

Modelo de Gestión de Calidad en el Proceso de Atención al Cliente en la Empresa Servitranstur
S.A.S.

Edwin Francisco Hernández Urrego
Maryluz Riveros Guayabo
Carmen Leizma Romero Medina

Corporación Universitaria del Caribe – CECAR
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Administración de Empresas
Modalidad a Distancia y Virtualidad
Villavicencio
2018

Modelo de Gestión de Calidad en el proceso de Atención al Cliente en la Empresa Servitranstur
S.A.S.

Edwin Francisco Hernández Urrego

Maryluz Riveros Guayabo

Carmen Leizma Romero Medina

Proyecto de grado como requisito para optar al título de Administrador de Empresas

Directora

Marilú Tibusay Acurero Luzardo

Administradora de Empresas

Corporación Universitaria del Caribe – CECAR
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Administración de Empresas
Modalidad a Distancia y Virtualidad
Villavicencio

2018



MODELO GESTIÓN DE CALIDAD SERVITRANSTUR SAS



Nota de Aceptación

Four horizontal lines for handwritten notes or comments.

[Handwritten signature]

Director

[Handwritten signature: Jairo Vargas Candia]

Evaluador 1

[Handwritten signature]

Evaluador 2

Villavicencio, Meta, 13 de julio de 2018.

Dedicatoria

Doy gracias a Dios porque me ha dotado de capacidad, inteligencia, aptitudes y siempre ha estado al lado mío bendiciendo mis pasos; a mi familia, mi mamá esa gran persona que me dio la vida, a mi esposa, a mi hija por todo el apoyo que siempre tuve en el transcurso de la universidad.

Edwin

Dedico este logro a Dios que me dio la sabiduría, la salud, las fuerzas para continuar; a mi familia, mis padres y esposo e hijas, ya que ellos siempre insistieron en alcanzar este logro, me apoyaron y siempre estuvieron ahí para brindar una voz de aliento en las dificultades y las alegrías.

Maryluz

Dedico este logro a Dios por permitirme llegar a este punto, por darme la salud y la sabiduría para lograr mis objetivos, a mis amados hijos por ser mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más.

A mi amada madre y hermana Luz quienes con sus palabras de aliento no me dejaban decaer para que siguiera adelante y así lograr que este sueño se hiciera realidad.

Carmen

Agradecimientos

Nuestro más sincero agradecimiento a la Universidad que nos apoyó en todos los aspectos de la carrera, a la Ingeniera Sandra que con su firmeza, comprensión y profesionalismo siempre estuvo ahí para cada uno de nosotros, a la Dra. Marilú por su dedicación y apoyo en la consecución de este logro tan esperado; a los docentes por su orientación, direccionamiento y enseñanzas en cada una de las etapas de nuestra carrera.

A la Empresa Servitranstur SAS que nos abrió sus puertas permitiéndonos conocer de ellos y realizar este trabajo de grado, gracias a ellos por facilitarnos su empresa, tiempo y disposición.

Para todos nosotros llegar a este punto es ver reflejado todo el esfuerzo, las vivencias y el trabajo en equipo que nos ha permitido culminar esta etapa con dedicación, fuerza y energía; gracias a cada una de las personas que participaron en este proceso y que nos animaron a crecer como personas y profesionales.

A todos ellos, muchas gracias.

Los autores.

Tabla de Contenido

Resumen.....	12
Abstract	13
Introducción	14
1. Problema	16
1.1 Descripción del problema	16
1.2 Formulación del problema	20
2. Justificación	21
3. Objetivos	23
3.1 Objetivo general.....	23
3.2 Objetivos específicos	23
4. Marco referencial	24
4.1 Antecedentes	24
4.2 Marco teórico	29
4.2.1 Teorías y elementos del servicio al cliente.	29
4.2.2 Relación con las normas NTC - ISO 9001:2000 y NTC - ISO 9004:2000.....	36
4.3 Marco conceptual.....	38
5. Metodología	42
5.1 Enfoque de investigación.....	42
5.2 Tipo de investigación.....	42
5.3 Método de estudio.....	42
5.4 Población y muestra.....	43
5.4.1 Población.....	43

5.4.2 Muestra	43
6. Propuesta.....	44
6.1 Modelos de gestión de calidad en satisfacción al cliente.....	44
6.1.1 Normas ISO de calidad	45
6.1.2 Modelos centrados en el cliente	46
6.1.3 Modelos de excelencia en la calidad.....	48
6.1.4 Cuadro comparativo de modelos de gestión de calidad de satisfacción al cliente.....	54
6.2. Para dar respuesta al segundo objetivo de la investigación se elaboró un Diagnóstico del estado situacional de la satisfacción del cliente de la empresa Servitranstur S.A.S.	60
6.2.1 Tabulación de datos	60
6.3 Como respuesta al tercer objetivo se tuvo en cuenta los lineamientos a la satisfacción del cliente para el tratamiento de quejas en la empresa Servitranstur S.A.S. con base en la Norma ISO 10002:2004	78
6.3.1 Presentación	78
7. Conclusiones y recomendaciones	90
7.1 Conclusiones	90
7.2 Recomendaciones	91
Referencias Bibliográficas	92
Apéndices.....	96

Lista de Tablas

Tabla 1. <i>Conocimiento de la Norma</i>	60
Tabla 2. <i>Conocimiento de las quejas y reclamos de los clientes</i>	61
Tabla 3. <i>Calificación del servicio y el medio de transporte</i>	62
Tabla 4. <i>Atienden las peticiones, quejas y reclamos del usuario en forma ágil y oportuna</i>	63
Tabla 5. <i>Cuál cree usted qué es la posición del usuario (fidelización)</i>	64
Tabla 6. <i>Existen condiciones y recursos necesarios, para ofrecer procesos de servicio óptimo</i> ..	65
Tabla 7. <i>Amabilidad del servicio, oportunidad del mismo y calidad de la información suministrada al usuario</i>	66
Tabla 8. <i>Se siente orgulloso de pertenecer a la empresa Servitranstur S.A.S</i>	67
Tabla 9. <i>Condiciones ambientales en sus puestos de trabajo</i>	68
Tabla 10. <i>Documentos generales</i>	69
Tabla 11. <i>Contexto de la organización</i>	70
Tabla 12. <i>Liderazgo</i>	71
Tabla 13. <i>Planificación</i>	72
Tabla 14. <i>Soporte</i>	73
Tabla 15. <i>Operación</i>	74
Tabla 16. <i>Evaluación del desempeño</i>	76

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. <i>Gaps del modelo SERVQUAL</i>	47
Ilustración 2. <i>Esquema del Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio.</i>	47
Ilustración 3. <i>Modelo EFQM</i>	48
Ilustración 4. <i>Conceptos fundamentales de excelencia – Modelo EFQM</i>	49
Ilustración 5. <i>Modelo Deming</i>	50
Ilustración 6. <i>Modelo Malcom Baldrige</i>	51
Ilustración 7. <i>Modelo Iberoamericano de excelencia en la gestión</i>	52
Ilustración 8. <i>Modelo Chileno de calidad</i>	53

Lista de Figuras

<i>Figura 1. Conocimiento de la Norma</i>	61
<i>Figura 2. Conocimiento de las quejas y reclamos de los clientes</i>	61
<i>Figura 3. Calificación del servicio y el medio de transporte</i>	63
<i>Figura 4. Atienden las peticiones, quejas y reclamos del usuario en forma ágil y oportuna</i>	64
<i>Figura 5. Cuál cree usted qué es la posición del usuario (fidelización)</i>	65
<i>Figura 6. Existen condiciones y recursos necesarios para ofrecer procesos de servicio óptimo</i>	66
<i>Figura 7. Califique la amabilidad del servicio, oportunidad del mismo y calidad de la información suministrada al usuario</i>	67
<i>Figura 8. Se siente orgulloso de pertenecer a la empresa Servitranstur S.A.S.</i>	68
<i>Figura 9. Existen condiciones ambientales en sus puestos de trabajo</i>	69
<i>Figura 10. Documentos generales</i>	70
<i>Figura 11. Contexto de la organización</i>	71
<i>Figura 12. Liderazgo</i>	72
<i>Figura 13. Planificación</i>	73
<i>Figura 14. Soporte</i>	74
<i>Figura 15. Operación</i>	75
<i>Figura 16. Evaluación del desempeño</i>	76
<i>Figura 26. Organigrama Servitranstur S.A.S.</i>	108

Lista de Apéndices

Apéndice A. Cronograma de actividades.....	97
Apéndice B. Cámara de Comercio.....	98
Apéndice C. Aspectos corporativos.....	106
Apéndice D. Registros fotográficos Servitranstur S.A.S.....	109
Apéndice E. Formato de encuesta.....	113
Apéndice G. Formato de entrevista.	115

Resumen

La presente investigación se realizó en la empresa Servitranstur S.A.S. ubicada en el municipio de Villavicencio Anillo Vial Estación Terpel Interior 3, para ello fue necesario identificar que la empresa tiene las siguientes limitaciones: carencia y gestión de quejas y reclamos, falta de sentido de pertenencia por parte de la gerencia y los colaboradores; falta de solución y trámite a las peticiones recibidas, carencia de sistemas de información y atención al cliente, lo que conlleva a la disminución de clientes y por ende reducción de ingresos; de allí que el propósito de la investigación sea el diseño de un modelo de gestión de calidad en cuanto a la satisfacción del cliente en el manejo de quejas de la Empresa Servitranstur SAS. El presente estudio se justificó en la aplicación de teorías, conceptos básicos del modelo de gestión de calidad y lineamientos de la Norma NTC ISO 10002:2004.

Metodológicamente el trabajo investigativo se aborda desde la perspectiva del tipo de estudio descriptivo – inductivo, con la aplicación de un diseño de investigación de campo donde la población estuvo conformada por 36 colaboradores y una muestra del 72% donde se aplicó entrevista y encuesta al personal de la organización; lo que permitió determinar que el cliente interpone quejas y no se le da el manejo adecuado, olvidando por completo que al cliente se le debe dar respuestas concretas y soluciones a las peticiones presentadas. Es de ahí que sea necesario que la gerencia le de aplicación al modelo descrito en el presente proyecto con el fin de mejorar la calidad de los servicios y determine las principales afectaciones en la prestación del servicio al cliente.

Palabras clave: Cliente, Sistemas de gestión, modelo, diseño, lineamientos, implementación.

Abstract

The present investigation was carried out in Servitranstur S.A.S. located in the municipality of Villavicencio Anillo Vial Estacion Terpel Interior 3, for this it was necessary to identify that the company has the following limitations: lack and management of complaints and claims, lack of sense of belonging by management and employees; lack of solution and procedure to the requests received, lack of information systems and customer service, which leads to the decrease of customers and therefore reduction of income; hence, the purpose of the research is the design of a quality management model in terms of customer satisfaction in the handling of complaints of Servitranstur SAS Company. The present study was justified in the application of theories, basic concepts of the quality management model and guidelines of the NTC ISO 10002: 2004 Standard.

Methodologically, the investigative work is approached from the perspective of the descriptive - inductive type of study, with the application of a field research design where the population was made up of 36 collaborators and a sample of 72% where an interview and survey was applied to the personnel of the the organization; what allowed to determine that the client interposes complaints and is not given the proper management, forgetting completely that the client should be given concrete answers and solutions to the petitions presented. That is why it is necessary for management to apply the model described in this project in order to improve the quality of services and determine the main effects on the provision of customer service.

Keywords: Client, Management systems, model, design, guidelines, implementation.

Introducción

La calidad como herramienta de gestión para las empresas, es uno de los estándares más conocidos a nivel internacional en lo que a gestión de calidad se refiere; la implementación de estos sistemas de gestión de calidad y excelencia son procesos estratégicos que con la implicación de las personas e independientemente de la tecnología, permiten mejorar los resultados globales de las empresas y tienen otros beneficios como son: mejorar en la eficacia y la eficiencia de los procesos, mejora en el rendimiento de las personas, mejora en las relaciones con los proveedores, mejora en los resultados económicos. Estos estándares de calidad han sido diseñados para todo tipo de empresas ya sea pública o privada, independientemente del tamaño y la actividad económica.

A nivel nacional los sistemas de calidad han permitido a las empresas enfocarse en la responsabilidad de la dirección, a la gestión de los recursos, a la revisión continua y realización de productos / servicios frente a la prestación del servicio, que conlleva a la medición, análisis y mejora continua.

La normatividad equivalente a la NTC – ISO 10002:2004, permite establecer la gestión a la calidad, en cuanto a la satisfacción del cliente y directrices para el tratamiento de las quejas y reclamos en las organizaciones. La adopción de esta norma, se presenta como una alternativa de solución práctica y técnica; que proporciona un Modelo de implementación de un diseño de tratamiento de las quejas eficaz y eficiente que permita el cumplimiento de sus actividades comerciales, e incluye las relaciones con el comercio electrónico, es decir, conlleva a beneficiar a los clientes, reclamantes y otras partes interesadas.

En este ámbito, se busca a través del proceso de tratamiento de quejas y reclamos, mejora en los productos y servicio para que estas sean tratadas de forma ágil y oportuna en cumplimiento de su objeto social. La empresa seleccionada para el siguiente trabajo corresponde a SERVITRANSTUR S.A.S.

Servitranstur S.A.S., es una empresa privada dedicada a la prestación del servicio de transporte terrestre Automotor Especial en las siguientes modalidades: empresarial, escolar, y turismo; tiene implementado paquetes turísticos salidas pedagógicas, en los que se ofrecen, transporte, hotel y servicio de alimentación; cuenta con más de doce años de experiencia en la rama del transporte; empresa legalmente constituida y habilitada por el Ministerio de Transporte bajo la Resolución No. 5108 del 13 de noviembre de 2002, con Registro Nacional de Turismo No. 41640. Entre los clientes más destacados se encuentran reconocidas empresas como CORPOICA, ISMOCOL, CONFIPETROL, TURIMAR, SENA, Universidad San Tomás, Municipio de Cumaral, DANE, La Registraduría, Colegio Catumare, entre otros.

La estructura y contenido del trabajo se ajusta a los requerimientos de la Corporación Universitaria del Caribe “CECAR”. Para lo cual, relaciona los siguientes aspectos: introducción, planteamiento y formulación del problema, justificación, objetivos (general y específicos), metodología (enfoque y tipo de investigación, método técnicas e instrumentos de recolección de la información y técnicas de análisis, incluye cronograma de actividades, bibliografía y anexos.

1. Problema

1.1 Descripción del problema

En el marco de la competencia global, las organizaciones han tenido que fijar una posición en cuanto a los balances tecnológicos y la multiplicidad de cambios que de esto se deriva, por esta razón la naturaleza de la competencia ha impactado enormemente a las organizaciones, generando la necesidad de un mayor compromiso de los colaboradores a través de algunas estrategias que se han considerado para alcanzar altos niveles de productividad y la reducción de costos innecesarios. Es por esto que la normativa ISO 10002:2004 busca garantizar la satisfacción del cliente y establece las directrices para el tratamiento de las quejas en las organizaciones.

Las organizaciones internacionales, públicas y privadas, en coordinación con ISO, también participan en el trabajo de mejora continua; una buena gestión de estos temas puede conducir a niveles de satisfacción más altos y a una mejor reputación de la marca, estas organizaciones internacionales enfocadas en la norma han buscado agradar en todas las partes interesadas e involucradas en su negocio, por lo tanto tienden a mantener una buena relación de la marca, el mejoramiento continuo de los procesos, habilidades, evitando errores y desgastes económicos, generando un buen desenvolvimiento operacional que ha posibilitado las mejoras de las relaciones y las comunicaciones internas, empresas que siguen estos objetivos se destacan en el mercado mundial.

Es así como en los años 50, en Japón, comienza a surgir otros cambios con filosófica diferente, se empieza a hablar del aseguramiento de la calidad, más que del control de la producción. La percepción que se tenía del cliente continuaba igual hasta los años 70, en donde comienzan a surgir otras características relevantes como:

- Los consumidores empiezan a ser más selectivos.

- La empresa comienza a considerar conveniente invertir algo de su presupuesto en calidad.
- Se inicia el desarrollo de técnicas de aseguramiento de la calidad.
- Aparecen en las empresas los “Departamento de Control de Calidad” como responsables de esta materia.
- Las actividades de calidad se limitan al entorno de la fabricación del producto.

Más tarde, y debido a la aparición de una fuerte competencia, la satisfacción del cliente es fundamental para todas las empresas. Este es en parte el inicio de la visión moderna de la calidad. Aparecen los conceptos de “Justo a Tiempo”, en donde se lucha por reducir o minimizar todo tipo de inventario o almacenamiento, ya que se considera que no genera ningún valor al producto pero sí costos; y el concepto de “Gestión de Calidad Total”, cuyos ejes motores son la primacía y la importancia de la participación de personas dentro de la organización. En ese momento ya la oferta supera la demanda, y el cliente tenía la potestad de decidir que comprar y que exigir para el cumplimiento de sus necesidades y es a través de la gestión de los procesos, de su orientación al cliente y de su mejora continua.

La calidad total, es una de las principales tendencias que adoptan las organizaciones modernas, se caracteriza por ser un sistema efectivo que integra esfuerzos de todos los grupos de una empresa para definir, desarrollar, mantener y mejorar la calidad con objeto de poder definir, diseñar, fabricar e instalar un producto o servicio con el costo más económico posible, dando satisfacción total al cliente.

A nivel nacional se destaca el Manual de Atención, servicio al ciudadano y calidad en la atención de peticiones, quejas, reclamos y sugerencias en la policía Nacional que tiene finalidad establecer las normas y procedimientos fundamentales que deben observarse en todas las relaciones de los funcionarios que hacen parte de la Policía Nacional, con sus clientes externos e internos. Este manual ha sido redactado bajo los parámetros de la Constitución Nacional, leyes, reglamentos y las Normas NTCGP 1000:2004 Y Norma ISO 10002:2004. Desde el Mando Institucional a través del Manual del Sistema Gestión Integral para el ámbito misional policial,

han definido la Política de Calidad que debe caracterizar el proceso de atención de las peticiones, quejas, reclamos, reconocimientos y sugerencias relativas al servicio policial.

Buscando de esta manera la satisfacción del cliente en las directrices para el tratamiento de las quejas en las organizaciones, aplicando principios de visibilidad, accesibilidad, respuestas diligentes, objetividad, costos, confidencialidad, enfoque al cliente, responsabilidad y la mejora continua.

Servitranstur S.A.S. dedicada al transporte especial de pasajeros desde el año 2013, se ha caracterizado por brindar servicios oportunos, con personal capacitado en el área y especialmente siendo responsables en el manejo de los servicios de transporte y turismo. A través de entrevista al personal colaborador de la empresa, se ha evidenciado la carencia de gestión de quejas y reclamos, lo cual deja ver la falta de sentido de pertenencia por parte de la gerencia y de los mismos colaboradores en la solución a la problemática, lo que la permitido evidenciar las limitaciones en la carencia del sistema de información y atención al cliente, no cuenta con un colaborador o un área que le dé tramite a estas peticiones y se quedan en nada.

Basados en estos aspectos negativos la empresa podrá continuar perdiendo clientes potenciales, y ver reflejados la disminución de los ingresos y la participación en el mercado lo que le puede generar retiros forzosos de personal y comentarios fuera de lo normal en el sector comercial.

Considerando todos estos aspectos de forma prioritaria se deben tomar las medidas correctivas necesarias para darle solución inmediata a la problemática y a fin de darle solución oportuna a las quejas interpuestas por los clientes se debe crear un modelo de atención al cliente mediante la norma ISO 10002:2004, permitiéndole mejorar y conservar los clientes potenciales y los nuevos clientes que hay en el mercado comercial, ventaja competitiva para este tipo de organizaciones.

En este contexto, la NTC - ISO 10002:2004, conlleva a la gestión de calidad, satisfacción del cliente, directrices para el tratamiento de las quejas en la organización, logrando con ello ser una herramienta eficaz y eficiente dentro del proceso de quejas y satisfacer las expectativas del cliente.

Por otra parte, la implementación del proceso a partir de los lineamientos de esta norma conllevan a:

- a) Proporcionar al reclamante acceso a un proceso de tratamiento de quejas abierto y sencillo.
- b) Incrementar la capacidad de la empresa de responder a las quejas de forma coherente, sistemática y responsable para lograr la satisfacción del cliente y la organización.
- c) Incrementar la habilidad de la empresa para identificar, tendencias, eliminar las causas de las quejas y mejorar las actividades de la misma.
- d) Ayudar a la empresa a crear un acercamiento al enfoque del cliente para la resolución de quejas y alentar el proceso a mejorar sus habilidades con el trabajo con los clientes.
- e) Proveer la base para la revisión y análisis continuo del proceso de tratamiento de quejas, su resolución y los procesos de mejora realizado.

Norma Técnica Colombiana NTC – ISO, es una norma internacional que aplica a los sistemas de gestión de calidad (SGC) y que se centra en todos los elementos de administración de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios. Los clientes se inclinan por los proveedores que cuentan con esta acreditación porque de este modo se aseguran de que la empresa seleccionada disponga de un buen sistema.

El proceso de obtención y mantenimiento del certificado ha sido una oportunidad de demostrar, ante la comunidad y la sociedad en general el compromiso institucional por el mejoramiento continuo de los procesos que soportan la misión de la empresa.

En síntesis, la empresa puede utilizar el proceso de tratamiento de quejas junto con los procesos externos de resolución de litigios y los códigos de conducta relativos a la satisfacción del cliente. Sin embargo, cabe señalar que la NTC - ISO – 10002:2004, presenta relación con las Norma NTC - ISO 9001:2015 e NTC - ISO 9004:2000. Normas que permiten apoyo a los objetivos mediante la aplicación eficaz y eficiente del proceso de tratamiento de las quejas, proporcionando orientación sobre la mejora continua del desempeño. Y por ende la Norma NTC ISO 10002:2004 promueve la mejora del desempeño en las áreas de tratamiento de las quejas e incrementar la satisfacción del cliente.

1.2 Formulación del Problema

¿Cuál sería el modelo de gestión de calidad en el proceso de atención al cliente en la empresa Servitranstur S.A.S.?

2. Justificación

La investigación busca mediante la aplicación de la teoría y los conceptos básicos del modelo de gestión de calidad y los lineamientos de la NTC-ISO 1002:2004, satisfacción del cliente, tratamiento de Peticiones Quejas y Reclamos (PQR), encontrar explicaciones a situaciones internas y del entorno que afectan a la empresa Servitranstur S.A.S. De esta manera permite a los autores verificar o contrastar diferentes conceptos sobre la temática abordada dentro de la realidad que presenta la organización.

Cabe señalar que para el logro de los objetivos propuestos, se acudirá a técnicas de investigación, que para el caso específico corresponde a encuesta dirigida a los colaboradores; permitiendo de esta forma conocer e identificar el conocimiento y visión respecto al Modelo de gestión de calidad en el proceso de sistema de información y atención al cliente. Los resultados se apoyarán en la aplicación de técnicas de investigación válidas utilizando para ello su procesamiento a través del programa Excel y Word.

De acuerdo con los objetivos planteados, se espera que su resultado permita encontrar alternativas de solución concretas, prácticas y técnicas a la carencia del sistema de gestión e información de atención al cliente.

El presente trabajo busca mediante la aplicación de la NTC - ISO 10002: 2004 ofrecer lineamientos que permitan establecer la gestión de la calidad en cuanto a la satisfacción del cliente y directrices para el tratamiento de las quejas y reclamos de la empresa Servitranstur S.A.S., con miras a contribuir a la gestión de la calidad, satisfacción del cliente y por ende hacer más eficiente y eficaz los procesos.

Con la elaboración del Modelo de Gestión de Calidad (SGC), en el proceso del Sistema de Información y Atención al Cliente. Se contribuye proporcionando tratamiento de quejas, incrementando la capacidad de la organización para ser más ágil y oportuna en las reclamaciones e identificar tendencias, minimizar quejas y por ende mejorar las actividades de la empresa, así

mismo, ayudar a crear un acercamiento amigable con el cliente frente a la resolución de las quejas, proveer la base para la revisión y análisis continuo del proceso de tratamiento de las mismas que permita acuerdos amigables en la relación Servitranstur S.A.S. – clientes.

Se busca que el presente trabajo sea una herramienta práctica y técnica para establecer la gestión de la calidad y satisfacción del cliente. El aporte de los autores, permite aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera y poderlos llevar a la práctica con miras a que la gestión de la calidad y satisfacción del cliente, establezca directrices para el tratamiento de las quejas en la empresa Servitranstur S.A.S.

Es importante indicar que los beneficios al implementar el SGC en el proceso de Sistema, Información y Atención al Cliente conllevan a proporcionar productos y servicios que satisfagan la preferencia de los clientes; así mismo, abordar riesgos y oportunidades, al igual que demostrar la capacidad con respecto a la conformidad a partir de los requisitos del SGC. De ahí, que su beneficio conduce a garantizar el éxito futuro de la empresa, colaboradores y proveedores.

3. Objetivos

3.1 Objetivo General

Diseñar un modelo de gestión de calidad en cuanto a la satisfacción del cliente en el manejo de quejas de la empresa Servitranstur S.A.S, ubicada en el anillo vial Estación Terpel Interior 3, Villavicencio.

3.2 Objetivos Específicos

- a) Caracterizar los modelos de gestión de calidad en cuanto a la satisfacción del cliente.
- b) Diagnosticar el estado situacional de la satisfacción del cliente en el manejo de quejas de la empresa Servitranstur S.A.S.
- c) Proponer lineamientos en cuanto a la satisfacción del cliente para el tratamiento de quejas de la empresa Servitranstur S.A.S.

4. Marco Referencial

4.1 Antecedentes

A continuación se describen antecedentes internacionales y nacionales similares a la investigación propuesta.

Los autores Carías, Sosa y Urrutia (2010), realizaron el trabajo de graduación denominado “Diseño del modelo de gestión quejas de los estudiantes de la Universidad Don Bosco”; Universidad Don Bosco, Salvador. Donde se sintetiza los siguientes aspectos. Los resultados del “Diseño del Modelo de Gestión de Quejas para la Universidad Don Bosco” muestran que actualmente no existe un proceso sistematizado para el tratamiento de las quejas donde se planifique, se realice, se verifique y se actúen cuando los resultados no cumplan con lo planificado. Debido a la necesidad de mejorar la satisfacción de los estudiantes, la imagen institucional y lograr procesos más eficientes reduciendo los costos y mejorando los resultados de los procesos claves es que se propone el Modelo de Gestión de Quejas, el cual responde a las expectativas de los estudiantes para obtener una rápida solución, acceso cómodo, rápido y siempre disponible y mantener la confidencialidad de los usuarios a través de una aplicación web integrada al Portal Web.

El autor Espín (2017), de la Universidad de Guayaquil, Facultad de Ingeniería Química, en el Proyecto al Título de Ingeniero en Sistemas de Calidad y Emprendimiento, realizó el “Plan de gestión de quejas y reclamos mediante ISO 1002:2004 en Óptica O.M. Visión, donde se enfoca en la atención a quejas y reclamos como un factor clave dentro de una organización, porque permite conocer las falencias y faltas que se originan dentro de la misma, y por la cual se busca una solución a mejorar a problemática, por tal razón tomó como referencia a la norma ISO 10002:2004, porque proporciona una orientación para el diseño e implementación de un proceso de tratamiento de las quejas y reclamos.

Como problema se evidenció la carencia de gestión de quejas y reclamos, la cual se origina por la falta de compromiso de la alta dirección, asimismo reclamos por productos imperfectos, la poca atención a seguimiento a quejas y reclamos, así como la inexistencia de procedimientos y procesos, no contando con el personal capacitado para el correcto funcionamiento del departamento de atención al cliente, sin haber normativas de atención hacia el usuario y el incumplimiento de horario de atención; con estos antecedentes hallados, y considerando que los pacientes merecen ser atendidos de forma prioritaria se hace la necesidad de la elaboración de un Plan de gestión de quejas y reclamos mediante ISO 10002:2004, convirtiendo así resguardar los intereses de la empresa, cubriendo todos los factores negativos anteriormente mencionados.

Una vez descritos los objetivos, el autor da prioridad a la concientización, la capacitación en cuanto a los puntos clave de la norma, asimismo la alta dirección tiene la responsabilidad de promover y vigilar el desarrollo en cuanto a capacitaciones que se disponen en la organización, estas deben ser orientadas al aprendizaje de manera positiva y favorecedora, práctica de actividades con la finalidad de que todos los integrantes de la organización procedan de manera eficiente a cualquier obligación que se demande o disponga; de igual forma destaca la rentabilidad y la calidad, los beneficios que se obtienen a través del trabajo teniendo un carácter lucrativo para conseguir ganancia en tiempos establecidos, con respecto a la calidad se enfatiza en la necesidad de la misma ya que el cliente es el motor principal por el cual las empresas tratan de mejorar todos sus procesos, productos y servicios para satisfacerlos, cuando la calidad del servicio o el producto mejora la empresa reduce pérdidas económicas.

El diseño aplicado en esta investigación es análisis cuantitativo, ya que se plantea un estudio de causa – efecto y determina hipótesis que consiste en establecer variables para ser medidas por medio de indicadores e implantar las acciones que permitan organizar los métodos para el procedimiento de quejas y reclamos, y el tipo de investigación documental, ya que realiza investigaciones bibliográficas sobre temas estudios y proyectos efectuados anteriormente y que se encuentran alineados con el tema e investigación de campo, puesto que se recolectaron datos a través de las encuestas y entrevistas; se plasma una investigación descriptiva ya que con la

recolección de datos se procedió a efectuar los diferentes análisis que permitieron la elaboración del diseño.

Como conclusiones y recomendaciones el autor, deja claro que la normativa ISO 10002:2004 se muestra como un instrumento válido a la hora de solucionar las quejas y reclamos por parte de los clientes, para mejorar los errores que se descubren en la relación de ventas o la asistencia de servicios; la falta de contar con un área que permita a los clientes presentar su queja o reclamo, generar inconformidad – descontento en el servicio por parte de los clientes y como consecuencia bajos ingresos para la empresa; a manera de recomendación se establece conocer estas normativas que permite a la empresa como a sus colaboradores llevar un compromiso de calidad, presentando ante el cliente la categoría en la cual está la organización en prestar el servicio u ofrecer el producto, para evitar que el cliente opte por buscar otros medios para satisfacer sus requerimientos; implementar un proceso de plan de quejas y reclamos además de un área destinada para este tipo de situaciones, para así tener una visión global, conforme a lo que el cliente quiere en la información para mejorar la problemática evidenciada.

A nivel del contexto nacional se encontraron los siguientes antecedentes: el trabajo denominado “Desarrollo de un sistema de gestión de reclamaciones, fundamentados en la Norma ISO-10002:2004, caso de estudio: Policlínica Maturín S.A., Medellín, Colombia”. Elaborado por Muñoz, Gascón y Díaz (2011). Conceptualizando los siguientes aspectos:

La investigación se realizó con el objetivo de desarrollar un sistema de gestión de reclamaciones para Policlínica Maturín S.A., con la finalidad de poder mejorar las relaciones con sus clientes y garantizar continuamente la mejora progresiva de los servicios que se ofrecen, para ello se describió el sistema actual de gestión de reclamaciones de la empresa con el fin de conocer los procesos que lo conforman, una vez fueron analizados, se tomó como criterio la norma ISO - 10002:2004, de tal forma, que permitiesen establecer las deficiencias en la gestión actual de los reclamos.

Con base a lo anterior, se diseñaron nuevos procesos del Sistema, para luego empalmarlo con el sistema actual según las especificaciones del diseño, mediante la elaboración de sus procesos y procedimientos. Como metodología de partida el Ciclo PDCA de Deming, junto con la Metodología de los Sistemas Suaves de Peter Checkland y el Método Sistemático de Procesos. El tipo de investigación fue proyectiva con un nivel comprensivo, donde la población estuvo conformada por todas aquellas personas asociadas directamente al manejo y tratamiento de las quejas (10 personas). Como instrumento se aplicaron entrevistas, encuestas, revisión documental y la observación directa.

Luego de realizado el estudio, se pueden establecer las siguientes soluciones: Se describió el sistema actual de gestión de reclamaciones de Policlínica Maturín, S.A, observándose una gran cantidad de deficiencias en el manejo de las quejas debido a que esta no se estaba gestionando de manera eficiente; del mismo modo, no se le daba respuesta al paciente sobre su queja trayendo con esto un aumento en la inconformidad en cuanto a la prestación del servicio, del mismo no se llevaba un registro de las quejas emitidas acarreado con esto recurrentes quejas asociadas a los servicios que se prestan en la clínica. Estas son situaciones preocupantes ya que no se evidencia la solución de las mismas, no se hace un seguimiento efectivo a las soluciones presentadas por los dueños de los procesos donde se generan las quejas.

Una vez clasificadas estas falencias se procedió a realizar la identificación de los requisitos de la norma ISO 10002:20004, la cual sirvió como patrón de referencia y orientación sobre el proceso de tratamiento de las quejas que se implementaran dentro de los procesos de la clínicas, tomando en consideración para ello el sistema de gestión de reclamaciones.

Como recomendaciones se indicaron: a) Incorporar nuevos procesos y procedimientos asociados al manejo y tratamiento de las quejas que optimicen el sistema de gestión de reclamaciones, b) Implantar en el menor tiempo posible el sistema de gestión de reclamaciones a fin de mejorar la relación con los clientes, c) Crear un plan de sensibilización a personal que se encuentra estrechamente ligado a la atención del paciente, d) Realizar estudios que ayuden a la mejora del sistema a fin de optimizar y aumentar la satisfacción del cliente, e) Actualizar los

procedimientos de atención y f) Crear grupos de trabajo relacionados al manejo y tratamiento de las quejas.

Finalmente, Cruz y Vélez (2015), de la Universidad Sergio Arboleda, en la Especialización de Gerencia Integral de la Calidad, realizaron el “Diseño del sistema de gestión de calidad en el proceso de atención al cliente para el Fondo de Pensiones y Cesantías Protección S.A., en la oficina de servicio de Avenida Suba”, donde mediante la interacción de actores como la institución y su programa de especialización en Gerencia de la Calidad, la empresa PROTECCIÓN S.A., diseñó una propuesta de mejora en el área de servicio al cliente para el Fondo de Pensiones y Cesantías Protección S.A., particularmente en la oficina central de Servicio Av. Suba, el cual permite reducir la brecha existente entre la percepción del cliente respecto a la calidad del servicio y la operación.

Se referencian modelos exitosos existentes en el mercado, se destaca el caso de Bancolombia donde uno de los principios en sus sistemas de calidad se fundamenta en actitud y calidad, de igual manera se incorporaron para el sistema de calidad principios de operación como conocimiento, experticia, y uno de los más importantes conjugar la directriz legal respecto a la vocación de servicio. En el caso de Bancolombia, la implementación y uso del as TIC ha sido esencial para lograr una reducción de quejas para el año 2014 de un 34%.

Posterior a la revisión del estado del arte, y enmarcado en el desarrollo del segundo objetivo específico, del diagnóstico realizado al estado situacional, se encontró que para el año 2014, fueron registradas por la superintendencia financiera 451 quejas contra Protección S.A., sin tener acceso a un discriminado por oficina. Sin embargo, se realizó una evaluación detallada de los procesos y subprocesos realizados en la oficina y se evidenció que pese a que Protección S.A., cuenta en la actualidad con un sistema de gestión certificado, es necesario que se reformulen planteamientos desde la estrategia enfocados a la atención de quejas y reclamos, comunicación al cliente respecto al cambio de normatividad y por último la reestructuración de los canales de atención. Estas situaciones están generando insatisfacción de los clientes, migración o pérdida de usuarios, inclusión en costos de corrección y verificación que reducen el

nivel de utilidad de la empresa y por último reducción en la productividad de los empleados que participan de la solución de quejas y cuya finalidad contractual no es esa.

Una vez establecidas las causas principales de las quejas, en el cuarto objetivo específico, se plantearon posibles alternativas de solución que permitieran reducir el número de quejas y reclamos de los clientes en la Oficina Central de Servicio Av. Suba. Al utilizar herramientas como el diagrama de Ishikawa y el modelo 80/20 de Pareto, se determinó que es necesario abordar alternativas de solución que se dirijan a la descongestión de canales y el mejoramiento de la atención al cliente. Con esto se lograría reducir el nivel de quejas en 75% aproximadamente.

Finalmente, con el desarrollo del sexto objetivo específico se concluyó que para llevar a cabo el seguimiento y control al sistema de gestión de calidad en la oficina Suba de Protección S.A., era conveniente formular un plan de mejoramiento el cual consiste en una secuencia de actividades orientadas a superar, en lo posible, las debilidades encontradas en el proceso y que son generadoras de inconformismo por parte de los clientes.

4.2 Marco Teórico

4.2.1 Teorías y Elementos del Servicio al Cliente.

Tomando como referencia a la autora Paz (2010), se establecen los siguientes aspectos concernientes a la atención al servicio al cliente:

La atención al cliente está constituida por todas las acciones que realiza la empresa para aumentar el nivel de satisfacción de sus clientes. La satisfacción o falta de ella es la diferencia entre lo que espera recibir el cliente y lo que percibe que está recibiendo.

La percepción es el proceso mental por el que se selecciona, organiza e interpreta la información, a fin de darle significado. Es la visión de la realidad que una persona tiene y que

variará en función de sus circunstancias. La expectativa es aquello que una persona cree que puede o debe ocurrir; está condicionada por las referencias externas o experiencias anteriores.

Todos los productos y servicios tienen cuatro dimensiones: genérica, esperada, aumentada y potencial. La estrategia es el marco que organiza todos los elementos dirigidos a generar una percepción de calidad en los clientes. La comunicación es la transmisión de información entre dos o más seres humanos; por información entendemos deseos, intenciones, decisiones u opiniones. Los elementos en el proceso de comunicación son: emisor, receptor, mensaje, canal y feedback. El feedback o retroalimentación es la transmisión de información en ambos sentidos, emisor > receptor > emisor, lo que produce un intercambio de mensajes alternándose los papeles de emisor y receptor.

Las etapas en el proceso de comunicación son:

- a) Voluntad de comunicarse.
- b) Emisión del mensaje.
- c) Transmisión del mensaje.
- d) Recepción del mensaje.
- e) La decodificación del mensaje.
- f) Comprobación de la comprensión del mensaje.

El lenguaje utilizado en comunicación es, generalmente, lenguaje verbal; pero además existe el lenguaje no verbal. Éste comprende el lenguaje gestual, los matices de expresión y el lenguaje corporal que afecta a la apariencia física y a los ademanes o modo de moverse.

En la comunicación pueden aparecer obstáculos que conocemos como “ruidos”. Ruido es todo elemento que entorpece el proceso de comunicación, pudiendo incluso llegar a anularlo. Las formas de ruido son:

- a) Falta de voluntad de comunicarse.

- b) Resistencia al cambio.
- c) Conocimiento insuficiente de los productos o servicios.
- d) Incapacidad para escuchar.
- e) El entorno y el rumor.

El rumor, según Jean Noel Kapferer, es “la generación y circulación en el cuerpo social de informaciones que o no están confirmadas aún por fuentes oficiales o no han sido desmentidas oficialmente”. En la comunicación se dan dos niveles: nivel personal o relacional, entre seres humanos y nivel de negocios o intercambio comercial. Ambos niveles se dan simultáneamente y debemos aprender a lidiar con las interacciones entre ambas partes.

En este orden de ideas, Paz (2010) conlleva a establecer la atención al cliente es en gran parte intangible cuando hablamos de calidad, confianza o riesgo percibido por el cliente. La atención se facilita al mismo tiempo que se está produciendo, por eso es tan importante que las personas que trabajan en atención al cliente sean expertas. Pero es necesaria además la participación y colaboración de todo el personal de la empresa para conseguir satisfacción final del cliente.

Las características que debe cumplir la atención al cliente son: interés amistoso, flexibilidad, eficacia, respuesta, empatía, escucha y el silencio.

Toda actuación en atención al cliente debe seguir una serie de pasos:

- a) Acogida.
- b) Indagación.
- c) Presentación.
- d) Persuasión.
- e) Cierre.
- f) Despedida.

Entre las aptitudes o capacidades que debe poseer el personal de acogida están: formalidad, iniciativa, ambición, autodominio, interés, don de gentes, colaboración, enfoque positivo, observación, habilidad analítica, imaginación, tener recursos, etc. Los elementos fundamentales en atención oral son: escuchar al cliente, hablar con él, detectar su necesidad y satisfacerla.

Existen dos tipos de necesidades:

Latentes: Declaraciones vagas y poco específicas de expectativas, inquietudes o problemas.

Manifiestas: Declaraciones claras y específicas de deseos o intenciones.

En la argumentación al cliente utilizar características, ventajas y beneficios; el cliente utiliza las objeciones. Una vez superadas las objeciones se debe cerrar la venta.

La atención al cliente tiene características propias según los servicios o productos. En ambos casos se debe analizar la situación y los roles de adquisición.

Una reunión de trabajo es el acto en que se encuentran dos o más personas con un objetivo común relacionado con la empresa. Según el criterio que se elija, encontrar distintos tipos de reuniones.

Por su objetivo: De información, de recogida de información, de intercambio de puntos de vista, de generación de ideas, de resolución de conflictos, de toma de decisiones, de seguimiento de un proyecto.

Por su estructura: Formales e informales.

Por su periodicidad: al preparar una reunión se debe adecuar la información al público asistente, definir la información, acortar el tiempo y preparar el debate.

La presentación es un elemento fundamental en la reunión. Su objetivo es la transmisión de ideas, conocimientos o aspectos de un asunto concreto a un grupo más o menos extenso, a fin de conseguir la “venta” en sentido amplio. Para ello, se utilizan todas las herramientas, no sólo las propias del orador sino también medios audiovisuales y escritos que acerquen las ideas al auditorio.

Las entrevistas son actos que, de forma habitual, tienen lugar presencialmente; pueden participar dos o más personas, de las que al menos una desempeña el papel de entrevistador y la otra persona es el entrevistado.

El uso del teléfono es el medio más extendido en todo el mundo para hacer negocios; después de la entrevista personal, es el apoyo más directo y efectivo a la venta. En la atención al cliente, el teléfono tiene múltiples aplicaciones, que podemos clasificar en proactivas y reactivas o de emisión y recepción respectivamente.

La comunicación telefónica que sale de la organización con intención de realizar una venta tiene una serie de elementos que son: el objetivo de la llamada, el beneficio, el cierre de prueba, el cierre efectivo, el compromiso, la objeción, la pregunta abierta, la pregunta cerrada y el cierre efectivo.

El procedimiento en la recepción de llamadas sigue una serie de fases: preparación de la llamada, acogida, descubierta, acción y cierre y despedida. En la emisión de llamadas se tiene, además, que considerar, a continuación de la fase de preparación de la llamada, salvar los filtros y contacto válido.

Así mismo, la autora Paz (2005), señala que la organización es una colectividad de hombres y mujeres orientados a la realización de un proyecto común y que necesita de una

comunicación que ponga en contacto a las personas para alcanzar dicho proyecto. A este tipo de comunicación se la denomina comunicación interna.

Existe una gran variedad en los tipos de comunicaciones internas que pueden elaborarse: cartas, resúmenes de reuniones, carteles, periódicos de la organización, noticiario en Intranet con las últimas noticias, tablón de anuncios, buzón de sugerencias, etc. Todos ellos permitirán que el personal participe haciendo preguntas, comentarios y sugerencias.

Las cartas son un elemento de comunicación escrita primordial en la empresa, no solo por su volumen, sino por la importancia y diversidad de funciones que cumple. En toda carta, una vez determinado el objetivo a cumplir, debe establecerse un orden y unos contenidos, que son: saludo, introducción, mensaje principal o cuerpo de la carta, conclusión, cierre y despedida, antifirma y firma.

Según Paz Couso (2005), las organizaciones de éxito permanecen en el mercado creciendo y desarrollándose porque consideran la industria como un proceso de satisfacción del cliente y no de producción de bienes. Dado que los clientes son los que aseguran el futuro de la empresa, es prioritario poner las exigencias de los clientes en primer lugar.

La segmentación de los clientes sirve no sólo para ajustar los recursos de que dispone la empresa a los fines planteados, sino también para darnos información sobre sus expectativas de atención, lo que nos ofrece una idea aproximada de lo que cuesta satisfacer dichas expectativas. Para averiguar las expectativas que el cliente tiene acerca de lo que considera una atención de calidad, se debe escuchar, preguntar y responder a sus necesidades.

La creación de una atmósfera de confianza, requisito indispensable para establecer una buena comunicación, expresa el interés por el cliente, interés que se puede demostrar a través de la solución de problemas, la cortesía, la equidad y la comunicación. El objetivo básico de una atención al cliente de calidad es la reducción de sus inconvenientes y el aumento de su satisfacción, lo que implica un proceso proactivo en el que la empresa debe adelantarse a los

inconvenientes que pueda plantear el cliente, no sólo en la compra, sino antes y después de ésta; es decir, debe conocer los frenos y aceleradores, que son las fuerzas que impulsan o frenan al cliente en su compra.

Para establecer un clima adecuado para la solución de situaciones difíciles, se debe considerar las características personales que están en la base de la “queja concreta” formulada por el cliente. Las relaciones públicas son una actividad de comunicación que comprende el planteamiento, elaboración, puesta en práctica y control de actividades que integren una política continuada de información y comunicación, con el fin de crear, mantener y desarrollar unas relaciones de confianza con todos los públicos internos y externos que condicionan la existencia de la organización.

En la Constitución Política de Colombia (1991), en concreto en el artículo 51, queda consagrada la obligación de los poderes públicos de garantizar la defensa y protección de los consumidores y clientes, en su seguridad, salud e intereses económicos. La legislación básica en materia de protección del consumidor y sus derechos viene constituida por la Ley General para la Defensa de Consumidores y Clientes de 19 de julio de 1984, que consagra como derechos básicos de los mismos los siguientes:

- a) La protección contra los riesgos que puedan afectar a su salud o seguridad.
- b) La protección de sus legítimos intereses económicos y sociales e indemnización o reparación de los daños y perjuicios sufridos.
- c) La información correcta sobre los diferentes productos o servicios y la educación y divulgación, para facilitar el conocimiento sobre su adecuado uso, consumo o disfrute.
- d) La audiencia en consulta, la participación en el procedimiento de elaboración de las disposiciones generales que les afectan directamente y la representación de sus intereses; todo ello a través de las asociaciones, agrupaciones o confederaciones de clientes legalmente constituidas.
- e) La protección jurídica, administrativa y técnica en las situaciones de inferioridad, subordinación o indefensión.

El cliente cuenta con instituciones y organismos de protección al cliente público y privado, que se encargaran de velar por sus intereses. En este contexto, se describen aspectos relevantes que enmarcan la normatividad legal vigente, con base en los siguientes lineamientos:

NTC – ISO 10002: 2004. La presente norma hace referencia a la gestión de la calidad, satisfacción del cliente. Directrices para el tratamiento de las quejas en las organizaciones. Es importante resaltar que NTC- ISO 10002:2004 en su estructura y contenido establezca los siguientes aspectos: generalidades, que orientan para el diseño e implementación de un proceso de tratamiento de las quejas eficaz y eficiente para todo tipo de actividades comerciales y no comerciales, incluyendo las relacionadas con el comercio electrónico. No sobra señalar que la implementación del proceso en dicha norma establece los siguientes aspectos:

- a) Proporcionar al reclamante acceso a un proceso de tratamiento de quejas abierto y sencillo.
- b) Incrementar la capacidad de la organización de responder a las quejas de forma coherente, sistemática y responsable para lograr la satisfacción del reclamante y de la organización.
- c) Incrementar la habilidad de la organización para identificar tendencias, eliminar las causas de las quejas y mejorar las actividades de la organización.
- d) Ayudar a una organización a crear un acercamiento al enfoque al cliente para la resolución de las quejas y alentar al personal a mejorar sus habilidades en el trabajo con los clientes.
- e) Proveer la base para la revisión y análisis continuo del proceso de tratamiento de las quejas, su resolución y los procesos de mejora realizados.

Las organizaciones pueden utilizar, si lo desean, el proceso de tratamiento de las quejas junto con los procesos externos de resolución de litigios y los códigos de conducta relativos a la satisfacción del cliente.

4.2.2 Relación con las normas NTC - ISO 9001:2000 y NTC - ISO 9004:2000.

Esta Norma Internacional es compatible con las Normas NTC- ISO 9001:2000 y NTC - ISO 9004:2000, dando apoyo a los objetivos de las mismas a través de la aplicación eficaz y eficiente del proceso de tratamiento de las quejas. Esta norma también se puede utilizar de forma independiente.

La Norma NTC - ISO 9001:2000 especifica requisitos para un sistema de gestión de la calidad que pueden ser utilizados para su aplicación interna por las organizaciones, para certificación o con propósitos contractuales. El proceso de tratamiento de las quejas descrito en esta Norma Internacional puede utilizarse como un elemento de un sistema de gestión de la calidad. Esta Norma Internacional no está prevista para la certificación ni para fines contractuales.

La Norma NTC - ISO 9004:2000, proporciona orientación sobre la mejora continua del desempeño. El uso de la Norma NTC - ISO 10002:2004 puede promover la mejora del desempeño en las áreas de tratamiento de las quejas e incrementar la satisfacción del cliente y de otras partes interesadas. Esto puede también facilitar la mejora continua de la calidad de los productos basándose en la retroalimentación del cliente y de otras partes interesadas.

En cuanto al objeto y campo de aplicación la norma proporciona orientación sobre el proceso de tratamiento de las quejas relacionadas con los productos o servicios en la organización, incluye planificación, diseño, operación, mantenimiento y acciones de mejora. Con respecto a las referencias normativas se basa en la NTC - ISO 9000:2000 que hace referencia al sistema de gestión de la calidad, fundamentos y vocabulario. Por otra parte, la NTC - ISO 10002:2004 presenta términos y definiciones acorde con la NTC - ISO 9000:2000 que hace referencia: al reclamante, quejas, cliente, satisfacción y servicio al mismo, retroalimentación, partes interesadas, objetivo, política y procesos.

En este orden de ideas, la NTC - ISO 10002:2004, formula sus principios de orientación y establece de manera generalizada el marco de referencia para el tratamiento de las quejas; incluye responsabilidad y autoridad. Al igual que la planificación y diseño, operación del proceso de tratamiento de las quejas, mantenimiento y mejora; aspectos todos estos que conllevan a establecer acuerdos o reglas establecidas a partir de la gestión y aseguramiento de la calidad.

4.3 Marco Conceptual

Accesibilidad: facilidad de entrar en contacto con el servicio o los colaboradores, facilidad de acceso físico y telefónico. Es un componente de la calidad de servicio. Incluye aspectos como el horario de atención.

Actitud: disposición de una persona hacia algo o alguien. Es parecido al estilo y ambos pueden ser modificados.

Asertividad: estilo de comunicación que emplean aquellas personas capaces de exponer sus puntos de vistas de forma flexible, abierta, siendo amable y considerado con las opiniones de los demás, mostrando empatía y respeto.

Atención personalizada: consiste en un modo de atención en el que cada persona es atendida de manera singular e individualizada, en función de sus características propias y sus problemas personales.

Calidad percibida: básicamente consiste en la imagen o el concepto de la calidad de un servicio que tienen sus clientes. Incluye aspectos científico-técnicos, (fiabilidad, capacidad de respuesta, competencia profesional...), aspectos relacionados con la relación y comunicación con los profesionales, (trato, amabilidad, capacidad de escucha, empatía, interés...) y aspectos sobre el entorno de la atención, ambiente, decoración y limpieza.

Calidad: propiedad atribuida a un servicio, actividad o producto que permite apreciarlo como igual, mejor o peor que otros. Es el grado en que un servicio cumple los objetivos para los que ha sido creado. La satisfacción de los clientes es un componente importante de la calidad de los servicios.

Capacidad de respuesta: hacer las cosas a su tiempo; se refiere a la actitud que se muestra para ayudar a los pacientes o acudientes para suministrar el servicio oportunamente; el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos.

Competencia: capacidad y aptitud para realizar una tarea o desempeñar unas funciones de manera correcta y adecuada.

Empatía: significa la disposición del personal para ofrecer a los pacientes y acudientes una atención personalizada que requiere un fuerte compromiso, interesándose genuinamente por su necesidad o requerimiento. Es la capacidad de ponernos en el lugar de la otra persona y transmitírselo, para que sepa que comprender su situación. Es uno de los rasgos de los profesionales de las instituciones más valorados por los clientes.

Expectativas: se refiere a aquello que los clientes esperan encontrar cuando acuden a la empresa. Las expectativas se conforman a través de las experiencias previas o del conocimiento de las experiencias de otras personas; también se forman por lo que dicen los medios de comunicación. Es muy importante no generar falsas expectativas, ya que ello puede provocar frustración e insatisfacción de los clientes.

Felicitación: es la manifestación que expresa el agrado con respecto a la atención de un funcionario. Opiniones o palabras que enaltecen una labor realizada o un servicio o persona en particular.

Fiabilidad: brindar el servicio de forma correcta desde el primer momento. Es hacer las cosas bien a la primera. No cometer errores. Es un componente de la calidad de los servicios.

Garantía: acción y efecto de asegurar lo estipulado.

Intermediación: es la función que desarrolla el personal del Sistema de Información y Atención al Cliente, tendiente a coordinar con el servicio generador de la insatisfacción las acciones pertinentes para su resolución de forma inmediata o mediata ante una reclamación

Mejora: acciones encaminadas a incrementar la calidad de los servicios y, por tanto, a incrementar la satisfacción de los colaboradores y de los clientes.

Orientación al cliente: se refiere a la forma en que están organizados los servicios prestados por la empresa Servitranstur S.A.S., deben adaptarse a las necesidades e intereses de sus clientes.

Percepción: son las conclusiones que obtienen los clientes sobre la forma en que se le prestan los servicios. Manera de sentir el servicio prestado.

Queja/reclamo: expresión de inconformidad respecto de alguna situación que le generó disgusto en la prestación de un servicio.

Quejas: expresión de molestia o inconformidad frente a la manera como se prestó el servicio.

Reclamo: es la expresión de insatisfacción o inconformidad referida a la prestación de un servicio o la deficiente atención de una persona en la prestación de un servicio en una entidad.

Satisfacción: estado en el que se encuentran los clientes cuando al prestarles un servicio determinado quedan cubiertas sus expectativas, o incluso se les da algo más de lo que ellos esperaban encontrar.

Solicitud de mejoramiento: solicitud respetuosa de información o de actuación relacionada con la prestación del servicio.

Solicitudes: solicitud verbal o escrita para resolver una inquietud específica frente a la prestación de un servicio prestado; se debe considerar como el aporte de los clientes para mejorar la atención en los servicios.

Sugerencia: se refiere a la acción de presentar ideas relacionadas con el mejoramiento en la prestación de los servicios o al desempeño de funciones.

5. Metodología

5.1 Enfoque de Investigación

Correspondió al enfoque de investigación cualitativo – cuantitativo. Según Lerma (2016), establece que las investigaciones cualitativas se refieren a los estudios sobre el quehacer cotidiano de las personas o grupos. Es decir, en este tipo de investigación interesa lo que la gente dice, piensa, siente o hace; sus patrones culturales; el proceso y el significado de sus relaciones interpersonales y con el medio (p. 51).

En lo que respecta al enfoque cuantitativo, “permite generar datos, resultados o información medible y estadística porcentual” (Lerma, 2016, p. 43).

5.2 Tipo de Investigación

Correspondió al tipo de investigación descriptivo. Según Bermúdez y Rodríguez (2013), señalan que esta investigación se preocupa por suministrar descripciones, en lo posible completo de realidades definidas de conjuntos homogéneos de fenómenos o de características fundamentales de sistemas. Es decir, la investigación descriptiva reseña rasgos, cualidades o atributos de la población objeto de estudio (p. 35).

5.3 Método de Estudio

Se tuvo en cuenta el método inductivo, como proceso de conocimiento que se inicia por la observación de fenómenos particulares con el propósito de llegar a conclusiones y premisas generales que pueden ser aplicadas a situaciones similares a la observada (Méndez, 2013, p. 141). En este contexto, los objetivos se lograrán teniendo en cuenta que el investigador parte de la observación de los fenómenos particulares que enmarcan el problema de investigación. Es decir, caracterizando la aplicabilidad de la NTC – ISO 1002:2004; conociendo las directrices de mantenimiento y mejora de las PQR y elaborando una herramienta de gestión.

5.4 Población y Muestra

5.4.1 Población.

Se seleccionó a la empresa “Servitranstur S.A.S.”, con NIT 830007737-2, creada en el año 2013. Ubicada en el Anillo Vial, Arcillanos Estación de Servicio Terpel, interior 3. Barrio comercial Los Centauros – Villavicencio. Su actividad económica es transporte de especial terrestre de pasajeros en trayectos nacionales y la prestación de servicios de transporte terrestre de carga en trayectos nacionales, entre otros. Conformada por 36 colaboradores, distribuidos en: administrativos, operativos y por servicios. Cuenta actualmente, con 5 buses de 40 pasajeros; 9 microbuses de 30 personas, 5 busetas de 15 y 19 pasajeros y 8 camionetas. Trabaja con contratistas de diferentes modalidades, con cobertura nacional.

5.4.2 Muestra.

Se diseñó y elaboró una encuesta a 26 colaboradores, equivalente al 72% del total.

6. Propuesta

Para dar respuesta al objetivo general del estudio “Diseñar un modelo de gestión de calidad en cuanto a la satisfacción del cliente en el manejo de quejas de la empresa Servitranstur S.A.S, ubicada en el anillo vial Estación Terpel Interior 3, Villavicencio”. Primeramente se realizó la caracterización de los modelos de gestión de calidad en cuanto a la satisfacción del cliente, se realizó la descripción de varios modelos de tal manera seleccionar el más apropiado para la elaboración posterior del diagnóstico de la empresa

6.1 Modelos de Gestión de Calidad en Satisfacción al Cliente

El concepto de calidad que en las pasadas décadas estaba enfocado a términos de producción, se ha transformado en un proceso que corre a la par a todas las fases de la cadena de valor de las organizaciones, si bien es cierto la calidad es asegurable en cada momento, una corrección temprana permite ahorros considerables y la excelencia se asegura en una cultura de calidad que debe llegar a todos los departamentos de la organización; igualmente es importante las evaluaciones y las mediciones en los procesos organizacionales, pues hoy, el cliente es considerado como un aspecto fundamental.

La calidad es una percepción y es relativa a cada una de las personas, es la diferencia entre el servicio prestado y el servicio percibido, y cómo se ajusta estas expectativas de los clientes, es por esto, que cada día la calidad se ha vuelto una preocupación no solo a nivel de administración y de procesos, sino que también se convierte en una preocupación directa de las diferentes áreas especialmente las del marketing.

Para entrar en el tema de los modelos de gestión de calidad en satisfacción al cliente, se entiende como modelo a una herramienta orientada a conseguir la mayor eficacia y eficiencia en la gestión, una descripción simplificada de la realidad que permite describirla, analizarla y modificarla; se enfoca la calidad en dirección al concepto de los servicios prestados, y que se define como el nivel de acuerdo con las especificaciones establecidas en el diseño del producto o

servicio, o calidad técnica, lo que involucra que la calidad también debe ser entendida como excelencia, ya que implica obtener un estándar más alto o mejores resultados que otros ofrecen en el mismo producto o servicio. Es importante resaltar, que el objetivo de un modelo de calidad es la que permita simplificar la comprensión de la realidad, ordenarla, analizarla para así modificarla en pos de la predicción de situaciones futuras o de mejoras continuas.

A continuación se describen algunos modelos de sistemas de gestión de calidad.

6.1.1 Normas ISO de Calidad

Las normas ISO son un movimiento de estandarización más difundido en la actualidad, surgen en 1947 para sistematizar las iniciativas en gestión de calidad, las normas más conocidas son las series 9000 y 14000; la 9000 que corresponde a las más difundidas, cumple con definir los requerimientos que debe tener un sistema de calidad de una organización, sus principios son: organización enfocada al cliente; liderazgo; participación del personal; enfoque a procesos; enfoque del sistema hacia la gestión; mejora continua; enfoque hacia la toma de decisiones y relación mutuamente beneficiosa con el proveedor.

Estas normas son aplicables a todo tipo de organizaciones ya sean privadas o públicas.

Gestión de Reclamaciones Satisfacción de Cliente - ISO 1002, está enfocada en gestionar las reclamaciones de los clientes de forma más eficaz para tener más posibilidades de satisfacer sus expectativas, puede convertir rápidamente las reclamaciones de los clientes en satisfacción, especialmente si se considera las quejas como una oportunidad para mejorar lo que hace y el modo de hacerlo, de igual forma esta norma le permite a las organizaciones identificar las reclamaciones, sus causas y como eliminarlas, también permitirá las áreas que se pueden mejorar y eliminar la causa de las reclamaciones. La Norma ISO 10002, destaca los procesos y los controles de administración que ayudan a gestionar las reclamaciones de los clientes de forma más eficaz y eficiente, lo que garantiza la satisfacción de los clientes.

Principales ventajas:

- a) Lograr la eficacia operativa para identificar las tendencias y las causas de las reclamaciones.
- b) Solucionar más reclamaciones mediante la adopción de un enfoque más centrado en el cliente.
- c) Atraer al personal hacia nuevas oportunidades de formación en el servicio al cliente.
- d) Integrar ISO 1002 con ISO 9001, con el fin de mejorar la eficacia general.
- e) Supervisar y mejorar continuamente su proceso de gestión de quejas.

6.1.2 Modelos Centrados en el Cliente

Estos modelos definen la calidad desde el punto de vista del cliente, el cliente evaluará el servicio o producto final entregado por la organización, en base a una serie de aspectos que se agrupan en torno a variados factores, entre los modelos más conocidos se encuentran SERVQUAL.

SERVQUAL es un modelo de medición de calidad de servicio multidimensional que utiliza un cuestionario con escala de respuestas múltiples diseñada para comprender las expectativas de los clientes respecto a un servicio, permite evaluar pero también es un instrumento de mejora que muestra la calidad como la percepción de diferencia entre el servicio entregado y percibido, es decir un balance ventajoso para las percepciones de manera que estas superaran a las expectativas, implicaría calidad en el servicio y alta satisfacción con el mismo. Para determinar estas diferencias se encuentra 5 dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles.

Gap5 = f (Gap1, Gap2, Gap3, Gap4)	
Gap1	Diferencia entre las expectativas del cliente y las percepciones de la gestión de dichas expectativas.
Gap2	Diferencia entre la percepción de la gestión y las especificaciones de la calidad del servicio.
Gap3	Diferencia entre las especificaciones de calidad del servicio y el servicio actualmente entregado.
Gap4	Diferencia entre el servicio entregado y lo que es comunicado acerca del servicio a los clientes.
Gap5	Diferencia entre el servicio entregado y el servicio percibido.

Ilustración 1. Gaps del modelo SERVQUAL

Fuente: <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>

Este modelo está bastante masificado, es de fácil comprensión e incluye como eje fundamental la visión del cliente y sus requerimientos.

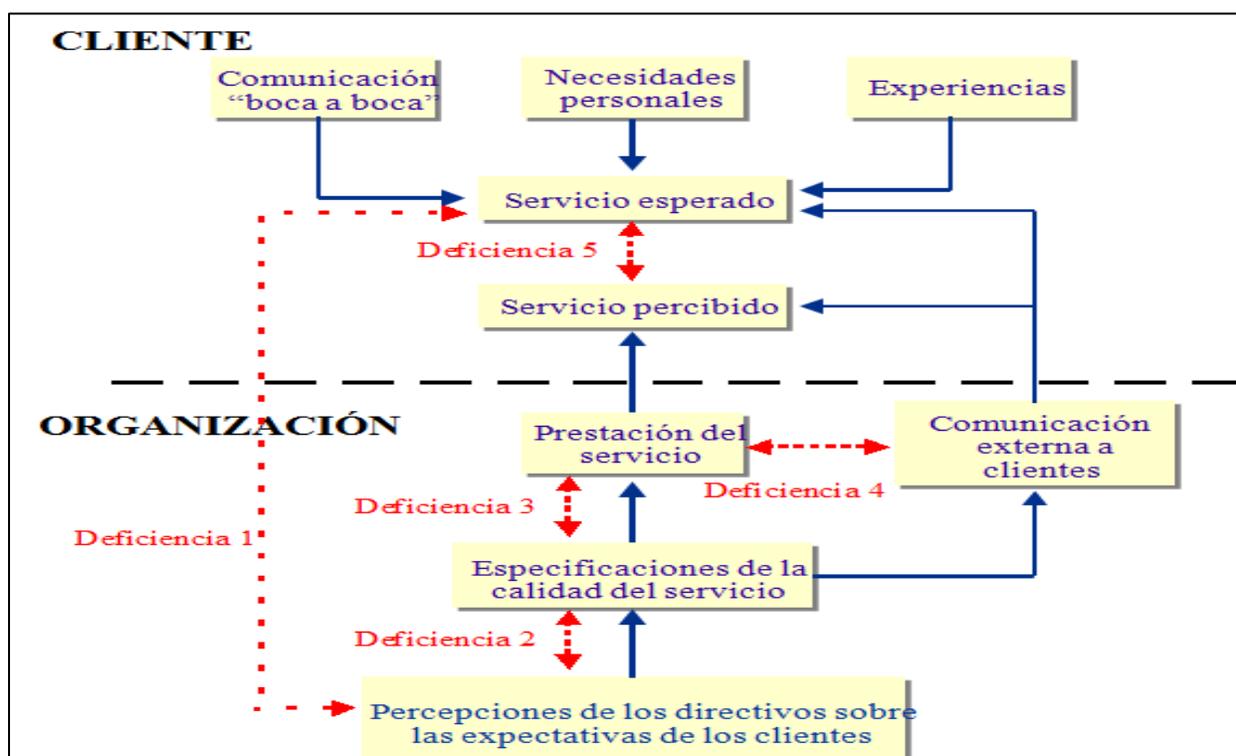


Ilustración 2. Esquema del Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio.

Fuente: <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>

6.1.3 Modelos de Excelencia en la Calidad

Constituyen una base para la realización de autoevaluaciones en organizaciones y para proporcionar retroalimentación a sus usuarios. Como misión es fortalecer la competitividad de las organizaciones y asegurar el cumplimiento de estándares de calificación internacional.

Modelo EFQM: Este modelo que mide la calidad de la gestión (excelencia empresarial), no normativo, que tiene por concepto central la evaluación basada en un análisis detallado del funcionamiento del sistema de gestión de la organización usando como guía 9 criterios abarca todas las áreas de funcionamiento de la organización.

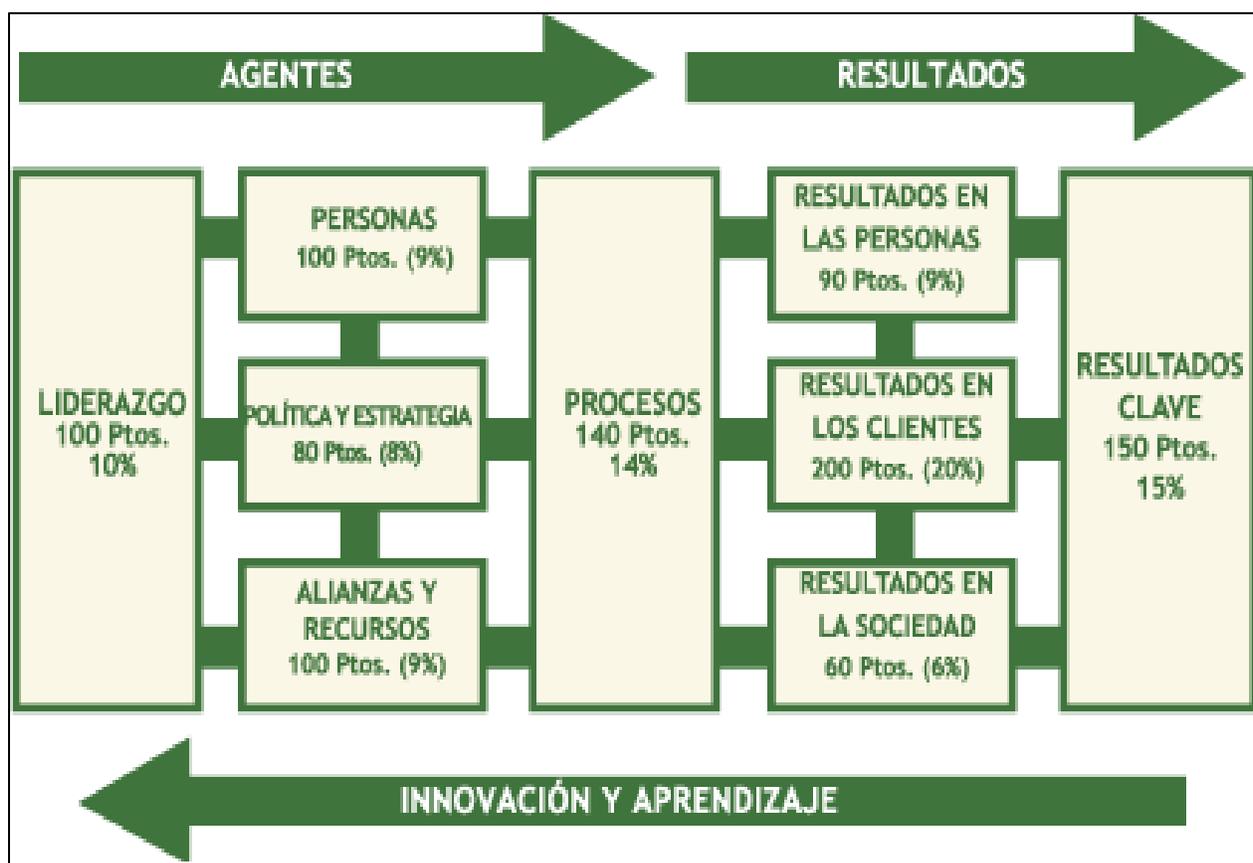


Ilustración 3. Modelo EFQM

Fuente. <http://www.efqm.org>

El modelo EFQM (European Fundacion Quality Managment), como lo muestra la figura abarca dos grandes ámbitos: facilitadores y resultados.

A través de la autoevaluación el modelo EFQM pretende una gestión más eficaz y eficiente. La identificación de los puntos fuertes y débiles aplicados a diferentes ámbitos de la organización es el punto de partida para el proceso de mejora continua.

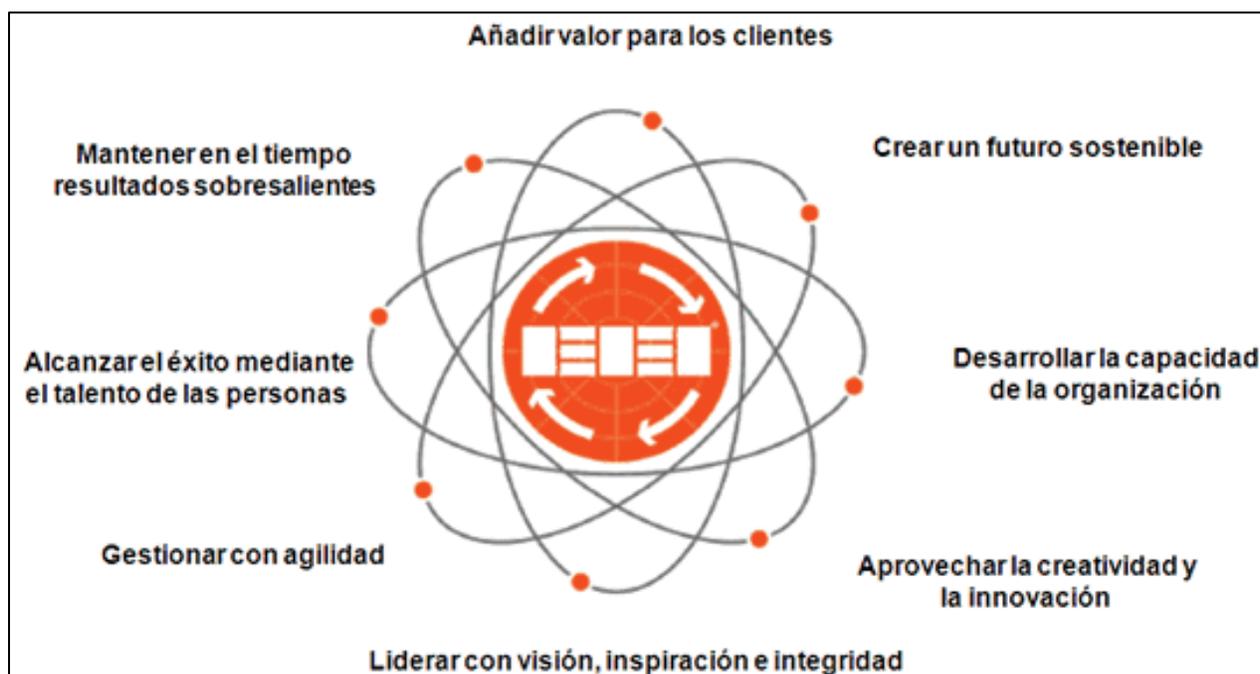


Ilustración 4. Conceptos fundamentales de excelencia – Modelo EFQM

Fuente. www.efqm.es

Modelo Deming: desarrollado en Japón y recoge la aplicación práctica de las teorías japonesas del control de la calidad y forma parte de las bases de la calidad total, este modelo está orientado al sector industrial, lo que busca es que los mecanismos de control de calidad en todas las áreas hayan logrado los resultados esperados, de igual forma busca la satisfacción del cliente y el bienes público.

En este modelo se tienen en cuenta siete criterios de evaluación de la gestión de calidad de la organización: políticas y objetivos; organización y operativa; educación y su disseminación; flujo de información y su utilización; calidad de productos y procesos; estandarización, gestión y control; garantía de calidad de funciones, sistemas y métodos; resultados y planes para el futuro.

De igual forma este modelo se enfoca en 14 principios fundamentales para lograr el cumplimiento de la satisfacción del cliente y el bienestar público.



Ilustración 5. Modelo Deming

Fuente. <https://www.ceupe.com/blog/modelos-de-gestion-de-calidad-total.html>

Modelo Malcom Baldrige: modelo de gestión de excelencia estadounidense, basado en la creencia de que la Calidad Total es necesaria para que las organizaciones puedan competir en el mercado internacional, y su uso está basado en que gestión de la calidad total es para aumentar la competitividad de las empresas.

Los criterios que el modelo considera para su evaluación son: liderazgo, planificación estratégica, enfoque en el cliente y en el mercado, dimensión análisis y dirección del conocimiento, enfoque de los recursos humanos, dirección de procesos y resultados económicos y empresariales.

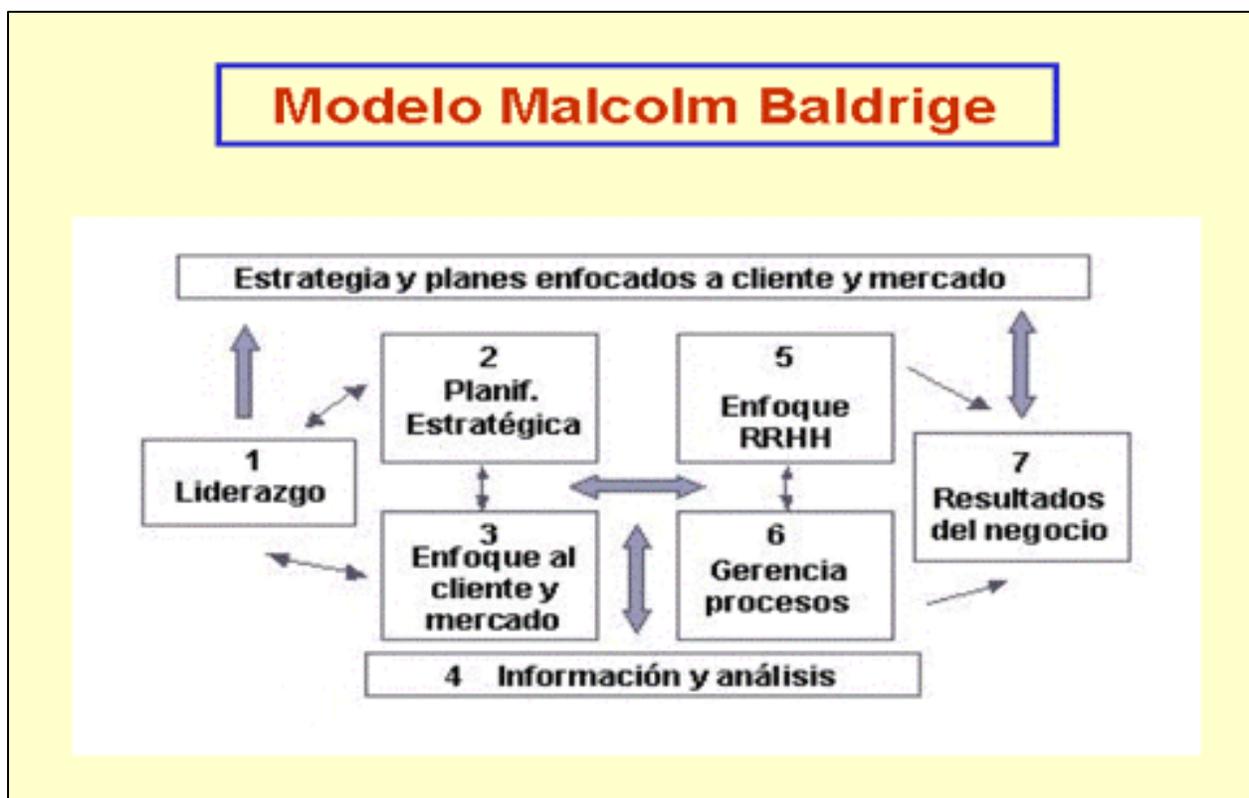


Ilustración 6. Modelo Malcom Baldrige

Fuente. <http://calidadafacemepico2016ii.wikidot.com/talk:talk:talk:talk:talk:undefined>

Modelo Iberoamericano de excelencia en la gestión: este modelo incluye un glosario de términos de calidad y excelencia, basado igual que los anteriores modelos pero con una incorporación en el ámbito de facilitadores y que se refiere a procesos por la atención a los clientes y extendiendo el concepto de liderazgo del modelo europeo a estilo de gestión. Este modelo puede ser aplicado a todo tipo de empresas y sirve como referente para evaluar una organización, establecer planes de progreso, identificar sus puntos fuertes y áreas de mejora, y así mismo es una poderosa fuente de información para el desarrollo y la planificación estratégica.



Ilustración 7. Modelo Iberoamericano de excelencia en la gestión

Fuente. www.fundibeq.org

Modelo chileno de calidad. Su objetivo es impulsar en la empresa privada y pública un movimiento de desarrollo de la productividad y calidad en la entrega de productos y servicios. A diferencia de otros sistemas este es un esquema sistémico, que considera criterios, subcriterios y áreas de análisis, su foco está en los resultados de la organización en variados niveles. No es un modelo normativo y ofrece flexibilidad en la implementación, se basa en ocho criterios.



Ilustración 8. Modelo Chileno de calidad

Fuente. <http://www.chilecalidad.cl/#!products/cfvg>

En el seguimiento de este objetivo, y en relación a la calidad son variadas las teorías y modelos que se han generado a lo largo del tiempo, se ve a continuación una comparación de modelos de gestión de calidad en la satisfacción al cliente.

6.1.4 Cuadro comparativo de modelos de gestión de calidad de satisfacción al cliente

NORMAS	VERSION	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO	QUIENES PUEDEN APLICAR	TITULO DE CERTIFICADO	PERIODO DE REVISION
INTERNATIONAL ORGANIZATION STANDARDIZATION	NORMAS ISO DE CALIDAD	Movimiento de estandarización más difundido en la actualidad	Sistematizar las iniciativas en gestión de calidad que estaban apareciendo en distintos países del mundo.	Empresas públicas y privadas sin diferenciar el tamaño.	SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD	Anual
	ISO 9000	Es la más aplicada, cumple con definir los requerimientos que debe tener un sistema de calidad en una organización.	Organización enfocada al cliente Liderazgo participación del personal Enfoque del sistema hacia la gestión Mejora continua Enfoque hacia la toma de decisiones Relación mutuamente beneficiosa con el proveedor.			
	ISO 9001	Especifica requisitos para un sistema de gestión de la calidad que pueden ser utilizados para su aplicación interna por las organizaciones. El proceso de quejas descrito es esta norma puede utilizarse como un elementos de gestión de la calidad.	Aumentar la satisfacción del cliente a los procesos de mejora continua.			

NORMAS	VERSION	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO	QUIENES PUEDEN APLICAR	TITULO DE CERTIFICADO	PERIODO DE REVISION
	ISO 9004	Proporciona orientación sobre la gestión del éxito sostenido de una organización. El uso de la Norma ISO 10002 puede promover la mejora del desempeño en las áreas de tratamiento de las quejas e incrementar la satisfacción del cliente y de otras partes interesadas para facilitar el logro del éxito sostenido. También puede facilitar la mejora continua de la calidad de los productos basándose en la retroalimentación del cliente y de otras partes interesadas.	Ayudar en la consecución del éxito sostenido independientemente de las características de la organización.			
	ISO 10001	Contiene orientación sobre los códigos de conducta de las organizaciones relativos a la satisfacción del cliente. Estos códigos pueden disminuir la probabilidad de que surjan problemas y pueden eliminar las causas de quejas y conflictos que pueden disminuir la satisfacción del cliente.	Proporciona orientación para la planificación, el diseño, el desarrollo, la implementación, el mantenimiento y la mejora de los códigos de conducta para la satisfacción del cliente.			Anual
INTERNATIONAL ORGANIZATION STANDARDIZATION	ISO 10002	Permite identificar las diferentes áreas de la organización donde pueden mejorar y eliminar la causa de las reclamaciones de los clientes de manera eficiente, lo que le permite una garantía en la satisfacción con el servicio que ofrece. Destaca los procesos y los controles de administración que facilitan la gestión de las reclamaciones de los clientes de manera eficiente. La Norma ISO 10002, es compatible con las Normas ISO 9001 e ISO 9004	Conseguir la eficiencia operativa a la hora de identificar las tendencias y las causas de las reclamaciones.		SATISFACCIÓN DEL CLIENTE Y GESTION DE RECLAMACIONES	Anual

NORMAS	VERSION	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO	QUIENES PUEDEN APLICAR	TITULO DE CERTIFICADO	PERIODO DE REVISION
INTERNATIONAL ORGANIZATION STANDARDIZATION	ISO 10003	Contiene orientación sobre satisfacción del cliente – directrices para la resolución de conflictos de forma externa a las organizaciones; la resolución de conflictos relativos a las quejas relacionadas con el producto que podría no haberse resuelto satisfactoriamente de manera interna; puede ayudar a minimizar la insatisfacción del cliente originada por quejas sin resolver.	Ayudar en el diseño de un proceso de resolución de conflictos a los reclamantes, y selección de un proveedor de resolución de conflictos.		GC – SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Anual
	ISO 10004	Contiene orientación sobre el establecimiento de procesos eficaces para el seguimiento y la medición de la satisfacción del cliente. Se centra en los clientes externos de la organización. Le permite a empresa conocer sus propias fortalezas y debilidades, sobre las cuales podrá trazar las estrategias de mejora que le resulten más convenientes.	Fortalecer la confianza del cliente, proporcionar orientación al definir e implementar procesos para el seguimiento y la medición de la satisfacción del cliente. Identificar oportunidades para mejorar las estrategias de la empresa.		SATISFACCION DEL CLIENTE	Anual
	ISO 14000	Es un conjunto de normas que cubre aspectos del ambiente, de productos y organizaciones, se destaca la Norma ISO 14001, norma internacional de sistemas de gestión ambiental SGA, que ayuda a la organización a identificar, priorizar y gestionar los riesgos ambientales, como parte de la actividades económica-	Proporcionar a las organizaciones empresas los elementos para implantar un sistema medioambiental efectivo.		GESTION MEDIOAMBIENTAL	

NORMAS	VERSION	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO	QUIENES PUEDEN APLICAR	TITULO DE CERTIFICADO	PERIODO DE REVISION
MODELO CENTRADOS EN EL CLIENTE	MODELO SERVQUAL	Modelo de medición de calidad de servicio, multidimensional. Se entiende la calidad como la percepción de diferencia entre el servicio entregado y percibido, hace un balance de las percepciones, de manera que superen las a las expectativas, implica calidad en el servicio. La calidad del servicio se determina en función de la percepción o Gaps (brechas). Está definido en diez determinantes de estas diferencias.	Mejorar la calidad de servicio ofrecida por una organización. Evaluar por un lado la calidad esperada y por otro lado la calidad percibida, una vez se obtienen los resultados medios y se toma la decisión de cómo se establecerá el peso de cada dimensión en la calidad del servicio total.	Empresas que prestan servicios	INDICE DE CALIDAD DEL SERVICIO (ISC)	
MODELOS DE EXCELENCIA EN LA CALIDAD	MODELO EFQM Europea Fundación Quality Management (1989)	Modelo que mide la calidad de la gestión o sea la excelencia empresarial, no normativa. Es una evaluación basada en un análisis detallado del funcionamiento del sistema de gestión de las organizaciones usando como guía 9 criterios. Considera un conjunto de reglas para evaluar el comportamiento de la organización en cada criterio agrupados en dos ámbitos: facilitadores y resultados.	Evaluación del progreso de un Sistema de Gestión de una determinada organización, basándose en los criterios propios del Modelo.	El modelo puede ser aplicado en cualquier tipo de organización sin importar el sector, tamaño, madurez o estructura. Especialmente empresas públicas de los diferentes países de la Unión Europea.	PREMIO EUROPEO A LA CALIDAD	

NORMAS	VERSION	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO	QUIENES PUEDEN APLICAR	TITULO DE CERTIFICADO	PERIODO DE REVISION
	MODELO GERENCIAL DEMING DE GESTION TOTAL DE LA CALIDAD	<p>Este modelo se desarrolla en Japón (1951). Satisfacción de los trabajadores (clientes internos) Mejora continua de: procesos, productos, servicios. Con el fin de propiciar la satisfacción del cliente y garantizar la evolución y supervivencia organizacional. Tiene un control estadístico de los procesos, para mejorar la calidad basados en evidencias; busca la resolución de los problemas mediante el trabajo en equipo y mejoramiento continuo por medio de los ciclos de mejora del desempeño.</p> <p>El modelo Deming se basa en 7 criterios y 14 principios fundamentales</p>	<p>Comprobar que mediante la implantación del control de calidad en toda organización, se obtenga un buen resultado.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Control estadístico - Resolución de problemas (trabajo en equipo) - Perfeccionamiento y aprendizaje continuo. 	<p>Empresas o divisiones de empresas</p> <p>Personas que muestren logros excelentes en la teoría o en la aplicación del control de la calidad por estadísticas o que contribuya notablemente a la difusión de las técnicas de control de calidad por estadísticas, así como su aplicación.</p>	PREMIOS DEMING	ANUAL
MODELO CENTRADOS EN EL CLIENTE	MODELO MALCOM BALDRIGE	<p>Modelo de gestión de excelencia estadounidense. Establece que los líderes de la organización deben estar orientados a la dirección estratégica y a los clientes. También deben dirigir, responder y gestionar el desempeño basándose en los resultados. Como base de cumplimiento estos indicadores del desempeño, conocimiento organizativo, sobre las que se construye las estrategias claves.</p> <p>Las estrategias deben estar relacionadas con procesos claves y alineados de los recursos. Así se obtendrá una mejora continua en el desempeño de la organización y la satisfacción de los clientes.</p>	<p>Proporcionar permanentemente mayor valor a los clientes y grupos de interés, contribuyendo sostenibilidad a la organización. La mejora de la eficacia y de las capacidades de toda la organización. Aprendizaje, tanto organizacional como personal.</p>		PREMIO NACIONAL DE CALIDAD MALCOM BALDRIGE	

NORMAS	VERSION	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO	QUIENES PUEDEN APLICAR	TITULO DE CERTIFICADO	PERIODO DE REVISION
	MODELO IBEROAMERICANO DE EXCELENCIA EN LA GESTION	Derivado de un modelo Europeo. Creado en 1999 y actualizado en 2005. Sigue la misma estructura pero incluye dos variaciones a nivel de criterios cambiando el ámbito de los facilitadores por la atención al cliente y extiende el concepto de liderazgo a estilo de gestión.	Evaluación de la gestión de las organizaciones, identificando sus puntos fuertes y áreas de mejoras que sirvan para establecer planes de progreso y también sirva como información para el desarrollo y la planificación estratégica-	Todo tipo de empresas	PREMIOS A LA CALIDAD	PREMIO IBEROAMERICANO DE LA CALIDAD
MODELO CENTRADOS EN EL CLIENTE	MODELO CHILENO DE CALIDAD	Inspirado en el Modelo Malcom Baldrige. Modelo no normativo, ofrece flexibilidad sobre su implementación en el marco de los criterios que plantea. A diferencia de otros modelos este es un modelo sistémico que considera criterios, subcriterios y áreas de análisis. Se basa en los resultados de la organización en variados niveles a través de ciclos de mejora continua e innovación; proporciona además un sistema que permite evaluar todos los ámbitos de la gestión. A través de un puntaje la organización conoce cuál es su nivel y cuáles son los aspectos que debe mejorar. Lo que permite realizar planes de mejora para abordar los aspectos bajos, luego volver a evaluar para continuar con la mejora continua.	Lograr resultados excelentes, logrando que cada ámbito de gestión sea abordado como un proceso y que los resultados sean favorables. Es la eficacia de los procesos.	Todo tipo de empresas	PREMIO NACIONAL DE CALIDAD (PNC)	

6.2. Para Dar respuesta al Segundo Objetivo de la Investigación se Elaboró un Diagnóstico del Estado Situacional de la Satisfacción del Cliente de la Empresa Servitranstur S.A.S.

6.2.1 Tabulación de Datos

A continuación se muestran los resultados de las encuestas aplicadas al personal administrativo y operativo de la empresas Servitranstur S.A.S., gracias a la aplicación de esta herramienta se identificó las limitaciones y causas que pueden generar las quejas interpuestas por los clientes; el total del personal encuestado es 26 colaboradores (incluye la gerencia de la empresa), a continuación se describe la información:

1. ¿Tiene usted conocimiento de la Norma NTC - ISO 10002:2004?

Tabla 1

Conocimiento de la Norma

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	5	19%
No	21	81%
Total	26	100%

Fuente: Datos del estudio

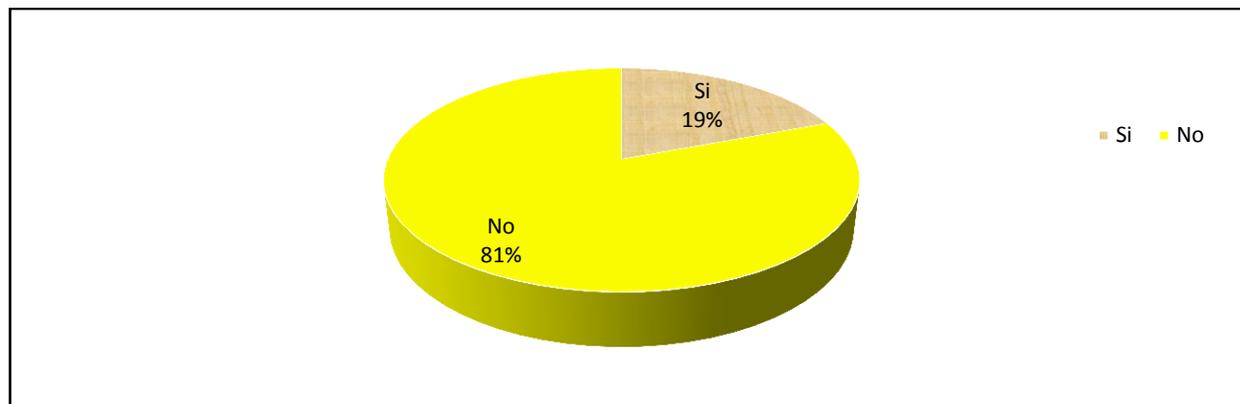


Figura 1. Conocimiento de la Norma

Fuente: Datos del estudio

Análisis: se determina que el 81% del personal no tiene conocimiento sobre la norma, solo el 19% tiene el conocimiento, por lo que la empresa debe iniciar un proceso de capacitación a todos sus colaboradores y así ellos puedan aplicarlos a la hora de atender un cliente así no solo se beneficia el colaborador sino que la empresa también se beneficia y optimiza los procesos.

2. ¿Conoce usted las principales quejas y reclamos interpuestos por los clientes de Servitranstur S.A.S.?

Tabla 2

Conocimiento de las quejas y reclamos de los clientes

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	3	12%
No	23	88%
Total	26	100%

Fuente: Datos del estudio

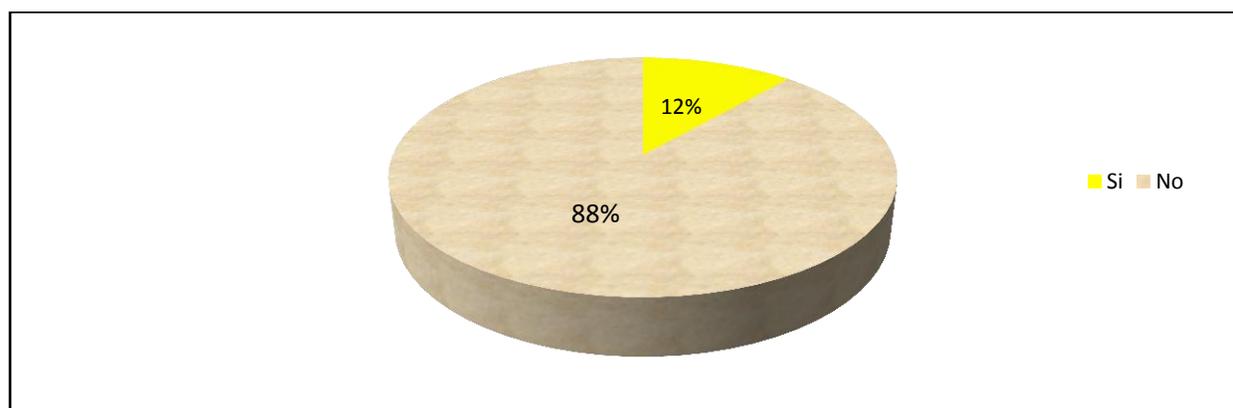


Figura 2. Conocimiento de las quejas y reclamos de los clientes

Fuente: Datos del estudio

Análisis: se observa que el 88% del personal encuestado no tiene conocimiento de las quejas y reclamos interpuestos por los clientes de la organización, y el 12% manifiesta que sí; lo que indica que es necesario que la empresa realice un modelo de gestión de calidad en cuanto a la satisfacción del cliente en atención a las quejas y reclamos, incluyendo todos los procedimientos, direccione quien será el encargo de dicho procedimiento, ya que el sistema de quejas y reclamos es de vital importancia en una organización.

3. ¿Cómo cree usted que es la calificación del servicio prestado y el medio de transporte?

Tabla 3

Calificación del servicio y el medio de transporte

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Excelente	14	54%
Bueno	7	27%
Falta Mejorar	1	4%
Fallas en el vehículo	2	7%
Inconforme	2	8%
Total	26	100%

Fuente: Datos del estudio

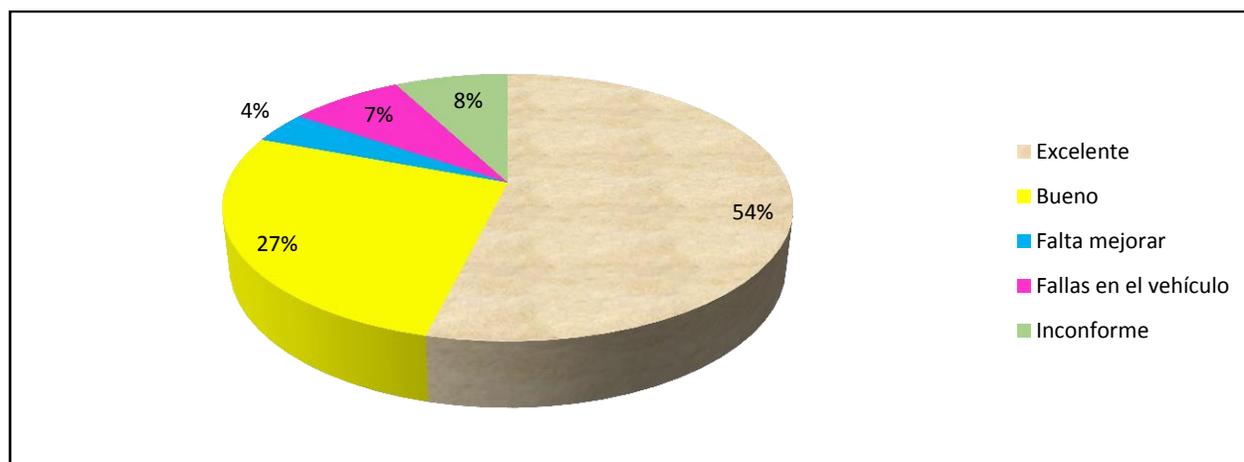


Figura 3. Calificación del servicio y el medio de transporte

Fuente: Datos del estudio

Análisis: De acuerdo a los datos arrojados se deja ver claramente que los colaboradores de la empresa no tienen claro cómo están siendo evaluados por los clientes, las opiniones y conceptos de los diferentes empleados es variada por lo que se hace necesario el diseño del sistema de quejas y reclamos para que la empresa identifique en que están fallando a la hora de prestar el servicio al cliente.

4. ¿Se atienden las peticiones, quejas y reclamos del usuario en forma ágil y oportuna?

Tabla 4

Atienden las peticiones, quejas y reclamos del usuario en forma ágil y oportuna

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	3	15%
No	19	73%
Algunas veces	3	12%
Total	26	100%

Fuente: Datos del estudio

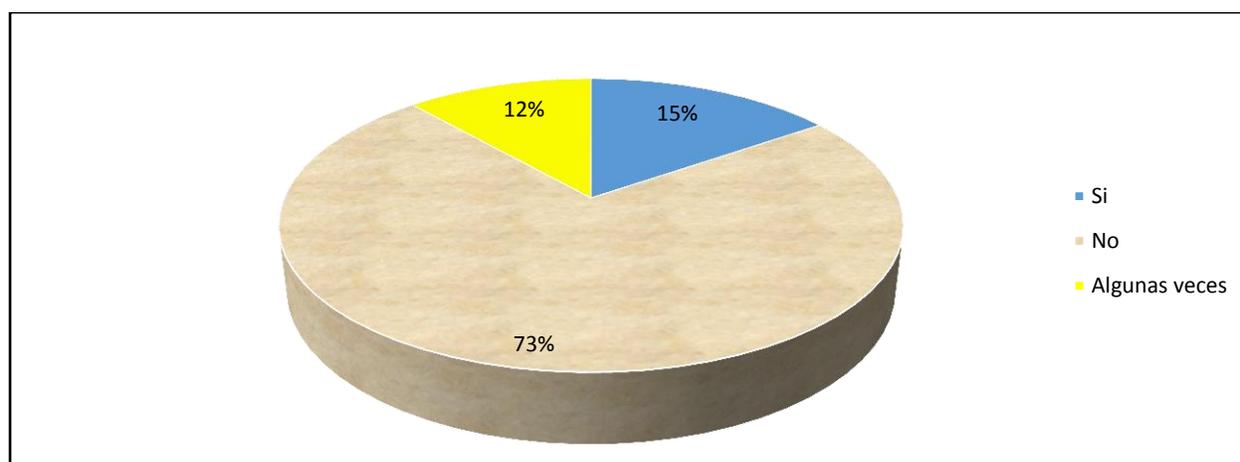


Figura 4. Atienden las peticiones, quejas y reclamos del usuario en forma ágil y oportuna

Fuente: Datos del estudio

Análisis: Se evidencia en un 73% que los colaboradores de la organización tienen claro que no atienden las peticiones, quejas y reclamos que los usuarios interponen por lo que deja ver la falta de compromiso desde la misma gerencia hacia el cliente, en algunas veces el 12% manifiestan que si las atienden y 15% que sí, es importante que la organización defina medidas inmediatas en la atención de las quejas y reclamos, ya que es un factor clave dentro de la organización porque permite identificar las falencias que se originan dentro de la misma y para lo cual la empresa debe buscar soluciones inmediatas.

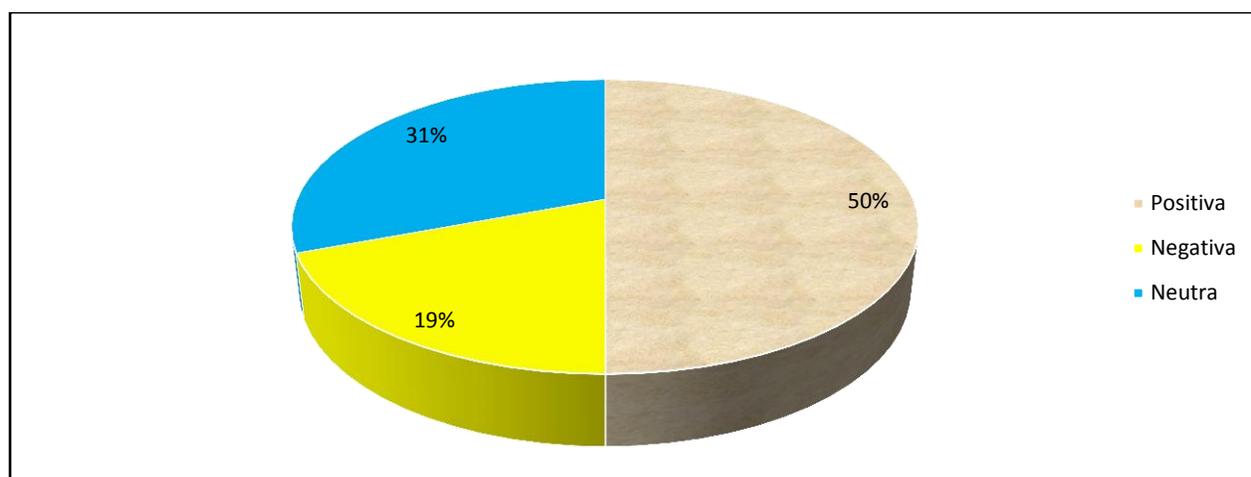
5. ¿Cuál cree usted qué es la posición del usuario (fidelización)?

Tabla 5

Cuál cree usted qué es la posición del usuario (fidelización)

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Positiva	13	50%
Negativa	5	19%
Neutra	8	31%
Total	26	100%

Fuente: Datos del estudio



*Figura 5.*Cuál cree usted qué es la posición del usuario (fidelización)

Fuente: Datos del estudio

Análisis: de acuerdo a los porcentajes arrojados en la gráfica las respuestas de los colaboradores incluyendo la gerencia se encuentra dividida, el 50% expresan que la fidelización de los clientes es positiva, y el otro 50% dividida en neutral y negativa, dejan ver claramente que los clientes poco a poco está dejando de ser fieles con la empresa y están empezando a evaluar las posibilidades de transportarse con otras empresas del sector.

6. ¿Existen las condiciones y recursos necesarios, para ofrecer procesos de servicio óptimo?

Tabla 6

Existen condiciones y recursos necesarios, para ofrecer procesos de servicio óptimo

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	22	85%
No	4	15%
Total	26	100%

Fuente: Datos del estudio

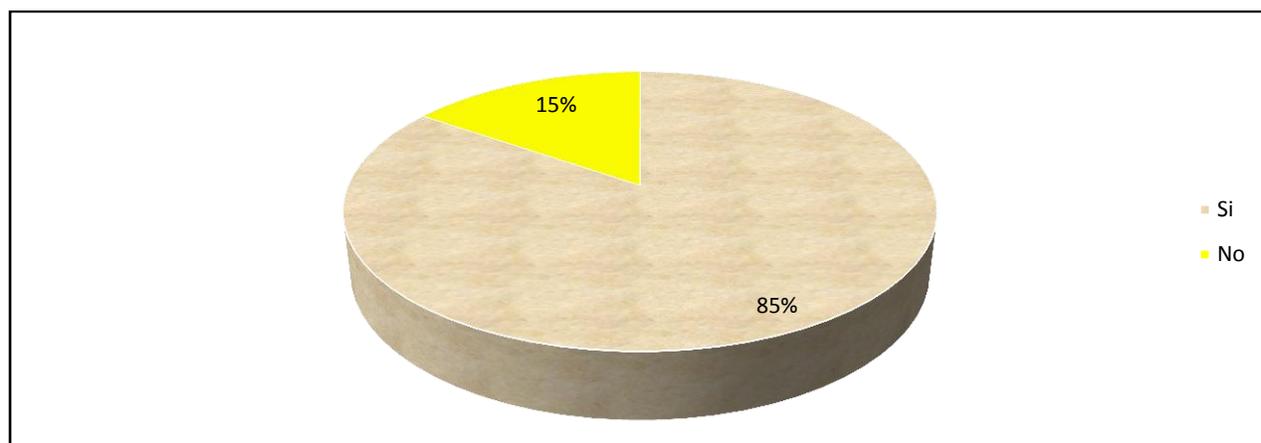


Figura 6. Existen condiciones y recursos necesarios, para ofrecer procesos de servicio óptimo

Fuente: Datos del estudio

Análisis: El personal colaborador de la organización en un 85% manifiesta que la empresa cuenta con los recursos necesarios para mejorar el servicio y optimizar los procesos, implementando un modelo de gestión de calidad que atienda las quejas y reclamos, así la organización evidenciará las peticiones realizadas por los clientes y buscará la forma de mejorarlas así verá reflejados resultados financieros positivos.

7. ¿Califique la amabilidad del servicio, oportunidad del mismo y calidad de la información suministrada al usuario?

Tabla 7

Amabilidad del servicio, oportunidad del mismo y calidad de la información suministrada al usuario

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Excelente	15	58%
Buena	6	23%
Regular	5	19%
Total	26	100%

Fuente: Datos del estudio

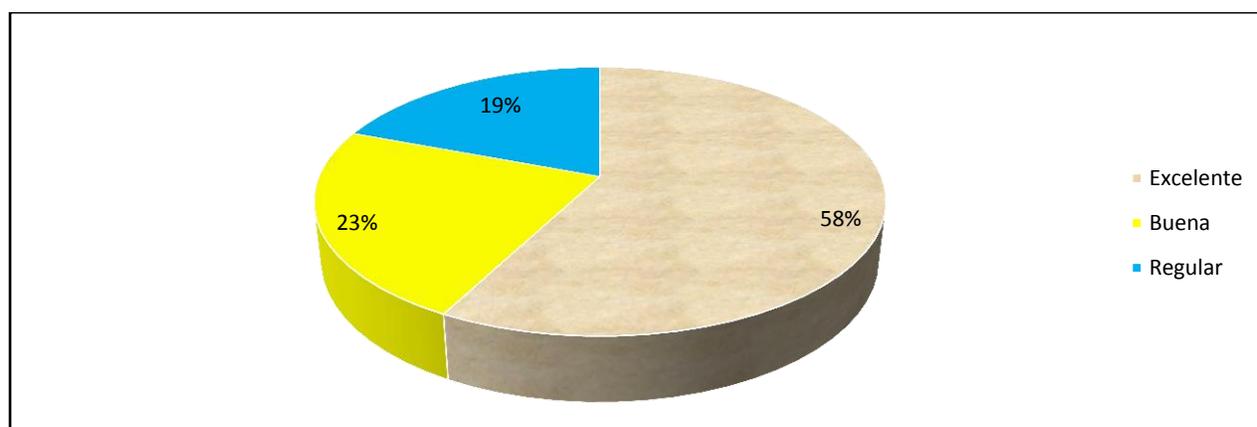


Figura 7. Amabilidad del servicio, oportunidad del mismo y calidad de la información suministrada al usuario

Fuente: Datos del estudio

Análisis: la gráfica muestra que el servicio, la oportunidad del mismo y la calidad de la información es excelente en un 58% y buena en un 23%, lo que deja ver que el servicio hay que mejorarlo, a empresa debe verificar las quejas y darles solución oportuna con el fin de evidenciar en que se está fallando a la hora de prestar el servicio ya que el porcentaje de Regular es alto con un 19%.

8. ¿Se siente orgulloso de pertenecer a la empresa Servitranstur S.A.S.?

Tabla 8

Se siente orgulloso de pertenecer a la empresa Servitranstur S.A.S.

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	19	73%
No	2	8%
Pero con algún matiz	5	19%
Total	26	100%

Fuente: Datos del estudio

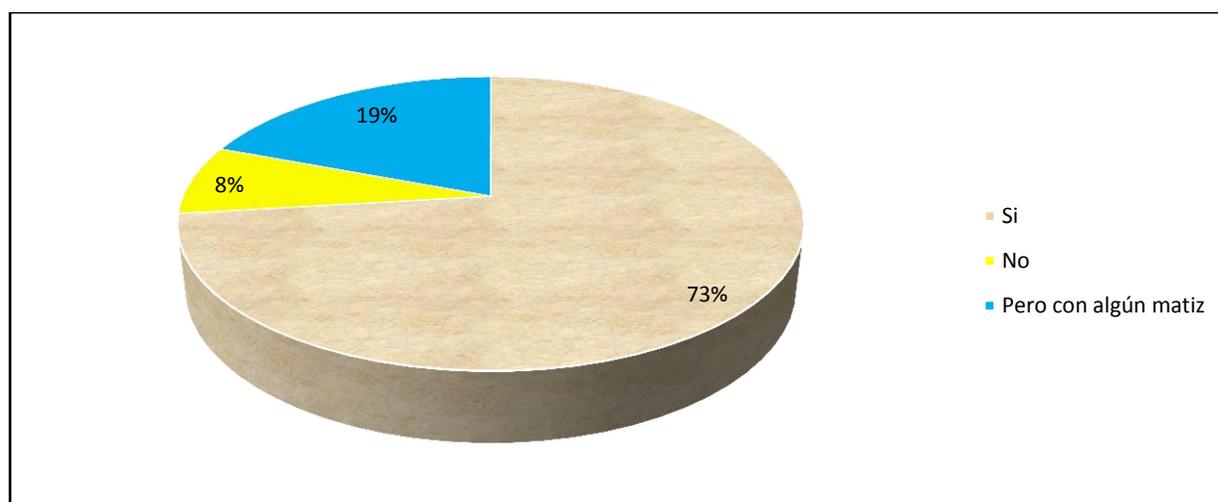


Figura 8. Se siente orgulloso de pertenecer a la empresa Servitranstur S.A.S.

Fuente: Datos del estudio

Análisis: Se evidencia que los colaboradores sienten que la empresa es buena, que están orgullosos de trabajar en ella en un 73%, es importante resaltar que el 19% del personal se siente bien en la empresa pero evidencia algunas diferencias que deben ser mejoradas, y un 8% no se siente bien de pertenecer a esta organización, por lo que la empresa debe implementar cambios inmediatos y evidenciar qué sucede con algunos colaboradores y buscar las soluciones que correspondan

9. ¿Existen condiciones ambientales en sus puestos de trabajo?

Tabla 9

Condiciones ambientales en sus puestos de trabajo

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	221	81%
No	5	19%
Total	26	100%

Fuente: Datos del estudio

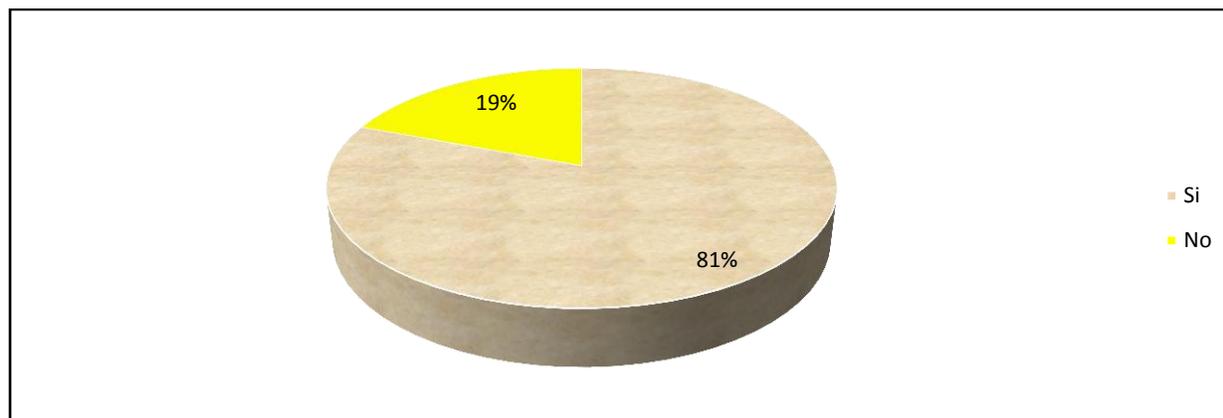


Figura 9. Condiciones ambientales en sus puestos de trabajo

Fuente: Datos del estudio

Análisis: el 81% de los encuestados manifiesta que trabajan en condiciones ambientales de los puestos de trabajo y el 19% manifiesta lo contrario, por lo que se debe realizar un diagnóstico que evidencie quienes están en condiciones que los está afectando con el fin de evitar malestar laborales, signos que se reflejan a la hora de brindar un servicio de calidad.

En el análisis de los resultados de la entrevista a los colaboradores de la empresa se identificó las siguientes variables, y las posibles causas que puedan generar la falta de compromiso y revisión de las quejas interpuestas por los clientes.

Tabla 10

Documentos generales

Documentos generales				
	Sí	No	Parcial	Observaciones
Los procesos están identificados, y caracterizados así como la secuencia e interacción de estos.		81%	19%	
Se aplican los procesos necesarios para el SGC en la organización.		92%	8%	
Existe un manual de calidad.		100%		
Los procesos del mapa de procesos tienen procedimientos e instructivos		100%		

Documentos generales				
	Sí	No	Parcial	Observaciones
documentados.				

Fuente: Datos del estudio

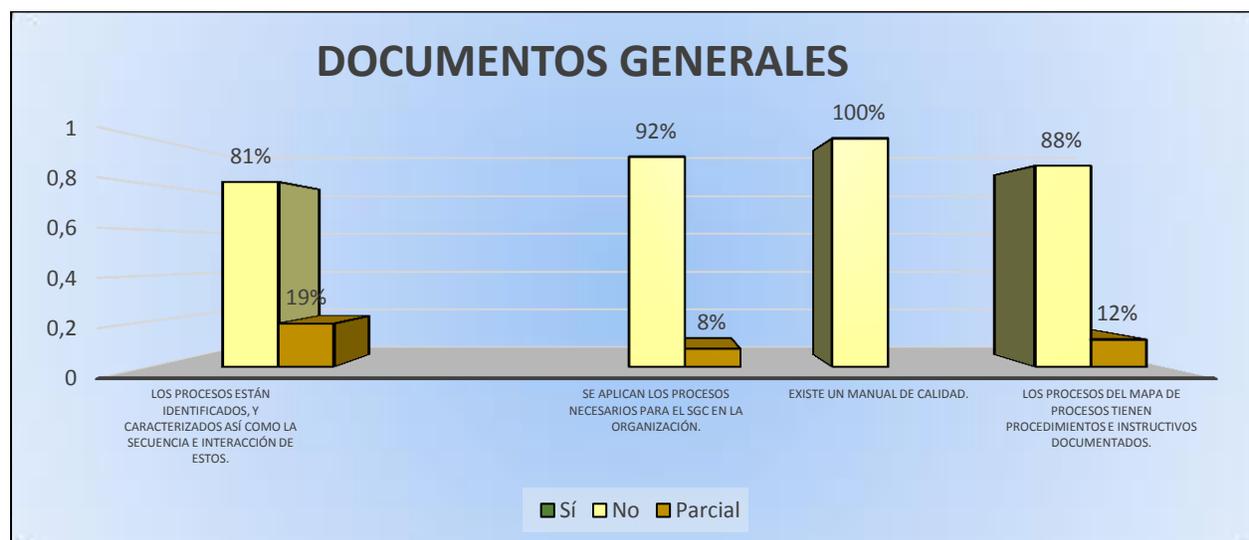


Figura 10. Documentos generales

Fuente: Datos del estudio

Tabla 11

Contexto de la organización

Contexto de la organización				
	Sí	No	Parcial	Observaciones
La empresa cuenta con una planeación estratégica actualizada.	4%	81%	15%	Ha iniciado el proceso pero le falta mucho
Se tienen identificadas las partes interesadas y sus requisitos		73%	27%	

Fuente: Datos del estudio



Figura 11. Contexto de la organización

Fuente: Datos del estudio

Tabla 12

Liderazgo

Liderazgo				
	Sí	No	Parcial	Observaciones
Existe una declaración documentada de la política de calidad.		96%	4%	
Existe una declaración documentada de los objetivos de calidad.		96%	4%	
Existe un organigrama y está actualizado con los cargos existentes.	11%	4%	85%	
Existen manuales de funciones y descripción de los perfiles para cada cargo.	49%	3%	31%	
Existen procedimientos documentados necesarios para la planificación, operación y control de los procesos.	19%	8%	73%	

Fuente: Datos del estudio

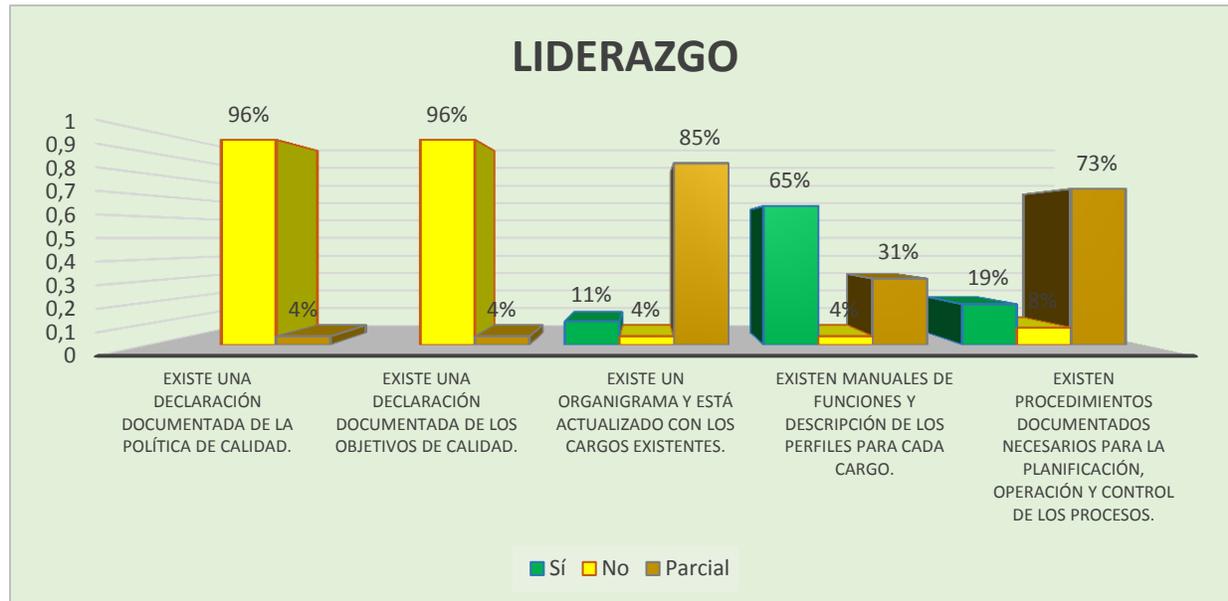


Figura 12. Liderazgo

Fuente: Datos del estudio

Tabla 13

Planificación

Planificación				
	Sí	No	Parcial	Observaciones
Se cuenta con una matriz de riesgos o panorama de riesgos.	58%	4%	38%	Esta desactualizada
Se tiene definidos objetivos de calidad por procesos.	36%	16%	48%	

Fuente: Datos del estudio

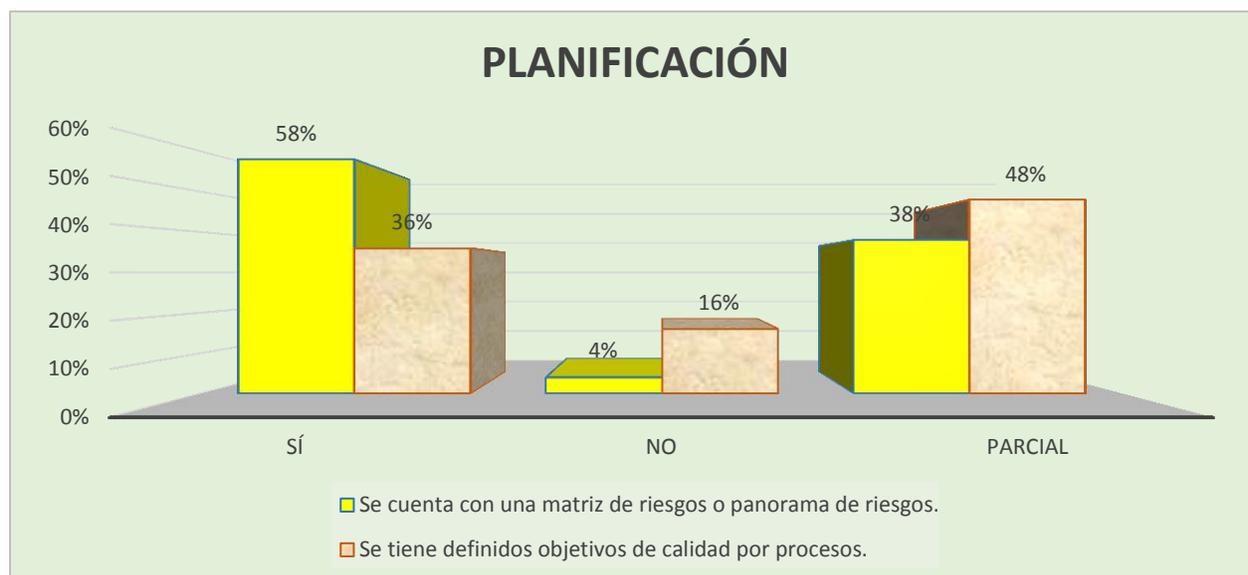


Figura 13. Planificación.

Fuente: Datos del estudio

Tabla 14

Soporte.

Soporte				
	Sí	No	Parcial	Observaciones
La empresa ha elaborado un presupuesto para el sistema de gestión de calidad.	4%	81%	15%	
Se tiene establecido un programa de mantenimiento para la infraestructura.	8%	8%	84%	
Se tiene un programa de capacitación definido con sus respectivos formatos.	2%	96%	2%	
Existen documentos que definan los procedimientos y directrices para la selección, vinculación y capacitación del personal.	4%	88%	8%	
Existe una metodología para evaluar el desempeño y se tienen los respectivos formatos.	63%	19%	12%	
Se tiene un documento para evaluar el clima organizacional.	81%	4%	15%	Falta actualizarlo
Existe un documento donde se definen las directrices para la comunicación en la		96%	4%	

Soporte				
	Sí	No	Parcial	Observaciones
organización.				
Existe un procedimiento para la elaboración, modificación control de los documentos.		100%		
Existe un procedimiento para la elaboración, modificación y control de los registros.		100%		

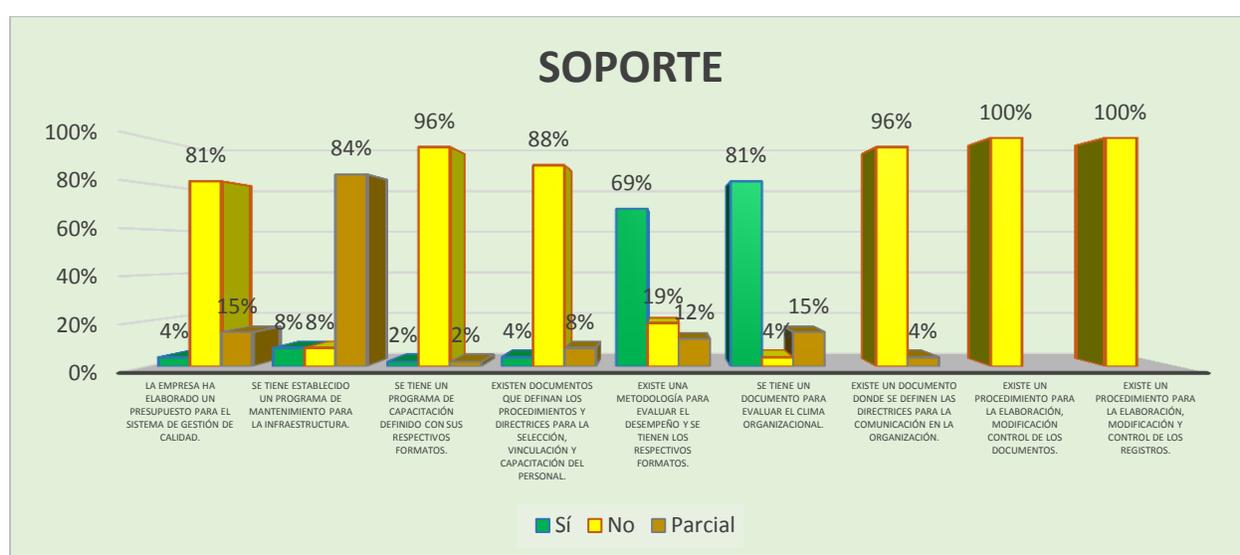


Figura 14. Soporte

Fuente: Datos del estudio

Tabla 15

Operación

Operación				
	Sí	No	Parcial	Observaciones
Se cuenta con procedimientos para la planificación del servicio.	77%	8%	15%	Solo es manejado para el área comercial
Hay documentos que evidencien la interacción con el cliente.		100%		
Se tiene documentos que evidencien la		100%		

Operación				
	Sí	No	Parcial	Observaciones
comunicación con el cliente.				
Se tiene información documentada para los proveedores externos.	15%	12%	73%	
Se cuenta con documentos que definan como se controla el servicio.	4%	85%	3%	Se está empezando a implementar
Existen registros que permitan la trazabilidad del servicio prestado.		73%	27%	
Se tienen documentos que evidencien que se realizan actividades posteriores a la entrega del servicio.		9%	4%	
Existe Información documentada que describa los resultados de la revisión de los cambios.		100%		
Hay documentos que evidencien que se realizan actividades previas a liberar el servicio.	81%	11%	8%	Contrato del servicio Check list al vehículo Orden del servicio
Se ha establecido un procedimiento para los servicios no conformes con su respectiva documentación.		100%		

Fuente: Datos del estudio



Figura 15. Operación

Fuente: Datos del estudio

Tabla 16

Evaluación del desempeño

Evaluación del desempeño				
	Sí	No	Parcial	Observaciones
Se cuenta con documentación para evaluar el desempeño de los procesos.		100%		
Se determinan los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación, en su caso, para garantizar la validez de los resultados del SGC.		100%		
Se tiene establecido un procedimiento para las auditorías internas.		83%	12%	Se inició el proceso pero al no tener un líder de proceso quedo pendiente, falta una persona que sea el responsable

Fuente: Datos del estudio

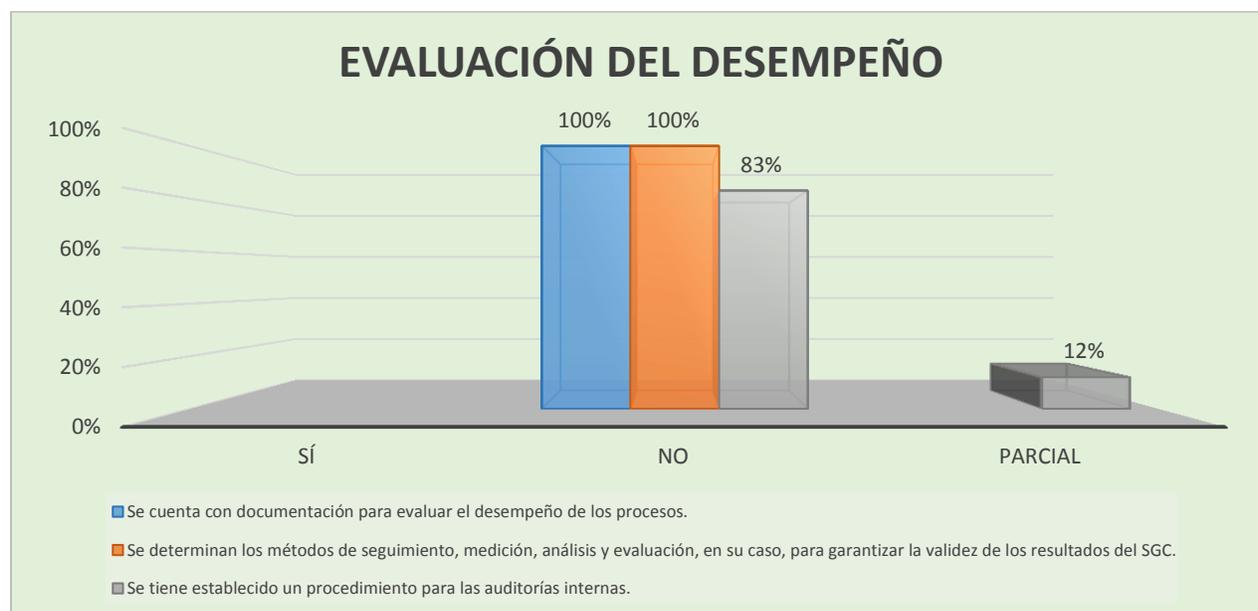


Figura 16. Evaluación del desempeño

Fuente: Datos del estudio

Análisis: de acuerdo a la información obtenida en la entrevista al personal de la empresa Servitranstur S.A.S., se evidencia que la empresa ha iniciado la implementación de algunos procedimientos, procesos, formatos en cada una de las áreas que componen la organización en pro de la mejora de la productividad, pero a pesar de los esfuerzos que ha realizado en compañía de sus colaboradores se hace necesario la implementación de un modelo de gestión de calidad y mediante éste se establecerán los lineamientos a seguir y los parámetros que debe cumplir, iniciar a cambiar la mentalidad con la que viene trabajando.

La implementación de un modelo de gestión de calidad le permitirá ser más competitiva en el mercado, con ventajas como optimización de los procesos, mejora en la organización interna, se verá afectada de alguna manera la flexibilidad ante los cambios, así mismo podrá evidenciar las ventajas frente a los clientes mediante servicios con estándares de cumplimiento y servicios de calidad, hará que el establecimiento de procedimientos y procesos le dará a cada área más organización y así podrá cada departamento establecer objetivos y metas de cumplimiento, realizar análisis de seguimiento a cada, revisión y verá reflejada la mejora permanente en cada uno de sus procesos.

Es de resaltar, que con respecto al liderazgo se evidencia que la empresa ha estado trabajando en la implementación de algunos procesos estratégicos como manuales de funciones, descripción de cargos, ha iniciado con algunos procedimientos necesarios para la planificación, operación y control de los procesos, pero debe rediseñar la estructura organizacional, establecer políticas de calidad, socializarlas y documentarlas para que todos los colaboradores tengan conocimiento de estos nuevos procesos que mejoran la situación de la organización, iniciar este proceso de cambios es de vital importancia e implica resaltar aspectos fundamentales como son los sistemas de gestión de calidad, que darán a la organización cambios significativos, nueva cultura organizacional, aumentar la productividad y reducir costos.

6.3 Como respuesta al tercer objetivo se tuvo en cuenta los lineamientos a la satisfacción del cliente para el tratamiento de quejas en la empresa Servitranstur S.A.S. con base en la Norma ISO 10002:2004

6.3.1 Presentación

	<p>LINEAMIENTOS DEL MODELO DE GESTIÓN DE CALIDAD EN EL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p>FECHA: 31-05-2018</p> <p>CODIGO: SGC-AC</p>
<p>1. Presentación</p> <p>Este lineamiento tiene como propósito establecer la metodología para realizar el seguimiento de la información y percepción del cliente con respecto al cumplimiento de sus requisitos, así como atender las quejas y sugerencias de los clientes.</p> <p>La presente propuesta presenta los siguientes ítems: objetivo, alcance, glosario, política, marco jurídico y normativo; seguimiento y establecimiento de disposición para el tratamiento de quejas y sugerencias de los clientes, principios de orientación, compromiso y responsabilidad, comunicación, mantenimiento y mejora y auditoría. Al finalizar este capítulo, se presentan modelos de formatos y control de cambios, para el Modelo de gestión de calidad en el proceso de atención al cliente en la empresa Servitranstur S.A.S.</p> <p>2. Objetivo</p> <p>Establecer una metodología para atender de forma sistemática todas las recomendaciones del cliente, así como las quejas y sugerencias presentadas por los mismos, con el fin de contar con información para detectar oportunidades de mejora en los procesos y la prestación de los servicios. A través de los lineamientos establecidos en la Norma ISO 10002:2004, las partes interesadas y señaladas en este documento se les permitirá un medio de retroalimentación y contribución a la mejora continua.</p> <p>3. Alcance</p>		

El presente lineamiento establece el método para atender todas las recomendaciones del		
	<p>LINEAMIENTOS DEL MODELO DE GESTIÓN DE CALIDAD EN EL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p>FECHA: 31-05-2018</p> <p>CODIGO: SGC-AC</p>
<p>cliente, así como las quejas y sugerencias de los clientes y aplica a todas las áreas de la organización incluyendo en los diferentes procesos.</p>		
<p>4. Política</p> <p>La aplicación de este lineamiento está regulada por la alta dirección, la difusión e implantación del mismo. Los datos personales que se proporcionen por este medio de las quejas/sugerencias se encuentran protegidos de conformidad con la Ley de Habeas Data.</p>		
<p>5. Glosario</p> <p>Cliente: organización o persona que recibe el producto.</p> <p>Insatisfacción del cliente: percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos.</p> <p>Objetivo: tratamiento de la queja, algo que se busca o persigue.</p> <p>Parte interesada: persona o grupo que tiene un interés en el desempeño o éxito de la organización.</p> <p>Política: orientación e intenciones generales de la organización, relativas al tratamiento de las quejas, tal como se expresan formalmente por la alta dirección.</p> <p>Proceso: conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados.</p> <p>Queja: expresión de insatisfacción hecha a una organización, con respecto a sus productos o al propio proceso de tratamiento de las quejas, donde se espera una respuesta o resolución explícita o implícita.</p> <p>Reclamante: persona, organización o su representante, que expresa una queja.</p> <p>Retroalimentación: opiniones, comentarios y muestras de interés acerca de los productos o el proceso de tratamiento de las quejas.</p> <p>Servicio al cliente: interacción entre la organización y el cliente a lo largo del ciclo de vida del</p>		

producto.		
	<p>LINEAMIENTOS DEL MODELO DE GESTIÓN DE CALIDAD EN EL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p>FECHA: 31-05-2018</p> <p>CODIGO: SGC-AC</p>
<p>6. Marco jurídico y normativo</p> <p>Constitución Política de Colombia Artículo 15. Ley 1266 de 2008 - Habeas Data. Norma ISO 10002:2004</p> <p>7. Principios de orientación</p> <p>Para darle un mayor tratamiento de las quejas interpuestas por los clientes se establece un proceso de orientación establecido en los siguientes puntos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visibilidad Establecer un procedimiento para que el colaborador designado para el manejo de este modelo de gestión de calidad en el proceso de atención al cliente indique el conducto regular que debe seguir el cliente para interponer la queja. • Accesibilidad El procedimiento para interponer quejas debe ser claro, entendible para el cliente a la hora de diligenciarlo pueda comprender sin necesidad de que haya alguien que lo asesore, los formatos que lo soportan deben ser accesibles y visibles para que los clientes tengan acceso. • Respuesta diligente El colaborador asignado para el tratamiento de las quejas, debe darle reconocimiento inmediato a la acción realizada por el cliente, las quejas deben ser tratadas de acuerdo a la urgencia 		

	<p>LINEAMIENTOS DEL MODELO DE GESTIÓN DE CALIDAD EN EL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p>FECHA: 31-05-2018</p> <p>CODIGO: SGC-AC</p>
<p>que presente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos Interponer una queja por un cliente no tienen ningún costo y debe quedar claro. • Confidencialidad Debe haber un colaborador comprometido e íntegro, que la organización designará como responsable del modelo de gestión de calidad en el proceso de atención al cliente quien hará que el marco normativo y legal de estos lineamientos se le dé el cumplimiento de confidencialidad a que corresponda. • Enfoque al cliente La organización en el procedimiento establecerá el compromiso en la solución de las quejas interpuestas por los clientes, será receptiva a la retroalimentación y demostrará con acciones la solución y/o el manejo dado a la queja interpuesta. • Responsabilidad La organización debe establecer un responsable del modelo de gestión de calidad en el proceso de atención al cliente quien será el encargado de responder sobre las acciones y decisiones que la empresa dé en relación con el tratamiento de las quejas interpuestas por los clientes. • Mejora continua Con la revisión del modelo de gestión de calidad en el proceso de atención al cliente la alta gerencia evaluará el tratamiento de las quejas y la calidad con que fueron solucionadas, de 		

igual se forma se resalta que el procedimiento debe mantener continua mejora priorizando las sugerencias de los clientes.



LINEAMIENTOS DEL MODELO DE
GESTIÓN DE CALIDAD EN EL PROCESO
DE ATENCIÓN AL CLIENTE

FECHA:

31-05-2018

CODIGO: SGC-AC

8. Compromiso y responsabilidad

La alta gerencia de la organización debe estar comprometida con el tratamiento eficaz y eficiente del manejo de las quejas de los clientes, a través de indicadores de soluciones dadas a cada una de ellas e implementando reuniones mensuales de verificación según la periodicidad de quejas interpuestas por los clientes; lo que conlleva a una mejora continua en el proceso de la organización.

Es importante resaltar que la alta gerencia debe adquirir responsabilidades frente al modelo de gestión de calidad en el proceso de atención al cliente, como son:

- a. Revisión y aprobación del procedimiento de tratamiento de quejas y los formatos.
- b. Asegurar que el tratamiento de quejas sea planificado, diseñado e implementado, y el seguimiento del mismo de forma continua de acuerdo a la política de tratamiento de las quejas interpuestas por los clientes.
- c. Verificar y aprobar los indicadores que evaluarán el compromiso de soluciones de las quejas y el tiempo en el cual fueron solucionadas, la retroalimentación que se le hizo a las mismas.
- d. Identificar, evaluar y asignar el presupuesto del modelo de gestión de calidad en el proceso de atención del servicio al cliente.
- e. Nombrar un representante de los colaboradores para el tratamiento de las quejas y definir claramente sus responsabilidades y autoridades.
- f. Revisar y aprobar periódicamente los indicadores del proceso de tratamiento de las quejas para asegurar el cumplimiento del mismo.
- g. Asegurar que todos los colaboradores de la organización reciban capacitación del modelo de gestión de calidad en el proceso de atención al cliente, de igual establecer las

funciones y responsabilidades que tendrán cada uno de los colaboradores frente al modelo de gestión.

9. Seguimiento, establecimiento de disposición y seguimiento para el tratamiento de quejas

	<p>LINEAMIENTOS DEL MODELO DE GESTIÓN DE CALIDAD EN EL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	<p>FECHA: 31-05-2018</p> <p>CODIGO: SGC-AC</p>
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------

9.1 Comunicación

Una vez el personal colaborador de la empresa, nombrado el responsable del modelo de gestión de calidad, establecido el procedimiento, el proceso y los formatos a tener en cuenta en el modelo de gestión de calidad en el proceso de atención al cliente, la organización debe comunicar en forma clara y precisa como quedó diseñado el procedimiento, proceso y formatos a través de folletos, circulares informativas el lugar donde estará disponible la información, la manera de presentar la queja, los plazos establecidos a las distintas etapas, el diligenciamiento de los formatos y las fechas de revisión de indicadores a la solución de las quejas interpuestas por los usuarios.

En los indicadores mensuales el responsable informará a la gerencia el proceso desde la recepción hasta el cierre de la queja (solución) que se le dio a cada una de las quejas, la periodicidad con que se presentan diferentes tipos de quejas y las posibles sugerencias de cambios para llevar a cabo la mejora continua del modelo de gestión

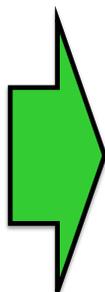
9.2 Mantenimiento y mejora

La organización a través del informe de indicadores del modelo gestión deberá registrar el desempeño de sus colaboradores y la eficiencia del modelo de gestión.

9.3 Auditoria del modelo de gestión de calidad en el proceso de atención al cliente

Una vez revisados los indicadores, las mejoras que se hallan presentado, se lleve a cabo el análisis y la evaluación de las quejas, la organización deberá realizar auditorías a proceso con el

fin de evaluar el desempeño del proceso de tratamiento de las quejas.

		CARACTERIZACIÓN PROCESO DE ATENCION AL CLIENTE			
		Código: CA-TR-01		FECHA: 31-05-2018	
OBJETIVO: Garantizar el adecuado funcionamiento de la organización, a través de la revisión de las quejas interpuestas por los clientes.					
ALCANCE: Aplica a todos las áreas de la empresa Servitranstur S.A.S.					
DUEÑO DEL PROCESO: Responsable del Sistema Modelo de Gestión de Calidad en el Proceso de atención a clientes					
PROCESO					
ENTRADA	PROVEEDOR (QUIEN SUMINISTRA)		ACTIVIDAD		SALIDAS
<ul style="list-style-type: none"> • Prestación del servicio. • Encuesta de satisfacción del cliente. • Recepción de quejas • Análisis de la queja 	<ul style="list-style-type: none"> • Cliente • Proveedores • Partes interesadas 		<ol style="list-style-type: none"> 1. Recepción del formato Recepción quejas, reclamos y/o sugerencias SGC-QRS. 2. Ingresar la información del cliente, proveedor a la base de datos 3. Identificar un número de consecutivo para diligenciarlo en el indicador 4. Evidenciar si es una queja, reclamo o una sugerencia. 5. Describir el análisis de la justificación de la petición realizada por el cliente o persona interesada. 6. Definir que tipo de acción es: corrección, acción correctiva, acción de mejora. 7. Diseñar el plan de acción: actividades, responsables involucrados y establecer fechas de cierre. 8. Seguimiento y control de actividades e indicadores 9. Generación de acciones correctivas, preventivas y de mejora. 10. Comunicación y verificación con el cliente o persona interesada. 		<ul style="list-style-type: none"> • Llamada telefónica • Formatos necesarios para el cumplimiento de las actividades del plan de acción.
IDENTIFICACIÓN DE REQUISITOS LEGALES			RECURSOS		
Verificar el marco jurídico y normativo.			Humanos, Financieros, Infraestructura (Equipos y vehículos), Tecnológicos (software, hardware, comunicaciones), elementos de oficina, documentación de equipos y vehículos actualizados, etc.		
PARAMETRO DE CONTROL			DOCUMENTOS RELACIONADOS		
NOMBRE INDICADOR	META				
Indicador de cumplimiento	100%	Procedimiento lineamientos del sistema modelo de gestión de calidad en el proceso de atención al cliente. Encuesta de satisfacción del cliente Formato recepción quejas, reclamos y/o sugerencias Bases de datos de clientes Indicador de cumplimiento Formato de auditoría del sistema modelo de gestión de calidad en el proceso de atención al cliente.			

	<p>ENCUESTA DE SATISFACION AL CLIENTE</p>	<p>FECHA: 31-05- 2018</p> <p>CODIGO: FOR- ESC</p>
-----------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------

Encuesta No. _____

Nombre y apellido: _____ Cel. _____

Empresa: _____ Ciudad: _____

Como parte de nuestro trabajo hacia la satisfacción del cliente, lo invitamos a tomar parte de nuestra encuesta de satisfacción al cliente, la encuesta está dividida en dos partes:

Parte 1. Aspectos corporativos

1. ¿Por cuánto tiempo ha estado usando nuestros servicios?

- a) ___ Menos de un mes
- b) ___ 1 – 12 meses
- c) ___ 1 – 3 años
- d) ___ Es la primera vez

2. ¿Con qué frecuencia usa nuestros servicios?

- a) ___ Todos los días
- b) ___ Los fines de semana
- c) ___ Una vez al mes
- d) ___ Semestral
- e) ___ Anual

3. ¿Se siente satisfecho con los servicios prestados?

- a) ___ Muy satisfecho
- b) ___ Satisfecho
- c) ___ Insatisfecho
- d) ___ Muy insatisfecho

4. ¿Qué le gusta de nuestros servicios?

- a) ___ Calidad y confort
- b) ___ Experiencia, conocimiento y responsabilidad de los conductores
- c) ___ Paquetes turísticos
- d) ___ Servicio al cliente

e) ____ Precio

5. ¿Usaría nuestros servicios en el futuro?

- a) ____ Si
- b) ____ No estoy seguro
- c) ____ Probablemente
- d) ____ Definitivamente no

6) ¿Recomendaría nuestros servicios a otras personas?

- a) ____ Definitivamente
- b) ____ Probablemente
- c) ____ No estoy seguro
- d) ____ Definitivamente No

7. Estado de los vehículos

- a) ____ Excelente
- b) ____ Bueno
- c) ____ Regular
- d) ____ Malo

Parte 2. Evaluación conductores. (Por favor seleccione en un círculo el puntaje que refleja el desempeño del personal que le prestó el servicio).

ASPECTOS A EVALUAR		EXCELENTE	BUENO	REGULAR	NECESITA MEJORAR
1.	Calidad del servicio	10 - 9	8 - 7 - 6	5 - 4 - 3	2 - 1 - 0
2.	Presentación personal	10 - 9	8 - 7 - 6	5 - 4 - 3	2 - 1 - 0
3.	Conocimiento, responsabilidad, destreza	10 - 9	8 - 7 - 6	5 - 4 - 3	2 - 1 - 0
4	Puntualidad y respeto	10 - 9	8 - 7 - 6	5 - 4 - 3	2 - 1 - 0

¿Que considera usted que podemos mejorar en los próximos servicios?

¿Desea realizar comentarios adicionales?

Muchas gracias por darnos su opinión, sus comentarios son importantes para nosotros, estamos trabajando arduamente para lograr asegurarles a nuestros clientes la calidad de nuestros productos y servicios.

Formulario para quejas

Instrucciones: por favor lea el formulario antes de diligenciarlo, escriba con letra legible, proporcione los detalles principales para interponer la queja que desea.

		FORMATO RECEPCIÓN QUEJAS, RECLAMOS Y/O SUGERENCIAS		FECHA: 31-05-2018 CODIGO: FOR- QRS
DILIGENCIAR POR EL CLIENTE				
FECHA:		CONSECUTIVO:		No.
NOMBRE DEL CLIENTE:		IDENTIFICACIÓN:		
TELEFONO:		CELULAR:		
QUEJA		RECLAMO		SUGERENCIA
DESCRIPCIÓN:				
ESPACIO EXCLUSIVO PARA LA EMPRESA				
ANÁLISIS DE LA JUSTIFICACIÓN:			CONSECUTIVO: _____	
			SI _____ NO _____	
ACCIONES:	CORRECCIÓN:	ACCIÓN CORRECTIVA:		ACCIÓN DE MEJORA
PLAN DE ACCIÓN				
No.	ACTIVIDADES	RESPONSABLES		FECHA DE CULMINACIÓN
COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE (PLAN DE ACCIÓN):				
VERIFICACIÓN CON EL CLIENTE (PLAN DE ACCIÓN)				

COMUNICACIÓN FINAL CON EL CLIENTE:	
RESPONSABLE DEL CIERRE	FECHA DEL CIERRE

Formato control de registros

REGISTRO	CODIGO
Encuesta de satisfacción al cliente	FOR-IRG
Formato recepción quejas, reclamos y/o sugerencias	FOR-QRS
Informe revisión gerencial	FOR-IRG
Formato de auditoria interna	FOR-AI

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.1 Conclusiones

Servitranstur SAS es una empresa dedicada a la prestación de servicio de transporte terrestre automotor especial, que presta servicios de transporte y turismo a universidades, colegios, entidades públicas y privadas y a personal que lo requiera, busca el mejoramiento de su gestión a través de la mejora continua de los procesos y la satisfacción de los clientes.

Con la información obtenida durante el proceso del diseño de un modelo de gestión de calidad en satisfacción del cliente en el manejo de quejas de la empresa Servitranstur S.A.S., se pueden establecer las siguientes conclusiones.

Los colaboradores de las diferentes áreas de la organización han realizado algunos avances en la implementación de procedimientos y procesos desde el puesto de trabajo de cada uno y lo han hecho por la necesidad diaria, pero no le han dado la importancia que merece, se evidencia que a pesar de la disposición no hay unos lineamientos que establezca el paso a paso o el conducto regular que le permita mejorar las actividades diarias.

Los clientes interponen quejas y / o sugerencias pero como no hay un responsable directo no les dan el manejo adecuado y terminan siendo archivadas u olvidadas tanto por los colaboradores como por la gerencia, siendo esta una debilidad ya que el cliente no está percibiendo una mejora en la calidad de la prestación del servicio.

Con el diseño del modelo de gestión de calidad en satisfacción al cliente bajo los lineamientos de la Norma ISO 10002:2004, que busca proporcionar acceso a un proceso de tratamiento de quejas, incrementar la capacidad de la organización de responder a las quejas, eliminar la causa de las quejas y mejorar las actividades de la organización; la gerencia debe

preocuparse por crear en el cliente que el servicio que se les presta es el mejor y así evitar que los clientes busquen otros mercados.

7.2 Recomendaciones

Se recomienda a la gerencia la aplicación del modelo descrito en el presente proyecto con el fin de mejorar la calidad de los servicios y de esta manera ver reflejados en ingresos económicos en la cambio positivo de la organización.

Es importante que una vez la empresa tome la decisión de aplicar el modelo de gestión de calidad capacite al personal y nombre un responsable del modelo de gestión de calidad y así tendrá control de la información y verá cuales son las principales afectaciones en la prestación del servicio al cliente, así a través de la atención a quejas identificara las falencias que tiene la organización y pondrá en práctica lo establecido en los documentos elaborados y definirá cronogramas de trabajo que le permitan medir la calidad del servicio.

Es importante desarrollar acciones de revisión, evaluación y control de los procesos, tal como lo señala la norma y busque el mejoramiento de la calidad no solo del servicio sino también de los procesos.

Es importante señalar que la aplicación de la Norma ISO 10002:2004 le permitirá a la organización obtener una certificación que le será de imagen corporativa a la organización

Referencias Bibliográficas

Aiteco Consultores. *El Modelo SERVQUAL de calidad de Servicio*. Disponible en:
<https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>

Baldrige National Quality Program USA. *Modelo de excelencia en la gestión Malcolm Baldrige. Praxis*. Disponible en:
http://www.praxis.com.pe/portal/sites/default/files/m_baldrige_2006.pdf

Bautista C., N. P. (2011). *Proceso de la investigación cualitativa, Epistemología, metodología y aplicaciones*. Editorial El Manual Moderno. Primera Edición. Colombia.

Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación*. Tercera edición. Bogotá, D.C. Colombia: editorial Pearson.

Bermúdez, C. T. & Rodríguez, L. F. (2013). *Investigación en la gestión empresarial*. Primera edición. Bogotá, D.C. Colombia. Ecoe Ediciones.

Catalán Cartes, Carolina. *Revisión de modelos de calidad de servicio y su implementación en el ámbito público y privado, para generar una propuesta de acción en el tema, orientada a las instituciones del sector provisional*. Disponible en: www.superacionpobreza.cl/wp-content/uploads/2014/03/modelo_calidad_de_atencion.pdf

Carías Juárez, H. R., Sosa De Hernández, R. A. & Urrutia De Castillo, J. X. (2010). *Diseño del modelo de gestión quejas de los estudiantes de la Universidad Don Bosco*. (Maestría en gestión de la calidad). Universidad Don Bosco. Disponible en:
http://rd.udb.edu.sv:8080/jspui/bitstream/11715/1039/1/48399_tesis.pdf

Cerda, H. (1998). *Los elementos de la investigación*. Bogotá, D.C. Colombia. Editorial Búho.

Cruz Tejada, J. P. y Vélez Castillo, J. A. (2015). *Diseño del Modelo de gestión de calidad en el proceso de atención al cliente para el fondo de pensiones y cesantías protección s.a. en la oficina de servicio de av. Suba.* (Especialización Gerencia Integral de la Calidad). Universidad Sergio Arboleda. Disponible en: <http://repository.usersergioarboleda.edu.co/bitstream/handle/11232/749/Dise%C3%B1o%20del%20sistema%20de%20gesti%C3%B3n%20de%20calidad%20en%20el%20proceso%20de%20atenci%C3%B3n%20al%20cliente%20para%20el%20fondo%20de%20pensiones%20y%20cesant%C3%ADas..pdf?sequence=1&isAllowed=y>

De la Cuesta Benjumea, C. (1995). *Primer seminario del ciclo de formación sobre investigación y evaluación cualitativa: los procesos, formulación y diseño.* Sabaneta: CINDE.

Espín Poaquizza, José Agustín. (2017), *Plan de gestión de quejas y reclamos mediante ISO 10002:2004 en la Óptica O.M. Visión.* Universidad de Guayaquil. Facultad de Ingeniería Química. Disponible en: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20601/1/PLAN%20DE%20GESTI%C3%93N%20DE%20QUEJAS%20Y%20RECLAMOS%20MEDIANTE%20ISO%2010002-2004%20EN%20%20C3%93PTICA%20O.M.%20VISI%C3%93N.pdf>

ISOTOOLS Excellence. Blog Corporativo. *El Modelo Chileno de gestión de la Excelencia.* Disponible en: <https://www.isotools.cl/el-modelo-chileno-de-gestion-de-la-excelencia/>

Lerma González, H. D. (2016). *Metodología de la investigación.* Quinta edición. Bogotá, D.C. Colombia. Ecoe Ediciones.

Méndez Álvarez, C. E. (2013). *Metodología.* Cuarta Edición. México, D.F.: Editorial Limusa.

Modelo EFQM de calidad y excelencia. Disponible en: <http://www.efqm.es/>

Modelo iberoamericano de excelencia en la gestión. FUNDIBEQ Fundación Iberoamericana para a Gestión de la Calidad. V. 2015. Disponible en: http://www.fundibeq.org/images/pdf/Modelo_Iberoamericano_v2015_FUNDIBEQES.pdf

Muñoz, K., Gascón, Y. y Díaz, P. (2011). *Desarrollo de un sistema de gestión de reclamaciones, fundamentados en la norma Fondonorma- ISO 10002:2004*. Caso de estudio: Policlínica Maturín, S.A. Disponible en: http://www.laccei.org/LACCEI2011-Medellin/published/PM092_Munoz.pdf

NTC ISO 9001:2015. Sistema de Gestión de la Calidad. Disponible en: http://www.minvivienda.gov.co/Documents/Sobre%20el%20Ministerio/Sistemas-de-Gestion/NTC_ISO_9001_2015.pdf

NTC ISO 9004:2000. Sistemas de gestión de la calidad – directrices para la mejora del desempeño. Disponible en: <https://www.revistavirtualpro.com/biblioteca/norma-internacional-iso-9004-2000-sistemas-de-gestion-de-la-calidad-directrices-para-la-mejora-del-desempeno>

Paz Couso, Renata. (2005). *Atención al cliente: Guía práctica de técnicas y estrategias*. Primera edición. Bogotá: Editorial Ideas propias.

Peresson, Lory. Licenciada. (2007). *Sistemas de gestión de la calidad con enfoque al cliente. Proyecto final del MBA*. Universidad de Valladolid. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos-pdf/calidad-enfocada-cliente/calidad-enfocada-cliente.pdf>.

Policía Nacional de Colombia. *Manual de atención, servicio al ciudadano y calidad en la atención de peticiones, quejas, reclamos y sugerencias en la Policía Nacional*. Disponible en:

http://www.policia.edu.co/documentos/normatividad_2016/manuales/Manual%20atenci%C3%B3n%20al%20ciudadano%20SPQRS.pdf

Plantillas de formularios gratis. *Encuesta de satisfacción al cliente*. 123 Form Builder. Disponible en: <https://www.123formbuilder.com/es/plantillas-de-formularios-gratis/Encuesta-de-Satisfaccion-al-Cliente-1092457/>

Reichart C. & Cook T. (1986). *“Hacia una superación del enfrentamiento entre los métodos cualitativos y cuantitativos”* en métodos cualitativos y cuantitativos en la investigación. Editorial Morata. Madrid.

Torres Carrillo, A. (1997). *Enfoques cualitativos y participativos en investigación social*. UNAD.

Apéndices

Apéndice A. Cronograma de Actividades

Actividades	Tiempo	Periodos							
		Mes 1 – 2018				Mes 2 – 2018			
		1	2	3	4	1	2	3	4
Contextualización de la información		■	■						
Recolección de información		■	■	■	■	■			
Planteamiento y formulación del problema			■						
Justificación – objetivos			■						
Marcos de referencia			■	■					
Metodología				■					
Resultados esperados				■					
Cronograma de actividades				■					
Anexos				■					
Bibliografía				■					
Entrega propuesta				■					
Aprobación o reprobación				■	■				
Desarrollo objetivos					■				
Análisis de resultados					■	■	■		
Conclusiones							■		
Recomendaciones							■		
Bibliografía – anexos							■		
Entrega informe final							■		
Correcciones – observaciones								■	
Socialización trabajo									■

Fuente: los autores. 2018.

Apéndice B. Cámara de Comercio.


CAMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO
CERTIFICADO EXPEDIDO A TRAVES DEL PORTAL DE SERVICIOS VIRTUALES CON DESTINO A AFILIADOS
CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL
SERVITRANSTUR S.A.S
Fecha expedición: 2017/10/05 - 15:22:39, Recibo No. H000007461, Operación No. 0115Q1005027

CODIGO DE VERIFICACIÓN: qMPKINPWA7

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL O INSCRIPCION DE DOCUMENTOS.
LA CAMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO , CON FUNDAMENTO EN LAS MATRICULAS E INSCRIPCIONES DEL REGISTRO MERCANTIL,

CERTIFICA:

NOMBRE : SERVITRANSTUR S.A.S
N.I.T: 830007737-2
DIRECCION COMERCIAL:ARCILLANOS ANILLO VIAL ESTACION SERVICIO TERPEL INTERIOR 3
BARRIO COMERCIAL: CENTAUROS
DOMICILIO : VILLAVICENCIO
TELEFONO COMERCIAL 1: 6683618
TELEFONO COMERCIAL 2: 3125683847
DIRECCION DE NOTIFICACION JUDICIAL :ARCILLANOS ANILLO VIAL ESTACION DE SERVICIO TERPEL
BARRIO NOTIFICACION: CENTAUROS
MUNICIPIO JUDICIAL: VILLAVICENCIO
E-MAIL COMERCIAL:servitranstur Ltda@gmail.com
E-MAIL NOT. JUDICIAL:servitranstur Ltda@gmail.com
TELEFONO NOTIFICACION JUDICIAL 1: 6683618
TELEFONO NOTIFICACION JUDICIAL 2: 3125683847
FAX NOTIFICACION JUDICIAL:

CERTIFICA:

ACTIVIDAD PRINCIPAL:
4921 TRANSPORTE DE PASAJEROS

CERTIFICA:

MATRICULA NO. 00248085 'A F I L I A D O'
FECHA DE MATRICULA EN ESTA CAMARA: 18 DE ABRIL DE 2013
RENOVO EL AÑO 2017 , EL 7 DE MARZO DE 2017

CERTIFICA:

CONSTITUCION : QUE POR ESCRITURA PUBLICA NO. 0003010 DE NOTARIA 19 DE BOGOTA D.C. DEL 4 DE AGOSTO DE 1995 , INSCRITA EL 18 DE ABRIL DE 2013 BAJO EL NUMERO 00044813 DEL LIBRO IX,
SE CONSTITUYO LA PERSONA JURIDICA: ALQUIVEHICULOS LTDA
QUE POR ESCRITURA PUBLICA NO. 0000674 DE NOTARIA SEGUNDA DE ZIPAQUIRA DEL 1 DE ABRIL DE 2013 , INSCRITA EL 18 DE ABRIL DE 2013 BAJO EL NUMERO 00044812 DEL LIBRO IX,
LA SOCIEDAD CAMBIO SU NOMBRE DE : ALQUIVEHICULOS LTDA POR EL DE : SERVITRANSTUR LTDA
QUE POR ACTA NO. 0000060 DE JUNTA DE SOCIOS DE VILLAVICENCIO DEL 19 DE SEPTIEMBRE DE 2015 , INSCRITA EL 8 DE OCTUBRE DE 2015 BAJO

***** CONTINUA *****



CAMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO
CERTIFICADO EXPEDIDO A TRAVES DEL PORTAL DE SERVICIOS VIRTUALES CON DESTINO A AFILIADOS
CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL
SERVITRANSTUR S.A.S

Fecha expedición: 2017/10/05 - 15:22:39, Recibo No. H000007461, Operación No. 0115Q1005027

CODIGO DE VERIFICACIÓN: qMPKtNPWA7

EL NUMERO 00055353 DEL LIBRO IX,
 LA SOCIEDAD CAMBIO SU NOMBRE DE : SERVITRANSTUR LTDA POR EL DE
 : SERVITRANSTUR S.A.S

CERTIFICA:

QUE POR ESCRITURA PUBLICA NO. 0000674 DE NOTARIA SEGUNDA DE
 ZIPAQUIRA DEL 1 DE ABRIL DE 2013 , INSCRITA EL 18 DE ABRIL DE
 2013 BAJO EL NUMERO 00044812 DEL LIBRO IX,
 CAMBIO SU DOMICILIO DE LA CIUDAD DE BOGOTA A LA CIUDAD DE
 VILLAVICENCIO.

CERTIFICA:

QUE POR ACTA NO. 0000060 DE JUNTA DE SOCIOS DE VILLAVICENCIO DEL
 19 DE SEPTIEMBRE DE 2015 , INSCRITA EL 8 DE OCTUBRE DE 2015 BAJO
 EL NUMERO 00055353 DEL LIBRO IX,
 LA PERSONA JURIDICA TUVO LA SIGUIENTE TRANSFORMACION : LTDA A
 S.A.S.

CERTIFICA:

REFORMAS:

DOCUMENTO	FECHA	ORIGEN	CIUDAD	INSCRIPCION	FECHA
0003160	1997/05/13	NOTARIA 19	BOG	00044814	2013/04/18
0000594	2001/02/21	NOTARIA 19	BOG	00044815	2013/04/18
0000680	2001/02/28	NOTARIA 19	BOG	00044816	2013/04/18
0000518	2002/07/09	NOTARIA 28	BOG	00044817	2013/04/18
0002093	2012/10/31	NOTARIA 75	BOG	00044818	2013/04/18
0002093	2012/10/31	NOTARIA 75	BOG	00044819	2013/04/18
0000099	2013/01/24	NOTARIA 75	BOG	00044821	2013/04/18
0000099	2013/01/24	NOTARIA 75	BOG	00044822	2013/04/18
0000977	2013/05/02	NOTARIA SEGUNDA	ZIP	00045421	2013/06/21
0000977	2013/05/02	NOTARIA SEGUNDA	ZIP	00045422	2013/06/21
0000060	2015/09/19	JUNTA DE SOCIOS	VIL	00055353	2015/10/08
0000061	2015/12/28	ASAMBLEA DE ACCIONISVIL		00056127	2016/01/12
0000066	2016/09/10	ASAMBLEA DE ACCIONISVIL		00059326	2016/09/23

CERTIFICA:

VIGENCIA: QUE EL TERMINO DE DURACION DE LA PERSONA JURIDICA ES
 INDEFINIDO

CERTIFICA:

OBJETO SOCIAL: LA SOCIEDAD TENDRÁ COMO OBJETO SOCIAL PRINCIPAL,
 LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES: 1. LA PRESTACION DE SERVICIOS DE
 TRANSPORTE ESPECIAL TERRESTRE DE PASAJEROS EN TRAYECT OS

***** CONTINUA *****



CAMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO
CERTIFICADO EXPEDIDO A TRAVES DEL PORTAL DE SERVICIOS VIRTUALES CON DESTINO A AFILIADOS
CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL
SERVITRANSTUR S.A.S

Fecha expedición: 2017/10/05 - 15:22:39, Recibo No. H000097461, Operación No. 0115Q1005027

CODIGO DE VERIFICACIÓN: qMPKtNPWA7

NACIONALES. 2. LA PRESTACION DE SERVICIOS DE TRANSPORTE TERRESTRE DE CARGA EN TRAYECTOS NACIONALES. 3. ALQUILER DE TODA CLASE DE VEHICULOS Y MAQUINARIA PESADA PARA EL TRANSPORTE DE PASAJEROS Y DE CARGA. 4. LA PARTICIPACION COMO SOCIA O ACCIONISTA DE EMPRESAS DEDICADAS AL TRANSPORTE TERRESTRE PRIVADO O COMERCIAL DE PASAJEROS Y/O CARGA EN LAS DIFERENTES MODALIDADES SEÑALADAS EN EL REGLAMENTO DE TRANSPORTE TERRESTRE COLOMBIANO. 5. LAS ACTIVIDADES DE ADMINISTRACION DE VEHICULOS DEDICADAS AL TRANSPORTE TERRESTRE PRIVADO O COMERCIAL DE PASAJEROS Y/O CARGA EN LAS DIFERENTES MODALIDADES CONSAGRADAS EN EL REGLAMENTO DE TRANSPORTE TERRESTRE COLOMBIANO. 6. LAS ACTIVIDADES DE COMPRA, VENTA, ADMINISTRACION, ALQUILER DE MUEBLES E INMUEBLES Y TODAS AQUELLAS OTRAS ACTIVIDADES QUE PUEDAN SER CONSIDERADAS COMO ANEXAS O COMPLEMENTARIAS DE TODAS LAS ANTERIORES. 7. PARA EL DESARROLLO DE SU OBJETO, LA SOCIEDAD PODRÁ ADEMAS EFECTUAR TODA CLASE DE OPERACIONES DE MUTUO, GARANTIZAR SUS OPERACIONES MEDIANTE HIPOTECAS O PRENDAS DE CUALQUIER NATURALEZA, GIRAR, ENDOSAR, PROTESTAR Y ACEPTAR TODA CLASE DE INSTRUMENTOS NEGOCIABLES Y DOCUMENTOS DE CREDITOS Y PAGO EN GENERAL, COMPRAR, VENDER, DAR Y RECIBIR EN ARRENDAMIENTO TODA CLASE DE BIENES RAICES O MUEBLES. 8. LA SOCIEDAD PUEDE EN GENERAL ADELANTAR TODAS LAS ACTIVIDADES LEGALES QUE LE RESULTEN NECESARIAS PARA EL DESARROLLO EFECTIVO DE SU OBJETO PRINCIPAL Y PODRÁ REPRESENTAR, AGENCIAR Y CONSTITUIR CONSORCIOS, UNIONES TEMPORALES O HACERSE SOCIA DE OTRAS SOCIEDADES DE CUALQUIER TIPO SIN IMPORTAR QEN EL OBJETO SOCIAL DE ELLAS SEA DIFERENTE. 9. IMPORTACION Y EXPORTACION DE VEHICULOS. 10. PRESTAR SERVICIOS DE MENSAJERIA Y CORREO NACIONAL Y/O INTERNACIONAL. 11. ARRENDAMIENTO DE VEHICULOS. 12. CREACION DE AGENCIAS DE VIAJE. 13. PRESTACION DE SERVICIO DE PAQUETES TURÍSTICOS EN EL TERRITORIO NACIONAL, EL CUAL INCLUYE SERVICIO DE TRANSPORTE, ALOJAMIENTO Y MANUTENCIÓN, Y TODOS LOS ESTABLECIDOS EN EL REGISTRO NACIONAL DE TURISMO. EN DESARROLLO DE SU OBJETO SOCIAL LA SOCIEDAD PODRÁ: A. EJECUTAR ACTOS JURIDICOS DE NATURALEZA CIVIL COMERCIAL, LABORAL O ADMINISTRATIVA QUE RESULTEN NECESARIOS Y QUE TENGAN UNA RELACION DIRECTA CON DICHO OBJETO, PUDIENDO CONTRATAR CON ENTIDADES PUBLICAS O DEL ESTADO EN LICITACION. B. PODRAN ADQUIRIR, USUFRUCTAR, GRAVAR O LIMITAR, DAR O TOMAR EN ARRENDAMIENTO OTRO CUALQUIER TITULO TODA CLASE DE BIENES MUEBLES O INMUEBLES, ENAJENARLOS CUANDO POR RAZONES DE NECESIDAD O CONVENIENCIA FUERE ACONSEJABLE SU DISPOSICION. C. TOMAR DINERO EN MUTUO, DAR EN GARANTIA SUS BIENES MUEBLES O INMUEBLES Y CELEBRAR TODAS LAS OPERACIONES DE CREDITO QUE LE PERMITAN OBTENER FONDOS Y OTROS ACTIVOS NECESARIOS PARA EL DESARROLLO DE LA EMPRESA. D. TOMAR INTERES COMO PARTICIPE ASOCIADO O ACCIONISTA, FUNDADORA, NO EN OTRAS EMPRESAS DE OBJETO ANALOGO O COMPLEMENTARIO AL SUYO. HACER APORTES EN DINERO, ESPECIE Y SERVICIOS A ESAS EMPRESAS. ENAJENAR SUS CUOTAS, DERECHOS O ACCIONES EN ELLAS, FUSIONARSE EN TALES

***** CONTINUA *****



CAMARA DE COMERCIO
VILLAVICENCIO

CAMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO
CERTIFICADO EXPEDIDO A TRAVES DEL PORTAL DE SERVICIOS VIRTUALES CON DESTINO A AFILIADOS
CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL
SERVITRANSTUR S.A.S

Fecha expedición: 2017/10/05 - 15:22:39, Recibo No. H000007461, Operación No. 0115Q1005027

CODIGO DE VERIFICACIÓN: qMPKtNPWA7

EMPRESAS O ABSORBERLAS. E. ADQUIRIR PATENTES, NOMBRES COMERCIALES, MARCAS Y DEMÁS DERECHOS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL Y ALQUILAR U OTORGAR CONCESIONES PARA LA EXPLOTACION. F. GIRAR, ENDOSAR, ACEPTAR, PROTESTAR, CANCELAR, RECIBIR LETRAS DE CAMBIO, PAGARES, CHEQUES O CUALESQUIERA OTROS EFECTOS DE COMERCIO. G. CELEBRAR EL CONTRATO DE CAMBIO EN TODAS SUS FORMAS Y EN GENERAL CELEBRAR O EFECTUAR TODA CLASE DE CONTRATOS ACTOS Y OPERACIONES SOBRE BIENES MUEBLES O INMUEBLES DE CARÁCTER CIVIL O COMERCIAL QUE GUARDAN RELACION DE MEDIO A FIN CON EL OBJETO SOCIAL EXPRESADO EN EL PRESENTE ARTÍCULO Y TODOS AQUELLOS QUE TENGAN COMO FINALIDAD EJERCER LOS DERECHOS Y CUMPLIR LAS OBLIGACIONES LEGAL O COMERCIALMENTE DERIVADAS DE LA EXISTENCIA DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA COMPAÑIA. H. COMPRA Y VENTA DE TODA CLASE DE BIENES INMUEBLES URBANOS Y RURALES, MUEBLES Y ENSERES. I. LA IMPORTACION, EXPORTACION, COMPRA, VENTA Y DISTRIBUCION DE TODA CLASE DE VEHÍCULOS Y MAQUINARIA, EQUIPOS, ÚTILES, PARTES, ELEMENTOS Y ENSERES UTILIZADOS EN EL GIRO ORDINARIO DE SUS ACTIVIDADES. J. ASI MISMO, PODRA REALIZAR CUALQUIER OTRA ACTIVIDAD ECONOMICA LICITA TANTO EN COLOMBIA COMO EN EL EXTRANJERO. LA SOCIEDAD PODRA LLEVAR A CABO, EN GENERAL, TODAS LAS OPERACIONES, DE CUALQUIER NATURALEZA QUE ELAS FUEREN, RELACIONADAS CON EL OBJETO SOCIAL MENCIONADO, ASI COMO CUALQUIERA DE LAS ACTIVIDADES SIMILARES CONEXAS O COMPLEMENTARIAS O QUE PERMITAN FACILITAR O DESARROLLAR EL COMERCIO O LA INDUSTRIA DE LA SOCIEDAD.

CERTIFICA:

CAPITAL:

**** CAPITAL AUTORIZADO ****
VALOR :\$500,000,000.00
NO. DE ACCIONES:5,000.00
VALOR NOMINAL :\$100,000.00
**** CAPITAL SUSCRITO ****
VALOR :\$500,000,000.00
NO. DE ACCIONES:5,000.00
VALOR NOMINAL :\$100,000.00
**** CAPITAL PAGADO ****
VALOR :\$500,000,000.00
NO. DE ACCIONES:5,000.00
VALOR NOMINAL :\$100,000.00

CERTIFICA:

**** NOMBRAMIENTOS : ****
QUE POR ACTA NO. 0000051 DE JUNTA DE SOCIOS DEL 20 DE MAYO DE 2013 , INSCRITA EL 7 DE JUNIO DE 2013 BAJO EL NUMERO 00045317 DEL LIBRO IX , FUE(RON) NOMBRADO(S):

***** CONTINUA *****



CAMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO
CERTIFICADO EXPEDIDO A TRAVES DEL PORTAL DE SERVICIOS VIRTUALES CON DESTINO A AFILIADOS
CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL
SERVITRANSTUR S.A.S

Fecha expedición: 2017/10/05 - 15:22:39, Recibo No. H000007461, Operación No. 0115Q1005027

CODIGO DE VERIFICACIÓN: qMPKINPWA7

NOMBRE	IDENTIFICACION
GERENTE CALDERON MARTINEZ NESTOR HAROLD	C.C.79706143
QUE POR ACTA NO. 0000062 DE ASAMBLEA DE ASOCIADOS DEL 4 DE ENERO DE 2016 , INSCRITA EL 19 DE FEBRERO DE 2016 BAJO EL NUMERO 00056674 DEL LIBRO IX , FUE(ON) NOMBRADO(S):	
NOMBRE	IDENTIFICACION
REPRESENTANTE LEGAL SUPLENTE RINCON LUCELLY	C.C.52444983

CERTIFICA:

REPRESENTACIÓN LEGAL: LA SOCIEDAD TENDRÁ UN (1) REPRESENTANTE LEGAL PRINCIPAL, CON UN (1) SUPLENTE QUE REEMPLAZARÁ AL PRINCIPAL, EN SUS FALTAS ACCIDENTALES, TEMPORALES O ABSOLUTAS. TANTO EL REPRESENTANTE LEGAL COMO EL SUPLENTE SERÁN ELEGIDOS POR LA ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS EL REPRESENTANTE LEGAL, O QUIEN HAGA SUS VECES ES EL REPRESENTANTE LEGAL DE LA SOCIEDAD PARA TODOS LOS EFECTOS. FUNCIONES DEL REPRESENTANTE LEGAL: EL REPRESENTANTE LEGAL EJERCERÁ TODAS LAS FUNCIONES PROPIAS DE LA NATURALEZA DE SU CARGO, Y EN ESPECIAL, LAS SIGUIENTES: 1. REPRESENTAR A LA COMPAÑÍA JUDICIAL Y EXTRAJUDICIALMENTE Y PARA HACER USO DE LA RAZÓN SOCIAL. 2. REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE LOS ACCIONISTAS, ANTE TERCEROS Y ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES DEL ORDEN ADMINISTRATIVO Y JURISDICCIONAL. 3. EJECUTAR TODOS LOS ACTOS U OPERACIONES CORRESPONDIENTES AL OBJETO SOCIAL, DE CONFORMIDAD CON LO PREVISTO EN LAS LEYES Y EN ESTOS ESTATUTOS Y EN GENERAL CELEBRAR TODA CLASE DE ACTOS O CONTRATOS. 4. AUTORIZAR CON SU FIRMA TODOS LOS DOCUMENTOS PÚBLICOS O PRIVADOS QUE DEBAN OTORGARSE EN DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES SOCIALES O EN INTERÉS DE LA SOCIEDAD. 5. CONTRATAR A LOS EMPLEADOS Y TRABAJADORES REQUERIDOS PARA LA EJECUCIÓN Y DESARROLLO DE LOS NEGOCIOS DE LA COMPAÑÍA, Y REMOVERLOS LIBREMENTE. 6. CELEBRAR, EJECUTAR Y REALIZAR TODOS LOS ACTOS Y CONTRATOS QUE DEMANDE EL EJERCICIO DEL OBJETO SOCIAL DE LA COMPAÑÍA, QUEDANDO FACULTADO PARA TERMINAR, RESOLVER O RESCINDIR CUALQUIER CONTRATO DE LA SOCIEDAD, O PARA EXTENDERLOS, SEGÚN EL CASO. 7. PRESENTAR A LA ASAMBLEA GENERAL EN SUS REUNIONES ORDINARIAS, UN INVENTARIO Y UN BALANCE DE FIN DE EJERCICIO, JUNTO CON UN INFORME ESCRITO SOBRE LA SITUACIÓN DE LA SOCIEDAD, UN DETALLE COMPLETO DE LA CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS Y UN PROYECTO DE DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES OBTENIDAS. 8. NOMBRAR Y REMOVER LOS EMPLEADOS DE LA SOCIEDAD CUYO NOMBRAMIENTO Y REMOCIÓN LE DELEGUE LA ASAMBLEA. 9. TOMAR TODAS LAS MEDIDAS QUE RECLAME LA CONSERVACIÓN DE LOS BIENES SOCIALES, VIGILAR LA ACTIVIDAD DE LOS EMPLEADOS DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD E IMPARTIRLES LAS ÓRDENES E INSTRUCCIONES QUE EXIJA LA BUENA MARCHA DE LA COMPAÑÍA. 10. CONVOCAR LA ASAMBLEA GENERAL A REUNIONES EXTRAORDINARIAS CUANDO

***** CONTINUA *****



CAMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO
CERTIFICADO EXPEDIDO A TRAVÉS DEL PORTAL DE SERVICIOS VIRTUALES CON DESTINO A AFILIADOS
CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL
SERVITRANSTUR S.A.S

Fecha expedición: 2017/10/05 - 15:22:39, Recibo No. H000007461, Operación No. 0115Q1005627

CODIGO DE VERIFICACIÓN: qMPKtNPWA7

LO JUZGUE CONVENIENTE O NECESARIO Y HACER LAS CONVOCATORIAS DEL CASO CUANDO LO ORDENEN LOS ESTATUTOS. 11. CUMPLIR LAS ÓRDENES E INSTRUCCIONES QUE LE IMPARTAN LA ASAMBLEA GENERAL Y EN PARTICULAR, SOLICITAR AUTORIZACIONES PARA LOS NEGOCIOS QUE DEBEN APROBAR PREVIAMENTE LA ASAMBLEA SEGÚN LO DISPONEN LAS NORMAS CORRESPONDIENTES DEL PRESENTE ESTATUTO. 12. CUMPLIR O HACER QUE SE CUMPLAN OPORTUNAMENTE TODOS LOS REQUISITOS O EXIGENCIAS LEGALES QUE SE RELACIONEN CON EL FUNCIONAMIENTO Y ACTIVIDADES DE LA SOCIEDAD. 13. MANTENER A LA ASAMBLEA INFORMADA SOBRE EL CURSO DE LOS NEGOCIOS DE LA COMPAÑÍA. 14. OTORGAR LOS PODERES NECESARIOS PARA LA DEFENSA DE LOS INTERESES DE LA SOCIEDAD. 15. SOMETER A LA DECISIÓN DE ARBITROS, POR MEDIO DE CLÁUSULAS COMPROMISORIAS Y DE ARBITRAMIENTO, LAS DIFERENCIAS QUE SURJAN ENTRE LA SOCIEDAD Y TERCEROS, ACORDAR EL NOMBRAMIENTO DE LOS ÁRBITROS Y NOMBRAR EL APODERADO QUE REPRESENTARÁ A LA SOCIEDAD ANTE EL TRIBUNAL CORRESPONDIENTE. 16. MANEJO ADECUADO DE LAS CUENTAS BANCARIAS DE LA COMPAÑÍA EN CONJUNTO CON EL SUBGERENTE. 17. TODAS AQUELLAS FUNCIONES QUE LE HAYAN SIDO CONFERIDAS BAJO LA LEY Y BAJO ESTOS ESTATUTOS, Y AQUELLAS QUE LE CORRESPONDEN POR LA NATURALEZA DE SU OFICIO EL REPRESENTANTE LEGAL O SUS SUPLENTE TENDRÁN FACULTADES PARA CELEBRAR Y/O REALIZAR TODA CLASE DE ACTOS O CONTRATOS EN NOMBRE DE LA SOCIEDAD HASTA POR LA SUMA DE MIL SALARIOS MÍNIMOS LEGALES MENSUALES VIGENTES (1000 SMLMV). CUALQUIER ACTO O CONTRATO QUE EXCEDA DE ESTA SUMA DEBERÁ TENER AUTORIZACIÓN EXPRESA Y PREVIA DE LA ASAMBLEA DE ACCIONISTAS. SEGUNDO: EL REPRESENTANTE LEGAL O SUS SUPLENTE REALIZARÁN LAS ACTIVIDADES PROPIAS DE SU CARGO Y LAS SEÑALADAS EN LOS ESTATUTOS EN COORDINACIÓN CON EL SUBGERENTE DE LA SOCIEDAD, EL REPRESENTANTE LEGAL DEBERÁ RENDIR CUENTAS COMPROBADAS DE SU GESTIÓN, CUANDO SE LO EXIJAN LA ASAMBLEA

CERTIFICA:

QUE LA PERSONA JURIDICA TIENE MATRICULADOS LOS SIGUIENTES ESTABLECIMIENTOS :

NOMBRE : SERVITRANSTUR N.H.C
MATRICULA NO. 00282287 DEL 4 DE AGOSTO DE 2015
RENOVACION DE LA MATRICULA : EL 7 DE MARZO DE 2017
ULTIMO AÑO RENOVADO : 2017

CERTIFICA:

ACTIVIDAD PRINCIPAL:
4921 TRANSPORTE DE PASAJEROS
NUMERO ALCALDIA: 0000212072 DEL

***** CONTINUA *****



CAMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO
CERTIFICADO EXPEDIDO A TRAVES DEL PORTAL DE SERVICIOS VIRTUALES CON DESTINO A AFILIADOS
CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL
SERVITRANSTUR S.A.S

Fecha expedición: 2017/10/05 - 15:22:39, Recibo No. H000007461, Operación No. 0115Q1005027

CODIGO DE VERIFICACIÓN: qMPKtNPWA7

CERTIFICA:

QUE LA PERSONA JURIDICA TIENE MATRICULADOS LAS SIGUIENTES
AGENCIAS Y SUCURSALES:

AGENCIA : SERVITRANSTUR SAS-CUMARAL
MATRICULA NO. 00299397
RENOVACION DE LA MATRICULA : EL 7 DE MARZO DE 2017
ULTIMO AÑO RENOVADO : 2017

AGENCIA : SERVITRANSTUR SAS-PUERTO LOPEZ
MATRICULA NO. 00299401
RENOVACION DE LA MATRICULA : EL 7 DE MARZO DE 2017
ULTIMO AÑO RENOVADO : 2017

CERTIFICA:

QUE NO FIGURAN INSCRIPCIONES ANTERIORES A LA FECHA DEL PRESENTE
CERTIFICADO, QUE MODIFIQUEN TOTAL O PARCIALMENTE SU CONTENIDO.

CERTIFICA:

***LA CAMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO INFORMA: ***

QUE LA MATRICULA DEL COMERCIANTE Y/O ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO
LOCALIZADO EN LA DIRECCION QUE APARECE REPORTADA EN ESTE CERTIFI-
CADO, SE INFORMO A LAS SECRETARIAS DE PLANEACION, SALUD, GOBIERNO
MEDIO AMBIENTE Y HACIENDA MUNICIPAL DE LA ALCALDIA DE VILLAVICEN-
CIO Y BOMBEROS, GENERANDOSE DE FORMA AUTOMATICA LA MATRICULA DE
INDUSTRIA Y COMERCIO, A EXCEPCION DE AQUELLOS CASOS EN QUE LA
ACTIVIDAD NO ESTA SUJETA A DICHO IMPUESTO.

LOS DATOS CONTENIDOS EN ESTA SECCION DE INFORMACION COMPLEMENTA-
RIA, NO HACEN PARTE DEL REGISTRO PUBLICO, NI SON CERTIFICADOS
POR LA CAMARA DE COMERCIO EN EJERCICIO DE SUS FUNCIONES LEGALES,
LA CAMARA DE COMERCIO SOLO HACE PUBLICO EL CONOCIMIENTO QUE DE
ELLOS HA TENIDO EL COMERCIANTE

LA MATRICULA EN CAMARA DE COMERCIO NO IMPLICA PERMISO O AUTORIZA-
CION DE FUNCIONAMIENTO.

QUE COMO CONSECUENCIA DEL REPORTE REALIZADO POR LA CAMARA DE
COMERCIO, LA ALCALDIA ASIGNO EL NUMERO 0000202238 EL , PARA
IDENTIFICAR ESTE NUMERO DE MATRICULA MERCANTIL.

DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL CODIGO DE PROCEDIMIENTO
ADMINISTRATIVO Y DE LO CONTENCIOSO Y DE LA LEY 962 DE 2005, LOS
ACTOS ADMINISTRATIVOS DE REGISTRO AQUI CERTIFICADOS QUEDAN EN

***** CONTINUA *****

 CAMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO Corporación legal	CAMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO CERTIFICADO EXPEDIDO A TRAVÉS DEL PORTAL DE SERVICIOS VIRTUALES CON DESTINO A AFILIADOS CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL SERVITRANSTUR S.A.S
	Fecha expedición: 2017/10/05 - 15:22:39, Recibo No. H000067461, Operación No. 0115Q1005027
	CODIGO DE VERIFICACIÓN: qMPKtNPWA7
FIRME DIEZ (10) DIAS HABILES DESPUES DE LA FECHA DE INSCRIPCION, SIEMPRE QUE NO SEAN OBJETO DE RECURSOS.	
VALOR DEL CERTIFICADO: \$5.200	
IMPORTANTE: La firma digital del secretario de la CAMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO contenida en este certificado electrónico se encuentra emitida por una entidad de certificación abierta autorizada y vigilada por la Superintendencia de Industria y Comercio, de conformidad con las exigencias establecidas en la Ley 527 de 1999 para validez jurídica y probatoria de los documentos electrónicos.	
La firma digital no es una firma digitalizada o escaneada, por lo tanto, la firma digital que acompaña este documento la podrá verificar a través de su aplicativo visor de documentos pdf.	
No obstante, si usted va a imprimir este certificado, lo puede hacer desde su computador, con la certeza de que el mismo fue expedido a través del canal virtual de la cámara de comercio y que la persona o entidad a la que usted le va a entregar el certificado impreso, puede verificar por una sola vez el contenido del mismo, ingresando al enlace https://virtual.ccv.org.co/cv.php seleccionando allí la cámara de comercio e indicando el código de verificación qMPKtNPWA7.	
Al realizar la verificación podrá visualizar (y descargar) una imagen exacta del certificado que fue entregado al usuario en el momento que se realizó la transacción.	
La firma mecánica que se muestra a continuación es la representación gráfica de la firma del secretario jurídico (o que haga sus veces) de la Cámara de Comercio quien avala este certificado. La firma mecánica no reemplaza la firma digital en los documentos electrónicos.	
	

Apéndice C. Aspectos corporativos.

Misión: nuestra misión es satisfacer ampliamente las necesidades de nuestros clientes y ser líderes en la prestación de servicio de transporte especial de pasajeros, cumpliendo con la legislación colombiana y otros requisitos que ha suscrito la organización en temas de seguridad, salud ocupacional, ambiente y calidad, enmarcado en la responsabilidad social-ambiental, eficiencia, eficacia y seguridad en nuestras operaciones buscando siempre la mejora continua.

Visión: para el 2020, ser una de las empresas de servicio especial, rentable reconocida en la comunidad, usuarios como el mejor prestador del servicio, por su excelencia en la calidad de los servicios, seguimiento, control de prevención y mejora continua, para garantizar permanentemente la satisfacción de nuestros clientes a través de procesos y procedimientos eficientes, minimizando y controlando los riesgos e impactos socio-ambientales propios de la actividad que desarrollamos, con el respaldo y apoyo de nuestro equipo humano de trabajo y parque automotor que nos permita generar en nuestros clientes y demás partes interesadas la confiabilidad, como aliado estratégico y con un alto sentido de responsabilidad social y ambiental.

Nit: 830007737

Dirección: Avenida 1, anillo vial Estación de Servicio Terpel, interior 3.

Empleados administrativos	7
Empleados operativos	29
Empleados por servicios	2
Bus de 40 pasajeros	5
Microbús 25 a 30 pasajeros	9
Busetas 15 a 19 pasajeros	5
Camionetas	8
Trabaja con contratistas	10 carros

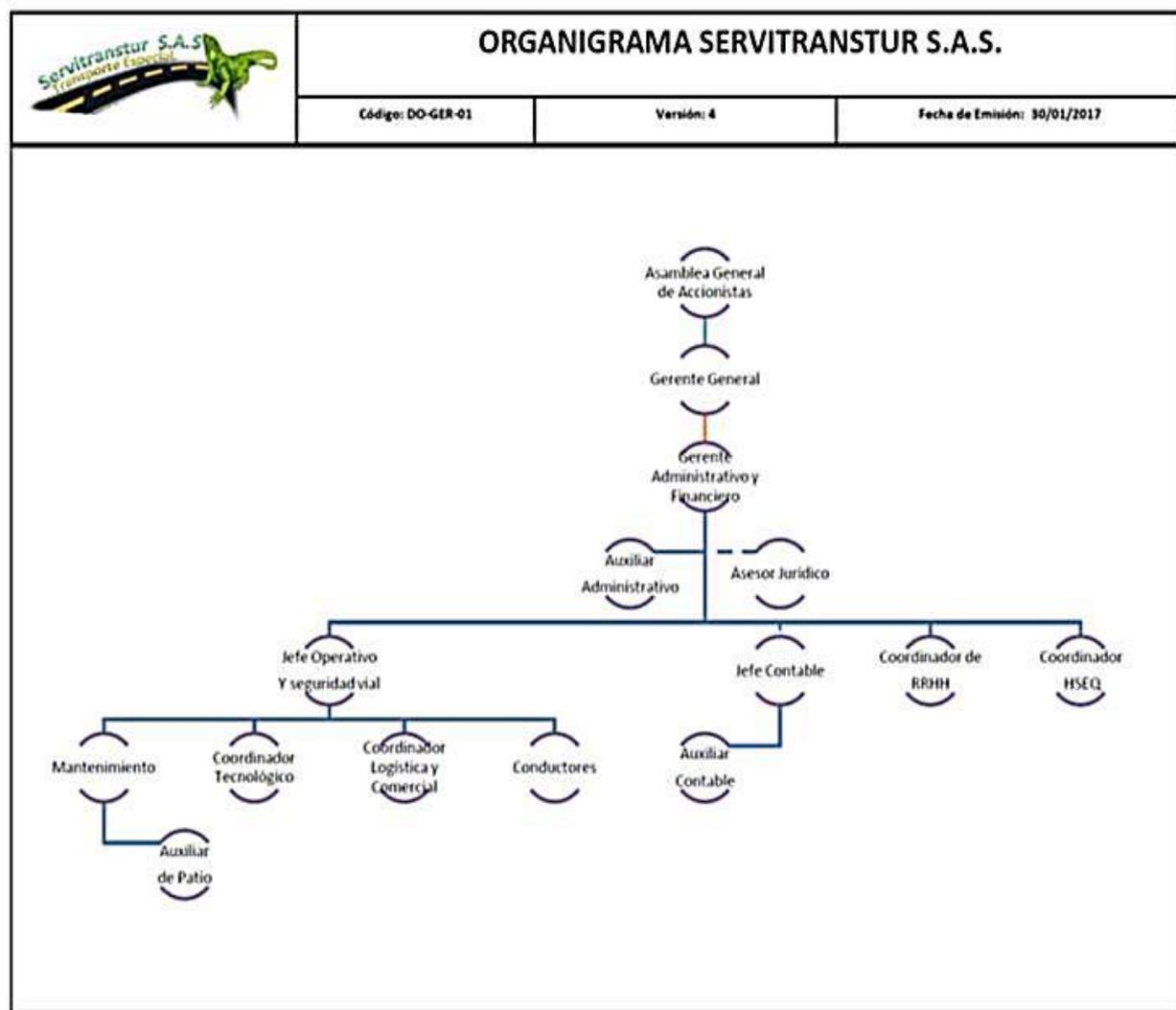
Cobertura a nivel nacional

Transporte turístico: transporte personal, alojamiento, alimentación.

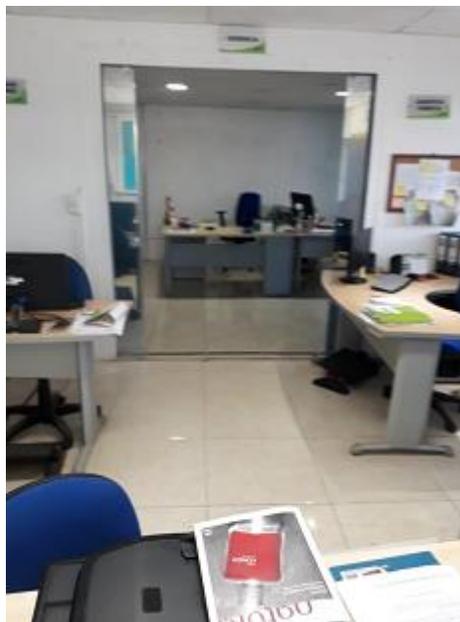
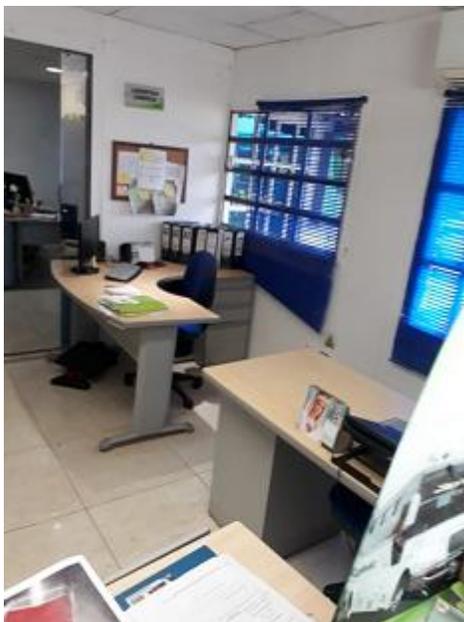
Transporte empresarial: transporte escolar, alquiler de camionetas.

Principales clientes: Universidad Santo Tomás, Universidad Unad, Unillanos, Corpoica, Alcaldía (por medio de licitación), Academia Militar Antonia Santos.

Figura 17. Organigrama Servitranstur S.A.S.



Apéndice D. Registros fotográficos Servitranstur S.A.S.





Instalaciones físicas de Servitranstur S.A.S.

Evaluación del desempeño







Apéndice E. Formato de encuesta.

Corporación Universitaria del Caribe – CECAR
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Administración de Empresas
Modalidad a Distancia y Virtualidad
Villavicencio – 2018

Encuesta No. _____

Objetivo: encuesta dirigida a los colaboradores de la empresa Servitranstur S.A.S., con la finalidad de conocer e identificar los sistemas de gestión de calidad y aplicabilidad NTC – ISO 10002:2004.

1. ¿Tiene usted conocimiento de la Norma NTC - ISO 10002:2004?

- a. _____ Sí.
- b. _____ No.

2. ¿Conoce usted las políticas de calidad de la empresa Servitranstur S.A.S.?

- a. _____ Sí.
- b. _____ No.

3. ¿Conoce sus responsabilidades frente al Sistema de Gestión de la Calidad?

- a. _____ Sí.
- b. _____ No.

4. ¿Se atienden las peticiones, quejas y reclamos del usuario en forma ágil y oportuna?

- a. _____ Sí.
- b. _____ No.

- c. _____ Algunas veces.
5. ¿Cuál cree usted qué es la posición del usuario (fidelización)?
- a. _____ Positiva.
- b. _____ Negativa.
- c. _____ Neutra.
6. ¿Existen las condiciones y recursos necesarios, para ofrecer procesos de servicio óptimo?
- a. _____ Sí.
- b. _____ No.
7. ¿Califique la amabilidad del servicio, oportunidad del mismo y calidad de la información suministrada al usuario?
- a. _____ Excelente.
- b. _____ Buena.
- c. _____ Regular.
8. ¿Se siente orgulloso de pertenecer a la empresa Servitranstur S.A.S.?
- a. _____ Sí.
- b. _____ No.
- c. _____ Pero con algún matiz.
9. ¿Existen condiciones ambientales en sus puestos de trabajo?
- a. _____ Sí.
- b. _____ No.

¡Su valioso tiempo y la atención prestada a este documento contribuirá para mejorar el servicio y atención de quejas y reclamos del usuario!

Apéndice F. Formato de entrevista.

Corporación Universitaria del Caribe – CECAR
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Administración de Empresas
Modalidad a Distancia y Virtualidad
Villavicencio – 2018

MODELO DE GESTIÓN DE LA CALIDAD (SGC)				
DOCUMENTOS GENERALES				
	Sí	No	Parcial	Observaciones
Los procesos están identificados, y caracterizados así como la secuencia e interacción de estos.				
Se aplican los procesos necesarios para el SGC en la organización.				
Existe un manual de calidad.				
Los procesos del mapa de procesos tienen procedimientos e instructivos documentados.				
CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN				
La empresa cuenta con una planeación estratégica actualizada.				
Se tienen identificadas las partes interesadas y sus requisitos.				
LIDERAZGO				
Existe una declaración documentada de la política de calidad.				
Existe una declaración documentada de los objetivos de calidad.				
Existe un organigrama y está actualizado con los cargos existentes.				
Existen manuales de funciones y descripción de los perfiles para cada cargo.				
Existen procedimientos documentados necesarios para la planificación, operación				

	Sí	No	Parcial	Observaciones
y control de los procesos.				
PLANIFICACIÓN				
Se cuenta con una matriz de riesgos o panorama de riesgos.				
Se tiene definidos objetivos de calidad por procesos.				
SOPORTE				
La empresa ha elaborado un presupuesto para el MODELO de gestión de calidad.				
Se tiene establecido un programa de mantenimiento para la infraestructura.				
Se tiene un programa de capacitación definido con sus respectivos formatos.				
Existen documentos que definan los procedimientos y directrices para la selección, vinculación y capacitación del personal.				
Existe una metodología para evaluar el desempeño y se tienen los respectivos formatos.				
Se tiene un documento para evaluar el clima organizacional.				
Existe un documento donde se definen las directrices para la comunicación en la organización.				
Existe un procedimiento para la elaboración, modificación control de los documentos.				
Existe un procedimiento para la elaboración, modificación y control de los registros.				
OPERACIÓN				
Se cuenta con procedimientos para la planificación del servicio.				
Hay documentos que evidencien la interacción con el cliente.				

	Sí	No	Parcial	Observaciones
Se tiene documentos que evidencien la comunicación con el cliente.				
Se tiene información documentada para los proveedores externos.				
Se cuenta con documentos que definan como se controla el servicio.				
Existen registros que permitan la trazabilidad del servicio prestado.				
Se tienen documentos que evidencien que se realizan actividades posteriores a la entrega del servicio.				
Existe Información documentada que describa los resultados de la revisión de los cambios.				
Hay documentos que evidencien que se realizan actividades previas a liberar el servicio.				
Se ha establecido un procedimiento para los servicios no conformes con su respectiva documentación.				
EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO				
Se cuenta con documentación para evaluar el desempeño de los procesos.				
Se determinan los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación, en su caso, para garantizar la validez de los resultados del SGC.				
Se tiene establecido un procedimiento para las auditorías internas.				