



**Implementación de un manual de calidad para la cooperativa de transporte de taxis
"Plaza de Toros" ubicado en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato, parroquia
Santa Rosa.**

Torres Andagoya, Danny Fabricio

Departamento de Ciencias Económicas Administrativas y de Comercio

Carrera de Tecnología en Logística y Transporte

Monografía previa a la obtención del título de Tecnólogo en: Logística y Transporte

Ing. Velasco Guachamin, Cecivel Alexandra

Latacunga

07 de abril del 2021



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO**

CARRERA DE LOGÍSTICA Y TRANSPORTE

CERTIFICACIÓN

Certifico que la monografía, **“Implementación de un manual de calidad para la cooperativa de transporte de taxis "plaza de toros" ubicado en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato, parroquia santa rosa”** fue realizada por el señor **Torres Andagoya, Danny Fabricio** el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por las herramientas de verificación de similitud de contenido, por la cual cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos y metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que se la sustente públicamente.

Latacunga, 09 de Abril del 2021

Firma:



Firmado electrónicamente por:
**CECIVEL ALEXANDRA
VELASCO GUACHAMIN**

.....

Ing. Velasco Guachamin, Cecivel Alexandra

C. C.: 050295654-3

Análisis del Urkund

Urkund Analysis Result

Analysed Document: DANNY FABRICIO TORRES ANDAGOYA -
TEMA. IMPLMENTACION
DE UN MANUAL DE CALIDAD PARA LA
COPERATIVA DE TRANSPORTE DE TAXIS
PLAZA DE TOROS.docx (D100364030)

Submitted: 4/1/2021 2:14:00 AM
Submitted By: dftorres7@espe.edu.ec
Significance: 5 %

Sources included in the report:

KAREN MORALES.docx (D54821082)
submission.pdf (D77684990)
TESIS-FINAL-OROSCO.docx (D78737569)
<http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/5758/1/78%20MKT.pdf>
<http://www.riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/8136/3/600034AB.pdf>
<https://docplayer.es/amp/149278630-Universidad-tecnica-de-ambato.html>
http://192.188.51.77/bitstream/123456789/14873/1/65661_1.pdf
<http://redi.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1053/1/453%20Ing.pdf>
[https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/26122/1/32%20GIS.p
df](https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/26122/1/32%20GIS.pdf) <https://docplayer.es/amp/185948975-Universidad-tecnica-de-ambato.html>
[http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/95/archivo-
trabajo%2011.pdf? sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/95/archivo-trabajo%2011.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Instances where selected sources appear:

20

Firma:



Firmado electrónicamente por:
CECIVEL ALEXANDRA
VELASCO GUACHAMIN

.....

Ing. Velasco Guachamin, Cecivel Alexandra

C. C.: 050295654-3



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO**

CARRERA DE LOGÍSTICA Y TRANSPORTE

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Yo, **Torres Andagoya, Danny Fabricio** con cédula de ciudadanía n° 1805298187, declaro que el contenido, ideas y criterios de la monografía: **“Implementación de un manual de calidad para la cooperativa de transporte de taxis "plaza de toros" ubicado en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato, parroquia santa rosa”** es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

Latacunga, 09 de Abril del 2021

Firma:

.....

Torres Andagoya, Danny Fabricio

C.C.: 180529818-7



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO**

CARRERA DE LOGÍSTICA Y TRANSPORTE

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Yo **Torres Andagoya, Danny Fabricio** con cédula de ciudadanía n° 1805298187, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar la monografía: **“Implementación de un manual de calidad para la cooperativa de transporte de taxis "plaza de toros" ubicado en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato, parroquia santa rosa”** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

Latacunga, 09 de Abril del 2021

Firma:

.....

Torres Andagoya, Danny Fabricio

C.C.: 180529818-7

Dedicatoria

Existen retos que la vida te pone en frente y uno de ellos sin duda es formarte como profesional. Al verme inmerso en ello, me he dado cuenta que más que un reto, es una base sólida para desenvolverme en el futuro.

Es por eso que este trabajo lo dedico a Dios, por ser el inspirador y darme fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de mis anhelos más deseados.

A mi madre, por su trabajo, amor y sacrificio en todos estos años; a mi padre aunque hoy no está conmigo yo sé que desde el cielo me cuida y a mi hermana quien me apoyado moralmente en toda esta trayectoria de mi carrera, gracias a ellos he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Siempre diré que es un orgullo ser su hijo, son los mejores.

TORRES ANDAGOYA, DANNY FABRICIO

Agradecimiento

Agradezco a Dios por bendecirme la vida, por la sabiduría, por guiarme a lo largo del camino, por ser mi fortaleza y apoyo en aquellos momentos de tropiezo y flaqueza.

A mi madre y hermana; por ser quienes me apoyaron en el transcurso de este sueño, por confiar en mí, por la paciencia y creer en mis expectativas, por los valores, consejos y principios que han sembrado en mí.

Agradezco a mis docentes de tan prestigiosa institución, por haber compartido todos sus conocimientos a lo largo de mi preparación, de manera especial, a mi tutora del proyecto de investigación quien, con su paciencia y su rectitud como docente, me supo guiar con sus aportes.

A todas gracias.

TORRES ANDAGOYA, DANNY FABRICIO

Tabla de Contenido	
Carátula	1
Certificación.....	2
Análisis del urkund	3
Responsabilidad de autoría.....	4
Autorización de publicación.....	5
Dedicatoria.....	6
Agradecimiento	7
Tabla de contenido.....	8
Índice de Figuras	12
Índice de Tablas.....	13
Resumen	14
Abstract.....	15
Introducción.....	16
Antecedentes	16
Planteamiento del problema.....	17
Justificación.....	17
Objetivos	18
<i>Objetivo General.....</i>	18
<i>Objetivos Específicos</i>	18
Alcance.....	19
Marco teórico	20
Calidad.....	20
Principales Exponentes de la Calidad.	20
Gestión de Calidad	25

Sistemas de Gestión de calidad.....	25
Manual	31
<i>Manual de Calidad.</i>	32
<i>Ventajas de un Manual de Calidad.</i>	32
<i>¿Cómo hacer un Manual de Calidad?</i>	33
<i>Contenido de un Manual de Calidad.</i>	33
La calidad en los servicios	35
Dimensiones de la calidad de servicio.	35
<i>Servicio al Cliente.</i>	36
Ejecución del plan metodológico	39
Modalidades de la Investigación	39
<i>Investigación de Campo.</i>	39
<i>Investigación Bibliográfica.</i>	40
Tipos de Investigación	40
Investigación no experimental.	40
Niveles de Investigación	40
<i>Nivel Exploratorio.</i>	40
<i>Nivel Descriptivo.</i>	41
<i>Nivel de investigación aplicada.</i>	42
Métodos de Investigación.....	42
<i>Método cualitativo.</i>	42
<i>Método Analítico.</i>	43
Técnicas de Investigación	44
<i>Encuesta.</i>	44
<i>Observaciones.</i>	45

Universo, población y muestra	45
<i>Universo</i>	45
<i>Población</i>	45
<i>Muestra</i>	46
Instrumento de recolección de datos	48
<i>Cuestionario</i>	48
<i>Ficha de observación</i>	48
Proceso de recolección de datos.....	48
Análisis e Interpretación	49
<i>Análisis e interpretación de la encuesta a socios</i>	49
<i>Análisis e interpretación de las encuestas a los clientes</i>	56
<i>Análisis e Interpretación de las Observaciones</i>	64
Análisis de Proceso de Investigación.....	65
Propuesta	66
Sistema de Gestión de la Calidad	67
<i>Requisitos Generales</i>	70
<i>Requisitos de la Documentación ISO 9001-2000</i>	72
Responsabilidad de la Dirección.....	72
<i>Compromiso de la Dirección</i>	72
<i>Enfoque al Cliente</i>	72
<i>Política de la Calidad</i>	73
<i>Planificación Objetivos de Calidad</i>	73
<i>Revisión por la Dirección</i>	76
Gestión de los Recursos.....	77
<i>Provisión de Recursos</i>	77

<i>Recursos Humanos</i>	77
<i>Infraestructura</i>	79
<i>Ambiente de Trabajo</i>	79
Realización del Producto / Prestación del Servicio	80
Planificación de la realización del servicio	80
Actividades de Planificación para la Mejora Continua	85
<i>Seguimiento y Medición</i>	85
<i>Modelo de gestión para la evaluación del servicio</i>	85
Conclusiones y recomendaciones	87
Conclusiones	87
Recomendaciones	87
Bibliografía	89
Anexos	93

Índice de Figuras

Figura 1 Ciclo de la calidad.....	21
Figura 2 Diagrama de causa/efecto	23
Figura 3 Los 7 principios de la calidad	28
Figura 4 Árbol de problemas.....	41
Figura 5 Mejorar las unidades.....	49
Figura 6 Procesos acordes	50
Figura 7 Capacitarse para mejorar el servicio	51
Figura 8 Personal acorde.....	52
Figura 9 Manual de calidad.....	53
Figura 10 Cambios en la cooperativa.....	54
Figura 11 Documentos a disposición	55
Figura 12 Experiencia del servicio	56
Figura 13 Expectativa del servicio	57
Figura 14 Probabilidad de recomendación.....	58
Figura 15 Descripción del servicio	59
Figura 16 Características del personal.....	60
Figura 17 Características del servicio	61
Figura 18 Tiempo de utilización del servicio.....	62
Figura 19 Satisfacción del cliente	63
Figura 20 Proceso de transporte de encomienda y movilidad.....	71
Figura 21 Organigrama estructural	75
Figura 22 Ubicación, oficinas, unidades.....	79
Figura 23 Proceso de movilización	81
Figura 24 Proceso de encomiendas	83

Índice de Tablas

Tabla 1 Satisfacción del cliente interno	22
Tabla 2 Análisis FODA (Anexo 1).....	43
Tabla 3 Población en edad de trabajar.....	46
Tabla 4 Muestra	48
Tabla 5 Mejorar las unidades	49
Tabla 6 Procesos acordes.....	50
Tabla 7 Capacitarse para mejorar el servicio	51
Tabla 8 Personal acorde	52
Tabla 9 Manual de calidad	53
Tabla 10 Cambios en la cooperativa	54
Tabla 11 Documentos a disposición.....	55
Tabla 12 Experiencia del servicio.....	56
Tabla 13 Expectativa del servicio	57
Tabla 14 Probabilidad de recomendación	58
Tabla 15 Descripción del servicio.....	59
Tabla 16 Característica del personal.....	60
Tabla 17 Característica del servicio	61
Tabla 18 Tiempo de utilización del servicio	62
Tabla 19 Característica del servicio	63
Tabla 20 Checklist de observaciones.....	64

Resumen

El presente trabajo de titulación tiene como fin implementar un Manual de Calidad que mejore el servicio al cliente para la cooperativa de transporte de taxis "Plaza de Toros" ubicado en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato, parroquia Santa Rosa, debido que permitirá garantizar un mejor servicio, como consecuencia se logrará mantener la lealtad de los clientes, obtener mayor demanda y engrandecer su reputación. Además, los trabajadores nuevos y antiguos, podrán contar con una herramienta la cual les sirva de guía o fuente de consulta constante para brindar un servicio de calidad. Y finalmente los usuarios de la cooperativa tendrán un servicio de calidad durante su movilidad o el envío de sus encomiendas. Para ello se utilizó la investigación de campo, bibliográfico documental, esto permitió recolectar la información que contribuyó para la argumentación del trabajo propuesto. Mediante la aplicación de la metodología propuesta se pudo concluir que los inconvenientes encontrados en la aplicación de instrumentos de investigación se pudieron conocer que se producen porque la cooperativa no posee implementados parámetros para una cultura de servicio, es por eso que la calificación del servicio es mala, cuando debería ser excelente, otro de los errores graves que presenta la cooperativa de taxis es que no aplica métodos de medios de evaluación al personal generando conformidad en los empleados.

Palabras clave:

- **IMPLEMENTACIÓN DE UN MANUAL DE CALIDAD**
- **SERVICIO DE CALIDAD**
- **SERVICIO AL CLIENTE**
- **METODOLOGÍA**

Abstract

The purpose of this qualification work is to implement a Quality Manual that improves customer service for the taxi transport cooperative "Plaza de Toros" located in the province of Tungurahua, Ambato canton, Santa Rosa parish, because it will guarantee a better service, as a consequence it will be possible to maintain customer loyalty, obtain greater demand and enhance your reputation. In addition, new and old workers will be able to count on a tool which will serve as a guide or constant source of consultation to provide a quality service. And finally the users of the cooperative will have a quality service during their mobility or sending their parcels. For this, the field research, documentary bibliography was used, this allowed to collect the information that contributed to the argumentation of the proposed work. Through the application of the proposed methodology, it was possible to conclude that the inconveniences found in the application of research instruments could be known that they occur because the cooperative does not have implemented parameters for a culture of service, that is why the rating of the service is bad When it should be excellent, another of the serious errors that the taxi cooperative presents is that it does not apply methods of means of evaluation to the personnel, generating compliance in the employees.

Keywords:

- **IMPLEMENTATION OF A QUALITY MANUAL**
- **QUALITY SERVICE**
- **CUSTOMER SERVICE**
- **METHODOLOGY**

CAPÍTULO I

1. Introducción

TEMA

Implementación de un manual de calidad para la cooperativa de transporte de taxis "Plaza de Toros" ubicado en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato, parroquia Santa Rosa

1.1 Antecedentes

La cooperativa de transporte de taxis "Plaza de Toros" de la ciudad de Ambato fue creada en el año 2002 por Ortega Villacís quien dedicado al servicio de taxi durante años decide iniciar sus actividades comerciales independientemente. El 6 de julio de ese mismo año junto con la colaboración de su familia y doce colegas más crean oficialmente la cooperativa de transporte de taxis "Plaza de Toros" la cual contaba con doce vehículos y choferes.

La cooperativa fue constituida como una de responsabilidad limitada la cual operaba principalmente en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato, parroquia Santa Rosa; la acogida dada a la cooperativa por parte de los lugareños le permitió irse desarrollando además de aumentar su número de socios a diecisiete, en vista del crecimiento se vieron con la necesidad de diseñar procedimientos contables los cuales hasta entonces solían ser ejecutados de manera intuitiva además se implementaron las normativas internas de la cooperativa junto con un reglamento de seguridad para los conductores de los taxis.

En la actualidad la cooperativa consta de treinta miembros activos y cinco inactivos además de cuatro empleados administrativos los mismo que cuyas actividades abarcan la contabilidad general, el manejo de cartera, gerencia y talento humano y uno operativos. Se amplió la gama de servicios de encomiendas y de transporte dándole al usuario mayor variedad, además se aplicó el uso de taxímetros

y cámaras de seguridad en las unidades para mayor confiabilidad de los usuarios y así tener una mayor satisfacción al cliente.

1.2 Planteamiento del problema

Cuando la cooperativa de transporte de taxis “Plaza de Toros” fue creciendo aún más se hicieron evidentes problemas orientados a la satisfacción del cliente pues algunos de estos dejaron de utilizar el servicio de la cooperativa debido a que la misma no seguía brindando un servicio de calidad y sobretodo garantizando seguridad dado que se habían presentado un gran número de accidentes de tránsito y asaltos los cuales irían afectando de a poco la reputación de la cooperativa.

Con el transcurso del tiempo se tornó inevitable que los usuarios dejaran de hacer uso del servicio de la cooperativa debido a lo mencionado; el número de encomiendas y servicio de transporte para la movilización de personas fue reduciéndose de tal manera que afecto económicamente a la empresa, directivos, socios y demás trabajadores por ello se concentraron esfuerzos para mantener la fidelidad de los clientes restantes.

Para mantener a los clientes antiguos y captar la atención de nuevos se busca establecer mejores pautas para garantizar un mejor servicio el cual le permita a la cooperativa comunicarse. Por ello es necesario el diseño y la aplicación de un Manual de Calidad el cual sirva como una guía constante de como brindar un buen servicio a los usuarios.

1.3 Justificación

La contribución de una herramienta para el aseguramiento de la calidad; es un beneficio para los servicios que brinda actualmente la cooperativa de transporte de taxis “Plaza de Toros” pues, su uso progresivo mantendrá, recuperará, y conseguirá nuevos clientes lo que garantiza un aumento en las ganancias y la evolución progresiva de la empresa.

Los beneficiarios del proyecto son: la cooperativa de transporte de taxis "Plaza de Toros" dado que la implementación de un Manual de Calidad le permitirá garantizar un mejor servicio, como consecuencia se logrará mantener la lealtad de los clientes, obtener mayor demanda y engrandecer su reputación. Además, los trabajadores nuevos y antiguos, podrán contar con una herramienta la cual les sirva de guía o fuente de consulta constante para brindar un servicio de calidad. Y finalmente los usuarios de la cooperativa tendrán un servicio de calidad durante su movilidad o el envío de sus encomiendas.

El proyecto es factible porque existe toda la información necesaria para su desarrollo, es posible el estudio y observación de las diferentes variables que intervienen en el. Y además de acuerdo a lo mencionado en párrafos anteriores aporta significativamente no solo a la empresa sino también a sus usuarios dado que les garantiza calidad, seguridad y un excelente trato. La continuidad del proyecto servirá como guía para futuros empleados o socios de la cooperativa he irá generando una mejora continua.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Implementar un Manual de Calidad que mejore el servicio al cliente para la cooperativa de transporte de taxis "Plaza de Toros" ubicado en la provincia de Tungurahua, cantón Ambato, parroquia Santa Rosa.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Investigar información referencial sobre manual aplicado a la cooperativa.
- Estudiar la situación actual de la Cooperativa y su gestión de la calidad.
- Estructurar un Manual de Calidad considerando las necesidades de la práctica.

1.5 Alcance

Con el fin de mantener y buscar nuevos clientes fieles además de evitar el deterioro económico total de la Cooperativa de Transporte de taxis "Plaza de Toros" la cual ha sido víctima de actos vandálicos, inseguridad y accidentes de tránsito lo que ha ocasionado la pérdida de una gran parte de sus usuarios es necesario el diseño y aplicación de una herramienta que permita el aseguramiento de la calidad en sus servicios.

El desarrollo y aplicación de un Manual de Calidad le permitirá a la empresa brindar un mejor servicio y obtener mayor demanda, los clientes recibirán transporte y movilidad acorde a sus necesidades y además que sobrepase sus expectativas de calidad. Por ello dicha investigación aportará con un instrumento útil para el aseguramiento de la calidad en el servicio que brinda la cooperativa y su trascendencia irá generando una mejora continua.

El trabajo abarca la definición de políticas sobre el aseguramiento de la calidad mediante el uso de distintas normativas, la indagación de argumentos o contenidos los cuales nos permitan esclarecer los distintos temas que engloban la investigación, el estudio y observación de la situación actual donde se presenta la problemática y finalmente el planteamiento, diseño e implementación de una alternativa de solución para la cuestión ya conocida.

CAPÍTULO II

2. Marco teórico

2.1 Calidad

La calidad ha sido definida de varias formas a lo largo de los años, desde su aparición muchas de las conceptualizaciones que se le ha dado abarcan términos relacionados a un buen producto o servicio, sin embargo, es evidente que la calidad contempla muchas más variables. Para definir a la calidad y conocer su importancia es importante conocer su historia y mencionar a los principales exponentes del tema, quienes han sido reconocidos por sus aportes en el ámbito de la calidad que incluso se siguen manejando hoy en día.

2.1.2 Principales Exponentes de la Calidad.

A continuación, se mencionan a los cuatro principales exponentes de la calidad.

a. Edward Deming.

Para el doctor Edward Deming “un producto o un servicio tienen calidad si sirven de ayuda a alguien y disfrutan de un mercado bueno y sostenido”. (Cielo, 2013, párr. 4) para que esto sea posible Deming propone 14 principios los cuales considera un pilar fundamental para el sustento de la calidad los cuales son:

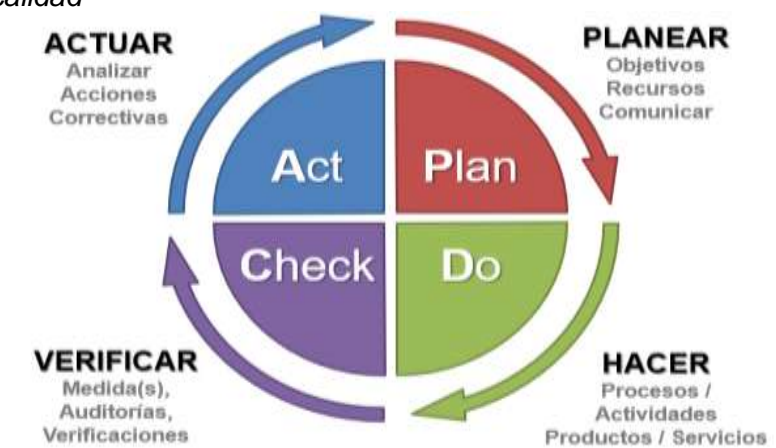
- Ser constante en el mejoramiento del producto y el servicio para ser más competitivos, mantener la empresa y crear puestos de trabajo.
- Adoptar nuevas filosofías para afrontar el desafío de una nueva economía.
- Acabar con la práctica de comprar en base solamente al precio.
- Eliminar la dependencia en la inspección para conseguir calidad.
- Mejorar constantemente el sistema, esto mejorará la calidad y reducirá los costes.
- Establecer el entrenamiento de habilidades.

- Adoptar el liderazgo para la dirección de personas, reconociendo sus diferencias, habilidades, capacidades y aspiraciones.
- Eliminar el miedo de forma que todos puedan trabajar con eficacia.
- Eliminar las barreras entre departamentos asegurando una cooperación win-win.
- Eliminar los eslóganes y exhortaciones a la calidad.
- Eliminar los objetivos numéricos, las cuotas y la dirección por objetivos.
- Eliminar las causas que impiden al personal sentirse orgullosos de su trabajo. Esto es eliminar cualquier tipo de clasificación que solo creará competitividad y conflicto.
- Instituir un vigoroso programa de educación y automejora.
- Poner a todo el mundo a conseguir la transformación ya que ésta es el trabajo de todos.

A mas de ello, Deming y su ciclo de la calidad o tambien llamado ciclo PHVA es considerado como una herraminta util para la estructura y ejecución de planes de mejora de calidad.

Figura 1

Ciclo de la calidad



Nota: en la figura se puede observar el ciclo de la calidad. Tomado de: (Rodríguez, s.f)

En la figura se puede observar los pasos del ciclo de Deming los cuales son: planear, hacer, verificar y actuar. En la primera se debe desarrollar un plan, diseñar objetivos para responder a las preguntas ¿Qué hacer? y ¿Cómo hacerlo?, en el segundo paso se ejecuta lo planificado para después verificar y estudiar los efectos o consecuencias de nuestro plan de calidad y finalmente se actúa en base a lo obtenido en la fase tres, se reestructura lo planificado, se hacen mejoras y se toman nuevas medidas con lo cual se vuelve a iniciar el ciclo.

b. Joseph Moses Juran.

Dentro de los varios estudios de Juran este manifiesta que la calidad es lo: "Adecuado para el uso", o también la expresa como " la satisfacción del cliente externo e interno" (Cielo, 2013) pues hace hincapié en que los productos deben convencer a la empresa y después a los clientes de esta manera todos los altos mando se involucran directamente en los planes que generaran un producto de calidad. Por ello propone la denominada trilogía de la calidad la cual consta de tres procesos administrativos los cuales son:

Tabla 1

Satisfacción del cliente interno

La planificación	El Control	La mejora continua
Determinar quiénes son los clientes.		La calidad llega a formar parte del plan de toda alta dirección.
Determinar las necesidades de los clientes.	Evaluar el desempeño actual del proceso.	Las metas de calidad se incorporan al plan empresarial.
Traducir las necesidades al lenguaje de la compañía	Comparar el desempeño actual con las metas de calidad (real frente a estándar)	Las metas ampliadas derivan del benchmarking: el énfasis está puesto en el consumidor y en la competencia; existen metas para el mejoramiento anual de la calidad.
Desarrollar un producto que responda a esas necesidades.	Actuar sobre la diferencia.	Las metas de despliegan a los niveles de acción.
Desarrollar el proceso capaz de producir productos con las características requeridas.		La capacitación se lleva a cabo a todos los niveles. La medición se efectúa en cada área. Los directivos analizan regularmente las metas.

Nota: en la tabla se detalla el tipo de satisfacción del cliente interno.

En la tabla se aprecia la trilogía de la calidad la cual está formada por la planificación, el control y la mejora continua. Cada uno de estos pasos abarca actividades las cuales deben ser tomadas en cuenta al momento de ejecutar cada uno de los pasos.

c. Kaouru Ishikawa.

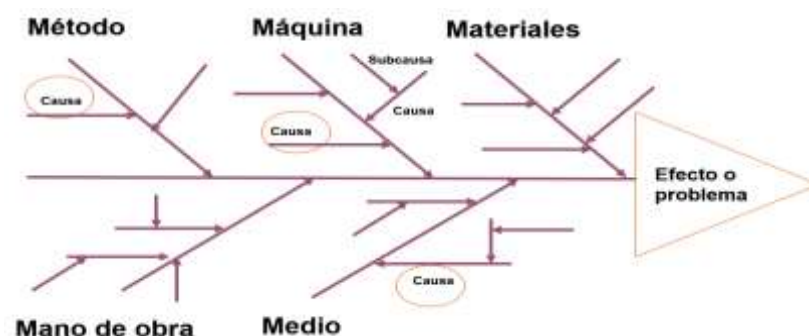
Ishikawa formo parte de la creación de los círculos de la calidad en Japón, además dio un gran aporte con ideas innovadoras sobre la calidad. La calidad para Ishikawa:

- Controlar la calidad es hacer lo que se tiene que hacer.
- Siempre se deben tomar las acciones correctivas apropiadas. El control de calidad no acompañado de acción es simple diversión (Cielo, 2013, párr.44).

De acuerdo a Ishikawa la calidad lo es todo y debe ser usada para todo, pues no basta con solo nombrarla se debe ejecutarla mediante acciones o planes los cuales aseguren que los productos o servicios fueron tratados mediante un proceso de calidad. Para ello creo un método grafico denominado diagrama de Ishikawa (causa/efecto).

Figura 2

Diagrama de causa/efecto



Nota: Se puede observar un ejemplo de diagrama causa/ efecto. Tomado de: (Gehisy, 2017)

En el grafico podemos identificar la relación causa y efecto de una problemática, este diagrama permite visualizar las causas de un problema y su relación entre ellas, además hace evidente una perspectiva completa sobre el tema para posteriormente poder solucionarlo.

d. Armand V. Feigenbaum.

Armand es el estadounidense creador del llamado “control de la calidad total”; para Feigenbaum la calidad es un modelo corporativo el cual aplica para cualquier empresa que brinde un servicio o un producto menciona además que el “control total de calidad es un concepto que abarca toda organización e involucra la puesta en práctica de actividades orientadas hacia el cliente” (Cielo, 2013, párr. 88). Su denominado “control de la calidad total se enfoca en tres pasos que conlleva la calidad.

- Liderazgo de calidad: la administración debe tener pilares de planificación sólidos.
- Tecnología de calidad moderna: los problemas de calidad no sólo son del departamento de calidad se debe promover una integración de todos los participantes de los procesos para que se evalúen e implementen nuevas técnicas para satisfacer a los clientes.
- Compromiso organizacional: se debe brindar una capacitación y estimulación constante para toda la fuerza laboral que participa en los distintos procesos (Cielo, 2013).

En base a todos los puntos mencionados anteriormente es posible definir a la calidad como la plataforma sobre la cual se encuentra: la empresa, los trabajadores y los clientes, pues estos se deben mantener solidos a causa de la calidad.

La calidad no solo trata de brindar un producto final en buenas condiciones, es asegurarse de obtener los mejores proveedores los cuales mantengan un equilibrio calidad - precio, efectuar procesos de producción efectivos debidamente supervisados, garantizar que el producto llegue a manos del cliente en su debido momento y superar las expectativas del mismo mediante un buen servicio al cliente, pues el foco de calidad está en el modo de proveer nuestro producto o servicio dado que este afecta directamente a los consumidores o clientes.

2.2 Gestión de Calidad

La gestión de calidad es la forma por la cual la calidad se manifiesta dentro de una organización. “La gestión de calidad, es un conjunto de acciones y herramientas que tienen como objetivo evitar posibles errores o desviaciones en el proceso de producción y en los productos o servicios obtenidos mediante el mismo” (Escuela Europea de Excelencia, 2018). Dicha gestión está orientada a la mejora continua tras la constancia de un desempeño efectivo de las distintas variables que la involucran además su principal fundamento es asegurarse de hacer las cosas bien desde el inicio. “La gestión de calidad varía según cada sector de negocio para el que se establecen sus propios estándares, es decir, modelos de referencia para medir o valorar el nivel de desempeño de la organización” (Raffino, 2020). Estos modelos suelen ser universales dado que todas las empresas en el mundo las usan o a través de ellas mejoran la calidad de sus servicios o productos estos se denominan sistemas de gestión de calidad.

2.2.1 Sistemas de Gestión de calidad.

Sabemos que un sistema es el conjunto de procedimientos e incluso normas que organizan una cosa o una actividad, pero ¿Qué es un sistema de gestión de la calidad? La (Universidad Cooperativa de Colombia, 2018) la define como:

Un Sistema de Gestión de Calidad es una herramienta que le permite a cualquier organización planear, ejecutar y controlar las actividades necesarias para el desarrollo de la misión, a través de la prestación de servicios con altos estándares de calidad, los cuales son medidos a través de los indicadores de satisfacción de los usuarios (párr. 1)

Esto quiere decir que dichos sistemas son esenciales a la hora de implementar la gestión de calidad en una empresa pues contienen directrices, normas y procedimientos que permiten a las organizaciones seguir un método funcional con resultados favorables. Estos sistemas pueden ser:

a. Norma ISO 9000.

Para empezar, es necesario recalcar que las normas ISO son un conjunto de normativas que conducen a ordenar la gestión de una empresa en sus distintos ámbitos, estas son establecidas por el Organismo Internacional de Estandarización (ISO), y se componen de estándares y guías que contienen sistemas y herramientas aplicables en cualquier tipo de empresa. Las normas ISO se crearon con el objetivo de ofrecer orientación, coordinación, simplificación y unificación de criterios a las organizaciones con la finalidad de reducir costes y aumentar la efectividad, así como generalizar las normas de productos y servicios para las organizaciones internacionales. (ISOTools , 2015)

De entre todas las normas que son parte de las ISO, para nuestra investigación es importante analizar una de ellas, la Normas ISO 9000 2015 que es la versión aplicable en la actualidad.

ISO 9000: 2015 describe los conceptos y principios fundamentales de la gestión de la calidad que son universalmente aplicables a lo siguiente:

- Organizaciones que buscan un éxito sostenido mediante la implementación de un sistema de gestión de la calidad;

- Los clientes que buscan confianza en la capacidad de una organización para proporcionar productos y servicios de forma constante que se ajusten a sus requisitos;
- Organizaciones que buscan confianza en su cadena de suministro de que se cumplirán los requisitos de sus productos y servicios;
- Organizaciones y partes interesadas que buscan mejorar la comunicación a través de una comprensión común del vocabulario utilizado en la gestión de la calidad;
- Organizaciones que realizan evaluaciones de conformidad con los requisitos de ISO 9001;
- Proveedores de formación, evaluación o asesoramiento en gestión de la calidad;
- Desarrolladores de estándares relacionados. (ISO, 2019)

Además de acuerdo al Organismo Internacional de Estandarización (ISO) la implantación de un sistema de gestión de calidad basada en esta norma le da a las empresas los siguientes beneficios:

- La capacidad de proporcionar productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente, los legales y reglamentos aplicables.
- Facilitar oportunidades asociadas con su contexto y objetivos.
- Abordar los riesgos y oportunidades asociadas con su contexto y objetivos.
- La capacidad de demostrar la conformidad con requisitos del sistema de gestión de la calidad especificados. (Cortés Sánchez , 2017)

Todas estas ventajas han surgido tras un largo proceso de actualización de la familia ISO 9000 pues sus versiones anteriores han sido de utilidad para que su sistema arroje tal rentabilidad el mismo que está basado en siete principios los cuales son:

Figura 3*Los 7 principios de la calidad*

Nota: En la figura se puede observar los principios de calidad. Tomado de: (Sánchez, 2015)

Las normas ISO son de estándar internacional es decir aplica casi en todos los países del mundo y esto permite a las empresas estandarizar cierto aspecto en los productos y servicios, sin embargo cada país además cuenta con instituciones las cuales regulan la gestión de calidad en sus respectivos territorios.

b. El Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN.

El INEN fue creado el 28 de agosto de 1970 con la finalidad de reglar normas de calidad dentro del Ecuador. (GOB.EC Portal Único de Trámites ciudadanos, s.f.), menciona que:

El INEN está reconocido por la sociedad ecuatoriana como competente en la ejecución de los procesos establecidos en el Sistema Ecuatoriano de la Calidad, satisface la demanda nacional en los campos de la Normalización, Reglamentación, Metrología y Evaluación de la Conformidad, contribuyendo al

mejoramiento de la competitividad, de la salud y seguridad del consumidor, la conservación del medio ambiente y la promoción de una cultura de la calidad para alcanzar el buen vivir (párr. 1).

El INEN está formado por varias normas que regulan no solo la calidad de los productos o servicios del país sino también abarca distintas normativas de diferentes ámbitos; para el desarrollo de esta investigación nos centraremos en la Norma NTE INEN-ISO/TS 10004.

Norma Técnica Ecuatoriana: Gestión de la Calidad - Satisfacción del Cliente - Directrices para el seguimiento y la medición (Iso/Ts 10004:2010, ldt) la cual brevemente explica que: los clientes son en punto clave de toda organización por tanto es necesario hacer un seguimiento y medir que tan satisfechos están los clientes. Lo anterior les permite a las empresas de los distintos sectores identificar oportunidades para mejorar sus servicios productos además de generar planes de mejora continua. Esta norma acentúa cuatro apartados importantes basados en las Normas ISO las cuales son:

- Sobre el enfoque al cliente: la alta dirección debe asegurarse de que los requisitos del cliente se determinan y se cumplen con el propósito de aumentar la satisfacción del cliente.
- Sobre gestión de los recursos: la organización debe determinar y proporcionar los recursos necesarios para... aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos.
- Sobre satisfacción del cliente: como una de las medidas del desempeño del sistema de gestión de la calidad, la organización debe realizar el seguimiento de la información relativa a la percepción del cliente con respecto al cumplimiento de sus requisitos por parte de la organización. Deben determinarse los métodos para obtener y utilizar dicha información.

- Sobre análisis de datos: la organización debe determinar, recopilar y analizar los datos apropiados para demostrar la idoneidad y la eficacia del sistema de gestión de la calidad y para evaluar dónde puede realizarse la mejora continua de la eficacia del sistema de gestión de la calidad. Esto debe incluir los datos generados del resultado del seguimiento y medición y de cualesquiera otras fuentes pertinentes. El análisis de datos debe proporcionar información sobre: (...) la satisfacción del cliente (...). (Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN, 2019)

c. Servicio de Acreditación Ecuatoriano SAE.

El SAE se creó en 2007 inicialmente era llamado Organismo de Acreditación Ecuatoriano y se fundó como uno de los componentes clave de la infraestructura de calidad nacional. La diferencia en el INEN y el SAE radica en que:

El INEN es el organismo técnico nacional competente, en materia de reglamentación, normalización y metrología. Por su parte, el SAE es responsable de la acreditación, es decir, de reconocer la competencia técnica de los diferentes organismos evaluadores de la conformidad (OEC). Estas organizaciones proveen servicios de ensayos, calibración, inspección o certificaciones de sistemas de gestión, personas o productos. (Servicio de Acreditación Ecuatoriano SAE, 2017)

Lo anterior quiere decir que el SAE no contiene normas de regularización, sino que más bien se concentre en la acreditación de corporaciones las cuales cumplan con los diferentes requisitos de calidad vigentes dentro del territorio ecuatoriano.

d. Entidades e Instituciones Públicas.

Las entidades que permanezcan dentro de la infraestructura de calidad ecuatoriana y estén admitidas para generar normas, procedimientos y reglamentos

también forman parte de los sistemas de gestión de calidad un ejemplo de ello son las agencias reguladoras.

e. *Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca MIPRO*

Anteriormente llamado Ministerio de Industrias y Productividad es “la entidad del Estado encargada de formular y ejecutar políticas públicas, para la transformación del patrón de especialización industrial, que genere condiciones favorables para el Buen Vivir” (GOB.EC Portal Único de Trámites ciudadanos , s.f). Este ministerio es la institución que abarca normativas de instituciones públicas y supervisa las actividades del Servicio de Acreditación Ecuatoriano SAE.

2.3 Manual

Luego de una pequeña investigación y en base a lo aprendido dentro de la formación académica es posible decir que un manual es un documento, el cual contiene información específica, clara y concreta sobre un tema en particular; esta información se considera de tipo informativa pues es necesaria para el manejo, uso e incluso seguimiento de diferentes procesos todo esto dentro de una organización o empresa.

Los manuales han ido tomando mucho protagonismo con el pasar de los años pues se los considera esenciales dentro de la capacitación o inducción del personal nuevo e incluso antiguo, dado que este documento suele contener datos precisos y necesarios para realizar las actividades laborales, es por ello que entre los más importantes se destacan los siguientes:

- Manual de Procesos.
- Manual de Funciones.
- Manual de Calidad.
- Manual organizacional.

De acuerdo a las necesidades de esta investigación con el fin de dar paso a una solución a la problemática planteada vamos a centrarnos en el estudio de Manual de Calidad.

2.3.1 Manual de Calidad.

El Manual de Calidad es considerado un documento de uso indispensable en los sistemas de gestión de la calidad pues en este se dan a conocer ciertos aspectos que rodean la calidad de una empresa. “Según la norma ISO 9000:2000 - Sistemas de gestión de la calidad. Fundamentos y vocabulario (ISO 9000:2000), un Manual de la calidad es un documento que especifica el sistema de gestión de la calidad de una organización” (Softgrade, s.f). Esto quiere decir que es un documento que abarca políticas, normas, claves e incluso procedimientos descritos de forma general.

Un manual de calidad es el documento que establece los objetivos y los estándares de calidad de una compañía. Describe, por tanto, sus políticas de calidad y los instrumentos con los que la empresa o el negocio se dota para lograr los objetivos fijados en este sentido (EAE Business School, 2018)

El contenido de un Manual de Calidad además de su extensión va de acuerdo al tipo de empresa en la que este se vaya aplicar. Es importante además aclarar que dicho manual es un escrito público que las empresas suelen poner a disposición de sus clientes, proveedores e incluso instituciones debe ser claro y entendible pues lo que se pretende es dar a conocer bajo que estándares de calidad opera dicha empresa.

2.3.2 Ventajas de un Manual de Calidad.

Lo más importante de un Manual de Calidad es que busca mostrar objetivos además de comunicar normas, estas van dirigidas al personal de la empresa y a otras personas externas a ella. Además, es una herramienta de mejora continua la cual es

transparente y tiene un alcance que como ya se mencionó va más allá del interno. Por ello sus ventajas rodean varios aspectos tales como:

- Permite que los procesos internos generen más valor.
- Los procedimientos de calidad están perfectamente definidos para que la actividad productiva y los outputs sean uniformes.
- Se tiene un control permanente sobre cada proceso individual por lo que se detectan rápidamente los fallos, si se dan.
- Se optimizan los resultados al tener las directrices a seguir claras, tanto en términos de eficacia como de desempeño.
- Permite identificar las necesidades y sentar las bases para alcanzar la mejora continua que se busca con la norma.
- Permite mejorar la comunicación tanto de manera interna como externa. (Softgrade, s.f)

2.3.3 ¿Cómo hacer un Manual de Calidad?

Para empezar es necesario aclarar que un Manual de Calidad es una herramienta muy útil y debe ser desarrollada en base a un criterio objetivo no solo con el propósito de mostrarlo en auditorías. Se debe recopilar información verídica además de hacer pruebas, monitorear y medir los resultados que se vayan dando tras la implementación de dicho manual.

2.3.4 Contenido de un Manual de Calidad.

La vigente norma ISO 9000: 2015 no considera obligatorio el uso de un Manual de Calidad a menos que sea altamente necesario; por otro lado, la norma ISO 9001:2008 si exponía un modelo de manual donde se incluía lo siguiente:

- Título y alcance: es una especie de introducción del documento. En este se presenta el trabajo y se relaciona con la norma.

- Tabla de contenido: recoge las secciones que integran el documento, así como todo aquello que la empresa considere necesario para avalar su Gestión de Calidad.
- Documentos: toda aquella documentación que acredite la certificación en ISO 9001.
- Política y objetivos: se recogerán en este punto, aunque sin proporcionar demasiados detalles.
- Estructura: desarrollo del organigrama de la empresa en relación con el área de calidad. Podrá incluir recursos visuales que ayuden al entendimiento.
- Referencias: relación con otros textos o manuales que hayan servido como marco al manual.
- Descripción del sistema: parte clave del manual. Se pone el foco en cada uno de los métodos que emplea la organización para satisfacer sus necesidades en el área de Gestión de Calidad.
- Anexos: Cualquier texto, informe, valoración o diagrama que sirva de apoyo al tema central. Habrá que tener en cuenta que este tiene dos receptores: los auditores y los clientes. (NUEVA ISO-9001-2015, 2019)

Lo anterior era un modelo que las empresas debían seguir para la elaboración de un Manual de Calidad, de acuerdo a lo anterior y tras una investigación de modelos de diferentes empresas se concreta en contenido de un Manual de Calidad el cual nos permitirá resolver la problemática mostrada en el capítulo anterior.

- Introducción: alcance, exclusiones, término y abreviaturas.
- Organización: misión, visión, estructura de la organización.
- Norma legales.
- Sistema de gestión de la calidad: política de calidad, objetos de calidad.

- Responsabilidad de la dirección: responsabilidad y autoridad, representante de la dirección, comunicación interna.
- Gestión de los recursos: provisión de recursos, recursos humanos, instalaciones, ambiente de trabajo.
- Realización del servicio: planificación de la realización del servicio, procesos relacionados con los clientes, diseño y/o desarrollo, producción y prestación del servicio
- Medida, análisis y mejoras: satisfacción del cliente, control de las no conformidades, mejora continua.
- Anexos, en caso de haberlos.

2.4 La calidad en los servicios

El primer lugar un “servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo” (Horovitz, 1994). Es decir que la calidad de servicios está enfocada en el estudio y desarrollo de este servicio como un plus a los productos o servicios intangibles que una empresa brinda.

2.4.1 Dimensiones de la calidad de servicio.

Para comprender mejor lo anterior es necesario saber cuáles son las dimensiones que abarca este servicio de calidad.

- Elementos tangibles: la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales tienden a “tangibilizar” un servicio así estos elementos deben ser de agrado de los clientes.
- Fiabilidad: es la habilidad que posee la empresa para suministrar el servicio prometido de forma fiable, segura y cuidadosa. Dar fiabilidad al cliente es también cumplir lo que se promete en folletos, hojas de horarios, etc.

- Capacidad de respuesta: es la disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido. Significa, simplemente, que el “NO, no existe”. Es decir, la organización debe ser capaz de responder eficazmente a situaciones inesperadas.
- Seguridad: es el sentimiento que tiene los clientes cuando saben que están en buenas manos. Son, sobre todo, la imagen y el nombre de la empresa lo que crea estas sensaciones en los clientes.
- Empatía: es la capacidad que tiene una persona para ponerse en el lugar de otra, es decir, empatía es “ponerse en los zapatos del cliente”. Es un compromiso, un deseo de comprender sus necesidades y entender que el cliente es lo más importante. (Rodríguez, 1997)

Estas dimensiones ayudan a los clientes a entender mejor la calidad de servicio que posee una organización pues en base a estos aspectos podrá determinar si el servicio o razón de la empresa es lo que espera. Por otro lado, estos aspectos contribuyen al mejoramiento continuo de una institución dado que al promocionar un servicio de calidad también deberá brindar calidad en toso lo que ha ese servicio se refiere.

2.4.2 Servicio al Cliente.

Dentro de los términos calidad de un servicio el concepto de calidad no solo es sinónimo de lujo o buen trato, ni de una publicidad que supere a la de un producto tangible. Al contrario, se trata de satisfacer las demandas de los usuarios que has sido el objetivo desde el principio. Para (Publicaciones Vértice S.L., 2008)

El conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes (necesidades que no han sido atendidas por ninguna empresa pero que son demandadas por el público) de los clientes. (pág. 1)

Lo anterior se muestra como una definición de calidad basada netamente en el cliente. La demanda constantemente tiene necesidades de diferente índole y por ende busca una empresa que los satisfaga es allí cuando los “productos de calidad” son atractivos pues estos son aquellos que no solo igualan las expectativas del cliente, sino que además las supera.

“El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera además del producto o servicio básico como consecuencia del precio, la imagen, y la reputación del mismo” (Publicaciones Vértice S.L., 2008, pág. 3) . Es necesario aclarar que servicio no significa servilismo por ejemplo en la actualidad la mayoría de empresa posee vendedores los cuales solo se concentran en tratar bien al cliente mas no en atender sus necesidades de allí que estos dos términos sean totalmente distintos.

Para ofrecer un buen servicio hace falta más que amabilidad y gentileza, aunque estas condiciones son imprescindibles en la atención del cliente. Por ejemplo, cuando una persona habla por teléfono y atiende a un cliente lo hace sonriendo a pesar de que este no lo ve, pero además debe concentrarse en proporcionar la información que el cliente necesita de forma rápida y entendible. Se trata de un problema de métodos y no de simple cortesía. (Publicaciones Vértice S.L., 2008). Los servicios son intangibles y quedan en los clientes a manera de recuerdos es por ello que brindarle a este una experiencia grata al momento de hacer uso de un servicio es de vital importancia.

El servicio de los servicios puede provocar un impacto fundamental en la experiencia del consumidor y determinar así su grado de satisfacción. La sensación experimentada durante la prestación del servicio será positiva o negativa según:

- La posibilidad de opción.
- La disponibilidad.
- El ambiente.

- La actitud del personal (amabilidad, cortesía, ayuda, iniciativa) en la venta y durante la prestación del servicio.
- El riesgo percibido al escoger el servicio, que va unido a la imagen y la reputación de la empresa.
- El entorno.
- Los otros clientes.
- La rapidez y precisión de las repuestas a las preguntas.
- La reacción más o menos tolerante con respecto a sus reclamaciones.
- La personalización del servicio. (Publicaciones Vértice S.L., 2008)

Hay que recordar que a la hora de brindar un servicio el primer contacto es fundamental y los puntos mencionados anteriormente serán clave para que el cliente no solo quede satisfecho, sino que elija y recomiende el servicio que se le entrego.

CAPÍTULO III

3. Ejecución del Plan Metodológico

3.1 Modalidades de la Investigación

3.1.1 Investigación de Campo.

Según Arias (2012), la investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental.

Ante el enunciado expuesto anteriormente se puede decir que este tipo de investigación permitió obtener datos certeros sobre la problemática estudiada, debido que permite recolectar información en el lugar de los hechos es decir la información se recogerá en la cooperativa de transporte de taxis "Plaza de Toros" , esta investigación, fue importante debido que se puede aplicar la encuesta en el lugar de los hechos, es decir se aplicará a los clientes, mediante el recorrido de servicio para no interrumpir su viaje, esta tendrá una duración de 3 a 5 minutos, se realizará una entrevista al gerente la cual tendrá un tiempo de 10 a 15 minutos, donde se realizaran preguntas las cuales serán copiadas al instante que responde cada una de ellas, y una encuesta a los socios la cual será aplicada en una junta que realizan una vez al mes, esta durará 5 minutos, la aplicación de todos estos instrumentos tendrán el fin de conocer las falencias en la atención al cliente.

Claro está, en una investigación de campo también se emplean datos secundarios, sobre todo los provenientes de fuentes bibliográficas, a partir de los cuales se elabora el marco teórico. No obstante, son los datos primarios obtenidos a través del diseño de campo, los esenciales para el logro de los objetivos y la solución del problema planteado.

3.1.2 Investigación Bibliográfica.

La investigación de tipo bibliográfica permitió indagar diferentes fuentes de información como libros, blogs, artículos científicos y páginas web, las cuales aportaron con temas relevantes, conceptos y teorías útiles que van desde el origen de la calidad, su aporte a las empresas, normas de calidad hasta la importancia del servicio al cliente. Lo anterior contribuyó a la investigación con razonamientos, definiciones, distintos puntos de vista y conceptos los cuales hicieron posible obtener un mayor conocimiento y manejo de la problemática estudiada.

3.2 Tipos de Investigación

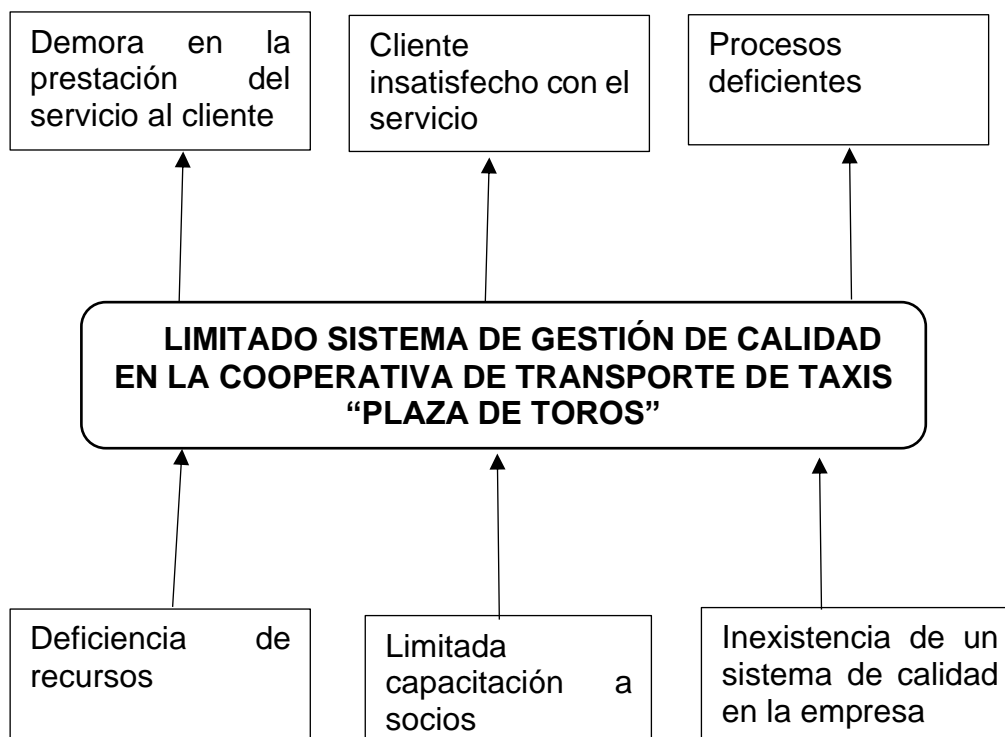
3.2.1 Investigación no experimental.

En el estudio la investigación no experimental permitió observar los fenómenos en un ambiente natural, es decir permitió recolectar información de la situación actual de la empresa mediante la aplicación de una encuesta y una ficha de observación, para después analizarla.

3.3 Niveles de Investigación

3.3.1 Nivel Exploratorio.

El nivel exploratorio de investigación permitió obtener información precisa de la forma en la que se realizaban las actividades dentro de la empresa con respecto al servicio al cliente, observar el comportamiento de choferes y usuario en el momento de prestar sus servicios además de identificar otros aspectos los cuales hacen que la empresa se encuentre en este estado actual siendo una de estas la falta de calidad en el servicio de movilización a los clientes y las encomiendas.

Figura 4*Árbol de problemas***3.3.2 Nivel Descriptivo.**

Este tipo de nivel de investigación fue importante debido que permitió conocer la situación actual de la cooperativa, debido que fue posible conseguir datos sobre el número de empleados y vehículos, las cualidades y condiciones en las que se encuentran dichos vehículos, además de identificar ciertos comportamientos y actitudes de los conductores en las situaciones más frecuentes que se presentan al momento de brindar sus servicios.

Además, permitió conocer los problemas que presenta la cooperativa de taxis, donde se tomaron en cuenta las necesidades, las funciones y responsabilidades que conlleven a que posea una gestión administrativa eficiente. Se realizó un diagnóstico a la cooperativa donde se evidenció la inexistencia de una estructura organizativa, por lo que se propone la elaboración del diseño organizacional que viabilice los procesos de evaluación y mejora continua de la organización, que ayude en la coordinación

efectiva de procesos y funciones consiguiendo efectividad en su gestión y excelencia en el servicio que prestan.

En la actualidad en la cooperativa de transporte de taxis "Plaza de Toros", la deficiencia de recursos provoca que exista una demora en la prestación de servicio al cliente, provocando el malestar de los clientes, otra de las causas de la cooperativa es que su limitada capacitación de socios, provoca que los clientes queden insatisfechos del servicio prestado, esto genera una ausencia de control en el servicio, esto se debe a que sus trabajadores no tienen los conocimientos necesarios y suficientes en el control adecuado de sus funciones que realizan a diario, convirtiéndose en tiempos muertos, actividades innecesarias, productos no conformes, desperdicios.

Inexistencia del sistema de gestión de calidad genera procesos de producción deficientes, debido a que no existen registros, procedimientos de las actividades que deben realizar los trabajadores de la cooperativa.

3.3.3 Nivel de investigación aplicada.

Este nivel hizo posible la recopilación y análisis de datos recogidos en el lugar de los hechos, pues estos a su vez y en conjunto con la información recopilada en el Capítulo II hicieron posible el planteamiento de una solución la cual solucione la problemática planteada.

3.4 Métodos de Investigación

3.4.1 Método cualitativo.

El método cualitativo hizo posible un análisis de la situación de la cooperativa a través de la identificación de sus fortalezas y debilidades en el área del servicio al cliente y calidad (Ver anexo 1).

Tabla 2*Análisis FODA (Anexo 1)*

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
FACTORES INTERNOS	<ul style="list-style-type: none"> • Propias unidades de transporte • Cuenta con instalaciones de oficinas propias. • Choferes profesionales con más de 10 años de experiencia. • Constituida legalmente en la ciudad 	<ul style="list-style-type: none"> • Descuido en el cuidado de las unidades. • Parronal administrativo inadecuado • No cuenta con un sistema tecnológico de comunicación. • Falta de publicidad y promoción de la empresa de taxis • Falta de capacitación a choferes de las unidades sobre la correcta atención al cliente. • Falta de diversificación de servicios. • Falencia en la estructura organizacional. • Falta de un manual de funciones y responsabilidades de los empleados de la cooperativa.
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FACTORES EXTERNOS	<ul style="list-style-type: none"> • Creciente demanda del servicio de taxi. • Diversas unidades de transporte para el servicio. • Costos competitivos a los del mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ambigüedad en los procesos administrativos y operacionales. • Insatisfacción en el servicio al cliente. • Incremento de competencia ilegal de taxistas. • Incremento de robos a unidades de taxi.

Nota: se puede observar los Factores internos y externos de la Cooperativa.

3.4.2 Método Analítico.

El método de investigación analítico permitió un estudio individual de cada uno de los empleados que conforman la Cooperativa de transporte de taxis "Plaza de Toros" puesto que así se logró obtener datos concretos y reales de cada uno de ellos durante la ejecución de sus labores con la finalidad de evaluar el servicio al cliente y

la calidad del mismo durante el momento de satisfacer sus necesidades. Además, este método fue importante en la deducción de la calidad de la empresa.

Con la ayuda de este método se pudo analizar e interpretar los datos recolectados de encuestas a clientes, entrevista al gerente de la cooperativa de transporte de taxi, ficha de observación, donde expresa fiel constancia de la situación de la misma, debido que con la aplicación de estos instrumentos se logró conocer la calidad del servicio que presta la cooperativa a la ciudadanía, los resultados de estos instrumentos permitirán plantear una alternativa de mejora en los procesos. 3.5

Técnicas de Investigación

3.5.1 Encuesta.

Esta técnica se aplicó al personal de la empresa con la finalidad de evaluar sus conocimientos en cuanto al servicio de calidad que prestan a la ciudadanía, con el fin de conocer la situación actual y ante las falencias encontradas proponer alternativas de solución (Ver anexo 2).

Los resultados de las encuestas indican que la cooperativa de taxis considera que los procesos de servicio al cliente no están acordes a la exigencia del cliente, ocasionando un problema para la organización debido que esto provoca una inadecuada atención al cliente. Por otra parte, los clientes indicaron que la experiencia general que posee el cliente sobre el servicio es totalmente insatisfactoria, así también indican que un manual de calidad es un documento que describe de forma general los estándares y normas de calidad de servicios/productos que debe tener una empresa para garantizar la satisfacción del cliente.

- Los miembros de la empresa tienen noción del término calidad sin embargo no saben cómo aplicarlo en sus puestos de trabajo.
- Muy pocos de los miembros de la cooperativa saben lo que es un manual de calidad ni cómo usarlo.

- La mayoría de los encuestados desean contar con algún tipo de herramienta que les permita generar una mejor calidad en el servicio.
- Casi todos los miembros de la cooperativa consideran que la implementación de un Manual de Calidad sería beneficioso para la cooperativa.

La encuesta también se aplica a los clientes, esto se realizará mediante el servicio, debido que la encuesta no se tardará en responder más que 5 minutos. Por las siguientes razones más comunes:

- Falta de amabilidad.
- Problemas con el taxímetro.

3.5.2 Observaciones.

Esta técnica permitió recopilar datos en el lugar de los hechos es decir donde se presentó la problemática, el principal objetivo del mismo fue conocer la forma en la que los empleados de la cooperativa de taxis “Plaza de Toros” brindan sus servicios a los usuarios para identificar si estos cumplen o no con los estándares de calidad que la empresa necesita (Ver anexo 4), se pudo identificar los siguientes hechos más relevantes:

3.6 Universo, población y muestra

3.6.1 Universo.

El universo de estudio está compuesto por la población de la ciudad de Ambato.

3.6.2 Población.

Al estar nuestro universo compuesto por varios objetos de estudio es necesario enfocarnos en uno solo, para la cual es importante tomar en cuenta cuál de ellos aportará al trabajo investigativo y contribuirá a solucionar la problemática; es por eso

que la población objeto de estudio es la Población en edad de trabajar de la parroquia Santa Rosa la cual se detalla a continuación:

Tabla 3

Población en edad de trabajar

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
De 10 a 14 años	1065	1051	2116
De 15 a 19 años	1042	1083	2130
De 20 a 25 años	1067	987	2054
De 30 a 34 años	932	937	1869
De 40 a 45 años	694	761	145
De 50 a 54 años	596	698	1294
De 55 a 59 años	307	349	656
De 60 a 64 años	251	321	572
De 65 a 69 años	253	296	551
total	7979	8526	16507

3.6.3 Muestra.

Para el cálculo de la muestra de clientes se tomará la población del número total Población en edad de trabajar que existe en Santa Rosa lo cual es de 16507 personas.

FÓRMULA:

$$n = Z^2 * N * p * q / e^2 N - 1 + Z^2 * p * q$$

Siendo:

- n = tamaño de la muestra
- N= tamaño del universo
- p = probabilidad de éxito
- q = probabilidad de fracaso
- z = nivel de confianza
- e = error de estimación
- Fórmula Población
- Tamaño de la Población (N)= 16507
- Probabilidad que el evento P ocurra= 0,5
- Probabilidad que el evento Q Ocurra= 0,5
- Nivel de confianza (alfa)= 5%
- Margen de confiabilidad (Z)= 1,96
- Error máximo permitido (E)= 0,05

$$n = 1.96^2 * 16507 * 0.5 * 0.5 / 0.05^2 - 1 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5$$

$$n = \frac{15853.3228}{42.2254}$$

$$n. = 375$$

n. 375 personas

Para la presente investigación tendrá 375 de clientes para la aplicación de encuestas.

Después de calcular el número de clientes a los que se aplicará la encuesta se presenta a continuación la muestra que será objeto de estudio en la investigación.

Tabla 4*Muestra*

Descripción	Muestra
Socios	50
Clientes	375
Gerente	1

3.7 Instrumento de recolección de datos**3.7.1 Cuestionario.**

Se desarrolló un cuestionario con preguntas cerradas y de selección para los miembros de la empresa estos con la finalidad de que favorezcan a la investigación y contribuyan con resultados lo más exactos posibles para posteriormente realizar una cuantificación y análisis de los mismos. Además de una breve escala de calificación para los clientes.

3.7.2 Ficha de observación.

Las fichas de observación fue un instrumento muy importante a la hora de realizar la investigación de campo pues nos permitió obtener datos de cómo se realizan las actividades de servicio en la cooperativa.

3.8 Proceso de recolección de datos

Para este proceso se siguió el siguiente proceso:

- Se determinó el/los sujeto/s a ser evaluado/s o estudiado/s.
- Se solicitó los respectivos permisos en la empresa.
- El investigador seleccionó, diseñó y desarrolló las herramientas más adecuadas para el levantamiento de la información.
- Se entregaron los instrumentos a los sujetos de estudio además de acudir al lugar de los hechos con las fichas de observación.
- Los datos obtenidos fueron tabulados en Excel y analizados e interpretados posteriormente.

- Se desarrollaron las conclusiones y recomendaciones.

3.9 Análisis e Interpretación

El análisis e interpretación de los datos facilitó conocer que hacen y cómo funciona el servicio al cliente dentro de la cooperativa, así como que el saber que piensan los usuarios del servicio que se les brinda.

3.9.1 Análisis e interpretación de la encuesta a socios.

Previo al análisis e interpretación de datos se realizó la debida tabulación de las encuestas realizadas a los 50 socios de la empresa.

Objetivo: Mediante la aplicación de la presente encuesta se podrá conocer las falencias de la cooperativa de taxi con el fin de mejorar el servicio al cliente.

1. ¿Considera que se debe mejorar las unidades de transporte?

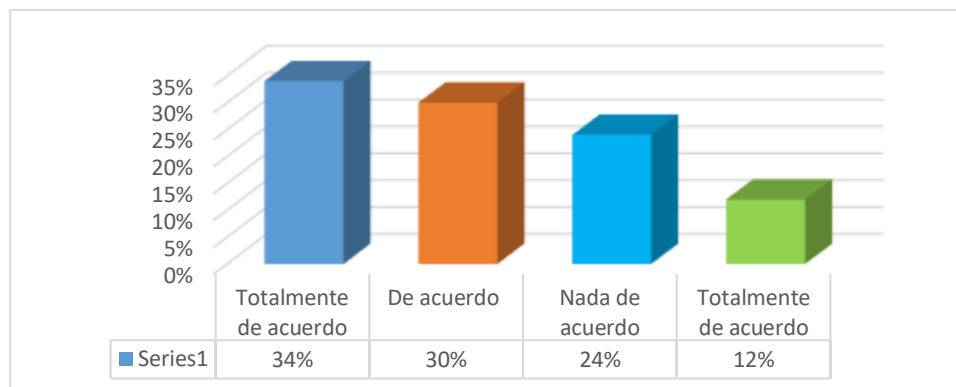
Tabla 5

Mejorar las unidades

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	17	34%
De acuerdo	15	30%
Nada de acuerdo	12	24%
Totalmente de acuerdo	6	12%
Total	50	100,00%

Figura 5

Mejorar las unidades



Análisis e interpretación:

El 34% de socios menciona que se debe mejorar las unidades de transporte estando totalmente de acuerdo, el 30% está de acuerdo, el 24% está nada de acuerdo, y el 12% está totalmente en desacuerdo, permitiendo conocer que la mayoría de socios está de acuerdo que se mejoren las unidades de transporte, esto permitirá mejorar el servicio del cliente.

2. ¿Considera que los procesos de servicio al cliente están acordes a la exigencia del cliente?

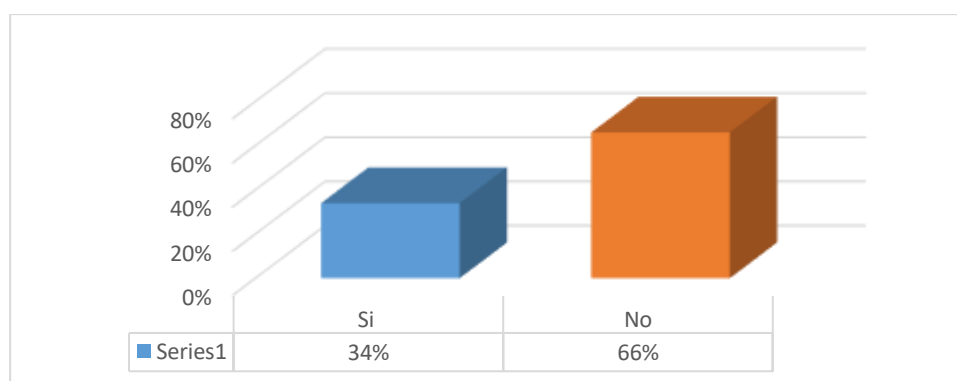
Tabla 6

Procesos acordes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	17	34%
No	33	66%
Total	50	100,00%

Figura 6

Procesos acordes



Análisis e interpretación:

El 34% de socios indica que, si considera que los procesos de servicio al cliente están acordes a la exigencia del cliente, mientras que el 66% no considera que

son adecuados, ocasionando un problema para la organización debido que esto provoca una inadecuada atención al cliente.

3. ¿Considera que el personal de la empresa debe capacitarse para mejorar el servicio al cliente?

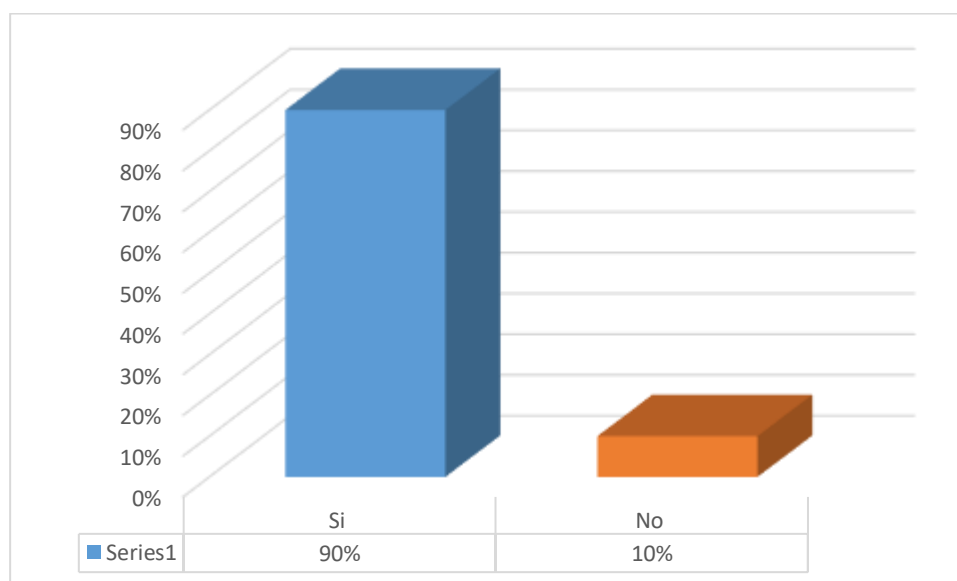
Tabla 7

Capacitarse para mejorar el servicio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	45	90%
No	5	10%
Total	50	100,00%

Figura 7

Capacitarse para mejorar el servicio



Análisis e interpretación:

El 90% de socios, si considera que el personal de la empresa debe capacitarse para mejorar el servicio al cliente, y el 10% indico que no, permitiendo resaltar que la capacitación es importante debido que ayuda al socio a estar actualizado en la forma de como prestar un servicio al cliente satisfactorio.

4. ¿El personal que labora en la cooperativa está acorde al servicio que se ofrece?

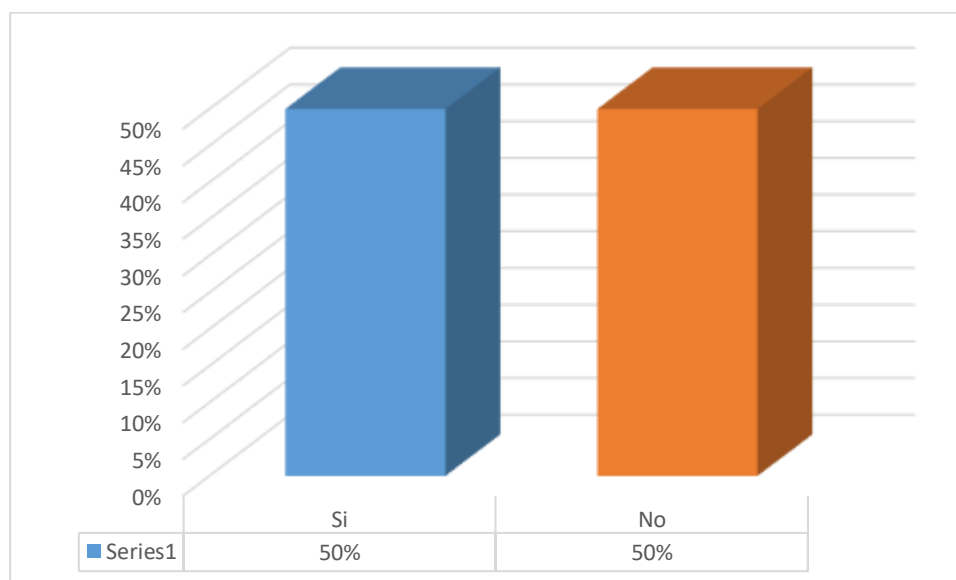
Tabla 8

Personal acorde

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	25	50%
No	25	50%
Total	50	100,00%

Figura 8

Personal acorde



Análisis e interpretación:

El 50% de socios indica que el personal que labora en la cooperativa está acorde al servicio que se ofrece, mientras que el 50% indica que no, esto presenta una disyuntiva por el personal de trabajo ocasionando un problema el cual debe ser resuelto lo más pronto posible con el fin de poder mejorar el servicio al cliente.

5. Un manual de calidad es un documento que describe de forma general los estándares y normas de calidad de servicios/productos que debe tener una empresa para garantizar la satisfacción del cliente; en base a lo anterior. ¿Qué tan importante considera el uso de un Manual de calidad dentro de la cooperativa?

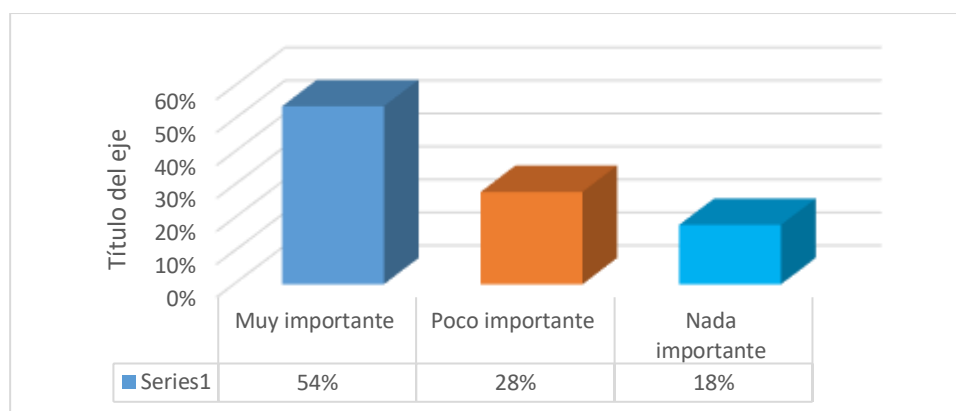
Tabla 9

Manual de calidad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	27	54%
Poco importante	14	28%
Nada importante	9	18%
Total	50	100,00%

Figura 9

Manual de calidad



Análisis e interpretación:

El 54% de socios considera que un manual de calidad es un documento que describe de forma general los estándares y normas de calidad de servicios/productos que debe tener una empresa para garantizar la satisfacción del cliente; en base a lo anterior, es por eso que indican que es muy importante, el 28% considera poco importante, y el 18% considera nada importante.

6. ¿Cuán positivos serían los cambios dentro de la cooperativa con el uso de un Manual de calidad?

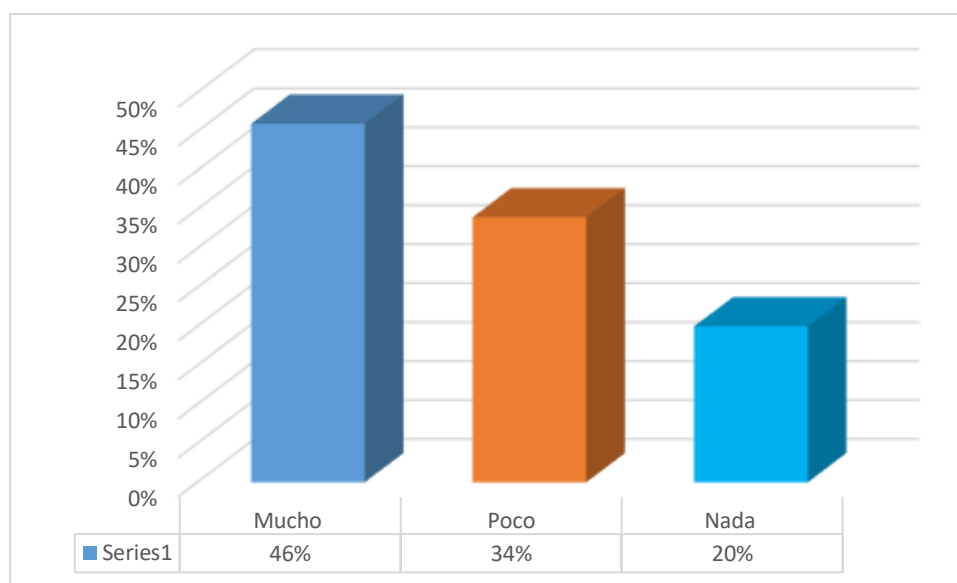
Tabla 10

Cambios en la cooperativa

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	23	46%
Poco	17	34%
Nada	10	20%
Total	50	100,00%

Figura 10

Cambios en la cooperativa



Análisis e interpretación:

El 46% indica que los cambios dentro de la cooperativa con el uso de un Manual de calidad serán mucho, el 34 indica que será poco y el 20% mencionó que nada, indicando que la mayoría de socios considera que el cambio de la cooperativa será bueno con la implementación de un manual de calidad.

7 ¿Los documentos como manuales, políticas están a disposición del público en general?

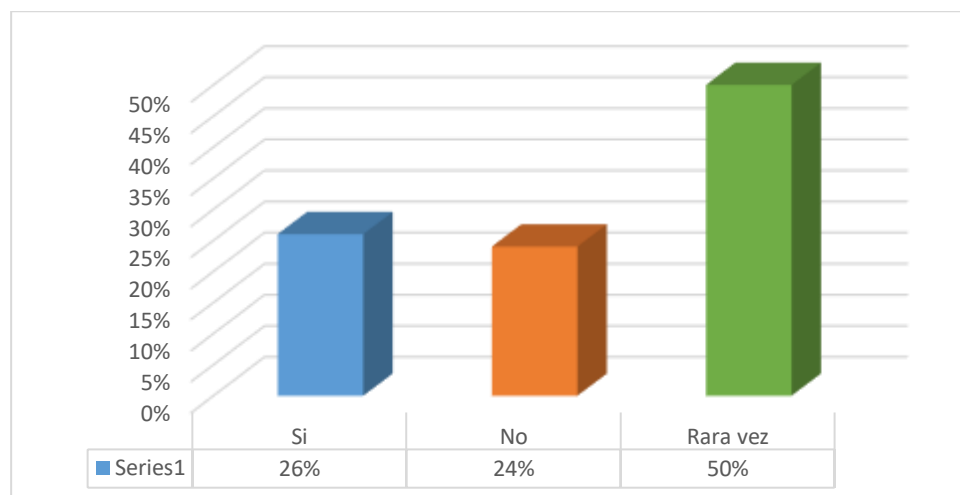
Tabla 11

Documentos a disposición

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	13	26%
No	12	24%
Rara vez	25	50%
Total	50	100%

Figura 11

Documentos a disposición



Análisis e interpretación:

El 26% de encuestados indicaron que la documentación como manuales, políticas están a disposición del público en general, el 24% indicó que no, y el 50% dijo que rara vez, permitiendo conocer que la cooperativa no está dejando al público los manuales o documentación complementaria de la empresa para información de empleados, esto causa un problema debido a que los socios y empleados se encuentran desinformados.

3.9.2 Análisis e interpretación de las encuestas a los clientes.

Objetivo: Conocer el nivel de satisfacción de servicio al cliente.

1. ¿Cómo calificarías tu experiencia general con nuestro servicio?

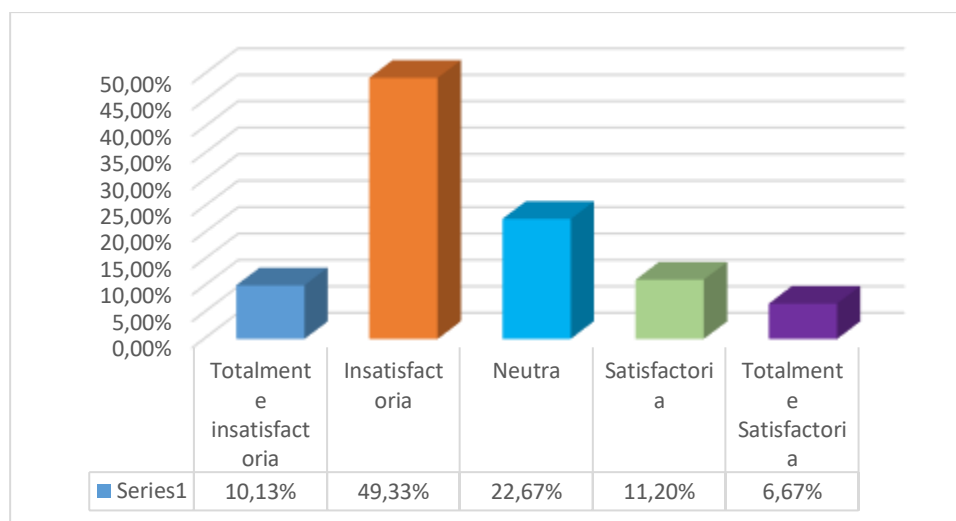
Tabla 12

Experiencia del servicio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente insatisfactoria	38	10,13%
Insatisfactoria	185	49,33%
Neutra	85	22,67%
Satisfactoria	42	11,20%
Totalmente Satisfactoria	25	6,67%
Total	375	100,00%

Figura 12

Experiencia del servicio



Análisis e interpretación:

El 10.13% indica que la experiencia general que posee el cliente sobre el cliente sobre el servicio es totalmente insatisfactoria, el 49.33% indica que es insatisfactorio, el 22.67% es neutra, el 11.20% indica que es satisfactoria, y el 6.67% indica que es totalmente satisfactoria.

2. ¿Hasta qué punto, nuestros servicios superaron tus expectativas?

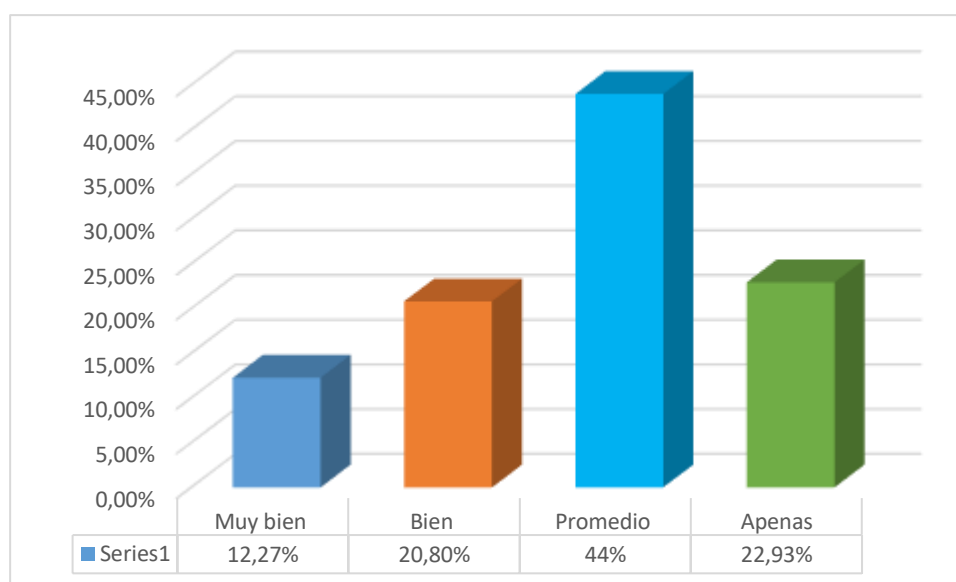
Tabla 13

Expectativa del servicio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy bien	46	12,27%
Bien	78	20,80%
Promedio	165	44%
Apenas	86	22,93%
Total	375	100,00%

Figura 13

Expectativa del servicio



Análisis e interpretación:

El 12.27% de clientes indica que superaron muy bien las expectativas con el servicio, el 20.80% indica que bien, el 44% indica que cumple de una manera promedio, el 22.93% cumple sus expectativas apenas.

3. Considerando tu experiencia con nuestros servicios, ¿qué probabilidades hay de que nos recomiendes a un amigo o familiar?

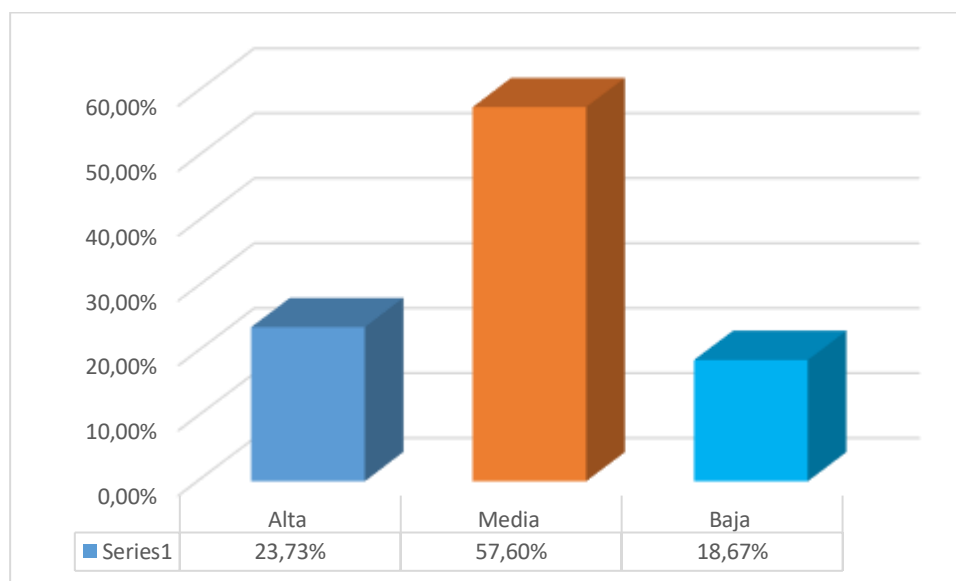
Tabla 14

Probabilidad de recomendación

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Alta	89	23,73%
Media	216	57,60%
Baja	70	18,67%
Total	375	100,00%

Figura 14

Probabilidad de recomendación



Análisis e interpretación:

El 23.73% considera que la probabilidad de que nos recomiende a un amigo o familiar es alta, el 57.60% considera media, y el 18.67% es baja.

4. ¿Cómo describirías al servicio que presta la cooperativa?

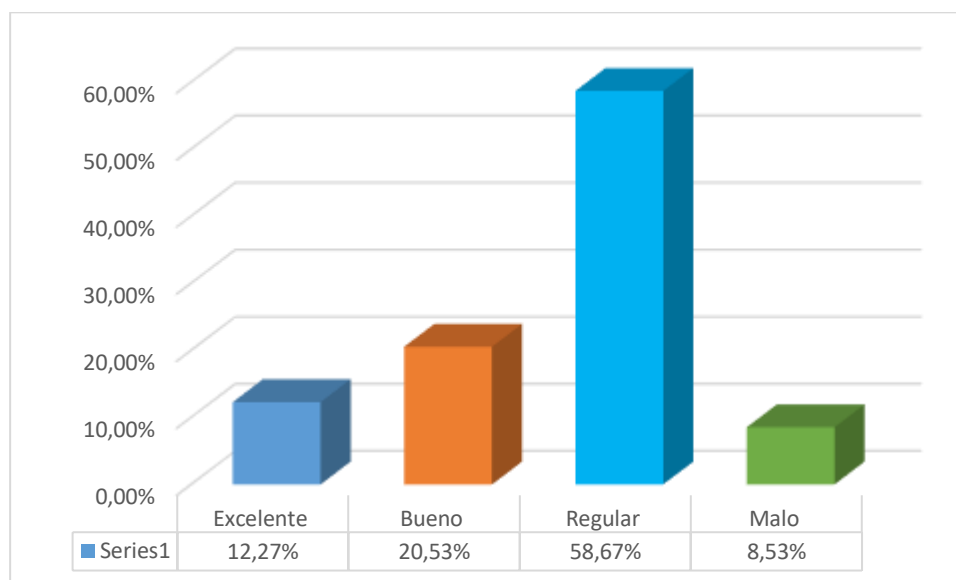
Tabla 15

Descripción del servicio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	46	12,27%
Bueno	77	20,53%
Regular	220	58,67%
Malo	32	8,53%
Total	375	100,00%

Figura 15

Descripción del servicio



Análisis e interpretación:

El 12.27% describe que el servicio el servicio que presta la cooperativa es excelente, e el 20.53% es bueno, el 58.67% indica que es regular, y el 8.53% indica que es malo.

5 ¿Que característica presenta el personal al momento de prestar su servicio?

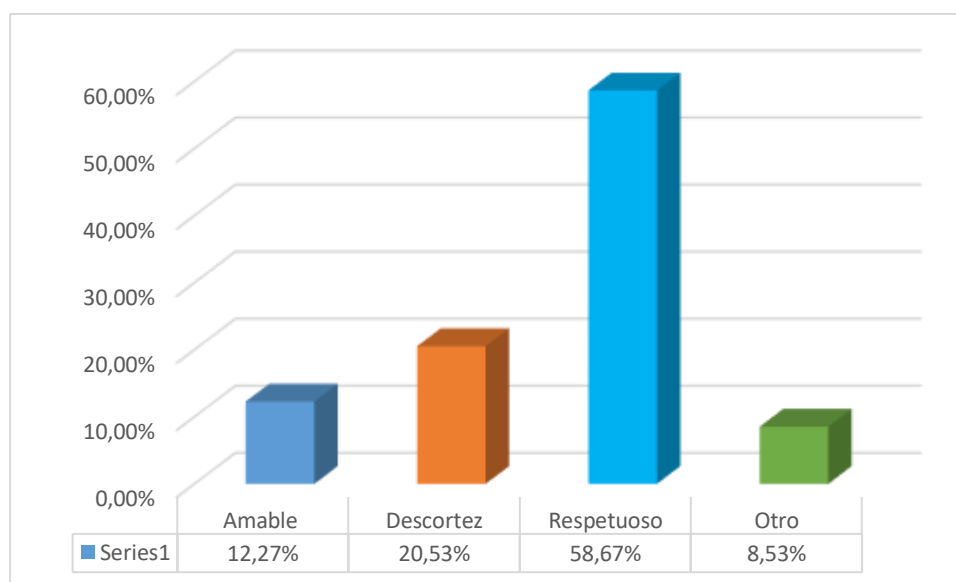
Tabla 16

Característica del personal

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Amable	46	12,27%
Descortés	77	20,53%
Respetuoso	220	58,67%
Otro	32	8,53%
Total	375	100,00%

Figura 16

Características del personal



Análisis e interpretación:

El 12.27% describe que el personal al momento de prestar su servicio es Amable, el 20.53% es descortés, el 58.67% es respetuoso, y el 8.53% indica que tiene otra característica.

6 ¿Cuáles son las características que más le gustan de nuestro servicio?

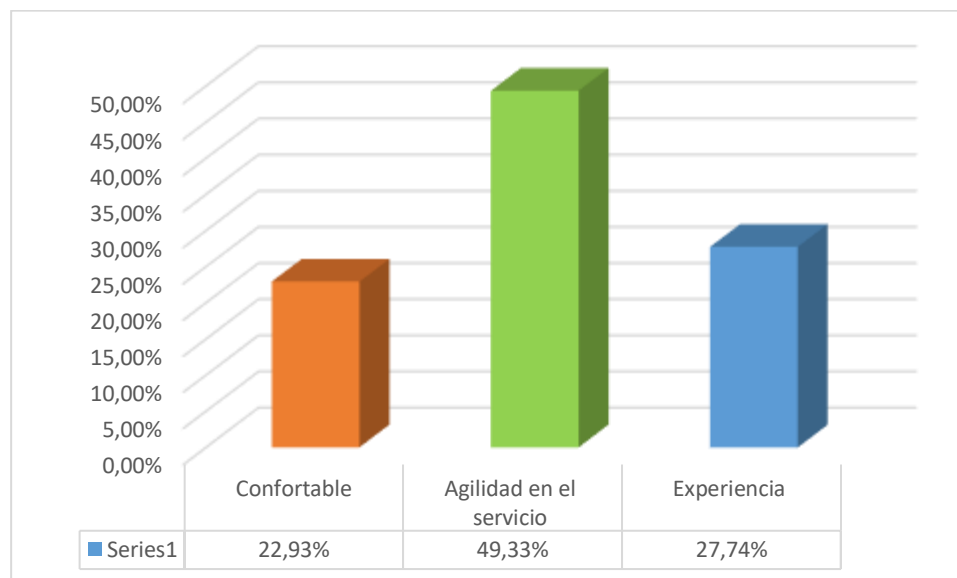
Tabla 17

Característica del servicio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Confortable	86	22,93%
Agilidad en el servicio	185	49,33%
Experiencia	104	27,74%
Total	375	100,00%

Figura 17

Características del servicio



Análisis:

El 22.93% indicó que la característica que más le gusta del servicio es que es confortable, el 49.33% indicó que posee agilidad en el servicio, el 27.74% dijo que la experiencia, resaltando que el mayor número de clientes enfatiza que la empresa ofrece agilidad en el servicio.

7 ¿Desde hace que tiempo utilizas nuestro servicio de taxi o encomienda?

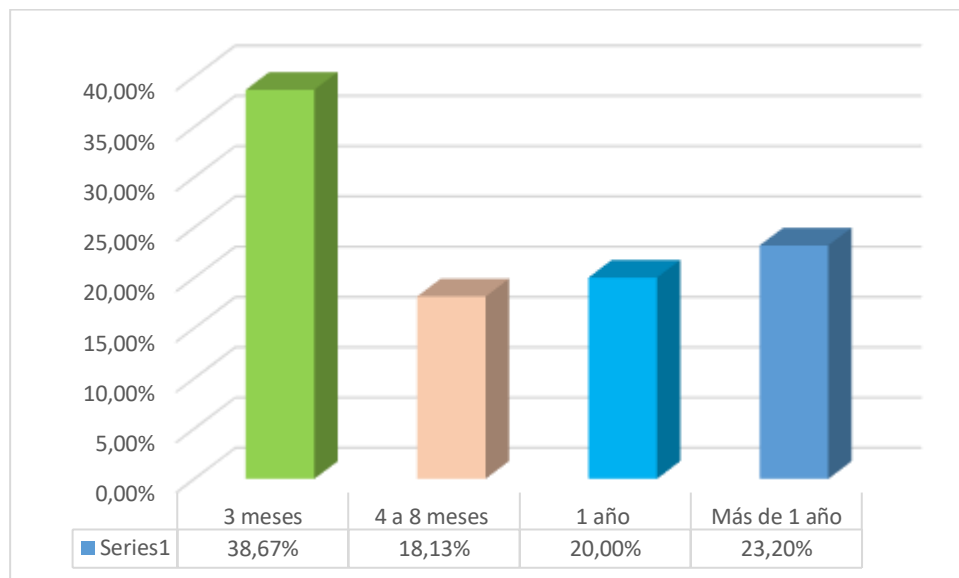
Tabla 18

Tiempo de utilización del servicio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
3 meses	145	38,67%
4 a 8 meses	68	18,13%
1 año	75	20,00%
Más de 1 año	87	23,20%
Total	375	100,00%

Figura 18

Tiempo de utilización del servicio



Análisis:

Del 100% de clientes encuestados indican que el 38.67% utiliza el servicio desde hace 3 meses, el 18.13% indica que utiliza los servicios de 4 a 8 meses, el 20% utiliza el servicio 1 año, el 23.20% utiliza el servicio más de un año, permitiendo conocer que la mayoría de clientes utiliza 3 meses los servicios.

8 En general, ¿qué tan satisfecho está con esta compañía?

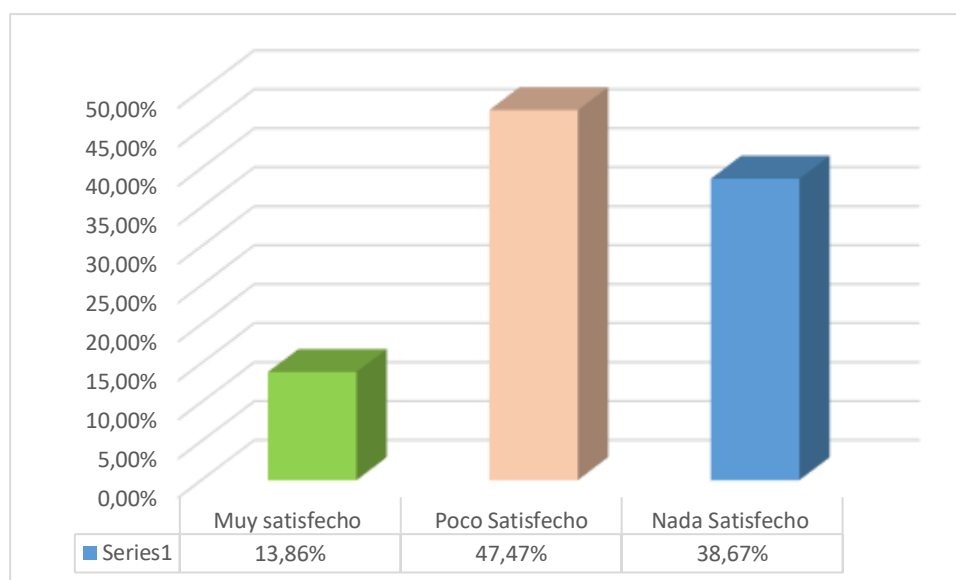
Tabla 19

Característica del servicio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	52	13,86%
Poco Satisfecho	178	47,47%
Nada Satisfecho	145	38,67%
Total	375	100,00%

Figura 19

Satisfacción del cliente



Análisis:

El 13.86% de clientes indica que se encuentra muy satisfecho con la compañía, el 47.47% menciona que se encuentra poco satisfecho, el 38.67% se encuentra nada satisfecho, indicando que el mayor número de clientes se encuentra poco satisfecho con la empresa creando un problema debido que al estar el cliente inconforme con la empresa su rentabilidad disminuye.

3.9.3 Análisis e Interpretación de las Observaciones.

Ficha de observación

Objetivo: Conocer las características del servicio al cliente que presta la cooperativa de taxis.

Fecha: 05/01/2021

Evaluador: Danny Torres

Tabla 20

Check list de observaciones

N ^o	Pautas	Siempre	Rara vez	Nunca
1	ACTITUD Amabilidad, cordialidad y cortesía		X	
2	RESOLVER NECESIDADES, QUEJAS Y DEMANDAS Explicación, solución y compensación		X	
3	TRATO PERSONALIZADO Atiende satisfactoriamente su pedido de movilización y encomienda.		X	
4	FLEXIBILIDAD Ofrece disponibilidad de horarios de servicio de taxi y encomiadas.		X	
5	SINCERIDAD Y COMPROMISO La empresa capacita al personal para brindar un servicio de calidad.		X	
6	USO DEL LENGUAJE El empleado utiliza lenguaje adecuado al momento de ofrecer el servicio.	X		
7	Atiende con paciencia el pedido del cliente.		X	
8	Empatía		X	
9	Escucha al cliente		X	
10	OFRECE AMBIENTE AGRADABLE (Limpieza, seguridad y comodidad)	X		
11	NO PRESIONAR NI DISCUTIR	X		
12	ACCIÓN INMEDIATA Atiende con prontitud el requerimiento del cliente.		X	
13	SERVICIOS ADICIONALES	X		
	TOTAL	4	9	

Nota: ficha de observación de las falencias de la Cooperativa de taxis Plaza de Toros

Análisis e interpretación:

Las observaciones realizadas a los miembros de la cooperativa fueron realizadas en base a 13 pautas las cuales son clave para identificar la calidad del servicio a los clientes; los resultados nos muestran que: 4 siempre cumplen con los requisitos para ofertar un buen servicio al cliente, mientras que 9 indican que rara vez, es decir un alto porcentaje de los miembros de la empresa no están cumpliendo con los estándares y pautas de calidad para el servicio al cliente.

3.10 Análisis de Proceso de Investigación

El proceso de investigación demostró dificultades casi nulas a la hora de recolección de información, pues se contó con la colaboración total de las autoridades principales de la cooperativa, se logró realizar observaciones en el sitio de trabajo de cada miembro y aplicar las encuestas a los mismos sin interrumpir sus actividades diarias; esto con la finalidad de obtener información verídica y útil para el desarrollo investigativo.

Debido de a lo anterior se pudo realizar un análisis de las fortalezas y debilidades de la cooperativa en el área del servicio al cliente y calidad tomando en cuenta la cuantificación de los datos obtenidos de las calificaciones dadas por los clientes encuestados rápidamente lo que al inicio resulto conflictivo debido al poco interés de participación demostrado por estos.

Finalmente se estudia toda la información recolectada además de tomar en cuenta algún pedido u observación específica por parte de las autoridades de la cooperativa para encontrar, diseñar y desarrollar una propuesta que contribuya a la solución del problema.

CAPÍTULO IV

4 Propuesta

MANUAL DE CALIDAD

COOPERATIVA DE TAXIS “PLAZA DE

TOROS”

PARROQUIA SANTA ROSA

AMBATO – ECUADOR

Código: CTPTA001		
Cooperativa de Taxis "Plaza De Toros"	MANUAL DE CALIDAD	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD
Fecha: Enero 2021	Revisión: 0	Página:

Índice

4.1 Sistema de gestión de la calidad
4.1.1 Requisitos generales
4.1.2 Requisitos de la documentación
4.2 Responsabilidad de la dirección
4.2.1 Compromiso de la dirección
4.2.2 Enfoque al cliente
4.2.3 Política de la calidad
4.2.1 Planificación
4.2.5 Revisión por la dirección
4.3 Gestión de los recursos
4.3.1 Provisión de recursos
4.3.2 Recursos humanos
4.3.3 Infraestructura
4.3.4 Ambiente de trabajo
4.4 Realización del producto / prestación del servicio
4.4.1 Planificación de la realización del producto/ prestación del servicio
4.5 Actividades de planificación para la mejora continúa
4.5.1 Seguimiento y medición
4.5.2 Modelo de gestión para la evaluación del servicio después de la aplicación del manual de calidad.

4.1 Sistema de Gestión de la Calidad

En base a los resultados obtenidos en la entrevista, encuestas, realizadas a los clientes y a los socios de la cooperativa de taxis, se pudo encontrar varias falencias

que impiden que se cumpla con satisfacción al cliente, es por eso que se plantea el siguiente manual de calidad, que permita incrementar la rentabilidad de la empresa.

Organización	COOPERATIVA DE TRANSPORTE EN TAXIS PLAZA DE TOROS
Tipo Organización	COOPERATIVA DE SERVICIOS
Clase	TRANSPORTE
Cantón	AMBATO
Dirección	VIA A GUARANDA SN PANAMERICANA SUR
Provincia	TUNGURAHUA
Parroquia	SANTA ROSA
Teléfono	32846351
Email	mariana-zurita@hotmail.com
Número Resolución	SEPS-ROEPS-2013-000987
Representante Legal	MOISES ABELARDO FREIRE MARTINEZ
Presidente Consejo De Administración / Junta Directiva	REINOSO SANCHEZ JUAN PABLO
Estado Jurídico	ACTIVA

La Cooperativa en taxis Plaza de Toros es una sociedad de hecho que tiene como finalidad prestar un servicio a la comunidad con unidades modernas, personal profesional con un excelente conocimiento de las relaciones humanas que garantizan la seguridad de la comunidad usando el servicio de las diferentes unidades que posee la Institución.

La Cooperativa en taxis Plaza de Toros tiene su sede social en la parroquia Santa Rosa, perteneciente al cantón Ambato, provincia de Tungurahua.

Su permiso de operaciones permite brindar un servicio en toda la provincia de Tungurahua, teniendo como punto de concentración en la ciudad de Ambato, en el barrio ciudadela España, en las calles Valencia y Quiz Quiz.

Dicha institución fue creada en la ciudad de Ambato, el día once de marzo de 1983 siendo las veinte horas, se instala la sesión de la pre Cooperativa en taxis (sin nombre) con la asistencia de 18 socios en el local ubicado en las calles Cevallos entre

Olmedo y Francisco Flor de la ciudad de Ambato, con el fin de legalizar su trabajo, ya que en esos momentos lo hacían de forma ilegal para lo cual y como mandaba la ley se necesitaba por los menos 11 aspirantes.

El Secretario/a es quien indica los motivos de la reunión e indica que esta organización debe basarse en los principios universales del cooperativismo y en especial por los siguientes:

1. Igualdad de derechos de los socios;
2. Libre acceso y retiro voluntario;
3. Derecho de cada socio a votar, elegir y ser elegido;
4. Interés limitado sobre los certificados de aportación, que en ningún caso será mayor del 6% anual;
5. Distribución de los excedentes en proporción al volumen de las operaciones o al trabajo realizado en la Cooperativa por cada socio;
6. Indiscriminación y neutralidad políticas, religiosas o raciales; y,
7. Variabilidad del capital social.

Los mismos que empezaron con una aportación de 20 sucres cada uno, iniciando con un capital de 360 sucres que sirvieron para solventar los gastos que incurre la legalización y aprobación de los estatutos para la conformación de la Cooperativa, así como la adecuación de una oficina y la sala de sesiones para poder empezar con el funcionamiento de la misma, para ello se procedió a comprar 35 sillas, 1 escritorio y el altar patrio.

Actualmente el número de socios de la Cooperativa es de 49, entre los bienes que ha adquirido la misma es de un terreno de 7800 metros en la cual se construyó la sede social, con el pasar de los años nos propusimos lotizar el terreno con sacrificio

se logró y hoy en la actualidad cada socio cuenta con su lote de terreno el mismo que cuenta con todos los servicios necesarios.

Misión

La Cooperativa en Taxis Plaza de Toros de la ciudad de Ambato tiene como misión ser una de las empresas líderes en el mercado nacional, ofreciendo servicio de calidad en movilidad/ transporte de usuarios, y un servicio eficiente de encomiendas, tratando de cumplir y satisfacer las necesidades de los usuarios.

Visión

Ser una de las cooperativas de taxi con mayor aceptación en la ciudad, ofreciendo un servicio eficaz y eficiente, buscando siempre la satisfacción constante de los clientes, con personal altamente capacitado en servicio de taxi.

Servicios de la empresa

- Movilidad/ Transporte de usuarios.
- Servicio de encomiendas

Valores empresariales

Honestidad: Ser una empresa que cuente con atributos positivos y virtuosos tales como la integridad, veracidad y sinceridad.

Servicio al cliente: Superar las expectativas con actitud y vocación de servicio.

4.1.1 Requisitos Generales

Cooperativa de Taxi Plaza de Toros en la actualidad no posee con un sistema de gestión de calidad acorde a la norma ISO 9001:2000, debido que nace de las políticas de calidad definida por las empresas y comprende la organización administrativa, las actividades, las funciones, la documentación y los recursos necesarios para asegurar los servicios de encomienda y movilidad satisfacen las

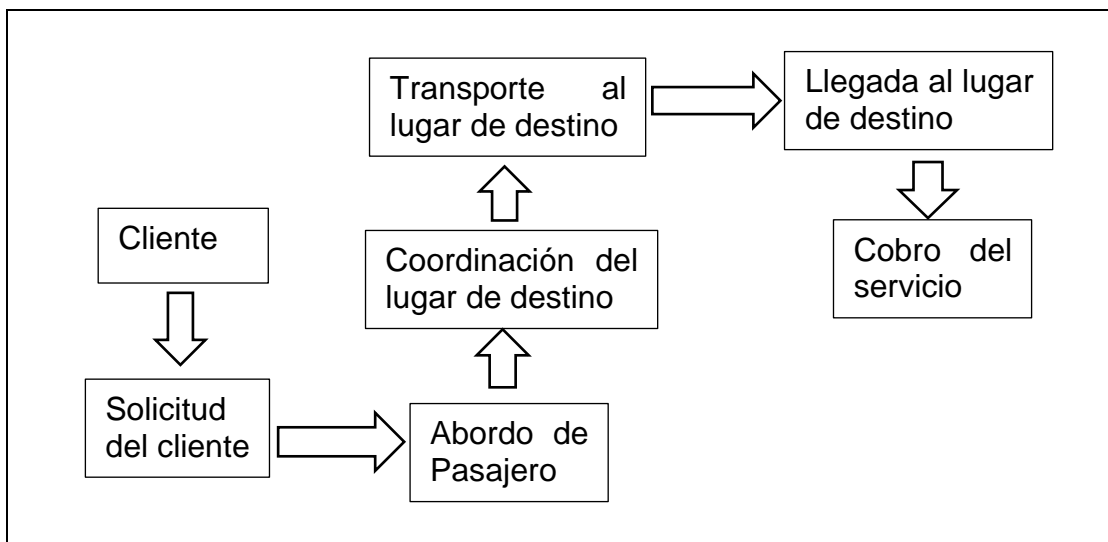
expectativas de los clientes a más de los requisitos reglamentarios relativos a la actividad.

Es por eso que la institución pretende establecer un sistema de gestión de calidad que ayude a incrementar la seguridad del cliente y por ende aumenta los ingresos de la empresa. El esquema ISO 9001 permite controlar las actividades de encomienda y movilidad, disminuyendo los riesgos que se produzcan en el servicio de cualquiera de ellos, en definitiva, permite incrementar la fidelidad y competitividad de la organización en el mercado.

Para mayor entendimiento a continuación se presenta un esquema de la secuencia de los procesos de transporte de encomienda y movilidad de personas, en la cooperativa de taxi en estudio.

Figura 20

Proceso de transporte de encomienda y movilidad



Con la implementación del Sistema de Gestión de la Calidad en la Cooperativa de Taxi plaza de Toros de Ambato: esto permitirá reducir las anomalías en los servicios que presta la entidad, así también permite la mejora continua de los aspectos problemáticos de cada proceso.

4.1.2 Requisitos de la Documentación ISO 9001-2000

El sistema de gestión de Calidad de la Cooperativa Plaza de Toros de Ambato se encuentra reflejado en lo siguiente:

- Objetivos de calidad y políticas de calidad
- Manual de calidad
- Procedimientos
- Indicaciones

La documentación básica un manual de calidad detalla las actividades, disposiciones, que permitan una administración eficiente siempre y cuando se persigan las directrices de la Norma ISO 9001 como referencia.

Por otro lado, el responsable de calidad en la cooperativa en estudio será el encargado de distribuir, elaborar, revisar e implantar todas las ediciones del manual, es por eso que se cuenta con la colaboración de todas las áreas de la cooperativa. Mientras que la revisión del presente manual se debe realizar mínimo una vez al año, así no sufra ningún tipo de cambio. En dicho Manual se indican los procedimientos e instrucciones que explican las actividades para la realización de los servicios de transporte y almacenaje de mercancías.

4.2 Responsabilidad de la Dirección

4.2.1 Compromiso de la Dirección

La dirección de la empresa Cooperativa “Plaza de Toros” Ambato, se encarga de velar por la seguridad, ofrecer un servicio de calidad en movilidad y encomiendas.

4.2.2 Enfoque al Cliente

La dirección de la cooperativa asegurara que los operarios conozcan las necesidades del cliente.

4.2.3 Política de la Calidad

La política de Calidad de la Cooperativa de Taxis “Plaza de Toros” está fundamentadas al mejoramiento del servicio, debido que demanda calidad, eficiencia y eficacia, así como el cumplimiento de la Normativa vigente en cada uno de los casos.

Esta Política será conseguida mediante:

- La rápida atención a las necesidades de los usuarios.
- La previa planificación de acciones concretas sobre los procesos como respuesta a las nuevas demandas de los usuarios.
- El establecimiento y revisión de objetivos.
- El análisis de los resultados obtenidos a partir de las modificaciones realizadas en los procesos.

4.2.4 Planificación Objetivos de Calidad

A continuación, se presentan los objetivos de calidad conjuntamente con sus actividades que ayudaran a cumplir cada uno de ellos.

Objetivo 1: Agilidad en la entrega de encomiendas y servicio móvil.

- Establecer tiempos de entrega límite para la entrega de encomiendas.
- Realizar un análisis de rutas frecuentes para optimizar tiempo de recorrido.
- Realizar alianzas con otras cooperativas de transporte que permitan agilizar el tiempo de entrega y tiempo de servicio.
- Capacitar al personal con el fin de agilizar el pedido del cliente.

Objetivo 2: Compromiso con las normas de calidad.

- Capacitar al personal de la cooperativa sobre la variación de normativa legal y de calidad con el fin de mantener informados a todos los miembros sobre las normas y responsabilidades que se debe cumplir como cooperativa.
- Mantener visibles las normas de calidad que la cooperativa de taxi debe cumplir.

- Comprometer a los miembros de la cooperativa con el cumplimiento de normas de calidad.

Objetivo 3: Satisfacer las necesidades de los clientes, brindando un servicio confiable y oportuno.

- Personal capacitado en el servicio de taxi y encomienda.
- Capacitar al personal de la cooperativa de taxi a escuchar todas las necesidades de del cliente.
- Asegurar que los clientes confíen en la cooperativa ofreciendo devolución de objetos olvidados en la unidad, garantía de calidad.
- Proporcionar garantías en entrega de encomiendas.

Objetivo 4: Asegurar la calidad de servicio.

- Capacitar trimestralmente a todos los operarios de la cooperativa.
- Incentivar económicamente a los empleados que presten un servicio de calidad a los clientes.
- Tratar con educación y empatía a todos los clientes.
- Recomendar y sugerir rutas móviles de menor circulación de vehículos, para que el cliente pueda llegar a tiempo y sin apuro a su lugar de destino.

Objetivo 5: Proporcionar valor agregado al servicio de taxi y encomiendas.

- Cada lunes de inicio de mes incentivar a los clientes con rifas de fidelización de clientes.
- Monitorear la unidad de transporte desde el inicio hasta el punto de entrega del pasajero, con el fin de precautelar la seguridad del chofer y pasajero.
- Cuando el cliente llame a solicitar servicio de taxi o encomienda, proporcionar todos los datos de la persona responsable de dar el servicio, con el fin de que el usuario se sienta seguro.
- Realizar seguimiento de la satisfacción del cliente.

Objetivo 6: Facilitar la comunicación con el servicio de call center, con el fin de prestar un servicio eficaz y de calidad.

- Proporcionar a los clientes números directos para que se comunique con atención al cliente, sin intermediarios.
- Capacitar al operario de servicio al cliente, para que pueda proporcionar una comunicación fluida al cliente.
- Personalizar el trato al cliente, debido que necesita que la empresa lo conozca y lo ayude a solucionar su problema.

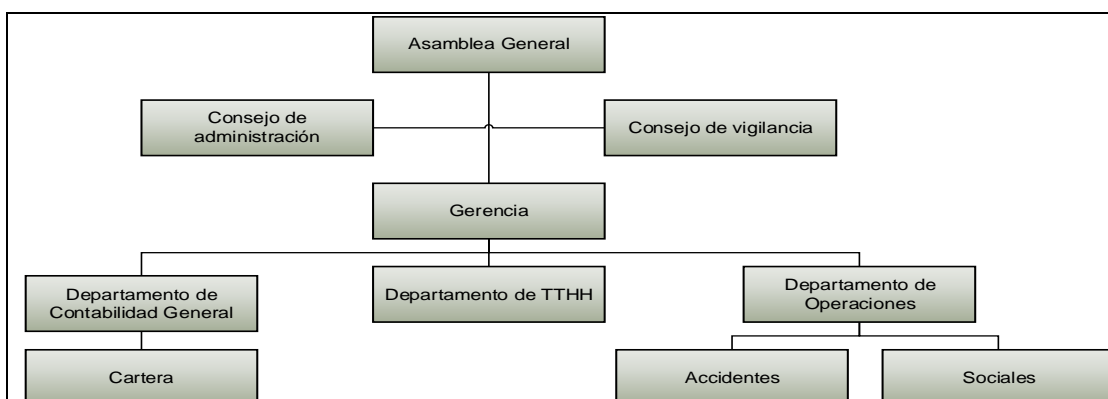
5.5. Responsabilidad de la Dirección, Autoridad y Comunicación

Responsabilidad y Autoridad

La empresa desde su fundación ha venido evolucionando, con el fin de brindar un servicio de calidad a la ciudadanía, cumpliendo con las expectativas de los clientes en transporte de movilidad y encomienda, de manera que la cooperativa para eso contrata a personal capacitado para cada área, es por eso que se presenta a continuación un organigrama de la empresa.

Figura 21

Organigrama estructural



Nota: La figura muestra la organización de la empresa. Tomado de Cooperativa de Transporte en Taxis Plaza de Toros (2021)

Ante el organigrama presentado se puede mencionar que en la cooperativa de transportes existen los siguientes departamentos:

- Gerencia
- Contabilidad
- Recursos humanos
- Departamento de operaciones

4.2.5 Revisión por la Dirección

Generalidades

Para poder implementar de una forma correcta el Sistema de Gestión de Calidad, y valorar la eficiencia de los objetivos y políticas de calidad la alta dirección lleva a cabo una revisión donde se pueden las oportunidades de cambio y mejora, hay que recalcar la que la revisión del sistema se lo debe plasmar en un acta como constancia.

Información para la revisión

Entre las fuentes de información que se necesitan para la revisión son las siguientes:

- En caso de existir auditorias anteriores los informes de auditoria
- Información de acciones correctivas
- Evaluación de satisfacción al cliente
- Indicadores de calidad en caso de existir

Resultados de la revisión

Para presentar los resultados de la revisión en el acta se debe colocar las acciones y decisiones relacionadas con:

- La eficacia y mejora del Sistema de Gestión de Calidad.
- Eficacia de sus procesos.
- La evolución de la mejora de los servicios.
- Los recursos necesarios para su aplicación adecuada de los servicios.

4.3 Gestión de los Recursos

4.3.1 Provisión de Recursos

Los responsables de departamento deben aportar la máxima información acerca de los motivos por los cuales debe procederse a la incorporación de ese recurso y costos estimados, así como de las ventajas que se obtendrán en el futuro y su planificación de entrada en la organización.

Por su parte el Gerente contesta a estos informes y puede hacerlo bien sobre el mismo informe o en un informe que responda a varias solicitudes aportando las razones por las cuales se acepta o deniega la incorporación del recurso, también asigna el presupuesto total o parcialmente los medios oportunos y dispone una planificación de recursos.

4.3.2 Recursos Humanos

Generalidades

Para la contratación de personal la empresa en sus perfiles ha colocado los requisitos que debe cumplir el postulante en el área de trabajo.

Gerente

Experiencia: 4 años

Educación: Tercer nivel

Conocimiento: Administración de empresas

Contabilidad

Manejo de personal

Responsabilidades: Dirigir las asambleas

Representar a la empresa de forma legal

Supervisión de todas las áreas de la cooperativa

Contabilidad

Experiencia: 1 a 2 años

Conocimiento: Contabilidad

Manejo de personal

Responsabilidades: Manejo de ingresos y gastos

Pago a proveedores

Conciliaciones bancarias

Cuadre de caja diaria

Registro contable de todo movimiento

Proporcionar informes contables mensuales

Recursos humanos

Experiencia: 1 a 2 años

Educación: Tercer nivel

Conocimiento: Recursos humanos

Manejo de personal

Responsabilidades: Contrato de personal

Manejo de nómina de personal

Manejo de liquidaciones e ingreso de personal

Departamento de operaciones

Experiencia: 2 a 3 años

Educación: Bachiller

Conocimiento: Manejo de taxis

Servicio al cliente

Responsabilidades: Manejo de taxi

Garantizar la seguridad del cliente

Cumplir con horarios de trabajo

Manejar con responsabilidad la unidad de transporte

4.3.3 Infraestructura

La cooperativa cuenta con una infraestructura, la cual está ubicada en la Provincia de Tungurahua, en el Cantón Ambato, en la Parroquia de Santa Rosa, pero su campo de trabajo lo realiza en el Cantón Ambato.

Figura 22

Ubicación, oficinas, unidades



4.3.4 Ambiente de Trabajo

El ambiente de trabajo con el cual cuenta la Cooperativa de Transporte en Taxis Plaza de Toros, cuenta con las siguientes características:

- Cuenta con instalaciones propias
- Cuenta con unidades en perfectas condiciones
- Se valora el criterio del operario
- Existe posibilidad de crecimiento laboral

4.4 Realización del Producto / Prestación del Servicio

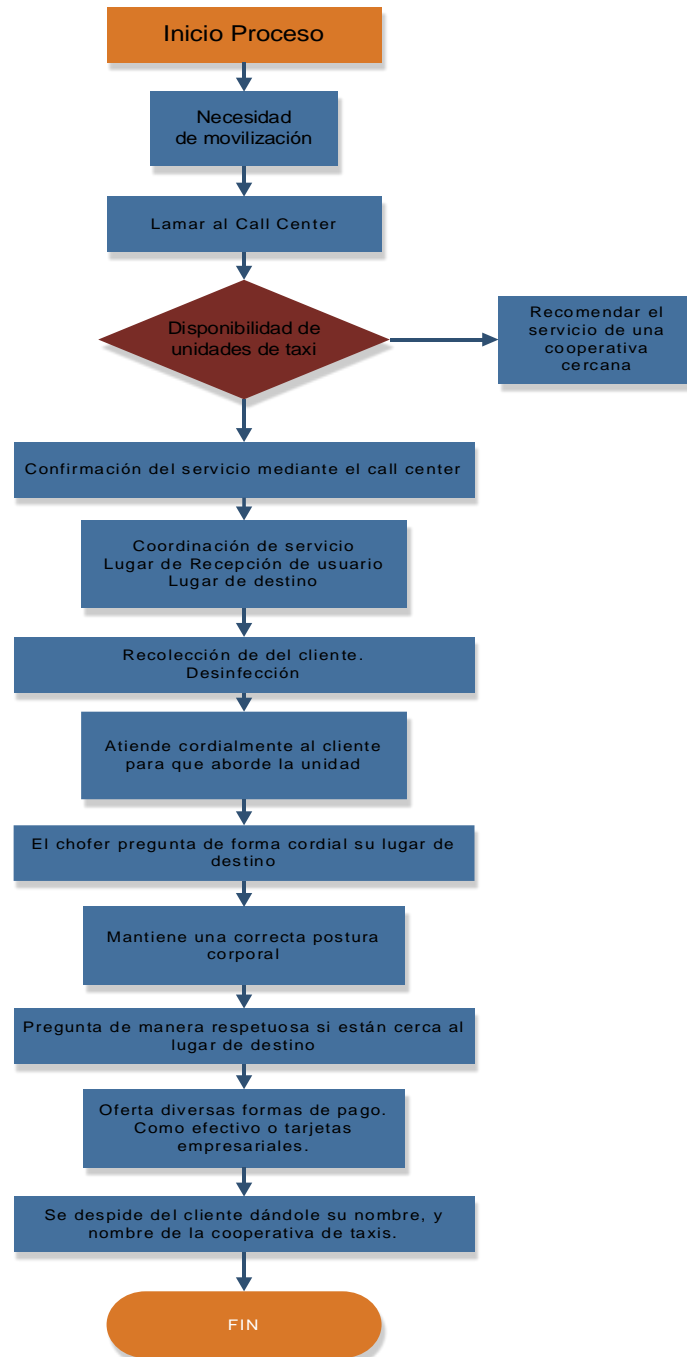
4.4.1 Planificación de la realización del producto/ Prestación del servicio

Para que la empresa mejore su calidad de servicio se propone los siguientes diagramas a continuación:

Servicio de movilización

Figura 23

Proceso de movilización



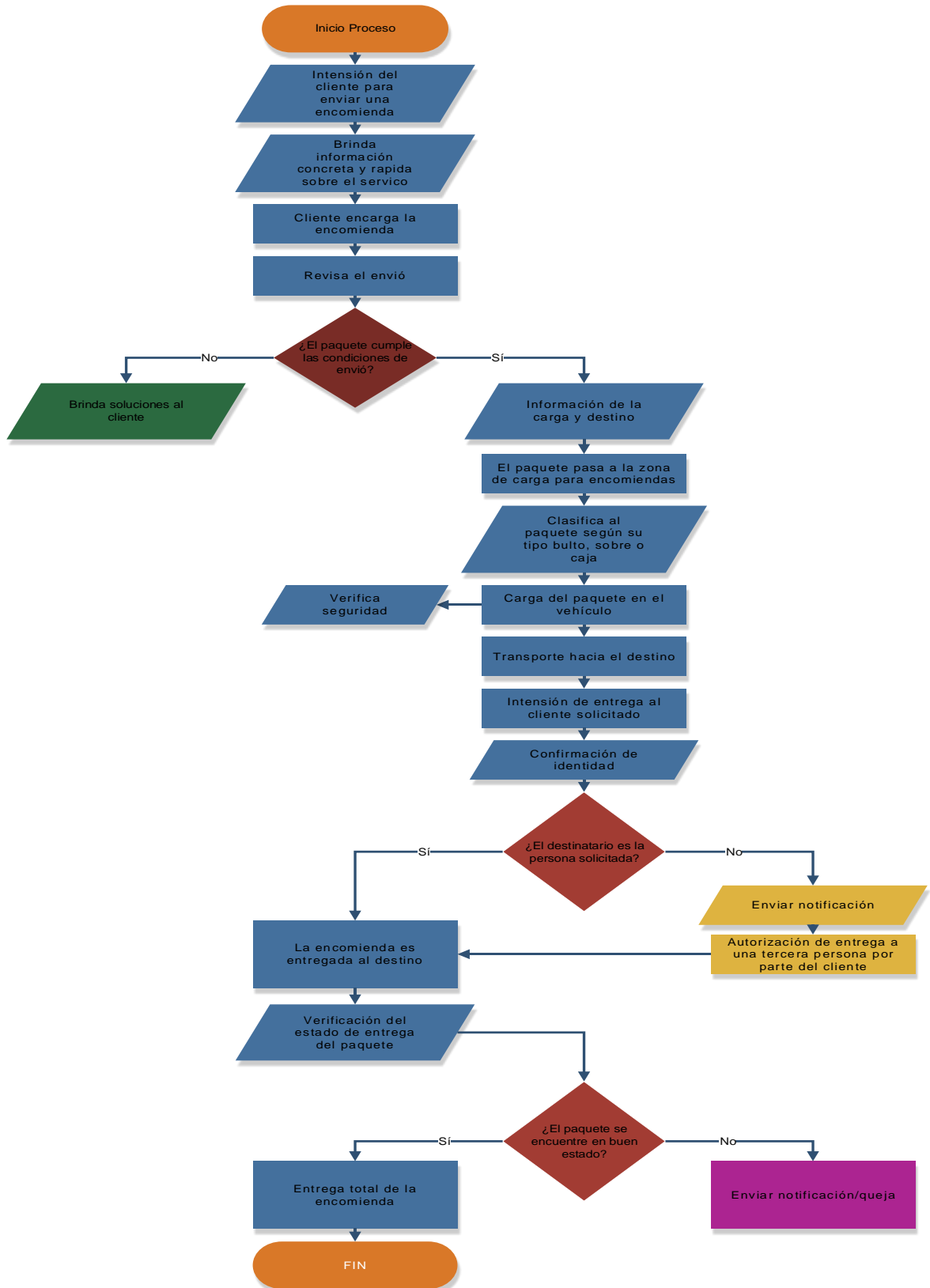
Para iniciar el servicio de movilización de taxi se procede a realizar el siguiente proceso el cual permita mejorar la satisfacción del cliente, para ello se detalla a continuación lo siguiente:

1. Debe existir la necesidad del cliente para requerir el servicio de taxi.
2. El usuario llama al cliente para solicitar el servicio, donde el operario del Call Center debe empezar con el saludo eje. "Buenos días Cooperativa Plaza de Toros le saluda en que podemos ayudarle".
3. Verifica si existen unidades disponibles lo mas rapido, tratando de ofrecer un servicio eficaz.
4. En caso de no existir alguna unidad de transporte de la cooperativa, el operario da la oportunidad de elegir al usuario si desea una unidad de otra empresa que se recomiende.
5. Cliente confirma el servicio
6. Operario del call center atiende con amabilidad el requerimiento del cliente.
7. Ofrece la variedad de forma de pago, de ser en efectivo le cobra y da el cambio, mientras que si es en tarjeta se asegura llamando a la cooperativa que el cliente haya adquirido la tarjeta de servicio de taxi.
8. Amablemente el operario despide al cliente.

Servicio de encomiendas

Figura 24

Proceso de encomiendas



Para que exista el servicio de encomienda debe existir la necesidad del servicio, es por eso que se detalla a continuación:

1. El operario del call center atenderá rápidamente la llamada con una voz clara y pausada, donde dará el saludo de como por ejemplo” buenos días cooperativa plaza de toros le saluda, se identifica con su nombre y apellido y pregunta amablemente que tipo de servicio necesita.
2. Se hará esperar máximo 30 segundos, en caso de ser necesario.
3. Toma los datos del cliente, dirección de destino, y tiempo de entrega de encomienda.
4. Se coordina entrega dando un saludo cordial acorde al tiempo que se encuentre.
5. Agradezca al usuario su llamada recordando el nombre del funcionario que atendió: “gracias por llamar a la cooperativa de Plaza de Toros, que tenga buen día recuerde que le atendió nombre ...

Todo lo que abarca el siguiente Manual de Calidad de la Cooperativa de Taxis “Plaza de Toros” está elaborado bajo criterios de responsabilidad y cumplimiento de cada uno de los procesos involucrados, la participación de la alta dirección, las áreas/ departamentos involucrados directamente con el proceso de los servicios, así como el personal administrativo de gran importancia, y todos los involucrados en el cumplimiento y mantenimiento del sistema de gestión de calidad de la cooperativa, estableciendo de manera clara el alcance del sistema.

4.5 Actividades de Planificación para la Mejora Continua

4.5.1 Seguimiento y Medición

Call center

Se inspeccionará tres veces a la semana la calidad de atención del operario de call center mediante una encuesta a los clientes, esto permitirá brindar un servicio de calidad.

Control de cumplimiento de medidas de bioseguridad por COVID-19

El gerente se encargará de controlar todos los días si el operario cumple con las medidas de desinfección del cliente antes de subir a la unidad de transporte, esto permitirá garantizar la seguridad del cliente.

Control en de recorrido de movilización de pasajero

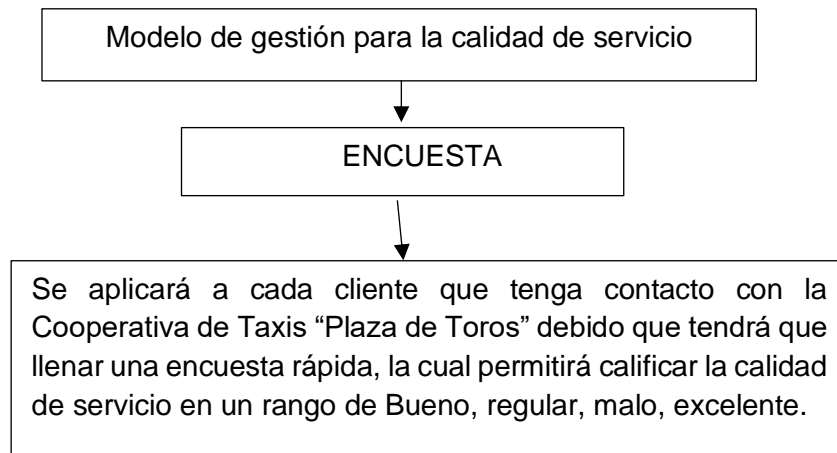
Se controlará la movilización mediante GPS, y por las cámaras de seguridad del transporte, esto permitirá observar que tanto el cliente como el chofer viajen seguros en la unidad.

Los resultados de los diversos controles a lo largo del servicio se encuentran debidamente registrados para cada uno de los servicios. En la documentación operativa utilizada como soporte de los servicios consta la información suficiente para conocer en qué grado de avance se encuentra un proceso o cuál ha sido el resultado de una verificación. Sobre los documentos se estampan los sellos, firmas y fechas correspondientes a la organización que carga y descarga, además de cualquier reserva en las operaciones de carga, descarga o traslado de pasajeros.

4.5.2 Modelo de gestión para la evaluación del servicio después de la aplicación del manual de calidad.

Es necesario que los parámetros establecidos por la empresa sean aplicados correctamente por los operarios, es por esta razón que se propone la evaluación

constante y supervisión, para esto se propone la encuesta la cual se detalla a continuación:



Ante lo mencionado anteriormente ayudará a mejorar constantemente la calidad de servicio y cultura organizacional, es por eso que se enfatiza aplicar correctamente, debido que esto permitirá elevar el nivel de rentabilidad de la cooperativa de taxis, además se incrementará el nivel de satisfacción del cliente.

CAPÍTULO V

5 Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

La cooperativa de transportes con el 34% indica que considera que los procesos de servicio al cliente están acordes a la exigencia del cliente, mientras que el 66% no considera que son adecuados, ocasionando un problema para la organización debido que esto provoca una inadecuada atención al cliente.

Por otra parte, los clientes indicaron con el 10.13% que la experiencia general que posee el cliente sobre el servicio es totalmente insatisfactoria, el 49.33% indica que es insatisfactorio, el 22.67% es neutra, el 11.20% indica que es satisfactoria, y el 6.67% indica que es totalmente satisfactoria.

El 54% de socios considera que un manual de calidad es un documento que describe de forma general los estándares y normas de calidad de servicios/productos que debe tener una empresa para garantizar la satisfacción del cliente; en base a lo anterior, es por eso que indican que es muy importante, el 28% considera poco importante, y el 18% considera nada importante.

Los inconvenientes encontrados en la aplicación de instrumentos de investigación se pudieron conocer que se producen porque la cooperativa no posee implementados parámetros para una cultura de servicio, es por eso que la calificación del servicio es mala, cuando debería ser excelente, otro de los errores graves que presenta la cooperativa de taxis es que no aplica métodos de medios de evaluación al personal generando conformidad en los empleados.

5.2 Recomendaciones

Se recomienda a la empresa establecer planes de acción enfocados a los clientes, los cuales estén orientados a implementar una cultura organizacional y

calidad de servicio mediante capacitaciones las cuales permitan dar un servicio de calidad a los clientes.

La cooperativa de taxis Plaza de Toros, debe realizar evaluaciones periódicas, tanto de nivel de satisfacción de servicio, desempeño de empleados, debido que si los dos están en niveles adecuados la cooperativa elevara su nivel de rentabilidad.

Se sugiere la aplicación del modelo de gestión de calidad para mejorar sus procesos, los cuales permitan optimizar sus recursos tanto económicos y materiales de la cooperativa.

Bibliografía

- Arias , F. (2012). *Introducción a la investigación científica* (Sexta edición ed.). Venezuela: Episteme C.A. Obtenido de <https://ebevidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>. Recuperado el 02 de Noviembre del 2020.
- Cielo, M. (Septiembre de 2013). *Blogspot*. Obtenido de Blogspot: <http://maestrosdelacalidadmc105611.blogspot.com/p/maestros-y-sus-aportes.html>. Recuperado el 18 de Diciembre del 2020.
- Climent, S. S. (2017). Herramientas de análisis y resolución de problemas utilizadas en los sistemas de gestión de la calidad y su relación con los costes de calidad. *Redalyc*, 29. Obtenido de <file:///D:/Usuario/Descargas/Dialnet-HerramientasDeAnalisisYResolucionDeProblemasUtiliz-2480047.pdf>. Recuperado el 04 de Enero del 2021.
- Cortés Sánchez , J. M. (2017). *Sistemas de Gestión de Calidad (ISO 9001: 2015)*. ICB. S.L.
- EAE Business School. (22 de Octubre de 2018). *Retos-operaciones-logistica.eae.es*. Obtenido de [Retos-operaciones-logistica.eae.es: https://retos-operaciones-logistica.eae.es/definicion-especificaciones-y-estructura-de-un-manual-de-calidad/](https://retos-operaciones-logistica.eae.es/definicion-especificaciones-y-estructura-de-un-manual-de-calidad/). Recuperado el 12 de Enero del 2021.
- Escuela Europea de Excelencia. (16 de Octubre de 2018). <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/>. Obtenido de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/>.

2015.com/: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/10/quiere-saber-lo-que-significa-la-gestion-de-calidad/>. Recuperado el 22 de Diciembre del 2020.

GOB.EC Portal Único de Trámites ciudadanos . (s.f). *gob.ec/mipro*. Obtenido de *gob.ec/mipro*: <https://www.gob.ec/mipro> Recuperado el 03 de Septiembre del 2020.

GOB.EC Portal Único de Trámites ciudadanos. (s.f.). *gob.ec/inen*. Obtenido de *gob.ec/inen*: <https://www.gob.ec/inen>. Recuperado el 12 de Septiembre del 2020.

Horovitz, J. (1994). *La satisfacción total del cliente* . coLombia. Recuperado el 29 de Septiembre del 2020.

Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN. (Julio de 2019). *Normalizacion.gob.ec*. Obtenido de *Normalizacion.gob.ec*: <https://drive.google.com/file/d/1ykr47J3UeAgGDgJqw64GZckSTo2yGueP/view>. Recuperado el 04 de Enero del 2021.

ISO. (Septiembre de 2019). *iso.org*. Obtenido de *iso.org*: <https://www.iso.org/standard/45481.html>. Recuperado el 18 de Febrero del 2021.

ISOTools . (19 de Marzo de 2015). *isotools.org/*. Obtenido de *Isotools.org/*: <https://www.isotools.org/2015/03/19/que-son-las-normas-iso-y-cual-es-su-finalidad/>. Recuperado el 18 de Enero del 2021.

Miranda González, F. J., Chamorro Mera, A., & Rubio Lacoba, S. (2017). *Introducción a la Gestión de Calidad*. Delta Publicaciones.

NUEVA ISO-9001-2015. (11 de Junio de 2019). *Nueva-iso-9001-2015*.

Obtenido de Nueva-iso-9001-2015: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2019/06/el-manual-de-calidad-funciones-uso-y-beneficios-de-su-empleo/>. Recuperado el 09 de Enero del 2021.

Palomo Izquierdo, F. J. (s.f). *Círculos de calidad - Teoría y práctica* . Marcombo.

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Santa Rosa.

(2019). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Santa Rosa*. Ambato. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1865014540001_plan%20de%20desarrollo%20y%20ordenamiento%20territorial%20de%20la%20parroquia%20santa%20rosa%202015_15-10-2015_09-48-05.pdf.

Públicasiones Vértice S. L. (2008). *La Calidad en el Servicio al Cliente*.

Públicasiones Vértice . Recuperado el 04 de Enero del 2021.

Publicaciones Vértice S.L. (2008). *La Calidad en el Servicio al Cliente* . Vértice.

Raffino, M. E. (23 de Julio de 2020). *Concepto.de*. Obtenido de Concepto.de:

<https://concepto.de/gestion-de-calidad/>. Recuperado el 27 de Diciembre del 2020.

Rodríguez, E. (1997). *Sistema de aseguramiento de la calidad ISO 9000*.

Servicio de Acreditacion Ecuatoriano SAE. (2017). *Servicio de Acreditacion*

Ecuatoriano. Obtenido de Servicio de Acreditacion Ecuatoriano:

[https://www.acreditacion.gob.ec/conoce-como-funciona-el-sistema-ecuatoriano-de-](https://www.acreditacion.gob.ec/conoce-como-funciona-el-sistema-ecuatoriano-de)

[calidad/#:~:text=El%20ministro%20de%20Industrias%20o,pol%C3%A](https://www.acreditacion.gob.ec/conoce-como-funciona-el-sistema-ecuatoriano-de-calidad/#:~:text=El%20ministro%20de%20Industrias%20o,pol%C3%A)

Dticas%20al%20Sistema%20de%20Calidad.&text=Entre%20las%20atribuciones%20del%20CIMC,nacionales%20pertinentes%20a%20l.

Recuperado el 15 de Enero del 2021.

Softgrade. (s.f). *Softgrade*. Obtenido de Softgrade.:
<https://softgrade.mx/manual-de-calidad/>. Recuperado el 09 de Febrero del 2021

Universidad Cooperativa de Colombia. (2018). *ucc.edu.co*. Obtenido de *ucc.edu.co*:
<https://www.ucc.edu.co/sistema-gestion-integral/Paginas/sistema-gestion-calidad.aspx>. Recuperado el 24 de Febrero del 2021.

Anexos