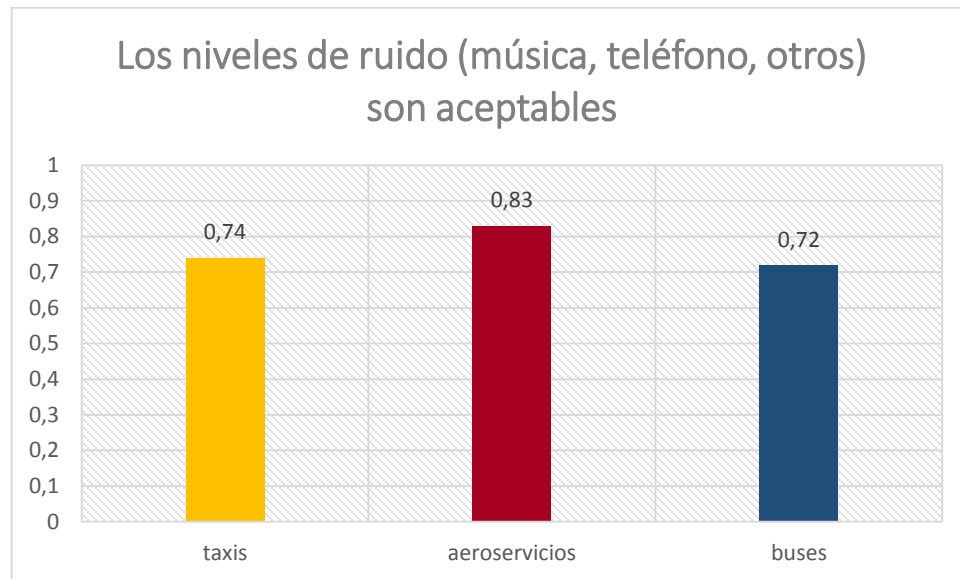




**Figura 16 Encuesta pregunta 8**

#### Interpretación

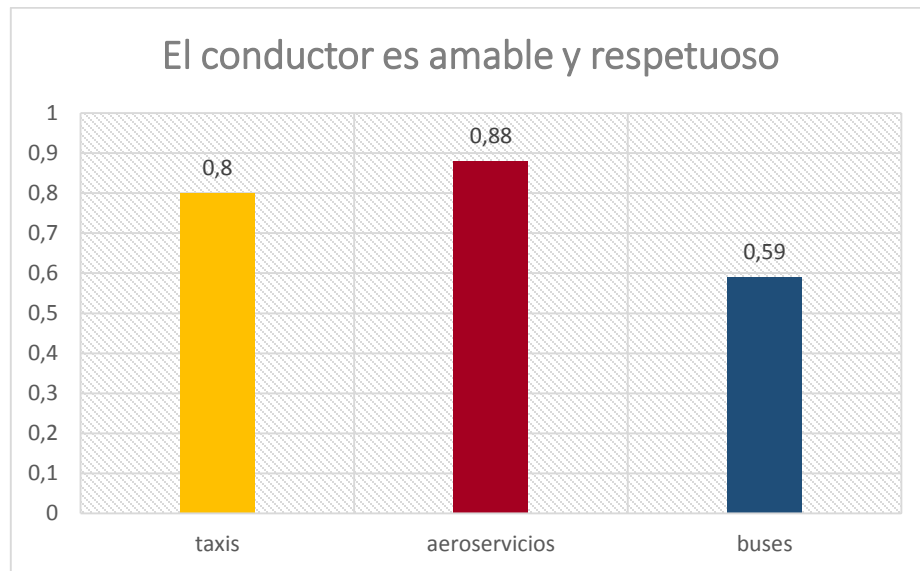
Se puede observar que Aeroservicios posee una excelente percepción de los usuarios con respecto a las condiciones de las unidades, por su parte los taxis y buses han recibido una calificación buena.



**Figura 17 Encuesta pregunta 9**

#### Interpretación

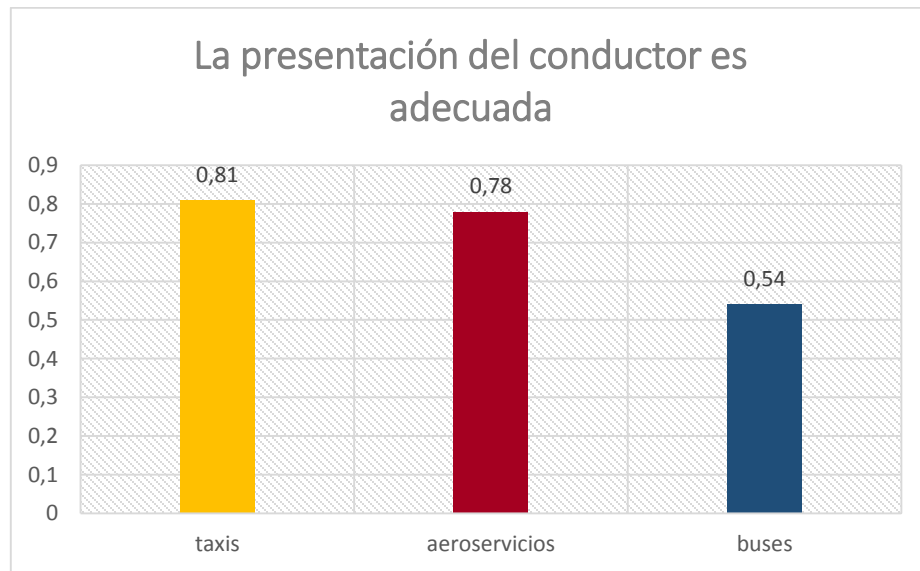
Se evaluó si los usuarios sienten alguna molestia con respecto a los ruidos comunes generados durante su traslado, en Aeroservicios se acepta con un puntaje de excelente, y en taxis y buses han sido catalogados dentro de un rango bueno.



**Figura 18 Encuesta pregunta 10**

#### Interpretación

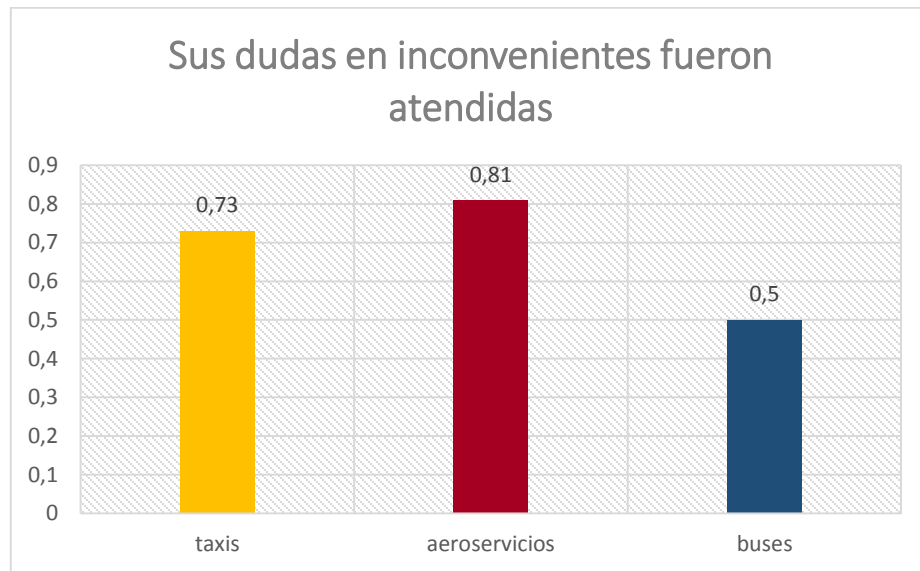
Sin duda es uno de los aspectos que más expectativa genera en la oferta, y desean conocer lo que la demanda opina de ellos; de esta manera los usuarios señalan que Aeroservicios brinda excelente atención, mientras que taxis se mantienen en un rango de bueno y los buses regular.



**Figura 19 Encuesta pregunta 11**

#### Interpretación

Ya que la presentación personal de los prestadores de servicios representa la imagen de la empresa, se ha evaluado este aspecto donde taxis mantienen en la excelencia, seguidos de Aeroservicios con bueno, lo que no ocurre en el caso de buses ya que está dentro de un rango regular.

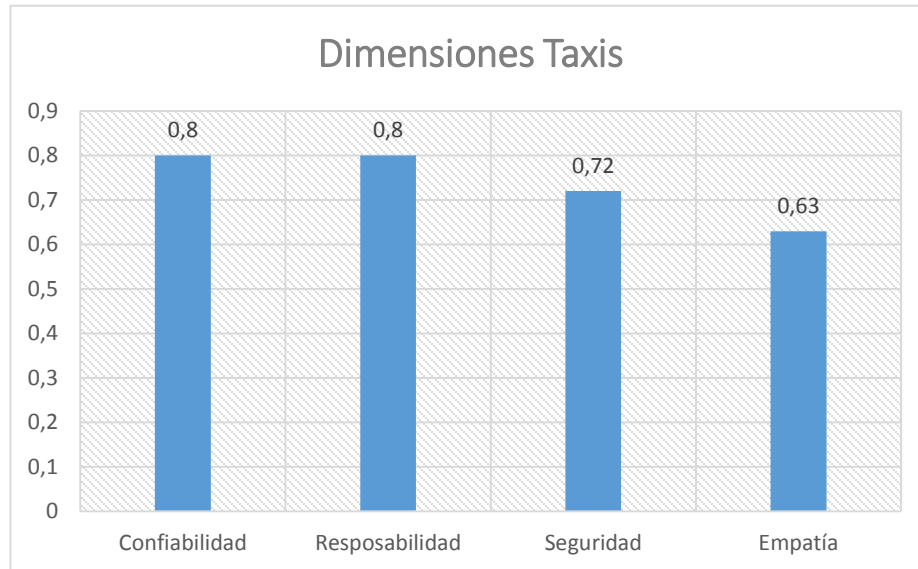


**Figura 20 Encuesta pregunta 12**

### Interpretación

Prestar atención a las quejas de los usuarios puede ayudar a mejorar el servicio en las tres empresas, lo cual es más apreciado en la compañía Aeroservicios que tiene una calificación de excelente, a los taxis les corresponde una calificación buena, y mucho más abajo se ubican los buses ya que están dentro del rango de regular.

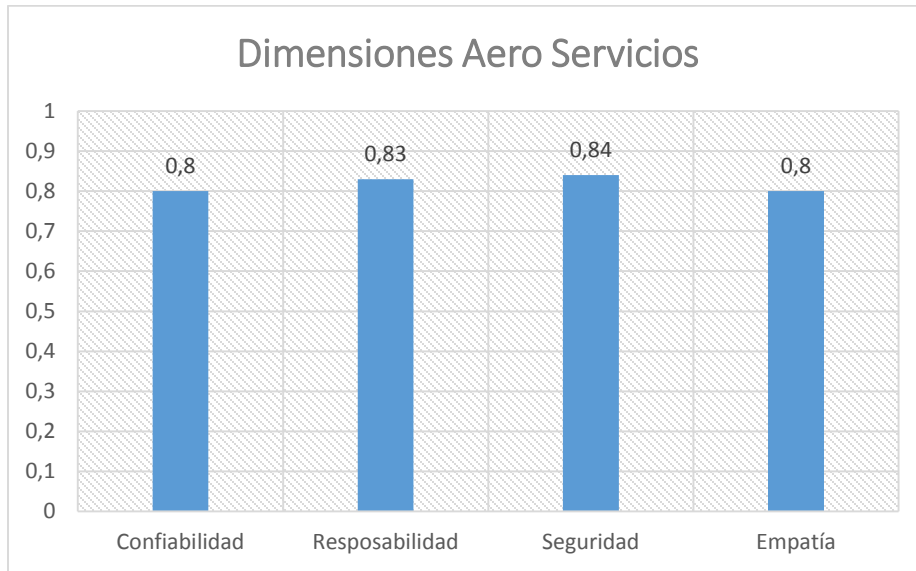
### 4.3.2. Resultados por Dimensiones



**Figura 21 Dimensiones Taxi "UNIVALLE"**

#### Interpretación

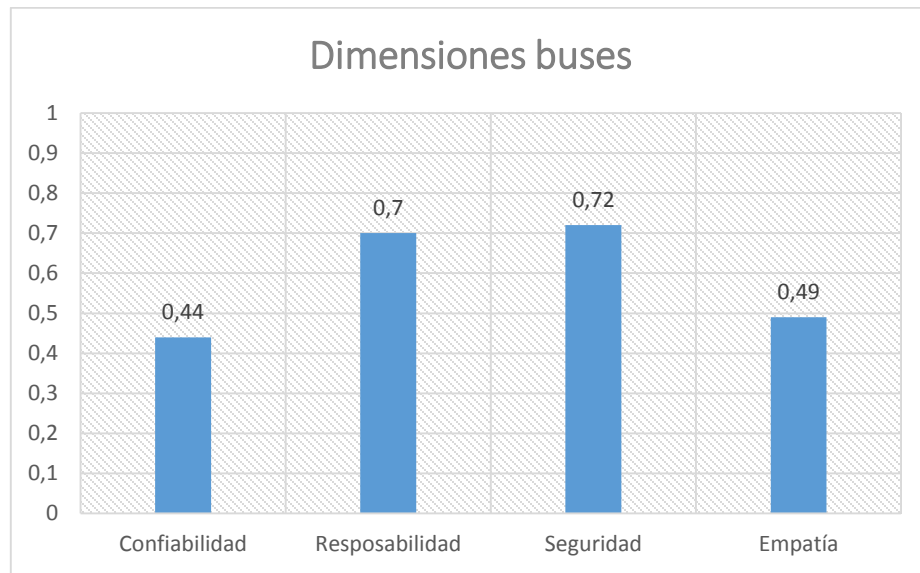
En el caso de los taxis y según la escala planteada se obtiene que todas sus dimensiones son calificadas como buenas.



**Figura 22 Dimensiones Aeroservicios**

### Interpretación

La empresa Aero Servicio es calificada como excelente en cuanto a las dimensiones de responsabilidad y seguridad, mientras que las dimensiones de confiabilidad y empatía son calificadas únicamente como buenas.



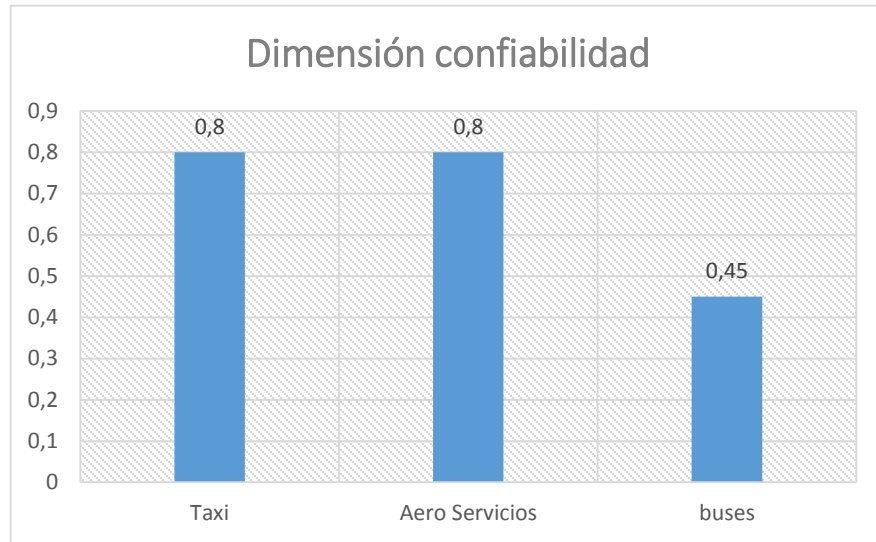
**Figura 23 Dimensiones Buses Públicos**

### Interpretación

Los buses con sus diferentes rutas obtuvieron una calificación de buena para las dimensiones de responsabilidad y seguridad, mientras que de regular para las dimensiones de confiabilidad y empatía.



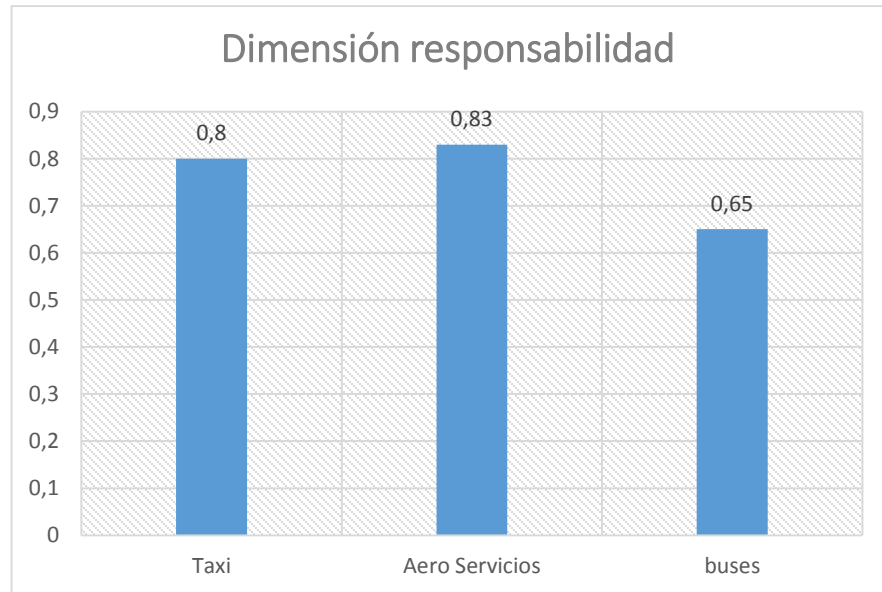
### 1.1.1. Comparación por Dimensiones



**Figura 24 Dimensión Confiabilidad**

#### Interpretación

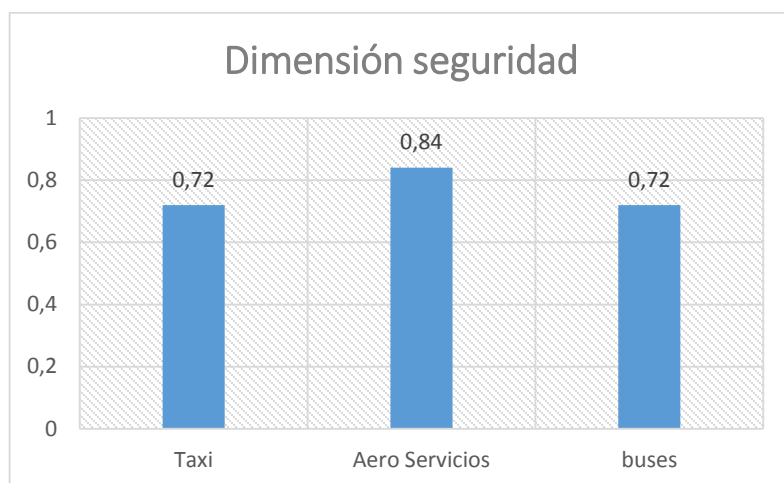
En esta gráfica se puede observar que la empresa de Aeroservicios y los taxis poseen una confiabilidad buena en comparación a los buses que es regular.



**Figura 25 Dimensión Responsabilidad**

#### Interpretación

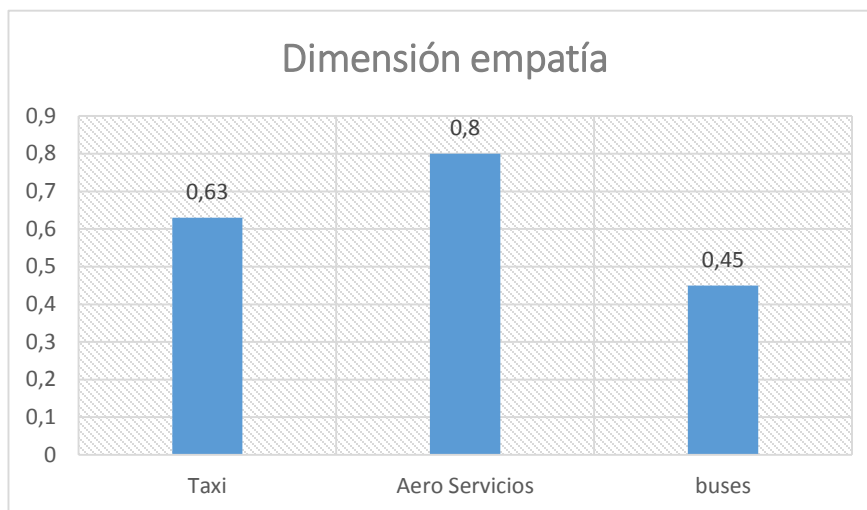
En cuanto a la dimensión de responsabilidad de las tres empresas la que mejor puntaje tiene es Aero servicios con excelente, seguida de los taxis y buses con buena.



**Figura 26 Dimensión Seguridad**

#### Interpretación

En cuanto a la Dimensión de Seguridad de las tres empresas Aeroservicios tiene la mejor calificación con excelente, seguida por los taxis y buses con buena.



**Figura 27 Dimensión Empatía**

#### Interpretación

En la Dimensión Empatía Aeroservicios y los taxis poseen un empatía buena, mientras que en los buses es regular.

## **CAPITULO V**

### **5. DISCUSIÓN**

#### **5.1. Restricciones**

A pesar de que el Aeropuerto Mariscal Sucre es una institución de servicio público, es manejado por la Corporación Quiport, y que gracias a la aplicación de rigurosos estándares y reglamentaciones en sus servicios han logrado ganar varias veces consecutivas los Premios World Travel Awards como mejor aeropuerto de Latinoamérica. Siendo evidente la magnitud de dicha Corporación se vuelve poco probable que presten mayor atención a este tipo de estudio. Se realizaron todos los trámites solicitados pero al final no se obtuvieron respuestas.

Una de las principales características de las personas que llegan a los aeropuertos, es el poco tiempo con el que cuentan, debido a la hora de salida o llegada de sus vuelos, tramites como el check in, motivo de su viaje entre otros convirtiendo de esa manera, al tiempo en una importante restricción en el desarrollo de la investigación ya que para la realización de las encuestas se necesitaba un tiempo promedio de 10 minutos, pero muchas de las veces no se disponía de ese total. A esto se le debe añadir el poco o ningún interés por parte de las personas en colaborar con estos estudios.

#### **5.2. Propuesta nuevos proyectos**

Después de haber obtenido una calificación promedio de la calidad de los servicios de transporte que se prestan en el aeropuerto, surgen nuevas interrogantes acerca de cuál es el nivel de calidad del transporte terrestre en la ciudad de Quito, que hacen las empresas para prestar un mejor servicio.

### 5.3. Conclusiones

Una vez obtenida y analizada toda la información acerca de los complementos de la “industria turística” al igual que la importancia y su relación con los servicios de calidad, claramente se puede concluir que la percepción de los turistas o personas en general acerca de un servicio está determinada por diferentes factores, que al unificarlos pueden generar una calificación positiva o negativa de un servicio. El turismo de manera integral está compuesto por un sinnúmero de servicios, pero principalmente de elementos que permiten la realización y el desarrollo de esta actividad, es decir que la ausencia de uno de sus elementos impediría su efectiva ejecución. Uno de los principales componentes del sistema turístico es la infraestructura y dentro de éste, se encuentra el transporte su importancia radica en el simple hecho de que, si no existe traslado de personas de un lugar a otro, no se da el turismo.

Tras analizar la importancia del transporte y de manera especial el terrestre en el Aeropuerto Mariscal Sucre se determinó que aún es necesario trabajar por brindar un mejor servicio. La Corporación Quiport, que es la encargada del manejo del aeropuerto puso al servicio de la ciudadanía los buses de Aeroservicios para el traslado desde y hacia la terminal a un costo de ocho dólares, un poco más exclusivo principalmente contratado por turistas y empresas para sus colaboradores. Otro de los convenios de Quiport es con la cooperativa de taxis Univalle, quienes tienen establecida una tarifa de \$25 y finalmente están los buses supervisados por el municipio.

De estas tres empresas Aeroservicios es la que mayor puntaje promedio posee con 0,82 es decir, que la calidad de su servicio es excelente, esto debido principalmente al cumplimiento de horarios, a la comodidad y seguridad que brindan sus unidades. Las calificaciones más bajas se registran en cuanto a las dimensiones de confiabilidad y empatía con 0,8 por el hecho de percibirse como un servicio de excelencia se espera que

el servicio sea inmediato, que el personal muestre un mayor interés en atender dudas y obviamente su presentación sea impecable.

En cuanto a los taxis, el promedio de calificación es de 0,73 siendo sus mayores fortalezas la responsabilidad y la seguridad, esto en respuesta las normas establecidas tanto por la Cooperativa, que por ejemplo exige que sus vehículos tengan aire acondicionado, como por el Municipio que obliga a los taxis a pasar por una revisión vehicular cada año. En contraparte está el poco conocimiento que tienen los conductores de otro idioma lo cual dificulta brindar un mejor servicio, también está la falta de capacitación turística que impide dar una información pertinente acerca de los atractivos o servicios turísticos que posee la capital. De la misma manera se identificó la falta de compañerismo entre los conductores, muchos se niegan a colaborar con estudios así como a participar en capacitaciones, poseen cierta actitud que imposibilita generar una buena relación con el usuario o turista. Son pocas las personas que están comprometidas con el beneficio común, ya que pesar de poseer una visión y una misión como empresa que son, en su mayoría las desconocen.

Por otro lado, se encuentran los buses con un promedio de 0,67 en su nivel de calidad. La mayoría de personas que hacen uso de este servicio, laboran en el aeropuerto; y lo toman por ser la opción económicamente más accesible. El precio de estos buses depende del lugar donde se tome el transporte, pero de manera general está en dos dólares desde una terminal a otra. Su menor calificación es en las dimensiones de confiabilidad y empatía ya que se encuentran en un rango de regular esto debido a la poca amabilidad por parte de los conductores y ayudantes de las unidades. Los pasajeros en su mayoría se quejan acerca de mal trato que reciben por parte de los mismos, así como por el poco o ningún interés que muestran en brindar un buen servicio, además del incumplimiento de horarios y paradas establecidas. También está la presencia de algunas unidades, que a simple vista no generan una sensación de comodidad y mucho menos de seguridad.

Aunque en un menor porcentaje comentan que nos les importaría pagar un poco más si estos buses otorgaran un mejor servicio. Los conductores y ayudantes tampoco se sienten motivados a brindar un mejor servicio debido a la falta de atención por parte del

Municipio en atender sus necesidades. Adicionalmente es importante mencionar que los usuarios desconocen de los seguros que poseen las diferentes empresas, tanto para los vehículos como para los pasajeros.

De manera general se puede decir que el transporte terrestre que brinda el aeropuerto Mariscal Sucre se encuentra en un nivel de calidad bueno y que a pesar de existir ciertas normas y requerimientos establecidos por las diferentes autoridades aún es necesario corregir falencias, fortalecer cualidades y establecer estándares de calidad. Para obtener un nivel de calidad óptimo es fundamental un trabajo conjunto de prestadores de servicio, representantes, autoridades públicas y privadas y usuarios, solo si existe un compromiso de todas las partes se podrá brindar un mejor servicio.

#### **5.4. Recomendaciones**

Es necesario que las tres empresas que prestan el servicio de transporte dentro del aeropuerto Mariscal Sucre, tomen seriamente en cuenta la opinión y sugerencias de los usuarios; pues son quienes perciben realmente la calidad del mismo. Esto no debería ser tomado como una amenaza sino como una oportunidad para poder mejorar día a día el servicio. Por otro lado los usuarios no son los únicos que presentan necesidades, también los prestadores de servicios requieren de condiciones idóneas para poder laborar correctamente, es decir conocimientos técnicos, preparación en ciertos aspectos específicos, beneficios laborales, respaldo en proyectos internos. Por ello la importancia de que las autoridades municipales competentes intervengan de manera pertinente y se trabaje de mutuo acuerdo para establecer políticas que beneficien a todos los involucrados de este servicio.

Un aspecto esencial es desarrollar una cultura de servicio dentro del transporte, pero para poder lograrlo se hace indispensable que las compañías establezcan firmemente su misión, visión y objetivos; conocerlos de forma clara, esto con el fin de guiar a todos los colaboradores en un mismo sentido y hacia el mismo objetivo. Las estrategias que se



planteen deben estar enfocadas en brindar un mejor servicio, satisfacer o porque no superar las expectativas del usuario y de igual manera diferenciar su servicio del resto, es decir, que la cultura de servicio representa una ventaja competitiva. Éstas medidas repercutirán positivamente en la calidad del mismo, pues un usuario satisfecho requerirá siempre sus servicios nuevamente, lo cual representa mayores ingresos económicos.

Otro punto de suma importancia es el trabajo en equipo, el individualismo genera distanciamiento y por ende diferentes puntos de vista que buscan el beneficio propio de cada integrante, esto afecta al cumplimiento de metas dentro de la empresa. La unión permitirá que los diferentes criterios y necesidades de los trabajadores se integren en una sola de manera general y puedan exponerse ante los gerentes de cada empresa, para que ellos en calidad de responsables puedan atenderlas oportunamente. Además ayuda al fortalecimiento de relaciones laborales y a crear un mejor ambiente de trabajo, permite que se complementen las habilidades y conocimientos de cada colaborador; así como su sentido de pertenencia ya que al sentirse parte de la empresa se desarrolla mayor lealtad y motivación. En otros beneficios construir una cultura de colaboración despierta un sentimiento gratificante para todos, genera confianza y personas confiables lo que se transmite en mayor productividad para la empresa.

## 6. LISTA DE REFERENCIAS

Albrecht, K., & Zemke, R. (1992). *Gerencia de Servicio*. Bogotá: LEGIS.

Álvarez, S. (2005). *Derecho y Nociones de Derecho Civil* (Tercera ed.). México : Limusa.

Recuperado el 6 de Junio de 2016, de

<https://books.google.com.ec/books?id=j5xGGPG65xkC&pg=PA24&dq=concepto+de+norma&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjxNHB-pPNAhUDNSYKHZvNBbkQ6AEILjAE#v=onepage&q=concepto%20de%20norma&f=false>

Anónimo. (1995). *Diccionario Básico de Turismo*.

Arbones, E. (1989). *Ingeniería Económica*. Barcelona: Marcombo. Obtenido de

<https://books.google.com.ec/books?id=zBvLaUbTvJAC&pg=PA139&dq=definicion+de+confiabilidad+segun+autores&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwivl8KR-bfPAhXKOz4KHZO7DowQ6AEIOTAG#v=onepage&q=definicion%20de%20confiabilidad%20segun%20autores&f=false>

Bernal Torres, C. (2006). *Metodología de la Investigación* (Segunda ed.). México: Pearson.

Bohm, W. &. (2006). *Repensar la Educación*. Bogotá: Editorial Javeriana. Recuperado el 06 de

Junio de 2016, de

<https://books.google.com.ec/books?id=84Guy7BNxF8C&pg=PA22&dq=definiciones+de+educaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjK04aY95PNAhVEWj4KHWWeAToQ6AEIITAB#v=onepage&q=definiciones%20de%20educaci%C3%B3n&f=false>

Boullon, R. (2006). *Planificacion del Espacio Turistico*. Mexico: Trillas.

- Cabarcos, N. (2006). *Promoción y venta de servicios Turísticos*. Vigo: Ideaspropias.
- Canfranc, F. (2012). Obtenido de <http://www.fundacioncanfranc.org/wp-content/uploads/2012/03/PDF-tema-10-RESPONSABILIDAD.pdf>
- CENELEC. (2002). *European Standard EN 13816*. Bruselas: CEN.
- Center, M. P. (2013). *Plan de Negocio*. Madrid: Diaz de Santos.
- Cerro, F. L. (1993). *Técnicas de evaluación del potencial turístico*. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.
- Comisión de Movilidad. (2012). *Ordenanza Metropolitana No. 0194 Consejo Metropolitano de Quito*. Quito.
- ConceptoDefinición. (7 de Junio de 2011). *ConceptoDefinición.de*. Recuperado el 30 de Mayo de 2016, de <http://conceptoDefinicion.de/seguridad/>
- Coronado, V. d. (2003). *Perspectivas turísticas*. Costa Rica: AGRIS.
- Del Río Gonzáles , C. (2011). *Costos I* (21° ed.). México: Santa Fe. Recuperado el 30 de Mayo de 2016, de [http://bibliotecas.upse.edu.ec/opac\\_css/index.php?lvl=author\\_see&id=3420](http://bibliotecas.upse.edu.ec/opac_css/index.php?lvl=author_see&id=3420)
- Distrito Metropolitano de Quito, M. (2014). *Diagnóstico de la movilidad en el Distrito Metropolitano de Quito para el plan metropolitano de desarrollo territorial PMOT*. Quito: Secretaría de Movilidad.
- Domínguez, H. (2006). *El Servicio Invisible*. Bogotá: Ecoe ediciones. Recuperado el 26 de Mayo de 2016

- Duarte, E. (15 de Noviembre de 2011). El transport público colectivo en Bogotá, D.C.: Una mirada desde la Dinámica de Sistemas. *Ingeniería*, 16(2), 18 -34.
- Duque Oliva, E. J. (Junio de 2005). Revisión del concepto de Calidad del Servicio y sus modelos de medición. *Innovar*, 64-80.
- Duque Oliva, E., & Chaparro Pinzón, C. (23 de Enero de 2012). Medición de la percepción de la calidad del servicio de educación por parte de los estudiantes de la UPTC Duitama. *Criterio Libre*, 10(16), 159-192.
- Faga, H., & Ramos, M. (2006). *Cómo profundizar en el análisis de sus costos para tomar decisiones empresariales* (Segunda ed.). Buenos Aires: Granica S.A. Recuperado el 30 de Mayo de 2016, de <https://books.google.com.ec/books?id=b9H6HY3sSyQC&pg=PA12&dq=concepto+de+costo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjh5azl1ILNAhWMGB4KHb1oCF8Q6AEIKzAD#v=onepage&q=concepto%20de%20costo&f=false>
- Flores, J. (2016). La Cultura Turística de los conductores de taxi como aspecto gestor del turismo en el cantón Ambato provincia de Tungurahua. 71-72.
- Galviz, G. (2011). *Calidad en la gestion de servicios*. Maracaibo: Fondo Editorial Biblioteca Rfael Urdanet. Recuperado el 12 de Junio de 2016
- García , A., & Lamadrid, V. (2007). *Eumed.net*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/332/Confiability.htm>
- García Carrasco, J., & García del Dujo, Á. (1996). *Teoría de la Educación* (Primera ed.). Salamanca: Ediciones Universidad Salamanca. Recuperado el 6 de Junio de 2016, de

<https://books.google.com.ec/books?id=TJHC9tHzUa8C&pg=PA47&dq=definiciones+de+educaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjK04aY95PNAhVEWj4KHWWeAToQ6AEIGzAA#v=onepage&q=definiciones%20de%20educaci%C3%B3n&f=false>

García Hoz, V. (1963). *Principios de la Pedagogía sistemática*. Madrid: Rialp. Recuperado el 6 de Junio de 2016, de

<https://books.google.com.ec/books?id=QyD7bilHD6AC&pg=PA220&dq=definiciones+d+educaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjK04aY95PNAhVEWj4KHWWeAToQ6AEIKzAD#v=onepage&q=definiciones%20de%20educaci%C3%B3n&f=false>

García, C. (s.f.). *Contabilidad de Costos* (Tercera ed.). México: McGraw-Hill. Recuperado el 30 de Mayo de 2016, de

[http://www.academia.edu/10972801/Contabilidad\\_de\\_Costos\\_3ra\\_ed\\_Juan\\_Garcia\\_Colin](http://www.academia.edu/10972801/Contabilidad_de_Costos_3ra_ed_Juan_Garcia_Colin)

García, S. E. (1994). *Introducción a la Economía de la Empresa*. Madrid: Ediciones Dias de Santos S.A. Recuperado el 6 de Junio de 2016, de

<https://books.google.com.ec/books?id=Lo10xtQ3D0kC&pg=PA131&dq=concepto+de+empresa&hl=es&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwiv15z9x5PNAhXHQCYPKHQ3CAJsQ6AEIMTAE#v=onepage&q=concepto%20de%20empresa&f=false>

Gómez Martín Belén, L. P. (2002). *Regionalización turística del mundo*. Barcelona: La universitaria de Barcelona.

Gomez, G. (1994). *Planeación y Organización de Empresas* (Octava ed.). México: McGraw-Hill. Recuperado el 30 de Mayo de 2016

Gutiérrez, L. (2013). *Transporte Público de Calidad y la Movilidad Urbana*.

Hoffman, D., & Bateson, J. (2002). *Fundamentos de Marketing de Servicios* (Segunda ed.).

México: Thomson. Recuperado el 4 de Julio de 2016

Ibarra, D. V. (2005). *La Organización Emprendedora*. México: Limusa Noriega Editores.

Recuperado el 6 de Junio de 2016, de

<https://books.google.com.ec/books?id=bmPwinKP5dsC&pg=PA23&dq=definici%C3%B3n+de+empresa&hl=es&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwju--2ZxZPNAhUDSSYKHRKDCUEQ6AEIKDAD#v=onepage&q=definici%C3%B3n%20de%20empres&f=false>

Instituto Panameño de Turismo. (1970). *Estudios sectoriales: potencial de la industria de turismo*. Panamá.

J.R. (1974). *Naturaleza y esencia del turismo: riqueza potencial argentina*. Argentina: Instituto Superior de Turismo Perito Moreno.

Jaime Ortiz Frías, R. B. (2000). *Valoración económica del potencial turístico de las Reservas Naturales Miraflores y Moropotente: estudio de prefactibilidad de un proyecto turístico*.

Javier Esparcia Pérez, J. N. (28 de Noviembre de 2011). *Gestión y promoción del desarrollo local*. Valencia.

Jordi Montaner Montejano, J. A. (1998). *Diccionario de Turismo*.

Juran, J. (1990). *Juran y el liderazgo para la calidad*. (J. Medina, & M. Gozalbes, Trads.) Madrid:

Díaz de santos, S.A. Recuperado el 6 de Julio de 2016

- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (1997). *Mercadotecnia para Hotelería y Turismo*. México: Pearson Educación. Recuperado el 5 de Julio de 2016
- López, E. (2006). *Iniciación al Derecho*. Madrid : Delta . Recuperado el 6 de Junio de 2016, de <https://books.google.com.ec/books?id=2BkJPY8Sp9YC&pg=PA51&dq=concepto+de+norma&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjxNHB-pPNAhUDNSYKHZvNBbkQ6AEIKTAD#v=onepage&q=concepto%20de%20norma&f=false>
- Lozada, J. (2014). Investigación Aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industria. *Cienciamerica*(3), 34-39. Obtenido de <http://www.uti.edu.ec/documents/investigacion/volumen3/06Lozada-2014.pdf>
- Maqueda Lafuente, J., & Llaguno Musons, J. (1995). *Marketing Estratégico para empresas de servicios*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos, S.A.
- Marchante, M., & Benavides, C. (2012). El transporte público urbano: un estudio comparativo con especial referencia a la ciudad de Málaga. *Books of proceedingd*, 270 -282.
- Martínez Pedrós Daniel, M. G. (2012). *ANÁLISIS INTERNO (Capacidades estratégicas)*. Madrid: Díaz de Santos.
- Menéndez , A. (15 de Noviembre de 2015). Obtenido de <http://200.11.208.195/blogRedDocente/alexisduran/wp-content/uploads/2015/11/15confiabilidad.pdf>
- Muñoz, J. (2015). La percepción en Alemania de la imagen de Colombia como Destino Turístico. *Papers de Turisme*(57), 104-125.
- Namakforoosh, M. (2005). *Metodología de la Investigación* (Segunda ed.). México: Limusa.

NTU, A. N. (2013). *Mobilidad sustentable para un Brasil Competitivo*. Brasil.

Ojeda, J., Jiménez, P., Quintana, A., Crespo, G., & Viteri, M. (2015). Protocolo de investigación.

(U. d. ESPE, Ed.) *Yura: Relaciones internacionales*, 5(1), 1 - 20.

Ortiz Uribe, F. (2004). *Diccionario de la Metodología de la Investigación Científica*. México:

Limusa .

Pearsons, T. (1960). *Structure and Process in Modern Societies*. Glencoe: The Free Press.

Recuperado el 30 de Mayo de 2016, de

<https://books.google.com.ec/books?id=rVOjVY7C7nEC&pg=PA3&dq=concepto+de+organizacion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjB8YLe0oLNAhXCmh4KHcRRCZQQ6AEIJDA#v=onepage&q=concepto%20de%20organizacion&f=false>

Quesada, R. (2007). *Elementos del turismo*. San José: EUNED.

Quesada, R. (2007). *Elementos del Turismo* (Primera ed.). San José: EUNED.

Quiport, C. (2016). *Aeropuerto Internacional de Quito*. Obtenido de

<http://aeropuertoquito.aero/es/transporte.html>

Quito Turismo. (2015). *Entradas internacionales de turistas no residentes y y salidas*

*internacionales de turistas residentes*. Quito.

Reza, F. (1997). *Ciencia, metodología e investigación*. México: Pearson. Obtenido de

<https://books.google.com.ec/books?id=m6PGnYBaW2oC&pg=PA103&dq=concepto+de+norma&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjqxNHB-pPNAhUDNSYKHZvNBbkQ6AEIMzAF#v=onepage&q=concepto%20de%20norma&f=false>

e



Romero, E., & Gutierrez, M. (2011). Obtenido de

<http://www.cite2011.com/Comunicaciones/A+R/139.pdf>

Salvador Anton Clavé, F. G. (2011). *Planificación territorial del turismo*. Editorial UOC.

Sánchez, O., & Romero, J. (2010). Factores de calidad del servicio en el transporte público de pasajeros: estudio de caso de la ciudad de Toluca, México. *Economía, Sociedad y Territorio*, 49-80.

Santateresa, P., & Martínez, V. (Julio-Diciembre de 2013). Conociendo el MUVIM: Imagen cognitiva, Imagen afectiva, Motivación y Satisfacción del Visitante. *Papers de Turisme*(54), 183-200.

Schunk, D. (1997). *Teorías del aprendizaje*. Mexico: Atlacomulco.

Seto, D. (2004). *De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente*. Madrid: ESIC.

Stoner, J., Freeman, E., & Gilbert, D. (1996). *Administración* (Sexta ed.). México: Prentice Hall.

Recuperado el 30 de Mayo de 2016

Triola, M. (2004). *Estadística* (Novena ed.). México: Pearson .

Trujillo, J. (s.f.). Obtenido de <http://web.uaemex.mx/identidad/docs/RESPONSABILIDAD.pdf>

Urdaneta, J., Monasterio, S., & Peña, O. (mayo de 2011). Calidad del servicio de taxis del municipio Maracaibo. *TELOS*, 13 (2), 237 - 259.

Velasco, A. R. (2007). *Manual de Derecho Mercantil* (Tercera ed.). Madrid: Comillas .

Recuperado el 6 de Junio de 2016, de

<https://books.google.com.ec/books?id=FUrtlh4Vo->

EC&pg=PA27&dq=concepto+de+empresa&hl=es&sa=X&sqj=2&ved=0ahUKEwiv15z9x5  
PNAhXHQCYPKHQ3CAJsQ6AEIITAB#v=onepage&q=concepto%20de%20empresa&f=false

Vélez, M., & Llerena, J. (2011). *Determinacion de la oferta de calidad de los servicios turisticos desarrollados por las prestadoras de servicios privados y7o comunitarios reconocidad por el Ministerio de Turismo en la Sierra Ecuatoriana, Andes*. Politécnica Salesiana del Ecuador, Guayaquil.

Zeithami, V., & Bitner, M. (2000). *Marketing de Servicios* (Segunda ed.). México: McGRAW-HILL.

Recuperado el 26 de Mayo de 2016

Zeithaml, V., Bitner, M., & Gremler, D. (2009). *Fundamentos del Marketing de Servicios* (Quinta ed.). México: Mc Graw Hill. Recuperado el 6 de Julio de 2016