



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LAS
COMPAÑÍAS DE TRICIMOTOS DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE
COTOPAXI. PROPUESTA DE UN MODELO DE CALIDAD.

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del título de Ingenieras Comerciales.

Autoras:

Briones Solís Mireya Karina

Toaquiza Ayala Kerly Yajaira

Docente:

Ing. M. Sc. Chacha Armas Héctor Arnulfo



LA MANÁ – ECUADOR

JULIO - 2019

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Nosotras, Briones Solís Mireya Karina y Toaquiza Ayala Kerly Yajaira declaramos ser las autoras del proyecto de investigación presentado previo a la obtención del título de Ingenieras Comerciales: **“CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LAS COMPAÑÍAS DE TRICIMOTOS DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI. PROPUESTA DE UN MODELO DE CALIDAD”**, siendo la Ing. M. Sc. Chacha Armas Héctor Arnulfo Tutor del trabajo investigativo; y eximimos expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, declaramos que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el trabajo investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.

 Briones Solís Mireya Karina C.I.: 080414448-3	 Toaquiza Ayala Kerly Yajaira C.I.: 050425281-8
---	--

AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el título: **“CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LAS COMPAÑÍAS DE TRICIMOTOS DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI. PROPUESTA DE UN MODELO DE CALIDAD”**, de **Briones Solís Mireya Karina** y **Toaquiiza Ayala Kerly Yajaira**, de la Carrera de Ingeniería Comercial, considero que dicho informe investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación del Proyecto que el Honorable Consejo Académico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

La Maná, Julio del 2019



Ing. M. Sc. Chacha Armas Héctor Arnulfo

C.I: 060216344-6

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

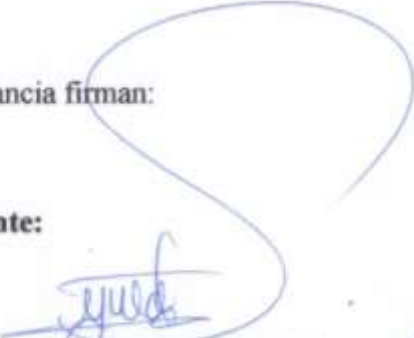
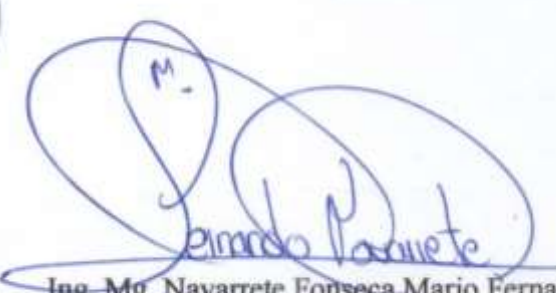

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Administrativas; por cuanto, los postulantes: **Briones Solís Mireya Karina** y **Toaquiza Ayala Kerly Yajaira** con el título de Proyecto de Investigación: **“CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LAS COMPAÑÍAS DE TRICIMOTOS DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI. PROPUESTA DE UN MODELO DE CALIDAD”**, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación de Proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

La Maná, Julio del 2019

Para constancia firman:

Atentamente:

 Ing. Mg. Martínez Ortiz Fabián Xavier C. I: 1600508855 Lector 1 (Presidente)	 Ing. Mg. Navarrete Fonseca Mario Fernando C.I: 1804354890 Lector 2
 Lcdo. M.Sc. Medina López Enry Gutember C.I: 0501134514 Lector 3 (Secretario)	

AGRADECIMIENTO

Expreso mi profundo agradecimiento a mis padres que son el pilar fundamental por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad a mis queridos docentes que han impartido sus conocimientos; muchos de mis logros se los debo a ustedes que al final de cuentas me motivaron constantemente para alcanzar mis anhelos.

Mireya

Quiero expresar mi cordial agradecimiento a mis padres, esposo, familiares que de una u otra manera han estado apoyándome y a los docentes que han sido mi mayor virtud, anhelo que han estado como guía fundamental en toda la etapa de la formación académica para culminar con todos los objetivos y metas planteadas para poder realizarlos con éxitos.

Kerly

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis padres que siempre me han apoyado incondicionalmente en la parte moral y económica para poder cumplir con mi meta anhelada de ser una profesional. A mis hermanos y demás familia en general por el apoyo que de una u otra manera me han brindado.

Mireya

Dedico el presente proyecto a quienes de una u otra manera han sabido apoyarme en especial a mis padres, esposo, familiares y amigos que siempre me han estado guiándome y alentándome; para que continúe superándome cada día y a mis queridos docentes por compartirme todos sus conocimientos para poder alcanzar esta anhelada meta.

Kerly

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

TÍTULO: “CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LAS COMPAÑÍAS DE TRICIMOTOS DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI. PROPUESTA DE UN MODELO DE CALIDAD.”

Autoras:

Briones Solís Mireya Karina
Toaquiza Ayala Kerly Yajaira

RESUMÉN

La presente investigación tuvo como objetivo general proponer un modelo de calidad que permita mejorar el servicio y elevar el nivel de satisfacción de los clientes de las compañías de tricimotos del cantón La Maná. El propósito es determinar la problemática en la calidad del servicio que prestan las compañías de tricimotos a sus usuarios. De acuerdo a los modelos existentes llegamos a analizar cada uno de ellos, con la finalidad de saber cuáles son las ventajas y desventajas. Y así poder determinar el mejor modelo que se adopte a las compañías de tricimotos; según diagnóstico se llegó a proponer a las compañías tricimotos el modelo de Malcolm Baldrige. Mediante la investigación realizada se disminuirá los problemas detectados mediante: capacitaciones, conferencias y charlas dirigidos a los socios, conductores, personal administrativo; para así disminuir todas las anomalías que existen dentro de la organización y así brinden un servicio de calidad. Mediante la investigación de campo se diagnosticó las falencias y dificultades como: falta de capacitación, falta de pericia, falta de cortesía, mal servicio, exceso de pasajeros, exceso de velocidad entre otras anomalías; es por ello que los clientes se encuentran insatisfechos con el servicio que ofrece la empresa. Las diversas capacitaciones dirigidas a los socios y conductores de la compañía de tricimoto 19 Mayo S.A. del cantón La Maná se llevó a mejorar el inadecuado servicio que prestan.

Palabras clave: Calidad, Servicio, Satisfacción, Cliente y Tricimotos.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

FACULTY OF ADMINISTRATIVE SCIENCES CAREER OF COMMERCIAL ENGINEERING

TITLE: "QUALITY OF SERVICE AND CUSTOMER SATISFACTION IN THE COMPANIES OF "TRICIMOTOS" IN LA MANÁ, PROVINCE OF COTOPAXI. PROPOSAL FOR A QUALITY MODEL."

Authors:

Briones Solís Mireya Karina
Toaquiza Ayala Kerly Yajaira

ABSTRACT

The general objective of this research was to propose a quality model that would improve the service and raise the level of satisfaction of the customers of the "tricimotos" companies in La Maná. The purpose is to determine the problems in the quality of service provided by the companies of "tricimotos" to their users. According to the existing models, we analyze each of them, in order to know what the advantages and disadvantages are. And so to be able to determine the best model that is adopted to the companies of "tricimotos"; According to the diagnosis, the model of Malcolm Baldrige was proposed to the "tricimotos" companies. Through the research carried out, the detected problems will be reduced through: training, conferences and talks addressed to the members, drivers, administrative personnel; in order to reduce all the anomalies that exist within the organization and thus provide a quality service. Through the field investigation, the deficiencies and difficulties were diagnosed: lack of training, lack of expertise, lack of courtesy, poor service, excess of passengers, speeding among other anomalies; that is why customers are dissatisfied with the service offered by the company. The different trainings addressed to the members and drivers of the "tricimoto" company "19 de Mayo S.A." in La Maná led to improve the inadequate service they provide.

Keywords: Quality, Service, Satisfaction, Customer and Tricimotos.

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que: La traducción del resumen del proyecto de investigación al Idioma Inglés presentado por los estudiantes Egresados de la Carrera de **Ingeniería Comercial** de la **Facultad de ciencias administrativas Briones Solís Mireya Karina y Toaquiiza Ayala Kerly Yajaira**, cuyo título versa **“CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LAS COMPAÑÍAS DE TRICIMOTOS DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI. PROPUESTA DE UN MODELO DE CALIDAD”**, lo realizaron bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo las peticionarias hacer uso del presente certificado de la manera ética que consideren conveniente.

La Maná, Julio del 2019

Atentamente,



Mg. Sebastián Fernando Ramón Amores
COORDINADOR CENTRO DE IDIOMAS
C.C. 0503016685

INDICE GENERAL

PORTADA	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	iv
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	v
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN	vi
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA	vi
RESUMÉN	vii
ABSTRACT	viii
CERTIFICADO DE INGLÉS	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvi
ÍNDICE DE FIGURAS	xviii
1. INFORMACIÓN GENERAL	1
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	3
3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	4
4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	4
5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	5
5.1. Formulación del problema	6
5.2. Delimitación del objeto de investigación	6
6. OBJETIVOS	7
6.1. Objetivo General	7
6.2. Objetivos Específicos	7
7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS, ACTIVIDADES Y METODOLOGÍA	8
8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA	9
8.1. ANTECEDENTES	9
8.1.2. CATEGORIAS FUNDAMENTALES	11
8.2. Definición de la Calidad	11
8.2.2. Evolución histórica de la calidad	12
8.2.3. Importancia de la calidad	13
8.2.3.1. Costos y participación del mercado	13
8.2.3.2. Prestigio de la organización	14
8.2.3.3. Responsabilidad por los productos	14
8.2.3.4. Implicaciones internacionales	14

8.2.4.	Tipos de la calidad	14
8.2.4.1.	Calidad básica	14
8.2.4.2.	Calidad en el desempeño	15
8.2.4.3.	Calidad excitante	15
8.2.5.	Ochos principios de gestión de la calidad	16
8.2.5.1.	Enfoque al cliente	16
8.2.5.2.	Liderazgo	16
8.2.5.3.	Participación del personal	16
8.2.5.4.	Enfoque basado en procesos	16
8.2.5.5.	Enfoque de sistema para la gestión	16
8.2.5.6.	Mejora continúa	16
8.2.5.7.	Enfoque basado en hechos para la toma de decisión	16
8.2.5.8.	Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor	17
8.2.6.	Calidad y los costos	17
8.2.7.	Calidad como estrategia competitiva	18
8.2.8.	Modelos de calidad	19
8.2.8.1.	Modelo Malcolm Baldrige	19
8.2.8.2.	Modelo de excelencia EFQM	23
8.2.8.3.	Modelo Iberoamericano	27
8.3.	Definición de servicio	30
8.3.1.	Tipos de servicio	31
8.3.1.1.	Servicios prestados a empresas	31
8.3.1.2.	Servicios de comunicaciones	31
8.3.1.3.	Servicios de construcción y servicios de ingeniería y conexos	31
8.3.1.4.	Servicios de distribución	31
8.3.1.5.	Servicios de enseñanza	32
8.3.1.6.	Servicios relacionados con el medio ambiente	32
8.3.1.7.	Servicios financieros	32
8.3.1.8.	Servicios sociales y de salud	32
8.3.1.9.	Servicios de turismo y servicios relacionados con los viajes	32
8.3.1.10.	Servicio de esparcimiento, culturales y deportivas	32
8.3.1.11.	Servicio de transporte	33
8.3.3.	Clasificación de servicio	33

8.3.4.	Características del servicio	33
8.3.4.1.	La Propiedad	34
8.3.4.2.	El Contacto directo	34
8.3.4.3.	Participación del cliente	34
8.3.5.	Cultura de servicio	35
8.3.6.	Qué son los servicios privados	36
8.3.7.	Qué son los servicios públicos	36
8.3.8.	La calidad del servicio	37
8.3.9.	Evaluación del servicio	37
8.3.10.	Ciclo del servicio	39
8.4.	Definición de satisfacción	39
8.4.1.	Satisfacción del cliente	39
8.4.2.	Beneficios de lograr la satisfacción del cliente	40
8.4.2.1.	Primer beneficio	40
8.4.2.2.	Segundo beneficio	40
8.4.2.3.	Tercer beneficio	40
8.4.3.	Los niveles de satisfacción	41
8.4.3.1.	Insatisfacción	41
8.4.3.2.	Satisfacción	41
8.4.3.3.	Complacencia	41
8.4.4.	Expectativas del cliente	41
8.4.5.	Percepciones del cliente	42
8.5.	Definición de cliente	42
8.5.1.	Importancia del cliente	43
8.5.2.	Clases de clientes	43
8.5.3.	Características de clientes	44
8.5.3.1.	Cliente dificultoso	44
8.5.3.2.	Cliente complaciente	44
8.5.3.3.	Cliente retraído	44
8.5.3.4.	Cliente inquieto	45
8.6.	Qué son las tricimotos o mototaxi	45
8.6.1.	Normativa para el sistema de transporte de pasajeros de Mototaxis	46
8.6.2.1.	Las categorías y tipos de licencias	48

9.	PREGUNTAS CIENTIFICAS	50
10.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION	51
10.1.	Método de investigación	51
10.2.	Tipos de investigación	52
10.2.1.	Investigación aplicada	52
10.2.2.	Investigación bibliográfica	52
10.2.3.	Investigación de campo	52
10.2.4.	Investigación diagnóstica	52
10.2.5.	Investigación formativa	52
10.3.	Nivel de la investigación	53
10.3.1.	Exploratorio	53
10.3.2.	Descriptivo	53
10.3.3.	Correlacional	53
10.4.	Técnicas de investigación	53
10.4.1.	La encuesta	53
10.5.	Instrumentos	54
10.5.1.	Cuestionario	54
10.6.	Población y muestra	54
11.	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	56
12.	IMPACTO SOCIAL, TÉCNICO Y ECONÓMICO	117
12.1.	Impacto Social	117
12.2.	Impacto Técnico	117
12.3.	Impacto Económico	117
13.	PRESUPUESTO PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO	118
14.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	119
15.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	121
16.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	123
17.	ANEXO	127

ÍNDICE DE TABLAS

Nº		Págs.
1.	Actividades y sistema de tareas en relación a los objetivos planteados	8
2.	Parámetros de calidad en el servicio	38
3.	Directivos de las compañías de tricimotos.....	54
4.	Población de los socios de las compañías de tricimotos.	54
5.	Nivel de educación de los socios y conductores.	56
6.	Posee la credencial de conducción, para conducir una tricimoto.	57
7.	Nivel de conocimiento sobre la calidad del servicio	58
8.	Nivel de conocimiento sobre la misión y visión de la compañía	59
9.	Conocimiento sobre la imagen corporativa de la empresa	60
10.	Actitud de servicio al cliente	61
11.	Capacitación a los socios y conductores sobre la calidad del servicio	62
12.	Opinión de los socios y conuctores si desearía ser capacitado	63
13.	Ingreso económico acorde al nivel de servicio prestado	64
14.	Jornada de trabajo	65
15.	Nivel de conocimiento de los estaándares de calidad de las tricimotos	66
16.	Infraestructura disponible para el funcionamiento.....	67
17.	Aspectos que le hace falta referente a la infraestructura	68
18.	Propietario o conductor de la tricimoto.....	69
19.	Frecuencia de utilización del servicio de tricimoto.....	70
20.	Causas por las que los usuarios utilizan el servicio de las tricimotos.....	71
21.	Opinión sobre servicio que prestan las tricimotos	72
22.	Calidad del servicio que prestan las tricimotos.....	73
23.	Trato de los conductores de las tricimotos a los usuarios	74
24.	Opinión de los usuarios sobre compartir el servicio de tricimoto	75
25.	Opinión de los usuarios que no desean compartir el servicio de las tricimotos.....	76
26.	Nivel de seguridad del medio de transporte.....	77
27.	Aspecto a mejorar en relación al servicio	78
28.	Aspectos mencionados por los clientes para mejorar el servicio	79

29.	Dificultades que tuvieron los clientes al utilizar el servicio de tricimotos	80
30.	Dificultades que han tenido los usuarios con el servicio de tricimotos	81
31.	Conocimientos sobre calidad en el servicio	82
32.	Opinión sobre calidad del servicio que prestan las tricimotos según sus directivos....	83
33.	Conocimientos sobre el criterio que tienen los usuarios sobre el servicio.....	84
34.	La compañía tiene definida la misión y la visión	85
35.	Imagen corporativa de la compañía	86
36.	Frecuencia de capacitación enfocada a la calidad a los socios y conductores	87
37.	Nivel de seguridad de las unidades (tricimotos)	88
38.	Disponibilidad de infraestructura para el funcionamiento de la compañía.....	89
39.	Aspectos relacionados a la infraestructura que carecen las compañías de tricimotos ..	90
40.	La compañía tiene una sección para recibir las quejas de los usuarios	91
41.	Acción que toma la compañía cuando recibe queja de algún conductor	92
42.	Beneficios del proyecto	102
43.	Datos obtenidos de las encuestas realizadas	99
44.	Aspectos que un buen Líder realiza	105
45.	Normas de orientación al cliente y en el mercado	107
46.	Conjunto de contramedidas 5W 1H	112

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Nº		Págs.
1.	Nivel de educación de los socios y conductores.....	56
2.	Posee la credencial de conducción, para conducir una tricimoto	57
3.	Nivel de conocimiento sobre la calidad del servicio	58
4.	Nivel de conocimiento sobre la misión y visión de la compañía	59
5.	Conocimiento sobre la imagen corporativa de la empresa.....	60
6.	Actitud de servicio al cliente	61
7.	Capacitación a los socios y conductores sobre la calidad del servicio	62
8.	Opinión de los socios y conuctores si desearía ser capacitado	63
9.	Ingreso económico acorde al nivel de servicio prestado.....	64
10.	Jornada de trabajo	65
11.	Nivel de conocimiento de los estaándares de calidad de las tricimotos	66
12.	Infraestructura disponible para el funcionamiento	67
13.	Aspectos que le hace falta referente a la infraestructura.....	68
14.	Propietario o conductor de la tricimoto	69
15.	Frecuencia de utilización del servicio de tricimoto	70
16.	Causas por las que los usuarios utilizan el servicio de las tricimotos	71
17.	Opinión sobre servicio que prestan las tricimotos	72
18.	Calidad del servicio que prestan las tricimotos.....	73
19.	Trato de los conductores de las tricimotos a los usuarios	74
20.	Opinión de los usuarios sobre compartir el servicio de tricimoto	75
21.	Opinión de los usuarios que no desean compartir el servicio.....	76
22.	Nivel de seguridad del medio de transporte.....	77
23.	Aspecto a mejorar en relación al servicio	78
24.	Aspectos mencionados por los clientes para mejorar el servicio	79
25.	Dificultades que tuvieron los clientes al utilizar el servicio de tricimotos	80
26.	Dificultades que han tenido los usuarios con el servicio de tricimotos.....	81
27.	Conocimientos sobre calidad en el servicio.....	82
28.	Opinión sobre calidad del servicio que prestan las tricimotos según sus directivos	83

29.	Conocimientos sobre el criterio que tienen los usuarios sobre el servicio	84
30.	La compañía tiene definida la misión y la visión.....	85
31.	Imagen corporativa de la compañía.....	86
32.	Frecuencia de capacitación enfocada a la calidad a los socios y conductores	87
33.	Nivel de seguridad de las unidades (tricimotos)	88
34.	Disponibilidad de infraestructura para el funcionamiento de la compañía.....	89
35.	Aspectos relacionados a la infraestructura que carecen las compañías de tricimotos..	90
36.	La compañía tiene una sección para recibir las quejas de los usuarios	91
37.	Acción que toma la compañía cuando recibe queja de algún conductor	92
38.	Espina de pescado	99
39.	Diagrama de Pareto	100

ÍNDICE DE FIGURAS

Nº		Págs.
1.	Categoría Fundamental	10
2.	Criterios del modelo Baldrige	22
3.	Mapa de los criterios del modelo EFQM.....	26
4.	Modelo Iberoamericano	28
5.	Clasificación de servicio	33
6.	Modelos de gestión de calidad.....	104
7.	Aplicación del modelo de Malcolm Baldrige.	105
8.	Líder de la compañía de tricimoto 19 de Mayo.. ..	106
9.	Planes y procedimientos que se debe desarrollar en una compañía de tricimoto.	107
10.	Dimensiones que deben aplicar los socios de la compañía de tricimoto.	108
11.	Medidas de trabajo para ofrecer un buen servicio.....	109
12.	Gestión de Procesos.	110
13.	Resultados obtenidos con la aplicación del Modelo de Malcolm Baldrige.. ..	111

FORMULARIO DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN**PROYECTO DE TITULACIÓN I****1. INFORMACIÓN GENERAL****Título del Proyecto:**

Calidad de servicio y la satisfacción del cliente en las Compañías de tricimotos del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi. Propuesta de un modelo de calidad.

El propósito de la investigación:

Es conocer la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en relación al servicio que prestan las compañías de tricimotos del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi. Detectadas las falencias, vicisitudes y problemas a los que tienen que enfrentarse cotidianamente las compañías de tricimotos, podremos establecer un diagnóstico del nivel de servicio, luego propondremos la implementación de un modelo de calidad que permita corregir las deficiencias, con el propósito de mejorar la calidad de servicio, así como la percepción del cliente.

Fecha de inicio:

Octubre del 2018

Fecha de finalización:

Agosto del 2019

Lugar de ejecución:

La investigación se realizó en las compañías de tricimoto del cantón La Maná provincia de Cotopaxi.

Unidad Académica que auspicia:

Facultad de Ciencias Administrativas

Carrera que auspicia:

Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi - Extensión La Maná.

Proyecto de investigación vinculado:

El presente proyecto de investigación está vinculado con el macro proyecto de la carrera de Ingeniería Comercial titulado “Gestión de las pymes en el cantón La Maná”.

Equipo de Trabajo:

El equipo de trabajo está constituido por dos investigadoras y un docente tutor de los cuales se describen a continuación.

Tutor: Héctor Arnulfo Chacha Armas (Curriculum anexo 1)

Investigadores: Briones Solís Mireya Karina (Curriculum anexo 2)

Toaquiza Ayala Kerly Yajaira (Curriculum anexo 3)

Área de Conocimiento:

Administración, Negocios y Legislación.

Línea de investigación:

Administración y economía para el desarrollo humano y social.

Sub líneas de investigación de la Carrera:

Comercio y administración de empresas.

Objetivos del Plan Nacional de Desarrollo toda una vida.

El presente proyecto de investigación se encuentra vinculado al objetivo 1, 3 y 5 del Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida que textualmente dice:

El objetivo 1 “Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas”; es decir que todas las personas somos iguales ante la ley, con obligaciones y derechos que nos permitan vivir en convivencia armónica, con acceso al trabajo en sus diferentes formas, en condiciones dignas y justas. El estado y la sociedad tienen la obligación de velar por este derecho, de tal manera que todos nos desenvolvamos en un ambiente igualitario de progreso colectivo, velando porque todas y todos tengamos una vida digna.

El objetivo 3 “Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones”; donde implica reestructurar nuestra economía mediante la disminución de actividades extractivas, para que así la orientación hacia una economía basada en la comprensión, aprovechamiento de oportunidades de conocimientos el cuál con lleve a la

biodiversidad lleno de fortalezas para un buen desempeño en las nuevas tendencias mundiales para que las ciudades, lugares cuenten con los servicios básicos, con la finalidad que mejoren la calidad de vida de sus habitantes, con el propósito de reducir la vulnerabilidad a los efectos adversos del cambio que son causados por la naturaleza. Además lograr el aprovechamiento de la biodiversidad y generar nuevos empleos y desarrollo sustentable para cambiar la modalidad de vida que tienen las personas.

El objetivo 5 “Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria”; como textualmente nos menciona que el desarrollo económico debe ser consecuente con los grandes retos que enfrenta el planeta debido a la crisis ambiental es por ellos que se pretende impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico y el desarrollo sustentable para el bienestar de la población ecuatoriana. Donde las empresas públicas han tenido y tienen un rol importante, debido a que son agentes que promueven su desarrollo económico y social a través de su intervención estratégica en mercados, la provisión de bienes y servicios de calidad y la gestión eficiente de los recursos de los sectores estratégicos.

2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

La investigación se enfocó en determinar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, con la finalidad de proponer e implementar un modelo de calidad, que puede ser adoptado a futuro por todas las compañías de tricimotos que operan en el cantón La Maná, de manera que todas tiendan a mejorar la calidad del servicio que prestan a sus clientes.

El proyecto se lo ejecutó utilizando los métodos deductivo, analítico y sintético, investigación de campo a través de las encuestas y entrevistas, con esos elementos llegamos a visualizar claramente la problemática del sector. Los datos y la información obtenida, fue procesada y analizada para determinar de manera fehaciente la calidad del servicio, con lo que fue factible, elaborar y proponer estrategias para implementar el sistema que se adapte a su necesidad.

Los beneficiarios del presente proyecto fueron: las 4 compañías de tricimotos que operan en esta ciudad, 202 socios, incluidos los directivos y 54,104 habitantes del cantón La Maná según el censo del INEC en el año 2010 de una población proyectada. Culminado el proyecto, se realizó una socialización del proyecto a las compañías y una capacitación a los conductores.

3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El desarrollo de este proyecto representó una oportunidad para visibilizar, evaluar, la satisfacción de los cliente y la calidad del servicio que brindan las compañías de tricimotos del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi. También como proponer un modelo de calidad que puede ser implementado a futuro, para mejorar y optimizar este servicio, eliminando las problemáticas existentes al momento de utilizar este servicio.

Mediante la investigación de campo, se obtuvo una amplia información sobre el número de compañías tricimotos que existen, características operativas y, de funcionalidad, organización, problemas a los que se enfrentan. Para finalmente proponer un modelo en particular a la compañía de tricimoto 19 de Mayo, el cuál pueda ser aplicado por las demás compañías adoptándole de acuerdo a sus particularidades.

Una vez aplicados los métodos deductivos, analíticos, sintéticos y las técnicas de la entrevista a los directivos, socios y usuarios se llego a detectar la problemática sobre la calidad del servicio que prestan las compañías tricimotos y la percepción que tiene el cliente sobre servicio adquirido. El proyecto a más de formular el diagnóstico está encaminado a brindar solución a cada problemática para que las compañías de tricimotos oferten un buen servicio a la ciudadanía del cantón La Maná.

Los involucrados del proyecto fueron: las 4 compañías de tricimotos, los 202 socios incluidos, los directivos de las compañías y los 54.104 habitantes del cantón La Maná, en conjunto se solucionó las problemáticas que existen en este servicio de transportación de tricimotos.

4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

4.1 Directos:

- Las cuatro compañías de tricimotos quienes conforman el equipo de trabajo
- Los 202 socios de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.
- Los 54,104 habitantes del cantón La Maná según el censo del INEC, año 2010 potenciales usuarios de este servicio.

4.2 Indirectos:

- Los turistas.

- El Servicios de Rentas Internas.
- Cuerpo de bomberos.
- El Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) del cantón La Maná.
- Las instituciones públicas y privadas del cantón La Maná.

5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La calidad del servicio se basa en lograr la aceptación e incremento de la demanda de las empresas y con ello conseguir que los clientes vuelvan a utilizar los servicios ofrecidos y elevar sus expectativas. En la actualidad, se vive la saturación de servicios, ante esta situación las empresas reconocen la necesidad de tomar medidas para fortalecer la calidad del servicio y así aumentar la satisfacción del cliente. Se debe tener presente que el principal factor en la captación de nuevos clientes y su fidelidad, es la calidad que brindan en los servicios que proporcionan las compañías de tricimotos del Cantón La Maná, también la forma en la que los colaboradores ofrecen la calidad de ese servicio en las diferentes áreas dentro de la organización. (Reyes, 2014, pág. 48)

Los colaboradores deben estar conscientes de que el éxito de su organización depende de las actitudes y conductas, lo cual implica factores como en la atención al cliente, empatía, confianza, con lo que se logró que el cliente permanezca contento con los servicios que se le brindan al momento de solicitarlos.

En el Ecuador existe un nivel alto de competitividad; porque hay gran variedad de organizaciones de la misma labor, es por ello que las organizaciones han empezado por darle gran importancia a la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes o usuarios. A pesar de todo lo mencionado lo más importante y relevante en el servicio de transportación es la calidad de atención que se le proporcione a los usuarios, quienes diariamente utilizan las tricimotos para movilizarse, donde se consideran aspectos tangibles e intangibles tales como el trato personalizado y el aspecto físico de las unidades de transportación, ya que todo esto genera una mala experiencia para el usuario. (Fuentes y López, 2018, pág. 3)

A nivel regional las empresas han presentado una variedad de problemas, ya que se han visto afectadas por una situación de cambios, generando un bajo nivel de conocimientos lo cual implica brindar un servicio de calidad debido a que no cuentan con un modelo de calidad y satisfacción del cliente, que permita potenciar las habilidades, conocimiento,

destrezas, actitudes y valores de los colaboradores que laboran prestando servicios, factor que incide de manera significativa en el nivel de satisfacción en los clientes. (Villasís, 2012)

En el cantón La Maná el uso de las tricimotos o mototaxis ha crecido de forma exponencial, este modo de transporte es de enorme utilidad para la movilidad de sus habitantes dentro del sistema de transporte, sin embargo la desorganización y la falta de un eficiente calidez en el servicio ha hecho notorio los inconvenientes en su accionar cotidiano. Propendiendo incluso a sufrir accidentes de tránsito con sus nefastas consecuencias.

Debido a la observación preliminar en las compañías de tricimotos se puede decir que carecen de capacitación a todo el personal involucrado, para mejorar la calidad del servicio, ya que hay demoras en la gestión administrativa, refleja poca prontitud al momento de dar el servicio al usuario y no existe un protocolo de servicio, por lo cual hay inconformidad e insatisfacción en los clientes.

Una vez definido el problema, se planteó la siguiente alternativa de solución, ejecutar un modelo de calidad en la compañía de tricimoto 19 de mayo del cantón La Maná. Esta investigación es de carácter descriptivo, puesto que se utilizó investigación primaria de campo, la recolección de información será a través de las encuestas aplicadas a los socios, conductores y usuarios de este transporte; el objeto de diagnosticar de manera objetiva la problemática y ofrecer una alternativa de solución aplicando un modelo de calidad que más se adapte a sus necesidades y con ello mejorar la satisfacción del cliente.

5.1 Formulación del problema.

Deficiente nivel calidad de servicio que ofrecen las compañías de transporte de tricimoto del cantón La Maná, esto se refleja en la percepción de la ciudadanía, accidentes de tránsito, incomodidad de los usuarios, mala atención, desconocimiento de las leyes de tránsito, total desprotección, fragilidad de las tricimotos, falta de capacitación entre otros problemas. Esta problemática se pretende corregir con la implementación de un modelo de calidad.

5.2 Delimitación del objeto de investigación.

Área: Administración y Negocios.

Aspectos: Calidad de servicio y satisfacción del cliente.

Espacial: Se efectuara en las compañías de tricimotos del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi.

Temporal: Octubre 2018 – Agosto 2019.

6. OBJETIVOS

6.1 Objetivo General

Proponer un modelo de calidad que permita mejorar el servicio y elevar el nivel de satisfacción del cliente de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

6.2 Objetivos Específicos

- ✚ Diagnosticar la calidad de servicio que prestan las compañías de tricimotos, mediante la investigación de campo y la aplicación de encuestas.
- ✚ Analizar el grado de satisfacción del cliente al utilizar el servicio que prestan las compañías de tricimotos del cantón La Maná.
- ✚ Diseñar un modelo de calidad que permita mejorar el servicio que prestan las compañías de tricimotos a sus clientes, utilizando los modelos existentes.

7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS, ACTIVIDADES Y METODOLOGÍA

Tabla 1: Actividades y sistema de tareas en relación a los objetivos planteados.

Objetivo	Actividades	Resultado de la actividad	Descripción de la actividad (técnicas e instrumentos)
Diagnosticar la calidad de servicio que prestan las compañías de tricimotos, mediante la investigación de campo y la aplicación de encuestas.	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación bibliográfica sobre la calidad en el servicio. • Elaboración de cuestionarios y encuestas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tabulación y análisis de los datos obtenidos en las encuestas. • Diagnóstico de la calidad del servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recabar información en textos y revistas tanto físicas como digitales, portales web, sobre la gestión de la calidad en los servicios. • Visualizar las problemáticas y la deficiente calidad de servicio que prestan las compañías de tricimotos.
Analizar el grado de satisfacción del cliente al utilizar el servicio que prestan las compañías de tricimotos del cantón La Maná.	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de los cuestionarios y encuestas. • Aplicación de las encuestas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar cuál es el grado de satisfacción al cliente en la prestación de servicio de la compañía de tricimotos del cantón La Maná. 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de la información recopilada, sobre el grado de satisfacción del cliente en la prestación de servicio de la compañía de tricimotos del cantón La Maná.
Diseñar un modelo de calidad que permita mejorar el servicio que prestan las compañías de tricimotos a sus clientes, utilizando los modelos existentes.	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de los modelos de calidad Malcolm Baldrige, EFQM e Iberoamericano. • Desarrollo de la propuesta. • Socialización y capacitación de la propuesta del modelo de calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manual de calidad físico y digital. • Conocimiento y aplicación del sistema de gestión de calidad en el servicio por parte de los directivos, socios y conductores de la compañía 19 de Mayo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de los modelos de calidad para determinar las ventajas y desventajas de cada uno de ellos y su aplicabilidad al servicio que prestan las compañías de tricimotos. • Elección del más idóneo y desarrollo del sistema de calidad. • Mediante conferencias, charlas y capacitaciones dar a conocer el modelo propuesto, a fin de que sea implementado en el interior de la compañía de tricimotos 19 de mayo.

Elaborado por: Las autoras

8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

8.1. ANTECEDENTES

Con el propósito de establecer en qué situación se encuentra la temática de calidad de servicio y satisfacción del cliente, se plantean los siguientes antecedentes:

Antecedentes Investigativos 1. “Calidad del servicio financiero y su incidencia en la satisfacción de clientes de la Cooperativa San Francisco Ltda. De Ambato”

Determinar si la calidad del servicio financiero incide en la satisfacción de clientes de la Cooperativa San Francisco Ltda. “De Ambato”, para diagnosticar cuál es el nivel de calidad de servicio financiero que brinda actualmente la cooperativa. Se identificó categorías fundamentales para la realización del marco teórico; que se utilizaron las siguientes metodologías que fueron muy importantes para la redacción del proyecto se utilizaron las siguientes metodologías de investigación de tipo exploratorio, descriptiva, bibliográfica o documental y de campo, de acorde a los métodos utilizados fueron deductivo e inductivo; donde se determinó la población objeto de estudio: mediante los socios y clientes internos de la empresa, podemos visualizar que los clientes internos de la cooperativa son muy escasas la atención que brindan a sus usuarios es por donde solicitan capacitaciones al personal que elabora dentro de la cooperativa. Los resultados de la encuesta dieron a conocer que tanto como socios y clientes desean obtener capacitaciones para la mejora de la calidad y la satisfacción de los clientes de la cooperativa. (Coello, 2014, pág. 26)

Antecedentes Investigativos 2. “Análisis comparativo de la operación de las tricimotos como sistema de transporte público versus el sistema de transporte de buses, aplicado a la ciudad La Maná, provincia de Cotopaxi.”

El presente proyecto tiene por objetivo principal comparar la operación del sistema de buses y las mototaxis como sistema de transporte público de pasajeros en la ciudad de La Maná. De acuerdo al diagnóstico realizado del presente proyecto según la investigación realizada por la agencia nacional de regulación y control del transporte terrestre, tránsito y seguridad vial (LOTTTSV) la misma que persigue organizar, planificar, fomentar, regularizar, modernizar y controlar el transporte terrestre, tránsito y seguridad vial, con el fin de proteger a las personas y bienes que se trasladen de un lugar a otro en el estado ecuatoriano, contribuyendo al desarrollo socio-económicos del país. La LOTTTSV

clasifica dentro del servicio de transporte comercial a las Tricimotos y triciclos motorizados y determine en forma excepcional para las mismas que podrán prestar servicio comercial en lugares donde sea segura y posible su prestación, sin afectar el transporte público o comercial, siempre y cuando se sujeten a las restricciones de circulación determinada por los Gobiernos Autónomos Descentralizados y con las condiciones correspondientes que la ley establece ya que las dos compañías buscan centros de ingresos económicos para su hogar o familiar. (Jaramillo, 2016, pág. 22)

Antecedentes Investigativos 3. “Influencia de la calidad de servicio de transporte en la rentabilidad de la empresa utilizando la técnica Servqual, caso de estudio Transfrosur Cia. Ltda.”

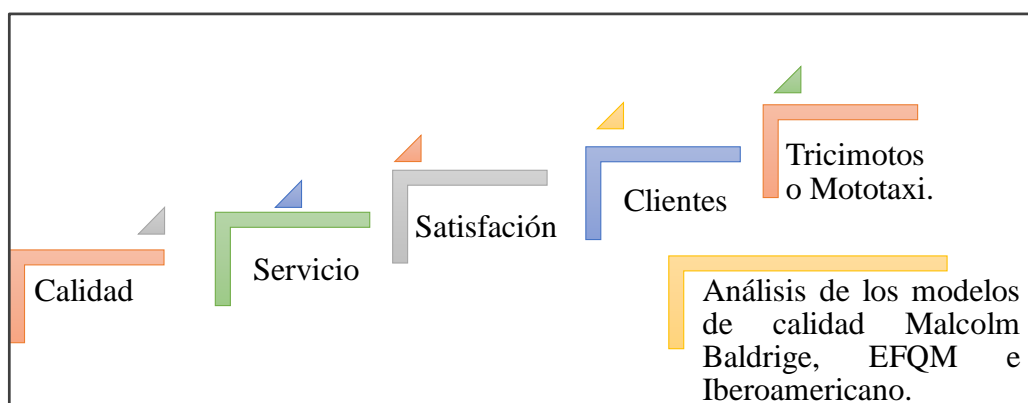
El presente trabajo obtuvo por objetivo principal determinar la influencia de la Calidad del Servicio de Transporte para mejorar la rentabilidad de la empresa, utilizando la técnica SERVQUAL, en este caso de estudio TRANSFROSUR Cía. Ltda., para empezar a desarrollarse primero se describió la problemática que facilitó al inicio de la investigación, los fundamentos científicos se desarrollaron en el marco teórico con base en criterios pertinentes al área de la calidad del servicio, la sucesión multidimensional que se encuentra contenida en el análisis y la satisfacción de los clientes; fue indispensable para requerir a los tipos de investigación descriptiva, bibliográfica y de campo, en la parte de los resultados SERVQUAL permitió determinar la principal causa que afecta la calidad del servicio e impacta de manera negativa en la satisfacción del cliente donde se determinó que la calidad del servicio de transporte tiene una influencia directa en la rentabilidad de la compañía TRANSFROSUR Cía. Ltda., donde se observa un crecimiento indispensable de un 52,07%. (Morocho y Plaza, 2016, pág. 21)

Los proyectos mencionados son de gran utilidad, puesto que están enmarcados en la investigación que pretendemos realizar, además nos describen la manera correcta de mejorar el desempeño del sector empresarial, las metodologías nos orienta hacia una correcta redacción de los temas y propósitos de la investigación.

La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes son de vital importancia para la supervivencia de una organización. Es necesario que las compañías de tricimotos entiendan esta realidad, porque tienen que competir con otros medios de transporte que ofrecen el mismo servicio como son taxis y buses, de ahí surge la necesidad de mejorar el servicio, para mantener la fidelidad de los clientes.

8.1.2 CATEGORIAS FUNDAMENTALES

Figura 1: Categoría Fundamental.



Elaborado por: Las autoras

8.2 Definición de la Calidad

Según Publicaciones Vértice (2010), se define calidad como "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". Esta es una definición de la calidad claramente centrada en el cliente. Los clientes tienen una serie de necesidades, requisitos y expectativas. Una empresa proporciona calidad cuando su producto o servicio iguala o supera las expectativas de los consumidores; si en todo momento trata de satisfacer la inmensa mayoría de sus necesidades estará proporcionando calidad. La calidad es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar para satisfacer a su clientela clave; representa, al mismo tiempo, la medida en que se logra dicha calidad. (pág. 1)

Según las autoras Vargas y Aldana (2015), la calidad se considera como búsqueda permanente de la perfección en el servicio, en el producto y en los seres humanos. Para ello se necesita de la participación, la responsabilidad, la perfección y el espíritu del servicio.

La tendencia actual de la sociedad occidental y de las empresas es la necesidad imperiosa de adoptar modelos de gestión de calidad que sirvan de referente guía para los procesos permanentes de desarrollo que mejoren la fabricación de productos o la prestación de los servicios, con el objetivo final de satisfacer las necesidades y expectativas del cliente y elevar su nivel de satisfacción.

8.2.2 Evolución histórica de la calidad.

Los conceptos modernos relacionados con la calidad se pueden establecer en torno a los años veinte, en los EE UU, impulsada por grandes compañías como la Ford Motor Company, American Telephone & Telegraph, Western Electric, etc., que comienzan a implantar el criterio de calidad de diversas formas. (Cuatrecasas, 2012, pág. 577)

En esta etapa Ronald Fisher comienza aplicar el Diseño Estadístico de Experimentos (DEE) en la mejora de la productividad de algunos cultivos, también se desarrolla el Control Estadístico de la Calidad (SPC) en manos del considerado padre de la calidad, Walter A. Shewhart. (Cuatrecasas, 2012, pág. 577)

El siguiente avance se produjo en la Segunda Guerra Mundial con el desarrollo del SPC y de otros temas relacionados con la calidad. Durante esta época, Walter E. Deming o Joseph M. Juran participan y desarrollan el programa de gestión de la calidad. También es esta época, Armand V. Feigenbaum comienza a desarrollar un nuevo concepto: «control de la calidad total», origen de lo que hoy se denomina Gestión de la Calidad Total (TQM). (Cuatrecasas, 2012, pág. 577)

Una vez finalizada la guerra, las ideas que se han ido formando se transvasan a Japón, principalmente mediante conferencias y seminarios de los maestros Deming y Juran en este país. (Cuatrecasas, 2012, pág. 577)

Nos será hasta los años ochenta, que la calidad experimenta una evolución en la industria americana, pasando a considerarse un elemento estratégico fundamental. Philip B. Crosby introdujo el programa de mejora tratando de concienciar a las empresas para que centraran sus esfuerzos en la necesidad de obtener mayor calidad. 1.1 objetivo consistía en suprimir gran parte de las inspecciones haciendo las cosas bien desde el principio, es decir, «a la primera» (First Time Quality FTQ). (Cuatrecasas. 2012, pág. 577)

Los grandes «gurus» de la calidad

La evolución de la calidad ha estado impulsada por grandes personajes (gurús) con importantes desarrollos de sistemas de gestión, herramientas y técnicas. Destacaremos los que siguen:

- **Walter A. Shewhart:** Se le considera el padre del Control Estadístico de Procesos (SPC). Empezó a implantar esta técnica en la Bell Telephone Company en el año 1924.
- **W. Edwards Deming:** Discípulo de Shewhart, consultor eminente y profundo conocedor de la estadística. Con una serie de conferencias inculca sus ideas a ingenieros y científicos japoneses en 1950. I hasta 1980 no empiezan a tenerse en cuenta sus ideas en su país (EEUU).
- **Joseph M, Juran:** Contemporáneo de Deming, realiza al igual que él conferencias y seminarios en Japón. Es conocido por el desarrollo de la trilogía de la calidad: planificación, control y mejora de la calidad.
- **Armand v. Feigenbaum:** Trabajó en el General Electric de Nueva York, en donde desarrolla en los años 40 el concepto de la calidad total ampliando el concepto de «gestión» de la calidad.
- **Kaoru Ishikawa:** Experto y pionero en el control de calidad en Japón, es conocido por el desarrollo de los «círculos de calidad». Creador en 1945 del diagrama de Ishikawa (también llamado de «espina de pez» o diagrama de causa-efecto), considerado como una de las siete herramientas básicas de la calidad.
- **Philip B. Crosby:** Aplica el concepto de cero defectos en los años sesenta en la I TT. Preocupado por la prevención de la calidad, la mejora continua, y por los costes de la ausencia de calidad. (Cuatrecasas, 2012, pág. 577)

El concepto de calidad en los últimos años ha evolucionado aceleradamente, ya que cada vez el público consumidor se vuelve más exigente, satisfacer sus necesidades y expectativas es lo que mantiene a las empresas en constante cambio y adoptando nuevos modelos de gestión para ser más eficientes. Los conceptos detallados anteriormente nos permiten tener una visión más amplia de los aspectos a considerarse para ofrecer un servicio de calidad a los usuarios de las compañías de tricimotos.

8.2.3 Importancia de la calidad.

Particularmente, la calidad afecta a una empresa de cuatro maneras:

8.2.3.1 Costos y participación del mercado: Las mejoras en calidad llevan a una mayor participación en el mercado y ahorros en el costo por disminución de faltas, reproceso y ganancias por devoluciones.

8.2.3.2 Prestigio de la organización: La calidad surgirá por las percepciones que los clientes tengan sobre los nuevos productos de la empresa y también por las prácticas de los empleados y relaciones con los proveedores.

8.2.3.3 Responsabilidad por los productos: Las organizaciones que diseñan y elaboran productos o servicios defectuosos pueden ser responsabilizadas por daños o lesiones que resulten de su uso. Esto lleva a grandes gastos legales, costosos arreglos o pérdidas y una publicidad que no evita el fracaso de la organización entera.

8.2.3.4 Implicaciones internacionales: En este momento de globalización, la calidad es un asunto internacional. Tanto para una compañía como para un país. En la competencia efectiva dentro de la economía global sus productos deben cumplir con las expectativas de calidad y precio. (Carro y González, 2012, pág. 3)

La calidad es un concepto muy significativo a ser tomado en cuenta dentro de la empresa, representa un estándar sobre el cuál debe desempeñarse una organización que siempre está con visión de mejorar su productividad para elevar su participación en el mercado, obtener mayor cantidad de recursos para la empresa y obtener buenas relaciones con los proveedores y clientes.

8.2.4 Tipos de la calidad

8.2.4.1 Calidad básica. La dinámica de la calidad básica indica que si algunos requerimientos del cliente no se cumplen causan una gran insatisfacción; pero si son cubiertos, no tienen un gran efecto en la satisfacción del cliente. I-a razón es que este tipo de calidad está implícita en el producto esperado por el cliente. Un ejemplo muy claro se presenta cuando entramos a un restaurante para comer y esperamos que exista un lugar para sentarnos; si no existe nos sentimos insatisfechos y por otro lado el que exista gran cantidad de lugares para sentarse no contribuye a incrementar nuestra satisfacción.

En la industria automotriz, el cliente espera vehículos que sean seguros al manejar, sin ruidos ni chillidos por mencionar algunas características pero que cumplan estas condiciones no genera satisfacción; sin embargo cuando no se cubren algunos de estos requerimientos implícitos, el efecto es devastador en la reputación del fabricante.

Una manera de medir la insatisfacción es la violación de estos atributos de calidad básicos y los índices ligados son las quejas de los clientes, información de garantías, reportes de

cosas equivocadas (TGW, por sus siglas en inglés: things-gone-wrong) y otros reportes de fallas.

8.2.4.2 Calidad en el desempeño. Un segundo tipo de requerimientos del cliente es el que genera satisfacción en forma proporcional al desempeño del producto. Este tipo es conocido como calidad en el desempeño y generalmente causa una respuesta lineal. A mayor nivel de desempeño mayor nivel de satisfacción. Volviendo al caso del restaurante, el cliente espera que su orden sea tomada en forma rápida y precisa, y que sea entregada en un razonable periodo de tiempo. En la medida que el restaurante cumpla estas necesidades será la medida de la satisfacción que percibirá el cliente.

En la industria automotriz, el cliente espera un vehículo con un rendimiento de combustible, con una potencia de motor y con una capacidad de cargas definidas. Alguien que adquiere un vehículo pequeño y económico estará más satisfecho mientras mejor sea el rendimiento de combustible y menores los gastos de mantenimiento.

Normalmente el cliente expresa sus necesidades relativas al desempeño cuando se le pregunta. Esta información es llamada la Voz del Cliente porque son las cosas de las cuales le gusta hablar y para medirlas utilizamos herramientas de investigación como encuestas y evaluaciones de desempeño del producto.

8.2.4.3 Calidad excitante. El tercer tipo de calidad genera gran satisfacción a cualquier nivel de ejecución. Esta es conocida como calidad excitante y se genera cuando el cliente recibe características o atributos que no esperaba o no pensaba que fueran posibles. En el caso del restaurante, si por cuenta de la casa se ofrece una copa de licor o un postre, el cliente se sorprende en forma placentera.

En la industria automotriz, el cliente no espera que el vehículo cuente con sistema de posicionamiento global (GPS), batería libre de mantenimiento o asientos eléctricos, pero experimenta gran placer y satisfacción cuando los descubre durante su experiencia con el vehículo.

Los atributos excitantes causan una respuesta exponencial del cliente y, acumulando las pequeñas mejoras adicionales, incrementan la lealtad de los clientes para con el producto, la calidad excitante es la razón principal de por qué los clientes seleccionan una compañía específica como opción predeterminada y vuelven a comprar en repetidas ocasiones. (Carro y González, 2012, pág. 3)

Para ofrecer un servicio de calidad se necesita desarrollar un amplio aspecto de actividades, las cuales tienen que ser permanentes, siempre buscando la excelencia para satisfacer al cliente, en sus necesidades y expectativas del servicio.

8.2.5 Ochos principios de gestión de la calidad

El enfoque basado en procesos es un principio de gestión básico y fundamental para la mejora de los resultados y así se recoge tanto en la familia ISO 9000 como en el modelo de excelencia del EFQM. La actual familia de normas ISO 9000 del año 2000 para los «Sistemas de Gestión de la Calidad» ha permitido introducir unos cambios trascendentes en dichos sistemas en comparación con la anterior versión de 1994. La mayor evidencia de esto es precisamente el hecho de que esta familia de normas se sustenta en ocho principios de gestión de la calidad:

8.2.5.1 Enfoque al cliente: Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deben identificar sus necesidades actuales y futuras procurando satisfacer los requisitos de los clientes y esforzándose en exceder sus expectativas.

8.2.5.2 Liderazgo: Los líderes establecen el propósito y la orientación de la organización. Para conseguir alcanzar los objetivos planteados y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos.

8.2.5.3 Participación del personal: El personal, a todos los niveles, es la esencia de cualquier organización, y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización.

8.2.5.4 Enfoque basado en procesos: Un resultado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.

8.2.5.5 Enfoque de sistema para la gestión: Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.

8.2.5.6 Mejora continua: Del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de ésta.

8.2.5.7 Enfoque basado en hechos para la toma de decisión: Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información.

8.2.5.8 Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor: Una organización y sus proveedores son interdependientes y una relación mutuamente complementaria aumenta la capacidad de ambos para crear valor. (Oteo, 2012, pág. 245)

Los ocho principios de la calidad son muy importantes dentro de una empresa, puesto que son las directrices que permiten abarcar todos los aspectos que una organización necesita conocer y controlar para fabricar un producto de calidad u ofrecer un servicio de excelencia. Además se hace partícipe al personal de la empresa tanto administrativo como operativo para que adopten una cultura de mejora continua.

8.2.6 Calidad y los costos

Para comprender mejor la relación entre estos dos aspectos, se partirá del ejemplo que encontramos con una empresa que fabrica televisores. El diseñador ha introducido una innovación en el sistema de conexión interna de la antena. Esta innovación tiene un fallo importante que corregirlo en la fase de diseño es relativamente barato. Si se supone que un diseñador muy experimentado repasa en profundidad todo el trabajo de su departamento en sus distintas fases y descubre la posible fuente de futuros problemas, éste podrá pedir entonces a su colaborador que vuelva a diseñar el dispositivo. Quizás con una pequeña inversión de unidades monetarias en horas del diseñador se habrá resuelto el problema. (Carro y González, 2012, pág. 45)

Sin embargo, puede suponerse también que la falla pasa desapercibida. Entonces, se encargan componentes a los proveedores para fabricar una prueba piloto y se elaboran unas cuantas unidades del producto las que se someten a prueba. Si la prueba está bien diseñada para simular el funcionamiento del televisor en el mercado, es posible que la falla de la conexión interna de la antena sea detectada durante esta prueba. Cuando esto ocurra, será preciso rediseñar el producto como antes, pero también informar a los proveedores de que se les comprarán otros componentes; además, habrá que rediseñar la prueba piloto realizada, fabricar otra serie y llevar a cabo una nueva prueba. En este caso, el problema de calidad habrá sido resuelto con un costo que puede alcanzar cifras muy superiores al caso anterior y se habrá perdido un tiempo que puede ser una limitante para la introducción del producto en el mercado. (Carro y González, 2012, pág. 45)

La calidad y los costos son conceptos muy ligados entre sí, el objetivo de producir con calidad es evitar los errores, de esta manera se reducen los costos por desperdicio. Producir

con calidad ofrece enormes beneficios para la empresa, desde el incremento de la productividad así como ganar un nivel de prestigio entre las organizaciones.

8.2.7 Calidad como estrategia competitiva

Hoy en día existe una guía de atención en Indo lo que se refiere a la Calidad su implantación en las organizaciones empresariales. La fuerte competitividad entre las empresas aparece debido a la globalización, a la liberalización de las economías, a la libre competencia y a los rápidos cambios de las tecnologías. Por otro lado, los consumidores poseen cada vez más información y se vuelven más y más exigentes. (San Miguel, 2009, pág. 14)

Se podría decir que la competitividad de una organización es la capacidad para mantener y aumentar su presencia en el mercado, obteniendo a su vez una buena cuenta de resultados. (San Miguel, 2009, pág. 14)

El producto bien acabado y el servicio bien prestado por las empresas son una buena estrategia para que estas puedan seguir funcionando. Ya que constantemente surgen nuevos competidores en el mercado. (San Miguel, 2009, pág. 14)

La forma de ser más competitivos consiste en identificar y satisfacer las necesidades de los clientes al menor coste posible. Para conseguirlo es necesario suprimir todos aquellos procesos y trabajos que no aporten valor añadido al producto o servicio así como reducir al máximo los costes de la no calidad. De esta forma la competitividad da como resultado una mejora continua de la Calidad y de la innovación. (San Miguel, 2009, pág. 14)

Por otro lado, para la libre circulación de una serie de productos en la Unión Europea y en gran parte de los mercados internacionales es obligatorio que estos estén homologados. Además muchas empresas han comprendido que la única forma de producir productos de calidad es asegurarse de que los suministros proporcionados por las empresas proveedoras son de calidad, exigiendo a estas que trabajen con Sistemas de Calidad Asegurada como los certificados por las normas ISO 9000. (San Miguel, 2009, pág. 14)

La calidad como estrategia competitiva se refiere a la mejora de la productividad disminuyendo las fallas y errores que existen al ofertar un producto u ofrecer un servicio, la manera de ser más competitivos consiste en saber identificar y satisfacer las necesidades de los clientes al menor costo posible.

8.2.8 Modelos de calidad

8.2.8.1 Modelo Malcolm Baldrige

Malcolm Baldrige fue Secretario de Comercio de Estados Unidos nombrado por el presidente Ronald Reagan a principios de la década de 1980; durante su administración logró grandes proezas económicas en su país, con reformas y nuevas prácticas en el comercio logró posicionar a Estados Unidos en el mercado internacional. También tiene reconocidos antecedentes por su incesante labor en la industria de transformación en donde se desempeñó como ejecutivo en jefe alcanzando la presidencia por los excelentes resultados obtenidos. (Marcelino y Ramirez, 2014, pág. 147)

Durante la década de 1980 Estados Unidos luchó en el mercado con Japón debido a que sus productos eran posicionados de manera importante en este país; fue entonces cuando, motivados por la calidad que caracterizaba a los productos japoneses, enfocaron sus esfuerzos en la calidad de los suyos para hacerlos más competitivos, por lo que promovieron el Premio Nacional a la Calidad de Estados Unidos "Malcolm Baldrige"; es por la destacada tarea en el rendimiento económico que logró en aquella nación lo que llevó a reconocerlo gracias al modelo que lleva su nombre, galardonando a las empresas que contribuyen incesantemente en la fortaleza de la economía estadounidense basada en calidad y excelencia en la gestión. (Marcelino y Ramirez, 2014, pág. 147)

El premio Malcolm Baldrige es el más importante en calidad para las empresas estadounidenses, las estimula a implementar estrategias precisas y con gran potencial en la gestión de la calidad; este modelo, así como otros, es un par coherente con los principios de calidad que ofrecen las normas ISO y no se opone a ningún elemento, por el contrario, se complementan. (Marcelino y Ramirez, 2014, pág. 147)

El modelo establece que los líderes deben enfocar sus esfuerzos hacia una dirección estratégica y hacia los clientes, evaluar los resultados obtenidos e implementar estrategias en procesos primarios, alineación de objetivos y máximo aprovechamiento de los recursos para mejorar el desempeño de la organización y lograr la satisfacción de los grupos de interés. (Marcelino y Ramirez, 2014, pág. 147)

Se basa en un sistema de liderazgo y planificación estratégica, enfocada en el cliente y el mercado, con apoyo de la medición de índices, parámetros y el benchmarking (evaluación comparativa con la competencia), como una manera de crear ventaja competitiva, su

objetivo es establecer un conjunto de criterios utilizados para evaluar la calidad y excelencia organizacional, impulsados por la autoevaluación para identificar fortalezas y áreas de oportunidad dentro de una política. (Marcelino y Ramirez, 2014, pág. 148)

Criterios principales

Cada criterio está conformado por subcriterios que tienen valores diferentes al momento de ser evaluados para el premio y son los siguientes:

✚ Liderazgo (liderazgo organizacional, responsabilidad social)

Examina cómo los líderes activan y encauzan los esfuerzos del grupo y sirven de referencia para el resto del equipo, desarrollan planes estratégicos para la empresa y cómo motivan al resto de la organización para alcanzar los objetivos deseados. Éste también es un principio que reconocen las normas ISO 9000.

Un líder no es aquel que lo sabe todo, sino aquel que sabe involucrar a todos en la conquista de los objetivos; se cree que líder sólo es quien tiene el mandato; sin embargo, todos y cada uno de los miembros de una empresa pueden ejercer su liderazgo al exigir que el proceso inmediato anterior del cual reciben elementos de entrada cumpla con los requisitos establecidos; lo contrario es no dar a conocer la desviación por camaradería con el compañero; se debe evitar a toda medida el "dejar pasar el hallazgo"; es erróneo considerar que así se demuestra la lealtad, sólo se fomenta el error que tarde o temprano destruirá la fuente de empleo.

✚ Planificación estratégica (desarrollo de la estrategia, despliegue de la estrategia)

Evalúa a la organización en el ámbito del establecimiento de objetivos estratégicos y cómo planean lograrlos, cómo se encuentran preparados para adaptarse a cambios internos o externos y la manera en que miden los avances. Similar a lo que establece la norma ISO con el principio de enfoque de sistema para la gestión, que permite lograr la integración y alineación de los objetivos para centrar esfuerzos en procesos clave así como promover una mayor evaluación y precisión de los resultados, planear y desarrollar un sistema para la mejora continua.

✚ Enfoque en el cliente y el mercado (conocimiento del cliente y el mercado, relaciones con el cliente y satisfacción)

Evalúa en la organización cómo determina las necesidades y conoce las expectativas del cliente, sus preferencias y su percepción del producto, estrategias éticas de retención, conocimiento del mercado y maestría para captar nuevos clientes por libre elección. La empresa se debe a sus clientes y debe asegurarse de que sus requisitos se determinen y se cumplan en búsqueda de su satisfacción, asegura la norma ISO 9001:2008 y la ISO 9000 con el principio enfoque en el cliente que coincide plenamente con el mencionado criterio del modelo Malcolm Baldrige.

✚ Dimensión, análisis y dirección del conocimiento (medición, análisis y evaluación del desempeño organizacional, gestión de la información y del conocimiento)

Administración del activo intangible llamado conocimiento, evalúa cómo la empresa selecciona, recoge, analiza, dirige y mejora sus datos y los transforma en conocimientos para revisar su desempeño. Las normas ISO 9000 también rescatan este criterio en el principio llamado enfoque basado en hechos para la toma de decisiones, que consiste en el aseguramiento por parte de la alta dirección de las acciones respaldadas por hechos reales previamente analizados, recoger información veraz y oportuna para evitar utilizar la intuición o corazonadas en los negocios. Aquel que construye su negocio con bases inciertas es igual al que vierte esperanzas en un naipe.

✚ Desarrollo y gestión de Recursos Humanos (sistemas de trabajo, aprendizaje y motivación del empleado, bienestar y satisfacción del empleado)

Evalúa cómo la empresa gestiona el potencial del capital humano, sus sistemas de trabajo, fomento al aprendizaje y motivación y cómo éstos se encuentran alineados con los objetivos de la empresa y las estrategias para mantener un ambiente laboral que coadyuve al mejor desempeño. Recursos humanos, que toma aspectos relevantes como competencia, toma de conciencia, formación y ambiente laboral, entre otros, y se retoma en el principio participación del personal, que menciona con claridad que el lazo virtuoso que se consiga con los colaboradores es indispensable para el logro de los objetivos.

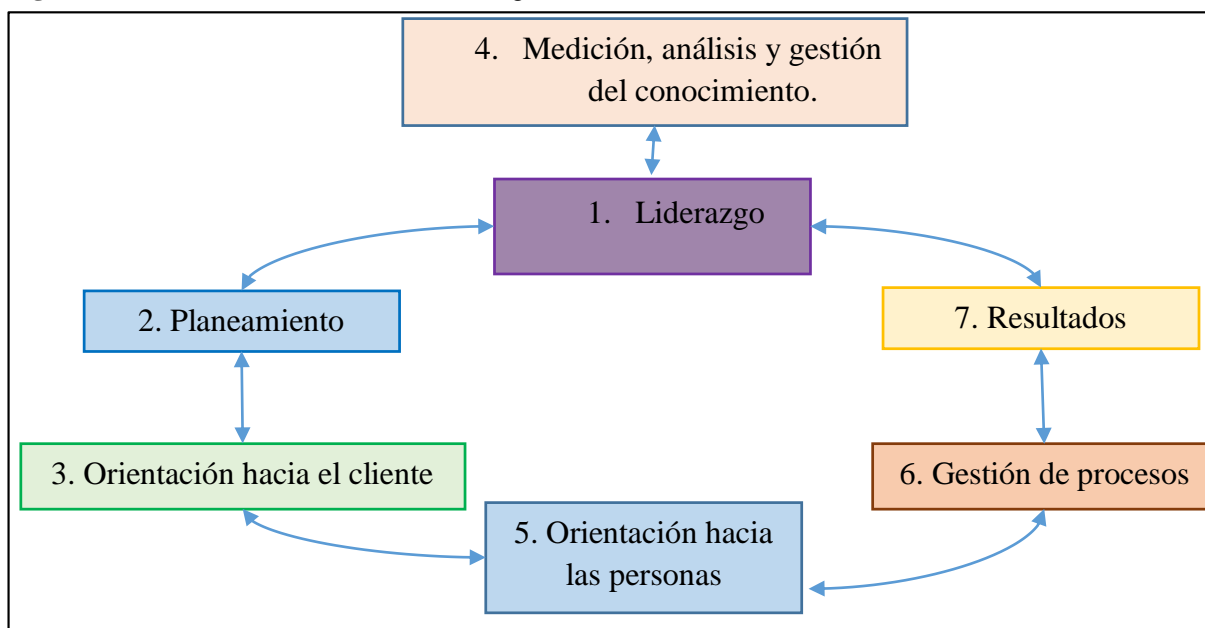
✚ **Gestión de procesos (procesos de creación de valor, procesos soporte)**

Evalúa los procesos de la cadena de valor de la organización, que son procesos primarios o clave que se ven reflejados en el cliente, así como procesos de apoyo y la gestión entre ellos. Asimismo, las normas ISO establecen un enfoque basado en procesos y toda su metodología está fundada en este principio, que consiste en ver cada proceso de manera individual como una transformación de elementos de entrada en resultados y luego como un todo que se gestiona en una serie de actividades coordinadas en un perfecto engranaje.

✚ **Resultados (resultados de productos y servicios, del enfoque en el cliente, financieros y de mercado, en los recursos humanos, en la eñcacia organizacional, de liderazgo y responsabilidad social)**

El último criterio evalúa el desempeño de la organización y las mejoras en sus procesos clave, satisfacción del cliente, resultados del negocio, sustentabilidad y en general el resultado de todas las acciones implementadas para dar marcha a los criterios antes mencionados. Ambos conjugan herramientas útiles para evaluar el establece el principio de mejora continua; ambos conjugan herramientas útiles para evaluar el resultado del sistema de gestión de la calidad para la mejora continua. (Marcelino y Ramirez, 2014, pág. 149)

Figura 2: Criterios del Modelo Malcolm Baldrige.



Fuente: Criterios del modelo Baldrige.

Autores: (Marcelino y Ramirez, 2014, pág. 150)

Como se puede observar, este modelo también tiene semejanzas con el modelo de excelencia Deming; ambos coinciden en criterios como el liderazgo, enfoque en el cliente, la dirección o el enfoque en procesos, la mejora continua, el enfoque en los recursos humanos o la cooperación interna; a diferencia del modelo Deming, el Baldrige incluye la planificación estratégica mientras que el Deming toma en cuenta la cooperación externa (distribuidores, alianzas y proveedores).

Luego entonces, los principios fundamentales de modelo son:

1. Enfoque en los resultados y en la creación de valor.
2. Excelencia enfocada en el cliente.
3. Visión de liderazgo.
4. Dirección basada en hechos.
5. Valoración de empleados y socios.
6. Aprendizaje organizacional, personal y mejora continua.
7. Desarrollo de las asociaciones.
8. Responsabilidad social.
9. Agilidad y respuestas oportunas.
10. Planeación a futuro.
11. Enfoque en sistemas.

Las tecnologías innovadoras en la gestión administrativa que ofrece cada modelo de excelencia estimulan a las empresas a tener un alto rendimiento y contribuyen al desarrollo de los países de origen para que sean más competitivos; las empresas que logran obtener tal distinción son inspiración y ejemplo para las que se encuentran en camino de lograrlo. (Marcelino y Ramirez, 2014, pág. 150)

El modelo Malcolm Baldrige es el modelo de excelencia que es utilizado en los Estados Unidos, se lo emplea para la evaluación del premio nacional de calidad. Este modelo considera siete puntos clave, que sirven para evaluar el sistema de gestión de la calidad con su ayuda podemos disminuir las problemáticas que existen dentro de las empresas u organizaciones, el modelo Malcolm Baldrige es muy importante en el ámbito empresarial.

8.2.8.2 Modelo de excelencia EFQM

El modelo de excelencia EFQM (figura 3), fue creado por la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (en inglés, European Foundation for Quality Management, EFQM),

fundada en 1988 para estimular y ayudar a la administración de empresas en la implementación de principios de gestión para mejorar la competitividad de la industria europea y disminuir la brecha de competitividad entre Europa, Estados Unidos y Japón; dicho modelo es la base del Premio Europeo a la Calidad. (Marcelino y Ramirez, 2014, pág. 151)

La EFQM fue fundada por los presidentes de 14 importantes compañías europeas, que son: AB Electrolux, British Telecommunications pie, Bull, Ciba-Geigy AG, C. Olivetti & C. SpA, Dassault Aviation, Fiat Auto SpA, KLM, Nestlé, Philips, Renault, Robert Bosch, Sulzer AG y Volkswagen. (Marcelino y Ramirez, 2014, pág. 151)

A principios de la década de 1990, se entregó por primera vez el premio, posteriormente se incorporaron algunos cambios y surgieron nuevas versiones para organizaciones de servicios públicos y para PyME. (Marcelino y Ramirez, 2014, pág. 151)

El Modelo Europeo de Excelencia Empresarial se compone de dos grupos de criterios: los agentes y los resultados, que abarcan todas las áreas del funcionamiento de la organización y que al momento de ser evaluados para aspirar al Premio Europeo a la Calidad cada uno con valor distinto; el primer grupo consta de cinco de éstos y el segundo de cuatro; también aporta reglas de evaluación con base en la metodología Resultado, Enfoque, Despliegue, Evaluación y Revisión, afín a lo que establecen para el mismo propósito los modelos iberoamericanos (enfoque, desarrollo, evaluación y revisión) y Baldrige (estrategia, despliegue y revisión). (Marcelino y Ramirez, 2014, pág. 151)

La fuerza del modelo es la autoevaluación de los resultados respecto al rendimiento, clientes, personal y sociedad que se logra por medio del mantenimiento de un liderazgo en la generación de calidad, formular las políticas y alianzas estratégicas, gestión adecuada de recursos y el personal, orientado a procesos clave que crean valor y que son apreciados por el cliente. (Marcelino y Ramirez, 2014, pág. 152)

Criterios de agentes

Los agentes son las acciones que detonan los resultados, son elementos que deben evaluarse con un enfoque bien fundamentado dentro de un solo sistema de gestión; su eficacia deberá revisarse periódicamente con objeto de analizar y mejorar de manera constante. (Marcelino y Ramirez, 2014, pág. 152)

- **Liderazgo:** Los líderes deben definir funciones, metas, objetivos, misión, visión y valores, implicarse en el desarrollo, implantación y mejora del sistema de gestión, relacionarse con los ciudadanos, socios, colaboradores y representantes de la sociedad, motivar, apoyar y reconocer al personal e impulsar el cambio organizacional.
- **Estrategias:** La organización debe determinar, revisar y asegurar el entendimiento de la política y las estrategias entre el personal; éstas se desarrollan con base en necesidades y expectativas actuales y futuras, contando con información procedente de actividades relacionadas con el rendimiento y el aprendizaje, tomando en cuenta un esquema de procesos clave y el mercado en el que operan.
- **Personal:** La empresa debe alinear los esfuerzos del personal con el objetivo de la misma y aprovechar mejor el potencial humano con que cuenta por medio del desarrollo y mantenimiento del conocimiento y de las capacidades, implicación y asignación de responsabilidades, comunicación, organización, recompensa, reconocimiento y atención para reforzar el compromiso con la organización.
- **Alianzas y recursos:** La gestión de alianzas consiste en que la empresa debe realizar cadenas de valor con fuentes externas que suministren recursos económicos, financieros, equipos, materiales, tecnología, información y conocimiento e implementen estrategias para un mejor aprovechamiento de los recursos internos para el adecuado funcionamiento del sistema de gestión, partiendo de un equilibrio entre sus capacidades y necesidades actuales y futuras.
- **Procesos, productos y servicios:** Es indispensable el diseño y la gestión de un sistema con base en procesos que incluyan: mejora continua, enfoque en el cliente, prestación de servicios y productos para el cliente, gestión y mejora de las relaciones con los clientes. (Marcelino y Ramirez, 2014, pág. 152)

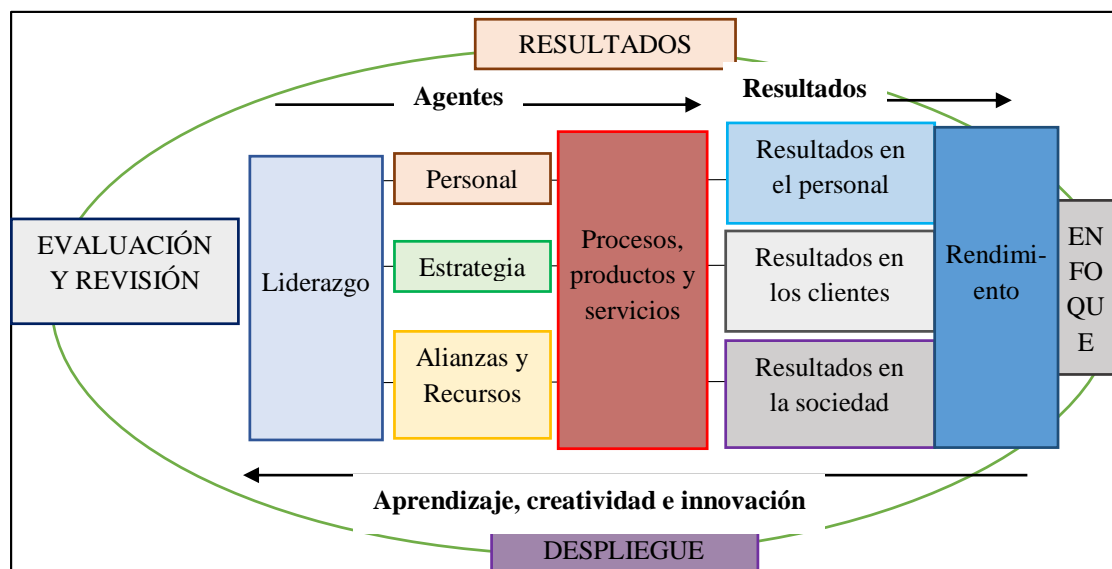
Criterios de resultados.

Los resultados son la evidencia de que las estrategias diseñadas e implementadas en los aspectos anteriores dieron efectos favorables al haber alcanzado los objetivos planteados debiendo comparar lo esperado con lo realmente obtenido y a su vez con los de otras organizaciones.

- **Resultados en clientes:** Medidas de percepción y rendimiento (indicadores).

- **Resultados en el personal:** Medidas de percepción y rendimiento (indicadores).
- **Rendimiento en la sociedad:** Medidas de percepción y rendimiento (indicadores).
- **Rendimiento:** Resultados e indicadores clave del rendimiento final de la organización.

Figura 3. Mapa de los criterios del Modelo EFQM.



Fuente: Mapa de los criterios del modelo EFQM y sistema de retroalimentación.

Autores: (Marcelino y Ramirez, 2014, pág. 153)

Este modelo tiene gran similitud con sus homónimos de Japón (Deming) y Estados Unidos (Baldrige), y por consiguiente armoniza con la metodología de las ISO 9000; involucra al personal de manera superlativa, la innovación y el aprendizaje como ventaja competitiva, enfatiza el enfoque en el cliente y en grupos de interés, vista de mejores resultados por medio de los agentes facilitadores que lo integran y de criterios de resultados que lo evalúan. (Marcelino y Ramirez, 2014, pág. 154)

EL modelo EFQM promueve la mejora de la calidad, este modelo se basa en criterios y subcriterios que guían a las empresas a tener una cultura de excelencia en la calidad, es muy importante porque con este modelo permite evaluar las empresas mediante facilitadores, para obtener los resultados que necesita la empresa. Promueve una gestión eficaz y eficiente aplicando su modelo dentro de empresas públicas o privadas.

8.2.8.3 Modelo Iberoamericano

El día 18 de marzo de 1998 se constituyó la Fundación Iberoamericana para la Gestión de la Calidad (FUNDIBEQ), organización sin fines de lucro que impulsa considerablemente la generación de valor, calidad y excelencia por medio del Modelo Iberoamericano de Excelencia, base para el Premio Iberoamericano de la Calidad que es entregado cada año a partir del 2000 a organizaciones de países miembros. (Marcelino y Ramirez, 2014, pág. 154)

El modelo ha recibido hasta la fecha actualizaciones para mantenerse vigente y a la vanguardia de las necesidades del mercado, el sector empresarial y la sociedad; se enfoca en empresas de los sectores público y privado; sin embargo, los criterios son los mismos a pesar de que varía en ciertos enfoques debido a que se dirige a clientes diferentes, entre otros aspectos, que lo hacen disímil. (Marcelino y Ramirez, 2014, pág. 154)

El modelo iberoamericano compone de nueve criterios divididos en procesos facilitadores, en donde se encuentran cinco de ellos y de resultados, integrado por cuatro en un ambiente de innovación y mejora continua, mismos que al ser evaluados reciben una puntuación diferente, tal como se describe a continuación. (Marcelino y Ramirez, 2014, pág. 154)

Criterios de procesos facilitadores:

- **Liderazgo y estilo de gestión (140 puntos):** Analiza la cultura y los valores puestos en marcha para el éxito a futuro y el compromiso de los líderes, así como la estructura organizacional, el sistema de gestión basado en procesos y la eficacia de la implementación de políticas y estrategias de negocio.
- **Política y estrategia (100 puntos):** Evalúa cómo la organización determina su política, su misión y visión, y la comunicación y el entendimiento en el personal por medio de estrategias adecuadas, así como la atención a las necesidades de grupos de interés.
- **Desarrollo de las personas (140 puntos):** Analiza cómo la organización potencializa el capital humano con el fin de obtener eficacia y eficiencia en la gestión con atención y reconocimiento.
- **Recursos y asociados (100 puntos):** Observa cómo la organización administra sus recursos internos (materiales, capital intelectual, de información,

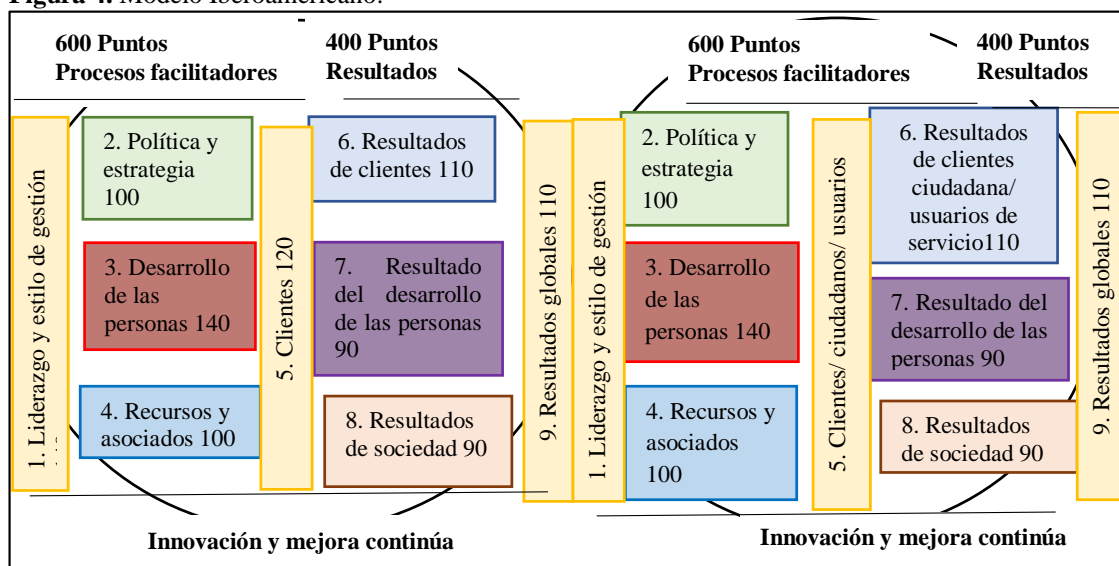
tecnológicos, entre otros) y externos (alianzas, relaciones beneficiosas con proveedores, entre otros).

- **Procesos y clientes (120 puntos):** Examina el enfoque en el cliente y las estrategias de la empresa para lograr su satisfacción y cumplir con las expectativas de sus clientes actuales y futuros. (Marcelino y Ramirez, 2014, pág. 154)

Criterios de evaluación de resultados:

- **Resultados de clientes/usuarios (110 puntos):** Evalúa el éxito obtenido respecto a la satisfacción de sus clientes una vez implementadas las estrategias.
- **Resultado del desarrollo de las personas (90 puntos):** Evolución en respuesta al desarrollo de los colaboradores obtenido de las acciones implementadas.
- **Resultados de sociedad (90 puntos):** Los logros obtenidos por la organización como miembro de una sociedad local, nacional e internacional (según aplique).
- **Resultados globales (110 puntos):** Evaluación de los logros a nivel financiero y proyección en el mercado que está obteniendo la organización como resultado de las acciones implementadas, es decir, mejora continua alcanzada.

Figura 4. Modelo Iberoamericano.



Fuente: Modelo Iberoamericano de excelencia en la Gestión.

Autores: (Marcelino y Ramirez, 2014, pág. 155)

El modelo Iberoamericano y el modelo europeo EFQM tienen gran similitud; ambos manejan agentes facilitadores y de resultados, nueve en total, cinco y cuatro respectivamente, la única diferencia que se aprecia entre uno y otro es que el primer criterio del modelo iberoamericano también incluye estilo de dirección y en el criterio cinco también difieren, ya que el modelo EFQM menciona procesos mientras que su

homónimo iberoamericano establece el criterio de clientes; sin embargo, en el resto de los criterios son equivalentes. (Marcelino y Ramirez, 2014, pág. 155)

Por la parte de retroalimentación, ambos tienen elementos similares del sistema; el iberoamericano establece que se requiere enfoque, desarrollo, evaluación y revisión; mientras que el europeo trabaja con enfoque, estrategia, despliegue, evaluación y revisión. (Marcelino y Ramirez, 2014, pág. 155)

Premio Iberoamerican de la Calidad.

La primera convocatoria del Premio Iberoamericano de la Calidad fue en 1999; éste es un proyecto afecto a la Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno, coordinado por la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB) y promovido por la Fundación Iberoamericana para la Gestión de la Calidad (FUNDIBEQ) con sede en España. (Marcelino y Ramirez, 2014, pág. 155)

Pueden acceder a este premio organizaciones de países miembros de la FUNDIBEQ como Argentina, Brasil, Chile, España, México, Venezuela, Cuba, Portugal, Perú, Nicaragua, Andorra, Bolivia, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Paraguay, República Dominicana, Panamá y Uruguay. (Marcelino y Ramirez, 2014, pág. 155)

El galardón tiene como objetivo reconocer la excelencia de las organizaciones premiadas a nivel internacional, estimular a las organizaciones del gremio a compararse con organizaciones de niveles de calidad de clase mundial y ser vistas como punto de referencia de mejora continua para otras empresas. (Marcelino y Ramirez, 2014, pág. 156)

Las organizaciones aspirantes deben cumplir con ciertos requisitos de postulación; pueden ser empresas privadas, públicas o de administración pública, de tamaño grande, medianas o pequeñas (PyMEs), en donde las medianas se categorizan de acuerdo a si tienen entre 51 y 300 trabajadores, las pequeñas entre 1 y 50, las grandes a partir de 301 y sus actividades comerciales se desarrollan preponderantemente en países de Iberoamérica (al menos en los últimos cinco años). (Marcelino y Ramirez, 2014, pág. 156)

Las candidatas a la evaluación pueden obtener alguno de los siguientes reconocimientos:

- Premio a la trayectoria excelente.
- Ganador del Premio Iberoamericano.
- Reconocimiento Plata.
- Mención especial.

Las galardonadas consiguen diferentes beneficios y compromisos, como el de representar con ética el premio recibido, divulgar y promover el reconocimiento, fungir como embajadoras de la calidad y excelencia que representan, así como mantener y mejorar el nivel de excelencia alcanzado. Cabe destacar que el proceso del premio está certificado por la norma ISO 9001:2008. (Marcelino y Ramirez, 2014, pág. 156)

El modelo Iberoamericano es un modelo que promueve la excelencia de la calidad, consta de nueve criterios; el modelo permite eliminar las falencias en los procesos que desarrolla la empresa promueve la mejora continua de la empresa u organización, también facilita la evaluación interna y del entorno.

8.3 Definición de servicio

Según Publicaciones Vértice (2010), el 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. Por ejemplo: El comprador de un Mercedes espera cierto número de prestaciones: antes, durante, y después de la compra, tales como, demostraciones, prueba del vehículo, soluciones financieras a su medida, reparaciones rápidas, que no haya averías, etc. Para ofrecer un buen servicio hace falta algo más que amabilidad y gentileza, aunque estas condiciones sean imprescindibles en la atención al cliente. Así cuando un interlocutor habla por teléfono tiene que hacerlo sonriendo, y además proporcionando sin demora la información adecuada que oriente a la persona que ha llamado hacia el interlocutor idóneo. Se trata de un problema de métodos y no de simple cortesía. (pág. 4)

Según el autor Sánchez (2011), manifestó que el servicio está compuesto tanto por elementos materiales como inmateriales, que van desde los géneros que se sirven hasta el material usado para este menester, teniendo en cuenta la amabilidad de la brigada o la decoración del establecimiento. (pág. 16)

El servicio es considerado como un conjunto de actividades o proceso interrelacionadas que ejecutan una entidad u organización empleando, medios humanos y materiales, con

la finalidad de ponerlos a disposición de un cliente individual o colectivo, con el ánimo de obtener valor económico y beneficios mutuos.

8.3.1 Tipos de servicio

A través de la OMC. Se puede encontrar la clasificación de 12 grupos que están muy asociados con las tendencias del siglo XXI expuestas anteriormente, ellos son:

8.3.1.1 Servicios prestados a empresas

- a. Servicios profesionales
- b. Servicios de informática y servicios conexos
- c. Servicios de investigación y desarrollo
- d. Servicios de inmobiliarios
- e. Servicios de arrendamiento
- f. Servicios de tercerización de las empresas

8.3.1.2 Servicios de comunicaciones

- a. Servicios postales
- b. Servicios de correos
- c. Servicios de telecomunicaciones
- d. Servicios de audiovisuales

8.3.1.3 Servicios de construcción y servicios de ingeniería y conexos

- a. Trabajos generales de construcción para edificios
- b. Trabajos generales de construcción para ingeniería civil

8.3.1.4 Servicios de distribución

- a. Servicios de comisionista
- b. Servicios comerciales por mayor
- c. Servicios comerciales por menor
- d. Servicios de franquías
- e. Otros

8.3.1.5 Servicios de enseñanza

- a. Servicio de educación primaria
- b. Servicio de educación secundaria
- c. Servicio educación superior
- d. Servicio de adulto NI C.P
- e. Otros servicios de enseñanza

8.3.1.6 Servicios relacionados con el medio ambiente

- a. Servicios de alcantarillado
- b. Servicios de eliminación de desperdicios
- c. Servicios de saneamiento y servicios similares
- d. Otros

8.3.1.7 Servicios financieros

- a. Todos los servicios de seguros y relacionados con los seguros
- b. Servicios bancarios y otros servicios financieros
- c. Otros servicios

8.3.1.8 Servicios sociales y de salud

- a. Servicios de salud
- b. Otros servicios de salud humana
- c. Servicios sociales
- d. Otros servicios

8.3.1.9 Servicios de turismo y servicios relacionados con los viajes

- a. Hoteles y restaurantes
- b. Servicios de agencias de viajes y organización de de viajes en grupo
- c. Servicios de guía de turismo
- d. Otros

8.3.1.10 Servicio de esparcimiento, culturales y deportivas

- a. Servicio de espectaculos
- b. Servicio de agencias de noticias

- c. Servicios de bibliotecas, museo, archivos y otros servicios culturales.

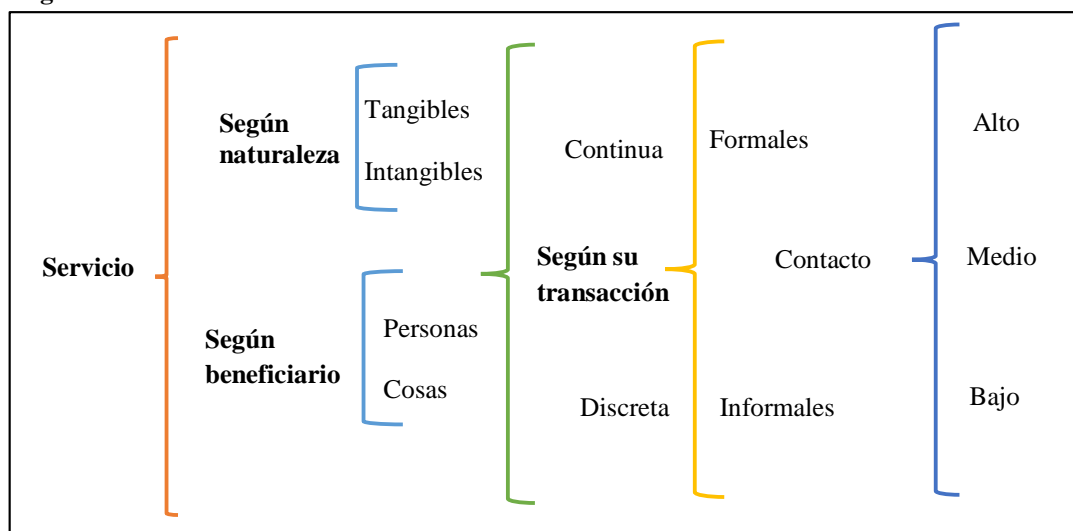
8.3.1.11 Servicio de transporte

- a. Servicio de transporte marítimo
- b. Transporte vías navegables interiores
- c. Servicio de transporte aéreo
- d. Transporte por el espacio
- e. Servicio transporte ferrocarril
- f. Servicio transporte por carreteras
- g. Servicio transporte por tuberías (Vargas y Aldana, 2011, pág 89)

La clasificación descrita, permite observar la diversidad de servicios que se puede ofertar en la actualidad, en todos ellos hay oportunidad de negocio, la diferencia es que tan bueno es el servicio que ofertamos, cual es la percepción del cliente. Lógicamente que la calidad será el parámetro que marque la diferencia para lograr un nicho de mercado.

8.3.3 Clasificación de servicio

Figura 5: Clasificación de servicio.



Fuente: Clasificación de servicio.

Autores: (Vargas y Aldana, 2011, pág 86)

8.3.4 Características del servicio

Otro aspecto esencial, dentro de la conceptualización del texto, se focaliza en las características del servicio, entendidas ellas como un rango distintivo medible que permite determinar los atributos peculiares de una persona o cosa.

El papel primordial se centra en la creación de retos y oportunidades especiales en el marketing. Los servicios presentan algunas características específicas muy distintas de las de los bienes de consumo, que van a condicionar la gestión y la calidad desde el mismo momento del diseño, son ellas:

8.3.4.1 La Propiedad: Los clientes no adquieren la propiedad sino el uso o disponibilidad del servicio. La intangibilidad del servicio hace innecesaria una transferencia de la titularidad del proceso de compra.

8.3.4.2 El Contacto directo: La producción de las empresas se clasifica según el grado de contacto directo con el cliente, contacto que a medida que crece se compromete más con la zona del servicio

8.3.4.3 Participación del cliente: En el servicio, producción y consumo son inseparables, de modo que el usuario forma parte de aquélla y de la prestación. La participación se realiza a través de algunas funciones a saber:

- **Especificación del servicio:** El cliente interno o el externo aporta información para la efectividad del proceso, convirtiéndose en dueño, usuario o beneficiario del mismo.
- **Coproducción:** El cliente ayuda a la producción del servicio, cuando participa en la construcción del proceso.
- **Mantenimiento del ethos:** La organización puede decidir la participación del cliente, con el objetivo de proporcionar experiencias y estímulos, de forma que el contacto influya en el comportamiento, en la motivación y en la productividad de los individuos que intervienen en la prestación del servicio
- **Comercialización del servicio:** La interacción de los clientes durante la fase de prestación del servicio y sobre todo, la transmisión oral, contribuyen a la comercialización del producto.
- **La intangibilidad:** Los servicios no tienen existencia más que en la medida que son producidos y consumidos. El usuario potencial no puede conocer el servicio antes de consumirlo- Esta característica conlleva a un mayor nivel de riesgo percibido por el usuario: riesgo económico, social, moral que obliga a la institución a intentar reducirlo
- **La inseparabilidad del proceso:** El servicio se elabora, se comercializa y consume en el mismo momento. La simultaneidad del proceso producción-

consumo reúnen características que pueden ser la causa de diversos problemas. En la producción del servicio se deben integrar el factor humano y el factor técnico.

- **Heterogeneidad:** En el mercado todos somos diferentes. No hay dos consumidores iguales ni dos proveedores iguales: por esta razón los servicios son difíciles de generalizar.
- **Caducidad:** Como consecuencia de la intangibilidad y de la simultaneidad de la producción consumo, los servicios son perecederos. Los servicios no pueden almacenarse; pueden repetirse pero no recobrase.
- **Fiabilidad Humana:** Es el complemento del error humano. El problema de la calidad del servicio es prevenir el error, corregirlo y controlarlo.
- **Control de calidad:** Esta característica orienta a la organización, en la evaluación periódica de la capacidad de los procesos, en cuanto al dar satisfacción a los requerimientos y especificaciones planteados por los usuarios. Si no se ofrece calidad, no se puede mejorar ni repetir.
- **Desarrollo y perfeccionamiento del sistema:** Un cliente exigente, seguro y muy bien documentado ofrece la oportunidad de realizar un trabajo de mejor nivel. (Vargas y Aldana, 2011, pág. 91)

El criterio de los autores, permite visualizar que las características de los servicios son aspectos importantes a ser tomados en cuenta para la concreción de nuevos retos y oportunidades, siempre y cuando satisfaga los requerimientos de los usuarios.

8.3.5 Cultura de servicio

Cabe destacar que en toda organización existen factores internos que generan una cultura. Sin embargo, el origen de la cultura de servicio se debe al esfuerzo de las empresas por orientar todos sus factores internos hacia el servicio del cliente. Para esto, la forma más segura de alcanzar el nivel esperado por ellos se basa en el comportamiento de los integrantes de la organización, quienes sin duda tienen una gran influencia de la cultura existente y lo proyectan al cliente. (García y Arminda, 2016, pág. 393)

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

ayuda para lograr la satisfacción del cliente". De esta manera, cuando las organizaciones deciden establecer una cultura de servicio deben orientar sus valores y normas al cumplimiento de esa premisa dentro de la empresa. (García y Arminda, 2016, pág. 393)

"Al hablar de cultura de servicio, se debe reflejar al interior y exterior de la organización, elementos como: comunicación asertiva, respeto a las personas y a las diferencias, transparencia en el actuar, es decir, ambiente sano de trabajo. Sin embargo, algunas organizaciones tienen estructura de servicio y no cultura de servicio, ya que se quedan en la superficialidad de una buena atención, y no se trasciende a la vivencia y al placer de servir". (García y Arminda, 2016, pág. 393)

La cultura de servicio abarca el interior y exterior de las organizaciones, si existe cultura de calidad en el interior de la empresa, los trabajadores sienten el impulso de producir con calidad, solo así el cliente percibe que es respetado en sus necesidades y expectativas; por ende estarán deseosos de pagar por ellos.

8.3.6 Qué son los servicios privados

El sector privado es el conjunto de la actividad económica que no está controlada por el estado. Mientras en el sector público el protagonismo está en manos del estado, en el sector privado es la empresa el elemento fundamental. Cuando decimos que la empresa privada es el motor de este sector, hay que tener en cuenta que no importa cuál sea el volumen de la misma ni la forma jurídica que tenga. Una empresa puede estar formada por un individuo de manera autónoma o por miles de trabajadores y jurídicamente tiene distintas opciones organizativas (sociedad limitada, sociedad anónima, sociedad colectiva, una unión transitoria de empresas o UTE...). En cualquier caso, el principal objetivo del sector privado es el beneficio económico a través de los productos o servicios que intenta comercializar dentro de un mercado en el cual compite con otras compañías. (Navarro, 2015).

El servicio privado se da cuando una empresa de este sector satisface los intereses o necesidades de sus clientes y las personales con el fin de obtener lucro, las dos partes obtienen lo que desean.

8.3.7 Qué son los servicios públicos

Los servicios públicos y gubernamentales abarcan una gran diversidad de categorías industriales y profesionales, incluidos, por ejemplo, los trabajadores de los servicios de

telecomunicaciones y postales, los servicios de inspección y de campo, así como las actividades de tratamiento de aguas residuales reciclado, vertido controlado y residuos peligrosos. Según la situación en cada país sectores como los servicios de telecomunicaciones y postales pueden ser de competencia pública o privada. (LeGrande, 2012, pág. 5)

Un servicio público es la acción, institución o prestación que es promovida por el estado para garantizarla igualdad entre todos los ciudadanos, para ello, es imprescindible que existan una serie de servicios públicos en entornos empresariales de una manera estratégicas de la sociedad.

8.3.8 La calidad del servicio

La calidad en el servicio atañe a cada departamento y a cada individuo que hace parte de la empresa: es un compromiso que debe ser cultivado desde el momento de la creación de esta y así los clientes tendrán claro por qué y para qué adquieren nuestro producto o servicio, con el que esperan recibir la garantía de que sus necesidades serán satisfechas plenamente. (Prieto, 2016, pág. 31)

La principal norma de calidad se debe basar en la satisfacción del cliente y de sus expectativas cuando demanda un servicio, que está basada en:

- Factores que puede controlar la empresa directamente; publicidad, promociones, relaciones públicas, la imagen corporativa, etc.
- Factores que puede controlar la empresa de forma indirecta; opiniones, encuestas o experiencias anteriores.
- Factores que la empresa no puede controlar: opiniones e informaciones espontaneas de los clientes o usuarios. (Caiza, 2016, pág. 121)

La calidad de servicio envuelve íntegramente el entorno de una empresa, para lograr el compromiso de todos sus miembros, de manera que los clientes se sientan garantizados al momento de adquirir un producto o servicio.

8.3.9 Evaluación del servicio

La evaluación del servicio es un sistema mediante el cual una organización escucha a cliente de manera periódica y permanente, para detectar fallas en la prestación del servicio. Esta actividad sirve para obtener información calificada del cliente servicio que

recibe y el nivel de satisfacción a sus necesidades; respalda y fomenta el proceso de planeación estratégica de la compañía. Sobre la calidad expectativas, la del cual el servicio se evalúa para aumentar su calidad, para saber dónde nos encontramos en relación con la promesa básica, para comprobar la homogeneidad de los procesos, para identificar la fortalezas y debilidades, para saber dónde podemos mejorar, para incrementar el conocimiento de los usuarios y para cuantificar los avances logrados en el programa de servicio al cliente. (Prieto, 2014, pág. 116)

La experiencia en asesoría y consultoría en empresas de servicios nos ha llevado a proponer la siguiente tabla como guía para la evaluación del servicio. Es muy probable que usted tenga otra; lo importante es sustentarla con base en los momentos de verdad identificados en su cadena de atención al cliente. (Ibídem, 2014, pág. 116)

Tabla 2: Parámetros de calidad en el servicio.

Índice%	Servicio	Cliente
100	Excelente	Muy satisfecho
90	Bueno	Satisfecho
80	Aceptable	Indiferente
70	Regular	Insatisfecho
60	Malo	Muy Insatisfecho
50	Muy malo	Defraudado

Fuente: Evaluación del servicio.

Autor: (Prieto, 2014, pág. 116)

Evaluación del servicio todo lo que es realizable es evaluable. Como una afirmación personal, aquello que no sea sensible de ser evaluado definitivamente es inútil, porque la evaluación es el mejor aliado que permite y fomenta el mejoramiento continuo para así ser más competitivo. Se definirá que la evaluación del servicio es el producto resultante de la relación entre quien presta el servicio y quien lo recibe. (Diago, 2012, pág. 33)

Es el momento en el cual el cliente evalúa de acuerdo con su criterio y expectativas su nivel de satisfacción. Siempre debe existir un elemento o una herramienta que arroje sistemática y permanentemente variables de análisis que permitan visualizar cómo se desarrollan los acontecimientos y cuál es la calificación de satisfacción por parte de aquellos que reciben el servicio al cliente. (Ibídem, 2012, pág. 33)

La evaluación del servicio es un insumo que permite obtener información calificada sobre la satisfacción del cliente y sus expectativas; su procesamiento y análisis permitirá tomar correctivos que mejoren la calidad.

8.3.10 Ciclo del servicio

El ciclo del servicio empieza en el primer punto de contacto entre el cliente y la organización. Puede ser el instante en el que el cliente ve el anuncio, recibe una llamada de su vendedor o inicia una encuesta telefónica; puede ser cualquier otro acontecimiento dentro del negocio y que termina temporalmente, cuando el cliente considera que el servicio está completo y se reinicia cuando este decide volver por más. Para descubrir los momentos críticos de verdad en el trato con los clientes, haga un diagrama de su ciclo particular de servicio; divida el ciclo en episodios lo más pequeños posible, que tengan sentido conceptual. Luego empiece a señalar los diferentes momentos de verdad atravesando el ciclo completamente. (Prieto, 2014, pág. 40)

El ciclo del servicio es la base más adecuada para evaluar la calidad del servicio ofrecido y prestado. Con base en esta información se deben construir una serie de herramientas y el mecanismo a través del cual se desarrollan dichas herramientas y determinar qué se desea auditar. (Diago, 2012, pág.34)

El ciclo de servicio es el conjunto de acciones que el cliente se ve obligado a efectuar para adquirir un bien o servicio, este proceso es la base para evaluar en nivel de calidad.

8.4 Definición de satisfacción

La satisfacción es un estado de animo resultante de la comparación entre las expectativas del cliente y el servicio ofrecido por la empresa. (Cosso, 2008, pág. 77)

El producto o servicio tendrá la suficiente calidad cuando satisfaga o supere las expectativas de los clientes.(Díaz, 2014, pág. 61)

La satisfacción es el resultado del servicio percibido se refiere al nivel de conformidad de la persona cuando realiza una compra o utiliza un servicio.

8.4.1 Satisfacción del cliente

La satisfacción se relaciona de manera estrecha con la actuación de consumo y en cierto sentido, procede de ella. Después de la compra de un artículo, servicio o evento, el cliente evaluará de alguna manera su desempeño, a menos que carezca por completo de capacidad de crítica. En el marketing tradicional, esto es lo que determina la presencia o ausencia de satisfacción del cliente. (Ortis, et al, 2014, pág. 26)

La satisfacción del cliente es la evaluación que hace el cliente respecto a un servicio y que depende de que el servicio responda a sus necesidades y expectativas. De lo contrario, el cliente quedará insatisfecho. (Tarodo, 2014, pág. 172)

La satisfacción del cliente es la evaluación del bien adquirido o servicio recibido; es de gran importancia en las empresas para determinar el nivel de calidad en el que se desenvuelve.

8.4.2 Beneficios de lograr la satisfacción del cliente

Según Guardado (2012), establece que existen diversos beneficios que todas las empresas pueden obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, éstos se resumen en tres grandes beneficios, que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del cliente. (pág. 72)

8.4.2.1 Primer beneficio

El cliente satisfecho, generalmente, vuelve a comprar. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro.

8.4.2.2 Segundo beneficio

El cliente satisfecho es aquel que comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos.

8.4.2.3 Tercer beneficio

El cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar en el mercado. Por tanto, toda empresa que logre la satisfacción de sus clientes obtendrá como beneficios:

- La lealtad del cliente.
- Una difusión gratuita.
- Una determinada participación en el mercado.

8.4.3 Los niveles de satisfacción

Tras realizar la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan tres niveles de satisfacción:

8.4.3.1 Insatisfacción

Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.

8.4.3.2 Satisfacción

Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.

8.4.3.3 Complacencia

Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente. Dependiendo del nivel de satisfacción del cliente, se puede conocer el grado de lealtad hacia una marca o empresa, ya que un cliente insatisfecho cambiará de marca o proveedor de forma inmediata. Por su parte, el cliente satisfecho se mantendrá leal, pero sólo hasta que encuentre otro proveedor que tenga una oferta mejor. En cambio, el cliente complacido será leal a una marca o proveedor porque siente una afinidad emocional que supera a una simple preferencia racional (lealtad incondicional).

Por este motivo, las empresas inteligentes buscan complacer a sus clientes prometiéndolo sólo lo que pueden entregar, y entregando después más de lo que prometieron. (Ibíd., 2012, pág. 74)

8.4.4 Expectativas del cliente

Las expectativas del cliente son el nivel del servicio que éste espera recibir; este nivel de expectativas es diferente para cada cliente. Existen tres niveles de expectativas.

- **Expectativas ideales.** Se satisfacen y se logran superando las necesidades y expectativas en todos los sentidos de los clientes, es considerada de excelencia.
- **Expectativas de lo que debería ser.** Es la consideración de los clientes de lo que deberían recibir en el servicio, es considerado un nivel más alto de lo que los clientes esperan recibir.

- **Expectativas esperadas.** Es la relación de la información que el cliente tiene y el nivel de la expectativa que espera recibir, se considera un nivel básico de expectativa, y se califica como deficiencia en el servicio cuando el cliente encuentra un nivel por debajo. (García, 2016, pág. 113)

8.4.5 Percepciones del cliente

La percepción del cliente es el nivel de servicio que el cliente califica de forma subjetiva acerca de su experiencia recibida del servicio.

El cliente percibe los servicios en función de lo que para él es calidad y la medida en la que queda satisfecho. En general los clientes de acuerdo a Druker (1990), utilizan cinco dimensiones para evaluar el desempeño de una organización en función a la satisfacción resultante estas son:

Fiabilidad: Es la manera confiable, segura y cuidadosa en que la empresa ofrece sus servicios. Dentro de este concepto se encuentran todos aquellos factores como la capacidad y el conocimiento profesional de la organización.

Seguridad: Esta palabra incluye la credibilidad que brinda la organización al cliente en el sentido de que su problema será resultó de la mejor manera abarcando aspectos de honestidad y confiabilidad.

Capacidad de respuesta. La actitud que tiene la organización prestadora del servicio para ayudar a los clientes y realizarlo de manera rápida.

Intangibilidad: Los servicios no pueden ser inventariados; si no es utilizada la capacidad de producción de servicio, se pierde.

Interacción humana. Es la relación resultante entre la organización y el cliente; aunque el servicio es realizado por los empleados de la organización, el cliente es partícipe indirecto en el proceso. (García, 2016, pág. 114)

8.5 Definición de cliente.

Un cliente es toda persona que tiene una necesidad latente o sentida, que busca un producto o servicio con ciertos requisitos y condiciones para poder satisfacerla totalmente. (Prieto, 2014, pág. 26)

Según Ortis et al., (2014) menciona que el cliente es un aspecto relevante para las organizaciones; de no ser así, no tendría una razón de ser para los negocios, por tanto, conocer a fondo las cada vez más sofisticadas y especializadas necesidades y deseos del consumidor, así como encontrar la mejor manera de satisfacerlas con estrategias adecuadas en una época de mercados cambiantes, es un asunto primordial de la supervivencia y prosperidad de las organizaciones. (pág. 26)

El cliente es una persona natural o jurídica que a cambio de un pago recibe un servicio, en la actualidad existen clientes constantes que acceden al servicio de forma persistente o casual, la fidelidad depende de la atención que le brindemos.

8.5.1 Importancia del cliente

El cliente es importante porque es el punto de apoyo y el mayor activo en el que descansa toda la estructura de una empresa. Los clientes tienen motivos racionales, entendidos como aquellas razones lógicas que determinan la acción de compra y que están relacionadas con el producto y el servicio que reciben y pueden ser: precio, calidad, durabilidad, servicio, valorización, garantía, etc. (Prieto, 2014, pág. 26)

Según Vargas y Aldana (2014), menciona que el cliente es el núcleo de la gestión. Se define como todo ser humano que espera que la organización o las personas que la componen den solución o respuesta a algún tipo de necesidad o inquietud y que busca un servicio o producto que se ajuste a sus deseos y expectativas. (pág. 114)

El cliente es el núcleo y mayor activo para que toda organización funcione, es la razón de ser de las empresas, es el receptor de los productos o servicios ofrecidos.

8.5.2 Clases de clientes

La gente de hoy en día examina con mayor detenimiento la atención que le brindan las empresas de su localidad, y es aquí precisamente donde tiene importancia el concepto de servicio. La razón es muy sencilla: los clientes no buscan tanto el producto como tal, el cual debe tener calidad para estar en el mercado, sino los beneficios que pueden encontrar a través de él. (Prieto, 2014, pág. 59)

Prieto 2006, menciona que **el cliente interno** es toda persona o grupo de personas que recibe un producto o servicio de otra persona o grupo de personas de la misma

organización, en el camino hacia la calidad en el servicio al cliente externo” (Ibídem. 2014, pág. 59)

Prieto 2006, menciona que el **cliente externo** llamado también cliente final, “es toda persona ajena a la organización con necesidades reales o creadas, con capacidad de pago y autoridad de compra a quien buscamos satisfacer totalmente sus necesidades y expectativas en relación con una propuesta básica ofrecida” (Ibídem, 2014, pág. 60)

8.5.3 Características de clientes

Tipologías de los clientes más habituales:

8.5.3.1 Cliente dificultoso: Es un tipo de cliente que se caracteriza por ser exigente y difícil ya que nunca queda satisfecho y siempre está protestando. Además, se cree que siempre tiene la razón, nadie debe contradecirle y su carácter, en ocasiones, suele ser dominador, agresivo y prepotente.

Para tratar a este tipo de cliente, debemos tener mucha paciencia y mantener la calma, no cayendo en sus provocaciones y evitando discutir con él. A este tipo de cliente hay que ofrecerle un servicio de calidad excelente, evitando que proteste.

8.5.3.2 Cliente complaciente: Es un tipo de cliente que se caracteriza por ser amable, simpático, cortés y, a veces, hablador.

Para tratar con este tipo de clientes debemos ser amables y amigables con él, pero manteniendo continuamente cierta distancia para no darle demasiada confianza. Debemos intentar seguirlo en su conversación y en sus bromas, pero interrumpirlo cortésmente cuando el diálogo se haya prolongado demasiado.

8.5.3.3 Cliente retraído: Es un tipo de cliente que se caracteriza por ser tímido, introvertido, callado, inseguro e indeciso. Suele tener problemas para decidir su compra, por lo que hay que dejarle tiempo para que se decida por un producto, por lo que no hay que ni interrumpirle ni presionarle. Además, suele tener problemas de comunicación, por lo que debemos inspirarle confianza y hacerle las preguntas indicadas que lo ayuden a comunicarse mejor. Este tipo de clientes es fácil de convencerlos para que compre un determinado producto, pero si éste no le satisface puede que lo llegue a comprar y no vuelva a visitarnos más.

8.5.3.4 Cliente inquieto: Es un tipo de cliente que se caracteriza porque es impaciente, siempre tiene prisa y rápidamente quiere entrar al negocio, comprar y salir lo más pronto posible. Además, este tipo de clientes quieren una atención rápida, sin importar que haya otros clientes que hayan llegado antes que él, por lo que se pone nervioso cuando le hacen esperar. Para tratar a este tipo de clientes, debemos hacerle creer que hemos comprendido que tiene prisa y procurar atenderlo lo antes posible. (Tarodo, 2014, pág. 165)

8.6 Qué son las tricimotos o mototaxi

Las mototaxis son vehículos de tres ruedas que permiten la movilidad de pasajeros como medio de transporte público, su funcionamiento es similar al funcionamiento de taxis, diferenciándose por la tarifa, la misma que es considerablemente menor. Su capacidad es de tres pasajeros, sin embargo, se ha podido observar que constantemente este límite no es respetado (Chamorro, 2010).

El mototaxismo es un modo de transporte público de pasajeros adoptado a nivel mundial, su surgimiento se liga a la necesidad de acceder a sectores donde por razones topográficas, condiciones de las vías de acceso o por la falta de demanda de usuarios, el transporte público no accede, sin embargo, su funcionamiento ha sido considerado como una problemática social, y asociado a un alto riesgo tanto para los conductores como para los usuarios por las condiciones que actualmente representa su servicio (Castillo, et al., 2013).

Chamorro (2010), sugiere la prohibición de este tipo de transporte público de pasajeros por la alta probabilidad de ocurrencia de accidentes de tránsito, su alta velocidad de recorrido y la fragilidad física de sus vehículos.

El comportamiento de este modo de transporte en seis ciudades latinoamericanas donde la presencia de este modo de transporte es importante y denotan como causas del surgimiento a la fácil accesibilidad a la compra y mantenimiento de este tipo de vehículo, han encontrado que en su mayoría los propietarios pertenecen a un nivel socioeconómico bajo; la tarifa es similar a la tarifa del sistema de transporte público de buses. Sin embargo, el ahorro en tiempo es considerable pues por sus características físicas pueden realizar maniobras que les permiten evitar los congestionamientos al mantener mayores velocidades en sus recorridos, comparado a las velocidades de los buses, no obstante, también recalcan la vulnerabilidad tanto de choferes como de usuarios a los accidentes de

tránsito, a la inseguridad, pues a diario enfrentan asaltos y a enfermedades sobre todo por la contaminación del aire y el hollín. (Hagen et al., 2016)

Las tricimotos o mototaxis son vehículos de tres ruedas adaptado a nivel mundial; son diseñados para brindar el servicio a las ciudadanías este tipo de transporte permite movilizar de un lugar a otro y a un bajo costo, satisfaciendo las necesidades de los usuarios con la prestación de sus servicios.

8.6.1 Normativa para el sistema de transporte de pasajeros de Mototaxis

La Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial es el ente encargado de asumir las competencias de La Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial (LOTTTSV), la misma que persigue organizar, planificar, fomentar, regularizar, modernizar y controlar el Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad vial, con el fin de proteger a las personas y bienes que se trasladen de un lugar a otro en el Estado Ecuatoriano, contribuyendo al desarrollo socio-económico del país. La LOTTTSV clasifica dentro del servicio de transporte comercial a las Tricimotos, mototaxis y triciclos motorizados, y determina en forma excepcional para las mismas que podrán prestar servicio comercial en lugares donde sea segura y posible su prestación, sin afectar el transporte público o comercial, siempre y cuando se sujeten a las restricciones de circulación determinadas por los Gobiernos Autónomos Descentralizados y a las condiciones técnicas determinadas en esta ley, es por ello que este modo de transporte conforman el servicio alternativo excepcional de transporte de pasajeros.

Para obtener los permisos de funcionamiento de una Compañía de Mototaxi para servicio público de pasajeros urbano, se requiere los siguientes requisitos:

- La asignación de cupos por parte de la Agencia Nacional de Tránsito a la compañía de Mototaxis.
- El informe de coordinación con los Gobiernos Autónomos Descentralizados involucrados, para determinar por operadora las vías de circulación y los sitios de estacionamiento.
- Legalización de la compañía de buses emitida por la Superintendencia de Compañías.
- La Concesión de Permiso de operación por parte de la ANT a la compañía de Mototaxis.

En la concesión de Permiso de Operación de la Compañía de Mototaxi, se definen los siguientes parámetros de funcionalidad:

- Operan bajo la modalidad de transporte comercial en tricimotos.
- El servicio consiste en el traslado de terceras personas mediante la petición del servicio, siendo el recorrido autorizado el solicitado por el cliente y dentro de los límites establecidos por la ANT.
- Los accionistas o choferes de los vehículos de transporte deberán contar con licencia tipo A o A1.

Se define la cantidad de accionistas y vehículos calificados que conforman la compañía con permiso de operación, donde se detallan algunos datos:

- **Accionista:** Nombres y apellidos, cédula;
- **Vehículo:** Placa, Motor, chasis, marca, modelo, año

Se definen las zonas de servicio y paradas donde las mototaxis podrán operar, asimismo se detallan las zonas restringidas por donde se prohíbe su circulación:

- La vida útil de las unidades es de 5 años.
- La ANT y la Comisión de Tránsito del Ecuador tendrán facultad de negar la renovación del permiso de operación o modificar las zonas de estacionamiento.
- Y operación o circulación en función del servicio de transporte público colectivo de buses.
- La vigencia del permiso de funcionamiento es de 10 años.

Las unidades que forman parte de la compañía de mototaxis deberán someterse a La Revisión Técnica de Vehículos (RTV), la misma cuya finalidad es garantizar las condiciones mínimas de seguridad de los vehículos basadas en los criterios de diseño y fabricación de los mismos. Además, permite comprobar que cumplan con la normativa técnica y que mantengan un nivel de emisiones contaminantes que no supere los límites máximos establecidos en la normativa INEN vigente.

8.6.2 Reglamento de Ley De Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial

8.6.2.1. Transporte Intracantonal

- a. **Transporte Escolar e Institucional:** Furgonetas, microbuses, mini buses y buses

- b. **Taxis:**
 - **Convencional:** Automóvil de 5 pasajeros, incluido el conductor.
 - **Ejecutivo:** Automóvil de hasta 5 pasajeros, incluido el conductor.
- c. **Servicio alternativo excepcional:** Tricimotos, mototaxis, triciclos motorizados (vehículos de tres ruedas).
- d. **Carga liviana:** Vehículos tipo camioneta de cabina sencilla con capacidad de carga de hasta 3.5 toneladas.
- e. **Carga pesada:** Vehículos y sus unidades de carga, con capacidad de carga de más de 3.5 toneladas.
- f. **Fronterizo:** el mismo que se regulará por los acuerdos internacionales vigentes.

8.6.2.2. Transporte Intraprovincial.-

- a. **Transporte escolar e institucional:** Furgonetas, microbuses, mini buses y buses.
- b. **Turismo:** Vehículos todo terreno livianos, furgonetas, microbuses, mini buses y buses.
- c. **Carga liviana:** Vehículos con capacidad de carga de hasta 3.5 toneladas.
- d. **Transporte mixto:** Vehículos con capacidad de carga de hasta 1.2 toneladas y hasta 5 pasajeros incluido el conductor.
- e. **Carga pesada:** Vehículos y sus unidades de carga con capacidad de carga de más de 3.5 toneladas.

8.6.2.3. Transporte Intrarregional e Interprovincial.-

- a. **Turismo:** Vehículos todo terreno livianos, furgonetas, mini buses y buses.
- b. **Carga pesada:** Vehículos de carga con peso bruto vehicular superior a 3.5 toneladas, y unidades de carga.
- c. **Pasajeros:** Buses. (Asamblea Nacional Constituyente, 2012, pág. 17)

8.6.2.1 Las categorías y tipos de licencias

Art. 132.- Las licencias para conducir serán de las siguientes categorías: No profesionales, Profesionales y Especiales:

- **No profesionales:**
 - a. **Tipo A:** Para conducción de vehículos motorizados como: ciclomotores, motocicletas, tricar, cuadrones.

- b. **Tipo B:** Para automóviles y camionetas con acoplados de hasta 1,75 toneladas de carga útil o casas rodantes. Excepcionalmente, los automóviles y camionetas con acoplados de hasta 1.75 toneladas de carga útil de propiedad del Estado, podrán ser conducidos por los funcionarios y servidores públicos que posean licencia tipo B en las circunstancias y cumpliendo con los requisitos determinados en la normativa aplicable expedida por la contraloría General del Estado.
- c. **Tipo F:** Para automotores especiales adaptados de acuerdo a discapacidad.
- **Profesionales:**
 - a. **Tipo C1:** Para vehículos policiales, ambulancias militares, municipales, y en general todo vehículo del Estado ecuatoriano de emergencia y control de seguridad.
 - b. **Tipo C:** Para taxis convencionales, ejecutivos, camionetas livianas o mixta hasta 3.500 kg, hasta 8 pasajeros; vehículos de transporte de pasajeros de no más de 25 asientos y los comprendidos en el tipo B.
 - c. **Tipo D1:** Para escolares- institucional y turismo, hasta 45 pasajeros.
 - d. **Tipo D:** Para servicio de pasajeros (intracantonales, interprovinciales, intra-provinciales, intrarregionales y por cuenta propia); y para vehículos del Estado ecuatoriano comprendidos en el tipo B y no considerados en el tipo C1.
 - e. **Tipo E1:** Para ferrocarriles, auto ferros, motobombas, trolebuses, para transportar mercancías o sustancias peligrosas y otros vehículos especiales.
 - f. **Tipo E:** Para camiones pesados y extra pesados con o sin remolque de más de 3,5 toneladas, tráiler, volquetas, tanqueros, plataformas públicas, cuenta propia, otros camiones y estatales con estas características.
 - g. **Tipo G:** Para maquinaria agrícola, maquinaria pesada, equipos camineros (tractores, moto niveladoras, retroexcavadoras, montacargas, palas mecánicas y otros).
 - h. **Tipo A1:** Para conducir mototaxis o tricimotos de servicio comercial, y los del tipo A.

Las licencias comprendidas en la categoría profesional habilitan también conducir los vehículos especificados en el tipo B.

Las licencias de conducir profesionales tipo C1, C, D1, DE1 y E, autorizan además la conducción de los vehículos previstos para la licencia de conducir no profesional tipo B.

Art. 133.- Las personas con discapacidades obtendrán su certificado y licencia de conductor, previa la aprobación de un examen médico realizado por el CONADIS, y examen de conducción que determine que su incapacidad física es subsanable mediante aditamentos colocados en su automotor y/o con prótesis adheridas a su cuerpo, y con las restricciones que se señalarán en su licencia. Tendrán sitios de estacionamiento preferente, identificados con la señal de tránsito correspondiente.

La Agencia Nacional de Tránsito tiene la facultad de verificar la capacidad física de la persona y/o el vehículo adaptado a su conducción, a fin de constatar su capacidad para conducir.

Art. 134.- Las Escuelas de Conductores Profesionales, los Institutos Técnicos de Educación Superior, las Universidades y las Escuelas Politécnicas autorizados por el Directorio de la Agencia Nacional de Tránsito, están facultados para la capacitación de los conductores que deseen obtener la licencia tipo A1, C1, C, D1, D, E1 y E. El SECAP y FEDESOMECE están facultados para la capacitación de los conductores que deseen obtener la licencia tipo G, de acuerdo a su facultad legalmente reconocida.

FEDESOMECE obligatoriamente coordinará con las asociaciones provinciales de operadores y mecánicos de equipo caminero, legalmente constituidas, asociadas o no; la capacitación de conductores de equipo caminero. (Asamblea Nacional Constituyente, 2012, pág. 31)

9. PREGUNTAS CIENTIFICAS

¿Cuál es el nivel de calidad en el servicio que prestan las compañías de tricimotos del cantón La Maná?

Mediante la investigación de campo se determinó que el nivel de calidad de servicio que prestan las compañías de tricimotos es pésimo, debido a que no están capacitados en brindar una buena atención a los clientes, la falta de pericia, trato inadecuado. Generalmente esto se debe a que no existe el liderazgo adecuado y una buena organización de las compañías.

¿Cuál es el grado de satisfacción del cliente al utilizar el servicio que prestan las compañías?

Analizada las encuestas dirigidas a los clientes que usan este medio de transporte se demostró la inconformidad en cuanto al servicio, ya que no es el adecuado en cuanto la empatía, la mala atención, la inseguridad y el uso inadecuado de las unidades estos factores disminuyen la satisfacción del cliente.

¿Cómo mejorar la calidad del servicio que prestan las compañías de tricimotos a sus clientes?

Dando capacitaciones, charlas, talleres de aprendizaje mediante el buen trato y de mantenimiento de las unidades, a todo el personal que labora dentro de las compañías de tricimotos; porque los clientes no buscan solo el servicio; como tal se debe tener calidad para estar en el mercado, si brindamos un buen servicio los clientes o usuarios quedan satisfechos totalmente sobre sus necesidades y expectativas en relación con una propuesta básica ofrecida.

10. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION

10.1. Método de investigación

10.1.1. Método analítico sintético

Estudia los hecho partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual y luego se integran dichas partes para estudiarlas de manera holística e integral. (Falcon, 2013)

Mediante el método analítico-sintético nos permitió determinar de manera más eficiente cuales son las causas que influyen sobre la calidad de servicio que brindan las compañías de tricimotos a la ciudadanía del cantón La Maná. Y conocer el grado de satisfacción de los clientes. Observando que existe inconformidad en los clientes, el siguiente paso fue implementar un modelo de calidad que mejore el servicio y eleve el nivel de satisfacción de los usuarios.

10.1.2. Método deductivo

Mediante la utilización del método deductivo, nos permitió conocer las definiciones, importancia y las normas existentes, aplicables a la calidad del servicio y al nivel de

satisfacción del cliente. Este método nos ayudará a deducir las causas que originan el deficiente servicio ofrecido por las compañías de tricimotos y como dar solución al problemas.

10.2. Tipos de investigación

10.2.1 Investigación aplicada

Para ejecutar esta investigación se levantó información basada en la recolección de datos, los cuales nos permitió; medir, evaluar la calidad del servicio y el nivel de satisfacción del cliente. Para obtener los puntos de vista de todos los involucrados, como son: los socios, conductores, directivos y los usuarios se recopiló información reales mediante la aplicación de las encuestas.

10.2.2 Investigación bibliográfica

Para la elaboración del proyecto se ejecutó información mediante análisis del material bibliográfico existente, es un insumo muy importante que da luces sobre los conceptos básicos en los cuales se enfocó en la investigación, además permitió realizar el desarrollo del marco teórico donde se definen las principales características de la calidad de servicios y satisfacción de los clientes, las cuales han sido estandarizadas a nivel internacional. La información bibliográfica también nos permitió conocer a fondo los modelos que son reconocidos por las sociedades altamente comprometidas con la calidad.

10.2.3 Investigación de campo

La investigación de campo se enfocó en la aplicación de encuestas a los socios, conductores y clientes de las compañías de tricimotos, focus group y reuniones de trabajo con los involucrados para definir de manera objetiva la problemática existente.

10.2.4 Investigación diagnóstica

Una vez obtenidos los datos y tabuladas las encuestas, el siguiente paso fue formular el diagnóstico sobre la situación del servicio que ofrecían las compañías de tricimotos y el nivel de satisfacción de los usuarios, del cual se supo dar alternativas de solución.

10.2.5 Investigación formativa

La investigación fue de tipo formativa, porque ejecutamos como requisito previo a la obtención de nuestro título académico; además es de suma importancia, porque llegamos

a dar solución a cada problemática cotidiana que se viene acrecentando con el pasar del tiempo en nuestro cantón, debido al crecimiento demográfico sostenido el servicio que prestan las tricimotos se ha vuelto deficiente, ya sea por los problemas de tráfico desordenado, la mala calidad de las vías o porque no existen cultura de calidad en el servicio dentro de las compañías de tricimotos. Para que la investigación cumpla con el propósito planteado, fue orientada y guiada por un docente tutor, de manera científica, técnica y metodológica, donde nos sirve como fuente de consulta para posteriores investigaciones.

10.3. Nivel de la investigación

10.3.1 Exploratorio

Se ejecutó una investigación exploratoria con el propósito de implantar las principales causas que inciden en calidad del servicio que prestan las compañías de tricimotos en el cantón La Maná a través de la indagación y recolección de datos.

10.3.2 Descriptivo

Para la realización del presente proyecto se utilizó la investigación descriptiva con el fin de evaluar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en relación al servicio que brindan las compañías de tricimotos del cantón La Maná y se procedió a la recolección de información procedente de las fuentes primarias y secundarias.

10.3.3 Correlacional

Mediante la investigación correlacional se diagnosticó las variables de calidad en el servicio con la satisfacción de los cliente en las compañías de tricimotos del cantón La Maná. Con la recopilación de información bibliográfica y los datos reales obtenidos con la aplicación de las encuestas.

10.4. Técnicas de investigación

10.4.1. La encuesta

Con la aplicación de las encuestas dirigidas a los directivos, socios y usuarios nos permitió obtener información directa de los involucrados en la problemática, este insumo facilitó el diagnóstico y la posterior formulación del modelo de calidad.

10.5. Instrumentos

10.5.1. Cuestionario

Para la elaboración de las encuestas dirigidas a los directivos, socios y usuarios, sobre el servicio que ofrecen las compañías de tricimotos del cantón La Maná se diseñó cuestionarios de preguntas abiertas, (opiniones que tiene el cliente sobre el servicio que reciben) y cerradas, (Si o No) (Muy buena, Buena, Regular y Mala) enfocadas en la calidad del servicio, actitud de los conductores que prestan el servicio y el nivel de satisfacción de los usuarios.

10.6. Población y muestra

10.6.1. Población de directivos de las compañías de tricimotos del Cantón La Maná

El universo de la investigación abarcó una totalidad de 45 directivos de las compañías de tricimotos existentes en el cantón La Maná acorde a los datos extraídos de cada una de las compañías de tricimotos en el cual se dará a conocer en la siguiente tabla.

Tabla 3: Directivos de las compañías de tricimotos.

Detalle	Cantidad
Compañía de tricimoto 19 de mayo S.A (Rojas)	15
Compañía de tricimoto Country Pac (Azules)	9
Compañía de tricimoto MOTOTAXQUILOTOA.S.A (Amarillas)	8
Compañía de tricimoto Comtri La Maná (Verdes)	13
Total	45

Elaborado por: Las autoras

10.6.2. Determinación de la cantidad de socios de la compañía de tricimotos del cantón La Maná

Tabla 4: Población de los socios de las compañías de tricimotos.

Detalle	Cantidad
Compañía de tricimoto 19 de mayo S.A (Rojas)	83
Compañía de tricimoto Country Pac (Azules)	22
Compañía de tricimoto MOTOTAXQUILOTOA.S.A (Amarillas)	30
Compañía de tricimoto Comtri La Maná (Verdes)	67
Total	202

Elaborado por: Las autoras

10.6.3. Determinación de la población de los clientes de las compañías de tricimotos.

Para determinar la cantidad de los clientes de las compañías de tricimotos donde se recolectó los datos las proyecciones del último Censo del INEC 2010, se tomó como referencia el año 2018 donde existe un total de 54.104 habitantes, el cual se consideró dividirlo para 5 (promedio de integrantes de familia), teniendo como resultado 10.821 familias a investigarse.

Cálculo de la muestra para la aplicación de las encuestas dirigidas a la población del cantón La Maná.

Se consideró dividirlo para 5 que es número promedio de integrantes de las familias dentro del cantón teniendo como resultado 10.821 habitantes donde se considerará para efectos de la encuesta dirigidas a los clientes. Obteniendo como resultado 369 familias a quienes se encuestó.

Fórmula:

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

Datos:

n = Tamaño de la muestra =?

N = Población a investigarse = 10.821

E = Índice de error máximo admisible = 0.05

Desarrollo:

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

$$n = \frac{10.821}{(0.05)^2(10.821 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{10.821}{(0,0025)(10.820) + 1} = 369,0337602$$

n = 369 Familias (clientes)

11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

11.1. Resultados de las encuestas efectuadas a los socios y conductores de las tricimotos del cantón La Maná.

Pregunta 1. ¿Su nivel de educación es?

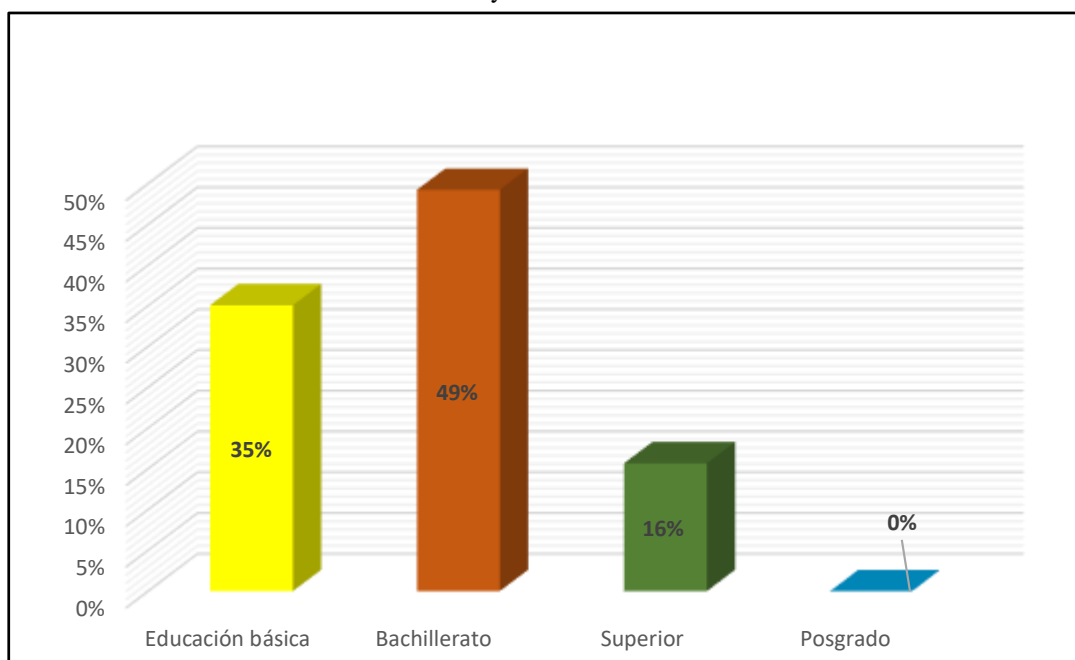
Tabla 5: Nivel de educación de los socios y conductores.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Educación básica	71	35%
Bachillerato	99	49%
Superior	32	16%
Posgrado	0	0%
TOTAL	202	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 1: Nivel de educación de los socios y conductores.



Fuente: Encuestas aplicadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Acorde a los datos recopilados de las encuestas aplicadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del 100%; el 35% tiene educación básica, el 49% son bachilleres, el 16% tienen estudios superiores y el 0% no ha obtenido un posgrado.

Pregunta 2. ¿Cuenta usted con la credencial de conducción, dispuesta por la ley para conducir una tricimoto?

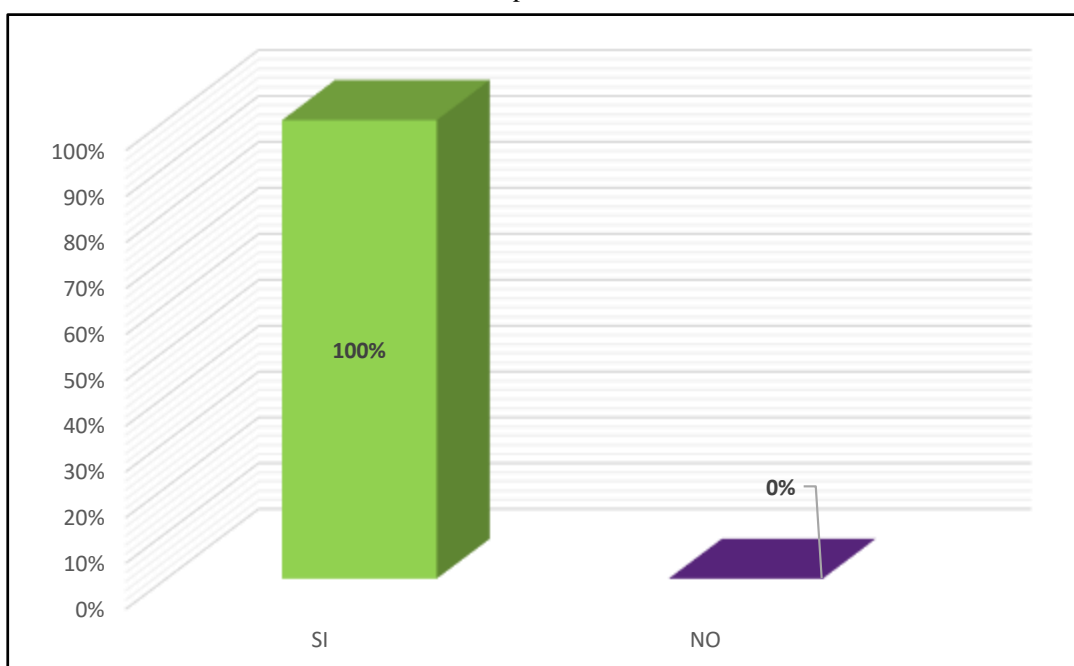
Tabla 6: Posee la credencial de conducción, para conducir una tricimoto.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	202	100%
NO	0	0%
TOTAL	202	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 2: Posee la credencial de conducción, para conducir una tricimoto.



Fuente: Encuestas aplicadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

De acuerdo a las encuestas realizadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná de los 202 encuestados el 100% manifestaron que si poseen la credencial de conducción dispuesta por la ley.

Pregunta 3. ¿Tiene conocimiento sobre la calidad en el servicio que presta usted a sus usuarios?

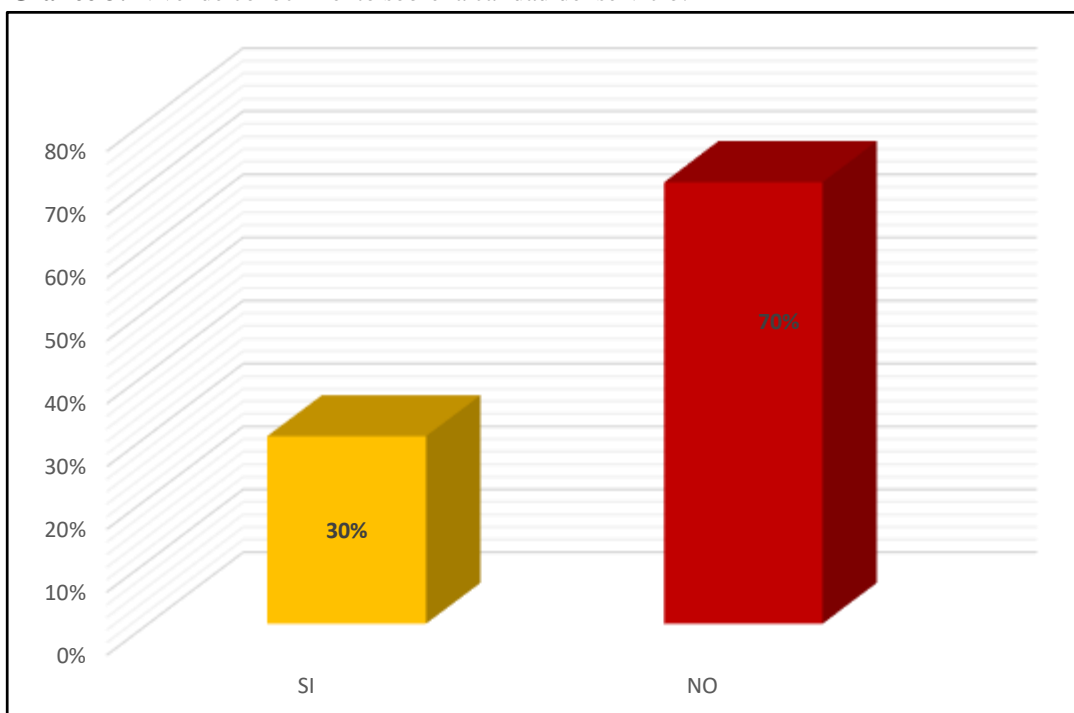
Tabla 7: Nivel de conocimiento sobre la calidad del servicio.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	61	30%
NO	141	70%
TOTAL	202	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 3: Nivel de conocimiento sobre la calidad del servicio.



Fuente: Encuestas aplicadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

De acuerdo a las encuestas realizadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná de los 202 encuestados el 100% manifestaron que el 30% si tienen conocimiento sobre la calidad en el servicio que prestan a los usuarios y el 70% dijeron que no.

Pregunta 4. Conoce usted la misión y la visión de la compañía.

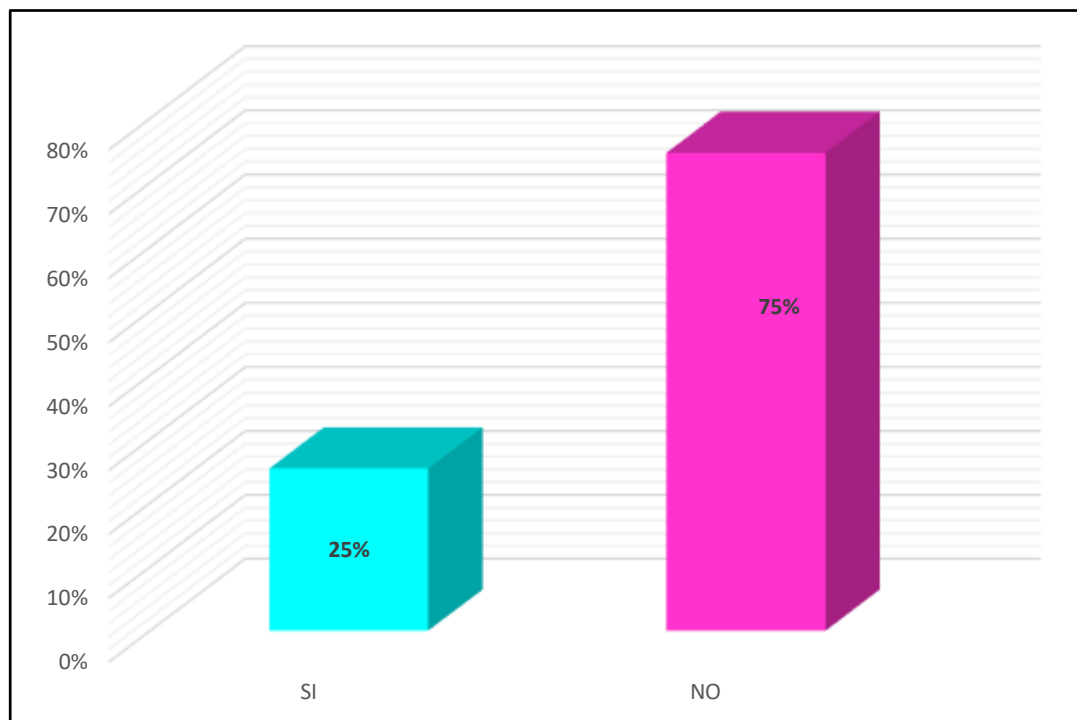
Tabla 8: Nivel de conocimiento sobre la misión y visión de la compañía.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	51	25%
NO	151	75%
TOTAL	202	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 4: Nivel de conocimiento sobre la misión y visión de la compañía.



Fuente: Encuestas aplicadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

De acuerdo a las encuestas realizadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná de los 202 encuestados el 25% manifestaron que si conocen la misión y visión de la compañía y el 75% dijeron que no conocen.

Pregunta 5. ¿Considera usted que la imagen corporativa de su compañía de tricimoto en los clientes es?

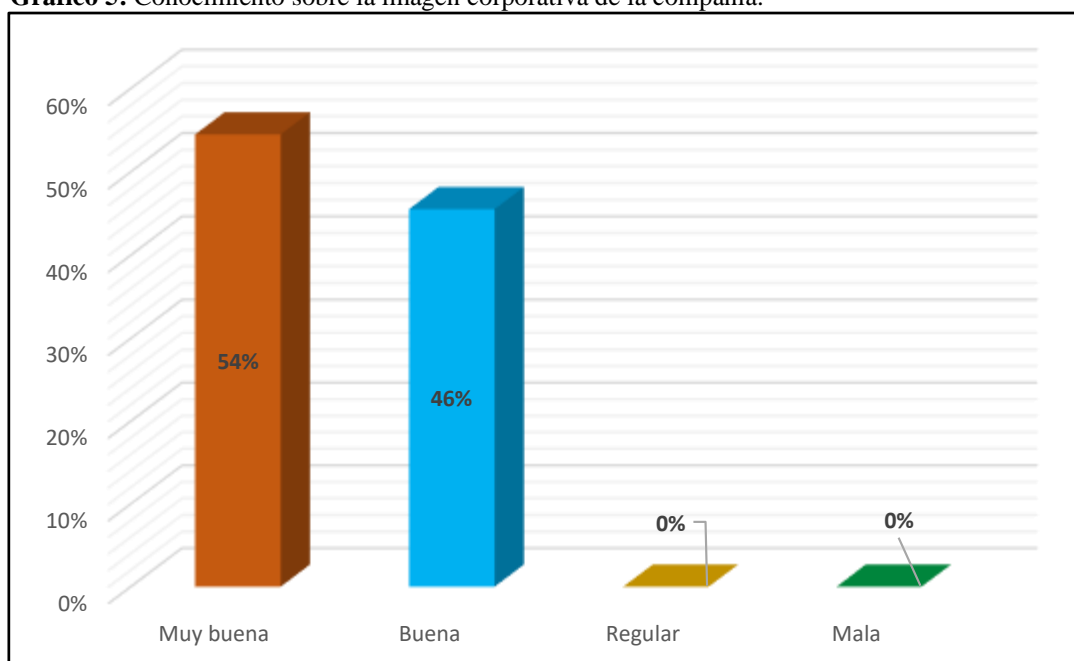
Tabla 9: Conocimiento sobre la imagen corporativa de la compañía.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy buena	110	54%
Buena	92	46%
Regular	0	0%
Mala	0	0%
TOTAL	202	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 5: Conocimiento sobre la imagen corporativa de la compañía.



Fuente: Encuestas aplicadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

De acuerdo a las encuestas realizadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná de los 202 encuestados el 54% manifestaron que la imagen corporativa de las compañías de tricimotos es muy buena, el 46% es buena y 0% no manifestaron nada.

Pregunta 6. ¿La actitud con la que usted brinda el servicio a sus clientes es?

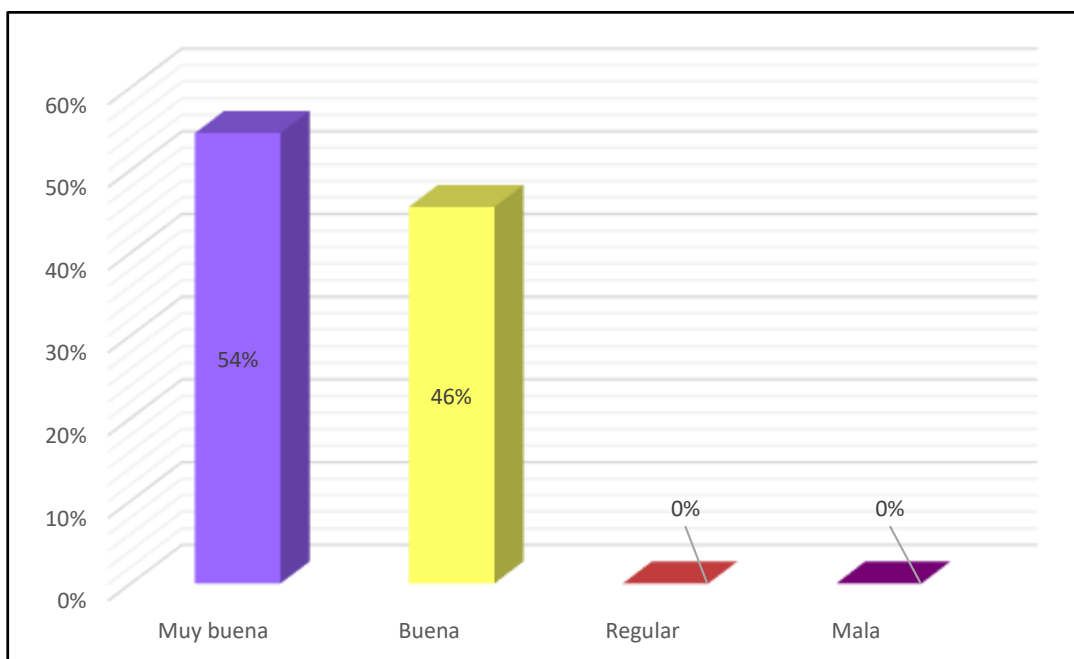
Tabla 10: Actitud de servicio al cliente.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy buena	110	54%
Buena	92	46%
Regular	0	0%
Mala	0	0%
TOTAL	202	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 6: Actitud de servicio al cliente.



Fuente: Encuestas aplicadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

De acuerdo a las encuestas realizadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná de los 202 encuestados el 54% manifestaron que la actitud con la brindan el servicio a sus clientes es muy buena, el 46% es buena y 0% no manifestaron nada.

Pregunta 7. ¿La compañía capacita a los socios y conductores sobre la calidad del servicio que debe prestar a los usuarios?

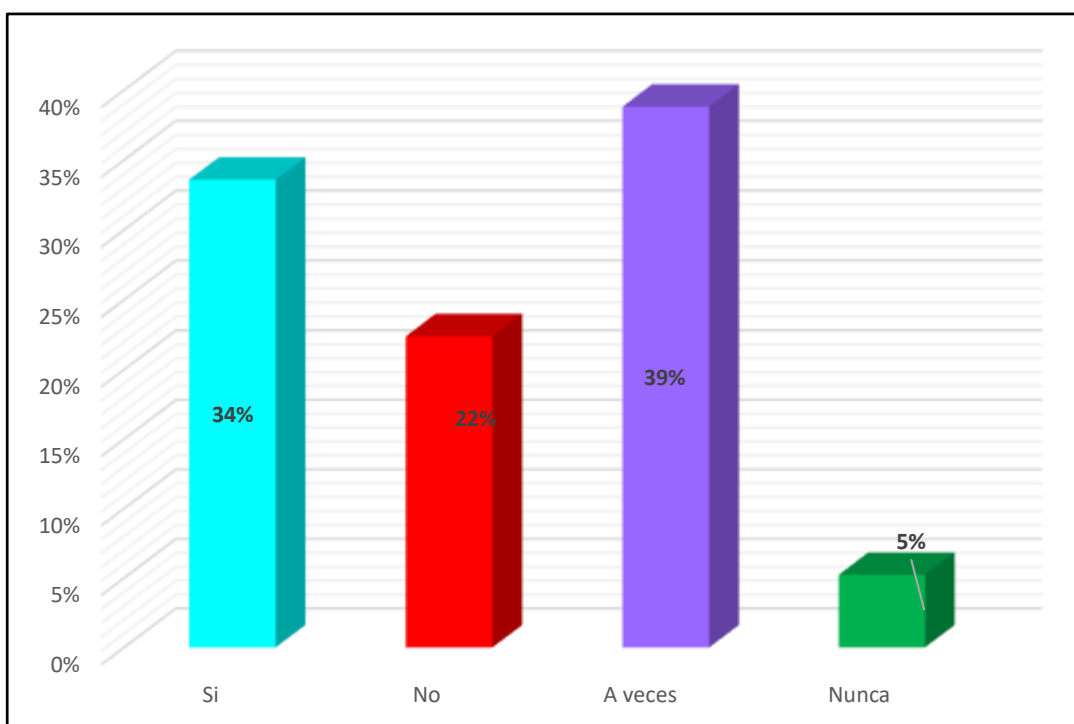
Tabla 11: Capacitación a los socios y conductores sobre la calidad del servicio.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	69	34%
No	44	22%
A veces	79	39%
Nunca	10	5%
TOTAL	202	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 7: Capacitación a los socios y conductores sobre la calidad del servicio.



Fuente: Encuestas aplicadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

De acuerdo a las encuestas realizadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná de los 202 encuestados el 34% manifestaron que las compañías de tricimotos si capacita a los socios y conductores sobre la calidad del servicio que deben prestar a sus usuarios, el 22% dijeron que no capacitan, 39% manifestaron que a veces los capacitan y el 5% dijeron que nunca capacitan.

Pregunta 8. Si la respuesta es negativa ¿Desearía usted ser capacitado?

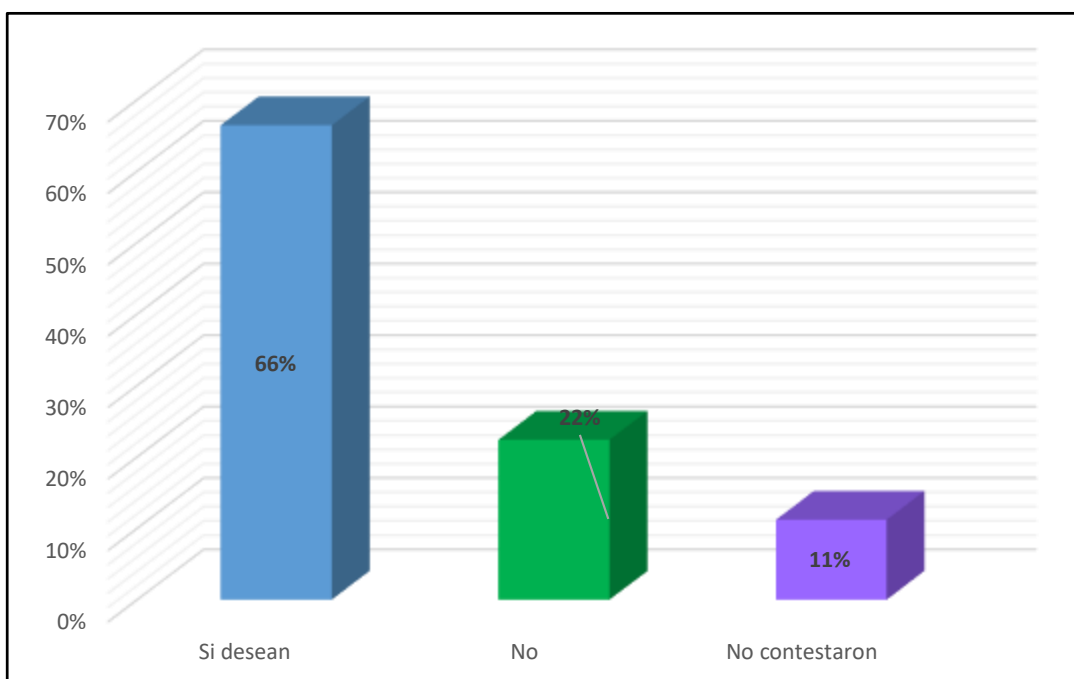
Tabla 12: Opinión de los socios y conductores si desearía ser capacitado.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si desean ser capacitados	133	66%
No	47	23%
No contestaron	22	11%
TOTAL	202	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 8: Opinión de los socios y conductores si desearía ser capacitado.



Fuente: Encuestas aplicadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

De acuerdo a las encuestas realizadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná de los 202 encuestados el 66% manifestaron que si desean ser capacitados sobre la calidad del servicio que deben brindar a sus usuarios, el 23% que no desean ser capacitados y el 11% no contestaron.

Pregunta 9. ¿Considera usted que el ingreso económico está acorde al nivel de servicio que presta usted?

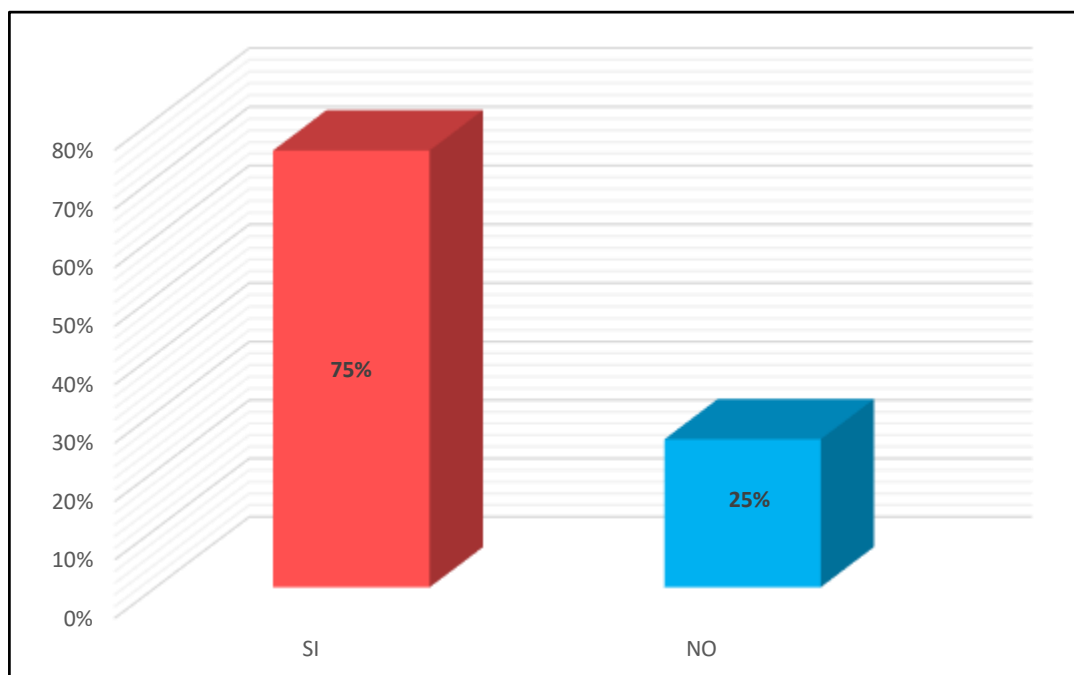
Tabla 13: Ingreso económico acorde al nivel de servicio prestado.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	151	75%
NO	51	25%
TOTAL	202	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 9: Ingreso económico acorde al nivel de servicio prestado.



Fuente: Encuestas aplicadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

De acuerdo a las encuestas realizadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná de los 202 encuestados el 75% manifestaron que el ingreso económico si está acorde al nivel de servicio que prestan a los usuarios y el 25% dijeron que no.

Pregunta 10. ¿De cuántas horas es su jornada de trabajo?

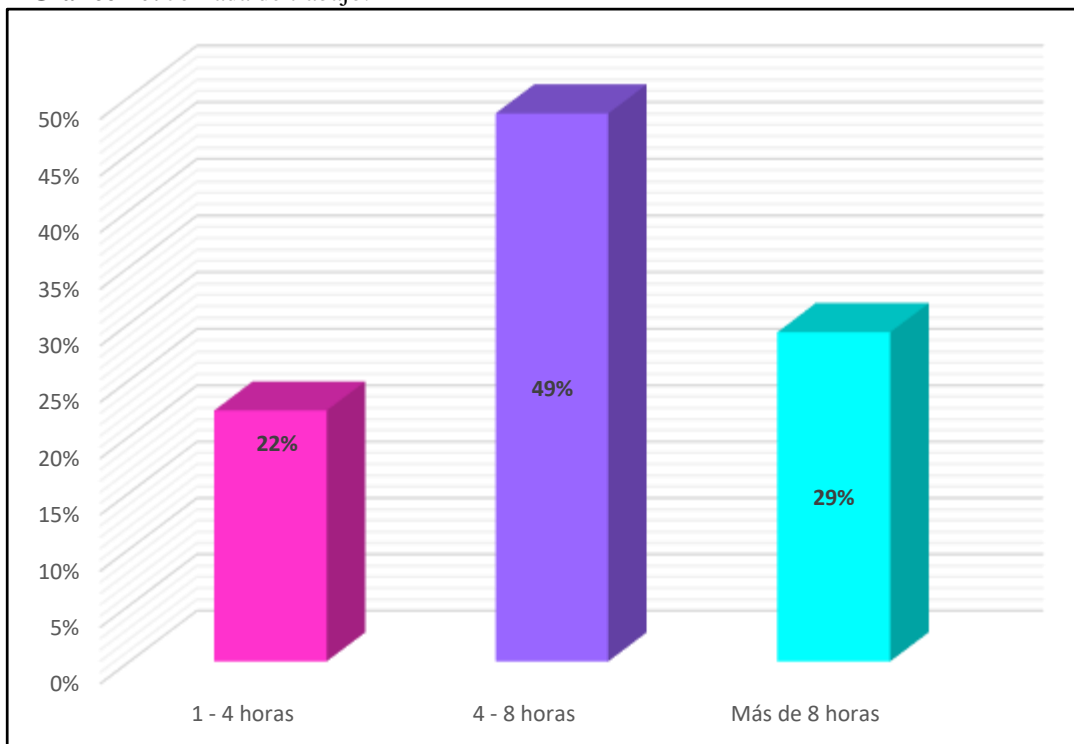
Tabla 14: Jornada de trabajo.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 - 4 horas	45	22%
4 - 8 horas	98	49%
Más de 8 horas	59	29%
TOTAL	202	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 10: Jornada de trabajo.



Fuente: Encuestas aplicadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

De acuerdo a las encuestas realizadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná de los 202 encuestados el 22% manifestaron que las horas de trabajos es de 1 a 4 horas, el 49% manifestaron que trabajan de 4 a 8 horas y el 29% dijeron que trabajan más de 8 horas.

Pregunta 11. ¿Cree usted que las unidades (tricimotos), cumplen con los estándares de calidad y seguridad?

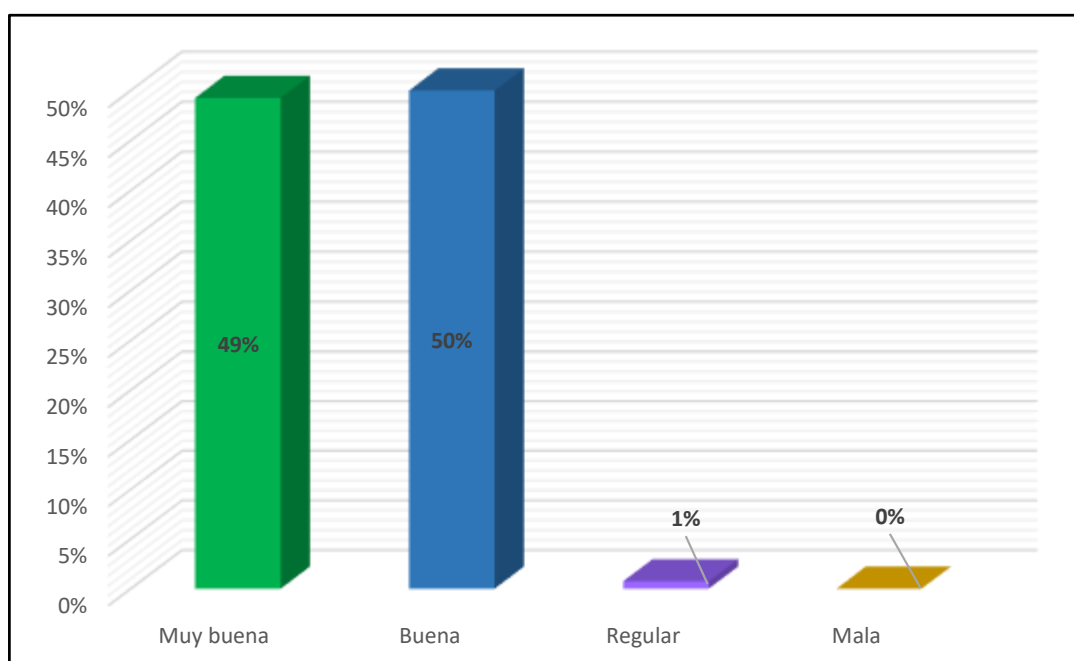
Tabla 15: Nivel de cumplimiento de los estándares de calidad de las tricimotos.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy buena	99	49%
Buena	101	50%
Regular	2	1%
Mala	0	0%
TOTAL	202	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 11: Nivel de cumplimiento de los estándares de calidad de las tricimotos.



Fuente: Encuestas aplicadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

De acuerdo a las encuestas realizadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná de los 202 encuestados sobre las unidades de tricimotos cumplen con los estándares de calidad y seguridad; el 49% manifestaron que es muy buena, el 50% es buena y el 1% dijeron que es regular.

Pregunta 12. ¿Cree usted que la compañía dispone de la suficiente infraestructura para su funcionamiento?

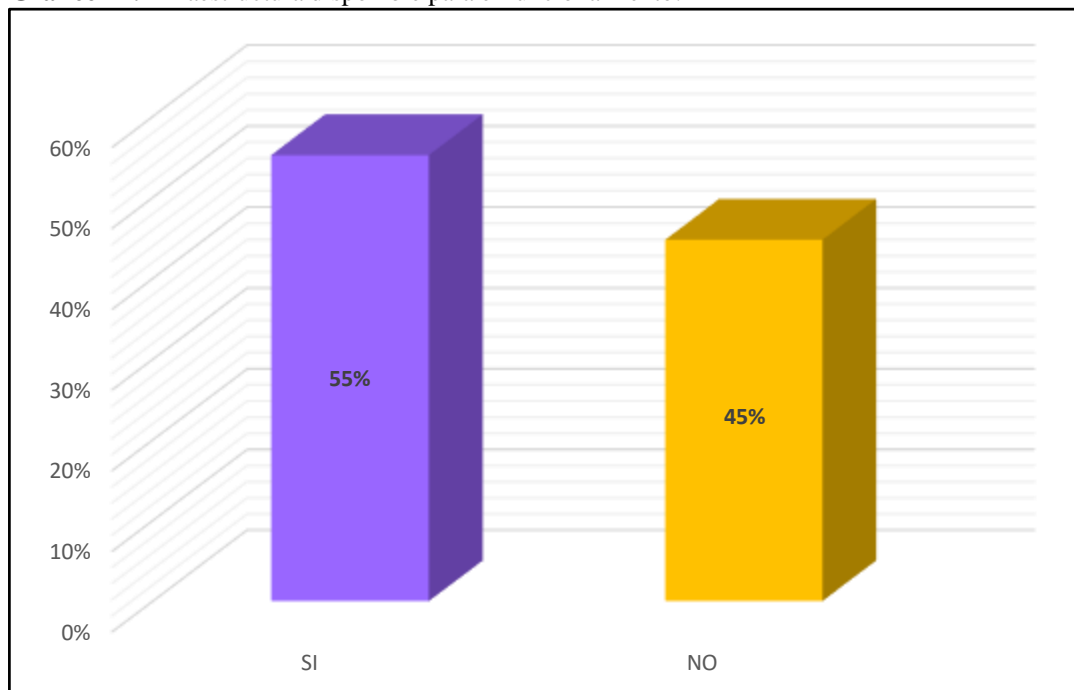
Tabla 16: Infraestructura disponible para el funcionamiento.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	112	55%
NO	100	45%
TOTAL	202	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 12: Infraestructura disponible para el funcionamiento.



Fuente: Encuestas aplicadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

De acuerdo a las encuestas realizadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná de los 202 encuestados el 55% manifestaron que sí disponen de suficiente infraestructura para su funcionamiento, el 45% no que no poseen de suficiente infraestructura.

Pregunta 13. Si la respuesta es negativa: ¿puede mencionar los aspectos que le hace falta?

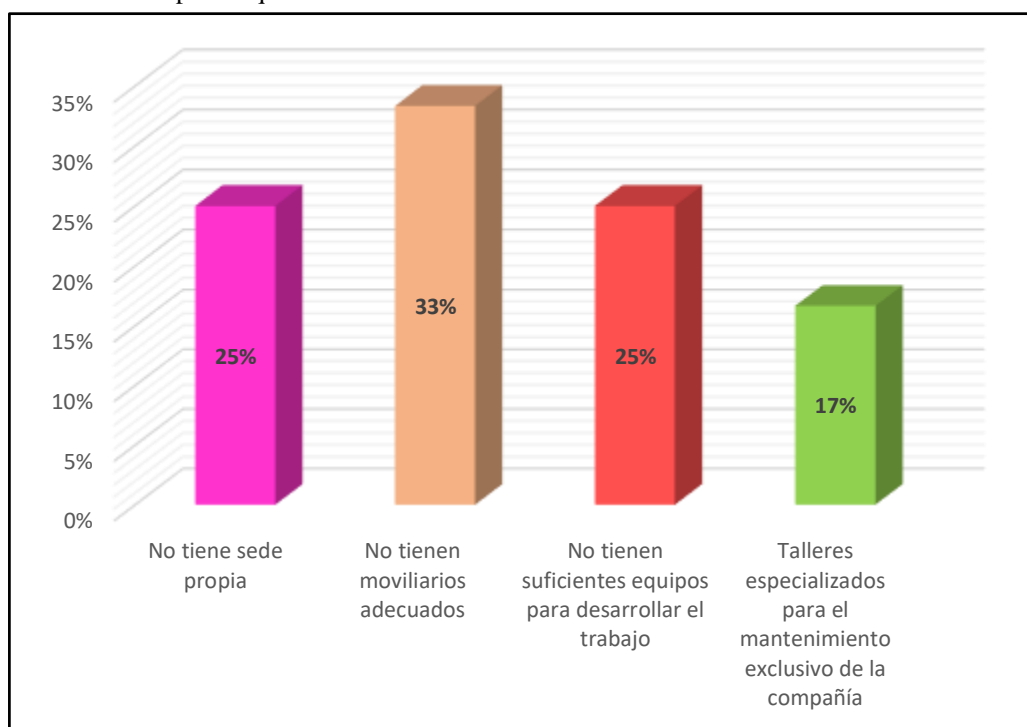
Tabla 17: Aspectos que le hace falta referente a la infraestructura.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No tiene sede propia	15	25%
No tienen mobiliarios adecuados	20	33%
No tienen suficientes equipos para desarrollar el trabajo	15	25%
Talleres especializados para el mantenimiento exclusivo de la compañía	10	17%
TOTAL	60	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 13: Aspectos que le hace falta referente a la infraestructura.



Fuente: Encuestas aplicadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Los aspectos mayormente mencionados son: la no disponibilidad de sede (instalaciones) propias, mobiliario, equipo insuficiente, talleres especializados y exclusivos para el mantenimiento adecuado de las tricimotos.

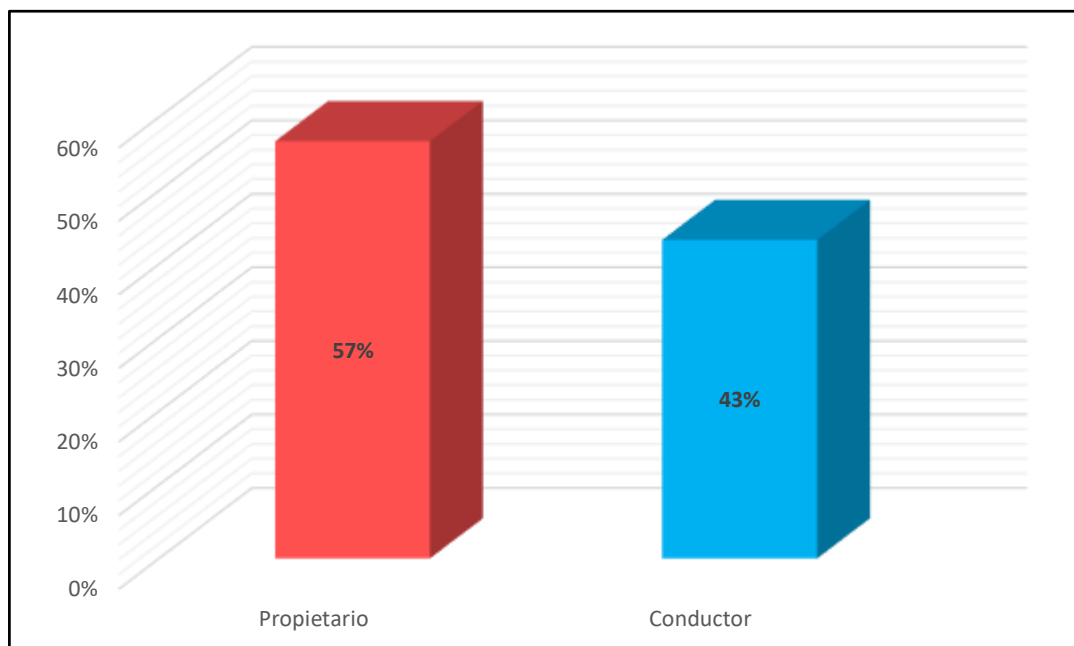
Pregunta 14. Es usted el propietario o conductor.

Tabla 18: Propietario o conductor de la tricimoto.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Propietario	115	57%
Conductor	87	43%
TOTAL	202	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 14: Propietario o conductor de la tricimoto.

Fuente: Encuestas aplicadas a los directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

De acuerdo a las encuestas realizadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná de los 202 encuestados; el 57% manifestaron que son propietarios de las unidades y el 43% son únicamente conductores de las unidades.

11.2. Análisis del resultado de las encuestas efectuadas a los usuarios de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Pregunta 1. ¿Con que frecuencia utiliza usted el servicio de tricimotos?

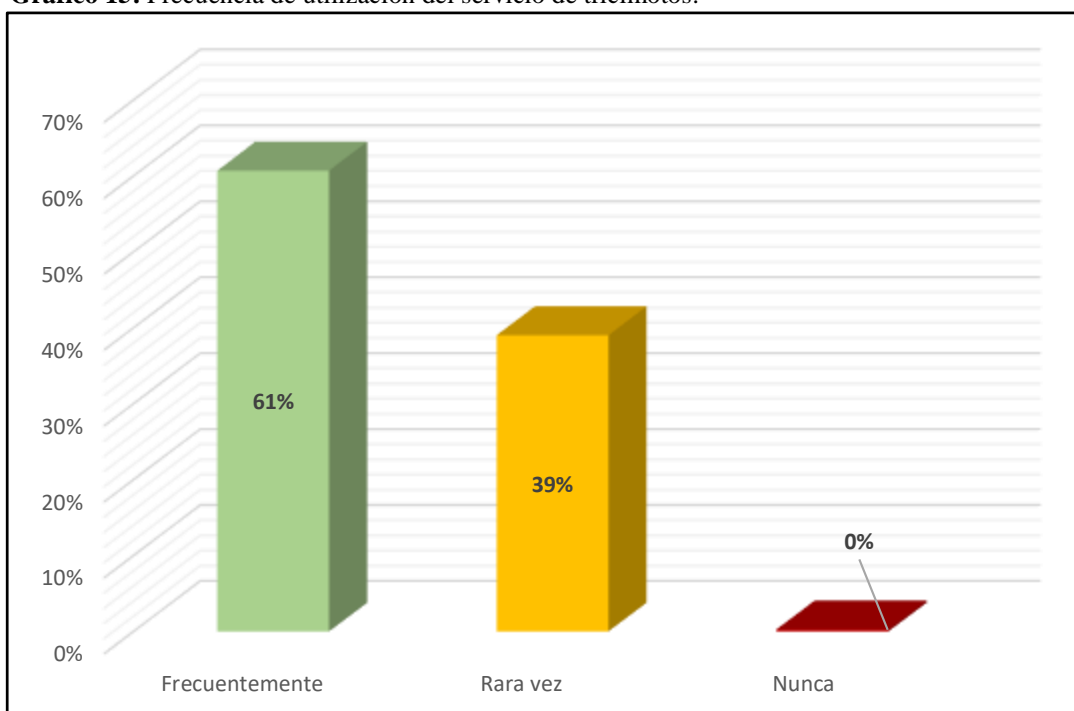
Tabla 19: Frecuencia de utilización del servicio de tricimotos.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Frecuentemente	224	61%
Rara vez	144	39%
Nunca	1	0%
TOTAL	369	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 15: Frecuencia de utilización del servicio de tricimotos.



Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Del total de las 369 encuestas aplicadas a los usuarios que representa el 100% de los encuestados, el 61% manifiesta que usa este servicio frecuentemente, 39% lo usa rara vez.

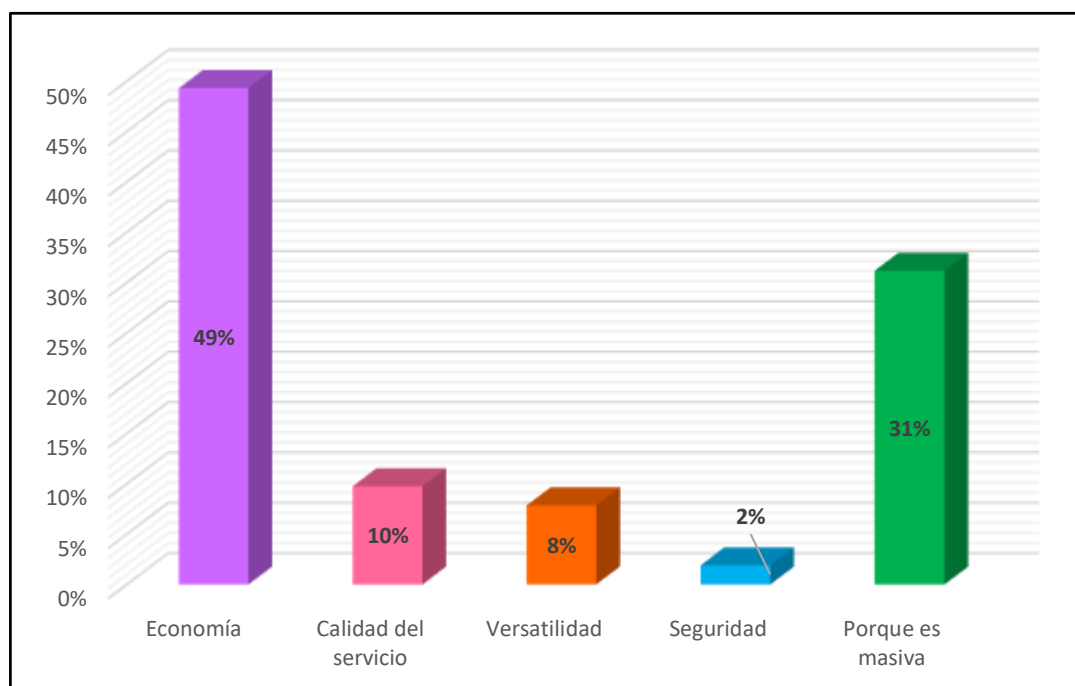
Pregunta 2. Las causas por las que usted utiliza este medio de transporte son:

Tabla 20: Causas por las que los usuarios utilizan el servicio de las tricimotos.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Economía	182	49%
Calidad del servicio	36	10%
Versatilidad	29	8%
Seguridad	7	2%
Porque es masiva	115	31%
TOTAL	369	33%

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 16: Causas por las que los usuarios utilizan el servicio de las tricimotos.

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Los datos, nos indican que el 49% utiliza este medio de transporte por economía, mientras que el 10% lo utiliza por la calidad del servicio, el 8% por la versatilidad, el 2% manifestó por la seguridad y el 31% manifestó porque es masiva.

Pregunta 3. ¿La opinión que usted tiene del servicio que prestan las tricimotos es?

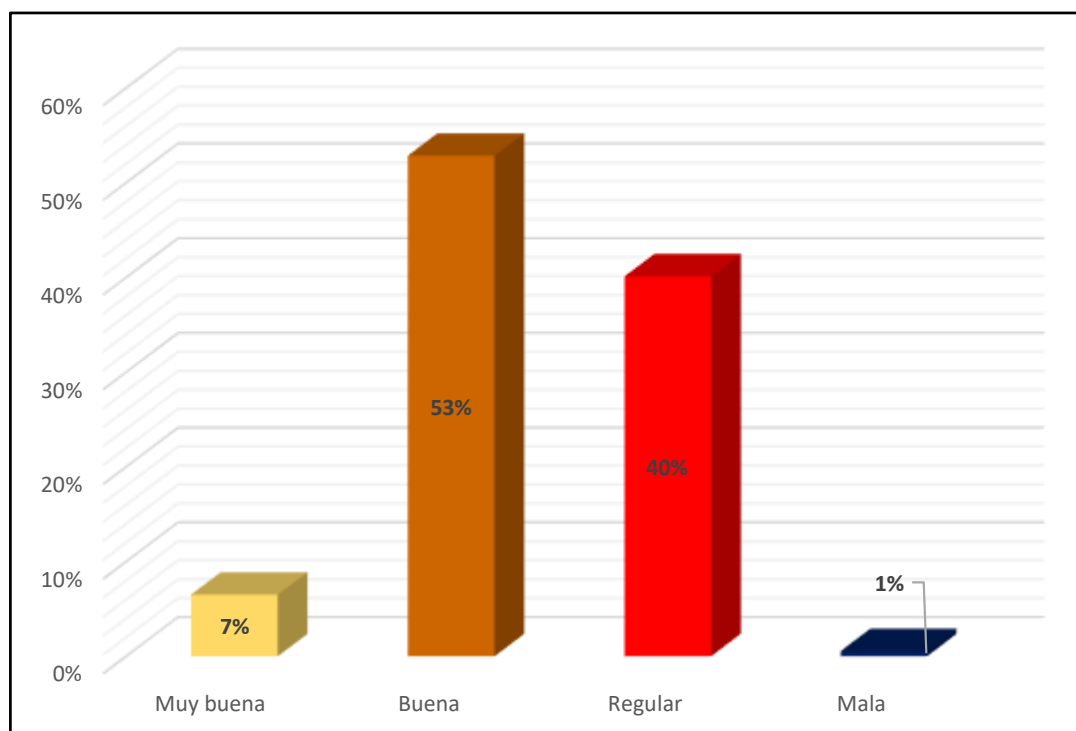
Tabla 21: Opinión sobre servicio que prestan las tricimotos.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy buena	24	7%
Buena	195	53%
Regular	148	40%
Mala	2	1%
TOTAL	369	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 17: Opinión sobre servicio que prestan las tricimotos.



Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Del total de las 369 encuestas aplicadas a los usuarios que representa el 100%, el 7% manifiesta que el servicio que prestan las tricimotos es muy buena, el 53% que es buena, el 40% indicó que es regular, y el 1% que es mala.

Pregunta 4. ¿Considera usted que la calidad del servicio que brindan las tricimotos es?

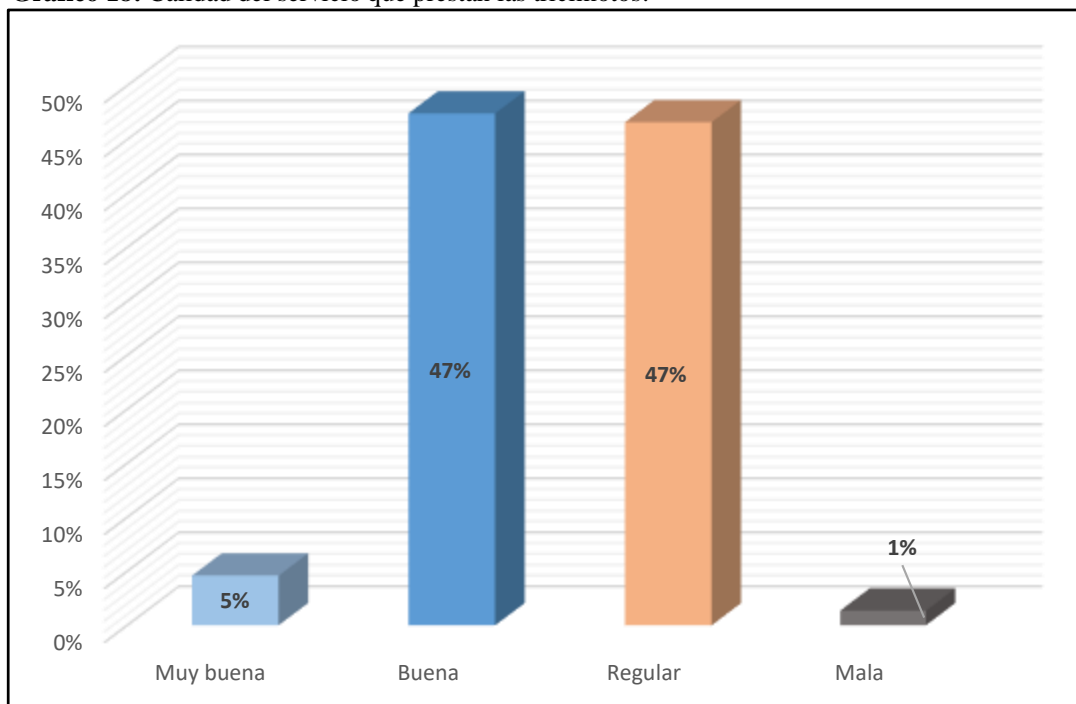
Tabla 22: Calidad del servicio que prestan las tricimotos.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy buena	17	5%
Buena	175	47%
Regular	172	47%
Mala	5	1%
TOTAL	369	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 18: Calidad del servicio que prestan las tricimotos.



Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Los resultados de los datos obtenidos en relación a la calidad del servicio que brindan las compañías de tricimotos, el 5% manifestó que es muy buena, el 47% que es buena, el 47% regular, mientras que el 1% dice que es mala.

Pregunta 5. ¿El trato que recibe de los conductores de las tricimotos es?:

Tabla 23: Trato de los conductores de las tricimotos a los usuarios.

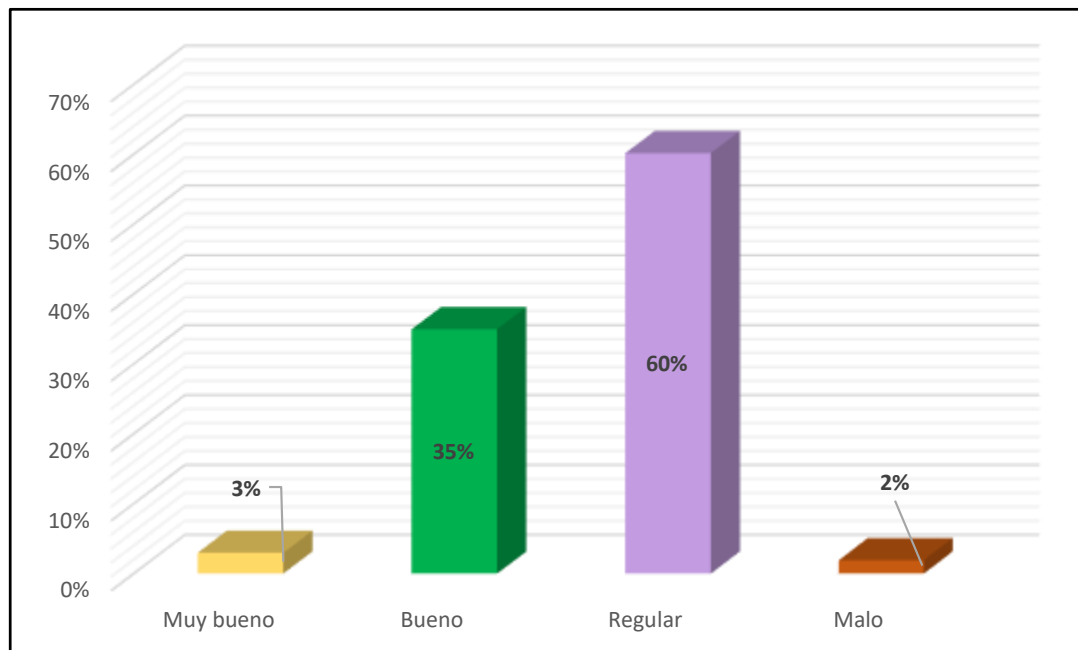
DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
---------	------------	------------

Muy bueno	11	3%
Bueno	129	35%
Regular	222	60%
Malo	7	2%
TOTAL	369	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 19: Trato de los conductores de las tricimotos a los usuarios.



Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Los datos recopilados permiten visualizar que el trato que reciben los usuarios de los conductores de las tricimotos es: 3% muy bueno, 35% bueno, 60% regular y 2% malo.

Pregunta 6. Está usted de acuerdo en compartir el servicio (que varios usuarios vayan juntos al mismo tiempo)

Tabla 24: Opinión de los usuarios sobre compartir el servicio de tricimoto.

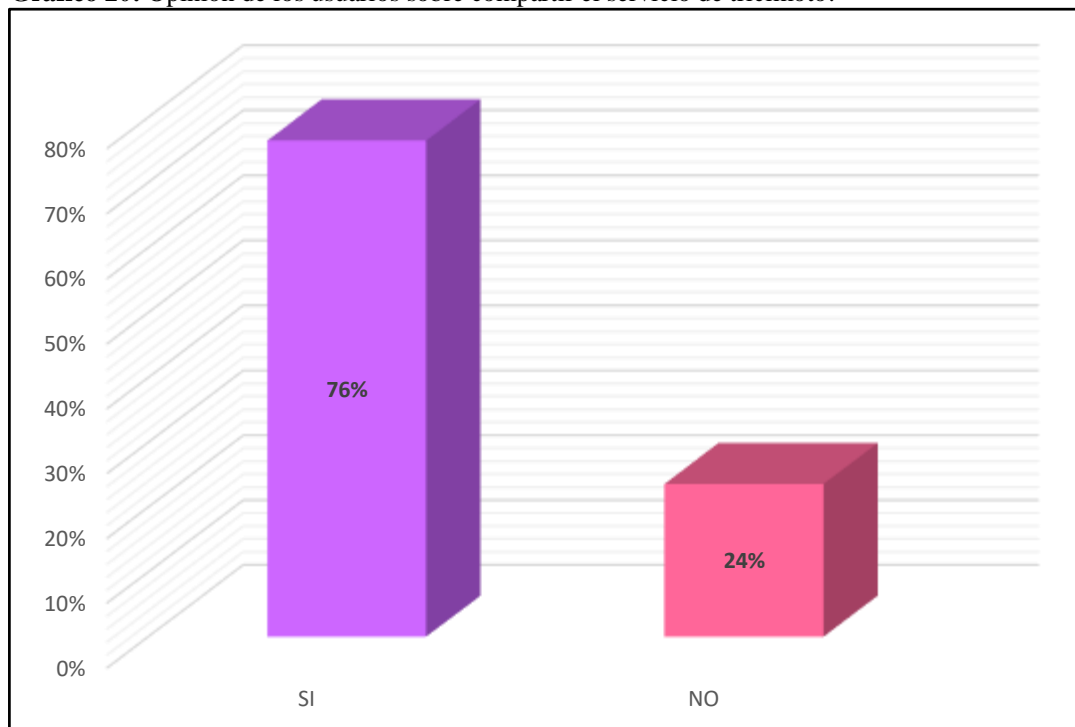
DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
---------	------------	------------

SI	282	76%
NO	87	24%
TOTAL	369	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de las compañías de tricimotos del cantón La Maná, 2019.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 20: Opinión de los usuarios sobre compartir el servicio de tricimoto.



Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Acorde a los resultados que reflejan los datos se nota que el 76% está dispuesto a compartir el servicio, mientras que el 24% no está de acuerdo. En la siguiente pregunta se detalla los motivos por el cual no desean compartir el servicio.

Pregunta 7. En caso de que su respuesta sea negativa, explique el motivo

Tabla 25: Opinión de los usuarios que no desean compartir el servicio de tricimotos.

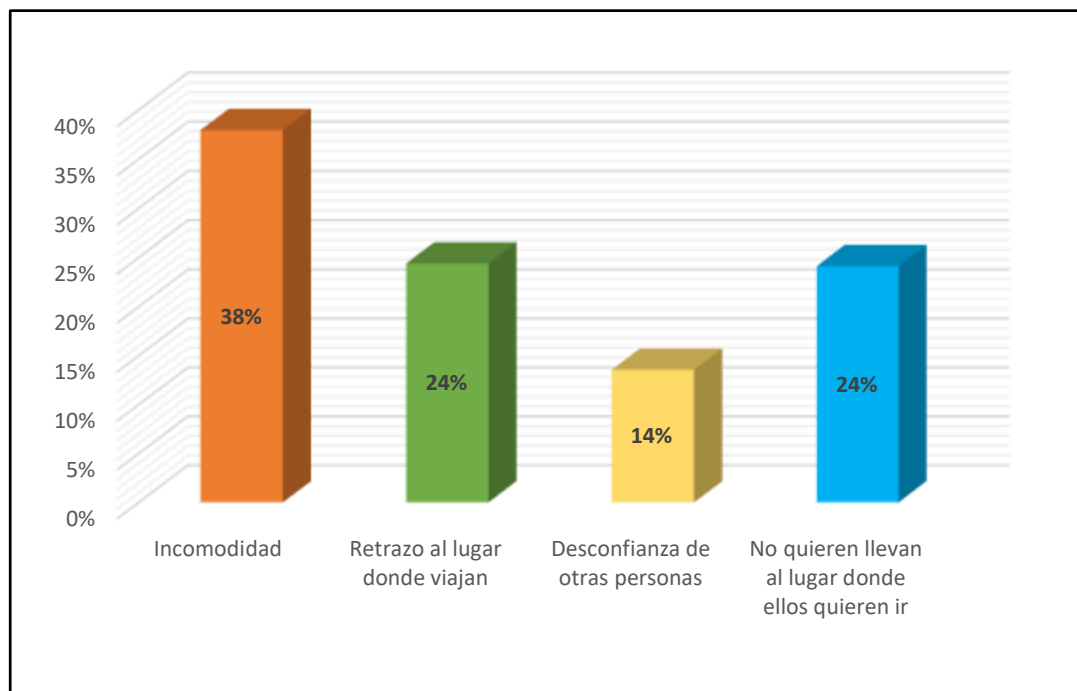
DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Incomodidad	140	38%

Retraso al lugar donde viajan	90	24%
Desconfianza de otras personas	50	14%
No le llevan al lugar donde ellos quieren ir	89	24%
TOTAL	369	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 21: Opinión de los usuarios que no desean compartir el servicio de tricimotos.



Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Los motivos mayormente mencionados por los cuales los usuarios no desean compartir el servicio de tricimotos son:

El 38% incomodidad, 24% retraso al lugar que, el 14% desconfianza de otras personas y el 24% no quieren llevar al lugar donde desean ir.

Pregunta 8. ¿Considera usted que el nivel de seguridad de este medio de transporte es?

Tabla 26: Nivel de seguridad del medio de transporte.

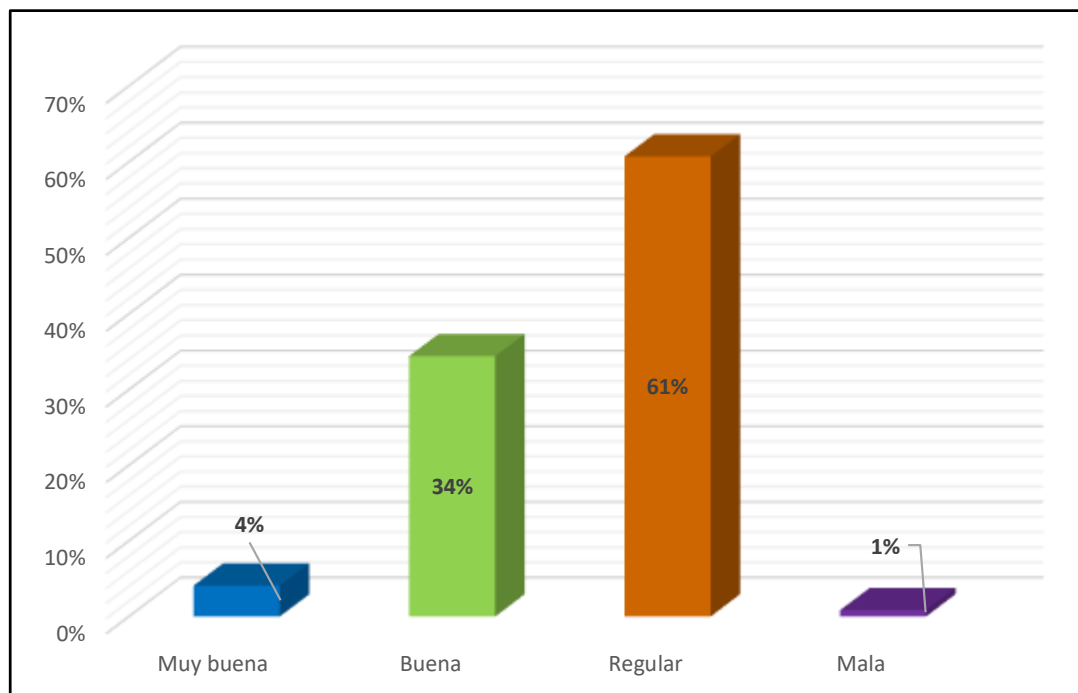
DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy buena	15	4%
Buena	127	34%

Regular	224	61%
Mala	3	1%
TOTAL	369	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 22: Nivel de seguridad del medio de transporte.



Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Los datos recopilados de las encuestas aplicadas a los usuarios en relación al nivel de seguridad que tiene este medio de transporte, el 4% considera que es muy buena, el 34% buena, el 61% manifestó que es regular y el 1% mala. Enfocándonos en el dato del 61%, los usuarios consideran que las unidades son muy frágiles y los conductores no tienen la pericia para conducirlos de la manera adecuada. 1% mala.

Pregunta 9. ¿Considera usted que las tricimotos deben mejorar algún aspecto relacionado a su servicio?

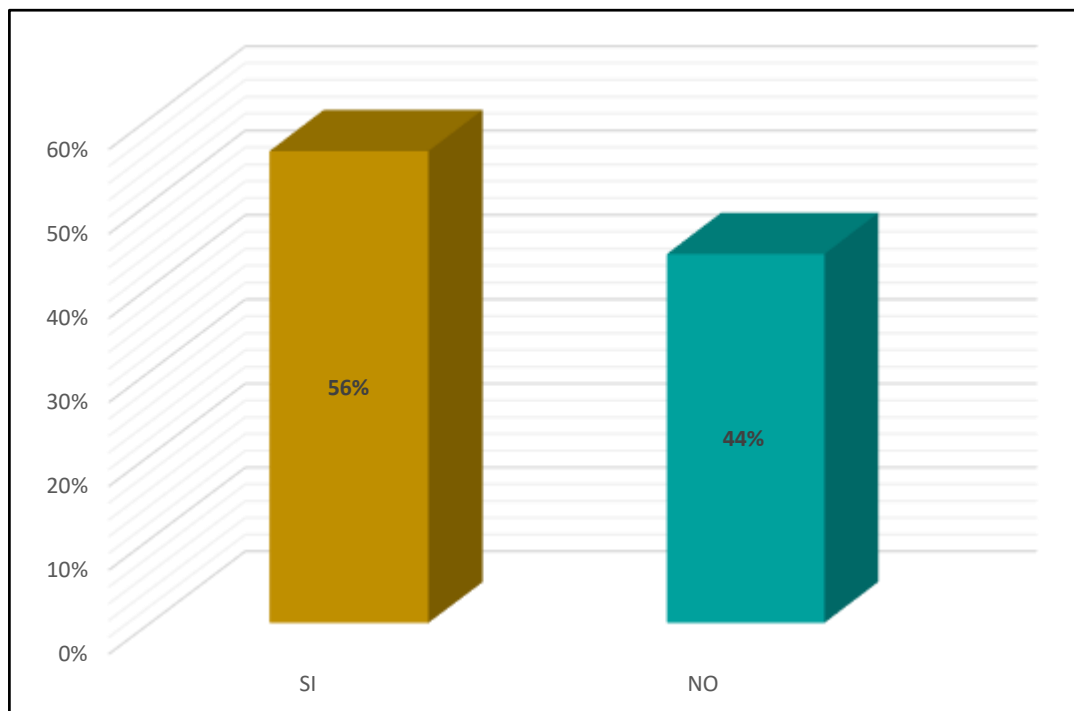
Tabla 27: Aspecto a mejorar en relación al servicio.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	207	56%
NO	162	44%
TOTAL	369	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 23: Aspecto a mejorar en relación al servicio.



Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Los datos reflejan que el 56% de los usuarios del servicio considera que si se debe mejorar en algunos aspectos, mientras que el 44% respondió que no. En la siguiente pregunta se detallan los puntos más sobresalientes.

Pregunta 10. Si la respuesta es positiva, especifique en qué:

Tabla 28: Aspectos mencionados por los clientes para mejorar el servicio.

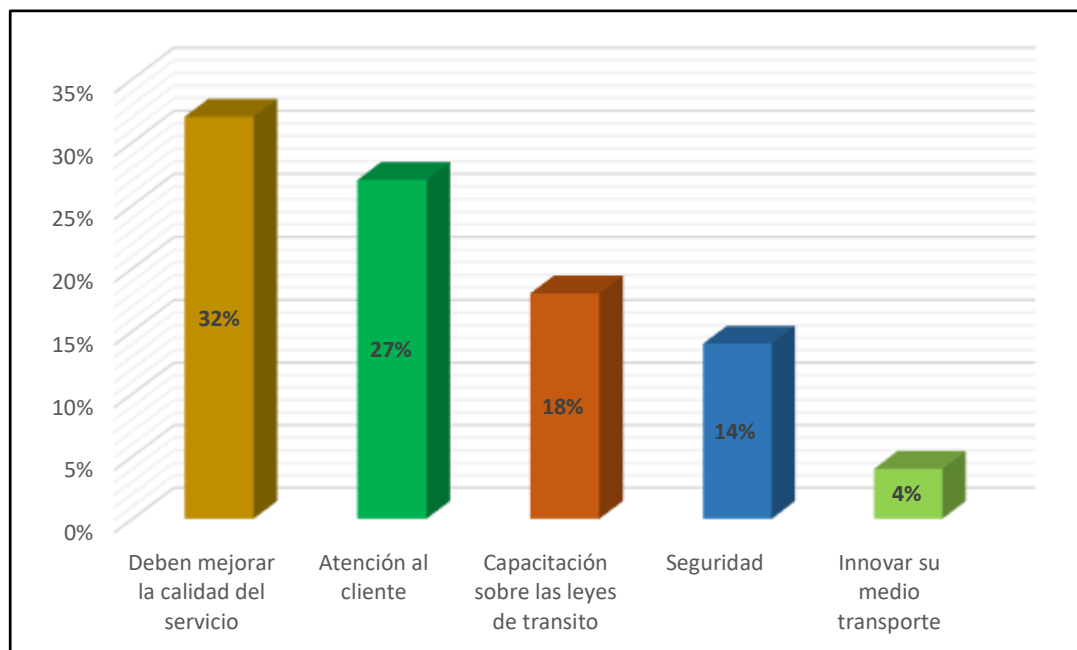
DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Deben mejorar la calidad del servicio	138	32%
Atención al cliente	98	27%

Capacitación sobre las leyes de tránsito	67	18%
Seguridad	52	14%
Innovar su medio transporte	14	4%
TOTAL	369	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 24: Aspectos mencionados por los clientes para mejorar el servicio.



Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Los aspectos mayormente mencionados son: el 32% deben mejorar la calidad del servicio, 27% atención al cliente, 18% capacitaciones sobre las leyes de tránsito, el 14% deben brindar una mejor seguridad y el 4% deben innovar su medio de transporte.

Pregunta 11. ¿Alguna vez tuvo dificultades con alguna tricimoto en el momento de utilizar como medio de transporte?

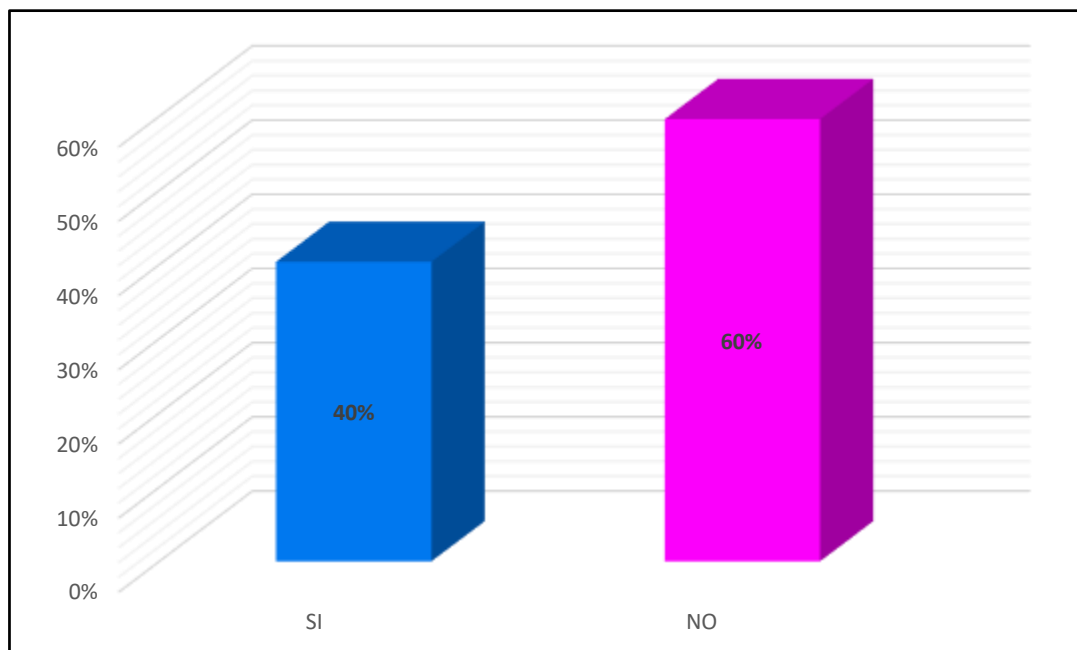
Tabla 29: Dificultades que tuvieron los clientes al utilizar el servicio de tricimoto.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	149	40%
NO	220	60%
TOTAL	369	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 25: Dificultades que tuvieron los clientes al utilizar el servicio de tricimoto.



Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

De los datos recopilados de las encuestas aplicadas a los usuarios que usan este medio de transporte el 40% mencionó que si ha tenido dificultades al momento de utilizar el servicio, mientras que el 60% manifestó que no.

Pregunta 12. En caso de ser positivo, especifique el motivo:

Tabla 30: Dificultades que han tenido los usuarios con el servicio de tricimotos.

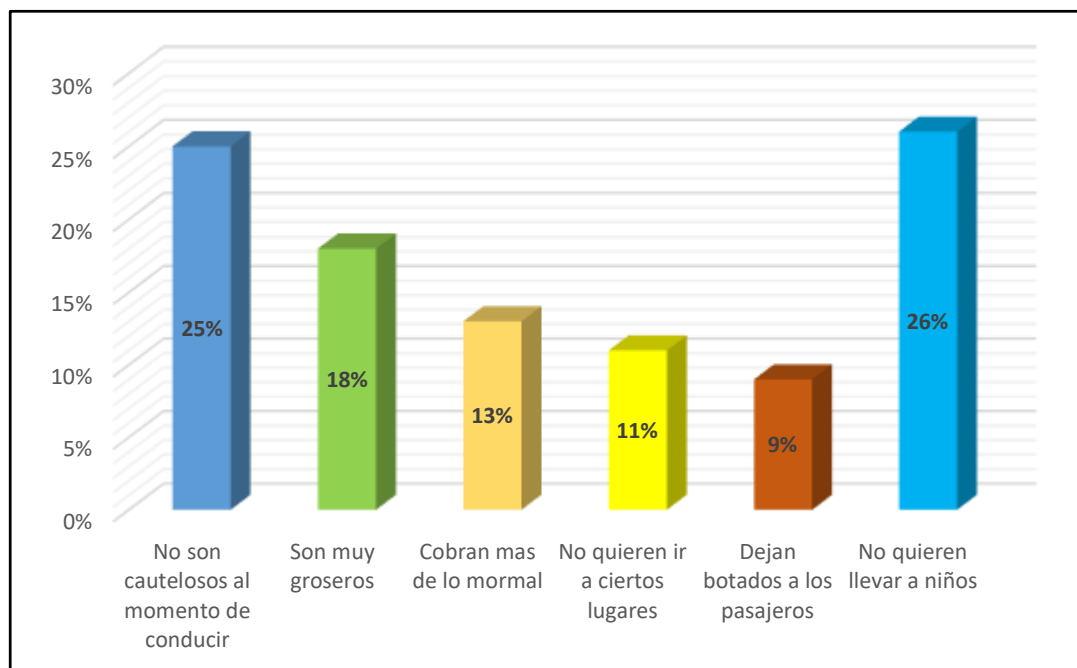
DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No son cautelosos al momento de conducir	92	25%
Son muy groseros	67	18%
Cobran más de lo normal	43	13%
No quieren ir a ciertos lugares	40	11%

Dejan botados a los pasajeros	342	9%
No quieren llevar a niños	95	26%
TOTAL	369	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 26: Dificultades que han tenido los usuarios con el servicio de tricimotos.



Fuente: Encuestas aplicadas a los usuarios de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Las dificultades mayormente mencionadas son : el 25% no son cautelosos al momento de conducir, 18% son muy groseros, el 13% cobran más de lo normal, el 11% no quieren ir a ciertos lugares, el 9% dejan botados a los pasajeros y el 26% no quieren llevar a niños.

11.3. Resultados de la encuesta aplicada a los directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Pregunta 1. ¿Conoce usted sobre la calidad en el servicio?

Tabla 31: Conocimiento sobre calidad en el servicio.

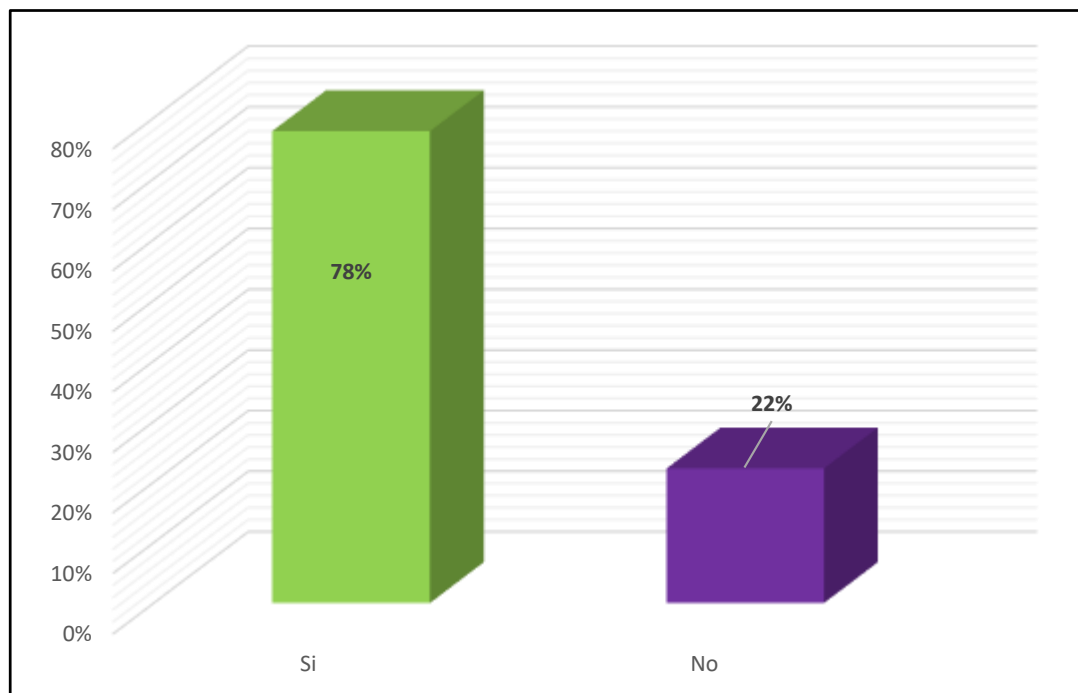
DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	35	78%
No	10	22%

TOTAL	45	100%
-------	----	------

Fuente: Encuestas aplicadas a los directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 27: Conocimiento sobre calidad en el servicio.



Fuente: Encuestas aplicadas a los directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Análisis e interpretación.

Según las encuestas realizadas a los 45 directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná; el 78% si conoce sobre la calidad en el servicio y el 22% no conoce la calidad en el servicio.

Pregunta 2. ¿Considera usted que la calidad de servicio que prestan las tricimotos de su compañía es?

Tabla 32: Opinión sobre calidad del servicio que prestan las tricimotos según sus directivos.

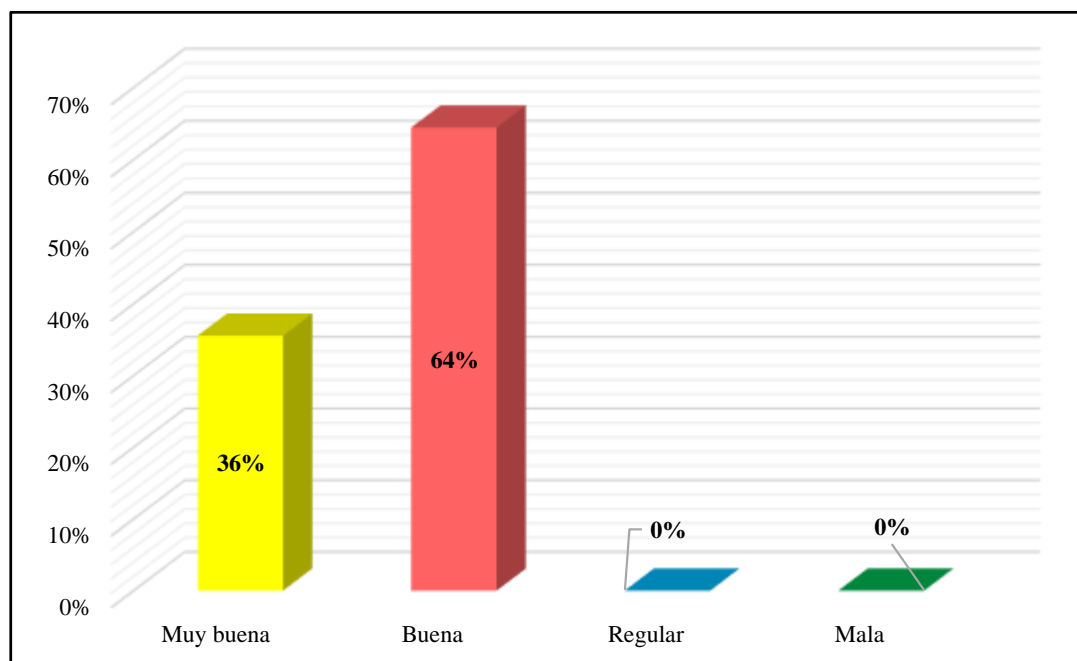
DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy buena	16	36%
Buena	29	64%
Regular	0	0%
Mala	0	0%

TOTAL	45	100%
-------	----	------

Fuente: Encuestas aplicadas a los directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 28: Opinión sobre calidad del servicio que prestan las tricimotos según sus directivos.



Fuente: Encuestas aplicadas a los directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Análisis e interpretación.

Según la opinión de los directivos de las compañías, el 36% consideran que es muy buena y el 64% buena.

Pregunta 3. ¿Conoce usted el criterio que tienen los usuarios sobre el servicio que presta su compañía?

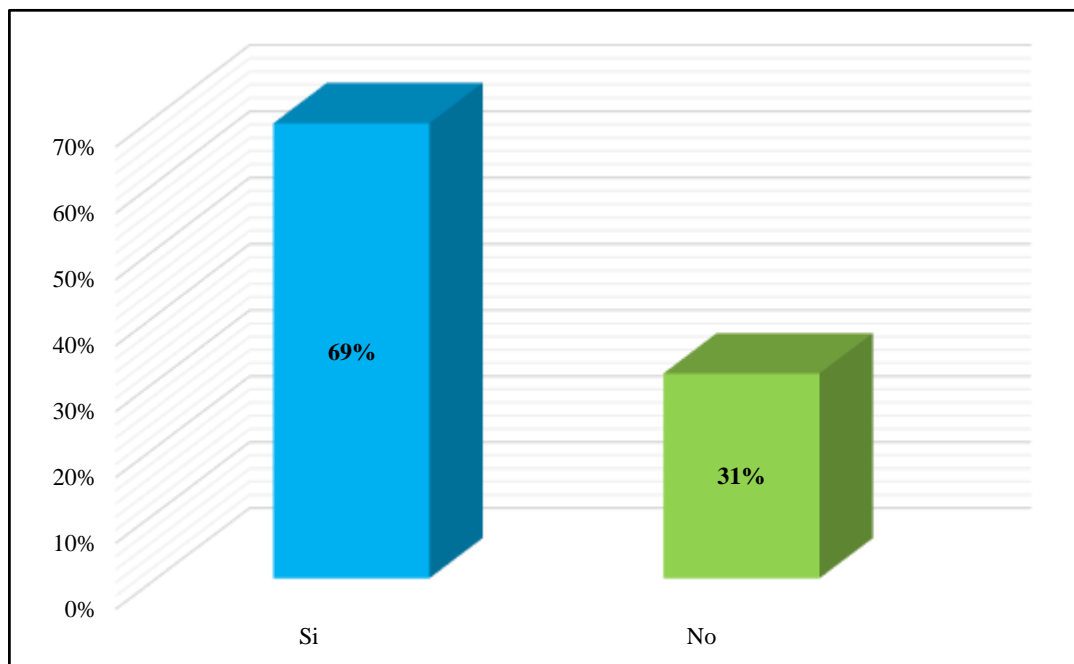
Tabla 33: Conocimiento sobre el criterio que tienen los usuarios sobre el servicio.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	31	69%
No	14	31%
TOTAL	45	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná .

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 29: Conocimiento sobre el criterio que tienen los usuarios sobre el servicio.



Fuente: Encuestas aplicadas a los directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Análisis e interpretación.

El 69% de los directivos manifiestan que si conocen sobre la opinión o criterio que tienen los usuarios sobre el servicio que prestan las compañías de tricimotos, y el 31% dijeron que no conocen.

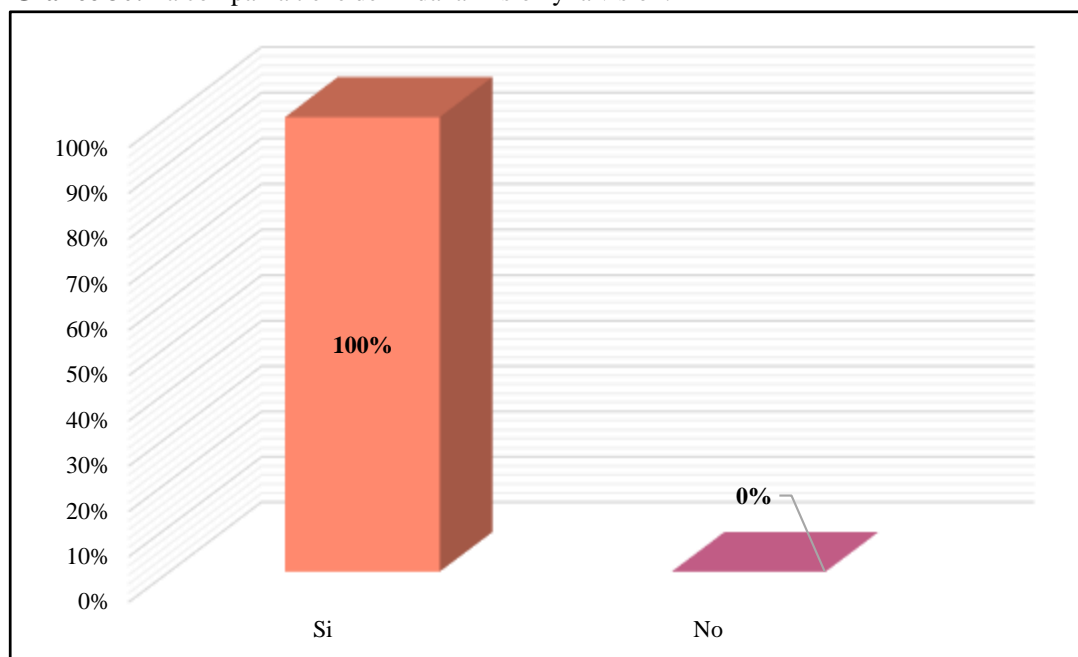
Pregunta 4. ¿Su compañía tiene definida la misión y la visión?

Tabla 34: La compañía tiene definida la misión y la visión.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	45	100%
No	0	0%
TOTAL	45	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 30: La compañía tiene definida la misión y la visión.

Fuente: Encuestas aplicadas a los directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Análisis e interpretación.

Según las encuestas realizadas a los directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná el 100% manifestaron que su compañía si tiene definida la misión y visión.

Pregunta 5. ¿Su compañía se preocupa por la imagen corporativa?

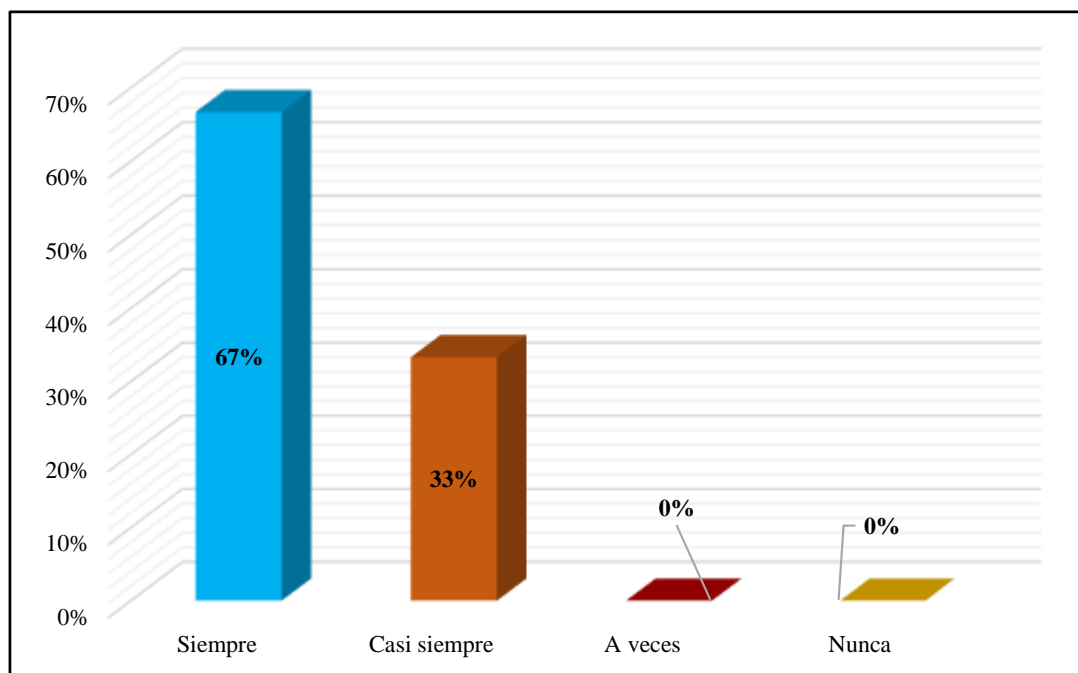
Tabla 35: Imagen corporativa de la compañía.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	30	67%
Casi siempre	15	33%
A veces	0	0%
Nunca	0	0%
TOTAL	45	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 31: La imagen corporativa de la compañía.



Fuente: Encuestas aplicadas a los directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Análisis e interpretación.

Según las encuestas realizadas a los directivos de las compañías de tricimoto del cantón La Maná del 100%, el 67% manifestaron que la compañía siempre se preocupa por la imagen corporativa y el 33% dijeron que casi siempre.

Pregunta 6. ¿La compañía realiza capacitaciones sobre la calidad en el servicio a los socios y conductores?

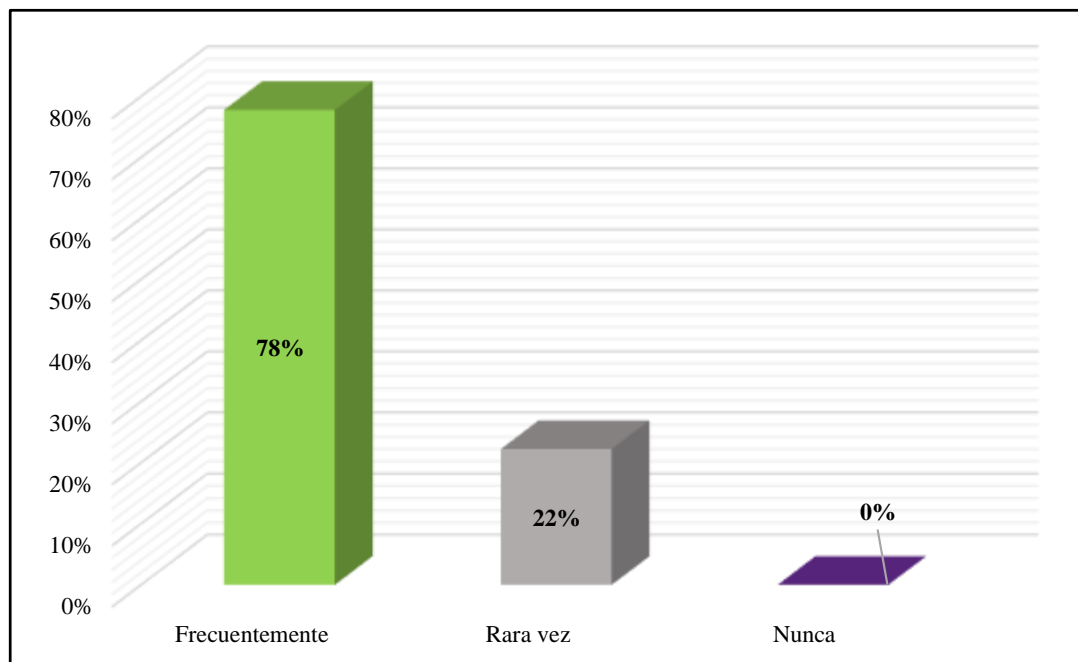
Tabla 36: Frecuencia de capacitación enfocada a la calidad a los socios y conductores.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Frecuentemente	35	78%
Rara vez	10	22%
Nunca	0	0%
TOTAL	45	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 32: Frecuencia de capacitación enfocada a la calidad a los socios y conductores.



Fuente: Encuestas aplicadas a los directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Análisis e interpretación.

Según las encuestas realizadas a los directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná del 100%; el 78% manifestaron que frecuentemente la compañía realiza capacitaciones a los socios y conductores mientras que el 22% dijeron que rara vez.

Pregunta 7. ¿Cree usted que el nivel de seguridad de las unidades (tricimotos) es?

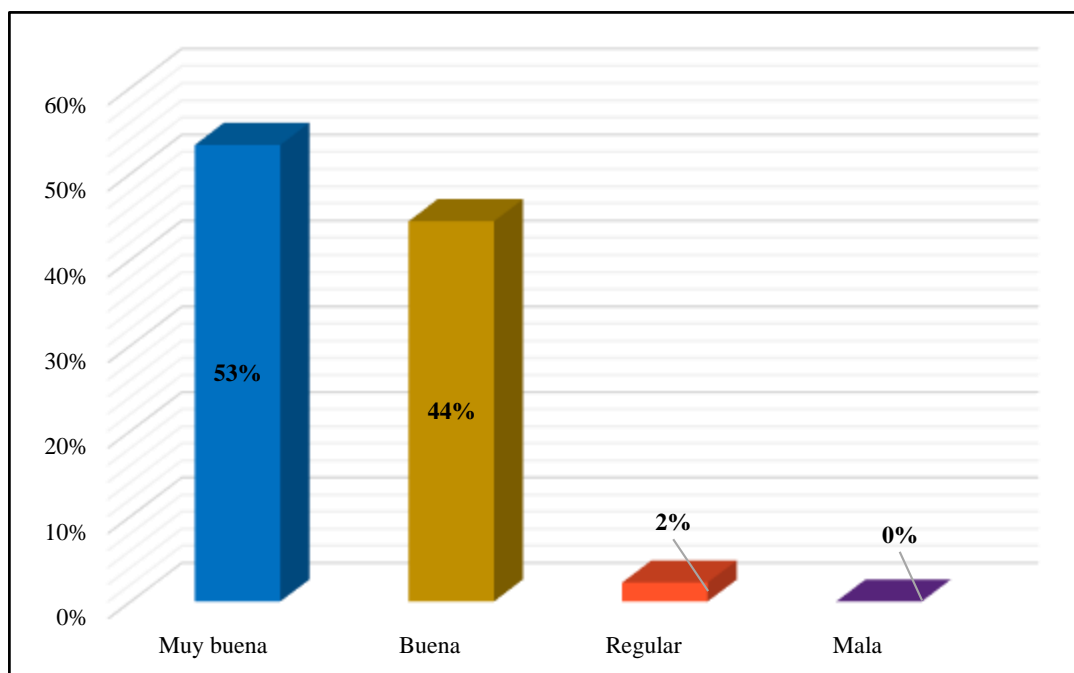
Tabla 37: Nivel de seguridad de las unidades (tricimotos).

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy buena	24	53%
Buena	20	44%
Regular	1	2%
Mala	0	0%
TOTAL	45	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 33: Nivel de seguridad de las unidades (tricimotos).



Fuente: Encuestas aplicadas a los directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Análisis e interpretación.

Según la opinión de los directivos de las compañías de tricimoto del cantón La Maná; el 53% manifestaron que el nivel de seguridad de las unidades es muy buena, mientras que el 44% dijeron que es buena y el 2% indicaron que es regular.

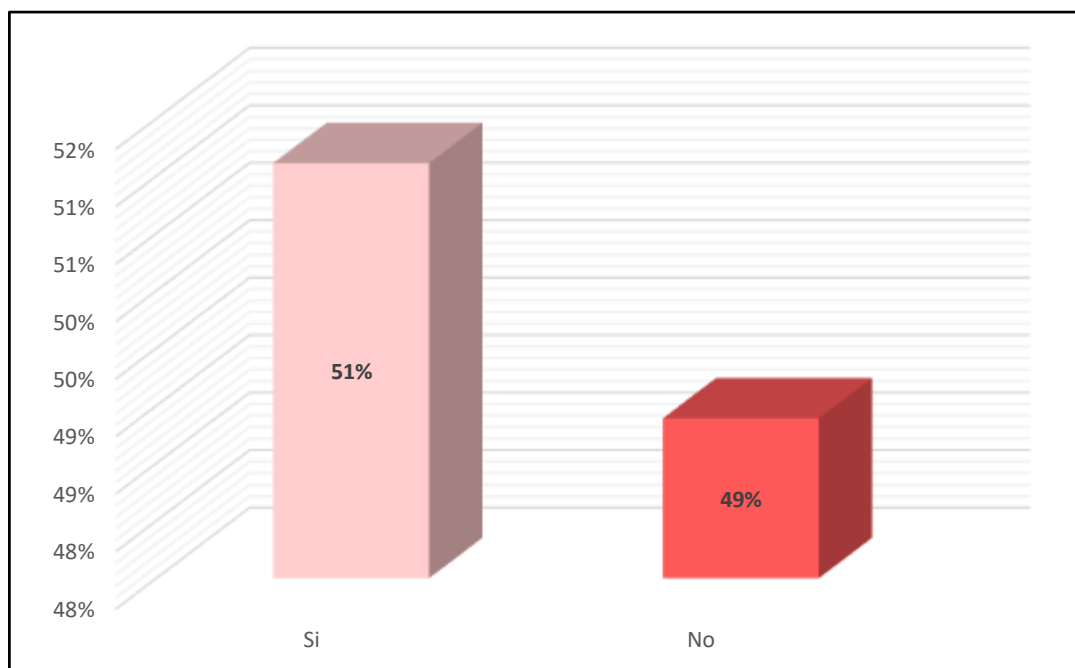
Pregunta 8. ¿Su compañía dispone de la suficiente infraestructura para su funcionamiento?

Tabla 38: Disponibilidad de infraestructura para el funcionamiento de la compañía.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	23	51%
No	22	49%
TOTAL	45	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 34: Disponibilidad de infraestructura para el funcionamiento de la compañía.

Fuente: Encuestas aplicadas a los directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Análisis e interpretación.

Según las encuestas realizadas a los directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná del 100%; el 51% manifestaron que la compañía si dispone de la suficiente infraestructura para su funcionamiento y el 49% dijeron que no tienen instalaciones propias y además carecen del equipamiento adecuado.

Pregunta 9. Si la respuesta es negativa, cite los aspectos que le hacen falta.

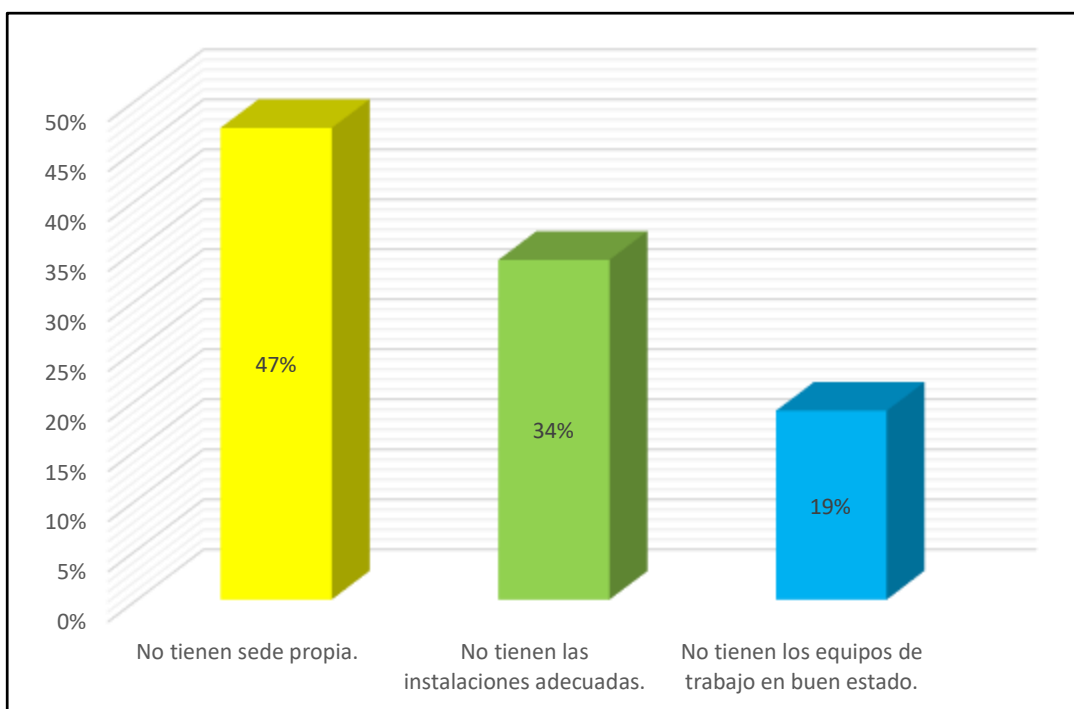
Tabla 39: Aspectos relacionados a la infraestructura que carecen las compañías de tricimotos.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No tienen sede propia.	25	47%
No tienen las instalaciones adecuadas.	18	34%
No tienen los equipos de trabajo en buen estado.	10	19%
TOTAL	45	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 35. Aspectos relacionados a la infraestructura que carecen las compañías de tricimotos.



Fuente: Encuestas aplicadas a los directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Análisis e interpretación.

Según las encuestas realizadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná del 100%; el 47% manifestaron que a la compañía no tiene sede propia y el 34% dijeron que las instalaciones no son las adecuadas y el 19% no tienen los equipos de trabajo en buen estado.

Pregunta 10. ¿Dispone su compañía de una sección para recibir las quejas de los usuarios?

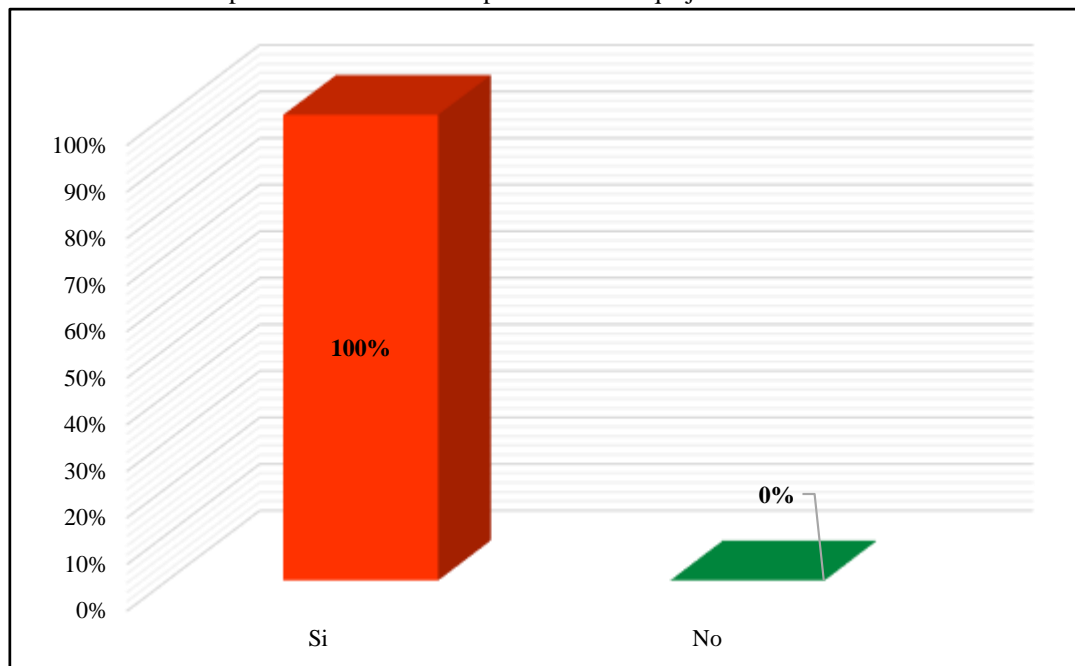
Tabla 40: La compañía tiene una sección para recibir las quejas de los usuarios.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	45	100%
No	0	0%
TOTAL	45	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 36: La compañía tiene una sección para recibir las quejas de los usuarios.



Fuente: Encuestas aplicadas a los directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Análisis e interpretación.

El 100% de los encuestados manifestaron que efectivamente las compañías disponían de una sección para recibir las quejas de sus usuarios.

Pregunta 11. Si la respuesta es positiva, que acción toma la compañía con el conductor de esa unidad:

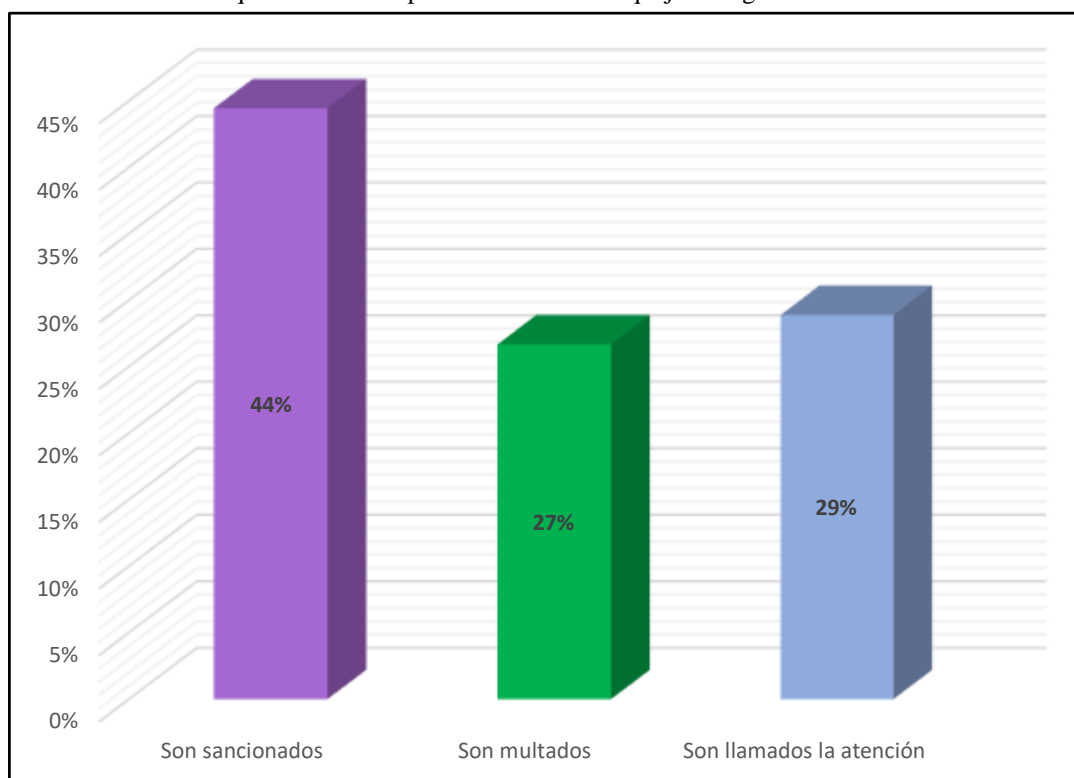
Tabla 41: Acción que toma la compañía cuando recibe queja de algún conductor.

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Son sancionados	20	44%
Son multados	12	27%
Son llamados la atención	13	29%
TOTAL	45	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Gráfico 37: Acción que toma la compañía cuando recibe queja de algún conductor.



Fuente: Encuestas aplicadas a los directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Análisis e interpretación.

Según las encuestas realizadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná del 100%; el 40% manifestaron que los conductores son sancionados de acuerdo a los estatutos internos de la compañía, el 27% son multados y el 29% son llamados la atención por cualquier infracción.

11.4. Conclusiones y recomendaciones

11.4.1. Conclusiones

El proyecto realizado tuvo como uno de los propósitos fundamentales recabar información acerca de la calidad del servicio que brindan las compañías del tricimotos del Cantón La Maná y la satisfacción del cliente, lo que constituye un insumo importante para formular soluciones que promuevan el desarrollo empresarial de los distintos actores económicos y sociales de este sector del país; sobre todo cuando se trata de implementar una cultura de calidad enfocada a la excelencia del servicio en el transporte de personas.

En base a los resultados de las encuestas aplicadas a los usuarios que utilizan el servicio de las compañías de tricimotos el 47% mencionan que es buena y el 47% regular (cuadro 23), en contraposición los directivos manifiestan que sus compañías si brindan un servicio de calidad (36% muy buena y 64% buena, cuadro 33), lo que denota claramente la resistencia a aceptar la percepción del cliente, por lo tanto es indispensable hacer que las compañías con todo su personal sean receptivos a las necesidades de sus usuarios.

En relación al trato de los usuarios el 35% que es bueno y el 60% regular (cuadro 24), otra característica relevante es que el 49% de los socios y conductores son bachilleres y el 25% educación básica (cuadro 6), lo que denota la poca cultura de calidad, esto porque no han tenido una formación en este sentido o simplemente se han realizado charlas, pero en sí, no tienen una nivel de formación adecuado en este sentido.

Teniendo en cuenta que el 61% de los usuarios utilizan el servicio de tricimotos frecuentemente (cuadro 20), y que el 49% lo hace por economía y el 31% porque es un medio de transportación masivo (cuadro 21); es necesario considerar estos factores como de gran importancia para el desarrollo económico creciente del sector.

11.4.2. Recomendaciones

Se recomienda a los directivos, socios y conductores de las compañías de tricimotos mejorar el servicio, ya que la calidad percibida por el usuario no es la adecuada como se demuestra en los datos recopilados.

El trato que los conductores brindan a los usuarios no es el adecuado, en tal virtud es imperativo que las compañías desarrollen eventos, seminario y charlas de capacitación permanentes con todo el personal de las compañías para que se vaya cimentando en ellos, una cultura de calidad enfocada en el servicio de excelencia.

Si analizamos detenidamente los porcentajes medidos, quiere decir que la mayoría de la población de estrato socio económico medio y bajo es la más propensa a utilizar el servicio de tricimotos, lo que se traduce que es la mayoría de la población, por lo tanto es de suma importancia que la calidad del servicio sea mejorada continuamente para que el nivel de satisfacción del cliente sea el óptimo y se potencialice el desarrollo económico de las compañías de tricimotos y todo el andamiaje económico del cantón.

Debido a que los usuarios usan frecuentemente este medio por ser un medio de transportación masiva y económica, deben plantear estrategias corporativas a largo plazo para profundizar su desarrollo y crecimiento como compañía, garantizando su permanencia en el tiempo.

11.5. Diseño de la propuesta

11.5.1. Datos informativos

Tema: propuesta de un modelo de calidad que permita mejorar la calidad de servicio y elevar el nivel de satisfacción de los clientes en la compañía de tricimoto 19 de Mayo. S.A.

Institución Ejecutora

Universidad Técnica de Cotopaxi Extensión La Maná

Beneficiarios

Los beneficiarios del presente proyecto son las cuatros compañías de tricimotos, los 202 socios y los 54.104 habitantes del cantón La Maná según el censo del INEC, año 2010 potenciales usuarios de este servicio.

Tabla 42: Beneficiarios del proyecto.

Descripción	Cantidad	Aproximación (beneficiarios)
Los socios y conductores	150	150
Personal directivo	45	45
La población del cantón La Maná	54.104	369

Elaborado por: Las autoras.

Ubicación

- **Provincia:** Cotopaxi
- **Cantón:** La Maná

Equipo técnico responsable

Coordinadores:

- Ing. Héctor Arnulfo Chacha Armas M. Sc. (Curriculum anexo 1)
- Briones Solís Mireya Karina (Curriculum anexo 2)
- Toaquiza Ayala Kerly Yajaira (Curriculum anexo 3)

11.5.2. Descripción de la propuesta

El desarrollo de este proyecto está enfocado en mejorar la calidad del servicio que prestan las compañías de tricimotos del cantón La Maná y la satisfacción del cliente; para lo cual se ha enfocado en realizar un estudio detallado de la percepción que tienen los diferentes actores de esta actividad económica como son: directivos, socios y público en general.

Conociendo los diferentes puntos de vista concordantes y discordantes, se hace énfasis en cimentar y consolidar aquellos que están bien, por el contrario aquellos aspectos en los que existe contraposición, proponemos mejorarlos o corregirlos de manera que el cliente que es la causa primordial a considerar, sea atendido de manera adecuada y oportuna.

Para la realización del proyecto se pretende tomar decisiones que conlleven al éxito de la empresa y satisfacción de los usuarios; ya que un cliente satisfecho permite posicionar a la empresa como una institución sólida capaz de sobrevivir en un mercado tan competitivo.

Con el desarrollo de la investigación se evidenció todas las observaciones que tienen los usuarios al momento de utilizar una tricimoto como medio de transporte, para que tanto los socios como los conductores de las compañías, visualicen la percepción que tienen los clientes sobre el servicio prestado.

La investigación de campo fue el insumo que nos permitió formular un diagnóstico preciso sobre las acciones que se deben ejecutar para formular un plan de acción que permita introducir en las compañías un modelo de calidad en la prestación del servicio.

11.6. Estructura de la propuesta

11.6.1. Justificación

11.6.2. Objetivos

11.6.2.1. Objetivo general

11.6.2.2. Objetivos específicos

11.6.3. Desarrollo de la Espina de pescado de causa y efecto de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

11.6.4. Realización del Gráfico Diagrama de Pareto.

11.6.5. Modelo de gestión de calidad

11.6.5.1. Alcance

11.6.5.2. Beneficiarios

11.6.6. Descripción de los componentes de los modelos de gestión de calidad.

11.6.7. Socialización y elección del modelo de gestión de calidad más idóneo que vamos aplicar en las compañías de tricimotos.

11.6.8. Análisis de los siete criterios interpretados de Malcolm Baldrige

11.6.9. Realización del Cuadro Conjunto de contramedidas 5W 1H

11.6.10. Discusión

11.6. Desarrollo de la propuesta

11.6.1. Justificación

La investigación tuvo como finalidad efectuar una evaluación de la calidad del servicio que prestan las compañías de tricimotos del cantón La Maná y su incidencia en la satisfacción del cliente; mediante las encuestas realizadas nos permitieron visualizar de manera más objetiva las falencias, lo que en el futuro facilitó el desarrollo de mejores prácticas en la calidad del servicio de transporte, para elevar el nivel de vida y desempeño social.

Mediante la investigación de campo, llegamos a obtener una amplia información sobre el número de compañías y unidades que existen, características operativas y de funcionalidad, organización, problemas a los que se enfrentan, para finalmente proponer un modelo particular en la compañía de tricimotos 19 de mayo, el cuál pueda ser aplicado por las demás compañías de acuerdo a sus particularidades.

Una vez analizados los modelos existentes sobre la calidad heos optado por el que más se asemeja a las compañías de tricimotos y que va ser implementado a futuro, el modelo de Malcolm Baldrige es un modelo de excelencia que representa de siete criterios importantes dentro de una empresa, con la elección del modelo es para eliminar las problemáticas que tienen los cliente al momento de utilizar el servicio de las tricimotos como medio de transportación con la finalidad que los socios y conductores brinden un servicio que satisfagan las necesidades de los clientes.

Con la aplicación del modelo de Malcolm Baldrige nos enseña a que los lideres deben estar orientados a la dirección estratégica y a los clientes, así como deben dirigir, responder y organizar el desempeño laboral basándose en resultados de excelencia, permitiendo un mayor posicionamiento en el mercado a las compañías de tricimotos que es un medio de transporte muy utilizado por la ciudadanía del cantón La Maná.

11.6.2. Objetivos

Objetivo general

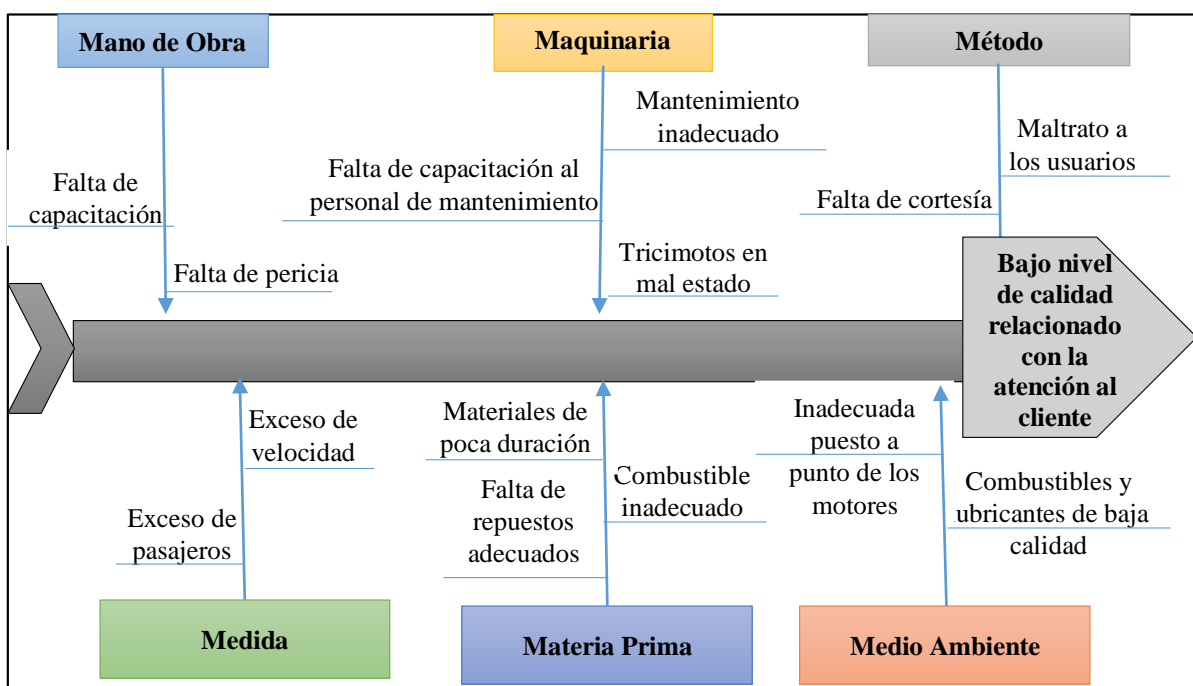
Desarrollar un modelo de calidad que permita mejorar el servicio y elevar el nivel de satisfacción del cliente de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Objetivos específicos

- ✚ Diagnosticar la calidad de servicio que prestan las compañías de tricimotos, mediante la investigación de campo y la aplicación de encuestas.
- ✚ Analizar el grado de satisfacción del cliente al utilizar el servicio que prestan las compañías de tricimotos del cantón La Maná.
- ✚ Diseñar la estructura de un modelo de calidad que permita mejorar el servicio que prestan las compañías de tricimotos a sus clientes, utilizando los modelos existentes.

11.6.3. Desarrollo de la Espina de pescado de causa y efecto de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Gráfico 38: Espina de pescado.



Elaborado por: Las autoras.

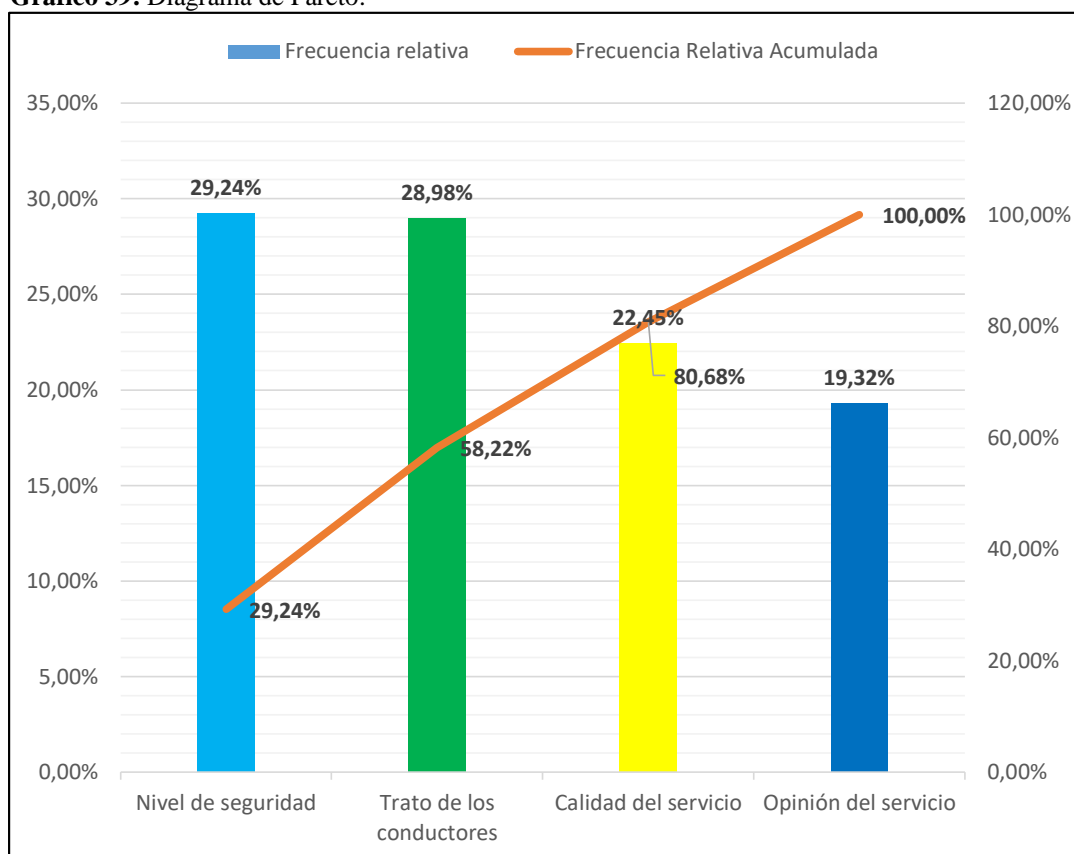
Cuadro 43: Datos obtenidos de las encuestas realizadas a los socios y conductores de las tricimotos.

OBSERVACIONES/QUEJAS MAS RELEVANTES	Datos	fr	Fra
Nivel de seguridad	224	29,24%	29,24%
Trato de los conductores	222	28,98%	58,22%
Calidad del servicio	172	22,45%	80,68%
Opinión del servicio	148	19,32%	100,00%
Total	766	100,00%	

Fuente: Encuestas aplicadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

11.6.4. Realización del Gráfico Diagrama de Pareto.

Gráfico 39: Diagrama de Pareto.

Fuente: Encuestas aplicadas a los socios y conductores de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Elaborado por: Las autoras.

Análisis e interpretación.

De las observaciones y quejas más relevantes mencionados por los usuarios del servicio, se presentan en el siguiente cuadro y se gráfica mediante Pareto.

Dos son las causas principales que los clientes consideran que se deben mejorar con prioridad: el nivel de seguridad y el trato de los conductores porque no tienen la pericia de cómo atender al usuario.

Según Pareto, mejorando el 20% de las causas más relevantes se puede mejorar el 80% de la opinión desfavorable que tienen los usuarios con este servicio.

En las compañías de tricimotos deben de brindar un servicio que satisfagan las necesidades del usuario; con el diagnóstico realizado con Pareto llegamos a visibilizar los problemas más relevantes que tienen los clientes al momento de utilizar este medio transporte.

11.6.5. Diseño del modelo de gestión de calidad que permitió mejorar el servicio que prestan las compañías de tricimotos a sus clientes.

Un modelo de gestión de calidad es permanente y un instrumento eficaz en el proceso de toda organización con la finalidad de mejorar los servicios que pueden ser ofrecidos. El modelo favorece la comprensión de las dimensiones más relevantes de una organización, así como establece criterios de comparación con otras organizaciones y el intercambio de experiencias obtenidas.

Gracias a las encuestas efectuadas a los socios, conductores, directivos y usuarios de las compañías de tricimotos del cantón La Maná se pudo visibilizar que existen falencias y deficiencias al momento de brindar un servicio de calidad, por lo cual se consideró diseñar un modelo de calidad para mejorar el servicio y lograr la satisfacción de los clientes.

11.6.5.1. Alcance

Un modelo de calidad, brinda la oportunidad de mejorar el servicio para satisfacción del cliente y al mismo tiempo permite el desarrollo de una empresa o compañía; con este proyecto se formula los siguientes alcances:

- Mejorar la calidad del servicio por parte de los socios y conductores hacia los usuarios.
- Lograr un auto perfeccionamiento de las habilidades de los socios y conductores para ofrecer un buen servicio.
- Plantear los temas para la capacitación y sistemas de auto preparación técnica a los socios, conductores y directivos; de las compañías de tricimotos.
- Capacitar continuamente a los socios, directivos y conductores de las compañías de tricimotos, de manera que se genere en ellos una cultura de calidad.
- Otorgar un adecuado sistema de incentivo que mejore la calidad del servicio que prestan las compañías de tricimotos.

11.6.5.2. Beneficios del modelo de gestión de calidad que permitirá mejorar el servicio que prestan las compañías de tricimotos a sus clientes.

- Aplicando los criterios del modelo Malcolm Baldrige, se mejorará el nivel de calidad del servicio que prestan las compañías de tricimotos a los usuarios.
- Gestionar de manera adecuada todas las actividades que se desarrollan a nivel administrativo, operativo y de servicio en cada una de las compañías de tricimotos, enfocadas en satisfacer las necesidades de los clientes.

- Cimentar en la mente de los socios, personal administrativo y conductor de las compañías de tricimotos, una cultura de mejora continua en el servicio.

11.6.5.3. Beneficiarios directos

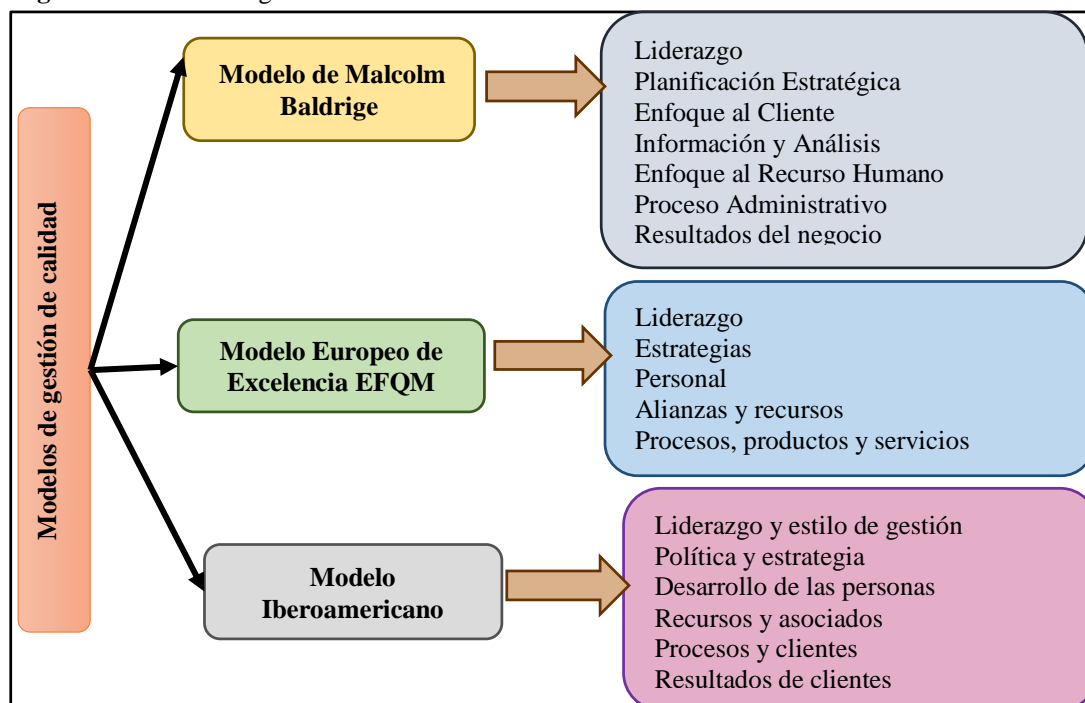
- Las cuatro compañías de tricimotos quienes conforman el equipo de trabajo
- Los 202 socios de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.
- Los 54,104 habitantes del cantón La Maná según el censo del INEC, año 2010 potenciales usuarios de este servicio.

11.6.5.4. Beneficiarios indirectos

- Los turistas.
- El Servicios de Rentas Internas.
- Cuerpo de bomberos.
- El Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) del cantón La Maná.
- Las instituciones públicas y privadas del cantón La Maná.

11.6.6. Descripción de los componentes de los modelos de gestión de calidad.

Figura 6: Modelos de gestión de calidad.



Elaborado por: Las autoras.

El modelo Malcolm Baldrige es un modelo de excelencia que es utilizado por los estados Unidos este modelo se lo emplea para evaluar el desempeño de los trabajadores. Este modelo considera de siete puntos clave que sirven para evaluar la gestión de la calidad

con el desarrollo del modelo podemos disminuir las problemáticas y falencias que existen dentro de las compañías.

El modelo EFQM de Excelencia fue creado por la Fundación Europea para la gestión de la calidad que tiene como propósito ayudar a las organizaciones a obtener una cultura de excelencia; este modelo con cinco principios que son de punto clave para evaluar la gestión de la calidad permitiendo así tener los resultados que necesita la empresa para así disminuir las deficiencias que tienen las compañías.

El modelo Iberoamericano fue creado por la Fundación Iberoamericana para la gestión de la calidad; organizaciones sin fines de lucro, este modelo impulsa la generación de valor, calidad y excelencia; este modelo consta de nueve criterios que impulsa de determinar las falencias y también ayuda a la evaluación interna del entorno.

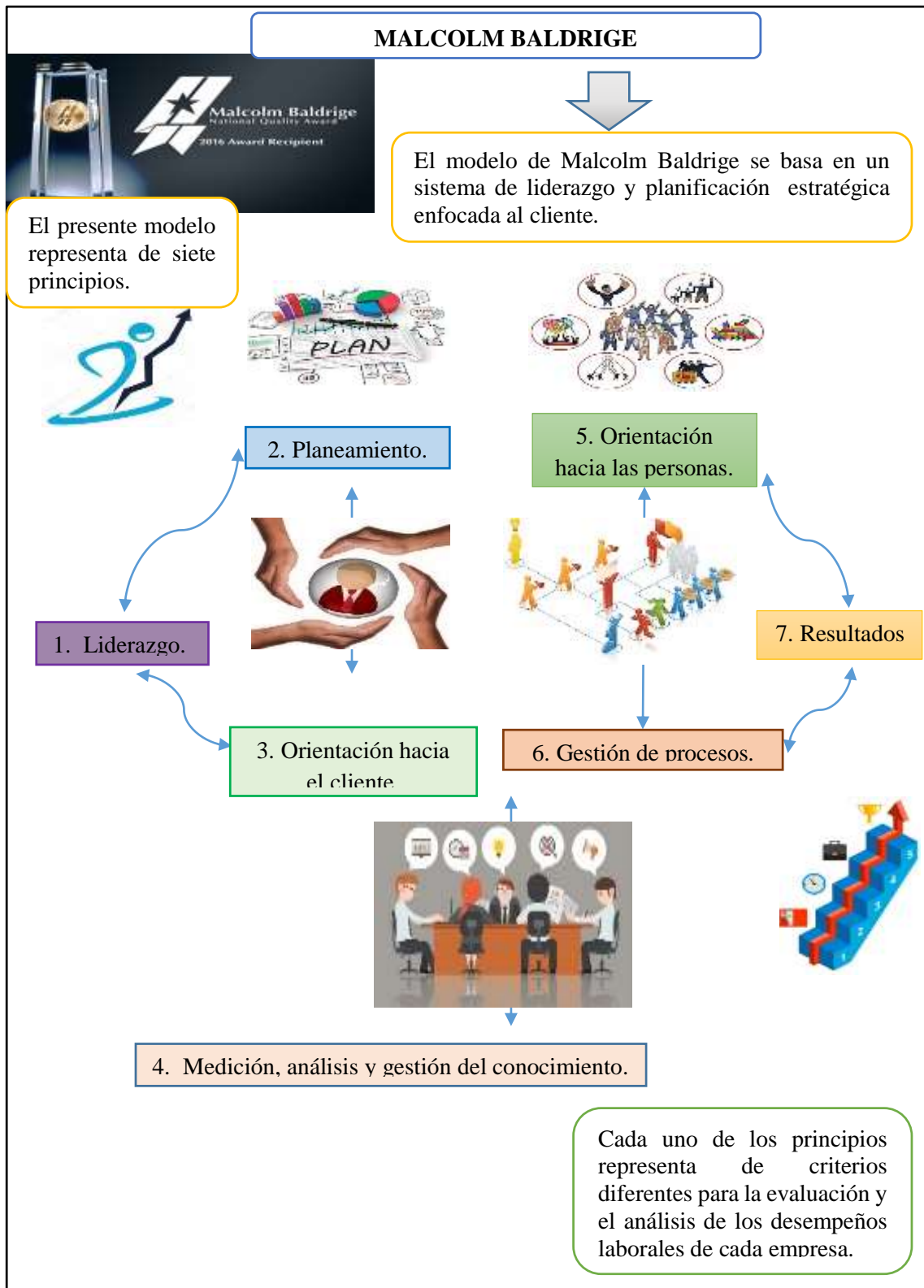
11.6.7. Socialización y elección del modelo de gestión de calidad más idóneo que vamos aplicar en las compañías de tricimotos.

El modelo de Malcolm Baldrige establece que los líderes deben estar orientados a la dirección estratégica y a los clientes, así como deben dirigir, responder y gestionar el desempeño basándose en los resultados.

Malcolm Baldrige es un proceso mediante el cual una organización autoevalúa su gestión, con relación a un modelo de referencia, para identificar sus fortalezas y oportunidades de mejoramiento. A partir de estas distinciones aplica planes de mejora que permita aumentar los niveles de calidad de servicio en la búsqueda de la excelencia.

Con la socialización del modelo de excelencia se estimulan a las empresas a tener un alto rendimiento; este modelo consta de siete principios que permite llegar a la evaluación de la calidad; con su ayuda podemos disminuir las problemáticas que existen dentro de las empresas u organizaciones.

Figura 7: Aplicación del modelo de Malcolm Baldrige.



Elaborado por: Las autoras.

11.6.8. Análisis de los siete criterios interpretados de Malcolm Baldrige

Liderazgo

Los líderes establecen el propósito y la orientación de la organización para alcanzar los objetivos planteados y mantener un ambiente interno adecuado, de manera que el personal se sienta involucrado íntegramente a lograr los objetivos planteados.



Figura 8: Líder de la compañía de tricimoto 19 de Mayo.

**COMPAÑÍA DE TRICIMOTO
19 DE MAYO .S.A**

Los gerentes de las compañías de tricimotos tienen la obligación de ejercer un liderazgo democrático y participativo, para que los socios y conductores estén conscientes de su rol dentro de la compañía, formulando además iniciativas y sugerencias que promuevan un desarrollo colectivo de la compañía, para que sea bien vista por los usuarios.




El Líder es aquel que programa, planifica, organiza y dirige a todo el personal que labora dentro de su empresa.

**COMPAÑÍA DE TRICIMOTO
19 DE MAYO .S.A**

Elaborado por: Las autoras.

Tabla 44: Aspectos que un buen Líder realiza.

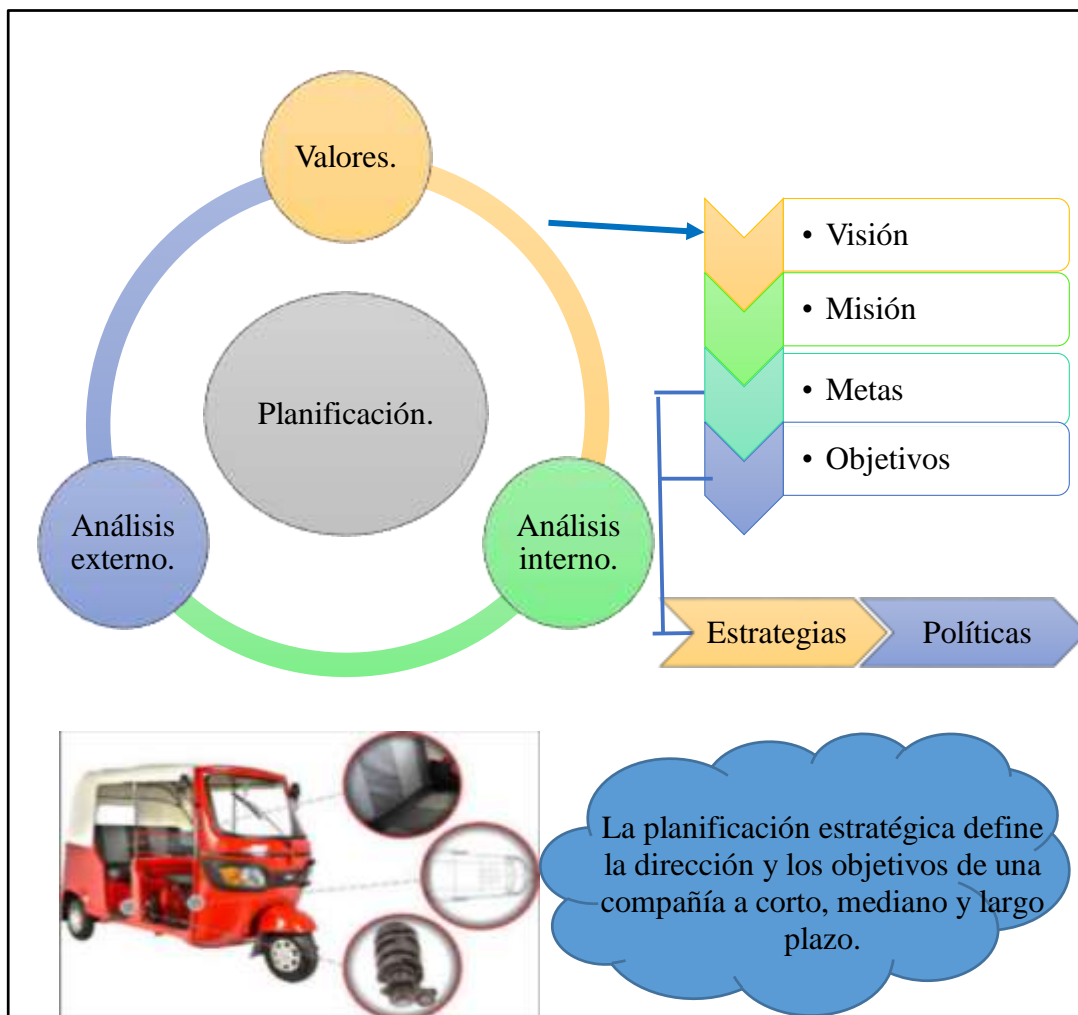
UN BUEN LÍDER	No empuja 	A quien no quiere caminar.
	No jala. 	A quien no quiere trabajar.
UN BUEN LÍDER	Enseña, Orienta, Capacita y Apoya. 	A quien tiene GANAS de CRECER.

Elaborado por: Las autoras.

Planeación estratégica

La planeación estratégica es la elaboración, desarrollo y puesta en marcha de distintos planes operativos por parte de las empresas u organizaciones, con la intención de alcanzar objetivos y metas planteadas. Estos planes pueden ser a corto, mediano o largo plazo. Los planes estratégicos cuentan con un cierto presupuesto disponible, por lo que es esencial la correcta determinación de los objetivos a cumplir.

Figura 9: Planes y procedimientos que se debe desarrollar en una compañía de tricimoto.





Elaborado por: Las autoras.

El proyecto se encuentra encaminada a implementar planes y procedimientos que se deben ejecutar de manera coordinada, para que el desarrollo de las actividades sea eficientes y eficaces, promoviendo una cultura de calidad en el servicio de la transportación.

Orientación hacia el cliente y el mercado

La organización evalúa, determinadamente las necesidades y conoce las expectativas del cliente, su percepción y sus preferencias en productos y servicios, estrategias éticas de retención, conocimiento del mercado. Las empresas deben asegurarse de que los requerimientos de sus clientes serán atendidos de manera ágil y oportuna.

Tabla 45: Normas de orientación al cliente y en el mercado que deben poner en práctica la compañía.

<p style="text-align: center;">Orientación al cliente.</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Compromiso con el cliente. ✚ Creación de valor para el cliente. ✚ Comprensión de las necesidades del cliente. ✚ Medición de la satisfacción del cliente. ✚ Servicio al cliente. ✚ Cultura de calidad. ✚ Satisfacción al cliente.
<p style="text-align: center;">Orientación a la competencia.</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Información sobre la cuota de los pagos por parte de los clientes. ✚ Respuesta rápida a las acciones de la compañía. ✚ Análisis de las estrategias de la competencia por la alta dirección. ✚ Oportunidades de mercado como ventaja competitiva. ✚ Organización de las compañías.

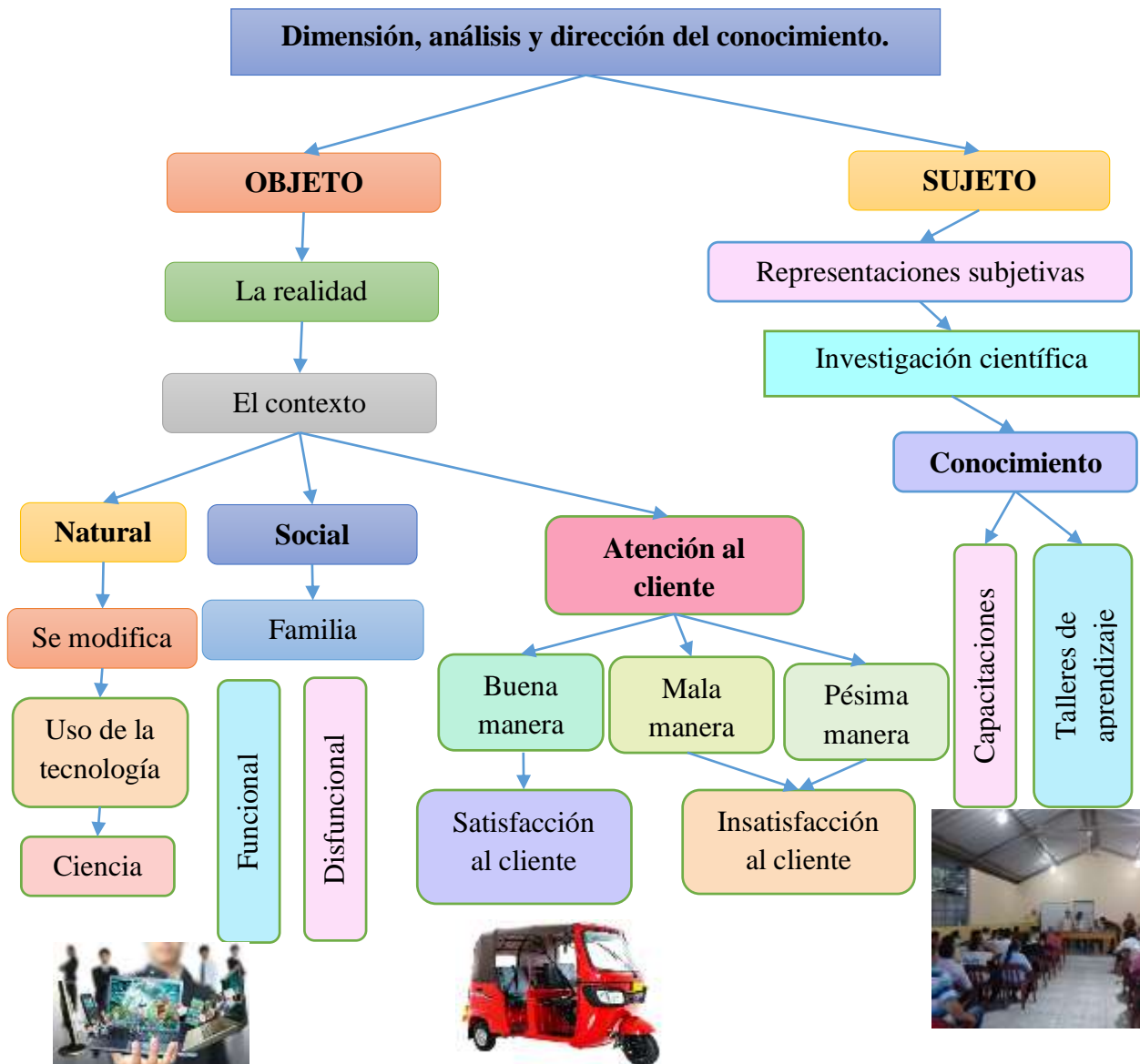
Elaborado por: Las autoras.

Todo el personal de las compañías de tricimotos deben tener como premisa brindar un servicio de transporte adecuado y seguro a sus pasajeros, observando normas de conducta apropiadas enfocadas al buen trato, así como poniendo en práctica las leyes de tránsito vigentes.

Dimensión, análisis y dirección del conocimiento.

Este criterio examina como la organización selecciona, recolecta, analiza, gestiona y mejora los activos de datos, información y conocimiento. También evalúa el desempeño organizacional.

Figura 10: Dimensiones que deben aplicar los socios de la compañía de tricimoto.



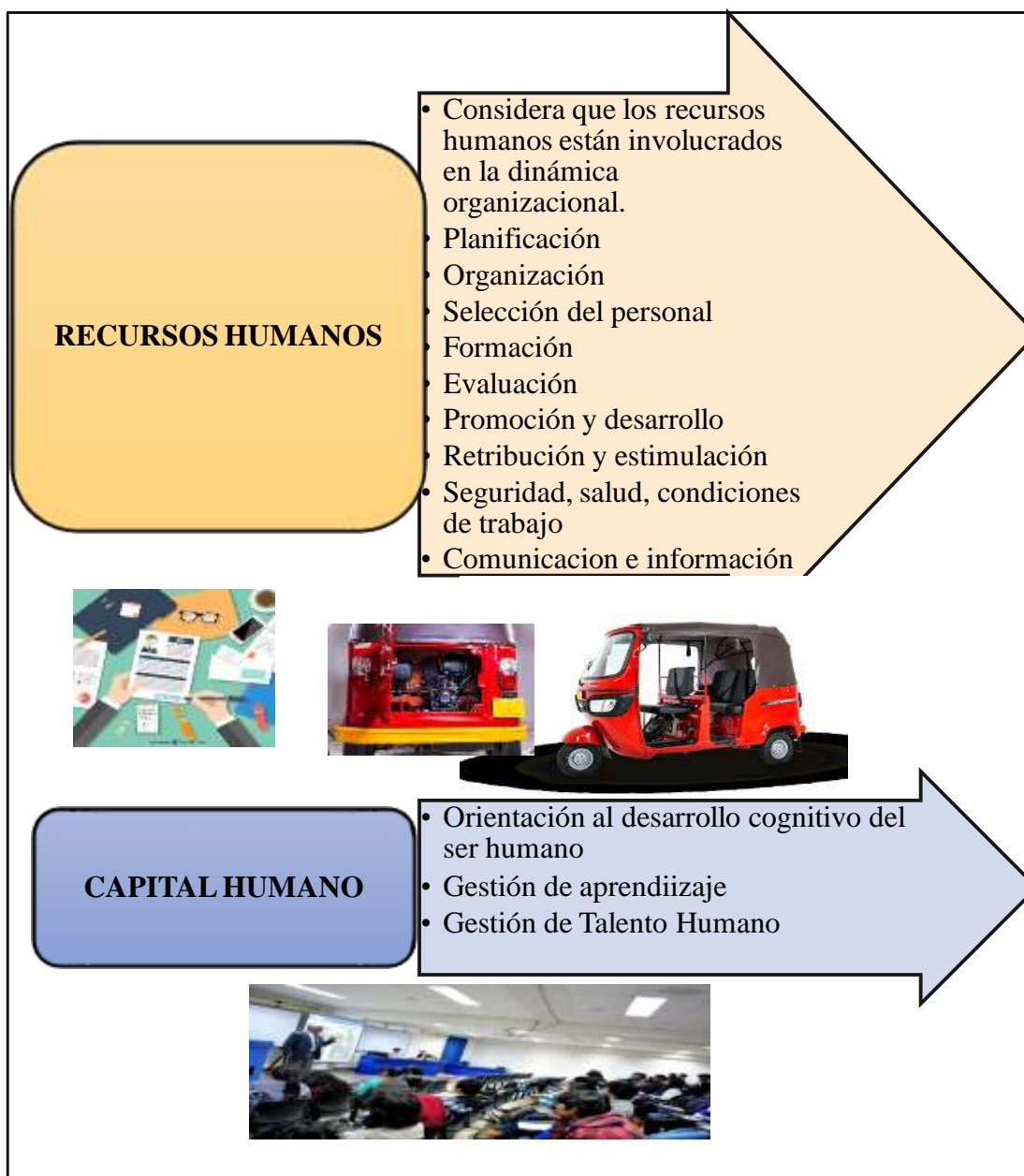
Elaborado por: Las autoras.

Las compañías deben poner todo su esfuerzo en reunir información relativa al historial de servicio, sus procesos internos de funcionamiento, el uso eficiente de la tecnología, herramientas y demás insumos que promuevan el desarrollo de la compañía, así como el mantenimiento adecuado de sus unidades, esto es función de los directivos, socios y conductores.

Desarrollo y gestión de recursos humanos.

Evalúa como las empresas u organizaciones gestionan el potencial del capital humano, su sistema de trabajo, fomento al aprendizaje y motivación, manteniendo un ambiente laboral de coadyuve al mejor desempeño.

Figura 11: Medidas de trabajo para ofrecer un buen servicio.



Elaborado por: Las autoras.

Los directivos, socios y conductores de la compañía, deben adoptar medidas que promueva un ambiente laboral de camaradería. La selección del personal de los conductores debe ser minuciosa, observando que cumplan todos los requisitos dispuestos por la ley para la conducción de este tipo de vehículos, pero que además tengan carisma en el trato a los usuarios.

Gestión de procesos.

Este criterio examina los aspectos claves de la gestión de procesos de la organización, incluyendo los procesos de productos, servicios y organizaciones para creación de valor y los procesos de soporte claves.

Figura 12: Gestión de Procesos.



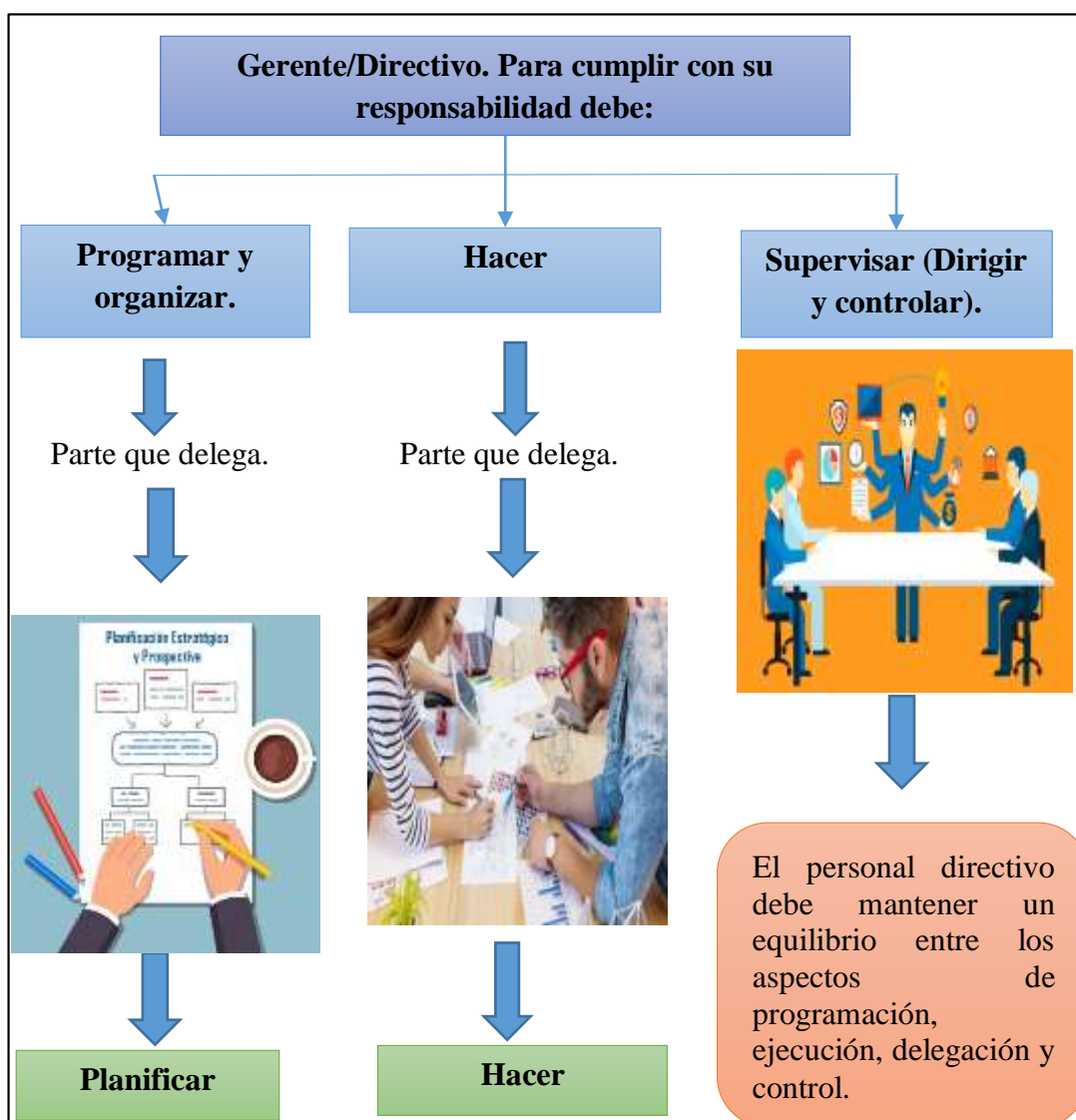
Elaborado por: Las autoras.

Aplicando buenas prácticas de administración interna y externa, enfocadas en el trabajo en equipo, las compañías de tricimotos deben perseguir el mejoramiento continuo en todas sus actividades para una mayor difusión en el mercado competitivo.

Resultados

Este criterio examina el desempeño de las áreas de negocio clave de la organización tales como el desempeño de productos y servicios, la satisfacción del cliente, el desempeño financiero y de mercado, el desempeño de orientación hacia las personas, el desempeño operativo y el desempeño de liderazgo, la responsabilidad social.

Figura 13: Resultados obtenidos con la aplicación del Modelo de Malcolm Baldrige.



Elaborado por: Las autoras.

Con la aplicación de los siete criterios del Modelo Malcolm Baldrige se obtiene beneficios positivos que se ven reflejados en el aumento de la productividad, mejora de las relaciones interpersonales, el aumento en la satisfacción del cliente, pero principalmente una mayor participación en el mercado de la transportación, porque el cliente satisfecho guarda fidelidad.

11.6.9. Realización del Cuadro de contramedidas 5W 1H.

Tabla 46: Conjunto de contramedidas 5W 1H

Causa de Raíz	Contramedida ¿Qué?	Responsable ¿Quién?	Plazo ¿Cuándo?	Local ¿Dónde?	Razón ¿Por qué?	Procedimientos ¿Cómo?
Trato inadecuado de los conductores a los usuarios.	Capacitar al personal de conductores sobre “servicio de calidad, enfocado en la cordialidad y amabilidad”.	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Briones Solís ✚ Mireya Karina. ✚ Toaquiza Ayala ✚ Kerly Yajaira. Autoras del proyecto.	Inicio: 01/07/2019	Sede de la compañía de tricimoto 19 de Mayo. S.A.	Mejorar el nivel de satisfacción de los clientes de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.	Desarrollando, conferencias y talleres con los conductores de la compañía de tricimoto 19 de Mayo. S.A
Desconocimiento de la calidad en el servicio.	Implementar una cultura de calidad total en el servicio dentro de las compañías de tricimotos	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Autoras del proyecto. ✚ Directivos 	11/07/2019	Sede de la compañía de tricimoto 19 de Mayo. S.A.	Cimentar una cultura de calidad con los involucrados en el servicio de transportación de tricimotos.	Desarrollar seminarios, conferencias y talleres de calidad enfocada en el buen servicio al cliente.
Nivel inadecuado de seguridad en las tricimotos	Elevar el nivel de seguridad, en la infraestructura de las unidades. Establecer convenios con mecánicas, electricistas y carroceros, para que los materiales empleados en el arreglo sean de óptima calidad.	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Propietarios de las tricimotos. ✚ Mecánicos ✚ Carroceros 	Finalización: 15/07/2019 Periodicidad Permanente	Talleres de mecánica, electricidad y carrocería	Garantizar la integridad de los usuarios, reduciendo al mínimo los riesgos de accidentes fatales.	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Realizando convenios entre las compañías y los talleres para que los materiales empleados sean de calidad, donde se priorice la seguridad de la estructura de la tricimoto. ✚ Supervisando el cumplimiento del convenio y controlando la ejecución de los trabajos de mantenimiento de las unidades.

Elaborado por: Las autoras.

11.6.10. Discusión

¿Cuál es la situación actual de las compañías de tricimotos del cantón La Maná en relación a la calidad de servicio que brindan a sus usuarios?

A través del análisis situacional de las compañías de tricimotos se alcanzó a conocer que tienen un bajo nivel en la prestación de servicios por parte de los socios y conductores. Este proyecto tiene como propósito mejorar el buen trato de los usuarios, garantizar un nivel de seguridad y establecer una cultura de calidad en los medios de transportación que son utilizados por la mayoría de las poblaciones del cantón La Maná.

¿Qué factores inciden en la calidad del servicio que brindan las compañías de tricimotos del cantón La Maná y la percepción del cliente?

Los factores que inciden en las compañías de tricimotos del cantón La Maná en la calidad del servicio son:

- ✚ Trato inadecuado de los conductores y usuarios.
- ✚ Dificultad en el compartimiento del servicio.
- ✚ La falta de pericia
- ✚ No cumplen con las expectativas de los usuarios.
- ✚ Nivel de seguridad
- ✚ Exceso de velocidad
- ✚ Exceso de pasajeros
- ✚ Mantenimiento inadecuado de las unidades.
- ✚ Falta de capacitación al personal de mantenimiento.

¿Qué modelo de gestión de la calidad de servicio será el adecuado para las compañías de tricimotos del cantón La Maná?

Una vez analizado los modelos existen cómo: Malcolm Baldrige, EFQM e Iberoamericano, hemos optado por el modelo de Malcolm Baldrige ya que está compuesto de siete criterios básicos que ayudan a mejorar la calidad del servicio disminuyendo las problemáticas y dilemas en las organizaciones.

Con la aplicación del modelo tendremos estos beneficios:

- ✚ Un cliente satisfecho generalmente vuelve a utilizar el servicio.
- ✚ Un cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas.
- ✚ Un cliente satisfecho deja a un lado a la competencia.
 - ✚ La lealtad del cliente.
 - ✚ Difusión gratuita.
 - ✚ Mayor participación en el mercado.

12. IMPACTO SOCIAL, TÉCNICO Y ECONÓMICO

12.1 Impacto Social

Generar un eficiente servicio de trasportación que facilite el traslado masivo de personas. El proyecto tiene como fin, promover el buen trato a los usuarios, mejorar el nivel de seguridad, y cimentar una cultura de calidad; este medio de transporte es usado por el estrato socio económico medio y bajo de la sociedad que en definitiva representa la mayoría de la población es de esperarse entonces que el proyecto genere un enorme impacto social, mejorando el estatus de vida de la población.

12.2 Impacto Técnico

Para el desarrollo del proyecto fue necesario aplicar conceptos técnicos y científicos que dicta la administración moderna, aplicando los conocimientos adquiridos en el aula, investigando proyectos similares ejecutados en otros sectores del país e investigando material bibliográfico existente; en tal virtud las soluciones propuestas, son factibles y de fácil aplicación.

12.3 Impacto Económico

En la actualidad la calidad del servicio es uno de los factores de mayor importancia con el que las empresas, organizaciones o compañías pueden agregar valor a sus bienes o servicios. La implementación del modelo propuesto, permitirá que las compañías de tricimotos desarrollen sus actividades de manera eficiente, elevando el nivel de calidad, promoviendo el desarrollo económico de este sector del país por las actividades conexas y complementarias que se generan alrededor de esta actividad.

13. PRESUPUESTO PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO

El presupuesto imprescindible para la elaboración del presente proyecto de investigación denominada Calidad de servicio y satisfacción del cliente en las compañías de tricimoto del cantón la Maná, provincia de Cotopaxi. Propuesta en un modelo de calidad; a continuación se detallará el valor que se pretenderá a utilizar es de \$ 3.894,00.

RECURSOS	PRESUPUESTO PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO			
	Cantidad	Unidad	V. Unitario	Valor Total
Equipos (detallar)				
Computadora	1	1	975,00	975,00
Impresora	1	1	350,00	350,00
Celulares	2	2	250,00	500,00
Transporte y salida de campo (detallar)				
Taxi	10	10	1,50	15,00
Tricimotos	20	20	0,50	10,00
Buses	25	25	0,75	18,75
Materiales y suministros				
Pendrive de 8GB	2	2	14,00	28,00
Esferos y lápices	15	15	0,50	7,50
Borradores	3	3	0,25	0,75
CD	2	2	4,50	9,00
Material Bibliográfico y fotocopias.				
Paca de hojas de papel bon	1	1,000	0,03	30,00
Copias	600	600	0,03	18,00
Anillados	4	4	2,00	8,00
Gastos Varios				
Elaboración del modelo de calidad	1	1	550,00	550,00
Elaboración y aplicación de las encuestas.	500	500	0,50	250,00
Elaboración de trípticos del modelo de calidad	100	100	0,35	35,00
Alquiler del lugar para las capacitaciones	1	1	50,00	50,00
Adecuación del local para la sustentación del proyecto de titulación II.	1	1	100,00	100,00
Otros Recursos (detallar)				
Refrigerios	100	Unidades	3,00	300,00
Recargas	15	15	3	45
Internet	12	12	20	240,00
Sub Total				3.540,00
10% imprevistos*				354,00
TOTAL				\$ 3.894,00

14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

14.1. Conclusiones

El proyecto de investigación desarrollado visibilizó la problemática del servicio que prestan las compañías de tricimotos del cantón La Maná, debido a su carente cultura de calidad y buen trato a los usuarios. Los datos recabados nos permiten concluir con certeza que el servicio es deficiente.

Existe una contraposición de criterios respecto al servicio, mientras los socios y directivos de las compañías están convencidos que prestan un buen servicio, la ciudadanía considera lo contrario, es necesario que las compañías sean sensibles a la opinión de los usuarios, por lo tanto es imperativo asumir una estrategia de mejora, trabajando sobre las falencias tanto internas como externas que tienen las compañías de tricimotos del cantón La Maná

Los datos obtenidos nos muestra que la mayoría de la población de estrato socio económico medio y bajo es la más utiliza este servicio, por lo tanto es vital que la calidad del servicio sea la óptima para que el cliente se sienta satisfecho y seguro de usar este medio del transporte. Cuando el servicio es malo se pierden clientes y el rendimiento económico de las compañías se verá mermado.

El proyecto constituye un insumo importante para formular soluciones que promuevan el desarrollo de los distintos sectores de la transportación, ya que aplicando el modelo de calidad Malcolm Baldrige como en el presente caso, se puede fomentar en todos los actores una cultura de calidad enfocada en el servicio de excelencia.

14.2. Recomendaciones

Desarrollar continuamente seminarios, talleres y charlas con los directivos, socios y conductores de las compañías de tricimotos en temas relacionados a la calidad del servicio, leyes de tránsito y normas de urbanidad, para mejorar la percepción del cliente.

Que las compañías sean receptivos a las críticas, objeciones y recomendaciones que emitan los usuarios sobre el servicio que reciben, esto les permitirá adoptar medidas que los ayuden a mejorar.

Es necesario adoptar medidas que permitan garantizar la seguridad e integridad de los pasajeros, realizando un mantenimiento adecuado de las unidades, así como observando fielmente las leyes de tránsito vigentes.

Que el modelo propuesto sea difundido de manera masiva en el sector de la transportación del Cantón La Maná, puesto que se han formulado soluciones con el ánimo de mejorar el nivel de servicio a los usuarios.

16. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Libros

Caiza, A. (2016). *Formación de conductores profesionales por competencias laborales*. Primera Edición Riobamba. Ecuador, 176 pág, N°: 049337

Chamorro, M. (2010). *El transporte en las ciudades del Perú*. Lima: Grupo Editorial Mesa Redonda S.A.C.

Cosso, F. (2008). *Hiper satisfacción del cliente*. Panorama Editorial. México, primera edición, 129 págs. ISBN: 978-968-38-1688-6

Cuatrecasas, Ll. (2012). *Gestión de la calidad total*. Primera edición. Editorial Días de Santo Albasanz, 228037, Madrid. 668 Pág. ISBN: 978-84-9969-353-8

Diago, F. (2012). *Pincelazos del servicio al cliente: un estilo de vida*. Editorial Politécnico Grancolombiano. Bogotá, 108 págs., ISBN: 978-958-8721-11-8

Díaz, M. (2014). *Atención básica al cliente: manual teórico*, Editorial CEP, S.L. Madrid, 82 pág., ISBN: 978-84-681-5507-4

Guardaño, M. (2012). *Atención al cliente en el proceso comercial: actividades de gestión administrativa (UF0349)*, IC Editorial. España, 200 págs., ISBN: ISBN: 978-84-8364-794-3

Marcelino, M., y Ramirez, D. (2014) *Administracion de la calidad*. Primera edición. Editorial. Colonia san juan Tlihuaca. Mexico. 180 pág. ISBN: 978-607-438-816-9

Ortis, J., Guerra, H., Díaz, D., Oliveros, M., y Esparragoza, D. (2014). *Marketing conceptos y aplicaciones*. Editorial Universidad del Norte, Colombia. 203 págs. ISBN 978-958-741-494-3

Oteo, L. (2012). *Manuales de dirección médica y gestión clínica*. Primera edición. Editorial Días de Santo. 356 pág. ISBN: 84-7978-750-3

Pérez, V. (2007). *Calidad total en la atención n al cliente: Pautas para garantizar la excelencia en el servicio*. Ideas propias Editorial. España, ISBN: 9788498390681

Prieto, J. (2016). *Gerencia del servicio*. Tercera edición. Editorial Bogotá. 218 pág. ISBN: 978-958-771-083-0

Prieto, J. (2014). *Gerencia del servicio: la clave para ganar todos*. Ecoe Ediciones, Bogotá, Tercera edición, 159 págs. ISBN: 978-958-771-082-3

Publicaciones Vértice. (2010). *Atención al cliente*. Primera edición. Editorial España. 90 pág. ISBN: 978-84-9931-089-3

San Miguel, P. (2009). *Calidad*. Primera Edición y Tercera reimpresión. Navalmorcarnero, Madrid. España. 243 pág. ISBN 978-84-9732-542-4

Sánchez, A. (2011). *Servicio y atención al cliente en restaurante*. Primera edición. Andalucía, España. 156 pág. ISBN: 978-84-8364-652-6

Tarodo, C. (2014). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. RA-MA Editorial, Madrid, 251 págs. ISBN: 978-84-9964-102-7

Uribe, M. (2010). *Gerencia del servicio: alternativa para la competitividad*. Ediciones de la U, Bogotá, 151 págs. ISBN 978-958-867-525-1

Vargas, M., y Aldana, L. (2015). *Calidad y servicios conceptos y herramientas*. Tercera edición. Editorial campus del puente del común Km 7. Autopista norte de Bogotá, Chía, Cundinamarca. 156 pág. ISBN: 978-958-12-0391-8

Vargas, M., y Aldana, L. (2014). *Calidad y servicio: conceptos y herramientas*, Ecoe Ediciones, Bogotá, Tercera edición, 263 págs. ISBN 978-958-771-084-7

Revista Científica

Castillo, I., Galarza, B., y Palomino, H. (2013). Work and health conditions in motorcycle taxi drivers Cartagena-Colombia. *Revista Salud Uninorte*, (29), 11 págs. ISSN: 0120-5552

García, Arminda. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*. (18), 19 págs. ISSN: 1317-0570

García M. (2016). Medición de la calidad en el servicio, como estrategia para la competitividad en las organizaciones. *Revista satisfacción del cliente*. (17), 113 págs. 264-276

Parra M, Ciro. (2004) Educación y Educadores. *Sistema de Información Científica Red de Revistas Científicas de América Latina*. (7), 22 págs. ISSN: 0123-1294

Tesis

Coello, O. (2014). Calidad del servicio financiero y su incidencia en la satisfacción de clientes de la Cooperativa San Francisco Ltda. De Ambato. Tesis de grado previo a la obtención del Título de Ingeniero de Empresas. Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación. Ambato. 153 págs.

Fuentes, M., y López, C. (2018). Estrategias de Marketing de servicio para los conductores de tricimotos en el cantón Samborondón. Tesis de grado para optar por el título de Ingeniería en Marketing y Negociación Comercial. Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas. Guayaquil. Ecuador, 124 págs.

Jaramillo, L. (2016). Análisis comparativo de la operación de las tricimotos como sistema de transporte público versus el sistema de transporte de buses, aplicado a la ciudad La Maná, provincia de Cotopaxi. Tesis de grado previo a la obtención del Título de Magister en tránsito, transporte y seguridad vial. Universidad del Azuay. 74 págs.

Morocho, S., y González, T. (2016). Influencia de la calidad de servicio de transporte en la rentabilidad de la empresa. Utilizando la técnica Servqual, Caso de estudio Transfrosur Cia. Ltda. Tesis de grado previo a la obtención del Título de Ing. Comercial. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. 149 págs.

Reyes, S. (2014). Calidad del Servicio para Aumentar la Satisfacción del Cliente de la Asociación Share, Sede Huehuetenango. Tesis de grado para optar por el título de Licenciatura en Administración de Empresas (fs). Universidad Rafael Landivar. Facultad De Ciencias Económicas y Empresariales. Quetzaltenango. Guatemala, 178 págs.

Villacís, F. (2012). Marketing Relacional y la Satisfacción al Cliente de la Empresa "Static Moda" en la ciudad de Ambato. Tesis de grado para optar por el título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios. Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Ambato Ecuador, 155 págs.

Linkografía

Asamblea Nacional Constituyente. (2012), *Reglamento a Ley De Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial*, Decreto Ejecutivo 1196, Registro Oficial Suplemento 731, Estado: Vigente, 91 págs.

Carro, R., y González, D. (2012). *Administración de la calidad total*. [En línea] noviembre 2012 [ref. de 18 de noviembre del 2018]. Disponible en web: http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09_administracion_calidad.pdf

Diario el comercio. (2018). *Las mototaxis prestan su servicio en ocho provincias*. [En línea] 2 de septiembre 2018 [ref. de 9 de diciembre del 2018]. Disponible en web: <https://www.elcomercio.com/actualidad/mototaxis-servicio-provincias-ecuador-regulacion.html>

Editorial Definición MX. (2016). *Definición de Investigación de Campo*. [En línea] 06 de marzo 2016 [ref. de 9 de diciembre del 2018]. Disponible en web: <https://definicion.mx/?s=Investigaci%C3%B3n%20de%20Campo>

Falcon, J. (2013). Método analítico sintético. [En línea] 25 de octubre 2013 [ref. de 15 de julio del 2019]. Disponible en web: <https://prezi.com/aj7ol61na2bb/metodo-analitico-sintetico/>

Hagen, J., Pardo, C., y Valente, J. (2016). Motivations for motorcycle use for Urban travel in Latin América: A qualitative study. *Transport Policy*, 49, 93-104. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2016.04.010>

LeGrande D. (2012). *Capítulo 101 Servicios públicos y estatales*. En: enciclopedia de la OIT, D - INSHT (Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo). 32 pág. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/cotopaxisp/detail.action?docID=3204103>.

Mora, N. (2018). *La investigación Bibliográfica*. [En línea] 16 de diciembre 2018 [ref. de 7 de diciembre del 2018]. Disponible en web: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/17306_55962.pdf

Navarro, J. *Definición ABC economía servicio privado*. [En línea] 11 de Abril del 2015 [ref. de 25 de noviembre del 2018]. Disponible en web: <https://www.definicionabc.com/economia/sector-privado.php>

Rodríguez, D. (2018). *¿Qué es la Investigación Diagnóstica?* [En línea] 06 de diciembre del 2018 [ref. de 10 de diciembre del 2018]. Disponible en web: <https://www.lifeder.com/investigacion-diagnostica/>

17. ANEXO.

Anexo 1. Datos informativos del tutor del proyecto.

CURRICULUM VITAE



A. DATOS PERSONALES

Nombre:	Héctor Arnulfo
Apellidos:	Chacha Armas
Lugar y Fecha de Nacimiento:	Tixán, 12 –Noviembre- 1967
Cédula de Ciudadanía:	060216344-6
Cédula Militar:	1860563600
Estado Civil:	Casado
Tipo de Sangre:	ORH +
Dirección Domiciliaria:	Latacunga y Acacias – La Maná - Cotopaxi
Teléfonos:	032687617 - 0993056219
Email:	hectorch-1967@hotmail.com

B. ESTUDIOS REALIZADOS

Primarios:	Escuela Fiscal Mixta “José María Román”
Secundarios:	Instituto Técnico Superior “Carlos Cisneros”
Superiores:	Escuela Politécnica del Ejército
Post – Grado:	Escuela Politécnica del Ejército
Títulos obtenidos:	<ul style="list-style-type: none"> • Magister en Gestión de Empresas, Mención Pequeñas y Medianas Empresas. Noviembre 2011. • Ingeniero de Ejecución en Mecánica Automotriz. Febrero 1997. • Tecnólogo en Mecánica Automotriz. Marzo – 1993. • Bachiller Técnico Industrial - Especialización Mecánica Automotriz y Diésel. Agosto 1985. • Conductor Profesional., licencia tipo E. Julio 1992.

Mejor Graduado en la Maestría en Gestión de Empresas, Mención Pequeñas y Medianas Empresas, III Promoción – Escuela Politécnica del Ejército.

Graduado Distinguido (Primer Puesto Académico) en el Curso de Ventas Militares al Exterior, Academia Interamericana de las Fuerzas Aéreas, San Antonio Texas- Estados Unidos.

Anexo 2. Datos informativos de la investigadora.

CURRICULUM VITAE



C. DATOS PERSONALES

Nombre: Mireya Karina
Apellidos: Briones Solís
Lugar y Fecha de Nacimiento: Pichincha, 02 – Julio- 1991
Cédula de Ciudadanía: 080414448-3
Estado Civil: Soltera
Tipo de Sangre: “BRH+”
Dirección Domiciliaria: Recinto Estero Hondo.
Teléfonos: 0981656615 - 0997722033
Email: Mireya.briones3@utc.edu.ec

D. ESTUDIOS REALIZADOS


Primarios: Escuela Fiscal Mixta Azuay
Secundarios: Instituto Tecnológico Ciudad de Valencia
Títulos obtenidos:

- Contadora Bachiller en Ciencias de Comercio y Administración

Anexo 3. Datos informativos de la investigadora.

CURRICULUM VITAE

E. DATOS PERSONALES

Nombre:	Kerly Yajaira	
Apellidos:	Toaquiza Ayala	
Lugar y Fecha de Nacimiento:	La Maná, 02 – Febrero- 1997	
Cédula de Ciudadanía:	0504252818	
Estado Civil:	Casada	
Tipo de Sangre:	ORH +	
Dirección Domiciliaria:	Lotización 7 Arcángeles – Parroquia el Carmén	
Teléfonos:	0979756809 - 0996391059	
Email:	kerly.toaquiza8@utc.edu.ec	

F. ESTUDIOS REALIZADOS

Primarios:	Escuela Fiscal “Consejo Provincial de Cotopaxi” – La Maná
Secundarios:	Unidad Educativa Ciudad de Valencia
	Títulos obtenidos:
	• Técnico en Comercio y Administración Especialidad Organización y Gestión de la Secretaria.
	• Título de Maestra Artesanal en Belleza.



Anexo 4. Reglamento que se rigen las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

La Maná, 22 de noviembre del 2018

Sr. Morán Castro Luis Fernando

**GERENTE DE LA COOPANÍA DE TRICIMOTOS 19 DE MAYO DEL CANTÓN
LA MANÁ**

Presente.-

Estimado Señor Gerente, expresándole un cordial saludo y éxitos en sus actividades diarias, permítame dirigirme a Ud. Por el siguiente motivo.

Las Srtas. TOAQUIZA AYALA KERLY YAJAIRA y BRIONES SOLIS MIREYA KARINA, están cursando actualmente el noveno ciclo de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi y deben cumplir con la asignatura de Proyecto de Titulación I como requisito para su posterior graduación, por tanto, deben llevar a cabo un trabajo investigativo en diferentes empresas y organizaciones de nuestro cantón, es así que acudimos a Ud. como Gerente de esta compañía para que por favor les colabore con las Srtas. estudiantes brindándoles la apertura e información necesaria para su proyecto.

Segura de que mi pedido será atendido de la mejor manera, agradezco mucho su valiosa colaboración.

Atentamente,



Ing. Mayra Valencia Nieto
DOCENTE UNIVERSITARIA



RESOLUCIÓN No. 002-CPO-005-2014-ANT
CONCESIÓN DEL PERMISO DE OPERACIÓN

AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN Y CONTROL DEL TRANSPORTE
TERRESTRE, TRÁNSITO Y SEGURIDAD VIAL



CONSIDERANDO:

Que, la Constitución de la República del Ecuador, en su artículo 394 establece: "El Estado garantizará la libertad de transporte terrestre, aéreo, marítimo y fluvial dentro del territorio nacional, sin privilegios de ninguna naturaleza. La promoción del transporte público masivo y la adopción de una política de tarifas diferenciadas de transporte serán prioritarias. El Estado regulará el transporte terrestre, aéreo y acuático y las actividades aeroportuarias y portuarias.";

Que, la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial (LOTTTSV) en su artículo 1 señala: "La presente Ley tiene por objeto la organización, planificación, fomento, regulación, modernización y control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, con el fin de proteger a las personas y bienes que se trasladan de un lugar a otro por la red vial del territorio ecuatoriano, y a las personas y lugares expuestos a las contingencias de dicho desplazamiento, contribuyendo al desarrollo socio - económico del país en aras de lograr el bienestar general de los ciudadanos.";

Que, la LOTTTSV en su artículo 16 establece: "La Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, es el ente encargado de la regulación, planificación y control del transporte terrestre, tránsito y seguridad vial en el territorio nacional, en el ámbito de sus competencias, con sujeción a las políticas emanadas del Ministerio del Sector; (...)";

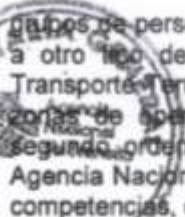
Que, la LOTTTSV, en su artículo 57 inciso segundo, menciona que dentro del transporte comercial, se encuentra el servicio de transporte en tricimotos, el que será prestado únicamente por compañías y cooperativas autorizadas para tal objeto y que cumplan con los requisitos y las características especiales de seguridad establecidas por la Agencia Nacional de Tránsito;

Que, la LOTTTSV en la Segunda Disposición General determina: "De forma excepcional los denominados tricimotos, mototaxis o triciclos podrán prestar servicio comercial en lugares donde sea segura y posible su prestación, sin afectar el transporte público o comercial, siempre y cuando se sujeten a las restricciones de circulación determinadas por los Gobiernos Autónomos Descentralizados y a las condiciones técnicas que para el efecto se determinarán en el Reglamento de esta Ley.";

Que, el Reglamento General para la Aplicación de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, determina en su artículo 63, numeral 2.1, literal c) que las tricimotos, mototaxis y triciclos motorizados, conforman el servicio alternativo - excepcional;

Que, el Reglamento de Servicio de Transporte Terrestre Comercial Alternativo Excepcional de Tricimotos, contenido en la Resolución No. 044-DIR-2014-ANT de 28 de abril de 2014, en su artículo 5 establece "Este servicio que se lo realiza en automotores de tres ruedas, constituye una actividad de transportación de personas o





grupos de personas, en lugares de las regiones Costa, Sierra, Oriente y que no afecten a otro tipo de transporte público o comercial establecido en la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, y, que sus sitios de estacionamiento y zonas de operación sea por los sectores urbano – marginales, rurales y vías de segundo orden, las mismas que deben encontrarse debidamente aprobadas por la Agencia Nacional de Tránsito y Comisión de Tránsito del Ecuador, en el ámbito de sus competencias, en coordinación con los Gobiernos Autónomos Descentralizados”;

Que, con Resolución No. 025-DE-2012-ANT de 08 de mayo de 2012, la Dirección Ejecutiva de este Organismo, resolvió determinar plazos de entrega de la documentación, para el convenio temporal de operación, así como para la obtención del permiso de operación definitivo;

Que, mediante peticiones ingresadas con No. 17653-AC-ANT-2011 de 21 de diciembre de 2011, No. ANT-AC-2013-3428 de 05 de febrero de 2013, No. ANT-AC-2013-9393 de 05 de abril de 2013, No. ANT-AC-2013-10722 de 18 de abril de 2013, No. ANT-AC-2013-13858 de 21 de mayo de 2013, No. ANT-AC-2013-29577 de 06 de noviembre de 2013, No. ANT-AC-2014-9359 de 24 de marzo de 2014, No. ANT-AC-2014-11982 de 15 de abril de 2014, No. ANT-AC-2014-111980 de 15 de abril de 2014, No. ANT-AC-2014-12382 de 21 de abril de 2014 y No. ANT-AC-2014-18112 de 10 de junio de 2014, la **COMPAÑIA DE TRANSPORTES EN TRICIMOTOS 19 DE MAYO S.A.**, una vez que se ha constituido jurídicamente y cumplido con los requisitos requeridos por esta Institución, solicita la Concesión del Permiso de Operación;

Que, mediante Resolución No. 052-DE-ANT-2012 de 17 de septiembre de 2012, la Dirección Ejecutiva resuelve reformar el artículo 1 y el artículo 4, literales a) y b) de la Resolución Nro. 025-DE-2012-ANT de 08 de mayo de 2012, determinando nuevos plazos para legalizar la personería jurídica de las operadoras involucradas en el proceso de legalización, a fin de que soliciten el convenio temporal de operación correspondiente;

Que, el 21 de junio de 2012, la Agencia Nacional de Tránsito suscribe con la **COMPAÑIA DE TRANSPORTES EN TRICIMOTOS 19 DE MAYO S.A.**, el convenio temporal de operación.

Que, mediante memorandos No. 6401-DT-ANT-2012 de 11 de octubre de 2012 y No. ANT-DTHA-2013-1786 de 29 de mayo de 2013, la entonces Dirección Técnica, hoy Dirección de Títulos Habilitantes, solicitó a la Dirección Provincial de Cotopaxi, coordinar con los Gobiernos Autónomos Descentralizados involucrados, a fin de determinar por operadora, las vías de circulación y los sitios de estacionamiento de las compañías de tricimotos que hayan obtenido el convenio de operación o cuenten con la resolución de constitución jurídica;

Que, el Directorio de la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, con Resolución Nro. 003-DIR-2013-ANT de 16 de enero de 2013, resuelve aprobar la Modificatoria del Reglamento de Servicio de Transportación Terrestre Comercial de Tricimotos, Mototaxis o Similares, en cuanto a la autorización para que los conductores de tricimotos, mototaxis o similares, puedan conducir los vehículos del servicio alternativo – excepcional con licencia tipo A, hasta que por autoridad, mediante resolución fije el plazo para la obtención de la licencia;



Que, el 15 de octubre de 2013, la Dirección de Títulos Habilitantes emite las notificaciones favorables para OCHENTA Y TRES (83) socios – unidades, a fin de que la compañía en análisis proceda al pago y exoneración de matrícula (de ser el caso), matriculación de la unidad, destrucción de la unidad y revisión vehicular;

Que, mediante memorando No. ANT-DPC-2013-0395 de 04 de octubre de 2013, la Dirección Provincial de Cotopaxi, remite el formulario de constatación de flota vehicular consolidado con SETENTA Y SIETE (77) unidades aprobadas, de marcas y modelos homologados de años de fabricación 2010, 2011 y 2012, las mismas que pertenecen a la **COMPAÑIA DE TRANSPORTES EN TRICIMOTOS 19 DE MAYO S.A.**;

Que, la Dirección de Títulos Habilitantes, con memorando No. ANT-DTHA-2014-4193 de 26 de agosto de 2014, remite el Informe No. 449-TN-RAV-DTHA-2014-ANT, de 15 de agosto de 2014, en el cual se recomienda conceder el Permiso de Operación a favor de la **COMPAÑIA DE TRANSPORTES EN TRICIMOTOS 19 DE MAYO S.A.**, por haber cumplido con todos los requisitos exigidos por este Organismo;

Que, el Directorio de la Agencia Nacional de Tránsito, en su Sexta Sesión Ordinaria efectuada el 23 de noviembre de 2011, mediante Resolución No. 021-DIR-2011-ANT, resuelve "Delegar al Director Ejecutivo de la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, el otorgamiento de concesión de permisos de operación".

En uso de las atribuciones que le otorga el Art. 29, numerales 1 y 29 de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial.

RESUELVE:

1. **CONCEDER** el Permiso de Operación a la denominada **COMPAÑIA DE TRANSPORTES EN TRICIMOTOS 19 DE MAYO S.A.**, que opera bajo la modalidad de transporte comercial en tricimotos.
2. El servicio de transporte comercial de tricimotos para el cual se autoriza a la **COMPAÑIA DE TRANSPORTES EN TRICIMOTOS 19 DE MAYO S.A.**, consiste en el traslado de terceras personas mediante la petición del servicio, siendo el recorrido autorizado, el solicitado por el cliente y dentro de los límites establecidos por la Agencia Nacional de Tránsito.
3. La prestación de servicios ajenos a la naturaleza del presente Título Habilitante, dará lugar a las sanciones pertinentes de acuerdo con la Ley.
4. La presente Concesión del Permiso de Operación otorgado a la **COMPAÑIA DE TRANSPORTES EN TRICIMOTOS 19 DE MAYO S.A.**, beneficia a los accionistas y vehículos debidamente calificados que se detallan a continuación:

COMPAÑIA DE TRANSPORTE EN TRICIMOTOS 19 DE MAYO S.A.							
Nº	Nº CEDULA	ACCIONISTA	PLACA	MOTOR	CHASIS	MARCA	MODELO AÑO
1	0501541074	ABAD FRUCTUOSO JOFFRE RAMIRO	AAG53C	064LA1021705	MD08M14PK1A4L009		2010

RESOLUCION No. 002-CPO-005-2014-ANT
COMPAÑIA DE TRANSPORTES EN TRICIMOTOS 19 DE MAYO S.A.





3	171482958	ARELLANO ARELLANO MANUEL ADALBERTO	AA106C	AFMBUF21929	M03AA0808W9130017	BAJAJ	RE 205	2011
4	1300618811	ARRAZOLA NAVARRETE WALTER VICENTE	AA032C	0KAE1137661	MD0M14PK2D4F10672	TVS	KING	2010
5	0802051021	ARTE AYALA HÉCTOR NARCISO	AA037C	0KALA1021581	MD0M14PK1A4L08485	TVS	KING	2010
6	1712581914	ARO CEDAÑO RICHARD FABRICIO	AA032C	DWY0K9102649	MD0M14PK1A4L08485	PIAGGIO	AFE CITY PASSENGER	2011
7	0902237112	BARAJA CAISA ÁNGEL SAMUEL	AA067C	DWY1249362863	MD0M14PK1A4L08485	PIAGGIO	AFE CITY PASSENGER	2011
8	1304851129	BARRIOS ALAVA ANDRÉS DANIEL	AA033C	0KALA1021983	MD0M14PK1A4L08485	TVS	KING	2010
9	0802385516	BAZA VACA DARWIN GEORVANY	AA032C	AFMBUF32343	M03AA0808W9130014	BAJAJ	RE 205	2012
10	1310945413	CALDERÓN GONZÁLEZ ISAAC BENJAMÍN	AA018C	DWY0K9103361	MD0M14PK1A4L08485	PIAGGIO	AFE CITY PASSENGER	2011
11	0802763360	CALDERÓN GONZÁLEZ JACKSON JAVIER	AA047C	DWY0K9107465	MD0M14PK1A4L08485	PIAGGIO	AFE CITY PASSENGER	2011
12	0801913821	CAMPAÑA HUGO MARCELO	AA019C	0KALA1021778	MD0M14PK1A4L08485	TVS	KING	2010
13	1301952527	CASTRO MERO ANDRÉS FLORENTINO	AA015C	0KALA1021891	MD0M14PK1A4L08485	TVS	KING	2010
14	0802940136	CATOTA GUARANDA LEÓNEL SEGUNDO	AA012C	0KALA1021572	MD0M14PK1A4L08485	TVS	KING	2010
15	0200861575	CAYAMBE URIVANO ÁNGEL ABELARDO	AA036C	AFMBUF25010	M03AA0808W9130017	BAJAJ	RE 205	2012
16	0802791940	CHALUISA QUESHE EFRAN EDGAR	AA041C	0K4891033488	MD0M14PK1A4L08485	TVS	KING	2011
17	0803388487	CHALUISA QUESHE JORGE ERNESTO	AA036C	0K4891033423	MD0M14PK1A4L08485	TVS	KING	2011
18	0801150918	CHEVEZ BUEHO LIBIASTON SAMUEL	AA036C	0KALA1021631	MD0M14PK1A4L08485	TVS	KING	2010
19	1700769882	CHEVEZ LAMILLA JORGE MARTÍN	AA032C	0K4FD1138611	MD0M14PK1A4L08485	TVS	KING	2013
20	0801888742	CHILQUINGA CHILQUINGA NARCIZA DE JESUS	AA035C	0KALA1021834	MD0M14PK1A4L08485	TVS	KING	2010
21	108210807	CHINGUERECIA SALVATIERRA FRANKLIN FABRICIO	AA032C	AFMBUF18181	M03AA0808W9130017	BAJAJ	RE 205	2012
22	1802728621	CHUBIN SIGOMÁ LUIS OLMEDO	AA037C	0KALA1021621	MD0M14PK1A4L08485	TVS	KING	2010
23	0801802895	CHUBIN TOAPANTA RICARDO	AA031C	0KALA1021789	MD0M14PK1A4L08485	TVS	KING	2010
24	0802734448	CUMUNAY TOAPANTA LUIS ENRIQUE	AA033C	0K4FD1138772	MD0M14PK1A4L08485	TVS	KING	2013
25	0802894184	CUZCO PEÑA-HERRERA PAUL MARCELO	AA017C	AFMBUF28256	M03AA0808W9130017	BAJAJ	RE 205	2012
26	0802362305	DUTAN DOLT DANIEL DAGOBERTO	AA033C	0KALA1021680	MD0M14PK1A4L08485	TVS	KING	2010
27	1708128633	DUTAN TOALAMBO MANUEL JESUS	AA017C	AFMBUF43781	M03AA0808W9130017	BAJAJ	RE 205	2011
28	1302940288	FIGUEROA PARRALES DOMINGO NORBERTO	AA067C	AFMBUF43771	M03AA0808W9130017	BAJAJ	RE 205	2011
29	1202833723	FLORENCIA RAMOS ISMAEL PASCUAL	AA125C	0KALA1021534	MD0M14PK1A4L08485	TVS	KING	2010
30	1300332525	GAMARRA CUZME MARGA GERMANA	AA032C	0KAAE1039220	MD0M14PK1A4L08485	TVS	KING	2014
31	0801821080	GUANO ROMÁN EBILIO EUSTORGIO	AA011C	AFMBUF43752	M03AA0808W9130017	BAJAJ	RE 205	2011
32	1711031858	LARA POVEDA NORMA LUCIA	AA011C	0KALA1021590	MD0M14PK1A4L08485	TVS	KING	2010
33	1302329884	LARA POVEDA OLGER OCTAVO	AA032C	AFMBUF78990	M03AA0808W9130017	BAJAJ	RE 205	2012
34	1204448173	LITARDO IBARRA JULIO CESAR	AA032C	0KALA1021879	MD0M14PK1A4L08485	TVS	KING	2010
35	1702729236	LUCAS BRAVO FRANCISCO GONZALO	AA031C	0KALA1021896	MD0M14PK1A4L08485	TVS	KING	2010
36	1202917183	MACIAS CARRILLO GERMANO PORFIRIO	AA016C	0KAAE1039116	MD0M14PK1A4L08485	TVS	KING	2014
37	0802041676	MACIAS MENDOZA CHRISTIAN ROLANDO	AA042C	AFMBUF32343	M03AA0808W9130017	BAJAJ	RE 205	2011
38	1311208846	MACIAS MENDOZA MARIA JESSICA	AA041C	AFMBUF32346	M03AA0808W9130017	BAJAJ	RE 205	2011
39	0803041988	MACIAS MENDOZA RAMÓN ALBERTO	AA045C	AFMBUF32348	M03AA0808W9130017	BAJAJ	RE 205	2011
40	0802041531	MARCALLA AYALA JOSE DALEDO	AA024C	0K4891033253	MD0M14PK1A4L08485	TVS	KING	2011
41	1307848280	MARCELLA AYALA PEDRO	AA036C	0K4891033246	MD0M14PK1A4L08485	TVS	KING	2011
42	0802041531	MARCELLA AYALA PEDRO	AA034C	0KAAE1039248	MD0M14PK1A4L08485	TVS	KING	2014



RESOLUCIÓN No. 002-CRD-2014-017
 COMPAÑÍA DE TRANSPORTES EN TRICICLOS S.A.

COMPAÑÍA DE TRANSPORTES EN TRICICLOS S.A.
 CARRERA 10 No. 10
 QUITO, Ecuador
 Telf: 02-2222222
 www.002.com.ec

43	050202529	MILINGALLI PASTUÑA MIGUEL JOSÉ	AA050C	OK4LA1021911	MD0M14PK1A4L0849	TVS	KING	2010
44	130541998	MOLINA AGUIRRE JOSÉ RAMÓN	AA050C	AFMBUB43798	MD2AA0B079WB01	BAJAJ	RE 205	2011
45	1707409561	MOLINA RIBERA MARÍA ROSA	AA050C	OK4LA1021672	MD0M14PK1A4L0854	TVS	KING	2010
46	190206596	MOPOSITA CHCAZA MARIO HERBERTO	AA070C	AFMBUF32533	MD2AA0B090WF0005	BAJAJ	RE 205	2011
47	0501643507	MORÁN CASTRO LUIS FERNANDO	AA040C	OK4LA1021587	MD0M14PK1A4L0848	TVS	KING	2010
48	0503411006	MORÁN GÓMEZ JONATHAN FERNANDO	AA010C	AFMBUF32544	MD2AA0B090WF00371	BAJAJ	RE 205	2012
49	0503060967	NARANJO ORTEGA IVÁN ANDRÉS	AA040C	OK4LA1021910	MD0M14PK1A4L08574	TVS	KING	2010
50	0807912141	ORTEGA ALVARADO JAIMÉ FRANKLIN	AA030C	OK4LA1021677	MD0M14PK1A4L08532	TVS	KING	2010
51	1205665404	ORTEGA MORÁN JAIMÉ FERNANDO	AA010C	OK4LA1021779	MD0M14PK1A4L08510	TVS	KING	2010
52	0902138944	PÁEZ PAREDES ALONSO WILFRIDO	AA020C	OK4LA1021793	MD0M14PK1A4L08505	TVS	KING	2010
53	1202031538	PARRALES QUINTANA OLIVER ROBIN	AA090C	DW10H9096130	MEX00005FMJ123788	PIAGGIO	APE CITY PASSENGER	2010
54	0503360504	PÉREZ HERRERA JOSÉ DANIEL	AA011C	OK4LA1021709	MD0M14PK1A4L08561	TVS	KING	2010
55	0304885937	PLUS ESPINOZA EUGENIO	AA140C	AFMBUF21785	MD2AA0B090WF00019	BAJAJ	RE 205	2011
56	1307703048	PLUS MOTA WELINGTON FRANCISCO	AA130C	DW10H9112527	MEX00005FMJ131967	PIAGGIO	APE CITY PASSENGER	2011
57	0501049084	QUIVEDO SEGUNDO JONÁS	AA050C	DW10H9096557	MEX00005FMJ123740	PIAGGIO	APE CITY PASSENGER	2010
58	0501426315	REA CHILLO MANUEL ALVAR	AA020C	AFMBUB43790	MD2AA0B090WB01370	BAJAJ	RE 205	2011
59	1307074037	RODRIGUEZ PILLABAGUA FREDDY NICOLÁS	AA020C	OK4LA1021844	MD0M14PK1A4L08675	TVS	KING	2010
60	1305009188	ROMERO BRIONES JOSÉ ANTONIO	AA020C	OK4LA1021682	MD0M14PK1A4L08531	TVS	KING	2010
61	1311077091	ROMERO CEDEÑO JOSÉ HERNÁN	AA014C	OK4BB1030883	MD0M14PK1B4B10592	TVS	KING	2011
62	0506419114	SALGUERO TOVAR JOSÉ MARÍA	AA134C	AFMBUH80553	MD2AA0B090WF00680	BAJAJ	RE 205	2012
63	1300131688	SALTOS VELEZ MAURILIO MONSERRATE	AA136C	AFMBUB43778	MD2AA0B090WB01365	BAJAJ	RE 205	2011
64	1802581067	SÁNCHEZ DUARTE FRANKLIN ROBERTO	AA050C	AFMBUB43770	MD2AA0B090WB01367	BAJAJ	RE 205	2011
65	1710543024	SEGOVIA TOVAR MILTON JOHNNY	AA136C	AFMBUH80582	MD2AA0B090WF00767	BAJAJ	RE 205	2012
66	1202123771	SHANQUE OTTO ROBERTO ANTONIO	AA020C	OK4BB1033200	MD0M14PK1B4B105481	TVS	KING	2011
67	0103104113	SUAREZ AYALA SHONNY RODRIGO	AA050C	DW10H9112992	MEX00005FMJ1317674	PIAGGIO	APE CITY PASSENGER	2011
68	0502008992	TOAQUIZA PILAGUANO JOSÉ MANUEL	AA040C	OK4LA1021680	MD0M14PK1A4L08538	TVS	KING	2010
69	0501020579	TOAQUIZA USSHA CÉSAR	AA051C	OK4BB1023445	MD0M14PK1B4B106631	TVS	KING	2011
70	1205803788	VALLEJOS AVALUJO WILSON MANUEL	AA036C	AFMBUF32551	MD2AA0B090WF00086	BAJAJ	RE 205	2012
71	0502816878	VARGAS CATOTA JOSÉ MANUEL	AA030C	OK4LA1021862	MD0M14PK1A4L08485	TVS	KING	2010
72	0508007460	VARGAS CATOTA LUIS EUCLIDES	AA021C	OK4BB1033879	MD0M14PK1B4B106998	TVS	KING	2011
73	0901783922	VEGA FLORES SANTOS RAÚL	AA030C	OK4LA1021689	MD0M14PK1A4L08516	TVS	KING	2010
74	1703233526	VILLAGOMEZ TELLO MIGUEL ÁNGEL	AA040C	OK4LA1021591	MD0M14PK1A4L08478	TVS	KING	2010
75	0503480777	YANCHALICUN CAZA MILTON ISAÍAS	AA060C	DW10K9102255	MEX00005FMJ130583	PIAGGIO	APE CITY PASSENGER	2011
76	1802001240	YANCHATIPAN SAQUINGA NÉSTOR ADRIANO	AA034C	OK4LA1021791	MD0M14PK1A4L08608	TVS	KING	2010
77	1204098488	YANDUJÉ CUCHIPARTE MIGUEL ÁNGEL	AA040C	AFMBUH80528	MD2AA0B090WF00728	BAJAJ	RE 205	2012
78	1200672115	YÉPEZ AVILÉS GREGORIO EMLIO	AA044C	OK4LA1021861	MD0M14PK1A4L08538	TVS	KING	2010
79	0503300891	YEPÉZ URRANTE EDUARDO LUIS	AA117C	OK4LA1021812	MD0M14PK1A4L08582	TVS	KING	2010
80	1717578674	YUGSI OÑA BYRON EDMUNDO	AA050C	DW10H909647	MEX00005FMJ123749	PIAGGIO	APE CITY PASSENGER	2010
81	1204776113	ZAMBRANO BRAVO MARÍA EUGENIA	AA123C	AFMBUB43772	MD2AA0B090WB01366	BAJAJ	RE 205	2011
82	1304865477	ZAMBRANO MENDOZA NELSON AGAPITO	AA034C	AFMBUB43764	MD2AA0B090WB01371	BAJAJ	RE 205	2011
83	1304306730	ZAMBRANO PLAZA INDULFO ANTONIO	AA020C	AFMBUB43847	MD2AA0B090WB01375	BAJAJ	RE 205	2011

RESOLUCIÓN No. 902-CPO-006-2014-ANT
COMPAÑÍA DE TRANSPORTES EN TRICICLOS 19 DE MAYO S.A.

SECRETARÍA GENERAL
AS 205
2011





La presente Concesión del Permiso de Operación habilita a **OCHENTA Y TRES (83) UNIDADES VEHICULARES**, a favor de la operadora que prestará sus servicios bajo la modalidad de transporte comercial de tricimotos, cuya denominación o razón social es **COMPAÑIA DE TRANSPORTES EN TRICIMOTOS 19 DE MAYO S.A.**, para el trámite de cambios de socios y/o unidades, la Operadora observará lo previsto en toda la normativa que rige para estos procesos.

5. Autorizar a la **COMPAÑIA DE TRANSPORTE EN TRICIMOTOS 19 DE MAYO S.A.**, operar en el servicio de transporte comercial alternativo en tricimotos en **SEIS (6)** zonas definidas del cantón La Maná, provincia de Provincia de Cotopaxí, las cuales serán compartidas con la compañía de tricimotos **COMTRILAMANA S.A.**, según el siguiente detalle:

ZONA 1: Limitada al norte por la Av. 19 de Mayo; al sur por la calle Corazón; al este por la Av. Libertad y al oeste por la calle Galápagos.

ZONA 2: Limitada al norte por la Av. 19 de Mayo y Amazonas; al sur por las calles Corazón, El Oro, Guayaquil, Gral. Miguel Iturralde, Salcedo, María Zambrano, Velasco Ibarra, Calavi y Sigchos; al este por las calles Jaime Roldós y Medardo Ángel Silva y al oeste por la Av. La Libertad.

ZONA 3: Limitada al norte por la calle Orellana; al sur por las calles Arosemena, Colombia y J.P. Montúfar; al este la calle Guayasamín y al oeste por la Av. San Pablo.

ZONA 4: Limitada al norte por la calle Paredes; al sur por el Malecón Maldonado Bermeo; al este por la Av. San Pablo y al oeste por la calle Bolivia.

ZONA 5: Limitada al norte por el Malecón Jaime Hurtado González; al sur por la Av. 19 de Mayo, calle Benjamín Sarabia y la Av. La Pista; al este por la calle E. Espejo y al oeste por la calle Los Ríos.

ZONA 6: Limitada al norte por el Malecón Jaime Hurtado González; al sur por la Av. 19 de Mayo; este por la calle Los Ríos y al oeste por la calle Galápagos.

Las zonas de circulación tendrán conexión entre sí por las vías de cruce autorizadas: entre la zona 1 y 2 por la calle Amazonas; entre las zonas 1 y 6 por la calle Morona Santiago; entre las zonas 2 y 5 por la Av. Los Almendros y la calle Jaime Roldós, una vez que el GAD Municipal del cantón La Maná instale los semáforos, entre las zonas 2 y 6 por la calle Imbabura; entre las zonas 2, 3, 4 y 5 por la calle Gonzalo Albarracín, calle Manabí, calle General Enriquez Gallo y calle 27 de noviembre; entre las zonas 3 y 4 por las calles San Vicente y García Moreno; entre las zonas 5 y 6 se fijará zona de cruce una vez que se habiliten las vías de circulación.

La zona restringida para la circulación del transporte alternativo excepcional de Tricimotos, Mototaxis o similares del cantón La Maná está limitada al norte por la calle Benjamín Sarabia, Av. La Pista, calle Eugenio Espejo y calle 27 de Noviembre; al sur por la calle Amazonas; al este por la calle Medardo Ángel Silva y al oeste por la calle Jaime Roldós.

Se prohíbe la circulación de las tricimotos por las avenidas 19 de Mayo, Libertad y San Pablo, las mismas que podrán ser cruzadas únicamente por las vías autorizadas que servirán de conexión entre las diferentes zonas de operación.



RESOLUCIÓN: SE-CPO-066-2014-ANT
COMPAÑIA DE TRANSPORTES EN TRICIMOTOS 19 DE MAYO S.A.



6. Autorizar los siguientes sitios de estacionamiento para la **COMPAÑÍA DE TRANSPORTES EN TRICIMOTOS 19 DE MAYO S.A.**, los mismos que serán compartidos de manera alternada con las unidades de la **COMPAÑÍA DE TRANSPORTES COMTRILAMANA S.A.**

ZONA: **1**
CANTÓN: La Maná
BARRIO: Coop. De vivienda Primero de Mayo.
CALLE: Morona Santiago.
LADO: Este
ENTRE CALLES / REFERENCIA: Saquisilí y Pujilí, frente a la casa comunal.
DIMENSIONES: 50 m. x 2.0 m., a 6 m. de la calle Saquisilí.
No. DE UNIDADES: 25 (14 de la Cía. 19 DE MAYO y 11 de la Cía. COMTRILAMANA)

ZONA: **2**
 En esta zona se ubicarán VEINTE Y CINCO (25) unidades, catorce (14) de la Compañía 19 DE MAYO y once (11) de la compañía COMTRILAMANA, según el siguiente detalle:

Estacionamiento: 1
CALLE: Pujilí
LADO: Sur
ENTRE CALLES / REFERENCIA: Cañar y Av. Libertad, centro Experimental UTC.
DIMENSIONES: 50.0 m. x 2.0 m., a 6 m. de la calle Cañar.

Estacionamiento: 2
BARRIO: Velasco Ibarra
CALLE: Simón Bolívar
LADO: Oeste
ENTRE CALLES / REFERENCIA: Pujilí y Amazonas.
DIMENSIONES: 50.0 m. x 2.0 m., a 6 m. de la calle Pujilí.

Estacionamiento: 3
BARRIO: Dorian Gómez
CALLE: Pujilí
LADO: Sur
ENTRE CALLES / REFERENCIA: San Pablo y Los Álamos, sector del Complejo Liga Cantonal.
DIMENSIONES: 50.0 m. x 2.0 m., a 6 m. de la calle Álamos.

ZONA: **3**
BARRIO: Angueta Moreno.
CALLE: A. Calderón.
LADO: Sur
ENTRE CALLES / REFERENCIA: Argentina y calle s/n, diagonal a la escuela FDC.
DIMENSIONES: 50 m. x 2.0 m., a 6 m. de la calle Argentina.
NÚMERO DE UNIDADES: 25 (14 de la Cía. 19 DE MAYO y 11 de la Cía. COMTRILAMANA)

ZONA: **4**
BARRIO: Cruz María.
CALLE: Chile.
LADO: Este
ENTRE CALLES / REFERENCIA: San Vicente y Rocafuerte.
DIMENSIONES: 50 m. x 2.0 m., a 6 m. de la calle San Vicente.





25 (14 de la Cía. 19 DE MAYO y 11 de la Cía. COMTRILAMANA).

5

ZONA:
En esta zona se ubicarán VEINTE Y CINCO (25) unidades, catorce (14) de la Compañía 19 DE MAYO y once (11) de la compañía COMTRILAMANA, según el siguiente detalle:

Estacionamiento 1:

BARRIO:
CALLE:
LADO:
ENTRE CALLES / REFERENCIA:

DIMENSIONES:

Jesús del Gran Poder.
Esmeraldas.
Norte
E. Espejo y Galo Plaza, diagonal al parque infantil.
50 m. x 2.0 m., a 6 m. de la calle Galo Plaza.

Estacionamiento 2:

BARRIO:
CALLE:
LADO:
ENTRE CALLES / REFERENCIA:
DIMENSIONES:

Riveras del Rio San Pablo.
Héroes del Cenepa.
Este
Paquisha y Patuca, Guardería San Francisco.
50 m. x 2.0 m., a 6 m. de la calle Patuca.

ZONA:

BARRIO:
CALLE:
LADO:
ENTRE CALLES / REFERENCIA:

DIMENSIONES:
No. DE UNIDADES:

6

Lotización San Gonzalo.
Paquisha.
Sur
Cotopaxi y Av. Tungurahua, escuela Nuevo Mundo.
50 m. x 2.0 m., a 6 m. de la calle Cotopaxi.
25 (14 de la Cía. 19 DE MAYO y 11 de la Cía. COMTRILAMANA).

En cada sitio de estacionamiento se ubicarán alternando una unidad de cada compañía de tricimotos 19 DE MAYO S.A. y COMTRILAMANA S.A.

7. La vida útil de las unidades calificadas es de cinco (5) años a partir del siguiente año de fabricación.
8. A medida que las poblaciones vayan teniendo servicio de transporte público colectivo, la Agencia Nacional de Tránsito y la Comisión de Tránsito del Ecuador, tendrán la facultad de negar la Renovación del Permiso de Operación de las operadoras de transporte de tricimotos o modificar el lugar de los sitios de estacionamiento y zonas de operación a fin de mejorar la calidad del transporte.
9. Los socios - accionistas inmersos dentro del proceso de legalización del transporte comercial alternativo, podrán conducir los vehículos del servicio alternativo - excepcional con licencia tipo "A", dentro de un plazo fijado por la máxima autoridad de este organismo, según lo dispone la Resolución No. 003-DIR-2013-ANT de 16 de enero de 2013; en caso de incumplimiento el socio perderá el cupo de trabajo y se revertirá a la Agencia Nacional de Tránsito.




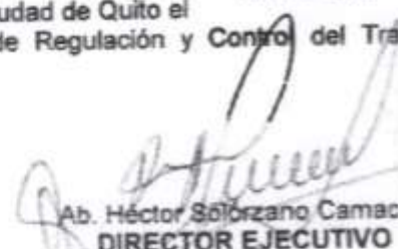
se otorga a la **COMPAÑIA DE TRANSPORTES EN TRICIMOTOS 19 DE MAYO S.A.** transferir y prestar los servicios de transporte terrestre que se otorgan a través del presente permiso; así mismo, el presente título habilitante se otorga

RESOLUCION No. 003-CPO-066-2014-ANT
COMPAÑIA DE TRANSPORTES EN TRICIMOTOS 19 DE MAYO S.A.

nominalmente y no es disponible o negociable por su titular, por encontrarse fuera del comercio, en consecuencia no podrán ser objeto de medidas cautelares o de apremio, arrendamiento, cesión o, bajo cualquier otra figura, transferencia o traspaso de su explotación o uso.



11. La **COMPAÑIA DE TRANSPORTES EN TRICIMOTOS 19 DE MAYO S.A.**, se someterá a las normas legales establecidas en la Ley y Reglamentos de Tránsito y a las Resoluciones que dictaren la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial y los respectivos Organismos de Tránsito. La violación de las indicadas normas y resoluciones o cualquier alteración a las decisiones contenidas en la presente Concesión del Permiso de Operación, dará lugar para que se revierta el mismo, de conformidad a la Ley.
12. La vigencia del presente título habilitante es de **DIEZ (10) años**. El trámite de renovación se sujetará a las normas jurídicas vigentes contempladas en la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, su Reglamento General de Aplicación y demás resoluciones que se dicten para el efecto.
13. Notifíquese con la presente resolución a los organismos competentes, para su ejecución, registro y control, así como a la **COMPAÑIA DE TRANSPORTES EN TRICIMOTOS 19 DE MAYO S.A.**

Dado y firmado en la ciudad de Quito el **10 SEP 2014** en la Dirección Ejecutiva de la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial.



Ab. Héctor Solórzano Camacho
DIRECTOR EJECUTIVO

LO CERTIFICO:



Ab. Giancarlo D'Aniello Elizalde
DIRECTOR DE SECRETARÍA GENERAL

RESOLUCIÓN No. 002-CPD-005-2014-ART
COMPAÑIA DE TRANSPORTES EN TRICIMOTOS 19 DE MAYO S.A.

La Maná, 08 de abril del 2019

Sr. Ramón Barre

**GERENTE DE LA COMPAÑÍA DE TRICIMOTO MOTOTAXQUILITO.A.S.A
DEL CANTÓN LA MANÁ**

Presente. -

Estimado Señor Gerente, expresándole un cordial saludo y éxitos en sus actividades diarias, permítame dirigirme a Ud. Por el siguiente motivo.

Las Srtas. **TOAQUIZA AYALA KERLY YAJAIRA** y **BRIONES SOLIS MIREYA KARINA**, están cursando actualmente el noveno ciclo de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi y deben cumplir con la asignatura de Proyecto de Titulación I como requisito para su posterior graduación, por tanto, deben llevar a cabo un trabajo investigativo en diferentes empresas y organizaciones de nuestro cantón, es así que acudimos a Ud. como Gerente de esta compañía para que por favor les colabore con las Srtas. Estudiantes brindándoles la apertura e información necesaria para su proyecto.

Segura de que mi pedido será atendido de la mejor manera, agradezco mucho su valiosa colaboración.

Atentamente,



Ing. Ms.c Pazmiño Cano Gloria Evelina

Docente y Coordinadora de la Universidad Técnica de Cotopaxi



COMPANIA DE TRASPORTE DE PASAJEROS EN MOTOTAXI MOTOTAXIQUILTOA S.A.



Resolución N - SC.DC.A.11.423
Ruc. 0591723489001

La Maná Cotopaxi Ecuador

N°	NOMBRES Y APELLIDOS
1	Añarumba Coro Luis Neptali
2	Esquivel Madrid Francisco Nibaldo
3	Mora Vera Manuel Benito
4	Baltazaca Candeledo Agustín
5	Baltazaca Chaluiza Victor Hugo
6	Barre Alava Rosa Angélica
7	Barre Barre Ramon Jacinto
8	Chaluiza Tipantuña Jorge Alfonso
9	Chimbo Rodriguez Segundo
10	Chitupanta Caisa Jose Mariano
11	Fiallos Montero Patricio Medardo
12	Baltazaca Chaluiza Jhon Jairo
13	Lozano Bustamante Holrge Hologario
14	Delgado Velásquez José Pablo
15	Intriago Tuarez Hector Darío
16	Ordoñez Meneses Marco Elías
17	Orobio Peña Albaro Ufredo
18	Paredes Bravo Ángel Alejandro
19	Paredes Bravo Darwin Jhobany
20	Sánchez Moreira Ítalo Efraín
21	Barre Álava Francisca Alexandra
22	Chusin Luis Gustavo
23	Chusin Guamangate María Clementina
24	Cuchiye Pilatasig Anibal Roberto



COMPANIA DE TRASPORTE DE PASAJEROS EN MOTOTAXI MOTOTAXIQUILOTOA S.A.



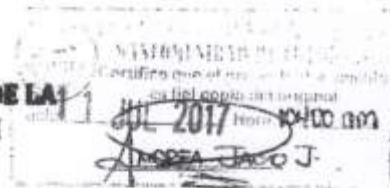
Resolución N - SC.DICA.11.423
Ruc. 0691723499001

La Maná Cotopaxi Ecuador

25	Cuchiye Pilatasig Jhonatan Alexander
26	Cuyo Vega María Amada
27	Esquivel Madrid Susana Alexandra
28	Masapanta Masapanta Jorge Arturo
29	Ramón Ortiz Darwin Efrén
30	Ramon Ortiz Jorge Rolando
31	Toapanta Caiza Raúl
32	Villagomez Serna Carlos Anibal
33	Ofia Toapanta Luis Alberto



**EMPRESA PÚBLICA DE MOVILIDAD DE LA
MANCOMUNIDAD DE COTOPAXI**



RESOLUCIÓN N° 003-CPO-2017-EPMC

CONCESIÓN DE PERMISO DE OPERACIÓN

**LA EMPRESA PÚBLICA DE MOVILIDAD DE LA MANCOMUNIDAD DE
COTOPAXI**

CONSIDERANDO

Que, la Constitución de la República en el Art. 76 determina que "En todo proceso en el que se determina derechos y obligaciones de cualquier orden, se asegura el derecho al debido proceso que incluirá las siguientes garantías básicas: literal f) Las resoluciones de los poderes públicos deberán ser motivadas. No habrá motivación si en la resolución no se enuncian las normas o principios jurídicos en que se funda y no se explica la pertinencia de su aplicación a los antecedentes de hecho. Los actos administrativos, resoluciones o fallos que no se encuentren debidamente motivados se considerarán nulos, las servidoras o servidores públicos responsables serán sancionados."

Que, El Art. 394 de la Constitución de la República, determina que "El Estado garantizará la libertad de transporte terrestre, aéreo, marítimo y fluvial dentro del territorio nacional, sin privilegios de ninguna naturaleza. La promoción del transporte público masivo y la adopción de una política de tarifas diferenciadas de transporte serán prioritarias. El Estado regulará el transporte terrestre, aéreo y acuático y las actividades aeroportuarias y portuarias."

Que, El Art. 1 de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial, determina que "La presente Ley tiene por objeto la organización, planificación, fomento, regulación, modernización y control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, con el fin de proteger a las personas y bienes que se trasladan de un lugar a otro por la red vial del territorio ecuatoriano, y a las personas y lugares expuestos a las contingencias de dicho desplazamiento, contribuyendo al desarrollo socio-económico del país en aras de lograr el bienestar general de los ciudadanos."

Que, el Art. 30.4 de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial, determina que "Los Gobiernos Autónomos Descentralizados Regionales, Metropolitanos y Municipales, en el ámbito de sus competencias en materia de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial, en sus respectivas circunscripciones territoriales, tendrán las atribuciones de conformidad a la Ley y a las ordenanzas que expidan para planificar, regular y controlar el tránsito y el transporte, dentro de su jurisdicción, observando las disposiciones de carácter nacional emanadas desde la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial; y, deberán informar sobre las regulaciones locales que en materia de control del tránsito y la seguridad vial se vayan a aplicar."

Que, el Art. 30.5 en su literal p) de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial, determina que una de las competencias de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Regionales, Metropolitanos y Municipales es emitir títulos habilitantes para la operación de servicios de transporte a las operadoras debidamente constituidas a nivel intracantonal.

Que, el Art. 72 de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial, establece que Son títulos habilitantes de transporte terrestre los contratos de operación, permisos de operación y autorizaciones, los cuales se otorgarán a las personas jurídicas domiciliadas en el Ecuador que tengan capacidad técnica y financiera y que cumplan con los requisitos exigidos en la Ley y los reglamentos.

Que, mediante Resolución N° 032-CJ-05-2011-ANT, de fecha 26 de agosto del 2011, la Agencia Nacional de Tránsito otorga la Constitución Jurídica a la **COMPAÑÍA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS EN MOTOTAXI MOTOTAXIQUILOTOA S.A.**

Que, Mediante Oficio N° 38 de fecha 11 de diciembre del 2015, con ingreso de fecha 15 de diciembre del 2015, el representante legal de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Mototaxi MOTOTAXIQUILOTOA S.A., solicita al señor Gerente de la EPMC, se sirva conceder el Permiso de operación para su representada.



**EMPRESA PÚBLICA DE MOVILIDAD DE LA
MANCOMUNIDAD DE COTOPAXI**

Que, mediante Informe N° 011-2017-AJ-EPMC de fecha 22 de mayo del 2017, la Asesoría Jurídica de la EPMC concluye y recomienda que la solicitud debe ser aceptada a trámite y se le otorgue mediante resolución la Concesión de Permiso de Operación en favor de la **COMPAÑÍA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS EN MOTOTAXI MOTOTAXQUILOTOA S.A.**

Que, mediante Informe N° 011-DM-EPMC-2017-TH de fecha 13 de junio del 2017, la Técnica de Títulos Habilitantes de la EPMC, recomienda conceder la Concesión del Permiso de Operación en favor de la **COMPAÑÍA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS EN MOTOTAXI MOTOTAXQUILOTOA S.A.**

Que, el Directorio de la Empresa Pública de Movilidad de la Mancomunidad de Cotopaxi en su sexta sesión ordinaria de fecha 27 de junio del 2017, conoció los informes Jurídicos y Técnicos, por lo que facultado en lo dispuesto en el Art 9 numeral 16 del Estatuto de Creación de la Empresa Pública de Movilidad de la Mancomunidad de Cotopaxi Resolvió autorizar la suscripción del Permiso de Operación en favor de la **COMPAÑÍA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS EN MOTOTAXI MOTOTAXQUILOTOA S.A.**

Que, al ser otorgadas las competencias mediante resolución N° 006-CNC-2012 y 0003-CNC-2015 por parte del Consejo Nacional de Competencias y Resolución N° 010-DE-ANT-2015 por parte de la ANT a la Mancomunidad para la Gestión Descentralizada de la Competencia de Tránsito, competencias que la ejercerán a través de la Empresa Pública de Movilidad de la Mancomunidad de Cotopaxi.

En uso de sus atribuciones que les otorga el Art. 30.4 y 30.5 de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial

RESUELVE

1.- OTORGAR la Concesión de Permiso de Operación a la **Compañía de Transporte Comercial de Servicio Alternativo-Excepcional denominada COMPAÑÍA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS EN MOTOTAXI MOTOTAXQUILOTOA S.A.**, domiciliada Cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi.

2.- El servicio de transporte comercial de servicio alternativo-excepcional para el cual se autoriza a la **COMPAÑÍA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS EN MOTOTAXI MOTOTAXQUILOTOA S.A.**, Consiste en el traslado de terceras personas desde un lugar a otro en lugares donde sea segura y posible su prestación, sin afectar el transporte público o comercial. La prestación de servicios ajeno a la naturaleza del presente Título Habilitante, dará lugar a las sanciones pertinentes de acuerdo con la Ley.

3.- La presente Concesión de Permiso de Operación otorgado a la **COMPAÑÍA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS EN MOTOTAXI MOTOTAXQUILOTOA S.A.** beneficia a **VEINTE (20)** autos y unidades que se detallan a continuación:

ORDEN	TIPO	APellidos y Nombres		C.C./I	TIPO DE VEHICULO	FECHA DE EMISIÓN	DETALLE DE VEHICULO					
		APellidos	Nombres				AÑO	INDICA	PIE	DIAS	TOL	VEHICULO
1	VEHICULO	APellidos y Nombres		C.C./I	TIPO DE VEHICULO	FECHA DE EMISIÓN						
		APellidos: CONO VAS NEPTALI		INDICADOS	A	21/03/2011						
		APellidos	Nombres	PLACA	CLASE VEH.	TPO VEH.	AÑO	INDICA	PIE	DIAS	TOL	VEHICULO
		CONO VAS NEPTALI	INDICADOS	FACTURA	MOTOCICLETA	TRONADO	2017	TUS	4	02	0,3	P.O.
2	VEHICULO	APellidos y Nombres		C.C./I	TIPO DE VEHICULO	FECHA DE EMISIÓN						
		APellidos: CONO VAS NEPTALI		INDICADOS	A	09/02/2011						
		APellidos	Nombres	PLACA	CLASE VEH.	TPO VEH.	AÑO	INDICA	PIE	DIAS	TOL	VEHICULO
		CONO VAS NEPTALI	INDICADOS	FACTURA	MOTOCICLETA	TRONADO	2017	TUS	4	02	0,3	P.O.
3	VEHICULO	APellidos y Nombres		C.C./I	TIPO DE VEHICULO	FECHA DE EMISIÓN						
		APellidos: VAS NEPTALI		INDICADOS	A	20/01/2011						
		APellidos	Nombres	PLACA	CLASE VEH.	TPO VEH.	AÑO	INDICA	PIE	DIAS	TOL	VEHICULO
		VAS NEPTALI	INDICADOS	FACTURA	MOTOCICLETA	TRONADO	2017	TUS	4	02	0,3	P.O.
4	VEHICULO	APellidos y Nombres		C.C./I	TIPO DE VEHICULO	FECHA DE EMISIÓN						

Email: secretariaprespublica_movilidadcotopaxi@hotmail.com



**EMPRESA PÚBLICA DE MOVILIDAD DE LA
MANCOMUNIDAD DE COTOPAXI**

SUMINISTRADORA / PERSONA CONDUCE		128079480	A	24/11/2023							
VEHICULO	Nº DE CHASIS	Nº DE MOTOR	PLACA	CLASE VEH.	TPO VEH.	AÑO VEH.	CARRERA	PS	DIRCC	TOL.	VERIFICAR
	MONSALPACHA LLER	02444480071	FACTURA	MOTOCICLETA	TRICAMOTO	2017	TV6	4	34	0,3	P.O
16	APELLIDOS Y NOMBRES		C.C./C.I.	TPO DE LICENCIA	FECHA DE CADUCIDAD						
	MIRIAGO TUNNEI HECTOR DAÑO		123082071	A	04/09/2023						
VEHICULO	Nº DE CHASIS	Nº DE MOTOR	PLACA	CLASE VEH.	TPO VEH.	AÑO VEH.	CARRERA	PS	DIRCC	TOL. <td>VERIFICAR</td>	VERIFICAR
	MONSALPACHA LLER	02444480067	FACTURA	MOTOCICLETA	TRICAMOTO	2017	TV6	4	35	0,3	P.O
16	APELLIDOS Y NOMBRES		C.C./C.I.	TPO DE LICENCIA	FECHA DE CADUCIDAD						
	CROCIET MENEZES MARCO EDUARDO		123084945	A	24/11/2017						
VEHICULO	Nº DE CHASIS	Nº DE MOTOR	PLACA	CLASE VEH.	TPO VEH.	AÑO VEH.	CARRERA	PS	DIRCC	TOL. <td>VERIFICAR</td>	VERIFICAR
	MONSALPACHA LLER	02444480047	FACTURA	MOTOCICLETA	TRICAMOTO	2017	TV6	4	36	0,3	P.O
17	APELLIDOS Y NOMBRES		C.C./C.I.	TPO DE LICENCIA	FECHA DE CADUCIDAD						
	CROCIET PEÑA ALBERTO LAFRANCO		123082781	A	24/11/2018						
VEHICULO	Nº DE CHASIS	Nº DE MOTOR	PLACA	CLASE VEH.	TPO VEH.	AÑO VEH.	CARRERA	PS	DIRCC	TOL. <td>VERIFICAR</td>	VERIFICAR
	MONSALPACHA LLER	02444480008	FACTURA	MOTOCICLETA	TRICAMOTO	2017	TV6	4	37	0,3	P.O
18	APELLIDOS Y NOMBRES		C.C./C.I.	TPO DE LICENCIA	FECHA DE CADUCIDAD						
	FURTES DAÑO HIRBEL ALBAHERRERO		023088888	A	11/09/2021						
VEHICULO	Nº DE CHASIS	Nº DE MOTOR	PLACA	CLASE VEH.	TPO VEH.	AÑO VEH.	CARRERA	PS	DIRCC	TOL. <td>VERIFICAR</td>	VERIFICAR
	MONSALPACHA LLER	02444480008	FACTURA	MOTOCICLETA	TRICAMOTO	2017	TV6	4	38	0,3	P.O
18	APELLIDOS Y NOMBRES		C.C./C.I.	TPO DE LICENCIA	FECHA DE CADUCIDAD						
	FURTES DAÑO DIBRANA ALBAHERRERO		023088888	A	21/01/2023						
VEHICULO	Nº DE CHASIS	Nº DE MOTOR	PLACA	CLASE VEH.	TPO VEH.	AÑO VEH.	CARRERA	PS	DIRCC	TOL. <td>VERIFICAR</td>	VERIFICAR
	MONSALPACHA LLER	02444480008	FACTURA	MOTOCICLETA	TRICAMOTO	2017	TV6	4	39	0,3	P.O
20	APELLIDOS Y NOMBRES		C.C./C.I.	TPO DE LICENCIA	FECHA DE CADUCIDAD						
	SANCHEZ MOREIRA TAYO ORLANDO		023088888	A	24/11/2018						
VEHICULO	Nº DE CHASIS	Nº DE MOTOR	PLACA	CLASE VEH.	TPO VEH.	AÑO VEH.	CARRERA	PS	DIRCC	TOL. <td>VERIFICAR</td>	VERIFICAR
	MONSALPACHA LLER	02444480007	FACTURA	MOTOCICLETA	TRICAMOTO	2017	TV6	4	40	0,3	P.O

Email: secretariaprespublica_movilidadcotopaxi@hotmail.com

4.- Contabilizar a la presente fecha veinte (20) unidades vehiculares, que operaran bajo la modalidad de transporte comercial de servicio alternativo-excepcional.

5.- El aumento, disminución de los socios, el aumento o cambio de unidades y más actividades relacionadas al Permiso de Operación, no podrá realizarse sin previa Resolución emitida por la Gerencia General de la Empresa Pública de Movilidad de la Mancomunidad de Cotopaxi.

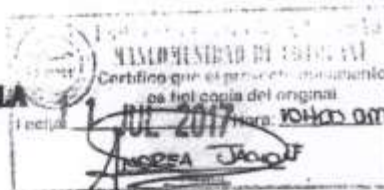
6.- Las Tarifas que regirán la operación de este servicio, serán en base a la libre oferta y demanda y reguladas por la Empresa Pública de Movilidad de la Mancomunidad de Cotopaxi.

7.- El sitio de estacionamiento de las unidades de la Operadora denominada COMPAÑÍA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS EN MOTOTAXI MOTOTAXIQUILTOA S.A., será en las zonas que se detallan a continuación:

1. ZONA 2: Limitada al Norte por la Av. 19 de Mayo y Amazonas; al Sur por las calles Corazón, El Oro, Guayaquil, Gral. Miguel Iturralde, Salcedo, María Zambrano, Velasco Ibarra, Calavi y Sigchos; al Este por las calles Jaime Roldós y Medardo Ángel Silva y al Oeste por la Av. La Libertad.



EMPRESA PÚBLICA DE MOVILIDAD DE LA MANCOMUNIDAD DE COTOPAXI



SITIO DE ESTACIONAMIENTO 1:

En la superficie de la calle América, entre las calles Guayaquil y Salcedo en el sentido Sur-Norte, a 6 metros de la intersección con la calle Guayaquil. En una longitud de 30 metros, para 5 unidades.

2. ZONA 4: Limitada al Norte por la calle Paredes; al Sur por el Malecón Maldonado Bermeo; al Este por la Av. San Pablo y al Oeste por la calle Bolivia.

SITIO DE ESTACIONAMIENTO 2:

En la superficie de la calle Diego de Almagro, entre las calles Chile y Venezuela en el sentido Oeste-Este, a 6 metros de la intersección con la calle Chile. En una longitud de 30 metros, para 5 unidades.

3. ZONA 6: Limitada al Norte por el Malecón Jaime Hurtado González; al Sur por la Av. 19 de Mayo, Calle Benjamín Sarabín y la Av. La Pista; al Este por la calle E. Espejo y al Oeste por la calle Los Ríos.

SITIO DE ESTACIONAMIENTO 3:

En la superficie de la calle Galápagos, entre las calles Isla Fernandina y la calle Isla Isabela en el sentido Norte-Sur, a 6 metros de la intersección con la calle Isla Isabela. En una longitud de 30 metros, para 5 unidades.

4. ZONA 7: Limitada al Norte por la calle Guayaquil y Gonzalo Albarracín; al Sur por los límites del Barrio Miraflores, Sigchos, Julio Jaramillo; al Este por la calle Gral. Enriquez Gallo, Medardo Ángel Silva y al Oeste por la calle Jaime Roldós.

SITIO DE ESTACIONAMIENTO 4:

En la calzada de la calle Guayaquil, entre Manabí y calle San Pablo en el sentido Este-Oeste, a 6 metros de la intersección con la calle Manabí. En una longitud de 30 metros, para 5 unidades.

La zona restringida para la circulación del transporte alternativo excepcional de Tricimotos, Mototaxis o Similares del Cantón La Maná está limitada al Norte por la Calle Benjamín Sarabín, Av. La Pista, Calle Eugenio Espejo y Calle 27 de Noviembre; al Sur por la Calle Amazonas; al Este por la Calle Medardo Ángel Silva y al Oeste por la Calle Jaime Roldós.

Se prohíbe la circulación de los Tricimotos por las avenidas 19 de Mayo, Libertad y San Pablo, las mismas que podrán ser cruzadas únicamente por las vías autorizadas que servirán de conexión entre las diferentes zonas de operación.

8.- La Compañía de Transporte de servicio alternativo excepcional denominada **COMPANÍA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS EN MOTOTAXI MOTOTAXIQUILOTOA S.A.**, se someterá a las normas legales establecidas en la Ley y Reglamentos de Tránsito, a las Resoluciones que dictaren la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, a las Resoluciones que dictaren la Empresa Pública de Movilidad de la Mancomunidad de Cotopaxi y los respectivos Organismos de Tránsito. La violación de las indicadas normas y resoluciones, o cualquier alteración que ocasionare a las decisiones contenidas en este Permiso de Operación, dará lugar para que se revierta el mismo, de conformidad a la Ley.

9.- La vida útil de las unidades calificadas en el presente Título habilitante es de 6 años, a partir de su año de fabricación.

10.- De conformidad a lo dispuesto por el Art. 75 del Reglamento General de Aplicación a la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, la vigencia del permiso de operación será de **DIEZ (10) años**.

11.- Los Socios que forman parte de la operadora y que constan en el presente título habilitante, no podrán dejar de formar parte de la misma por un periodo de 5 años, contados a partir de la fecha de la concesión del título habilitante; en caso de desvinculación del socio de la nómina de la operadora, el cupo que le corresponde será revertido al estado.

Email: secretariaempresapublica_movilidadcotopaxi@hotmail.com



**EMPRESA PÚBLICA DE MOVILIDAD DE LA
MANCOMUNIDAD DE COTOPAXI**

12.-Notifíquese con la presente Resolución de Concesión de Permiso de Operación a los Organismos competentes, para su ejecución, registro y control, así como a la denominada **COMPAÑÍA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS EN MOTOTAXI MOTOTAXQUILOTOA S.A.**

Dado y firmado en la Ciudad de Salcedo, en la Gerencia General de la Empresa Pública de Movilidad de la Mancomunidad de Cotopaxi, a los veintinueve días del mes de junio del año dos mil diecisiete.


Ing. Julio Flores Cordero
GERENTE GENERAL (E)
**EMPRESA PÚBLICA DE MOVILIDAD
DE LA MANCOMUNIDAD DE COTOPAXI**



29/06/17

LO CERTIFICO:


Andrea Jacho
SECRETARIA

Elaborado por: Ab. Eddy Arellano
Revisado por: Ing. Julio Flores

Email: secretaria.empresapublica_movilidadcotopaxi@hotmail.com

10. ¿De cuántas horas es su jornada de trabajo?

1 – 4 horas ()

Más de 8 horas ()

4 - 8 horas ()

11. ¿Cree usted que las unidades (tricimotos), cumplen con los estándares de calidad y seguridad?

Muy buena ()

Regular ()

Buena ()

Mala ()

12. ¿Cree usted que la compañía dispone de la suficiente infraestructura para su funcionamiento?

Si ()

No ()

13. Si la respuesta es negativa: ¿puede mencionar los aspectos que le hace falta?

14. Es usted el propietario o conductor

Propietario ()

Conductor ()

9. ¿Considera usted que las tricimotos deben mejorar algún aspecto relacionado a su servicio?

Si ()

No ()

10. Si la respuesta es positiva, especifique en qué

11. ¿Alguna vez tuvo dificultades con alguna tricimoto en el momento de utilizar como medio de transporte?

Si ()

No ()

12. En caso de ser positivo, especifique el motivo:

10. ¿Dispone su compañía de una sección para recibir las quejas de los usuarios?
Si () No ()

11. Si la respuesta es positiva, que acción toma la compañía con el conductor de esa unidad:

12. Si la respuesta es negativa, ¿cree usted que la compañía debería contar con una sección que recepte quejas de los usuarios?:

Anexo 8. Proyección de la población ecuatoriana por años calendario

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECUATORIANA POR AÑOS CALENDARIO, SEGÚN CANTONES												
2010 - 2020												
Código	Nombre de cantón	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
306	DELEG	6,419	6,463	6,506	6,548	6,538	6,626	6,662	6,695	6,727	6,755	6,782
307	SUSCAL	5,243	5,365	5,49	5,615	5,742	5,87	5,998	6,128	6,257	6,387	6,515
401	TULCÁN	90,127	91,409	92,686	93,953	95,201	96,441	97,664	98,868	100,067	101,234	102,395
402	BOLIVAR	15,007	15,079	15,147	15,211	15,27	15,325	15,375	15,42	145,46	15,496	15,528
403	ESPEJO	14,005	14,006	14,003	13,995	13,982	13,966	13,944	13,918	13,888	13,855	13,817
404	MIRA	12,793	12,726	12,655	12,581	12,504	12,423	12,338	12,25	12,159	12,066	11,963
405	MONTUFAR	31,865	32,138	32,404	32,664	32,913	33,155	33,388	33,611	33,825	34,032	34,229
406	SAN PEDRO DE HUACA	7,948	8,052	8,155	8,258	8,358	8,458	8,556	8,652	8,747	8,84	8,931
501	LATACUNGA	176,842	179,794	182,748	185,698	188,627	191,539	194,423	197,277	200,094	202,878	205,524
502	LA MANÁ	43,58	44,824	46,093	47,383	48,691	50,019	51,366	52,728	54,104	55,496	56,905
503	PANGUA	22,856	23,06	23,259	23,454	23,642	23,824	23,997	24,154	24,321	24,472	24,612

Fuente: Censo del INEC, 2010

Anexo 9. Encuesta aplicada a los socios y directivos de las compañías de tricimotos del cantón La Maná.

Encuesta aplicada a los directivos de la compañía de tricimotos “COMTRILAMANÁ. S.A”



Foto tomada por: Nelson Montoya.

Encuesta aplicada a los directivos de la compañía de tricimotos “COMTRILAMANÁ. S.A”



Foto tomada por: Nelson Montoya.

Encuesta aplicada a los directivos de la compañía de tricimotos “MOTOTAXQUILOTOA. S.A”



Foto tomada por: Mireya Briones.

Encuesta aplicada a los directivos de la compañía de tricimotos “MOTOTAXQUILOTOA. S.A”



Foto tomada por: Mireya Briones.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

LA MANÁ - ECUADOR

La Maná, 03 de Julio del 2019

Sr.

Rea Chillo Manuel Alcívar

Presidente de la compañía de tricimoto 19 de Mayo S.A del cantón La Maná

Presente.-

Estimado Señor Presidente, expresándole un cordial saludo y éxitos en sus actividades diarias, permítame dirigirme a Ud. Por el siguiente motivo:

Las Srtas. **BRIONES SOLIS MIREYA KARINA Y TOAQUIZA AYALA KERLY YAJAIRA**, están cursando actualmente el Décimo Ciclo de la Carrera de Ingeniería Comercial en la Universidad Técnica de Cotopaxi y deben cumplir con la asignatura de Titulación II como requisito para su posterior graduación por lo tanto deben llevar a cabo una capacitación a los socios y conductores de la compañía de tricimotos 19 de Mayo el día Jueves 11 de Julio del 2019 a las 19:00 p.m., con el tema a tratar sobre la **"CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN AL CLIENTE EN LA COMPAÑÍA DE TRICIMOTO 19 DE MAYO"** es así que acudimos a Ud. Como Presidente de esta compañía para que por favor les facilite a las Srtas. Estudiantes dándole un espacio para que realicen lo antes mencionado.

Segura de que mi pedido será atendido de la mejor manera, agradezco mucho a su valiosa colaboración.

Atentamente,

Ing. M.sc Pazmiño Cano Gloria Evelina
Docente y Coordinadora de la Universidad Técnica de Cotopaxi.



www.utc.edu.ec

Av. Simón Rodríguez s/n Centro El Cajas / San Felipe. Tel: (02) 2282346 - 2282307 - 9232108

Anexo 10. Socialización del modelo de “MALCOLM BALDRIGE”

Discusión y análisis del modelo de Malcolm Baldrige en la compañía de tricimoto “19 de Mayo. S.A.”



Foto tomada por: Wilson Vallejo.

Discusión y análisis del modelo de Malcolm Baldrige en la compañía de tricimoto “19 de Mayo. S.A.”



Foto tomada por: Wilson Vallejo.

Discusión y análisis del modelo de Malcolm Baldrige en la compañía de tricimoto “19 de Mayo. S.A.”



Foto tomada por: Wilson Vallejo.

Discusión y análisis del modelo de Malcolm Baldrige en la compañía de tricimoto “19 de Mayo. S.A.”



Foto tomada por: Wilson Vallejo.

Anexo 11. Capacitación a los socios y conductores de la compañía de tricimoto “19 de Mayo. S.A.”

Capacitación y talleres de aprendizaje sobre la calidad de servicio y satisfacción del cliente.



Foto tomada por: Jonathan Toaquiza.

Capacitación y talleres de aprendizaje sobre la calidad de servicio y satisfacción del cliente.



Foto tomada por: Jonathan Toaquiza.

Capacitación y talleres de aprendizaje sobre la calidad de servicio y satisfacción del cliente.



Foto tomada por: Jonathan Toaquiza.

Capacitación y talleres de aprendizaje sobre la calidad de servicio y satisfacción del cliente.



Foto tomada por: Jonathan Toaquiza.