

REPÚBLICA DEL ECUADOR



**INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO TENA**
Tecnología, Innovación y Desarrollo



ADMINISTRACIÓN

**MANUAL DE CALIDAD DEL SERVICIO PARA LA COMPAÑÍA DE
TRANSPORTE KICHWA DE NAPO “COTRAKIN S.A.” EN LA
PARROQUIA MUYUNA**

Informe Final de Trabajo de Integración Curricular, presentado como requisito parcial para optar por el título de Tecnóloga Superior en Administración.

AUTOR: Vargas Tanguila Rosa Viviana

REVISOR: Ing. Jorge Iván Barahona Bonifaz

Tena - Ecuador

2020

APROBACIÓN DEL DIRECTOR

ING. BARAHONA BONIFAZ JORGE IVÁN.

DOCENTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA.

CERTIFICA:

En calidad de Director del Proyecto Integrador denominado: MANUAL DE CALIDAD DEL SERVICIO PARA LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE KICHWA DE NAPO “COTRAKIN S.A.” EN LA PARROQUIA MUYUNA, de autoría de la señorita **ROSA VIVIANA VARGAS TANGUILA**, con CC. 150111010-8 estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, CERTIFICO que se ha realizado la revisión prolija del Trabajo antes citado, cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen los respectivos reglamentos e instituciones.

Tena, 13 de mayo de 2020

Ing. Jorge Iván Bonifaz Barahona

DIRECTOR

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

Tena, 06 de agosto de 2020

Los Miembros del Tribunal de Grado abajo firmantes, certificamos que el Trabajo de Titulación denominado: **MANUAL DE CALIDAD DEL SERVICIO PARA LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE KICHWA DE NAPO “COTRAKIN S.A.” EN LA PARROQUIA MUYUNA**, presentado por ROSA VIVIANA VARGAS TANGUILA, estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Administración del Instituto Superior Tecnológico Tena, ha sido corregida y revisada; por lo que autorizamos su presentación.

Atentamente;

Ing. Carlos Vinicio Guerrero Lliguin
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Yajaira Andrea Heredia Shiguango
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Eco. Carina Elizabeth Mendoza Vergara
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AUTORÍA

Yo, ROSA VIVIANA VARGAS TANGUILA, declaro ser la autora del presente Trabajo de Titulación denominado: MANUAL DE CALIDAD DEL SERVICIO PARA LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE KICHWA DE NAPO “COTRAKIN S.A.” EN LA PARROQUIA MUYUNA y absuelvo expresamente al Instituto Superior Tecnológico Tena, y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo al Instituto Superior Tecnológico Tena, la publicación de mi trabajo de Titulación en el repositorio institucional- biblioteca Virtual.

AUTOR:

ROSA VIVIANA VARGAS TANGUILA

CÉDULA: 150111010-8

FECHA: Tena, 07 de agosto de 2020

CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DE LA AUTORA

Yo, ROSA VIVIANA VARGAS TANGUILA, declaro ser la autora del Trabajo de Titulación titulado: MANUAL DE CALIDAD DEL SERVICIO PARA LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE KICHWA DE NAPO “COTRAKIN S.A.” EN LA PARROQUIA MUYUNA, como requisito para la obtención del Título de: TECNÓLOGA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN; autorizo al Sistema Bibliotecario del Instituto Superior Tecnológico Tena, para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual del Instituto, a través de la visualización de su contenido que constará en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio el Instituto. El Instituto Superior Tecnológico Tena, no se responsabiliza por el plagio o copia del presente trabajo que realice un tercero. Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Tena, 20 de agosto de 2020, firma la autora.

AUTOR: Rosa Viviana Vargas Tanguila.

FIRMA:

CÉDULA: 150111010-8

DIRECCIÓN: Av. Perimetral y Av. de Chofer; Barrio Sagrado Corazón de Jesús.

CORREO ELECTRÓNICO: rosavargas15.35@gmail.com

TELÉFONO: 062847748 **CELULAR:** 0999819273

DATO COMPLEMENTARIO

DIRECTOR: Ing. Jorge Iván Bonifaz Barahona

DEDICATORIA

Dedico este Trabajo de titulación a DIOS, a San José y a la Virgen María, quienes inspiraron a mi espíritu para la conclusión de este proyecto integrador.

A mis padres quienes me dieron la vida, educación, apoyo y consejos, los cuales estuvieron en las buenas y malas conmigo, siendo un soporte en este desafío.

A mis compañeros de estudio, a mis maestros y amigos, quienes sin su ayuda nunca hubiera podido hacer este trabajo de titulación. A todos ellos se los agradezco desde el fondo de mi alma.

Vargas Tanguila Rosa Viviana

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por brindarme la sabiduría y la bendición, también por guiarme en el buen camino.

En segundo lugar, a mis padres por darme la vida, los consejos, los valores, el estudio y por estar en los momentos más difíciles de esta etapa de mi vida.

En tercer lugar, quiero agradecer a los docentes que supieron guiarme para poder alcanzar una nueva meta en esta fase de mi vida.

También un eterno agradecimiento a la rectora del IST Tena por darnos un lugar para poder seguir avanzando en nuestros estudios, por su paciencia, sabiduría y su perseverancia en hacer de este Instituto uno de los mejores de Ecuador.

Por último y no menos importantes a mis amigos que supieron motivarme y hacer que mi vida sea más emocionante.

Vargas Tanguila Rosa Viviana

ÍNDICE DE CONTENIDO

APROBACIÓN DEL DIRECTOR.....	I
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	II
AUTORÍA.....	III
CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DE LA AUTORA.....	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
A. TEMA	1
RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	3
A. FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA	4
2.1 Actualidad e importancia.....	4
2.2 Presentación del problema profesional a responder.	5
2.3 Delimitación	5
2.4 Beneficiarios.....	6
2.5 Árbol de problema.....	6
2.6 Ubicación geográfica.....	7
B. OBJETIVOS	8
3.1 Objetivo General	8
3.2 Objetivos Específicos	8
C. ASIGNATURAS INTEGRADORAS	9
D. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	11
5.1 Compañía.....	11
5.1.1 Principios de la gestión de calidad.....	11
5.1.2 Transporte	13
5.1.3 Manual de Calidad	14

5.1.4 Pirámide de Maslow	14
5.1.5 Gestión de Talento Humano	15
5.1.6 Servicio al Cliente.....	15
5.1.7 Análisis FODA	15
5.1.8 La estrategia.....	16
5.1.9 Demanda	17
5.1.10 Oferta	18
5.1.11 Política	20
5.1.12 Ingreso	21
5.1.13 Precio	21
5.2 Marco Legal	22
ISO 9001.....	28
Normas ISO 14001	28
5.3 Marco Conceptual	29
5.3.1 Gerencia	29
5.3.2 Liderazgo	29
5.3.3 Productividad	29
5.3.4 Competitividad.....	29
5.3.5 Empresa	30
5.3.6 Cliente.....	30
5.3.7 Administración.....	30
5.3.8 Eficiencia	31
5.3.9 Eficacia	31
5.3.10 Efectividad	31
5.3.11 Tecnología	31
5.3.12 Microambiente	31
5.3.13 Organigrama	32

5.3.14 Competencia	32
E. METODOLOGÍA	33
6.1 Materiales	33
6.1.2 Equipos	33
6.1.3 Herramientas	33
6.1.4 Instrumentos.....	33
6.2 Ubicación del Área de estudio.....	34
6.3 Metodología.....	36
6.3.1 Método Cualitativo	36
6.3.2 Método Cuantitativo	37
6.3.3 Tipo de investigación	37
6.4 Metodología para cada objetivo.	38
6.4.1 Metodología para el primero objetivo específico.....	38
6.4.2 Diagnosticar la calidad de servicio de la compañía de transporte Kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.” en la parroquia Muyuna.	38
6.5.1 Metodología para el segundo objetivo específico	38
6.5.2 Aplicar las herramientas técnicas para la recopilación de información sobre la satisfacción del servicio de la compañía de transporte Kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.” en la parroquia Muyuna.	38
6.5.3 Población de estudio	39
6.5.4 Selección de la muestra.....	39
6.5.5 Análisis e interpretación de resultados	40
6.6.1 Metodología para el tercer objetivo específico	47
6.6.2 Elaborar un manual de calidad del servicio para la compañía de transporte Kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.” en la parroquia de Muyuna.	47
6.6.3 Propuesta para la solución del problema.....	50
6.6.4 Objetivo General.....	50
6.6.5 Objetivos Específicos	50

6.6.6 Costos de la implementación de la propuesta	52
F. RESULTADOS	54
7.1 Objetivo 1.....	54
7.2 Objetivo 2.....	55
7.3 Objetivo 3.....	56
G. CONCLUSIONES	58
H. RECOMENDACIONES.....	59
I. BIBLIOGRAFÍA	60
J. ANEXOS	63

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Información geográfica y límites	35
Tabla 2: Determinación del sexo.....	40
Tabla 3:Servicio utilizado por los clientes.....	41
Tabla 4:Uso del servicio de transporte.....	42
Tabla 5:Servicio adicional de la compañía	43
Tabla 6: Calidad del servicio.....	43
Tabla 7:Valores del personal.....	44
Tabla 8:Sugerencias o quejas de los clientes	45
Tabla 9: Nómina de socios activos de la compañía	49
Tabla 10: Costos para la implementación de la propuesta.....	52

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Determinación del sexo	41
Gráfico 2: Servicio utilizado por los clientes	41
Gráfico 3: Uso del servicio de transporte.....	42
Gráfico 4: Servicio adicional de la compañía	43
Gráfico 5: Calidad del servicio	44
Gráfico 6: Valores del personal.....	45
Gráfico 7: Sugerencias o quejas del cliente	46

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Árbol de Problema	6
Cuadro 2: Asignaturas Relacionadas	10
Cuadro 3: Organigrama de la compañía.....	48
Cuadro 4: Estrategia para el mejoramiento de la compañía.....	51
Cuadro 5: Estrategia para el desarrollo de la compañía.....	51
Cuadro 6: Estrategia para la cultura empresarial	51
Cuadro 7: Estrategia para la estructura organizacional.....	52
Cuadro 8: Estrategia de liderazgo	52

A. TEMA

MANUAL DE CALIDAD DEL SERVICIO PARA LA COMPAÑÍA DE
TRANSPORTE KICHWA DE NAPO “COTRAKIN S.A.” EN LA PARROQUIA
MUYUNA

RESUMEN

El presente proyecto trata de una propuesta sobre un Manual de Calidad de Servicio para la compañía de transporte kichwa de Napo “COTRAKIN S.A”, con el propósito de que la organización tenga una base sólida para que posteriormente pueda implementarlo en el servicio que ofrece. Se propone la elaboración de un Manual de Calidad de Servicio con el objetivo de que la compañía de transporte kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.”, obtenga beneficios de un sistema de estas características le puede ofrecer a la organización y así poder introducirse en el nuevo mundo de la tecnología, la cual obliga a las empresas a adaptarse a los cambios continuos para una mejora continua para posteriormente volverse organizaciones competitivas o líderes en el mercado. De esta manera se proponen estrategias para el mejoramiento continuo de la compañía, bajo un manual de calidad que los lleve a la eficacia en el empleo de recursos y el desarrollo de sus capacidades internas y externas, sumergidos en la sinergia empresarial que conduce a un desarrollo óptimo, como al logro de objetivos, planes y proyectos.

Palabras clave: Calidad, Estrategias, Tecnología, Desarrollo

ABSTRACT

This project deals with a proposal for a Service Quality Manual for the Napo Kichwa transport company "COTRAKIN S.A", with the aim that the organization has a difficult base so that it can help it implement it in the service it offers. The preparation of a Service Quality Manual is proposed with the objective of the Napo Kichwa transport company "COTRAKIN SA", benefits are obtained from the system of these characteristics that can be offered to the organization and thus be able to enter the new world of technology, which forces companies to continuous changes for continuous improvement to later become competitive organizations or market leaders. In this way, strategies for the continuous improvement of the company are proposed, under a quality manual that leads to the effectiveness in the use of resources and the development of its internal and external capacities, immersed in business synergy that leads to optimal development. , such as the achievement of objectives, plans and projects.

Key words: Quality, Strategies, Technology, Development

A. FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA

Desde hace años, la calidad comprende como la capacidad que posee un objeto para satisfacer las necesidades que tienen las personas, por lo que se utiliza muchos significados dentro de diversos ámbitos. Al hablar de calidad, las personas se refieren normalmente a un valor agregado que se da al ofrecer un bien o servicio, sin embargo, su significado es ambiguo y en varias ocasiones el uso de la calidad depende de lo que cada uno percibe.

Con el tiempo, ha habido diferentes formas de protocolos y estándares, de tal modo que se han ido modificando y estructurando las normativas ISO.

La compañía de transporte kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.” requiere comprometerse con la satisfacción del cliente, por ejemplo, a través de proporcionarle un buen servicio de postventa, y preventa que garantice un servicio de calidad y también un cliente que perciba el beneficio con la gestión de la empresa. Esto la ubicara de mejor forma en el mercado.

La compañía de transporte kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.” requiere apegarse más a una gestión de procesos claramente definidas que organicen sus actividades internas para que respondan a una estrategia empresarial de calidad que es la satisfacción cliente. Esto conlleva a plantear la incorporación de un manual de calidad para administrar de forma eficiente, efectiva y continua a las actividades de la organización.

2.1 Actualidad e importancia.

El presente trabajo pretende analizar la realidad de las Operadoras de Transporte que brindan servicios en la parroquia Muyuna, las cuales han ido creciendo debido a las necesidades de las personas, la administración de estas organizaciones es llevada sobre la base de acuerdos pactados por sus

asociados, es decir, por entidades que se esfuerzan por el bienestar de los ciudadanos.

La investigación busca elaborar un modelo de un manual de calidad que conlleva a las operadoras a trazar nuevas estrategias de cultura, estructura organizacional y lograr un liderazgo en un entorno cada vez más incierto y competitivo.

Por eso es importante que las empresas utilicen este medio que es el manual de calidad para mejorar el servicio que brindan a la ciudadanía en general.

2.2 Presentación del problema profesional a responder.

¿Cómo influye el manual de calidad en el servicio de la compañía de transporte Kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.” en la parroquia Muyuna?

2.3 Delimitación

2.3.1 Delimitación Temporal: Este proyecto se realizará durante el periodo académico comprendido entre noviembre de 2019 y abril de 2020.

2.3.2 Delimitación Espacial: El proyecto integrador se realizará de la compañía de transporte Kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.” en la parroquia Muyuna.

2.3.3 Unidades de Observación: Las unidades de observación que complementan este proyecto integrador serán las personas que utilizan el servicio de la compañía de transporte Kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.” en la parroquia de Muyuna.

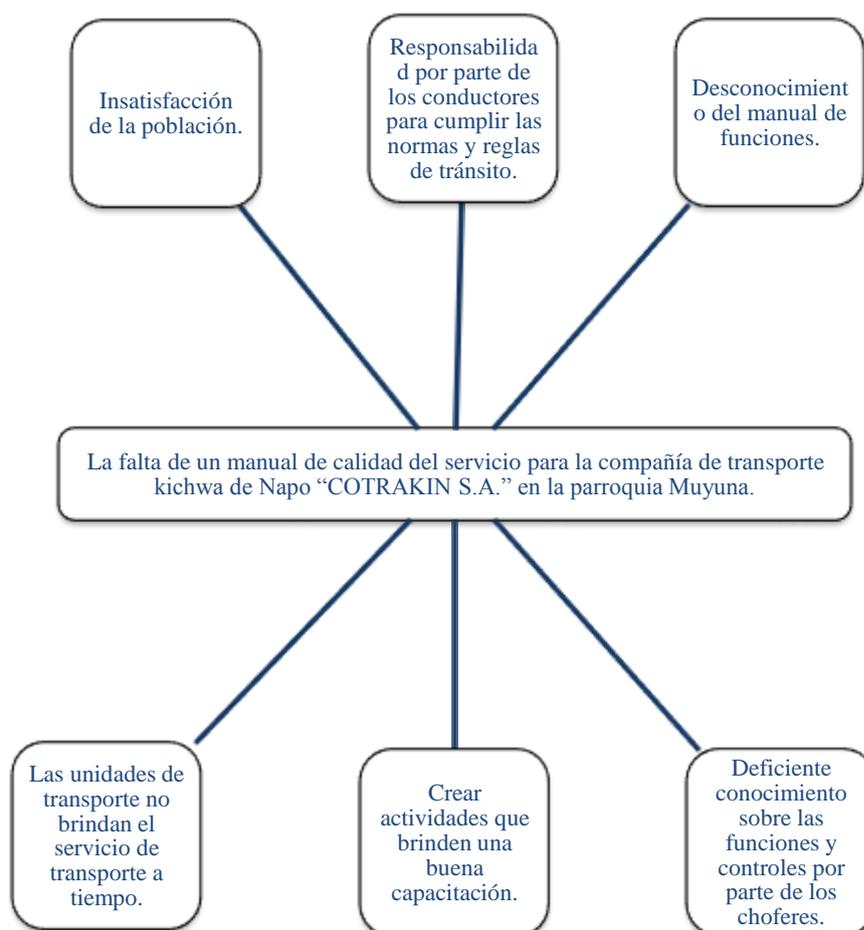
2.4 Beneficiarios

Los que se beneficiarán con este tipo de propuesta serán los siguientes:

- Presidente
- Gerente
- Socios
- Ciudadanía de la parroquia Muyuna

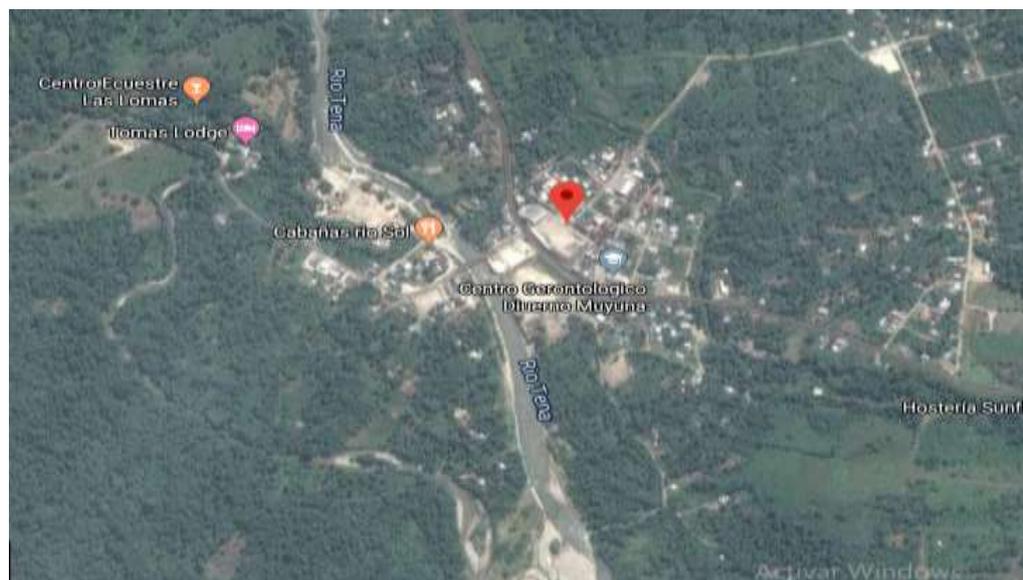
2.5 Árbol de problema

Cuadro 1: Árbol de Problema



Elaborado por: Rosa Vargas, (2020)

2.6 Ubicación geográfica



Fuente: Google map, (2008)

La parroquia San Juan de Muyuna, es una parroquia rural del Ecuador, perteneciente al cantón Tena, provincia de Napo.

El 20 de Enero del 2011, mediante ordenanza N°004-2011, el Consejo Municipal de Tena aprueba la creación de la Parroquia Rural San Juan de Muyuna con 19 comunidades asentadas en el territorio parroquial catastrado por el GAD Municipal de Tena: Tiwintza, El Calvario, Chontayacu, Cóndor Mirador, San Salvador, Chambira, San Pedro de Tena, Muyuna, Tazayacu, San José de Chacumbi, Centro Wayrayacu, Centro Auca, San Vicente de Chacumbi, Atacapi, San Francisco de Guayaquil, Alto Tena, Shitig Lupi, Cuyayacu; de las cuales en los cinco primeros años de vida institucional se ha incrementado 10 comunidades y sectores que faltan legalizar su personería jurídica: Sta. Margarita, San Pascual de Wayrayacu, Flor del Valle, San Juanito, San Francisco, San Pascual de Muyuna, Pumarumi, San Luis de Colonso, Rey Loma, Mushuk Kawsay, siendo un total de 29 comunidades.

B. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

- Proponer un manual de calidad del servicio para la compañía de transporte Kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.” en la parroquia de Muyuna.

3.2 Objetivos Específicos

3.2.1 Diagnosticar la calidad de servicio de la compañía de transporte Kichwa de Napo “COTRAKIN S.A” en la parroquia de Muyuna.

3.2.2 Aplicar las herramientas técnicas para la recopilación de información sobre la satisfacción del servicio de la compañía de transporte Kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.” en la parroquia Muyuna.

3.3.3 Elaborar un manual de calidad del servicio para la compañía de transporte Kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.” en la parroquia de Muyuna.

C. ASIGNATURAS INTEGRADORAS

Cada objetivo del Plan Nacional de Desarrollo es clave para la identificación de prioridades y la asignación de recursos para alcanzar excelentes resultados mediante la gestión de la Institución y el mejoramiento continuo de la organización. Por ende, a través de este cuadro se establecen resultados y procedimientos de seguimiento y evaluación en el ámbito de los objetivos de Plan y las líneas de investigación las cuales buscan plasmar los objetivos a corto y largo plazo que la comunidad académica desea alcanzar, teniendo en cuenta las innovaciones necesarias para la adecuada gestión en el cumplimiento de metas, las cuales garantizan un trabajo conjunto y colaborativo hacia la mejora continua.

También produce beneficios relacionados con la capacidad de realizar una gestión más eficiente, liberando recursos humanos y materiales, lo cual hace más efectiva la dirección y coordinación institucional.

Cuadro 2: Asignaturas Relacionadas

Objetivo del Plan Nacional	Líneas de Investigación	Asignaturas Relacionadas	Resultado de Aprendizaje	Aplicación Directa	Aplicación Indirecta	
<p>Objetivo 4. Consolidar la Sostenibilidad del Sistema Económico social y solidario, y afianzar la dolarización.</p> <p>Objetivo 8. Promover la Transparencia y la Corresponsabilidad para una nueva ética social</p>	<p>El Desarrollo del Talento Humano y las Empresas Públicas y Privadas.</p>	Gestión de Talento Humano	Podrá desempeñar actividades relacionadas con la gestión del talento humano de acuerdo a las necesidades de las organizaciones, respetando las normativas vigentes a nivel laboral, tributario y contable del país.	X		
		Expresión Oral y Escrita			X	
		Ciudadanía y Buen Vivir	Aplicar el conocimiento teórico en sus labores diarias, realizando un trabajo multidisciplinario.	X		
		Legislación Laboral	Podrá formar parte del área administrativa de empresas de cualquier tipo; planificando, analizando, diseñando, e implementando soluciones administrativas y financieras en ellas.			X
		Liderazgo y Emprendimiento				X
		Metodología de la Investigación	Será capaz también de crear y fortalecer nuevos negocios combinando metodologías y técnicas actuales aprendidas dentro del campo de la administración con cultura ambiental analizando los costos y los beneficios que todas sus acciones conllevan.			X
		Herramientas de Colaboración Digital			X	

Fuente: Sílabos de la Carrera Tecnología Superior en Administración

Elaborado por: Rosa Vargas, (2020)

D. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

De forma general, las ciencias administrativas corresponden a las ciencias sociales, las cuales se apoyan en las ciencias administrativas para comprender y explicar el comportamiento organizacional de una entidad, esto se realiza a través de las fases de la dirección estratégica, las cuales son conocidas por planificación, organización, dirección y control, esto permite un seguimiento continuo de la organización y la obtención de mejores beneficios económicos.

5.1 Compañía

Son aquellas sociedades o reuniones de varias personas, que además de elemento humano cuentan con otros técnicos y materiales y cuyo principal objetivo radica en la obtención de utilidades o la prestación de algún servicio a la comunidad, es decir, en este caso, la palabra compañía actúa como un sinónimo del concepto de empresa. (Ucha F. , 2009)

La compañía está formada por un grupo de personas que realizan una actividad económica para satisfacer las necesidades de una sociedad ya sea de bienes o servicios, por ende, se generan beneficios e ingresos a quienes conforman dicha compañía. No obstante, una compañía debe ser legal en todo ámbito.

5.1.1 Principios de la gestión de calidad

La calidad aparece como principio de una empresa en el siglo XXI y se encuentra vinculado a aquella organización que busca consolidarse, crecer y desarrollarse para tener éxito. Los principios de gestión de calidad son las

grandes premisas que se utilizan para transmitir por la alta dirección de la organización. (Nueva ISO 9001:2015, 2017)

Ocho principios de gestión de la calidad

Los ocho principios de gestión de la calidad son los siguientes:

Principio 1: Enfoque al Cliente

Las empresas dependen de sus clientes, y por lo tanto deben comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer todos los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder a las expectativas de los empleados.

- **Principio 2: Liderazgo**

Los líderes establecen la unidad de propósito y orientación de la empresa. Deben crear y mantener un ambiente interno en el cual los empleados pueden llegar a involucrarse totalmente para conseguir los objetivos de la empresa.

- **Principio 3: Participación del personal**

El personal es la esencia de la empresa y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean utilizadas para el beneficio de la empresa.

- **Principio 4: Enfoque basado en procesos**

Un resultado deseado se consigue más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.

- **Principio 5: Enfoque de sistema para la gestión**

Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficiencia y eficacia de una empresa para conseguir sus objetivos.

- **Principio 6: Mejora continua**

La mejora continua del desempeño general de las empresas debe ser un objetivo permanente. La mejora continua de los procesos se consigue con el ciclo PHVA (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar), para mejorar.

- **Principio 7: Enfoque basado en hechos para la toma de decisión**

Las decisiones se basan en el análisis de los datos y la información. Lo que no se puede medir no puede ser controlado, y lo que no se puede controlar es un caos. Esto no se nos puede ayudar.

- **Principio 8: Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor**

Una empresa y sus proveedores son interdependientes, y una relación beneficiosa para aumentar la capacidad de ambos para crear valor.

Los principios de la gestión de calidad buscan que la organización pueda consolidarse, crecer y desarrollarse para que pueda tener éxito en el mercado, el cual ayuda al mejoramiento continuo y alcanzar una calidad de excelencia en el desempeño de su actividad. También ayuda a dirigir y controlar a la entidad considerando ante todo la calidad que este ofrece.

5.1.2 Transporte

Es toda actividad en la que se movilizan materias primas, productos en proceso y productos terminados desde su lugar de origen hasta el sitio donde son requeridos, con los condicionamientos de seguridad, rapidez y costo. Es importante señalar que “El transporte es una directriz importante en la cadena, ya que rara vez los productos son consumidos en su ubicación”. (JAICAL, 2011)

El transporte se basa en la movilización de uno o varios objetos, también se incluye a los vehículos y a las infraestructuras de las mismas las cuales son diversas y cada una de ellas son esenciales para su funcionamiento. Por otra parte, el transporte es fundamental para la economía, ya que gracias a ello

se produce la realización de movilización de productos en general para el consumo de las personas.

5.1.3 Manual de Calidad

Según la norma UNE-EN ISO 9000:2000, (Calidad ISO 9001), un Manual de la calidad es un documento que especifica el sistema de gestión de la calidad de una organización. Los manuales de la calidad pueden variar en cuanto a detalle y formato para adecuarse al tamaño y complejidad de cada organización en particular.

Un manual de calidad son las diversas actividades planificadas y controladas, que se realizan sobre un conjunto de elementos para lograr una excelente calidad, además sirve para estar al pendiente de las actividades que realiza la cooperativa de transporte.

5.1.4 Pirámide de Maslow

La idea básica de esta jerarquía es que las necesidades más altas ocupan nuestra atención sólo cuando se han satisfecho las necesidades inferiores de la pirámide. (OVIEDO, 2012)

La pirámide de Maslow ayuda a la motivación de cada persona, desde las perspectivas de las personas, haciendo que esta se sienta realizadas consigo mismas, dando como finalidad el esfuerzo que ponen los empleados en sus trabajos diariamente.

5.1.5 Gestión de Talento Humano

Sustituyen a los departamentos de RRHH. Las prácticas de RRHH se delegan a los gerentes de línea de toda la organización, quienes se convierten en administradores de RRHH, mientras que las tareas operativas y burocráticas no esenciales se transfieren a terceros por medio de subcontratación. (Lastreto, 2019)

La gestión de talento humano es importante ya que es clave para el sostenimiento de una organización, así como su permanencia y progreso en la actualidad, debe poder identificar las necesidades y motivaciones de los trabajadores.

5.1.6 Servicio al Cliente

El servicio al cliente es el servicio o atención que una empresa o negocio brinda a sus clientes al momento de atender sus consultas, pedidos o reclamos, venderle un producto o entregarle el mismo. (KOMIYA, 2015)

El servicio al cliente es aquello que tiene que estar en perfecto estado para ofrecer un servicio de calidad, es decir, al momento que se brinda un servicio se debe tener mucho en cuenta la forma en que la persona da ese servicio.

5.1.7 Análisis FODA

La combinación de los análisis interno y externo se conoce como análisis FODA; se trata de un examen de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la organización. Al terminar el análisis FODA, los gerentes están listos para formular las estrategias apropiadas, es decir, estrategias que (1) aprovechen las fortalezas de la organización y las oportunidades que le ofrece el entorno externo, (2) minimicen o protejan a la organización de las

amenazas externas, o (3) corrijan sus debilidades más importantes. (Coulter, 2014)

El análisis FODA o DAFO es una herramienta utilizada para realizar un estudio interno y externo de la empresa, esto se debe hacer frecuentemente para tener una mejora continua con respecto a la empresa. Las fortalezas y debilidades son partes internas de la empresa la cual se puede controlar y hacer cambios oportunos, en cambio, las oportunidades y amenazas son externas y no son controlables ya que no están al alcance de la empresa sino de otros organismos.

5.1.8 La estrategia

Las tres estrategias de Porter, quien pudo identificar gracias a su trabajo de investigación, se pueden utilizar en una empresa de manera individual o en conjunto, con el fin de crear a largo plazo el posicionamiento admisible que sobre pasa el desempeño de los competidores en una empresa. El principal objetivo de las estrategias de Porter la búsqueda del desarrollo general de una empresa o industria, teniendo como eje central la competitividad para la misma. (Admin, 2015)

Las tres estrategias de Porter son:

1. **Liderazgo en costos.** Que tiene como finalidad, vender las mercancías a precios unitarios extremadamente bajos, a través de una reducción en los costes.
2. **Diferenciación.** Elaborar o vender productos que sean originales, que puedan lograr distinguirse de la competencia y que tengan la particularidad de no ser fácilmente imitables por la competencia.
3. **Enfoque.** Tiene como finalidad de orientar la atención en un segmento específico del mercado, en otro sentido, concentra los esfuerzos en

producir o vender mercancías que puedan llenar las expectativas del cliente.

La competencia es uno de los factores que mueve a la sociedad para conseguir mejoras en diferentes aspectos, por ende, es necesario encontrar ese lugar único, propio y valioso que permitirá a la entidad atractiva para sus clientes.

Se debe implementar estrategias para generar un cambio y así conseguir producir o prestar nuestros servicios de la forma más económica posible. Observar y explorar nuevas oportunidades para generar valor, soluciones y aprovechando toda la innovación y la tecnología del momento.

5.1.9 Demanda

El significado de demanda abarca una amplia gama de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a precios de mercado, bien sea por un consumidor específico o por el conjunto total de consumidores en un determinado lugar, a fin de satisfacer sus necesidades y deseos. Estos bienes y servicios pueden englobar la práctica totalidad de la producción humana como la alimentación, medios de transporte, educación, ocio, medicamentos y un largo etcétera. Por esta razón, casi todos los seres humanos que participan de la vida moderna, son considerados como ‘demandantes’. (Ucha A. P., 2015)

Determinantes del movimiento de la demanda

Existen cinco tipos de determinantes que hacen posible un aumento o una disminución de la demanda:

- **Precio:** De los bienes y servicios, es inversamente proporcional a la demanda.

- **Oferta:** La disposición de los bienes y servicios, expresada en la existencia de la empresa que ofrece el servicio y en qué cantidad.
- **Lugar:** Espacio físico o virtual donde estos bienes son ofrecidos. Siempre hay un coste de transporte atribuible al precio de venta de ese producto y, que es directamente proporcional a la forma o método de transporte utilizado.
- **La capacidad de pago del demandante:** En este punto la situación o poder de negociación es clave a la hora de fijar un precio al bien o servicio en cuestión.
- **Deseos y necesidades:** Tanto básicas como secundarias. En este sentido, imagínese que usted tiene una necesidad imperiosa de comprar un producto en una zona geográfica donde no se comercializa, necesario para el desarrollo de su vida cotidiana.

La demanda es la cantidad de bienes y servicios adquiridos por los consumidores a diferentes precios que propone el mercado en un tiempo determinado, también están presentes los gustos y preferencias del cliente los cuales están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos y tienen la capacidad de realizar dicha transacción a un precio determinado y lugar establecido.

5.1.10 Oferta

La oferta puede ser definida como la cantidad de bienes y/o servicios que las distintas organizaciones, empresas o personas tienen la capacidad y deseo de vender en el mercado, en un determinado lapso tiempo y espacio, en un particular valor pecuniario, con el fin de satisfacer deseos y/o necesidades. (Raffino, concepto.de, 2020)

Elementos de la oferta

Algunos elementos claves de la oferta son los siguientes:

- **Disposición de venta.** En este caso se habla de los deseos del vendedor o productor de ofrecer su mercancía o servicio. Estos deseos suelen ser determinados por los precios de la oferta, tal como ha sido explicado en la ley de oferta. Si los precios son altos los vendedores desean ofrecer su bien o servicio. En caso contrario muchas veces se opta por conservarlo.
- **Vendedores.** Cuando se habla de vendedores se hace referencia a sujetos físicos o bien a cualquier tipo de organización o empresa que posea la capacidad para ofrecer los bienes y/o servicios.
- **Cantidad.** En este caso se hace referencia al número preciso de cada producto o servicio que los vendedores desean ofrecer en el mercado.
- **Capacidad de venta.** Este elemento no depende de la voluntad de los vendedores sino más bien de aquello que tienen la posibilidad de producir u ofrecer en un determinado lapso de tiempo y a cierto precio.
- **Deseos y necesidades.** Cuando se habla de deseos de los compradores no se habla de necesidades concretas, sino más bien de anhelos. Por ejemplo, deseo una campera o saco de determinada marca. En cambio, las necesidades son ciertos requerimientos básicos de las personas de los cuales se hayan privados, por ejemplo, la necesidad de abrigo.
- **Mercado.** Este es el lugar donde pueden ser intercambiados bienes y/o servicios a cambio de dinero. Este espacio puede ser físico o virtual, por ejemplo, por medio de Internet.
- **Lapso de tiempo.** En este caso se hace referencia al ciclo en que los bienes y/o servicios pueden ser encontrados en el mercado. Pueden ser semanas, meses, años.

- **Precio.** Cuando se habla de precios se hace referencia al valor pecuniario expresado en una determinada moneda que poseen los productos y/o servicios.

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que los ofertantes están dispuestos a poner en venta en el mercado a un precio moderado, por otro lado, se considera la calidad, el precio y el lugar donde se ofrece dicho bien o servicio. La oferta tiene un papel fundamental en la determinación del precio ya que está ligada a la demanda la cual permite la valoración de los productos y servicios a las necesidades de los demandantes.

5.1.11 Política

La política en sí se trata de una actividad de un grupo acotado que toma las decisiones para concluir con una serie de objetivos. Asimismo, podemos definir a la política como una de las tantas maneras posibles para ejercer el poder con el fin de mediar las diferencias presentes entre pares en cuanto a intereses en una sociedad en particular. (Raffino, concepto.de, 2020)

La política es un conjunto de decisiones y medidas que un grupo de personas adopta para alcanzar los objetivos que se proponen al realizar a corto o largo plazo, teniendo en cuenta la predisposición de cada miembro y minimizar los problemas que pueden ocurrir en el transcurso del desarrollo de la misma.

5.1.12 Ingreso

Entendemos por ingresos a todas las ganancias que se suman al conjunto total del presupuesto de una entidad, ya sea pública o privada, individual o grupal. En términos generales, los ingresos son los elementos tanto monetarios como no monetarios que se acumulan y que generan como consecuencia un círculo de consumo-ganancia. (Gil, 2015)

El ingreso es la entrada o incremento de recursos económicos hacia una entidad las cuales se generan a través de la venta de sus productos o la prestación de servicios, también se puede considerar al ingreso una variable considerando el desempeño económico y financiero de cada organización.

5.1.13 Precio

El precio es el valor monetario que se le asigna a un producto o servicio al momento de ofrecerlo a los consumidores y, por tanto, el valor monetario que los consumidores deben pagar a cambio de obtener dicho producto o servicio. (Komiya, 2019)

El precio es el valor que se le da al bien o servicio que se ofrece en el mercado considerando la cantidad y calidad, el poner un precio a un producto es una decisión importante ya que de eso dependerá las ganancias o pérdidas que tendrá la organización.

5.2 Marco Legal

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, (2008)

Sección duodécima

Transporte

Art. 394.- 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.

CÓDIGO DEL TRABAJO, (2018)

Art. 1.- **Ámbito de este Código.** - Los preceptos de este Código regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo.

Las normas relativas al trabajo contenidas en leyes especiales o en convenios internacionales ratificados por el Ecuador, serán aplicadas en los casos específicos a las que ellas se refieren.

Art. 2.- **Obligatoriedad del trabajo.** - El trabajo es un derecho y un deber social.

El trabajo es obligatorio, en la forma y con las limitaciones prescritas en la Constitución y las leyes.

Art. 3.- **Libertad de trabajo y contratación.** - El trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor lícita que a bien tenga.

Ninguna persona podrá ser obligada a realizar trabajos gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la ley, salvo los casos de urgencia extraordinaria o de necesidad de inmediato auxilio. Fuera de esos casos, nadie estará obligado a trabajar sino mediante un contrato y la remuneración correspondiente.

En general, todo trabajo debe ser remunerado.

Art. 4.- Irrenunciabilidad de derechos. - Los derechos del trabajador son irrenunciables. Será nula toda estipulación.

Art. 9.- Concepto de trabajador. - La persona que se obliga a la prestación del servicio o a la ejecución de la obra se denomina trabajador y puede ser empleado u obrero.

Art. 10.- Concepto de empleador. - La persona o entidad, de cualquier clase que fuere, por cuenta u orden de la cual se ejecuta la obra o a quien se presta el servicio, se denomina empresario o empleador.

El Estado, los consejos provinciales, las municipalidades y demás personas jurídicas de derecho público tienen la calidad de empleadores respecto de los obreros de las obras públicas nacionales o locales. Se entiende por tales obras no sólo las construcciones, sino también el mantenimiento de las mismas y, en general, la realización de todo trabajo material relacionado con la prestación de servicio público, aun cuando a los obreros se les hubiere extendido nombramiento y cualquiera que fuere la forma o período de pago. Tienen la misma calidad de empleadores respecto de los obreros de las industrias que están a su cargo y que pueden ser explotadas por particulares. También tienen la calidad de empleadores: la Empresa de Ferrocarriles del Estado y los cuerpos de bomberos respecto de sus obreros.

Art. 13.- Formas de remuneración. - En los contratos a sueldo y a jornal la remuneración se pacta tomando como base, cierta unidad de tiempo.

Contrato en participación es aquel en el que el trabajador tiene parte en las utilidades de los negocios del empleador, como remuneración de su trabajo.

La remuneración es mixta cuando, además del sueldo o salario fijo, el trabajador participa en el producto del negocio del empleador, en concepto de retribución por su trabajo.

LEY ORGÁNICA DE TRANSPORTE TERRESTRE TRÁNSITO Y SEGURIDAD VIAL, (2014)

Art. 1.- 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.

Art. 3.- El Estado garantizará que la prestación del servicio de transporte público se ajuste a los principios de seguridad, eficiencia, responsabilidad, universalidad, accesibilidad, continuidad y calidad, con tarifas socialmente justas.

Art. 5.- El Estado, a través de la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, controlará y exigirá la capacitación integral, permanente, la formación y tecnificación a conductoras y conductores profesionales y no profesionales y el estricto cumplimiento del aseguramiento social.

Art. 9.- Los peatones, conductores, pasajeros, automotores y vehículos de tracción humana, animal o mecánica podrán circular en las carreteras y vías públicas del país, sujetándose a las disposiciones de esta Ley, su reglamento, resoluciones y regulaciones técnicas vigentes.

Art. 11.- El Estado fomentará la participación ciudadana en el establecimiento de políticas nacionales de transporte terrestre, tránsito y

seguridad vial que garanticen la interacción, sustentabilidad y permanencia de los sectores público, privado y social.

Art. 12.- La presente Ley establece los lineamientos generales, económicos y organizacionales de la movilidad a través del transporte terrestre, tránsito y seguridad vial y sus disposiciones son aplicables en todo el territorio nacional para: el transporte terrestre, acoplados, teleféricos, funiculares, vehículos de actividades recreativas o turísticas, tranvías, metros y otros similares; la conducción y desplazamiento de vehículos a motor, de tracción humana, mecánica o animal; la movilidad peatonal; la conducción o traslado de semovientes y la seguridad vial.

REGLAMENTO A LEY DE TRANSPORTE TERRESTRE TRÁNSITO Y SEGURIDAD VIAL, (2012)

Art. 1.- El presente Reglamento establece las normas de aplicación a las que están sujetos los conductores, peatones, pasajeros y operadoras de transporte, así como las regulaciones para los automotores y vehículos de tracción humana, animal y mecánica que circulen, transiten o utilicen las carreteras y vías públicas o aquellas privadas abiertas al tránsito y transporte terrestre en el país.

Art. 2.- En adelante, para efectos del presente reglamento, se entenderá los siguientes términos:

1. Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial: Ley Orgánica de Transporte Terrestre, o la Ley o LOTTTSV;
2. Reglamento General para la Aplicación de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial: Reglamento;
3. Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial: Agencia Nacional de Tránsito o ANT;
4. Director Ejecutivo de la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial: Director Ejecutivo de la ANT;

5. Comisión de Tránsito del Ecuador: CTE;
6. Director Ejecutivo de la Comisión de Tránsito del Ecuador: Director Ejecutivo de la CTE;
7. Unidades Administrativas Regionales y Provinciales de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial: Unidades Administrativas Regionales y Provinciales o Unidades Administrativas;
8. Gobiernos Autónomos Descentralizados: GADs
9. Gobiernos Autónomos Descentralizados Regionales: GADs Regionales;
10. Gobiernos Autónomos Descentralizados Metropolitanos: GADs Metropolitanos;
11. Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales: GADs Municipales;
12. Unidades de Control de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial de los Gobiernos Autónomos Descentralizados: Unidades de Control de los GADs;
13. Consejo Consultivo Nacional de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial: Consejo Consultivo Nacional.

Art. 3.- El sistema de gestión de la Agencia Nacional de Tránsito de la Comisión de Tránsito del Ecuador se sustentará en un proceso continuo de planeamiento estratégico; de gestión por procesos; de medición y control de calidad; de sistemas de mejora continua que incluyan auditorías de gestión; de autonomía de gestión administrativa, económica, funcional y operativa; de desarrollo sustentable del medio ambiente; de responsabilidad social; y de sistemas de transparencia y rendición de cuentas respecto de la gestión y servicios que ofrece a la ciudadanía.

REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGANICA DE DEFENSA
DEL CONSUMIDOR PUBLICADA EN EL SUPLEMENTO DEL
REGISTRO OFICIAL No. 116 DEL 10 DE JULIO DEL 2000.

CAPITULO I

PRINCIPIOS GENERALES Y DEFINICIONES

Art. 1.- CONSUMIDOR. - De conformidad con los incisos tercero y noveno del Art. 2 de la ley, no serán considerados consumidores aquellas personas naturales o jurídicas que adquieran, utilicen o reciban oferta de bienes o servicios para emplearlos en la explotación de actividades económicas con fines de lucro o, en beneficio de sus clientes o de terceros a quienes ofrezcan bienes o servicios.

Art. 2.- SERVICIOS PUBLICOS DOMICILIARIOS. - Se entiende por servicios públicos domiciliarios aquellos servicios básicos que se reciben directamente en los domicilios de los consumidores.

Art. 3.- BIENES Y SERVICIOS DE OPTIMA CALIDAD. - Para la aplicación de los numerales 2 y 3 del Art. 4 de la ley, se entenderá por bienes y servicios de óptima calidad aquellos que cumplan con las normas de calidad establecidas por el INEN o por el organismo público competente o, en su defecto, por las normas mínimas de calidad internacionales. A falta de las normas indicadas, el bien o servicio deberá cumplir con el objeto para el cual fue fabricado u ofertado.

NORMAS ISO

ISO 9001

La ISO 9001 es una norma internacional que toma en cuenta las actividades de una organización, sin distinción de sector de actividad. Esta norma se concentra en la satisfacción del cliente y en la capacidad de proveer productos y servicios que cumplan con las exigencias internas y externas de la organización.

Normas ISO 14001

Esta norma de Sistemas de Gestión Ambiental (SGA) consigue que las empresas puedan demostrar que son responsables y están comprometidas con la protección del medio ambiente. Anteriormente hemos mencionado que lo consiguen a través de la gestión de los riesgos medioambientales que puedan surgir del desarrollo de la actividad empresarial.

La norma ISO 14001 funciona según el método PDCA, es decir, Planificar, Hacer, Verificar y Actuar. Al igual que otras normas ISO, presenta un marco con conceptos, estructuras y términos comunes a otras normas de ámbito diferente para facilitar su implementación.

5.3 Marco Conceptual

5.3.1 Gerencia

Es el proceso a través del cual se logran los objetivos empresariales, trabajando con las personas y utilizando adecuadamente los recursos. (Glsamaniego, 2019)

5.3.2 Liderazgo

Según Maxwell, (2012) el liderazgo es el tope que determina el nivel de efectividad de una persona. Cuanto más baja sea la capacidad de una persona para dirigir, más bajo será el límite sobre su potencial. Cuanto más alto es el liderazgo, mayor es la efectividad.

5.3.3 Productividad

La productividad, es genéricamente entendida como la relación entre la producción obtenida por un sistema de producción o servicios y los recursos utilizados para obtenerla. (EMPRENDEDOR SUBLIME, 2009)

5.3.4 Competitividad

Para Porter, la competitividad se puede determinar en base a una serie de rasgos. En concreto, y según el autor existen fundamentalmente cuatro factores que son la clave en la determinación de la competitividad. (Riquelme, 2016)

5.3.5 Empresa

Una empresa está constituida por un grupo de personas en torno a un mismo objetivo, ya sea la venta de un producto, un servicio, realizar alguna acción social, entre otros. (Mesa editorial Merca2.0, 2014)

5.3.6 Cliente

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios. (Cardenas, 2011)

5.3.7 Administración

Fayol define el acto de administrar como:

- Planear: Visualizar el futuro y trazar el programa de acción.
- Organizar: Construir tanto el organismo material como el social de la empr
- esa.
- Dirigir: Guiar y orientar al personal.
- Coordinar: Ligar, unir, armonizar todos los actos y todos los esfuerzos colectivos.
- Controlar: Verificar que todo suceda de acuerdo con las reglas establecidas y las órdenes dadas. (Vasquez, 2011)

5.3.8 Eficiencia

Se entiende que la eficiencia se da cuando se utilizan menos recursos para lograr un mismo objetivo. O, al contrario, cuando se logran más objetivos con los mismos o menos recursos. (actualidadempresa, 2013)

5.3.9 Eficacia

Es el grado en que el producto o servicio satisface las necesidades reales y potenciales o expectativas de los clientes o destinatarios. (Quintero, 2013)

5.3.10 Efectividad

Cuando se habla de efectividad, se está haciendo referencia a la capacidad o habilidad que puede demostrar una persona, un animal, una máquina, un dispositivo o cualquier elemento para obtener determinado resultado a partir de una acción. (actualidadempresa, 2013)

5.3.11 Tecnología

La tecnología es todo conocimiento que tiene como propósito aplicar métodos que nos generen un aprovechamiento más práctico para la mejora de la actividad humana y parte de la vida. (blogspot, 2017)

5.3.12 Microambiente

Se define como el ambiente o entorno laboral que tiene una relación directa con la empresa y su funcionamiento. Esto incluye los departamentos, como administración, finanzas, investigación y desarrollo, compras, operaciones

comerciales y contabilidad. Cada uno de estos departamentos influye en las decisiones de marketing. (mottglosario, s.f.)

5.3.13 Organigrama

El organigrama es una representación gráfica del esqueleto de una organización, mostrando los cargos jerárquicos. El organigrama permite obtener una idea rápida de cómo está organizada una empresa, cooperativa u organización sin fines de lucros, cualquiera sea el tipo de organización el organigrama es válido. (Raffino, Conceptode, 2020)

5.3.14 Competencia

El significado de la palabra competencia (del latín competencia) tiene dos grandes vertientes: por un lado, hace referencia al enfrentamiento o a la contienda que llevan a cabo dos o más sujetos respecto a algo. En el mismo sentido, se refiere a la rivalidad entre aquellos que pretenden acceder a lo mismo, a la realidad que viven las empresas que luchan en un determinado sector del mercado al vender o demandar un mismo bien o servicio, y a la competición que se lleva a cabo en el ámbito del deporte. (Pacheco, 2013)

E. METODOLOGÍA

6.1 Materiales

Cada material utilizado dentro de este proyecto es clave para la realización de la misma. Es importante tener en claro lo que se va a utilizar para poder hacer uso de ello cuando se lo requiera. Además, hay que saber la cantidad que se va a necesitar para optimizar gastos innecesarios con referencia al proyecto.

6.1.2 Equipos

- Computadora
- Impresora

6.1.3 Herramientas

- Esferográfico
- Papel bond
- Memoria USB

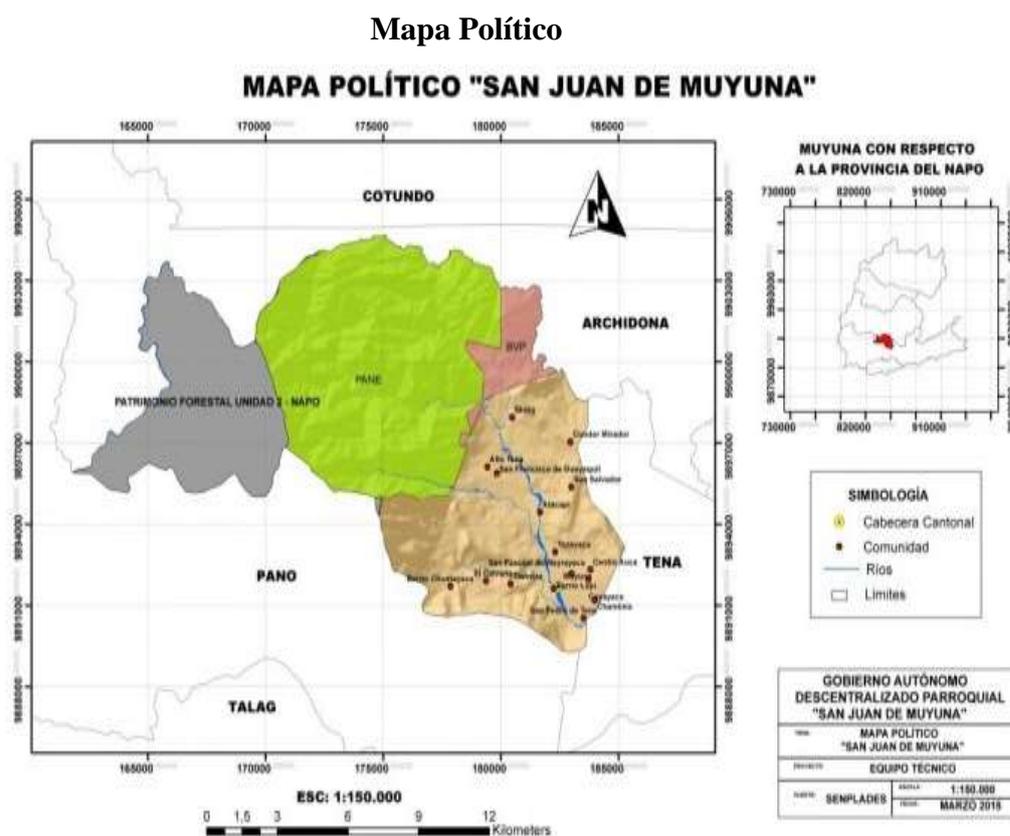
6.1.4 Instrumentos

- Internet
- libros
- revistas
- encuestas
- entrevistas

6.2 Ubicación del Área de estudio.

El proyecto integrador se realizará en la compañía de transporte kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.”, ubicado en la parroquia de Muyuna.

- Dirección: AV. MUYUNA y SAN FRANCISCO
- Sector / Barrio: TENA ATRÁS DE LA CASA COMUNAL
- Ciudad: TENA, NAPO
- Teléfono: 062858-276
- Celular: 099679868-3/ 099813182-7
- Fax: 062887403
- Email: cotrakinsanapo@hotmail.com



Fuente: SENPLADES, MAGAP, IEE

Elaborado por: Equipo Técnico

Información geográfica y límites

Nombre del GAD. GOBIERNO PARROQUIAL SAN JUAN DE MUYUNA

Fecha de Creación 20 de enero del 2011.

Población al 2015 Número de habitantes: 5362 (según INEC 2010)
Proyección 2015: 6727 (según INEC tasa de crecimiento 4.34%)

Tabla 1: Información geográfica y límites

	COORDENADAS	X	Y
Ubicación geográfica UTM zona 17s, Datum WGS 84	Norte	175105	175105
	Sur	182990	9889262
	Este	185280	9893134
	Oeste	161838	9895906
LIMITA CON			
Limita	Norte: Parroquia urbana Archidona y Parroquia Cotundo		
	Sur: Parroquia Pano		
	Este: Parroquia Urbana Tena y Archidona		
	Oeste: Parroquia Pano y Parroquia Cotundo		
Extensión	Área: 18.496,74 Has.		
Rango Altitudinal	520 a 2440 msnm		
Densidad poblacional	33 hab/Km ²		

Fuente: SENPLADES, MAGAP, IEE

Elaborado por: Equipo Técnico

6.3 Metodología

Dentro de la metodología de investigación se consideró tanto el enfoque cualitativo como el cuantitativo, porque toma bases teóricas, en ambos se desarrollan procesos de muestreo, la recolección de datos, el procedimiento y el análisis de datos.

La base de la investigación se ajusta a la teoría de la Complejidad de Edgar Morín, cuando toma la investigación cualitativa y cuantitativa, así no existe exclusión entre lo teórico y lo práctico, además de considerar la recursividad, al tomar un estudio de varios periodos relacionados con la gestión estratégica y el desarrollo empresarial.

La investigación desarrollada se orienta hacia un análisis cualitativo y cuantitativo del sector cooperativo del medio de transporte, porque analiza los datos estadísticos y valorativos producto del trabajo de campo y revisión documental enmarcado en las ciencias de la administración.

Se ha realizado una revisión documental como técnica de recolección de información, ya sean documentos bibliográficos, encuestas, entrevistas, etc., la cual brinda una serie de información útil para esta investigación, lo cual ha permitido la sistematización de modelos de dirección estratégica aportados por autores.

6.3.1 Método Cualitativo

La investigación cualitativa proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas. (Sampieri, Collado, & Lucio, 2010)

El método de análisis cualitativo comprende la investigación descriptiva y comparativa, para analizar las diferencias y similitudes existente entre ellas, además está presente la investigación documental, análisis, síntesis, encuestas y entrevistas a los socios de la compañía.

6.3.2 Método Cuantitativo

Parte de una idea, que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. (Sampieri, Collado, & Lucio, 2010)

Este método determina la población de estudio, el tamaño de la muestra y la selección de la muestra, las cuales le llevara a cabo a través de encuestas e información recopilada, dando valores relativos y con los porcentajes.

6.3.3 Tipo de investigación

Según Sampieri, Collado, & Lucio, (2010) el término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea.

La investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno. (Sampieri, Collado, & Lucio, 2010)

El tipo de estudio es no experimental, longitudinal, porque observa los fenómenos tal y como ocurren sin necesidad de intervenir directamente, por lo tanto, se puede recolectar datos para determinar las variables, su incidencia y la interrelación que existe en un lugar o momento. Es documental porque se acude a fuentes bibliográficas, libros, revistas, periódicos, las cuales sustentan la investigación. También es analítico, descriptivo y aplicativo, las cuales señalan los procedimientos adecuados que se debe realizar.

El alcance del estudio depende la estrategia de investigación. Así, el diseño, los procedimientos y otros componentes del proceso serán distintos en estudios con alcance exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo. Las investigaciones que se realizan en un campo de conocimiento específico pueden incluir diferentes alcances en las distintas etapas de su desarrollo. (Sampieri, Collado, & Lucio, 2010)

En la presente investigación se utilizan los siguientes métodos las cuales son: la observación, deductivo e inductivo, análisis y síntesis, para obtener un resultado.

6.4 Metodología para cada objetivo.

6.4.1 Metodología para el primero objetivo específico

6.4.2 Diagnosticar la calidad de servicio de la compañía de transporte Kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.” en la parroquia Muyuna.

Para la compañía de transporte kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.” es primordial que sus clientes queden satisfechos con el servicio que ellos brindan. Por lo cual, deben de estar en constantes revisiones que den a conocer las necesidades que tienen sus clientes y de esa manera poder cubrir con las expectativas de cada cliente ya sea interno o externo, mejorando la gestión organizativa y operacional de la organización mediante la participación activa de los socios y su compromiso para el mejoramiento continuo en la calidad del servicio que ofrece la compañía.

En esta investigación se utilizan los siguientes métodos: cualitativo y cuantitativo, los cuales se llevará a cabo el análisis y la interpretación de los resultados obtenidos de la entrevista realizada.

6.5.1 Metodología para el segundo objetivo específico

6.5.2 Aplicar las herramientas técnicas para la recopilación de información sobre la satisfacción del servicio de la compañía de transporte Kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.” en la parroquia Muyuna.

En esta investigación se utilizaron las siguientes herramientas:

- Investigación documental: en este método se utiliza la información bibliográfica, de libros y de revistas relacionados con el tema.
- La observación: la cual se percibe la calidad del servicio que ofrecen los choferes a los clientes.
- Las técnicas de recolección de datos basado en un cuestionario estructurado con preguntas cerradas para que sea preciso la información.
- Por último, tabular y graficar los resultados obtenidos, donde se dio un valor numérico a cada pregunta y un gráfico para sacar las conclusiones necesarias.

6.5.3 Población de estudio

La población de estudio de la presente investigación está conformada por las personas que habitan en la parroquia Muyuna, las cuales tienen una relación con las actividades que desarrolla la compañía de transporte kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.”, como son: 49 socios de la compañía, 1335 la población de la parroquia Muyuna, el gerente y el presidente.

6.5.4 Selección de la muestra

Dado que la población es de 1335 habitantes según el último censo realizado en el Ecuador en el año 2010, por lo tanto, para determinar la muestra se utiliza la siguiente fórmula:

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

Donde:

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población N=1335

P: posibilidad de que ocurra un evento p=0,5

Q: posibilidad de no ocurrencia de un evento. q=0,5

E: error, se considera el 5%. E=0,05

Z: nivel de confianza, que para el 95% Z=1,96

En donde:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)(1335)}{(0,05)^2(1335 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{1282,134}{4,2954}$$

$$n = 298$$

6.5.5 Análisis e interpretación de resultados

En esta fase se describe los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los habitantes de la parroquia Muyuna con respecto a la compañía de transporte kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.”

Tabla 2: Determinación del sexo

SEXO		
MASCULINO	130	44%
FEMENINO	168	56%
TOTAL	298	100%

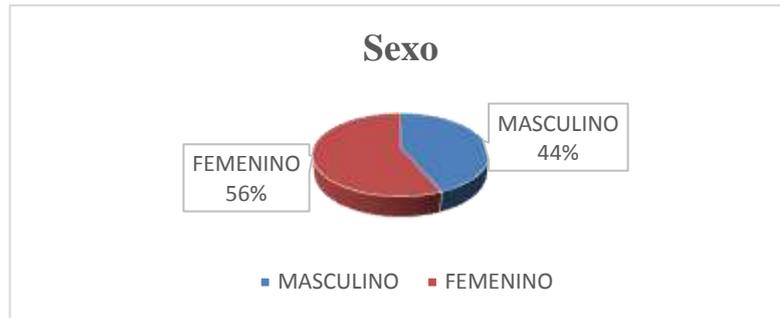


Gráfico 1: Determinación del sexo

Análisis

De la muestra obtenida que es de 298, el 56% son mujeres y el 44% son hombres las cual se obtiene el 100% del total de encuestados para obtener información acerca de la compañía de transporte kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.”.

Tabla 3: Servicio utilizado por los clientes.

1. ¿Ha utilizado el servicio que ofrece la compañía de transporte kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.”?		
SI	198	66%
NO	0	0%
TALVEZ	100	34%
TOTAL	298	100%

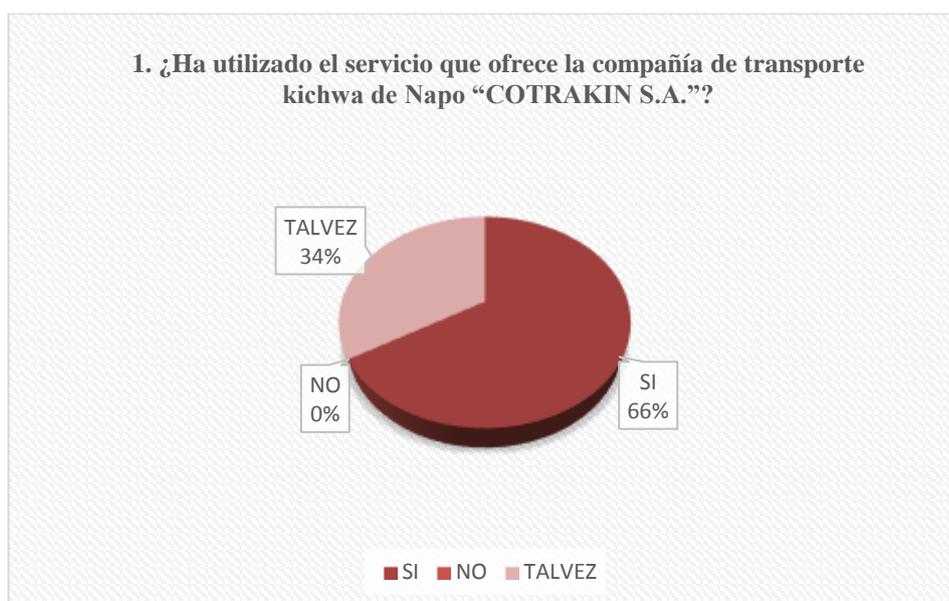


Gráfico 2: Servicio utilizado por los clientes

Análisis

Del 100% de los encuestados, el 66% han utilizado el servicio que ofrece la compañía de transporte kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.”, el 34% dijeron que tal vez habrían utilizado el servicio de la compañía, debido a que otros taxis circulan por el lugar y no se han percatado del nombre.

Tabla 4: Uso del servicio de transporte

2.¿Le gustaría utilizar el servicio de transporte de que ofrece de la compañía de transporte kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.”?		
SI	200	67%
NO	0	0%
TALVEZ	98	33%
TOTAL	298	100%



Gráfico 3: Uso del servicio de transporte

Análisis

Del 100%, 67% de las personas encuestadas concluyeron que les gustaría utilizar el servicio que ofrece la compañía de transporte, el 33% manifestó que tal vez utilizarían el servicio ya que han escuchado que es bueno el servicio de esta ofrece a las habitantes de la parroquia Muyuna.

Tabla 5: Servicio adicional de la compañía

3. ¿Conoce algún otro servicio adicional que ofrece la cooperativa de transporte kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.”?		
SI	109	37%
NO	149	50%
TALVEZ	40	13%
TOTAL	298	100%

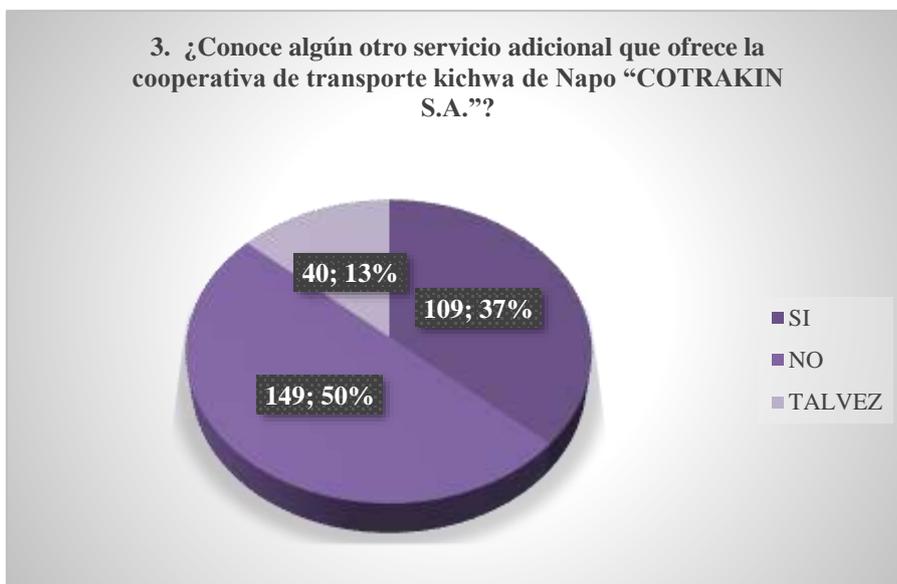


Gráfico 4: Servicio adicional de la compañía

Análisis

Del 100% de las personas encuestadas, el 37% manifestó que si conocen otros servicios adicionales que ofrece la compañía, el 50% manifestaron que no conocían otro servicio que ofrece la compañía y el 13% de las personas dijeron que tal vez conocían otro servicio pero que no se acordaban que era.

Tabla 6: Calidad del servicio

4. ¿Considera que el servicio que ofrece la compañía de transporte kichwa de Napo “COTRAKIN S. A.” es:		
MUY BUENO	48	16%
BUENO	100	33%
REGULAR	130	44%
MALO	0	0%
MUY MALO	20	7%
TOTAL	298	100%

4. ¿Considera que el servicio que ofrece la compañía de transporte kichwa de Napo “COTRAKIN S. A.” es:

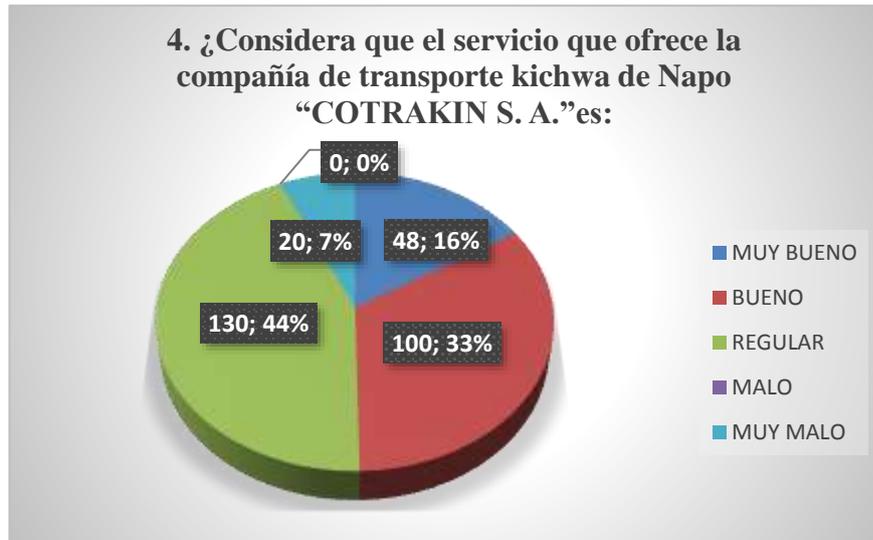


Gráfico 5: Calidad del servicio

Análisis

En esta pregunta, se observa que del 100% de personas encuestadas, solo el 16% dice que el servicio que ofrece la compañía de transporte kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.” es muy buena, el 33% dice que el servicio es solo bueno, el 44% de la población menciona que el servicio es regular, y el 7% dice que el servicio es muy malo.

Tabla 7: Valores del personal

5. ¿Considera usted que las acciones del personal reflejan los valores que la compañía hace énfasis?		
DE ACUERDO	216	73%
INDECISO	60	20%
EN DESACUERDO	22	7%
TOTAL	298	100%

5. ¿Considera usted que las acciones del personal reflejan los valores que la compañía hace énfasis?



Gráfico 6: Valores del personal

Análisis

Con respecto a la siguiente pregunta, se considera las acciones del personal, es decir, el trato que los choferes ofrecen a la población de la parroquia Muyuna, donde tenemos los siguientes resultados: el 73% están de acuerdo con el trato que les ofrecen, es decir que están conformes con el servicio brindado, el 20% manifestaron que el servicio no es tan bueno ni malo y el 7% manifestó que no estaban de acuerdo con el servicio que ofrecían.

Tabla 8: Sugerencias o quejas de los clientes

6. ¿Considera usted que las quejas o sugerencias de los usuarios deben ser tomadas en cuenta para mejorar el servicio que ofrece la compañía?		
DE ACUERDO	246	83%
INDECISO	30	10%
EN DESACUERDO	22	7%
TOTAL	298	100%

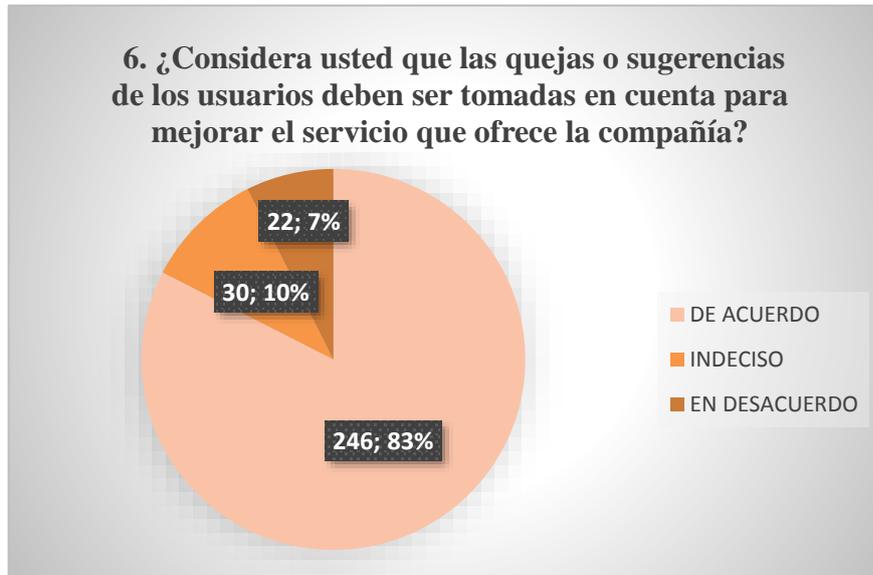


Gráfico 7: Sugerencias o quejas del cliente

Análisis

Del 100% de las personas encuestadas, el 83% considera que las sugerencias o quejas deben ser tomadas en cuenta para mejorar el servicio de calidad de la compañía de transporte kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.”, el 10% manifiesta que no es tan relevante el asunto de las sugerencias y el 7% asegura que no es de importancia ese tipo de cuestiones.

6.6.1 Metodología para el tercer objetivo específico

6.6.2 Elaborar un manual de calidad del servicio para la compañía de transporte Kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.” en la parroquia de Muyuna.



La compañía de transporte kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.” es una pequeña compañía creada por un grupo de personas para poder tener su propio ingreso.

- **Política de la compañía**

Existiendo choferes profesionales de la clase kichwa en nuestra provincia; agrupados en distintos gremios nace la iniciativa con el fin de brindar servicios de taxis en nuestro gremio.

Todo aquello que genera recurso es a través de la organización social en beneficio de la sociedad, siempre orientado a principios fundamentados en la constitución para encaminar la clase volante.

- **Misión**

Ofrecer servicios de transporte a los usuarios de las comunidades cercanas a la parroquia San José de Muyuna, velando por la seguridad del ciudadano dentro y fuera del entorno en el ámbito social.

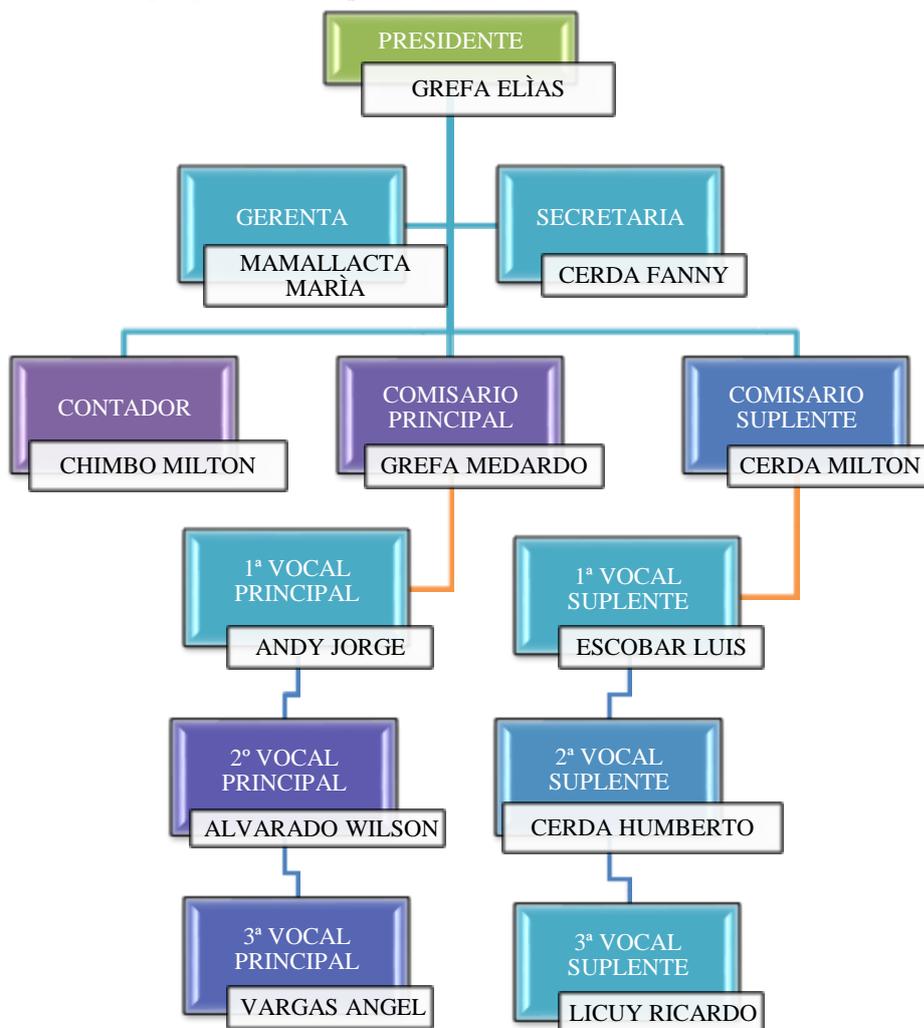
- **Visión**

Ser reconocida como una compañía de transportes kichwas jurídica a nivel local y nacional, proyectando hacia un futuro mejor de los asociados brindando un servicio de calidad y eficiencia.

- **Organigrama de la compañía**

Cada dos años existe un cambio en la estructura de la compañía, debido a que así se maneja la compañía para dar oportunidades a otros y puedan laborar y obtener ingresos.

Cuadro 3: Organigrama de la compañía



Fuente: Compañía de transporte kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.”

Elaborado por: Rosa Vargas, (2020)

- **Socios**

La compañía de transporte kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.” cuenta con 49 socios, los cuales 30 son socios pasivos es decir que lo laboran en la empresa, sino que aportan \$10 dólares mensualmente todos ellos, en cambio los 10 restantes son socios activos, es decir, que entre ellos ponen una cuota mensual de \$1 dólar, también aportan con un kit al día de \$45 dólares.

A continuación, la nómina de socios activos de la compañía:

Tabla 9: Nómina de socios activos de la compañía

Nº	NOMBRES Y APELLIDOS	C.L
1	ALVARADO CERDA WILSON MARIO	150039252-5
2	ANDY CALAPUCHA VICENTE GABRIEL	150000096-1
3	ANDY RIVADENEYRA JORGE ROMEL	150056857-9
4	AYALA GREFA JOSÉ LUIS	150053043-9
5	CARDA TAPUY CARMELA CATALINA	150014138-5
6	GREFA AGUINDA MEDARDO JOEL	150004975-9
7	GREFA TAPUY SEGUNDO AUGUSTO	150007574-0
8	TANGUILA AGUINDA CARLOS MAXIMILIANO	150085826-9
9	UNKUCH PUJUPAT VICENTE ERNESTO	140018753-8
10	VARGAS CERDA ANGEL VIRGILIO	150033412-1

Fuente: Compañía de transporte kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.”

6.6.3 Propuesta para la solución del problema

Manual de calidad de servicio para la compañía de transporte kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.”.

6.6.4 Objetivo General

- Generar un documento donde se describan los procedimientos para mejorar la calidad del servicio.

6.6.5 Objetivos Específicos

- Mantener una mejora continua de la organización
- Determinar la satisfacción del cliente
- Estimular la toma de decisiones en el área de trabajo orientados al servicio al cliente.

La presente propuesta plantea la aplicación de algunas estrategias para el mejoramiento continuo del servicio que ofrece la compañía, esto se llevara a cabo gracias a trabajo realizado en conjunto con los socios, los cuales deben tener presente siempre la política, los valores, la visión y la misión de la compañía para que esta mejore cada día más, y así poder ser una de las compañías de transporte kichwas a nivel local y nacional, transportando pasajeros de manera segura.

Cuadro 4: Estrategia para el mejoramiento de la compañía

ESTRATEGIA PARA EL MEJORAMIENTO DE LA COMPAÑÍA	
CULTURA ORGANIZACIONAL	Tecnología
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	WI-FI Software Objetivos Misión Visión
LIDERAZGO	Incentivo Políticas Motivación Conocimiento

Elaborado por: Rosa Vargas, (2020)

Cuadro 5: Estrategia para el desarrollo de la compañía

ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO DE LA COMPAÑÍA	
FORTALEZA ORGANIZACIONAL	Trabajo en equipo Seguridad Ambiente laboral
MEJORAMIENTO CONTINUO	Empoderamiento de la compañía Disciplina Buena atención al cliente Reconocer errores Establecer relaciones
EFICIENCIA EFICACIA	Optimismo Supervisión Rendimiento

Elaborado por: Rosa Vargas, (2020)

Cuadro 6: Estrategia para la cultura empresarial

ESTRATEGIA PARA LA CULTURA EMPRESARIAL		
Aspecto	Descripción	Desarrollo
Misión	Determinar la filosofía de la compañía de transporte kichwa de Napo "COTRAKIN S.A.", de la parroquia Muyuna	Ofrecer y acceder servicios de transporte a los usuarios de las comunidades aledañas a la parroquia San José de Muyuna, velando por la seguridad del ciudadano dentro y fuera del entorno en el ámbito social.
Visión		Ser reconocida como una compañía de transportes kichwas jurídica a nivel local y nacional, proyectando hacia un futuro mejor de los asociados brindando un servicio de calidad y eficiencia.

Elaborado por: Rosa Vargas, (2020)

Cuadro 7: Estrategia para la estructura organizacional

ESTRATEGIA PARA LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL		
Aspecto	Descripción	Desarrollo
Control	Desarrollo de un buen control y organización dentro de la compañía	Organigrama de la compañía
Organización		Asignación de deberes a los socios de la compañía; realizar auditorías; respetar las rutas, los horarios; apertura a sugerencias a los clientes; realización de inspecciones y observación de tareas.

Elaborado por: Rosa Vargas, (2020)

Cuadro 8: Estrategia de liderazgo

ESTRATEGIA DE LIDERAZGO		
Aspecto	Descripción	Desarrollo
Conocimiento	Programar capacitaciones para un adecuado servicio al cliente	Capacitaciones, talleres, conferencias y seminarios sobre primeros auxilios; protocolos de seguridad; reglamento de la compañía; servicio al cliente; señales de tránsito.
Incentivo	socios satisfechos	Confianza entre los directivos; vacaciones; comunicación

Elaborado por: Rosa Vargas, (2020)

6.6.6 Costos de la implementación de la propuesta

Tabla 10: Costos para la implementación de la propuesta

COSTOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA	
Bienes	Costos
Tecnología	20000
Cámaras	50
Asientos	60
Software	500
WI-FI	30
TOTAL	20640
Servicios	
Capacitaciones y asesoría a los socios Organigrama estructural Fortaleza organizacional Manual	14000
TOTAL	34640

Elaborado por: Rosa Vargas, (2020)

Cuadro 9: Proceso de mejora continua



Elaborado por: Rosa Vargas, (2020)

F. RESULTADOS

7.1 Objetivo 1.

Diagnosticar la calidad de servicio de la compañía de transporte Kichwa de Napo “COTRAKIN S.A” en la parroquia de Muyuna.

7.1.1 Argumentación

La compañía de transporte kichwas de Napo “COTRAKIN S.A.”, es nueva en el mercado, ya que su reciente aparición ha causado un impacto en la ciudadanía de la parroquia Muyuna, debido a que los habitantes de ese sector utilizaban el servicio de otras cooperativas que se encontraban lejos de la parroquia, por lo que les causaba algunos inconvenientes.

Sin embargo, las personas que utilizan su servicio están solo conformes debido a que existen pocas unidades y no todas están a disposición, lo cual hace que ocurran quejas por parte de los clientes, asimismo, las personas prefieren elegir el mismo servicio de transporte, pero de otras cooperativas para llegar a su destino.

Por otro lado, los socios que laboran dentro de la compañía hacen énfasis a que trabajo no es nada fácil, ya que ha habido casos en los que tienen que enfrentarse a varias situaciones un poco peligrosas, bien sea por el estado deplorable de la carretera o algunos robos los cuales son más frecuentes, a pesar de eso siguen realizando este tipo de trabajo porque les genera buenas ganancias.

Hasta ahora su forma de trabajo es así, cada mes dan su aportación a la compañía y de vez en cuando tienen una reunión en donde expresan cualquier inconveniente que puedan tener, como los clientes o los vehículos, entre otros.

Al hablarles sobre un manual de calidad no tenían mucho conocimiento sobre ello y cuando se les dio una breve introducción dicha información accedieron que se implante ese tipo de propuesta a la compañía para que se vea de mejor manera.

7.2 Objetivo 2.

Aplicar las herramientas técnicas para la recopilación de información sobre la satisfacción del servicio de la compañía de transporte Kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.” en la parroquia Muyuna.

7.2.1 Argumentación

Para realizar un diagnóstico correcto sobre una organización, ya sea el consultor en DO debe apoyarse en la información reunida mediante diversas herramientas. La recolección de datos consiste en obtener información de diferentes áreas de la organización.

El análisis posterior de los datos se realiza para organizar y examinar la información recopilada y contestar a las interrogantes que surgen respecto a los diversos procesos de la organización (comunicación, actividades, funciones de los miembros del grupo, liderazgo, autoridad, etc.). Esta información permite descubrir las causas de los problemas organizacionales, así como identificar pautas para el desarrollo futuro de la empresa. (Muñoz, 2017)

La información recolectada gracias a las herramientas de recopilación de datos se obtuvo la información suficiente para llevar a cabo el manual de calidad de servicios, debido a que la compañía tiene pocos años de funcionamiento y por ende debe tener este tipo de gestión para tener una mejora continua.

Entre las herramientas utilizadas están las encuestas, debido a que es una de las formas de obtener resultados con estadísticas exactas, otra herramienta

utilizada es la observación ya que por medio de esta se pudo saber la realidad a la que se enfrentan las personas que ocupan el servicio de la compañía y cuál es el inconveniente para ellos o si es favorable para obtener este tipo de servicio.

7.3 Objetivo 3.

Elaborar un manual de calidad del servicio para la compañía de transporte Kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.” en la parroquia de Muyuna.

7.3.1 Argumentación

Al gestionar la calidad de la prestación de servicios, es importante considerar que un servicio es un proceso que no produce un producto físico, es decir, es una parte inmaterial de la transacción entre el consumidor y el proveedor, o también puede entenderse como el conjunto de prestaciones accesorias de naturaleza cuantitativa o cualitativa que acompaña a la prestación principal. (Gonzalez, 2014)

La compañía de transporte kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.” se encuentra ubicada en la parroquia Muyuna, cuenta con 49 socios, los cuales 30 son socios pasivos es decir que lo laboran en la empresa, sino que aportan \$10 dólares mensualmente todos ellos, en cambio los 10 restantes son socios activos, es decir, que entre ellos ponen una cuota mensual de \$1 dólar, también aportan con un kit al día de \$45 dólares.

A partir de los datos analizados se puede percibir que una manual de calidad es esencial para la compañía, tanto en la cultura organizacional, estructura organizacional y en el liderazgo, tomando en cuenta las sugerencias de los clientes y del personal para obtener una mejora continua, dando a conocer la visión de la compañía y permitiendo un buen desenvolvimiento y administración de todos los que conforman la compañía.

Todo esto no será posible sin la interacción de todos los socios, es decir, con el talento humano que la empresa posee, poniendo sobre sus hombros la responsabilidad de seguir dentro del mercado.

G. CONCLUSIONES

- La compañía de transporte kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.” de la parroquia Muyuna, en el aspecto de la gestión no se ha desarrollado con eficiencia, existen socios que, por el escaso conocimiento de sus funciones, filosofía y su visión caen en desaciertos de ser inestables.
- Una vez tabulada y analizada la información se concluye que existe un 90% de aceptación con relación a la percepción del cliente con referencia al servicio que ofrece la compañía, sin embargo, aparecen inconformidades por parte de algunas personas las cuales manifiestan que el servicio no es tan bueno ya que no siempre se encuentran disponibles las unidades.
- Con todos los resultados obtenidos es necesario realizar un manual de calidad para la compañía de transporte kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.”, por otro lado, existe predisposición de los socios de una mejora continua para que la compañía se fortalezca más.

H. RECOMENDACIONES

Dada la pretensión de este estudio a la compañía de transporte kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.”, se recomienda las siguientes alternativas para que puedan superar las amenazas y las debilidades, de tal modo que se conviertan en fortalezas y oportunidades para un buen desarrollo empresarial.

- La compañía de transporte kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.” en su base con respecto a la gestión organizacional como las funciones, capacitación continua, comunicación, mejores relaciones y condiciones laborales, harían de esta una entidad más sólida y con un servicio de calidad, ante todo.
- Para obtener un excelente resultado se debe de proveer de todos los materiales necesarios para alcanzar lo que se busca, además de mejorar los procesos técnicos, estadísticos y la calidad en el servicio con el fin de evitar errores y tener éxito en el mejoramiento continuo.
- La compañía de transporte kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.” debe dar importancia a la reingeniería de procesos para mejorar la calidad del servicio, y el compromiso de los que conforman la entidad.

I. BIBLIOGRAFÍA

- Mesa editorial Merca2.0. (22 de 01 de 2014). *Merca2.0*. Obtenido de Merca2.0:
<https://www.merca20.com/definiciones-de-empresa/>
- actualidadempresa*. (28 de 11 de 2013). Obtenido de actualidadempresa:
<http://actualidadempresa.com/eficacia-eficiencia-y-efectividad-en-el-desempeno-del-trabajo/>
- Admin. (13 de 06 de 2015). *5fuerzasdeporter*. Obtenido de 5fuerzasdeporter:
<https://www.5fuerzasdeporter.com/la-estrategia-segun-porter/>
- Alonso, J. D. (17 de 01 de 2017). *BDCALIDAD*. Obtenido de BDCALIDAD:
<http://dbcalidad.blogspot.com/2017/01/las-cinco-claves-de-peter-drucker.html>
- blogspot*. (06 de 11 de 2017). Obtenido de blogspot:
<http://wwwandrese.blogspot.com/2017/11/la-tecnologia-segun-varios-autores.html>
- Cardenas, V. A. (05 de 05 de 2011). *SESION DE APRENDIZAJE*. Obtenido de SESION DE APRENDIZAJE: <http://vilmaalvarado.blogspot.com/2011/05/definicion-de-cliente-para-fines-de.html>
- Coulter, S. P. (2014). Administración. En S. P. Coulter, *Administración*. México: PEARSON.
- EMPRENDEDOR SUBLIME*. (26 de 10 de 2009). Obtenido de EMPRENDEDOR SUBLIME:
http://www.emprendedorsublime.com/2009/10/26/definiciones/definicion-de-productividad_/
- Gil, S. (2015). *economipedia*. Obtenido de economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/ingreso.html>
- Glsamaniego. (02 de 05 de 2019). *gerenciando*. Obtenido de gerenciando:
<https://gerenciando.net/gerencia-que-es-gerencia/>
- Gonzalez, I. H. (08 de 04 de 2014). *Calidad & Gestion – Consultoría para Empresas*. Obtenido de Calidad & Gestion – Consultoría para Empresas:

<https://calidadgestion.wordpress.com/2014/04/08/gestion-de-la-calidad-de-los-servicios/>

JAICAL. (26 de 10 de 2011). *wordpress*. Obtenido de wordpress: <https://logistweb.wordpress.com/tag/definicion-transporte/>

KOMIYA, A. (30 de 10 de 2015). *crecenegocios*. Obtenido de crecenegocios: <https://www.crecenegocios.com/que-es-el-servicio-al-cliente-y-cual-es-su-importancia/>

Komiya, A. (21 de 12 de 2019). *crecenegocios*. Obtenido de crecenegocios: <https://www.crecenegocios.com/precio/>

Lastreto, C. D. (24 de 12 de 2019). *recursohumano*. Obtenido de recursohumano: <https://www.recursohumano.cl/post/2018/11/27/gesti%C3%B3n-del-talento-humano-idalberto-chiavenato>

mottglosario. (s.f.). Obtenido de mottglosario: <https://glosario.mott.pe/marketing/palabras/microambiente>

Muñoz, A. (14 de 08 de 2017). *PSICOMETRICAS*. Obtenido de PSICOMETRICAS: <https://psicometricas.mx/blog/instrumentos-recopilar-informacion-en-desarrollo-organizacional/>

NUEVA ISO 14001:2015. (02 de 04 de 2018). Obtenido de NUEVA ISO 14001:2015: <https://www.nueva-iso-14001.com/2018/04/norma-iso-14001-que-es/>

Nueva ISO 9001:2015. (25 de 07 de 2017). Obtenido de Nueva ISO 9001:2015: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2017/07/principios-de-gestion-de-la-calidad/>

OVIEDO, K. C. (24 de 05 de 2012). *eoi*. Obtenido de eoi: <https://www.eoi.es/blogs/katherinecarolinaacosta/2012/05/24/la-piramide-de-maslow/>

Pacheco, E. M. (08 de 09 de 2013). *slideshare*. Obtenido de slideshare: <https://es.slideshare.net/elsamariapacheco/definiciones-de-competencia-segn-diferentes-autores>

Quintero, A. L. (12 de 04 de 2013). *gestiopolis*. Obtenido de gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/eficiencia-eficacia-y-efectividad-en-la-calidad-empresarial/>

- Raffino, M. E. (26 de 05 de 2020). *concepto.de*. Obtenido de concepto.de:
<https://concepto.de/oferta/>
- Raffino, M. E. (05 de 06 de 2020). *concepto.de*. Obtenido de concepto.de:
<https://concepto.de/politica/>
- Raffino, M. E. (02 de 06 de 2020). *Conceptode*. Obtenido de Conceptode:
<https://concepto.de/organigrama/>
- Riquelme, M. (23 de 07 de 2016). *Web y Empresas*. Obtenido de Web y Empresas:
<https://www.webyempresas.com/la-competitividad-segun-michael-porter/>
- Sampieri, D. R., Collado, D. C., & Lucio, D. M. (2010). Metodología de la Investigación. En D. R. Sampieri, D. C. Collado, & D. M. Lucio, *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Ucha, A. P. (2015). *economipedia*. Obtenido de economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>
- Ucha, F. (05 de 2009). *definicionabc*. Obtenido de definicionabc:
<https://www.definicionabc.com/general/compania.php>
- Vasquez, C. M. (28 de 04 de 2011). *prezi*. Obtenido de prezi:
<https://prezi.com/mmmrtgynztnb/teoria-clasica-de-la-administracion-henry-fayol/?fallback=1>

J. ANEXOS

Anexo 1: Solicitud para la obtención de información.



Tena, 30 de enero de 2020

Lie.
Mama Lacta Greña Maria Esthela
**GERENTE DE LA COMPAÑIA DE TRANSPORTE KICHWA DE NAPO
"COTRAKIN S.A."**
Presente.

De mi consideración:

Yo, Rosa Viviana Vargas Tanguila, con cedula de ciudadanía 150111010-8, alumna del Instituto Tecnológico Superior Tena, de la carrera Tecnología Superior en Administración, del 5° periodo, solicito de la manera más comedida la siguiente información sobre la compañía de transporte kichwa de Napo "COTRAKIN S.A.", para la realización el proyecto integrador en base a su compañía con el tema: **MANUAL DE CALIDAD DEL SERVICIO PARA LA COMPAÑIA DE TRANSPORTE KICHWA DE NAPO "COTRAKIN S.A." EN LA PARROQUIA MUYUNA**:

- Políticas
- Misión y visión
- Historia de la compañía
- Choferes existentes

Por la favorable atención que se brinde a dar mi pedido, agradezco.

Atentamente,


Rosa Vargas
ESTUDIANTE DEL ISTT
CL. 150111010-8

30-01-2020
Roberto
POR
SECRETARIA
HORA:
11:56 AM.

Administración
Km 1.42 vía Tena - Archidona
Dpto. de Software
Centro de Operaciones Tenuca
www.itsena.edu.ec
0087554846
secretaria@itsena.edu.ec

Tena, 30 de enero de 2020

MSc. Lorena Yáñez P.
RECTORA DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA
Presente.-

De mi consideración:

En mi calidad de gerente de la compañía de transporte kichwa de NAPO "COTRAKIN S.A." , expreso a usted un atento y cordial saludo, a la vez autorizo la realización del proyecto integrador con el tema: MANUAL DE CALIDAD DEL SERVICIO PARA LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE KICHWA DE NAPO "COTRAKIN S.A" EN LA PARROQUIA MUYUNA, a la estudiante **Vargas Tanguila Rosa Viviana**, portadora de la C.I. 150111010-8, perteneciente a la carrera de Tecnología Superior en Administración y se encuentra cursando el quinto periodo.

Por la atención que se digne brindar al presente, hago llegar el debido agradecimiento.



Leda. Mamallacta Grefa Maria Esthela
GERENTE DE LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE KICHWA DE NAPO
"COTRAKIN S.A."





ENCUESTA

MANUAL DE CALIDAD DEL SERVICIO PARA LA COMPANIA DE TRANSPORTE KICHWA DE NAPO "COTRAKIN S.A." EN LA PARROQUIA MUYUNA

OBJETIVO: Proponer un manual de calidad del servicio para la compañía de transporte Kichwa de Napo "COTRAKIN S.A." en la parroquia Muyuna.

La siguiente encuesta tiene como finalidad obtener información sobre lo que usted opine con respecto a la compañía de transporte Kichwa de Napo "COTRAKIN S.A." de la parroquia Muyuna.

Lea detenidamente las preguntas y marque con una X según usted considere.

Sexo: Masculino Femenino

1. ¿Ha utilizado el servicio que ofrece la compañía de transporte kichwa de Napo "COTRAKIN S.A."?

SI NO TALVEZ

2. ¿Le gustaría utilizar el servicio de transporte de que ofrece de la compañía de transporte kichwa de Napo "COTRAKIN S.A."?

SI NO TALVEZ

3. ¿Conoce algún otro servicio adicional que ofrece la cooperativa de transporte kichwa de Napo "COTRAKIN S.A."?

SI NO TALVEZ

INDIQUE CUAL:

4. ¿Considera que el servicio que ofrece la compañía de transporte kichwa de Napo "COTRAKIN S. A." es:

Muy bueno Regular Muy malo

Bueno Malo

5. ¿Considera usted que las acciones del personal reflejan los valores que la compañía hace énfasis?

De acuerdo Indeciso En desacuerdo

6. ¿Considera usted que las quejas o sugerencias de los usuarios deben ser tomadas en cuenta para mejorar el servicio que ofrece la compañía?

De acuerdo Indeciso En desacuerdo

GRACIAS POR SU COLABORACION



ENCUESTA PARA SOCIOS

MANUAL DE CALIDAD DEL SERVICIO PARA LA COMPAÑIA DE TRANSPORTE KICHWA DE NAPO "COTRAKIN S.A." EN LA PARROQUIA MUYUNA

OBJETIVO: Proponer un manual de calidad del servicio para la compañía de transporte Kichwa de Napo "COTRAKIN S.A." en la parroquia Muyuna.

La siguiente encuesta tiene como finalidad obtener información sobre lo que usted opine con respecto a la compañía de transporte Kichwa de Napo "COTRAKIN S.A." de la parroquia Muyuna.

Lea detenidamente las preguntas y marque con una X según usted considere.

Edad:

Sexo: Masculino Femenino

- ¿Cuántos años lleva laborando para la compañía de transporte kichwa de Napo "COTRAKIN S.A."?
Menos de un año 1 año a 2 años de 2 años
- ¿Conoce la estructura organizacional que dirige la compañía para la que usted labora?
SI NO TALVEZ
- ¿Conoce el funcionamiento de la empresa en la que usted labora?
SI NO TALVEZ
- ¿Conoce usted que es un manual de calidad?
SI NO TALVEZ
- ¿Conoce usted si la empresa donde labora cuenta con un manual de calidad?
SI NO TALVEZ
- ¿Considera que el servicio que ofrece usted ofrece a sus clientes es:
Muy bueno Regular Muy malo
Bueno Malo
- ¿Considera usted que la existencia de un manual donde se refleje las funciones y procedimientos de cada personal contribuirá al desarrollo de la compañía?
Totalmente de acuerdo En desacuerdo
De acuerdo Totalmente en desacuerdo
Indeciso

GRACIAS POR SU COLABORACION

Anexo 5: Fotografías

Fotografía 1



Fotografía 2



Fotografía 3



Anexo 6: Lugar de aparcamiento de los taxis



Anexo 7: Compañía de transporte kichwa de Napo “COTRAKIN S.A.”

