

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de proyectos de investigación previo a la obtención del Título de Ingeniero en Empresas

TEMA:

“La Cultura Organizacional y la Satisfacción de los Usuarios de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua en el año 2015”

AUTOR: Vinicio Rodolfo Montero Ortiz

TUTOR: Ing. MBA. Raúl Francisco Villalba Miranda

**AMBATO – ECUADOR
ENERO/2017**



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. MBA. Raúl Francisco Villalba Miranda

CERTIFICA:

En mi calidad de tutor del Trabajo de titulación “La Cultura Organizacional y la Satisfacción de los Usuarios de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua en el año 2015” presentado por Vinicio Rodolfo Montero Ortiz, para optar por el título de Ingeniero en Empresas CERTIFICO, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el reglamento de títulos y grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 26 de agosto de 2016



Ing. MBA. Raúl Francisco Villalba Miranda
CI: 0500972369

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Vinicio Rodolfo Montero Ortiz, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del título de Ingeniero en Empresas, son absolutas originales, auténticas y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Vinicio Rodolfo Montero Ortiz

C.I: 1804378311

Ing. Mg. José G. Rami

C.I. 1303078791

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos Profesores Calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

f) _____

Ing. Mg. Jorge Enrique Jordán Vaca

C.I. 1803079761

g) _____

Ing. Mg. Carlos Vinicio Mejía Vayas

C.I. 0400730693

Ambato, 12 de octubre de 2016

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto, con fines de difusión pública además apruebo la reproducción de este proyecto, dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



Vinicio Rodolfo Montero Ortiz

C.I: 1804378311

AGRADECIMIENTO

*A consideración del
Autor Vinicio Rodolfo Montero Ortiz*

Agradezco a dios por darme fuerza y sabiduría, a mis padres por su apoyo tanto económico como moral, a mi esposo por su comprensión y apoyo incondicional.

A mis maestros que han sido fuente de conocimiento, por haber compartido su conocimiento y brindado su amistad.

A mi tutor el Ing. MBA. Raúl Villalba por guiarme en el presente proyecto de investigación.

DEDICATORIA

En primer lugar, a dios por su infinito amor por haberme ayudado a superar todos los retos y ser una guía para poderlos superar.

A mi hija quien es la razón de mi vida y motivo de superación.

A mis padres, por su apoyo constante, por sus consejos y por su aliento para que puedan culminar mis estudios.

A mi esposa por su apoyo, ayuda incondicional, por estar junto a mí en cada momento de mi vida estudiantil.

Vinicio Rodolfo Montero Ortiz

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO	iv
DERECHOS DE AUTOR.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
DEDICATORIA	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
RESUMEN EJECUTIVO	xii
ABSTRACT.....	xiii
1. Definición del problema de la investigación.....	1
2. Objetivos de la Investigación	4
Objetivo General.....	4
Objetivos Específicos	4
3. Fundamentación científico técnica (Estado de Arte).....	5
Comportamiento organizacional.....	11
Cultura Organizacional	12
Modelos de Diseño Organizacional.....	13
Modelo de Ailed Labrada Sosa.....	13
Modelo EFQM.....	14
Estructura Organizacional.....	15
Elementos de la Estructura Organizacional	16
Especialización Laboral.....	17

Departamentalización	18
Cadena de Mandos.....	18
Tramo de Control.....	19
Centralización y Descentralización	20
Formalización	20
Servicio al Cliente.....	20
Calidad en el Servicio.....	21
Identificación de necesidades	23
Satisfacción de necesidad	23
Cliente o Usuario	23
4. Metodología.....	24
Investigación de Campo	24
Investigación Bibliográfica	24
Población	25
Muestra	26
5. Resultados.....	27
6. Conclusiones.....	53
7. Recomendaciones.....	54
8. Bibliografía.....	62
Anexos.....	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Población.....	25
Tabla N° 2: Población a ser intervenida	26
Tabla N° 3: Frecuencia de usuarios de taxis	27
Tabla N° 4: Motivos de uso del transporte de taxis	28
Tabla N° 5: Trato que recibe el usuario	29
Tabla N° 6: Conducta de los conductores de servicio de taxis	30
Tabla N° 7: Calidad del servicio del transporte de taxis.....	31
Tabla N° 8: Unidades de taxis equipadas con música, pantallas de video, aire acondicionado	32
Tabla N° 9: Evaluación del servicio de transporte de taxis	33
Tabla N° 10: Programas de responsabilidad social en la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua.....	34
Tabla N° 11: Evaluación del servicio de transporte de taxis	35
Tabla N° 12: Conocimiento sobre las rutas a tomar para mejor servicio	36
Tabla N° 13: Cumplimiento de objetivos de la Institución reguladora de la revisión y el control de los vehículos.....	37
Tabla N° 14: Buzón de quejas y sugerencias para mejorar el servicio	38
Tabla N° 15: Página web para comunicarse con los directivos	39
Tabla N° 16: Señaléticas para educar al usuario.....	40
Tabla N° 17: Utilización de uniforme.....	41
Tabla N° 18: Planificación y desarrollo de capacitaciones.....	42
Tabla N° 19: Capacitar para brindar un mejor servicio al usuario.....	43
Tabla N° 20: Quejas por parte del usuario.....	44
Tabla N° 21: Utilización del taxímetro	45
Tabla N° 22: Respeto de los valores predeterminados para el cobro del servicio de taxi.....	46
Tabla N° 23: Necesidad de ofrecer servicios extras	47
Tabla N° 24: Relación entre compañeros taxistas	48
Tabla N° 25: Socialización de actividades del plan de trabajo	49
Tabla N° 26: Conocimiento del Código Integral Penal (COIP)	50
Tabla N° 27: Prestación de ayuda al usuario	51
Tabla N° 28: Frecuencia de mantenimiento de la unidad	52

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Árbol de problemas	3
Gráfico N° 2: Comportamiento organizacional	12
Gráfico N° 3: Frecuencia de usuarios de taxis.....	27
Gráfico N° 4: Motivos de uso del transporte de taxis.....	28
Gráfico N° 5: Trato que recibe el usuario	29
Gráfico N° 6: Conducta de los conductores de servicio de taxis.....	30
Gráfico N° 7: Calidad del servicio del transporte de taxis.....	31
Gráfico N° 8: Unidades de taxis equipadas con música, pantallas de video, aire acondicionado	32
Gráfico N° 9: Evaluación del servicio de transporte de taxis	33
Gráfico N° 10: Programas de responsabilidad social en la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua.....	34
Gráfico N° 11: Evaluación del servicio de transporte de taxis	35
Gráfico N° 12: Conocimiento sobre las rutas a tomar para mejor servicio	36
Gráfico N° 13: Cumplimiento de objetivos de la Institución reguladora de la revisión y el control de los vehículos.....	37
Gráfico N° 14: Buzón de quejas y sugerencias para mejorar el servicio	38
Gráfico N° 15: Página web para comunicarse con los directivos	39
Gráfico N° 16: Señaléticas para educar al usuario.....	40
Gráfico N° 17: Utilización de uniforme.....	41
Gráfico N° 18: Planificación y desarrollo de capacitaciones.....	42
Gráfico N° 19: Capacitar para brindar un mejor servicio al usuario	43
Gráfico N° 20: Quejas por parte del usuario.....	44
Gráfico N° 21: Utilización del taxímetro.....	45
Gráfico N° 22: Respeto de los valores predeterminados para el cobro del servicio de taxi.....	46
Gráfico N° 23: Necesidad de ofrecer servicios extras	47
Gráfico N° 24: Relación entre compañeros taxistas	48
Gráfico N° 25: Socialización de actividades del plan de trabajo.....	49
Gráfico N° 26: Conocimiento del Código Integral Penal (COIP)	50
Gráfico N° 27: Prestación de ayuda al usuario	51
Gráfico N° 28: Frecuencia de mantenimiento de la unidad.....	52

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación estudia la Cultura Organizacional y la Satisfacción de los Usuarios de la Unión de Cooperativas de Transporte de taxis de Tungurahua en el año 2015; esta organización se dedica al control de las cooperativas de transporte de taxis a nivel de la provincia de Tungurahua con ello normar reglamento para brindar un servicio de calidad.

Por lo que en la investigación se enfoca en la identificación de factores positivos y negativos de la cultura organizacional, imagen empresarial, planificaciones y capacitaciones por lo que se comprueba la realidad del servicio de transporte.

En el estudio de campo se demuestra que los usuarios están de acuerdo con el desarrollo de programas de responsabilidad social, así como de la capacitación necesaria para los conductores de manera semestral a fin de presten un servicio de calidad, para lo cual el buzón de sugerencias y la página web servirá como medio de comunicación con los directivos, pues los conductores indicaron que casi siempre reciben quejas de los usuarios.

Con la investigación se llega a establecer como propuesta solución al problema el modelo EFQM (European Foundation for Quality Models) para mejorar la calidad del servicio de la organización, mismo que consiste en un modelo de carácter no normativo que desarrolla el concepto de la Calidad Total y está orientado hacia la Excelencia empresarial.

PALABRAS CLAVES: CULTURA ORGANIZACIONAL, CALIDAD EN EL SERVICIO, MODELO EFQM, EMPRESA DE TRANSPORTE, UNIÓN DE COOPERATIVAS DE TRANSPORTE DE TAXIS DE TUNGURAHUA.

ABSTRACT

The present study studies the Organizational Culture and the Satisfaction of the Users of the Union of Tungurahua Taxicab Transport Cooperatives in 2015; This organization is dedicated to the control of taxi transport cooperatives in the province of Tungurahua with this to regulate regulation to provide a quality service.

Therefore, the research focuses on the identification of positive and negative factors of the organizational culture, business image, planning and training, thus verifying the reality of the transportation service.

The field study shows that users are in agreement with the development of social responsibility programs, as well as the necessary training for drivers on a semi-annual basis in order to provide a quality service, for which the suggestion box and the website will serve as a means of communication with managers, as drivers indicated that they almost always receive complaints from users.

With the research, EFQM (European Foundation for Quality Models) model is proposed as a solution to the problem to improve the service quality of the organization, which is a non-normative model that develops the concept of Total Quality and is oriented towards Business Excellence.

KEYWORDS: ORGANIZATIONAL CULTURE, QUALITY IN SERVICE, MODEL EFQM, TRANSPORTATION COMPANY, UNION OF TAXIS TRANSPORT COOPERATIVES OF TUNGURAHUA.

1. Definición del problema de la investigación

En Ecuador mediante el Acuerdo Ministerial N° 028 del Ministerio de Transporte y Obras Públicas la Federación Nacional de Cooperativas de Transporte en Taxis del Ecuador pasó a ser la Federación Nacional de Operadoras en Transporte en Taxis del Ecuador.

Según, (Fedetaxis , 2010) existen “alrededor de 22 uniones de taxis y cerca de 55000 unidades circulan por el país”. En las ciudades más grandes como: Quito, Guayaquil y Cuenca existen en promedio un taxi por cada 160 habitantes, sin embargo de acuerdo a la empresa japonesa Padeco citada por, (El Comercio , 2014) “Ecuador debería tener un taxi por cada 500 habitantes”, para evitar la contaminación y el tráfico excesivo.

El servicio al usuario es el tema más discutido en este sector debido a que de la satisfacción que perciba éste en este tipo de transporte, depende que el servicio sea el más solicitado. La calidad del servicio es un factor indispensable, debido a que los usuarios pueden optar por otra alternativa, como es el del autobús; por tal razón los taxistas necesitan brindar cortesía y respeto en el proceso y sobre todo valor agregado para cumplir y superar las expectativas.

De acuerdo al diario (La Hora , 2012) en Ambato existen: “alrededor de 2500 taxistas, mismos que pertenecen a 50 cooperativas”. El servicio que se brinda es un tema muy discutido por los usuarios, debido a que han existido algunas quejas por el servicio brindado, muchos de ellos indican haber tenido falta de cortesía y respeto, al subirse al taxi y no escuchar un saludo o una bienvenida.

Un dato importante en este aspecto es que los taxistas actúan como confidentes, debido a que escuchan muchos de los aspectos que ocurrieron en el día, o situaciones por las que está atravesando el país, de ahí la importancia de la información y la capacitación permanente, para evitar la introversión o la mala comunicación con el usuario. De la buena conversación que hayan tenido en el transcurso del viaje va a depender su satisfacción, sin considerar al precio como factor fundamental.

La cultura organizacional es definida como el conjunto de creencias, valores y normas de comportamiento dentro de una empresa a fin de otorgar un adecuado servicio;

mismo que cree un adecuado clima laboral y a su vez satisfacción en el usuario. La inexistencia de capacitación en las Cooperativas ha hecho que los taxistas se muevan empíricamente, que no apliquen un proceso de servicio adecuado, y por ende que los mismos se sientan mal con el servicio prestado. Esta es la causa principal que desencadena más problemas.

Por las razones mencionadas anteriormente es indispensable desarrollar una cultura organizacional direccionada a mejorar el servicio, que se ha convertido en el factor más importante en una organización; según algunas percepciones, hoy en día la compra de un bien/servicio depende de la calidad de atención con la que fue recibido el usuario, o por el servicio post venta que se le ofreció.

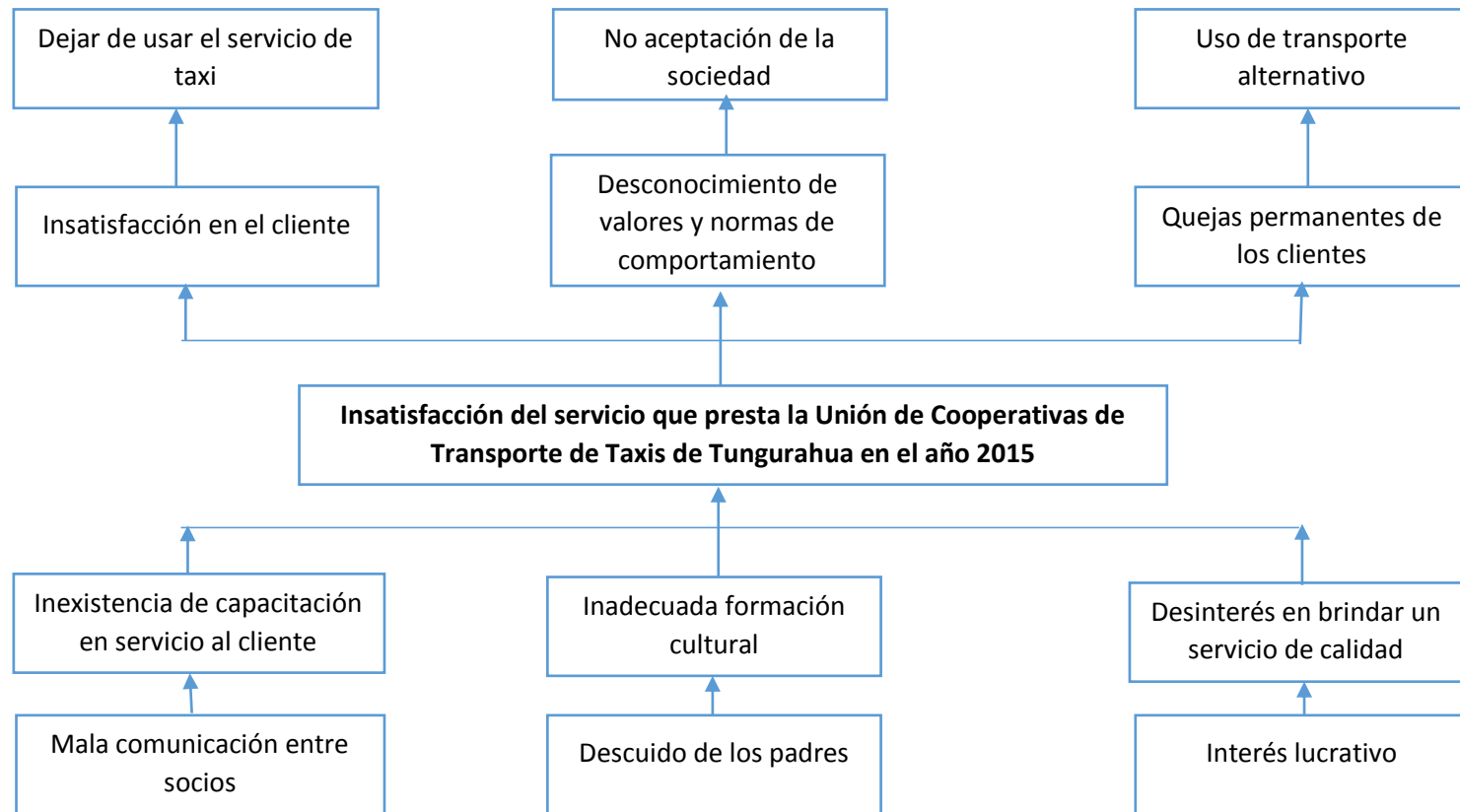


Gráfico N° 1: Árbol de problemas
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Vinicio Montero

Las causas de la mala calidad en el servicio brindado son:

La mala comunicación de los socios de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua ha hecho que no exista capacitación a los taxistas en un tema tan importante como es el servicio al usuario. Esto ha repercutido en la insatisfacción de los mismos y por ende en dejar de usar el servicio de taxis.

El descuido por parte de los padres de familia ha hecho que haya una inadecuada formación cultural en temas tan importantes como los valores y normas de comportamiento, por tal razón los transportistas desconocen estos aspectos importantes, lo que ha causado la no aceptación de la sociedad, en este caso muy particular la de los usuarios.

El interés lucrativo únicamente brindado por el número de carreras hechas a diario, ha hecho que se descuide un tema de interés para todos como es el servicio de calidad, mismo que acarrea quejas permanentes de los usuarios y el uso de transportes alternativos.

2. Objetivos de la Investigación

Objetivo General

- Diagnosticar la cultura organizacional y la satisfacción de los usuarios de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua.

Objetivos Específicos

- Identificar los factores positivos y negativos de la cultura organizacional que tiene la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua.
- Determinar la satisfacción de las personas que ocupan el servicio de taxis de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua.
- Implementar el modelo EFQM (European Foundation for Quality Models) para mejorar la calidad del servicio de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua.

3. Fundamentación científico técnica (Estado de Arte)

Se encontraron trabajos de investigación similares al presente trabajo investigativo, así tenemos:

Según el autor, (Aldás, 2013) con respecto al tema: “Cultura Organizacional y su incidencia en el volumen de ventas en la empresa “COMERCIAL V&M” en la ciudad de Ambato” de la Universidad Técnica De Ambato, Facultad Ciencias Administrativas, en su objetivo general manifiesta lo siguiente: “Diseñar un Instructivo, que permita fomentar una nueva Cultura Organizacional que favorezca a las ventas en la empresa “Comercial V&M”

Es así que la cultura organizacional es un ente primordial para la empresa de tal manera se pretende diseñar una guía que ayude a fomentar lo antes mencionado. Llegando a determinar las siguientes conclusiones:

- (Aldás, 2013) “Se determina que el sexo femenino ingresa a un local, inmediatamente empieza a visualizar todo, en cambio, el sexo opuesto busca directamente va así lo que desea comprar. se entiende claramente que una mujer al momento de comprar busca un producto de buena calidad mujer la calidad en donde influye mucho el trato del vendedor así el comprador”.
- “En Cambio los hombres, vasta que haga encontrado el producto que buscaban, y no ven el trato de servicio en el que fueron atentaditos, hoy en día los clientes no solo compran el producto sino una buena atención”.
- “La fidelidad ayuda con cada experiencia que un individuo que interactúa con el cliente, se debe poner mayor interés en la experiencia que le brinda la empresa “Comercial V&M” a sus clientes ya sean frecuentes para así seguirles manteniendo u ocasionales para obtener su fidelidad”

Coincido con el autor al decir que la cultura organizacional en la que se encuentra la empresa es un estado estable, ya que al momento de que el cliente se acerca a comprar se puede determinar los tipos de compradores ya sea femenino o masculino, por un lado, las mujeres observan la calidad del producto, y la atención como fueron tratadas en su compra en cambio los hombres solo van a un centro comercial y adquieren lo establecido si fijarse en la calidad del producto y por ende en el servicio.

Para (Suárez, 2014) en su estudio investigativo con el tema “Estudio descriptivo de la cultura organizacional de los colaboradores de la unidad de negocio de Supply

Chain Guayaquil de Nestlé Ecuador”, realizado en la Universidad Técnica de Guayaquil, de la facultad de Ciencias Psicológicas cuyo objetivo investigativo: “Determinar el tipo de Cultura Organizacional dominante en la Unidad de Negocio Supply Chain de la compañía Nestlé.”

Alcanzando a desempeñar dicho objetivo e instituir las siguientes conclusiones derivados de toda la investigación y de los análisis desarrollados en la investigación de campo:

- (Suárez, 2014) “Con respecto a la clase de cultura predominante existe en la entidad de Supply Chain, se establece que tiene un alto nivel de acogimiento en sus funciones, son personas que se encuentran capacitadas de tal manera ayuda a la de toman decisiones, generan e implementan mejoras, cambios efectivos para la compañía”.
- “La organización tiene una estructura bien determinada en donde se reflejan los procedimientos más concisos de todo el personal. Las expectativas del personal se acoplan plenamente a la percepción de la cultura organizacional, equivaliendo un porcentaje del 89% que se encuentra a su favor entre los empleados de la organización”.
- “Por otro lado, el personal se encuentra realmente motivado con la cultura organizacional de Nestle, porque se sienten formados y actualizados con las exigencias de las actividades comerciales”.

Se concuerda con el autor al decir que la cultura organizacional es aquella que domina el y prevale en la empresa, la misma que se establece un grado más alto de prioridad con respecto a las funciones los colaboradores de dicha empresa son estratégicamente capacitadas y motivadas, de tal forma ayuda a que el jefe inmediato pueda realizar una buena toma de decisiones, en la cual buscara de la forma más minuciosa implementar nuevos métodos para mejorar la actividad que viene desarrollando la empresa.

Mientras que el autor (Pelaes, 2010) en su trabajo con el tema: “Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en una empresa de servicios telefónicos” presentado en la Universidad Nacional Mayor De San Marcos de la Facultad de Ciencias Administrativas, en donde plantea como objetivo general: “Determinar si existe una relación directa entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en la empresa Telefónica, de manera tal que a medida que se

incremente el nivel del clima organizacional aumentarán los niveles de satisfacción de los usuarios.”

Logrando determinar la relación directa que tiene el clima organizacional busca cumplir con la demanda de los clientes en obtener un buen servicio de calidad de servicio, para así poder plantear las siguientes conclusiones:

- (Pelaes, 2010) “Se comprobó que existe una relación inmediata entre el clima organizacional entre el área de Relaciones la que ayuda a llegar a la satisfacción del cliente en la empresa Telefónica del Perú en donde buscara mejorar las relaciones mutuas en donde se llegue a satisfacer al cliente”.
- “Se planteaba que existe una relación directa entre el clima organizacional ya que pretende mejorar la disponibilidad de recursos y con ello poder satisfacer al cliente, en vista que va incrementando la sensación de estabilidad laboral mejora correlativamente la satisfacción del cliente”.

En este punto se puede determinar que la que la demanda en satisfacer al cliente es un eje muy importante en donde se ve reflejado la interacción entre el que demanda y el que necesita satisfacer sus necesidades al a crear un bien o servicio, en donde se establecerá la calidad del bien o producto recibido.

Según (Panchana de la Cruz, 2013) de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, facultad de Ciencias Administrativas, Escuela de Ingeniería Comercial, en su trabajo de investigación titulado Diseño Organizacional para la Cooperativa de Transporte en Taxis Alas del Turismo S.A. del Cantón la Libertad, Provincia Santa Elena, año 2013, tiene como objetivo general de investigación: determinar la influencia de una estructura organizacional en la gestión administrativa mediante un estudio situacional actual, para el diseño organizacional de la Cooperativa de Transporte en Taxis Alas del Turismo S.A., del cantón La Libertad, concluye: que el diseño organizacional es un proceso de toma de decisiones en la cooperativa y donde se establecen estrategias las cuales se ponen en práctica. El diseño organizacional para la Cooperativa de Transporte en Taxis Alas del Turismo S.A., del cantón La Libertad establece que el gerente tome decisiones para una excelente administración dentro de ella, además se identificaron las principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas por medio de la matriz FODA y se obtuvieron todos los indicadores con los que cuenta la Cooperativa Transporte en Taxis Alas del Turismo S.A., finalmente el punto

preocupante es que los socios desconocen lo que es la cultura organizacional; lo que es principalmente su misión, visión es decir no saben cuáles son sus principales objetivos, ellos trabajan empáticamente, solo con su único indicador que es su experiencia. Con estos antecedentes la investigadora recomienda brindar capacitaciones constante a lo socios de la Cooperativa de Transporte en Taxis Alas del Turismo S.A., y así, tener como resultado el buen desempeño dentro de las funciones administrativas, además implantar en la Cooperativa de Transporte en Taxis Alas del Turismo S.A., una cultura organizacional, que oriente el comportamiento tanto al personal administrativo, a los socios y a los choferes profesionales que integran la cooperativa, finalmente diseñar un manual de funciones a los que conforman la parte administrativa, a los socios y al conductor con el fin de que brinde un servicio de calidad a los usuarios de la provincia de Santa Elena y así incrementar más su nicho de mercado.

Además (Mera, 2013) de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela de Ingeniería Comercial, en su trabajo de investigación titulado Diseño Organizacional para la Cooperativa de Transporte en Taxis Villingota, Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena, año 2013, tiene como objetivo general elaborar un diseño organizacional mediante la aplicación de herramientas administrativas para la estructuración de funciones y responsabilidades de los socios e integrantes de la Cooperativa de Transporte en Taxis “Villingota”, cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2013, concluye: que mediante un análisis situacional realizado a la cooperativa se observó las oportunidades y fortalezas que posee y que deben ser aprovechadas, tal es el caso de la satisfacción de los clientes y la imagen, la ejecución de un plan de acción superará la calidad en atención al cliente y se dará un servicio seguro, además el contar con unidades nuevas y con equipamientos de seguridad hará que se desempeñe un mejor y ofrecer un servicio al cliente de manera efectiva y eficiente. Se identificó la predisposición de los socios de la Cooperativa de Transporte en Taxis “Villingota” para asumir responsabilidades y ser parte de la directiva. Bajo esta perspectiva de investigación se recomienda: satisfacer las necesidades que tienen los socios y usuarios de la Cooperativa de Transporte en Taxis “Villingota”, aprovechando las fortalezas y oportunidades, implementando resultantes del análisis situacional, además programar capacitaciones

a los socios de la cooperativa en temas relacionados al servicio prestado, con el fin de ser competitivos y ofrecer un servicio con seguridad, eficiencia y eficacia en la provincia en el medio de transportes, finalmente crear compromiso y coordinación con los socios de la cooperativa mediante la propuesta del diseño organizacional en las que se indican los niveles jerárquicos y las responsabilidades que ayudarán al desarrollo a futuro de la cooperativa.

Según (Muñoz, 2013) de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela de Ingeniería Comercial, en su trabajo de investigación titulado Diseño Organizacional para la Cooperativa de Transporte Comercial en Taxi Convencional Taxis Amigo Ec. Rafael Correa, del Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, tiene como objetivo general de investigación evaluar la incidencia de la estructura organizacional en la administración efectiva, mediante un análisis situacional, para el diseño organizacional en la Cooperativa de transporte comercial en taxi convencional “Taxis Amigo Ec. Rafael Correa” del cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, concluye: que el modelo de diseño organizacional ha sido elaborado acorde a las necesidades que se observaron en la cooperativa, implementando así la misión, visión, filosofía, objetivos y valores corporativos, para un mejor desempeño organizacional, además la parte administrativa necesitaba contar con un organigrama que les proporcione un mejor lineamiento de sus cargos, y poder tener un mejor desempeño de sus funciones, debido a que la cooperativa no cuenta con los perfiles requeridos para cada uno de los cargos, se procedió a realizar un orgánico funcional que delimite las funciones de cada uno, finalmente a través del análisis situacional se pudo reconocer los factores internos y externos, en la que se observó una deficiente estructura interna, que no permite delegar funciones y responsabilidades para que sean cumplidas a cabalidad por el personal correspondiente. Bajo estos antecedentes se recomienda aplicar el diseño organizacional propuesto para la cooperativa de transporte “Taxis Amigo Ec. Rafael Correa”, a fin de mejorar la estructura interna de la organización, es preciso socializar la presente propuesta con todos los miembros de la cooperativa, para que se apropien de la misma y se logre una eficiente gestión administrativa, aplicando el estilo de liderazgo que fue planteado. El personal directivo debe cumplir con las funciones establecidas en el presente modelo, considerando la división del trabajo con su debida especialización en las tareas a

cumplir, de esta manera contribuirá con el mejor desempeño de las actividades administrativas a fin de mejorar el sistema de trabajo y lograr el éxito institucional.

Según (Diario el Telégrafo, 2014):

“El servicio que ofrecen los taxistas afiliados a cooperativas en Ambato vuelve a causar desacuerdos. Mientras los conductores se oponen a la aprobación de los denominados “ejecutivos”, los usuarios están de acuerdo con la presencia de estos últimos, si es que eso incrementa la oferta de transporte en las horas pico y si mejora el trato a quienes emplean los carros de alquiler”.

Los taxistas cooperados piden 3 cosas al Municipio: que quienes ya fueron transportistas no apliquen para los vehículos rurales, que se implemente un rastreo satelital para controlar el campo de acción y que los ejecutivos tengan un distintivo para poderlos reconocer inmediatamente.

El usuario que desee denunciar el mal servicio de un taxista o la negación del mismo, puede hacerlo en las oficinas de la Dirección Municipal de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, que están ubicadas en la ciudadela España, diagonal a la plaza de Toros. En este caso, las multas en contra de los conductores podrían ascender a 30 dólares.

Así también, el (Diario El Comercio, 2015) existe diferentes problemas identificados por los mismos usuarios, la mayoría en mención lo hacen a la calidad del servicio por parte de los transportistas:

“El incremento de las tarifas de taxis, en Quito, tiene dos retos pendientes: mejorar y garantizar la calidad del servicio. Esto es una responsabilidad compartida entre los conductores, los usuarios y las autoridades del Municipio. Con la reprogramación de los taxímetros, que se inició ayer, se permite el cobro de los nuevos valores para el arranque, el kilómetro recorrido y el minuto de espera. También, rigen los precios diferenciados para carreras mínimas diurnas, nocturnas y en feriados. Lo que queda pendiente es estructurar y consolidar un esquema de control que garantice mejoras en el servicio. Dentro de este proceso, la ciudadanía tiene un papel “protagónico”, sostiene Mario Villagómez, docente en Transporte de la Universidad Católica. El papel de los usuarios es monitorear y hacer cumplir los niveles de servicio acordados. “Si hay falencias se las debe denunciar a los entes de regulación. Se puede incluir fotografías de las placas o registro municipal como evidencias”. Algunos pasajeros de taxis tienen un comportamiento pasivo. Si bien comparten sus críticas sobre la calidad de este medio de transporte (el redondeo de precios, la discrecionalidad del

conductor de llevar al usuario a determinadas zonas o el no uso del taxímetro), estas malas experiencias terminan en discusiones entre usuarios y conductores. No se denuncia. Esto se constató, ayer, en los exteriores de un centro comercial. César Ortiz, quien se movilizó desde del Hospital del Sur hasta El Recreo discutió con el conductor sobre el costo de la carrera. El taxímetro que aún no estaba recalibrado marcó USD 1,21, pero pagó 1,50. El pretexto para el alza fue que ya se aprobaron nuevas tarifas. Este usuario optó por “no hacer problema”, aunque comentó que el taxista le retó a buscar un agente y denunciarlo. “No hay donde quejarse”, expresó”.

Por lo tanto, las críticas deberán ser el punto de partida para el mejoramiento del problema, puesto que este se da a nivel nacional y los usuarios se quejan por los altos costos y mal servicio; si se mejorará la situación estos mismos enuncian que estarían de acuerdo en pagar el incremento impuesto en las diferentes ciudades del país, pero tienen sus dudas en que eso suceda.

Comportamiento organizacional

(Alles, 2007) El comportamiento organizacional se ocupa del estudio de lo que la gente hace en una organización y cómo repercute esa conducta en el desempeño de está. Es decir, bajo estas características, el estado de ánimo, las conductas afectan directamente en el desarrollo en el ámbito personal y profesional de las personas.

(Alles, 2007) Todas las personas por las características mismas del ser humano somos propensos al cambio de humor repentino, sin embargo, el comportamiento organizacional es el estudio y aplicación de los conocimiento sobre la manera en que las personas (tanto individualmente como en grupos) actúan en las organizaciones. Bajo estos estudios estos comportamientos afectan notablemente en el proceso productivo de cualquier empresa u organización.

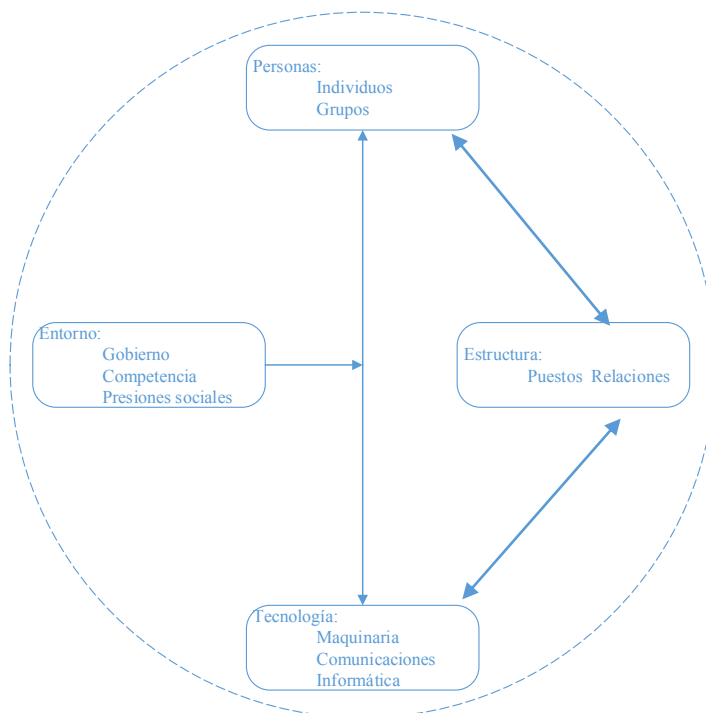


Gráfico N° 2: Comportamiento organizacional

Fuente: Adaptado de Alles, M. (2007), “Comportamiento Organizacional”, Buenos Aires, Granica, p. 24.

Elaborado por: Vinicio Montero

Cultura Organizacional

(Mera, 2013) La cultura organizacional representa un patrón complejo de creencias, expectativas, ideas, valores, actitudes y conductas compartidas por los integrantes de una organización que evoluciona con el paso del tiempo. La cultura organizacional está establecida por virtudes desarrolladas a través de los valores éticos y conductas que demuestran los directivos y miembros de una institución en particular dentro y fuera de la institución con el objetivo de brindar un bien o servicio y de esta manera satisfacer la atención a los clientes.

Los valores son el pilar fundamental en cualquier medio sea este el hogar, la organización o simplemente cualquier lugar, es por ello que los valores se convierten en la parte más íntima de la cultura organizacional. Comprenden creencias, prejuicios, ideología y todas las actitudes y juicios que comparten los integrantes de la empresa respecto de cualquier elemento interno o externo.

Como preámbulo Gareth como se citó en (Muñoz, 2013), la cultura organizacional se refiere al conjunto de valores y normas compartidos que controla las interacciones entre los integrantes de una determinada organización con los proveedores, clientes y otras personas externas a la misma. Bajo estas características la cultura organizacional controla la conducta que demuestra cada uno de los empleados dentro de la organización, siendo pilar fundamental de la cultura la ética bajo la cual se manejan las personas.

Además (Muñoz, 2013), la cultura de una organización la construye su gente y se enriquece o empobrece según los estilos de dirección de sus líderes. Es decir los grandes responsables de manejar la cultura dentro de las organizaciones son los gerentes.

(Cújar, Ramos, Hernández, & López, 2013) También la cultura organizacional a través de otra perspectiva es considerado como el patrón de supuestos básicos que un determinado grupo ha inventado, descubierto o desarrollado en el proceso de aprender a resolver sus problemas de adaptación externa y de integración interna, y que funcionaron suficientemente bien a punto de ser consideradas válidas y, por ende, de ser enseñadas a nuevos miembros del grupo como la manera correcta de percibir, pensar y sentir en relación con estos problemas.

Modelos de Diseño Organizacional

Modelo de Ailed Labrada Sosa

Básicamente este modelo se estructura en base a cuatro fases: preparación y análisis organizacional, proyección estratégica y gestión de las necesidades, diseño de los procesos y sistema de gestión y control, estructura organizativa y el reglamento interno.

(Muñoz, 2013) Bajo estos estos antecedentes se puede manifestar que dentro de la fase 1: comprende la creación de grupos de trabajo para proceder luego con el diseño del proyecto organizacional; seguido del análisis organizacional, que contiene el contexto,

entorno, historia de la entidad, además del marco jurídico, seguido de la fase II, donde se define la misión, visión, objetivos estratégicos, estrategias generales, planes de acción y competencias organizacionales; hasta llegar a definir las necesidades que posee el cliente, luego viene la fase III, donde se diseñan los procesos y sistemas de gestión a fin de automatizar los procesos; luego se define el modelo de la organización y sistemas de control, se elabora el cuadro de mando integral, para diseñar el sistema de control interno, finalmente la fase IV, es la proyección de la estructura en la que se define los cargos de la organización y diseño de los puestos, además de elaborar el reglamento interno.

Modelo EFQM

Para (ADER excelencia empresarial, 2014): “El Modelo EFQM de Excelencia es un instrumento práctico que ayuda a las organizaciones a establecer un sistema de gestión apropiado, midiendo en qué punto se encuentran dentro del camino hacia la excelencia, identificando posibles carencias de la organización y definiendo acciones de mejora”.

El Modelo EFQM (Modelo Europeo de Excelencia Empresarial) es de carácter no normativo que desarrolla el concepto de la Calidad Total y está orientado hacia la Excelencia. El objetivo es la evaluación del progreso de un Sistema de Gestión de una determinada organización, basándose en los criterios propios del Modelo. Una vez adquirido, la empresa recibirá el reconocimiento de las organizaciones públicas por la mejora continua de su gestión hacia la excelencia.



Gráfico N° 3: Modelo EFQM
Fuente: (ADER excelencia empresarial, 2014)

Estructura Organizacional

(Panchana de la Cruz, 2013) La estructura organizacional parte de la distribución formal de los empleados dentro de la empresa y observan que los gerentes están participando en el diseño organizacional cuando desarrollan o modifican la estructura. Al hacerlo, están tomando decisiones sobre seis elementos de enorme importancia, como son la especialización del trabajo, la departamentalización, la cadena de mando, la amplitud del control, la centralización y descentralización, y la formalización (Stephen et al., como se citó en La estructura organizacional es simplemente como está estructurado y distribuido la empresa o institución.

Robbins como se citó en (Muñoz, 2013) La estructura organizacional es la distribución formal de los empleos dentro de una organización, proceso que involucra decisiones sobre especialización del trabajo, departamentalización, cadena de mando, amplitud de control, centralización y formalización.

El objetivo que se busca al momento de establecer la estructura de una organización es especificar y dar a conocer a cada uno de los miembros las funciones y

responsabilidades que cada uno de los puestos los requiere. Un ejemplo claro y sencillo es el que se presenta a continuación:

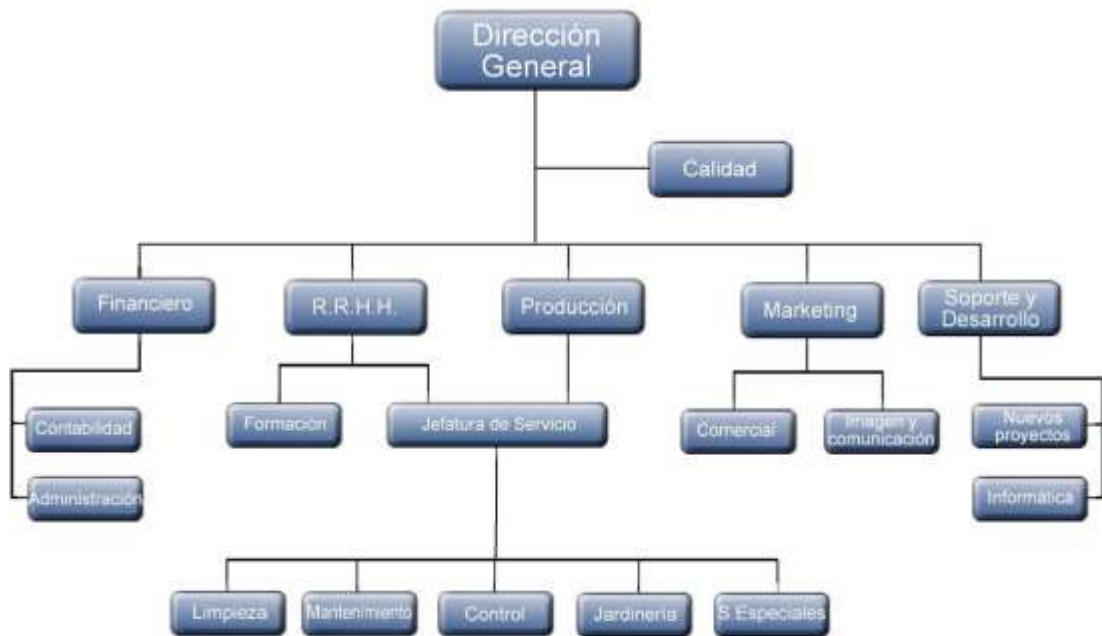


Gráfico N° 4: Estructura organizacional
Fuente: (Robbins como se citó en Muñoz (2013).

Elementos de la Estructura Organizacional

Bajo el criterio de (Robbins, 2004) se pueden identificar seis elementos básicos dentro de la estructura organizacional.

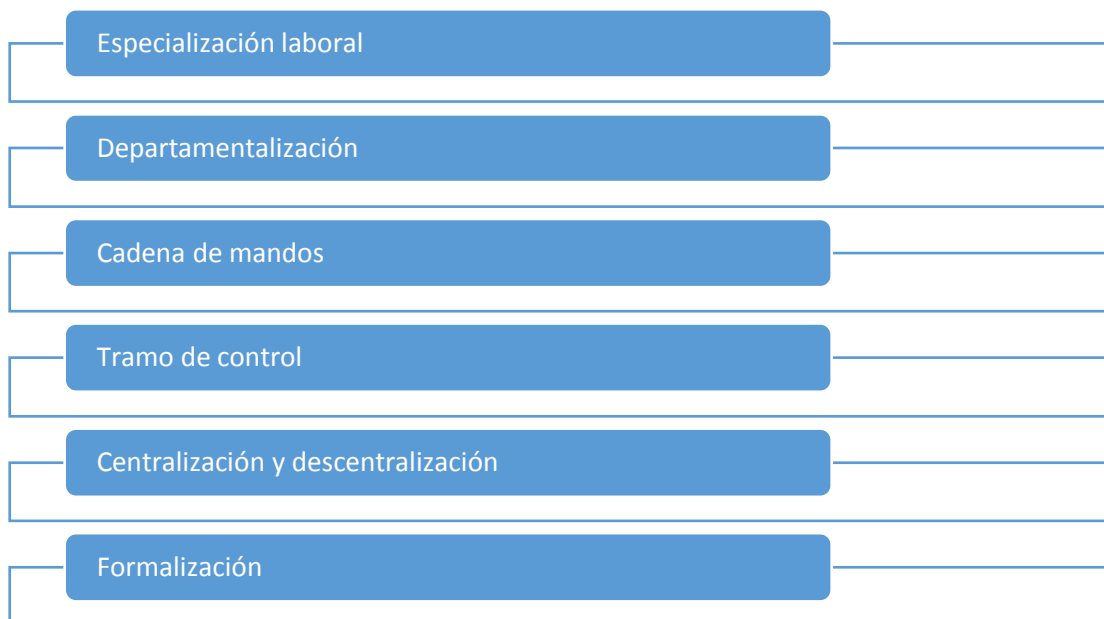


Gráfico N° 5: Estructura organizacional
Fuente: (Robbins, 2004)
Elaborado por: Vinicio Montero

Especialización Laboral

Robbins como se citó en (Muñoz, 2013) La esencia de la especialización laboral está en que, en lugar de que un solo individuo haga todo el trabajo, éste se divide en varios pasos y cada uno lo completa una persona por su cuenta. Los individuos se especializan en una parte de una actividad y no en toda.

La expresión popular “zapatero a tu zapato”, refleja el sentido conceptual en él que se quiere centrar, pues la especialización es designar por defecto al personal mejor capacitado para una sola actividad, en la que se desenvuelve de mejor manera, generando mayor eficiencia y eficacia; así lo menciona:

“(Cruz, 2013) La división del trabajo depende, en gran medida, del sistema técnico que utilice la organización, y pretende la especialización en el trabajo con el fin de aumentar la eficiencia en las labores de la organización. Las tareas especializadas pueden serlo en términos relativamente autónomos o con cierta interconexión”.



Gráfico N° 6: Especialización laboral
Fuente: (Cruz, 2013)

Lo que se desea presentar con la gráfica, es la esencia de la especialización laboral, pues la división trabaja en un conjunto por contradictorio que suene, porque al unir los trabajos independientes, se desarrolla y aporta al proceso productivo y actividad económica de la empresa. Es por ello que cada especialista encaja como rompecabezas

y se une para conformar un equipo sólido de trabajo que permita alcanzar resultados deseados.

Departamentalización

Después de dividir las tareas mediante la especialización, hay que agruparlas de modo que se puedan coordinar aquellas que sean comunes. La base para agrupar las tareas se llama departamentalización

(Muñoz, 2013) Se pueden identificar varios tipos de departamentalización a su haber son: por productos, por funciones, por lugar o geografía y por cliente.

Aunque en palabras de (Cruz, 2013) también podría ser:

“La agrupación de unidades produce efectos positivos sobre la organización mejorando la capacidad de sus responsables para controlar y coordinar las diversas tareas previamente diseñadas. No existe una forma ideal de departamentalización, lo normal es que en las organizaciones coexista más de una forma de departamentalización. Entre otros citaremos como criterios de departamentalización:

- Departamentalización por tiempo
- Departamentalización por procesos o por equipos
- Departamentalización por funciones
- Departamentalización geográfica
- Departamentalización por productos o líneas de productos
- Departamentalización por clientes”

La idea general de la departamentalización, consiste en designar tareas específicas o de especialización y que estos responsables generen mejores resultados, este dinamismo e interrelación entre departamentos, permite que las empresas desarrollen y fomenten el trabajo en equipo a partir de las individualidades.

Cadena de Mandos

Es una línea continua de autoridad que se extiende de la parte superior de la empresa hasta el último peldaño y aclara quien informa a quien. Aclara inquietudes respecto a quien se acude ante un problema o de qué se es responsable, para lo cual se referencia:

“ (Reyes, 2014): La cadena de mando es una línea ininterrumpida de autoridad que se extiende desde los niveles superiores de la organización hasta los niveles más bajos y aclara quién le deberá rendir cuentas a quién. Esto ayuda a los empleados a

saber a quién deberán recurrir cuando tengan problemas y ante quien son responsables”.

(Reyes, 2014) “Autoridad: se refiere a los derechos inherentes de un puesto gerencial para decir al personal qué hacer y esperar que lo haga”.

(Reyes, 2014) “Responsabilidad: es la obligación que asumen los empleados para llevar a cabo una tarea asignada”.

(Reyes, 2014) “Unidad de mando: principio de administración que afirma que cada persona debe informar a un solo gerente”.

Tramo de Control

(Muñoz, 2013) El tramo de control es el número de empleados que puede dirigir un gerente de manera eficaz y eficiente. Una forma de lograr la integración es mediante el tramo o amplitud de control, esto define la cantidad de subordinados que un directivo puede supervisar de manera eficaz y eficiente. Para determinar la amplitud de control hay que identificar el nivel jerárquico en cuestión, ya que cuanto más se asciende en la escala jerárquica, el número de individuos a supervisar se reduce, por la complejidad de las tareas.

“(Hibert, 2009) El tramo de control óptimo depende de varios factores:

- El trabajo se define claramente y no es ambiguo
- Los subordinados están altamente capacitados y tienen acceso a la información
- El administrador es muy capaz y brinda el apoyo necesario.
- Los trabajos son similares y las medidas de desempeño son comparables
- Los subordinados prefieren la autonomía al control de supervisión cerrada”.

Por lo tanto, el tramo de control es necesario dentro de las organizaciones como pilar fundamental para el desarrollo pleno de las actividades, siendo más fácil respetar la cadena de mando y definir supervisiones o responsables directos, los cuales deben propender a la eficacia y eficiencia dentro de la institución para el alcance de objetivos.

Centralización y Descentralización

(Muñoz, 2013) La centralización es el grado de responsabilidad del nivel superior, cuando las decisiones son tomadas por el nivel directivo superior, se puede decir que existe centralización. Por otro lado, si el poder decisorio es tomado por un grupo de subordinados o del nivel jerárquico inferior, entonces hay descentralización.

Para mejor comprensión, (Hibert, 2009) sobre la descentralización y la centralización expresa: “La delegación de responsabilidad y autoridad descentraliza la toma de decisiones. En una organización centralizada, las tomas de decisiones importantes se toman en las cimas y en las organizaciones descentralizadas se toman en niveles más bajos”.

Formalización

(Muñoz, 2013) La formalización se refiere al grado en el que los trabajos de una organización están estandarizados y en el que las normas y procedimientos guían el comportamiento de los empleados. Si un trabajo está muy formalizado, entonces la persona que lo realiza tiene muy poco poder de decisión en cuanto a lo que realizará, cuando se hará y como lo hará.

La formalización suele estar representada en los diferentes documentos empresariales necesarios para la actividad económica, el manual de procesos, manual de funciones, políticas; todos con el fin de guiar el comportamiento individual y colectivo del recurso humano, pero dando el poder para que sean partícipes y tomen decisiones a fin de dinamizar el trabajo y alcanzar mejores resultados.

Servicio al Cliente

(Botero & Peña, 2014) El servicio al cliente aparece como el gran factor diferenciador en el mercado, convirtiéndose en la estrategia, en el nuevo producto, indispensable para sobrevivir en los mercados actuales. El éxito o fracaso de una empresa está

asociado directamente con el servicio y atención al cliente, pues es este quien decide si realiza nuevamente la compra en nuestro local o decide ir hacia la competencia. Además, el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. Todas las empresas por pequeñas que estas sean diseñan estrategias que están enfocadas en el cliente puesto que el cliente es considerado como la razón de ser de cualquier organización, es por ello que el cliente siempre tendrá la razón.

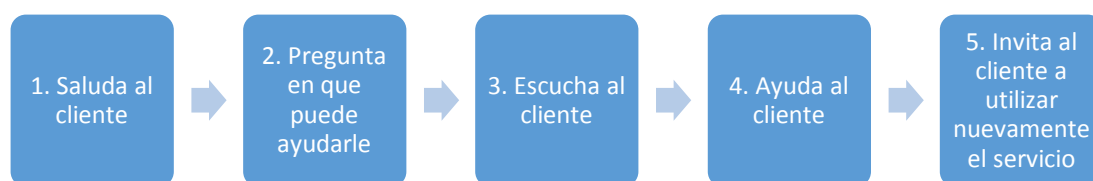


Gráfico N° 7: Atención al cliente
Fuente: (Botero & Peña, 2014)
Elaborado por: Vinicio Montero

Calidad en el Servicio

La calidad en el servicio puede ser evaluada por el cliente o usuario a través de cinco factores preponderantes, mismos que se detallan a continuación (Botero & Peña, 2014).

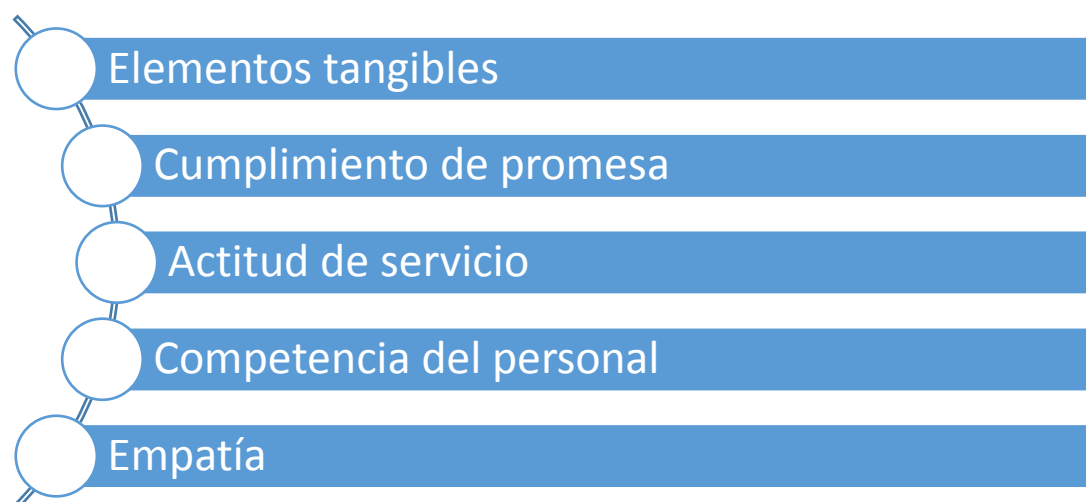


Gráfico N° 8: Factores preponderantes de la calidad en el servicio
Fuente: (Botero & Peña, 2014)
Elaborado por: Vinicio Montero

Elementos tangibles: se refiere a la apariencia de las instalaciones de la organización, la presentación del personal y hasta los equipos utilizados en determinada compañía (de cómputo, oficina, transporte...).

Cumplimiento de promesa: significa entregar correcta y oportunamente el servicio acordado.

Actitud de servicio: la disposición de quienes atienden a los usuarios para escuchar y resolver sus problemas o emergencias de la manera más conveniente. Un comportamiento hostil en la interacción interpersonal con el cliente es perjudicial para su percepción en la calidad del servicio.

Competencia del personal: el cliente califica qué tan competente es el empleado para atenderlo correctamente; si es cortés, si conoce la empresa donde trabaja y los productos o servicios que vende, si domina las condiciones de venta y las políticas, en fin, si es capaz de inspirar confianza con sus conocimientos como para que usted le pida orientación.

Empatía: que incluye la facilidad de contacto, un buen nivel de comunicación de parte de la empresa, y la identificación de gustos y necesidades, es decir, el cliente desea ser tratado como si fuera único.

(Botero & Peña, 2014) Al hablar de cultura organizacional se puede referir exactamente al conjunto de elementos interactivos fundamentales, compartidos grupalmente, acumulados a lo largo de la vida de la empresa a la cual identifican, por lo que son transmitidos a los nuevos miembros, y que son eficaces en la resolución de los problemas. Bajo estas características la cultura organizacional fomenta la unión entre todas las personas que conforman una determinada organización.

(Panchana de la Cruz, 2013) La cultura organizacional además se basa en la constitución por símbolos, costumbres etc., también se puede decir que son las experiencias, vivencias, varias actividades donde se juntas y la conforman es uno de los pilares fundamentales para las organizaciones para ser competitivos, que permitirá un mejor desenvolvimiento. A partir de esta perspectiva se puede detallar como elementos que son parte de una cultura organizacional como los valores, las reglas, las normas, el comportamiento y el clima interno mismo que se vive en el día a día dentro de cualquier organización.

Identificación de necesidades

Antes de brindar un bien o servicio, las organizaciones deben identificar las necesidades del mercado, proponer mejoras de los productos o servicios o crear esas necesidades a fin de ser productivos y competitivos, dichas necesidades son la razón, por la que las organizaciones proponen procesos de mejoras y modelos de gestión que permitan estandarizar sus procesos y sacar el máximo provecho a estas necesidades que les generan beneficios.

Es necesario mencionar que el cliente es la parte fundamental y la razón de ser de las organizaciones, pues en base a estos y sus necesidades se crean los productos y servicios. Su estudio es esencial para crear competitividad empresarial a través de una cultura organizacional sólida que permitan romper los paradigmas del mercado tradicional y proponer mejores productos y servicios.

Satisfacción de necesidad

(Botero & Peña, 2014) Una vez que se han identificado necesidades, las organizaciones buscan la manera de que esas necesidades sean cubiertas, por lo que crean productos y servicios con el fin de satisfacer. La satisfacción va más allá de entregar al mercado bienes y servicios necesarios, sin que es un sin número de componentes que satisfagan al cliente, como la estructura, calidad del servicio, buen trato, valor agregado, precios razonables, entre otros. La cuestión, es que los clientes se deciden por quien le brinde mejores beneficios y esto es alcanzado con modelos de organización sólidos, estructuras organizacionales adecuadas y una cultura organizacional fuerte, que cree competitividad, sea eficaz y eficiente.

Cliente o Usuario

El cliente es el punto de partida para las empresas, que mediante estudios se determinan sus necesidades, en base a las cuales se desarrollará los productos y servicios:

“(Abraham, 2013) La identificación de las características del cliente permite la segmentación del mercado, es decir, la división de clientes potenciales o reales en grupos en torno a un perfil o característica similar (edad, estilo de vida, motivación, etc.). Esta segmentación facilitará la planificación de acciones específicas (atención, oferta de productos, oferta de servicios, etc.) adaptadas a las necesidades de cada grupo establecido, facilitando así la consecución del objetivo principal de la empresa, que es la satisfacción del cliente”.

Por lo tanto, los clientes permiten definir acciones específicas que se adaptan a las necesidades de la mayoría, lo que permite que las empresas definan como objetivo principal el satisfacer las necesidades del cliente en base a procesos sustentables que vengan dados por un modelo de gestión eficiente.

4. Metodología

Este proyecto hace uso de un enfoque cualitativo y cuantitativo; cualitativo porque necesita determinar las características culturales de los taxistas, conociendo si aplican o no valores y normas de comportamiento, además indagar la calidad del servicio que está ofreciendo el taxista actualmente. Además, es cuantitativo porque se trabaja con estadísticos descriptivos que permiten analizar e interpretar la información recabado en el campo, con lo cual se podrá proponer alternativas de solución al problema encontrado.

Investigación de Campo

La investigación de campo constituye el trabajo de recolección de datos, necesarios para definir acciones sobre el problema, en este sentido la investigación de campo será desarrollada dentro de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua, misma que consistirá en estudiar a los conductores, así como los usuarios del transporte de taxis; a fin de determinar el servicio actual y la cultura que poseen cuando están tratando con los usuarios del servicio.

Investigación Bibliográfica

La investigación bibliográfica es importante dentro de cualquier proyecto porque sin bases científicas el estudio no tiene sentido. En este caso es necesario conocer teorías de expertos para desarrollar el trabajo. Por ejemplo que características definen una adecuada cultura organizacional y que indicadores le sirven al investigador para medir la satisfacción del usuario, además de los antecedentes investigativos que reforzaran a los criterios y puntualizaciones del autor.

Población

La población o también llamado universo de estudio, constituye todo un segmento que será sometido a pruebas e investigación, identificando dos tipos de poblaciones; infinita y finita:

(D'Angelo, 2011): “Población infinita: no se conoce el tamaño y no se tiene la posibilidad de contar o construir un marco muestral (listado en el que encontramos las unidades elementales que componen la población)”

“Población Finita: Se conoce el tamaño, a veces son tan grandes que se comportan como infinitas. Existe un marco muestral donde hallar las unidades de análisis (marcos muestrales = listas, mapas, documentos)”

La población del presente proyecto son los usuarios de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua, porque es necesario conocer la calidad del servicio y el nivel de cultura que practican cuando prestan el servicio de transporte en taxi.

Tabla N° 1: Población

DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN
Tungurahua	504.583
PEA	166.101

Fuente: Elaboración propia

Formula de la muestra

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

PQ = Probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia

E = Error de muestreo

K = Coeficiente de correlación del error

$$n = \frac{(0,5)(0,5)166,101}{(166,101 - 1) \frac{(0,05)^2}{2^2} + (0,5)(0,5)}$$

$$n = 383$$

La muestra obtenida corresponde a 383 personas quienes representan la muestra de la Ciudad de Ambato valor obtenido en relación a la Población Económicamente Activa de Tungurahua.

Muestra

La otra población lo constituyen, los conductores de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua, que forman un total de 2.464 afiliados a la organización; mismos que también son sometidos a calculo muestral:

Formula de la muestra

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

PQ = Probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia

E = Error de muestreo

K = Coeficiente de correlación del error

$$n = \frac{(0,5)(0,5)2.464}{(2.464 - 1) \frac{(0,05)^2}{2^2} + (0,5)(0,5)}$$

$$n = 332$$

Entonces, las poblaciones y muestras a ser intervenidas en la investigación de campo, son:

Tabla N° 2: Población a ser intervenida

Población	N	n	Técnica/instrumento
Usuarios	166,101	383	Encuesta/Cuestionario
Conductores	2.464	332	Encuesta/Cuestionario

Fuente: Elaboración propia

5. Resultados

Encuesta a usuarios de la Unión de Cooperativas de Taxis de Tungurahua

1. ¿Con qué frecuencia utiliza el transporte de taxi?

Tabla N° 3: Frecuencia de usuarios de taxis

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	46	12%
Semanalmente	215	56%
Quincenalmente	87	23%
Mensualmente	33	9%
No utiliza este transporte	2	1%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia

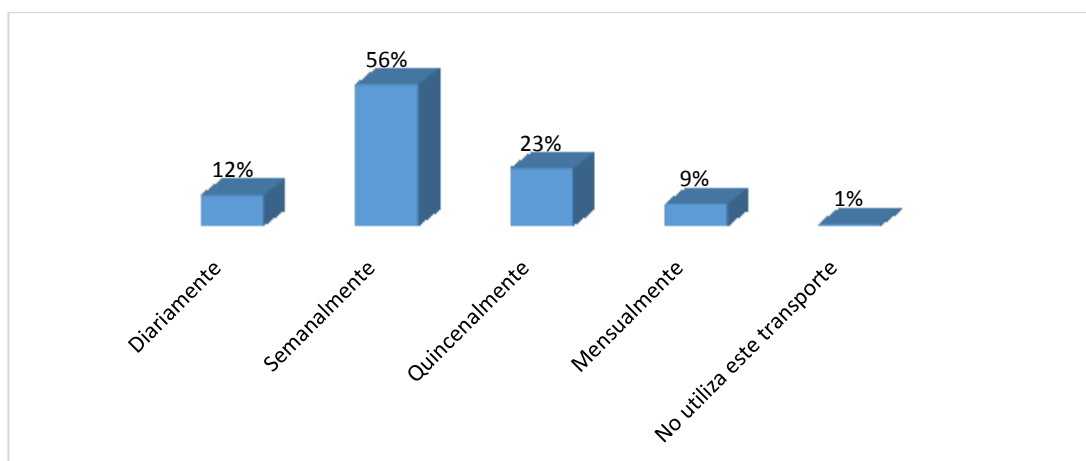


Gráfico N° 9: Frecuencia de usuarios de taxis

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Del 100% de la muestra que son 383 usuarios encuestados, contestaron que la frecuencia con la que utilizan el transporte de taxis es semanalmente con un 56% de usuarios, quincenalmente 23%, es diario con un 12%, mensualmente un 9% y no utiliza este tipo de transporte el 1%.

Interpretación

La mayoría de usuarios utiliza el transporte de taxis semanal y quincenalmente, lo que indica una frecuencia alta en el uso de este transporte mientras que es mínimo los que no utilizan este transporte.

2. ¿Por qué usted utiliza el transporte de taxis?

Tabla N° 4: Motivos de uso del transporte de taxis

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Comodidad	13	3%
Seguridad	82	21%
Rapidez	228	60%
Confort	13	3%
Confianza	47	12%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia

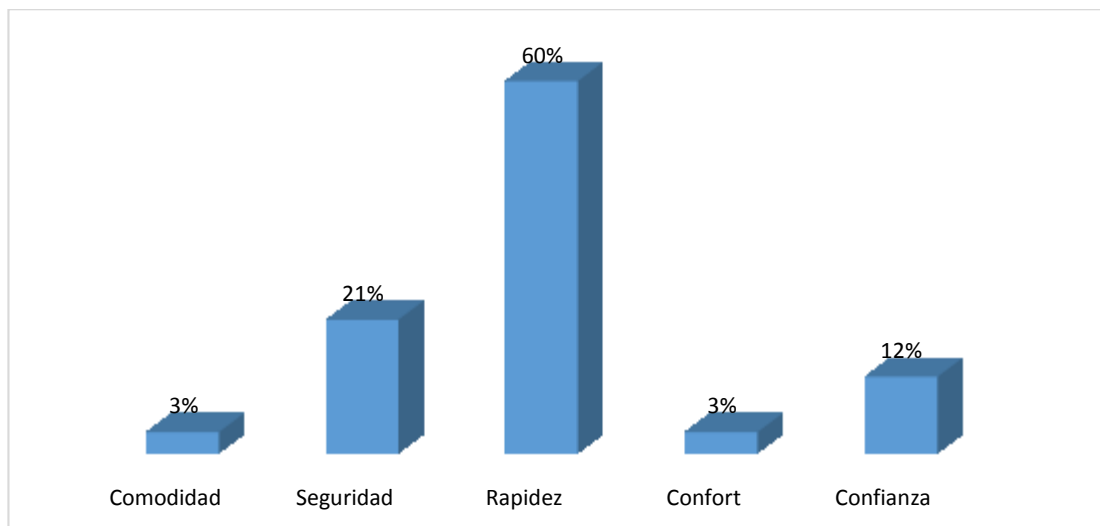


Gráfico N° 10: Motivos de uso del transporte de taxis

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Del 100% de la muestra que son 383 usuarios encuestados referente al porque los usuarios utilizan este tipo de transporte mencionaron que lo hacen por rapidez un 60%, por mayor seguridad el 21%, por confianza un 12%, por comodidad un 3% y por el confort un 3%.

Interpretación

La mayoría de usuarios del transporte de taxis prefiere su uso por la rapidez en el que llegan las taxis de un lugar a otro, así como también, por la seguridad de este transporte, por lo que es un servicio necesario para aquellas personas que necesitan movilizarse con prontitud.

3. ¿El trato que usted recibe como usuario es considerado, amable y respetuoso, por parte de los conductores de las unidades?

Tabla N° 5: Trato que recibe el usuario

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	12	3%
Casi siempre	91	24%
Indiferente	246	64%
Rara Vez	19	5%
Nunca	15	4%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia

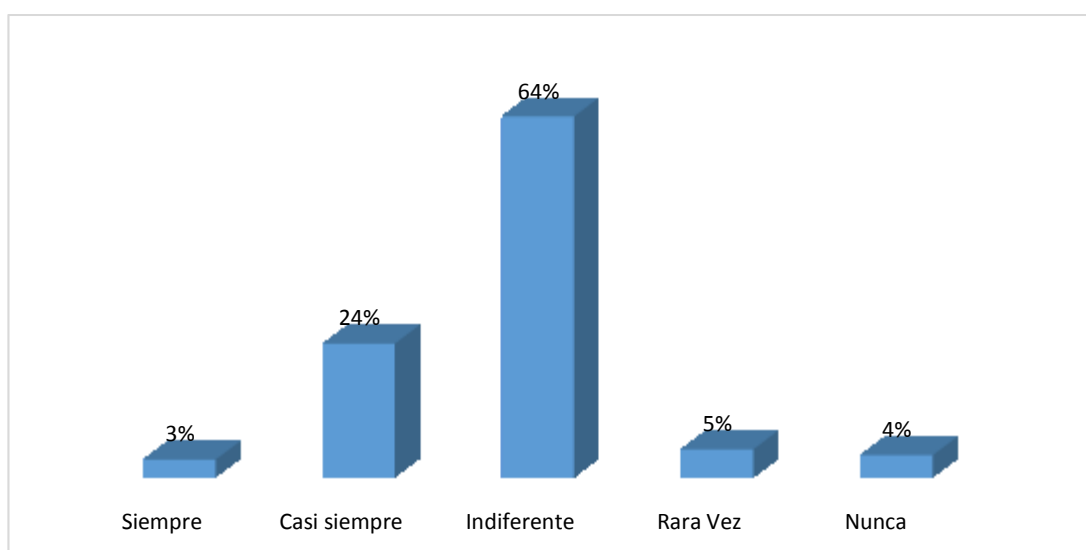


Gráfico N° 11: Trato que recibe el usuario

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Del 100% de la muestra que son 383 usuarios encuestados, sobre el trato que recibe el usuario, si es considerado, amable y respetuoso, por parte de los conductores de las unidades, estos opinaron que les es indiferente un 64%, casi siempre un 24%; rara vez un 5%, nunca un 4% y siempre lo son en un 3%.

Interpretación

Para la mayoría de usuarios el trato recibido por los conductores de las unidades de taxis les es indiferente, lo que indica que se debe mejorar el servicio y atención al usuario, porque una mínima parte opina que el trato recibido amable y respetuoso.

4. ¿Cómo calificaría la conducta de los conductores del servicio de taxi?

Tabla N° 6: Conducta de los conductores de servicio de taxis

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	11	3%
Muy Bueno	34	9%
Bueno	79	21%
Regular	197	51%
Malo	62	16%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia

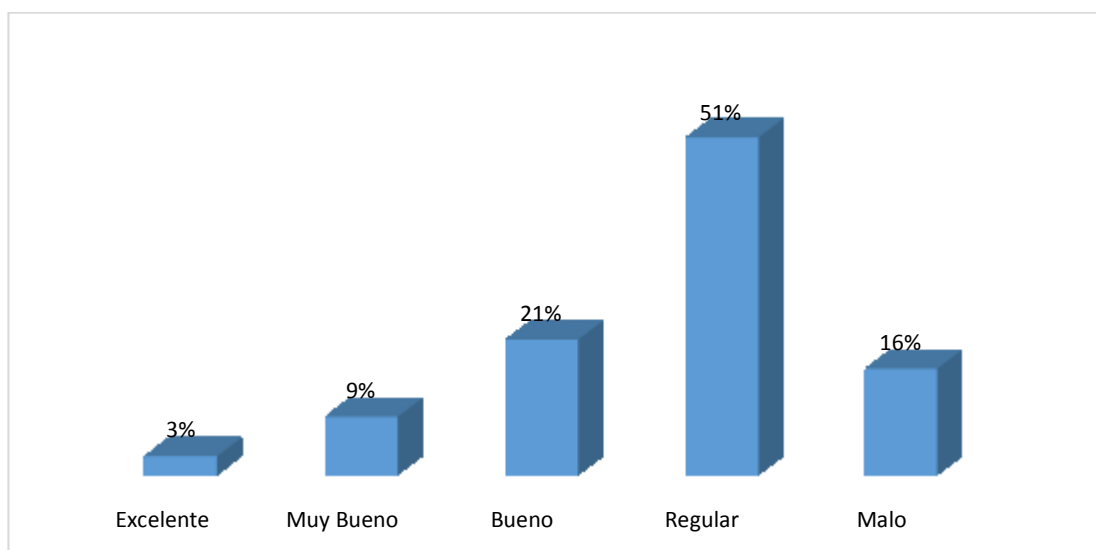


Gráfico N° 12: Conducta de los conductores de servicio de taxis

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Del 100% de la muestra que son 383 usuarios encuestados, la calificación que realizaron a la conducta de los conductores del servicio de taxi fue el 51% regular, el 21% bueno, malo un 16%, el 9% muy bueno y un 3% excelente.

Interpretación

La mayoría de usuarios del servicio de taxis, sobre la conducta de los conductores opinan que es regular y buena, por lo que se la debe mejorar para complacer las demandas del usuario pues una mínima parte dijo que es excelente.

5. ¿Cómo califica la calidad de servicio de transporte que brindan las unidades de la Unión de Cooperativas de Taxis de Tungurahua?

Tabla N° 7: Calidad del servicio del transporte de taxis

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	41	11%
Muy Bueno	53	14%
Bueno	266	69%
Regular	15	4%
Malo	8	2%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia

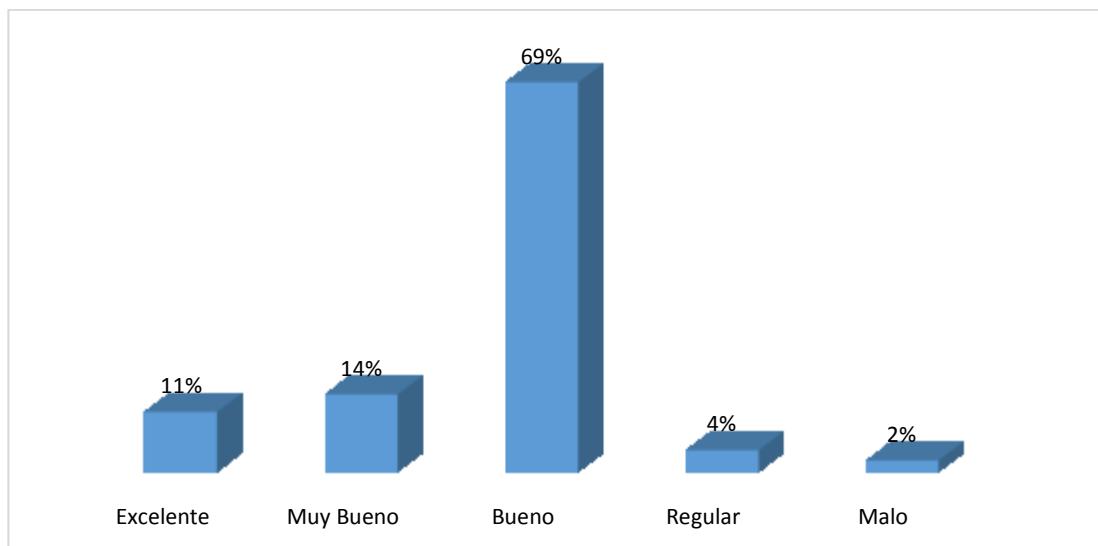


Gráfico N° 13: Calidad del servicio del transporte de taxis

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Del 100% de la muestra que son 383 usuarios encuestados sobre la calidad del servicio de transporte que brindan las unidades de la Unión de Cooperativas de Taxis de Tungurahua, calificaron que es bueno en un 69%, muy bueno en un 14%, excelente en un 11%; regular en un 4% y malo en un 2%.

Interpretación

La mayoría de usuarios califican la calidad del servicio de transporte que brindan las unidades de la Unión de Cooperativas de Taxis de Tungurahua como buena, por lo que se debe propender al mejoramiento del servicio para complacer a los usuarios.

6. ¿Está de acuerdo que las unidades de transporte de taxis tenga música, pantallas de video, aire acondicionado y ambiental?

Tabla N° 8: Unidades de taxis equipadas con música, pantallas de video, aire acondicionado

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	273	71%
De acuerdo	53	14%
indiferente	31	8%
En desacuerdo	24	6%
Totalmente en desacuerdo	2	1%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia

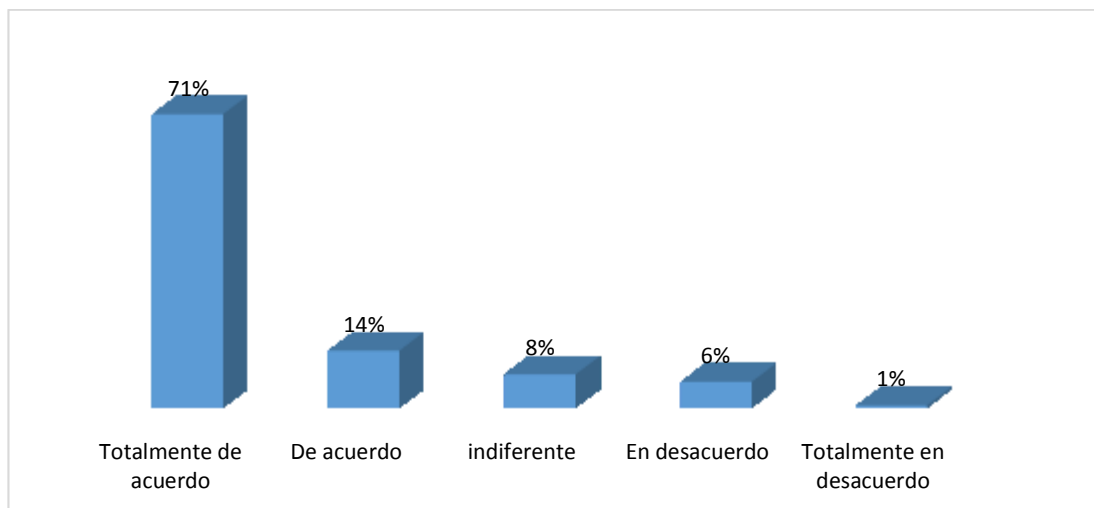


Gráfico N° 14: Unidades de taxis equipadas con música, pantallas de video, aire acondicionado

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Del 100% de la muestra que son 383 usuarios encuestados, el 71% de los usuarios opinaron que están totalmente de acuerdo en que las unidades de transporte de taxis tengan música, pantallas de video, aire acondicionado y ambiental, un 14% está de acuerdo con lo mencionado, un 8% le es indiferente, un 6% está en desacuerdo, y el 1% está totalmente en desacuerdo.

Interpretación

La mayoría de los usuarios están totalmente de acuerdo en que las unidades de transporte de taxis tengan música, pantallas de video, aire acondicionado y ambiental, entre otros elementos que hacen más placentero su viaje.

7. ¿Está de acuerdo que se evalué el servicio de transporte de taxi que prestan conductores de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua?

Tabla N° 9: Evaluación del servicio de transporte de taxis

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	102	27%
De acuerdo	189	49%
indiferente	42	11%
En desacuerdo	47	12%
Totalmente en desacuerdo	3	1%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia

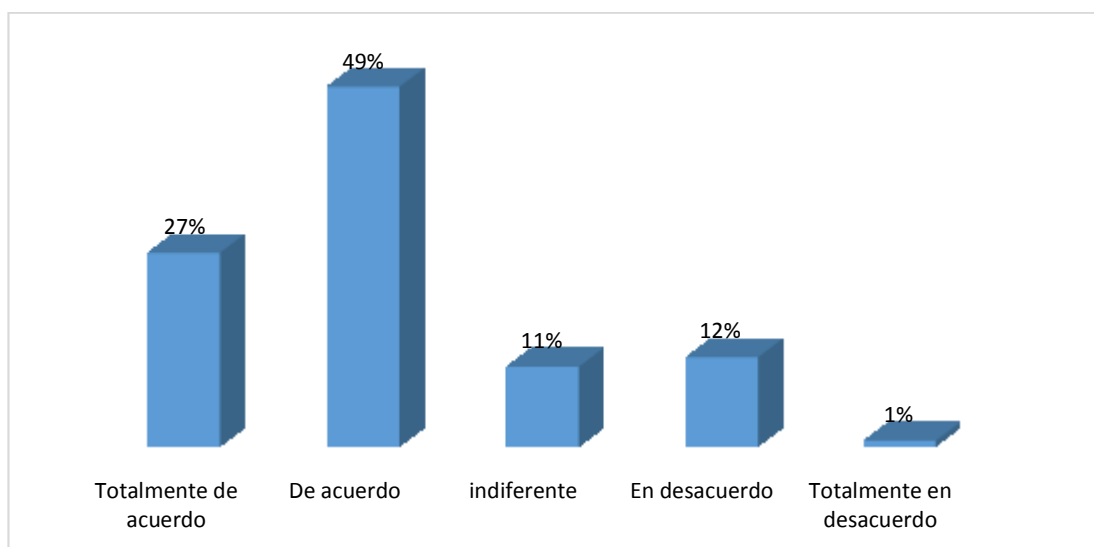


Gráfico N° 15: Evaluación del servicio de transporte de taxis

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Del 100% de la muestra que son 383 usuarios encuestados mencionaron sobre, que se evalué el servicio de transportes de taxis que prestan los conductores de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua, que están de acuerdo con un 49%, totalmente de acuerdo en un 27%, están en desacuerdo un 12%, le es indiferente en un 11% y totalmente en desacuerdo con el 1%.

Interpretación

Casi en el total de los usuarios encuestados mencionaron que están de acuerdo y totalmente de acuerdo sobre que se evalué el servicio de transportes de taxis que prestan los conductores de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua.

8. ¿Usted considera que la Unión de Cooperativas de Transporte de taxis de Tungurahua debería desarrollar programas de responsabilidad social?

Tabla N° 10: Programas de responsabilidad social en la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	158	41%
De acuerdo	159	42%
indiferente	34	9%
En desacuerdo	27	7%
Totalmente en desacuerdo	5	1%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia

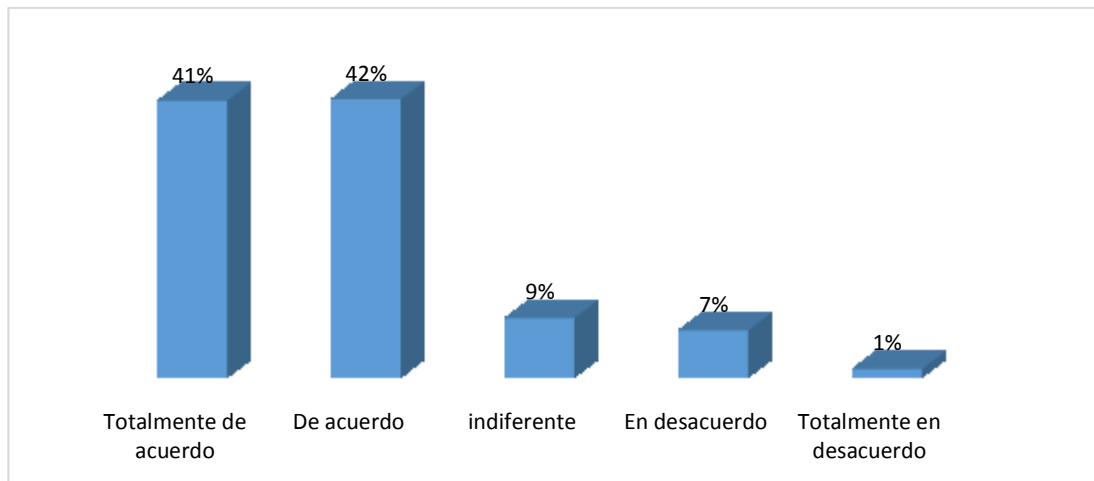


Gráfico N° 16: Programas de responsabilidad social en la Unión de Cooperativas de Transporte de taxis de Tungurahua

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Del 100% de la muestra que son 383 usuarios encuestados, el 42% está de acuerdo en que la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua debería desarrollar programas de responsabilidad social, un 41% está totalmente de acuerdo con lo mencionado, al 9% le es indiferente, el 7% está en desacuerdo y al 1% .

Interpretación

Los usuarios en su mayor parte están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua debería desarrollar programas de responsabilidad social.

9. ¿Considera necesario que la capacitación de los conductores de la Unión de Cooperativas de Transporte de taxis de Tungurahua permitirá mejorar el servicio a los usuarios?

Tabla N° 11: Evaluación del servicio de transporte de taxis

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	203	53%
De acuerdo	97	25%
indiferente	67	17%
En desacuerdo	16	4%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia

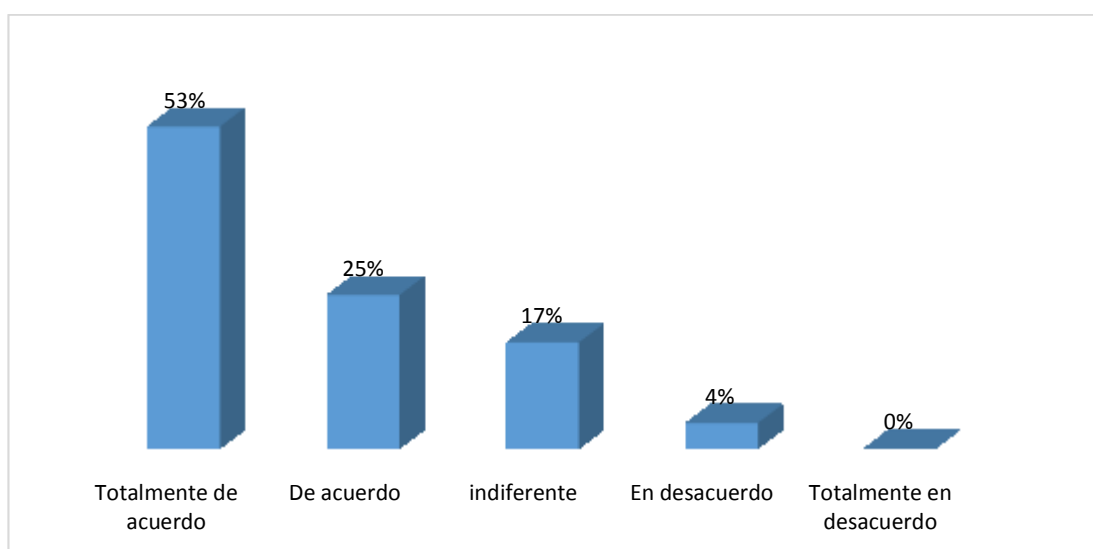


Gráfico N° 17: Evaluación del servicio de transporte de taxis

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Del 100% de la muestra que son 383 usuarios encuestados, están totalmente de acuerdo un 53% que consideran necesario la capacitación de los conductores de la Unión de Cooperativas de Transportes de Taxis de Tungurahua, un 25% están de acuerdo, un 17% le es indiferentes y un 4% está en desacuerdo.

Interpretación

La mayoría de los usuarios coinciden en que es necesario la capacitación de los conductores, puesto que se muestran están totalmente de acuerdo y de acuerdo, ya que a través de estas capacitaciones se puede mejorar la prestación del servicio a los usuarios.

10. ¿Usted considera que los conductores de taxis tienen el pleno conocimiento sobre las rutas a tomar para dar mejor servicio, reduciendo el tiempo de recorrido?

Tabla N° 12: Conocimiento sobre las rutas a tomar para mejor servicio

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	64	17%
De acuerdo	96	25%
indiferente	173	45%
En desacuerdo	21	5%
Totalmente en desacuerdo	29	8%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia

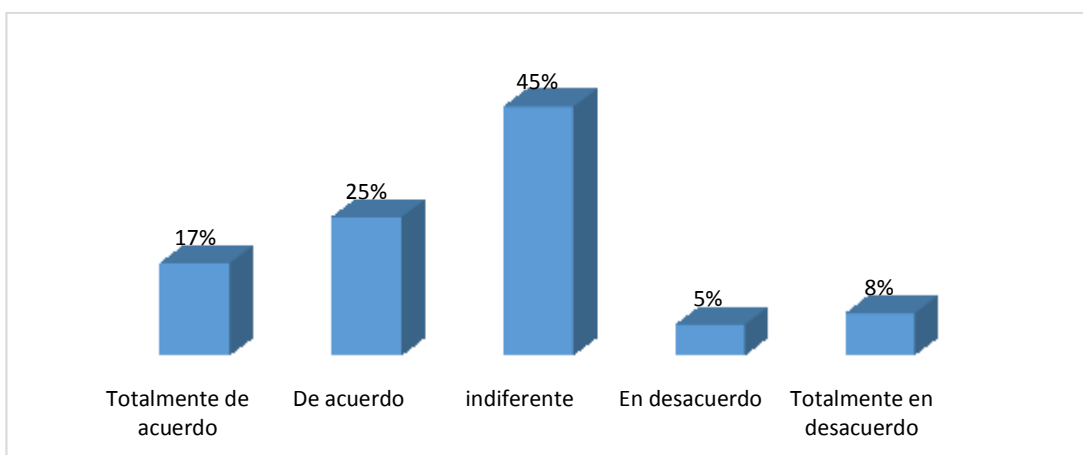


Gráfico N° 18: Conocimiento sobre las rutas a tomar para mejor servicio

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Del 100% de la muestra que son 383 usuarios encuestados, el 45% le es indiferente, en el mismo contexto un 25% está de acuerdo, un 17% es totalmente de acuerdo en que los conductores de taxis tienen el pleno conocimientos sobre las rutas a tomar para dar mejor servicio, un 8% está totalmente en desacuerdo y un 5% está en desacuerdo.

Interpretación

La mayor parte de los usuarios menciona que le es indiferente o están de acuerdo en que los conductores de taxis tienen el pleno conocimiento sobre las rutas a tomar para dar mejor servicio, puesto que en muchas ocasiones son quienes deben decir que rutas deben tomar cuando se conoce el destino.

11. ¿Usted considera que la institución encargada de realizar la revisión y el control de los vehículos cumple con su objetivo?

Tabla N° 13: Cumplimiento de objetivos de la Institución reguladora de la revisión y el control de los vehículos

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	11	3%
Casi siempre	32	8%
Indiferente	49	13%
Rara Vez	204	53%
Nunca	87	23%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia

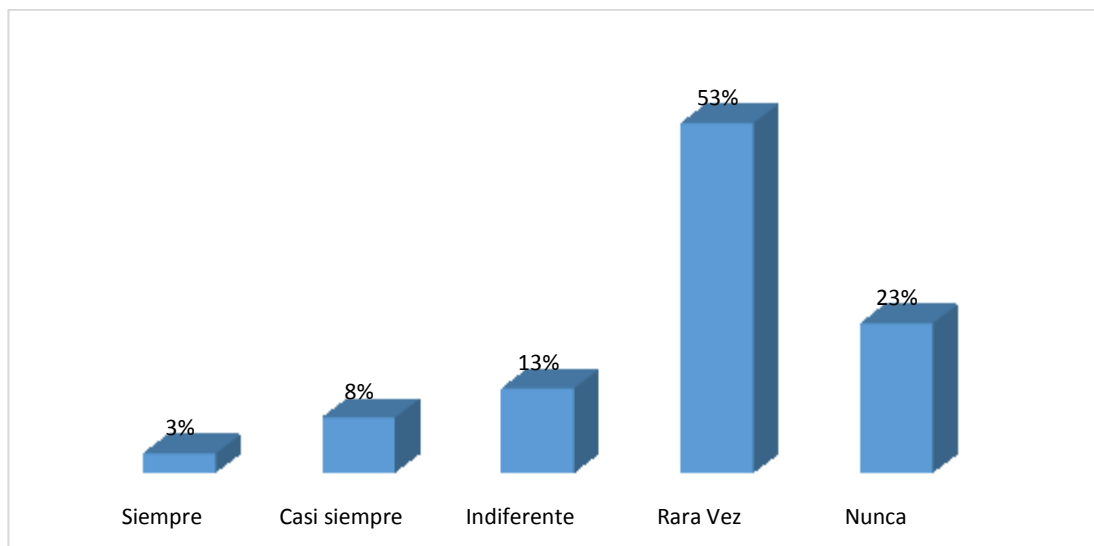


Gráfico N° 19: Cumplimiento de objetivos de la Institución reguladora de la revisión y el control de los vehículos

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Del 100% de la muestra que son 383 usuarios encuestados, el 53% mencionó que rara vez la institución encargada de realizar la revisión y el control de los vehículos cumple con su objetivo, un 23% dijeron que nunca, a un 13% le es indiferente, un 8% que las institución de control casi siempre cumple con su objetivo y un 3% siempre cumple con su objetivo.

Interpretación

En su mayoría se observa que existe desconfianza en la institución que revisa y controla los vehículos de transporte de taxis, puesto que mencionan que rara vez y nunca cumplen con su objetivo.

12. ¿Usted está de acuerdo que la Unión de Cooperativas de Transporte de taxis de Tungurahua cuente con buzones de quejas y sugerencias para mejorar el servicio prestado?

Tabla N° 14: Buzón de quejas y sugerencias para mejorar el servicio

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	39	10%
De acuerdo	97	25%
indiferente	183	48%
En desacuerdo	51	13%
Totalmente en desacuerdo	13	3%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia

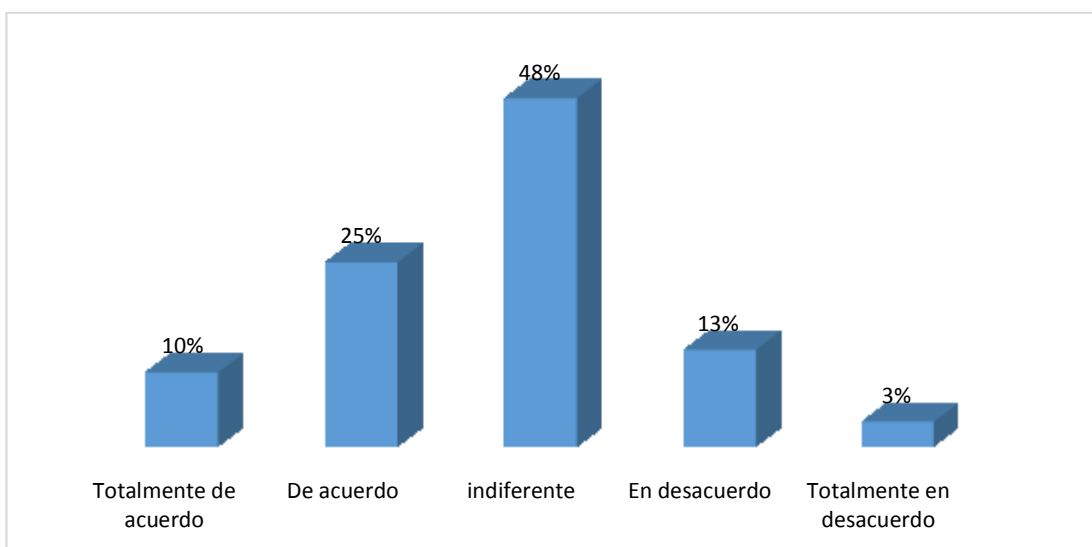


Gráfico N° 20: Buzón de quejas y sugerencias para mejorar el servicio

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Del 100% de la muestra que son 383 usuarios encuestados, un 48% le parece indiferente que la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua cuente con buzones de quejas y sugerencias para mejorar el servicio prestado, un 25% se mostró estar de acuerdo con dicha situación, un 13% está en desacuerdo, un 10% está totalmente de acuerdo, y un 3% está totalmente en desacuerdo.

Interpretación

A la mayoría de los usuarios del transporte de taxis le parece indiferente o está de acuerdo que la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua cuente con buzones de quejas y sugerencias para mejorar el servicio prestado.

13. ¿Usted está de acuerdo que la Unión de Cooperativas de Transporte de taxis de Tungurahua cuente con una página web, para comunicarse con los directivos, dando a conocerse?

Tabla N° 15: Página web para comunicarse con los directivos

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	34	9%
De acuerdo	156	41%
indiferente	139	36%
En desacuerdo	37	10%
Totalmente en desacuerdo	17	4%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia

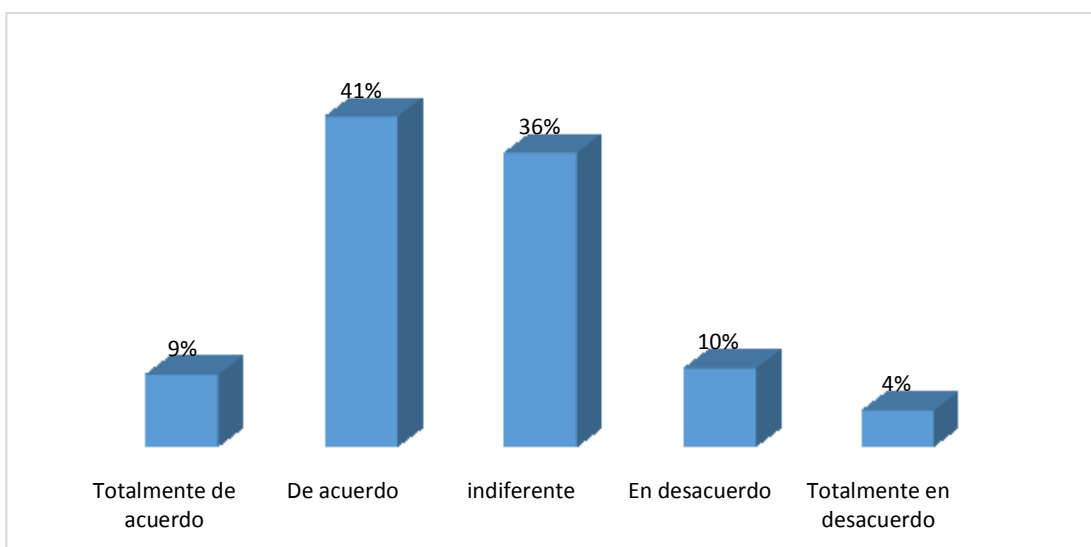


Gráfico N° 21: Página web para comunicarse con los directivos

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Del 100% de la muestra que son 383 usuarios encuestados, el 41% de usuarios opinaron que están totalmente de acuerdo con la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua cuente con una página web para comunicarse con los directivos y se den a conocer, un 36 se mostró indiferente, el 10% está en desacuerdo, un 9% está totalmente de acuerdo y el 4% totalmente en desacuerdo.

Interpretación

En conjunto la mayoría opinaron que están de acuerdo y a la vez se mostraron indiferentes en que la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua cuente con una página web para comunicarse con los directivos para que se den a conocer, y tener un contacto más directo sobre inquietudes y sugerencias.

Encuesta dirigida a los conductores de la Unión de Cooperativas de Taxis de Tungurahua

1. ¿Su unidad posee señaléticas para educar al usuario?

Tabla N° 16: Señaléticas para educar al usuario

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	78	23%
Casi siempre	23	7%
Indiferente	42	13%
Rara Vez	186	56%
Nunca	3	1%
Total	332	100%

Fuente: Elaboración propia

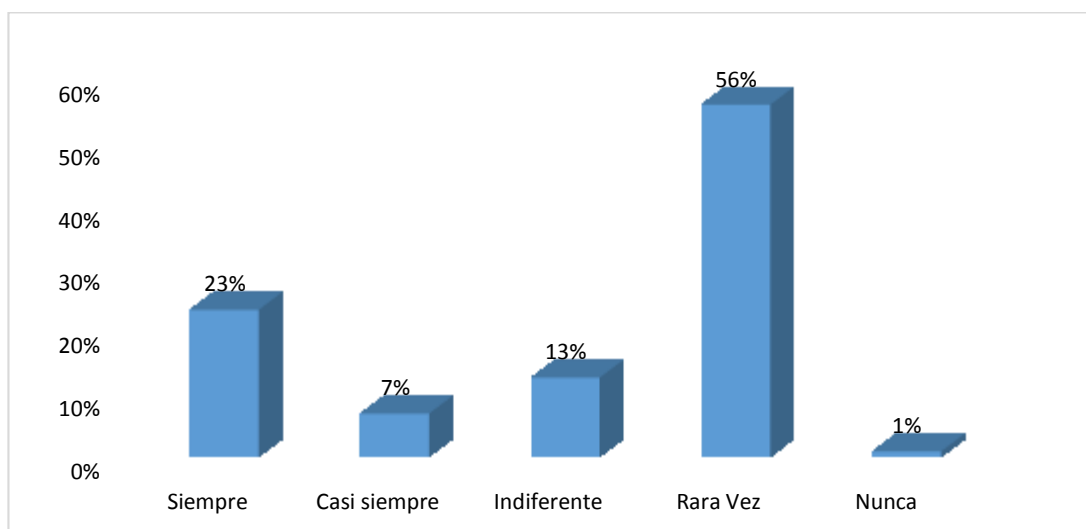


Gráfico N° 22: Señaléticas para educar al usuario

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Del 100% de la muestra que son 332 conductores encuestados, un 56% opinó que rara vez su unidad posee señaléticas para educar al usuario, el 23% de encuestados opinaron que siempre, un 13% le es indiferente, mientras que el 7% concordaron que casi siempre, y el 1% que nunca usan señaléticas para educar los usuarios.

Interpretación

La mayoría de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua rara vez cuenta con las señaléticas adecuadas para educar de una mejor manera a los usuarios y transmitir un mejor servicio al cliente, aunque existe un porcentaje aceptable de conductores que lo hacen siempre.

2. ¿Usted utiliza uniforme distintivo?

Tabla N° 17: Utilización de uniforme

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	24	7%
Casi siempre	5	2%
Indiferente	96	29%
Rara Vez	207	62%
Nunca	0	0%
Total	332	100%

Fuente: Elaboración propia

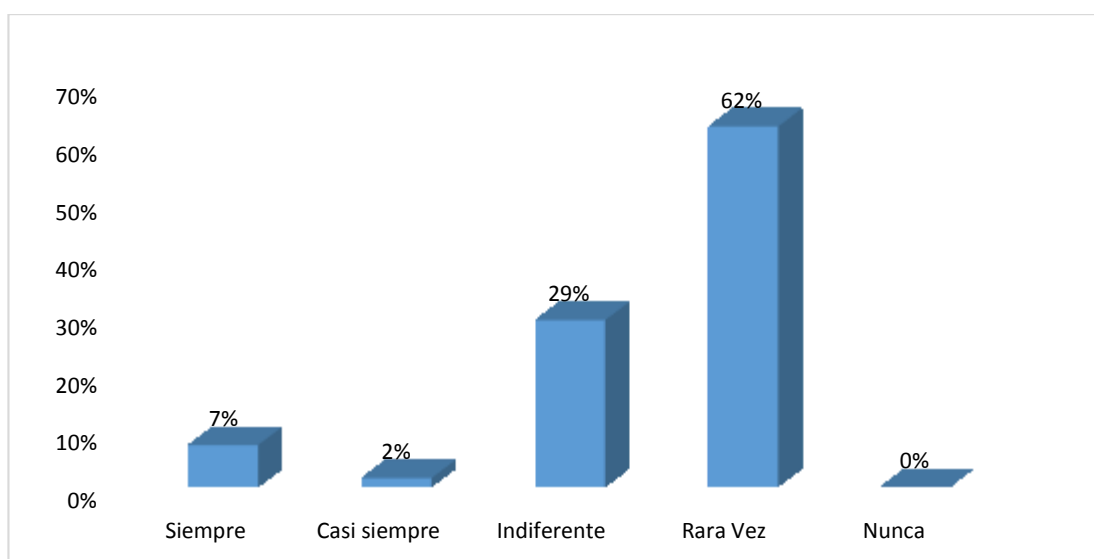


Gráfico N° 23: Utilización de uniforme

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Del 100% de la muestra que son 332 conductores encuestados, el 62% afirmaron que rara vez utilizan su uniforme distintivo, un 29% que les es indiferente, un 7% que siempre, y por último un 0% respondieron que nunca han utilizado el uniforme distintivo de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua

Interpretación

La mayoría de los encuestados rara vez utiliza el uniforme distintivo de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua o les es indiferente, siendo necesario pues con el proyectan una mejor imagen hacia los usuarios.

3. ¿La Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua planifica y desarrolla capacitaciones?

Tabla N° 18: Planificación y desarrollo de capacitaciones

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	12	4%
Casi siempre	17	5%
Indiferente	87	26%
Rara Vez	105	32%
Nunca	11	3%
Total	232	70%

Fuente: Elaboración propia

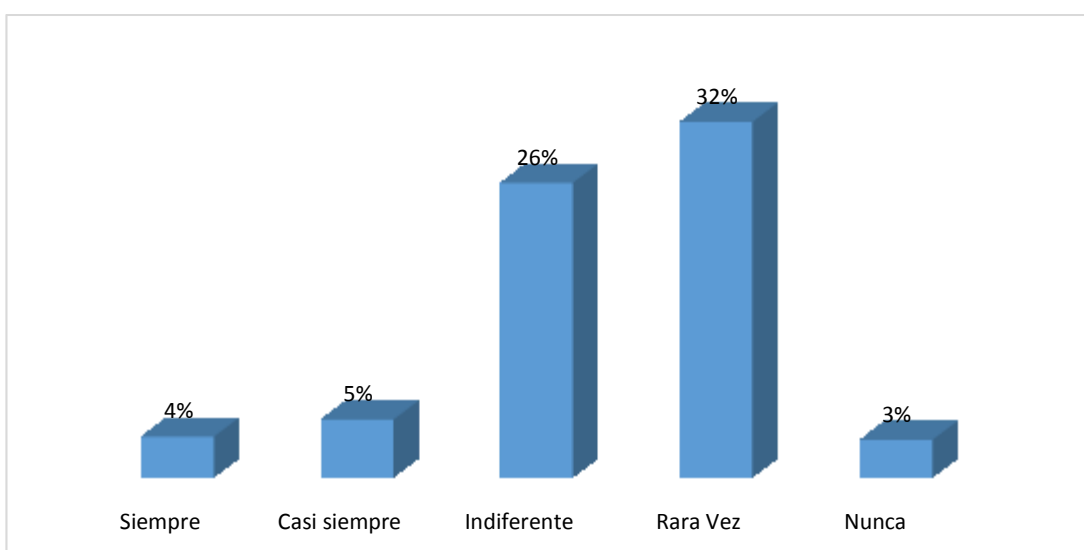


Gráfico N° 24: Planificación y desarrollo de capacitaciones

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Del 100% de la muestra que son 332 conductores encuestados, el 32% de los conductores establecen que rara vez la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua planifica y desarrolla capacitaciones, un 26% se muestra indiferente, casi siempre un 5% seguido del 4% con siempre, para culminar con el 3% los cuales responden que nunca La Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua planifica y desarrolla capacitaciones.

Interpretación

La mayor parte de encuestados concordaron que les resulta indiferente o rara vez la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua planifica y desarrolla capacitaciones para el mejor desenvolvimiento de los conductores hacia el servicio con los usuarios.

4. ¿Estaría de acuerdo en recibir capacitaciones para dar un mejor servicio al usuario?

Tabla N° 19: Capacitar para brindar un mejor servicio al usuario

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Cada mes	3	1%
Cada dos meses	23	7%
Cada tres meses	45	14%
Cada seis meses	167	50%
Cada año	94	28%
Total	332	100%

Fuente: Elaboración propia

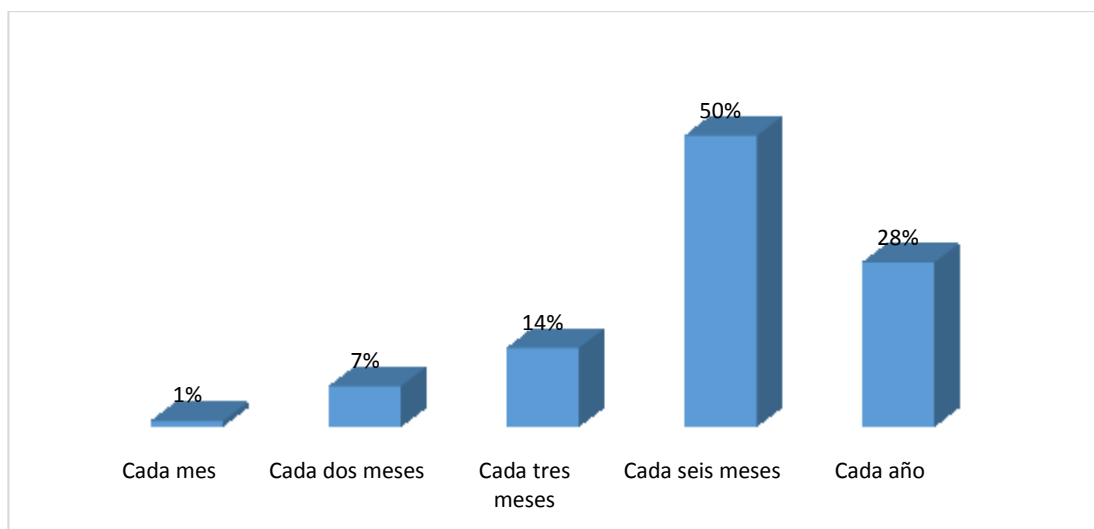


Gráfico N° 25: Capacitar para brindar un mejor servicio al usuario

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Del 100% de la muestra que son 332 conductores encuestados, el 50% opina que cada seis meses están de acuerdo en recibir capacitaciones para dar un mejor servicio al usuario, mientras que el 28% optó por recibir cada año, el 14% cada tres meses, un 7% cada dos meses y cada mes el 1%.

Interpretación

Según la encuesta realizada la mayoría de conductores estuvo de acuerdo en recibir capacitaciones cada seis meses para ofrecer un mejor servicio al usuario, con el fin de lograr mejorar la calidad del servicio de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua y satisfacer las necesidades de los clientes.

5. ¿Recibe quejas de parte de los usuarios?

Tabla N° 20: Quejas por parte del usuario

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	87	26%
Casi siempre	146	44%
Indiferente	32	10%
Rara Vez	67	20%
Nunca	0	0%
Total	332	100%

Fuente: Elaboración propia

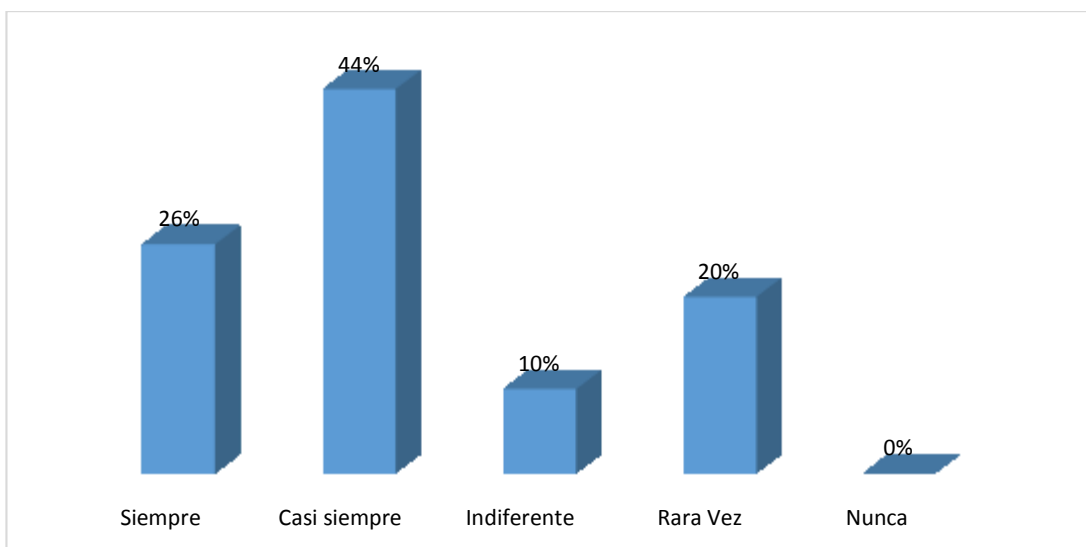


Gráfico N° 26: Quejas por parte del usuario

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Del 100% de la muestra que son 332 conductores encuestados, el 44% de los encuestados responden que casi siempre reciben quejas de los usuarios, el 26% opina que siempre, el 20% dice que rara vez, indiferente se muestra el 10%, mientras que nunca el 0%.

Interpretación

Los señores conductores de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua opinan en su mayoría comentan que casi siempre reciben quejas por parte de los usuarios por lo que se muestran preocupados al respecto.

**6. El taxímetro es un instrumento obligatorio para dar un servicio de taxi
¿Utiliza usted este instrumento?**

Tabla N° 21: Utilización del taxímetro

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	77	23%
Casi siempre	218	66%
Indiferente	21	6%
Rara Vez	11	3%
Nunca	5	2%
Total	332	100%

Fuente: Elaboración propia

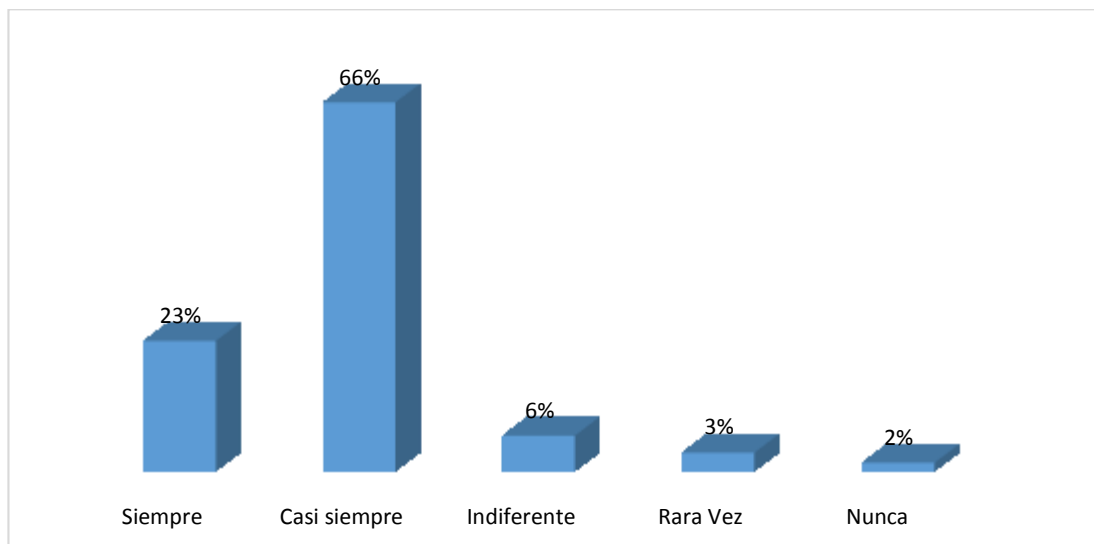


Gráfico N° 27: Utilización del taxímetro

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Del 100% de la muestra que son 332 conductores encuestados, el 66% de los encuestados establece que casi siempre utilizan el taxímetro en sus unidades al momento de ofrecer el servicio, el 23% siempre, indiferente un 6%, el 3% dice que rara vez y con el 2% afirma que nunca lo utiliza.

Interpretación

La mayor parte de encuestados que forman parte de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua opinan que casi siempre utilizan el taxímetro al momento de ofrecer el servicio lo que da a notar que están conscientes que el uso del taxímetro es obligatorio dentro de sus unidades móviles.

7. ¿Usted para cobrar por el servicio que presta respeta los valores determinados?

Tabla N° 22: Respeto de los valores predeterminados para el cobro del servicio de taxi

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	186	56%
Casi siempre	118	36%
Indiferente	17	5%
Rara Vez	9	3%
Nunca	2	1%
Total	332	100%

Fuente: Elaboración propia

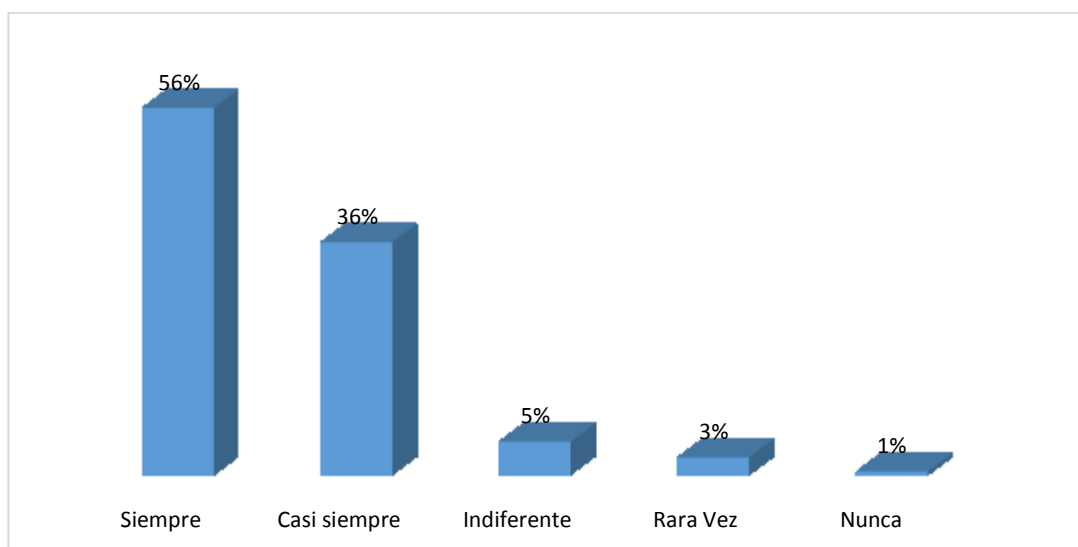


Gráfico N° 28: Respeto de los valores predeterminados para el cobro del servicio de taxi

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Del 100% de la muestra que son 332 conductores encuestados, el 56% manifiestan que siempre respetan los valores determinados al momento de cobrar por el servicio prestado, un 36% opina que casi siempre, indiferente el 5%, rara vez un 3% y nunca el 1%.

Interpretación

La mayor parte de los encuestados que forman parte de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua si respetan siempre o casi siempre los valores determinados al momento de realizar los cobros por el servicio prestado a los usuarios para no tener ningún inconveniente con el mismo.

8. ¿Cree usted que es necesario ofrecer un servicio extra como wifi, pantallas, música a elección, etc. en su unidad?

Tabla N° 23: Necesidad de ofrecer servicios extras

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	17	5%
Casi siempre	13	4%
Indiferente	17	5%
Rara Vez	154	46%
Nunca	131	39%
Total	332	100%

Fuente: Elaboración propia

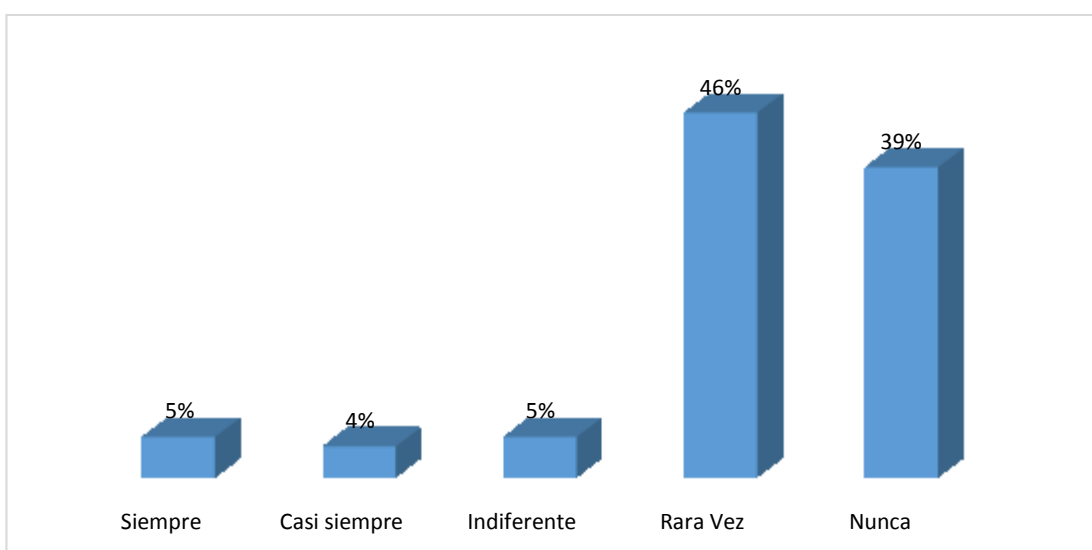


Gráfico N° 29: Necesidad de ofrecer servicios extras

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Del 100% de la muestra que son 332 conductores encuestados, opinan que rara vez equivalente al 46% es necesario ofrecer un servicio extra como wifi, pantallas, música a elección, etc., en su unidad, por otro lado el 39% opina que nunca, al 5% le es indiferente, siempre establece también el 5% seguido por casi siempre con el 4%.

Interpretación

La mayoría de conductores de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua concuerdan que rara vez es necesario ofrecer el servicio de extra de wifi, pantallas, música a elección, etc., en su unidad puesto que no lo consideran como algo primordial en el mejoramiento del servicio.

9. ¿Cómo considera su relación con sus compañeros de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua?

Tabla N° 24: Relación entre compañeros taxistas

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	101	30%
Muy Bueno	115	35%
Bueno	75	23%
Regular	24	7%
Malo	17	5%
Total	332	100%

Fuente: Elaboración propia

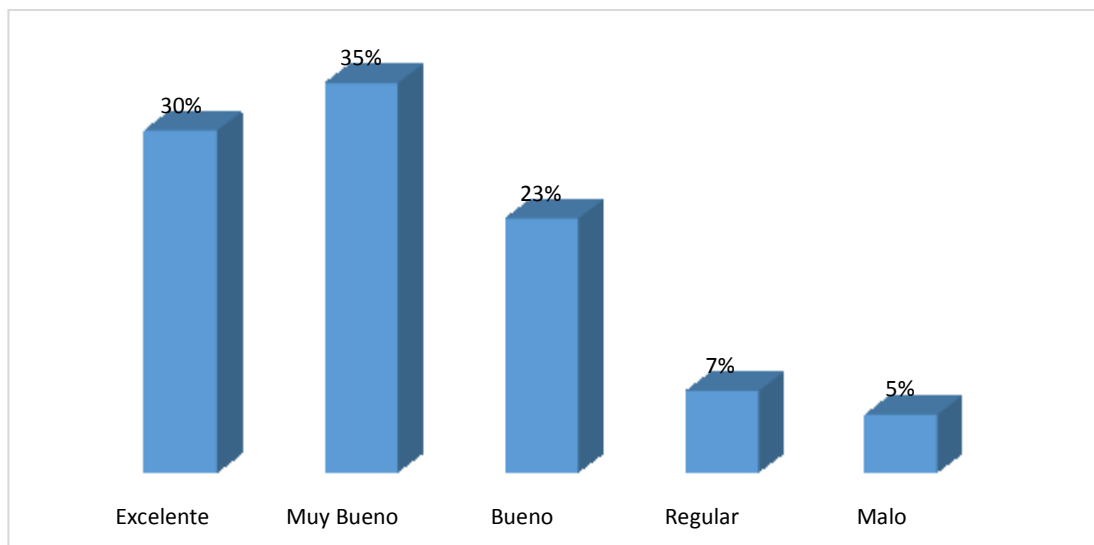


Gráfico N° 30: Relación entre compañeros taxistas

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Del 100% de la muestra que son 332 conductores encuestados, el 35% de los encuestados consideran excelente su relación con sus compañeros de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua, el 30% opina que la relación es muy buena, buena el 23%, regular un 7% y malo un 5%.

Interpretación

Los conductores de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua en su mayoría consideran excelente su relación con sus compañeros por lo que muestra que hay un buen ambiente laboral para organizarse mejor su trabajo.

10. ¿La Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua ha socializado las actividades del plan de trabajo?

Tabla N° 25: Socialización de actividades del plan de trabajo

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	11	3%
Casi siempre	23	7%
Indiferente	117	35%
Rara Vez	172	52%
Nunca	9	3%
Total	332	100%

Fuente: Elaboración propia

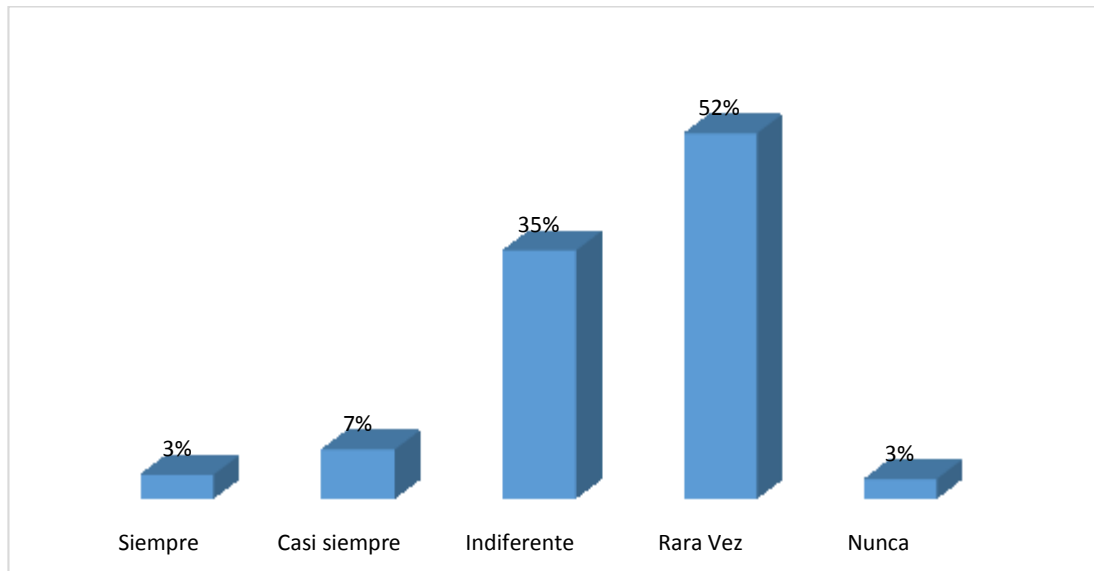


Gráfico N° 31: Socialización de actividades del plan de trabajo

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Del 100% de la muestra que son 332 conductores encuestados, el 52% opina que rara vez la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua ha socializado las actividades del plan de trabajo, el 35% indiferente, casi siempre un 7%, y conjuntamente un 3% siempre y nunca cada uno.

Interpretación

La mayoría de conductores concuerdan que la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua rara vez ha socializado las actividades del plan de trabajo por lo que muestra que no hay buena organización para resaltar estos temas dentro de la cooperativa.

11. ¿Considera usted necesario que los conductores conozcan el COIP para que de calidad del servicio mejore en la Unión de Cooperativas de Transporte de taxis de Tungurahua?

Tabla N° 26: Conocimiento del Código Integral Penal (COIP)

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	148	45%
De acuerdo	86	26%
Indiferente	57	17%
En desacuerdo	35	11%
Totalmente en desacuerdo	6	2%
Total	332	100%

Fuente: Elaboración propia

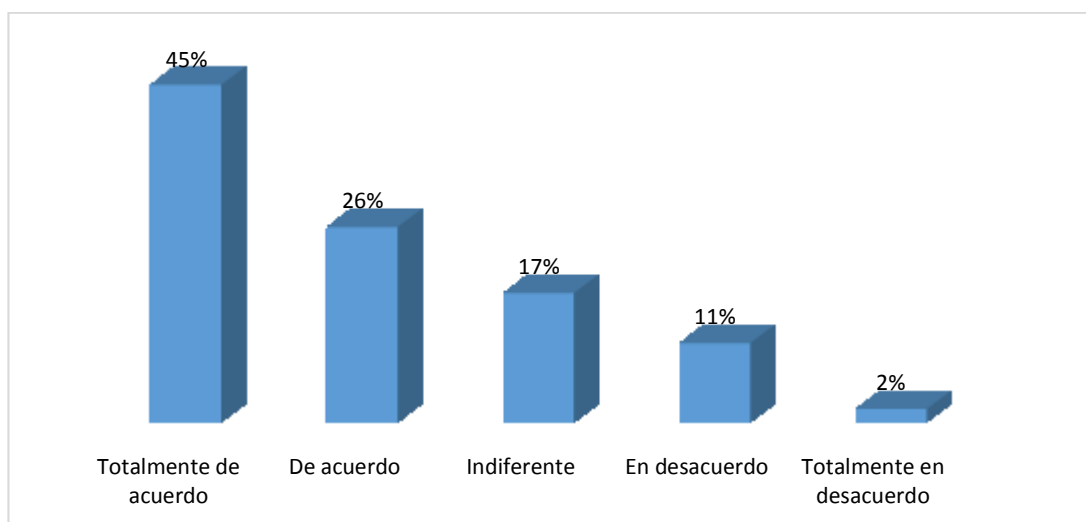


Gráfico N° 32: Conocimiento del Código Integral Penal (COIP)

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Del 100% de la muestra que son 332 conductores encuestados, el 45% de los encuestados de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua está totalmente de acuerdo en que los conductores deben conocer el COIP para que la calidad de servicio mejore, de acuerdo opina el 26%, indiferente el 17%, en desacuerdo está el 11%, y totalmente desacuerdo está el 2%.

Interpretación

La mayor parte de los encuestados de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua está totalmente de acuerdo en conocer el COIP para mejorar la calidad de servicio dentro de la cooperativa y están a predisposición para llevar a cabo esta acción.

12. ¿Usted está dispuesto ayudar a los usuarios cuando la ocasión lo amerita?

Tabla N° 27: Prestación de ayuda al usuario

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	196	59%
Casi siempre	66	20%
Indiferente	22	7%
Rara Vez	48	14%
Nunca	0	0%
Total	332	100%

Fuente: Elaboración propia

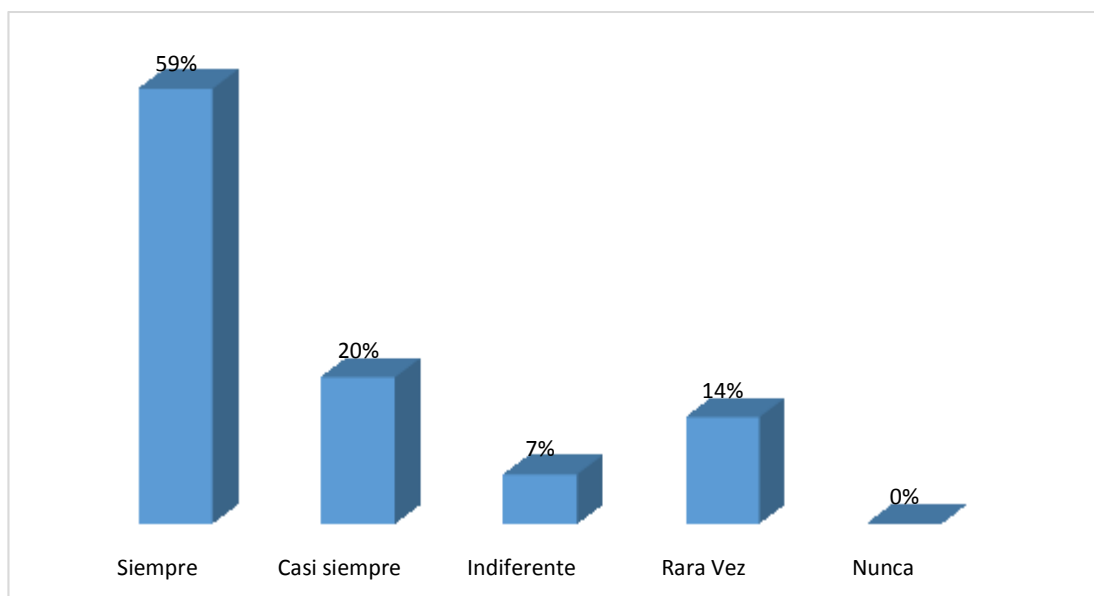


Gráfico N° 33: Prestación de ayuda al usuario

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Del 100% de la muestra que son 332 conductores encuestados de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua, el 59% opinan que siempre están dispuestos a ayudar a los usuarios cuando la ocasión lo amerite, el 20% opina que casi siempre, 14% responde que rara vez, 7% indiferente, y nunca el 0%.

Interpretación

La mayoría de conductores de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua está de acuerdo que se siempre debe estar dispuesto a ayudar a sus clientes cada vez que la ocasión lo amerite con buena predisposición y amabilidad.

13. ¿Con que frecuencia usted da mantenimiento a su unidad, para que este en óptimas condiciones para dar un buen servicio?

Tabla N° 28: Frecuencia de mantenimiento de la unidad

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Cada mes	11	3%
Cada dos meses	33	10%
Cada tres meses	169	51%
Cada seis meses	47	14%
Cada año	72	22%
Total	332	100%

Fuente: Elaboración propia

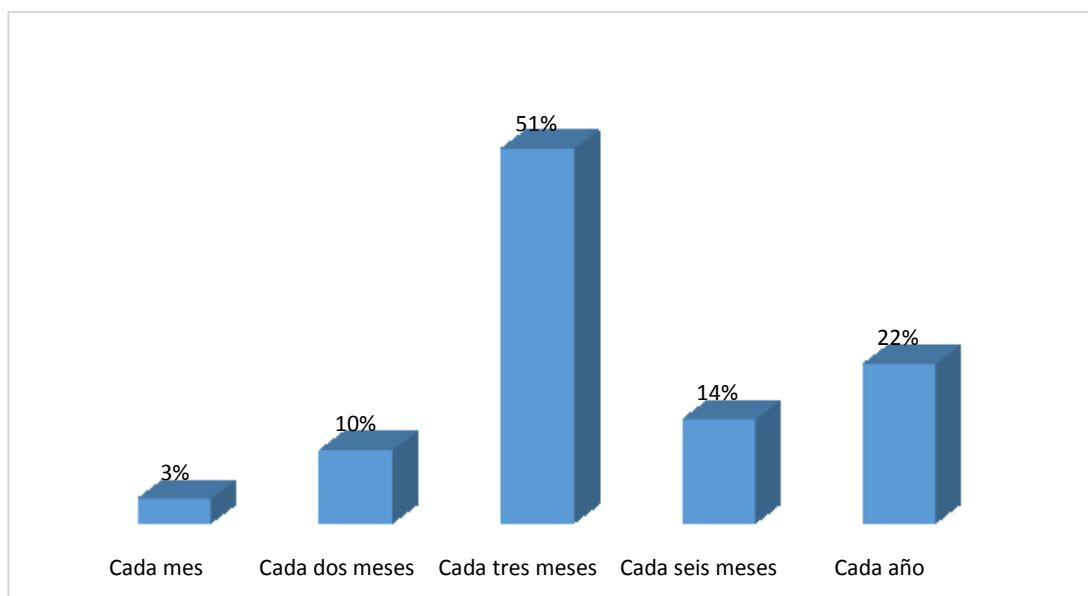


Gráfico N° 34: Frecuencia de mantenimiento de la unidad

Fuente: Elaboración propia

Análisis

Del 100% de la muestra que son 332 conductores encuestados, el 51% de los miembros de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua responden que cada tres meses da mantenimiento a su unidad, el 22% responde que cada año, 14 % cada seis meses, 10 % cada dos meses y un 3% cada mes.

Interpretación

La mayoría de conductores de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua opinan que cada tres meses se debe dar mantenimiento a su unidad de trabajo con el fin de que esté en óptimas condiciones para ofrecer un buen servicio a su clientela.

6. Conclusiones

- La demanda del servicio de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua, presenta una frecuencia alta entre diaria y semanalmente por usuario, esto porque prefieren el servicio tomando en cuenta la rapidez y seguridad del mismo, a lo que los conductores responden cobrando la tarifa mínima o lo que el taxímetro marque.
- El trato de los conductores hacia los usuarios es indiferente, además que presentan una conducta regular y rara vez utilizan uniformes distintivos; en este sentido los usuarios calificaron el servicio de transporte de taxis, aceptable en términos generales, esperando que puedan mejorar el servicio.
- Las unidades de transporte de taxis, rara vez cuentan con equipamiento para mejorar el servicio, tales como señalética al interior del vehículo, wifi, pantallas con videos, entre otros, pues los usuarios manifestaron estar totalmente de acuerdo en estos aspectos, aunque exigen que la evaluación de las unidades de transporte de taxis sea revisada periódicamente, a lo cual la mayoría de conductores respondió que lo realiza trimestralmente, aun así, la mayoría de usuarios no confían en la institución encargada de la revisión y el control vehicular.
- Los usuarios están de acuerdo con el desarrollo de programas de responsabilidad social, así como, de la capacitación necesaria para los conductores de manera semestral a fin de presten un servicio de calidad, para lo cual el buzón de sugerencias y la página web servirá como medio de comunicación con los directivos de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua, pues los conductores indicaron que casi siempre reciben quejas de los usuarios que son necesaria para mejoramiento del servicio de taxis.
- La comunicación interna de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua es muy buena, pese a que la socialización de actividades que corresponden al plan de trabajo se da rara vez, por ello fue necesario investigar el modelo EFQM (European Foundation for Quality Models) que fue creado por 14 importantes compañías europeas en el año de 1988 con el nombre de Fundación Europea para la Gestión de la Calidad, la cual mejora la calidad del

servicio de la organización. El Modelo EFQM (Modelo Europeo de Excelencia Empresarial) es un modelo de carácter no normativo que desarrolla el concepto de la Calidad Total y está orientado hacia la Excelencia. El objetivo es la evaluación del progreso de un Sistema de Gestión de una determinada organización, basándose en los criterios propios del Modelo. Una vez adquirido, la empresa recibirá el reconocimiento de las organizaciones públicas por la mejora continua de su gestión hacia la excelencia.

7. Recomendaciones

- Aprovechar la demanda para brindar un buen servicio en la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua, ya que presenta una frecuencia de utilización alta por usuario; también que los conductores los conductores respeten el cobro de la tarifa mínima o lo que el taxímetro marque, así como, siempre estar a las órdenes del usuario.
- Mejorar el trato y la conducta de los conductores hacia los usuarios, utilizar uniformes distintivos mejorando la imagen del profesional al volante y esperando que se pueda corregir el servicio de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua.
- Equipar las unidades de taxis con lo necesario para mejorar el servicio, tales como señalética al interior del vehículo, wifi, pantallas con videos, entre otros solicitados por los usuarios, también que la evaluación de las unidades de transporte de taxis se mantenga con una periodicidad trimestral, esto con el fin de aumentar la confianza del beneficiario.
- Desarrollar programas de responsabilidad social, como taxi amigo para discapacitados, servicio de encomiendas a domicilio, acciones para disminuir la contaminación ambiental que producen las unidades de taxis; así como la realización de capacitaciones para los conductores por lo menos de manera semestral a fin de que brinden un servicio de calidad.
- Colocar un buzón de sugerencias y desarrollar la página web que sirva como medio de comunicación con los Directivos de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua, para que de esta manera los usuarios

puedan realizar sus quejas o sugerencias que son importantes para el mejoramiento del servicio de taxis.

- Mantener la buena comunicación interna de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua, así como, socializar todas las actividades que corresponden al plan de trabajo, como el coordinar capacitaciones, reuniones con dueños y choferes de las unidades para tratar temas del servicio, eventos de carácter social, entre otras actividades.
- Proponer el modelo EFQM (European Foundation for Quality Models) para mejorar la calidad del servicio de la organización, mismo que consiste en un modelo de carácter no normativo que desarrolla el concepto de la Calidad Total y está orientado hacia la Excelencia empresarial.

Propuesta

Tema: Modelo EFQM (European Foundation for Quality Models) para mejorar la calidad del servicio de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua.

Antecedentes

El modelo EFQM (European Foundation for Quality Models) está orientado a conseguir la excelencia utilizando como herramienta administrativa el cambio de la cultura organizacional como de la orientación del talento humano; el fin que persigue el modelo es crear organizaciones exitosas.

El modelo EFQM trabaja sobre dos categorías que se denominan agentes facilitadores y agentes de resultados, cuya composición forman 9 criterios que se los expone a continuación.

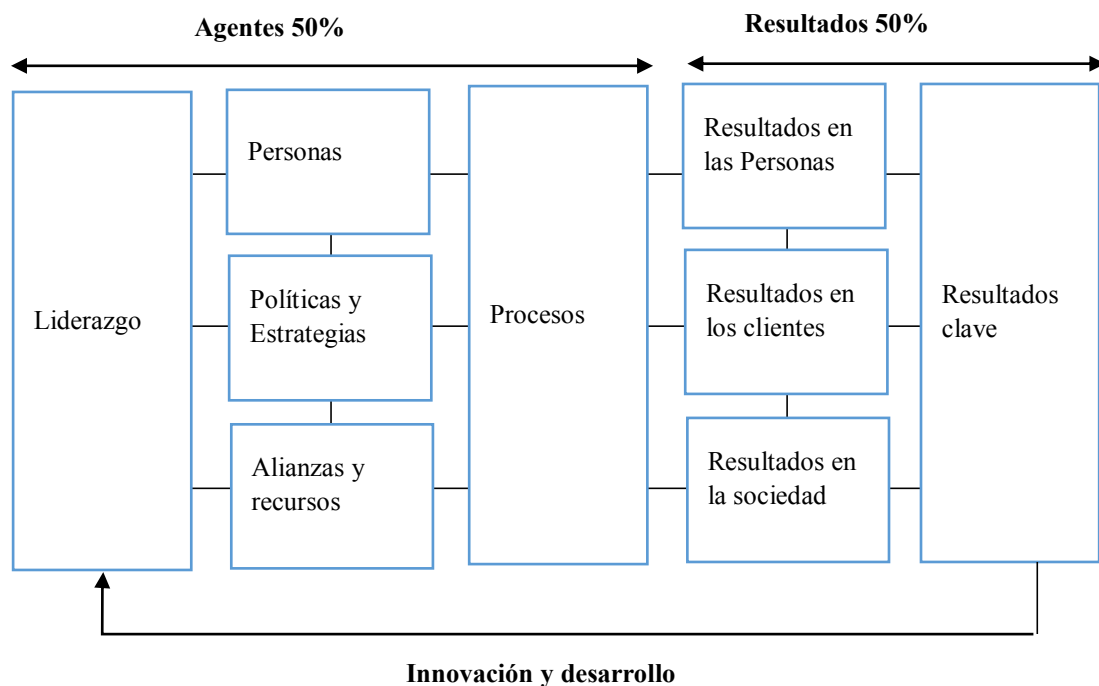


Gráfico N° 35: mapa de criterios del modelo EFQM
Fuente: Elaboración propia a partir EFQM (2003)

Según los estudios previos, la comunicación interna de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua es muy buena, pese a que la socialización de actividades que corresponden al plan de trabajo se da rara vez, por ello fue necesario investigar el modelo EFQM (European Foundation for Quality Models) que fue creado por 14 importantes compañías europeas en el año de 1988 con el nombre de Fundación Europea para la Gestión de la Calidad, la cual mejora la calidad del servicio de la organización.

El Modelo EFQM (Modelo Europeo de Excelencia Empresarial) es de carácter no normativo que desarrolla el concepto de la Calidad Total y está orientado hacia la Excelencia. El objetivo es la evaluación del progreso de un Sistema de Gestión de una determinada organización, basándose en los criterios propios del Modelo. Una vez adquirido, la empresa recibirá el reconocimiento de las organizaciones públicas por la mejora continua de su gestión hacia la excelencia.

Justificación

Es importante desarrollar el modelo EFQM (European Foundation for Quality Models) para mejorar la calidad del servicio de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua, además que se daría respuesta a los problemas que se han evidenciado y se estudiaron previamente, es la mejor opción para resolver la insatisfacción del servicio que presta la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua evidenciado en el año 2015, con ello se podrá mejorar y plantear procesos eficientes de mejoramiento continuo.

La novedad de la propuesta radica en que no se han presentado modelos para la gestión de un organismo que presta servicio de transporte, como lo es la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua, esto permitirá que se mejore este servicio que tiene una alta demanda por parte de la ciudadanía y que por su costo, el servicio por parte de la institución y de los choferes, debe ser el mejor posible, por ello se propone el modelo EFQM que busca la excelencia en la calidad total.

El aporte científico que puede generar la propuesta, es que para futuras investigaciones se contara con una base metodológica del modelo EFQM ejecutado en un organismo que presta servicios de transporte y así lo puedan implementar en otras instituciones similares o en otras ciudades del país; esto con el fin de que se resuelva los problemas de insatisfacción de las personas en servicios relacionados con el transporte y se alcance la excelencia en la calidad total.

Los beneficiarios de la propuesta son los usuarios del transporte de taxis y la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua, ya que el modelo EFQM que se implemente en la organización permite ofrecer un servicio de calidad, que permiten satisfacer las necesidades del usuario, que a su vez mostrará gratitud y agrado al utilizar este servicio.

La factibilidad de la propuesta se presenta se en el ámbito económico, social, cultural, organizacional y legal; económico porque la propuesta planteada no tendría costo en su ejecución, por el contrario, genera mejores resultados por los servicios de calidad prestados; en lo social es factible por su impacto en los usuarios y la demanda que tiene el tipo el transporte de taxis, por lo cual una propuesta que genere valor y mejore el servicio, es positivo; en lo cultural y organizacional, por la vinculación de estos

aspectos, pues la cultura y valores como el respeto, presentación e imagen son esenciales en este tipo de actividades, además que organizacionalmente el modelo EFQM fortalecerá a la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua, y en lo legal, esta no afecta o atenta contra las leyes ecuatorianas, por lo cual, el proyecto es factible y su ejecución dependerá de las autoridades que rigen el organismo.

Objetivos

General

Aplicar el modelo EFQM (European Foundation for Quality Models) para mejoramiento de la calidad del servicio de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua.

Específicos

- Detallar los aspectos importantes sobre el liderazgo dentro de la institución.
- Diseñar un plan de capacitaciones para el personal en temas de atención y servicio al usuario.
- Planificar y formular estrategias en función a los requerimientos de la organización y los usuarios para su total satisfacción.
- Realizar un presupuesto basado en la planificación y estrategias para la utilización adecuada de los recursos.
- Rediseñar los procesos acorde al modelo EFQM para alcanzar la excelencia en la calidad total.
- Evaluar el modelo y presentar los resultados alcanzados para retroalimentar el proceso.

Modelo operativo

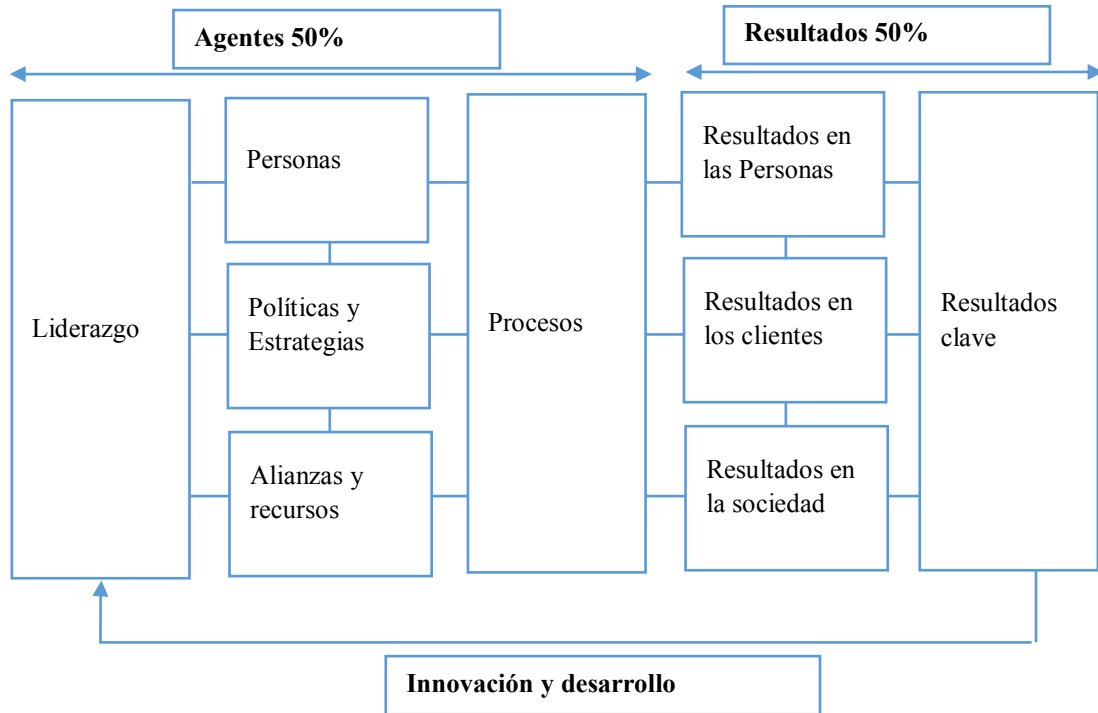


Gráfico N° 36: Modelo EFQM

Fuente: Elaboración propia a partir EFQM (2003)

Para una descripción del modelo, a continuación:

MODELO EFQM	
Liderazgo	<p>El liderazgo es la forma en que el equipo líder define la identidad y los intereses de la organización, mediante los sistemas de gestión el equipo busca la mejora continua de las políticas, los procedimientos y procesos de la organización, estableciendo relaciones internas y externas e impulsando una gestión del cambio dentro de la estructura organizacional de la empresa.</p> <p>En la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua los directivos son los líderes y quienes deben proponer las políticas y lineamientos para la mejora continua de la organización, con el fin de entregar un servicio de calidad a la comunidad; se evidenció en el estudio que existe buena comunicación interna, por lo que el establecer la gestión del cambio podría facilitarse de cierta manera para los directivos de la organización.</p>
Política y estrategia	<p>La estrategia es la determinación del propósito o misión y de los objetivos dentro de un plazo en la empresa, una vez identificada la identidad corporativa dentro del sistema de gestión, se define las políticas generales que orientan a los administradores en la toma de decisiones, estableciendo relaciones internas y externas.</p>

	<p>Los directivos de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua deberán plantear en sesión ordinaria las estrategias y políticas de cambio que mejoren el servicio prestado y así se satisfaga a los requerimientos de los señores usuarios. Además que se deberá dar a conocer y disponer en un lugar visible, la misión, visión, políticas y valores de la organización, para que de esta manera todos sepan el direccionamiento que se requiere para mejorar los procesos y atención al cliente.</p>
<p>Personas</p>	<p>Las actividades y responsabilidades de una persona dentro de la organización se resuelven dentro de la gestión de RR.HH., donde se evalúa el desempeño, implicación y participación de los colaboradores y por medio de la comunicación interna se realiza los respectivos reconocimientos e inventivos del personal de la empresa.</p> <p>Se deberá evaluar a los choferes y en si a la organización, de esta manera se podrá incentivar el buen comportamiento y sancionar a aquellos elementos que brindan un mal servicio; además que a partir de esta evaluación la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua, podrá tomar acciones correctivas en temas de capacitación, así como trabajar en la imagen corporativa.</p>
<p>Alianza y recursos</p>	<p>Las alianzas o colaboraciones son acuerdos para alcanzar un conjunto de objetivos deseados, mediante la gestión de recursos materiales y económicos por medio de la tecnología y gestión del conocimiento para cumplir dichos objetivos.</p> <p>En este punto será fundamental que se considere los recursos propios y alianzas con instituciones públicas y privadas para tratar temas importantes como la prevención de actos delictivos, taxis seguros, entre otros importantes que se lo podría trabajar entre la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua, Policía Nacional, Comisión de Tránsito, Escuelas de conducción y demás organismos que contribuyan a garantizar una calidad total en el servicio.</p>
<p>Procesos</p>	<p>La gestión de procesos dentro de una empresa busca la mejora continua dentro de la organización específicamente en el servicio de atención y orientación al usuario. El servicio de atención al usuario comprende un conjunto de actividades interrelacionadas que se ofrece al cliente para afianzar la relación con los usuarios y la empresa.</p> <p>En la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua deberá implementar un sistema de gestión de calidad total (EFQM), esto permite que se establezcan procesos adecuados para la atención al usuario y el mejoramiento continuo, tal como se lo menciona en la conceptualización.</p>
<p>Resultados en personas</p>	<p>La satisfacción de las personas es uno de los resultados más importantes de prestar servicios de buena calidad. Dado que la percepción de la gente en cuanto al servicio que le presta la organización es significativo.</p> <p>Se deberá establecer parámetros que permitan medir la satisfacción al usuario, con ello proponer los cambios que contribuyan al mejoramiento</p>

	<p>continuo; estos resultados en los usuarios permitirán conocer la percepción generalizada que tiene respeto del servicio de taxis.</p>
<p>Resultados en los clientes</p>	<p>Los resultados de una organización deben estar enfocados en prestar la mejor calidad y servicio al cliente, pues éste a cambio, pagará por los servicios o productos, y sobre todo por la atención que la institución le brindo a través de los empleados, clientes satisfechos igual a mejores resultados económicos y beneficios futuros.</p> <p>El resultado en los clientes se da por la buena gestión enfocada en el mejoramiento continuo y con la calidad en el servicio del transporte.</p>
<p>Resultados en la sociedad</p>	<p>La sociedad o grupos de personas, permiten que las organizaciones se desarrollen en un marco legal, competitivo y de libre mercado; por lo cual, es necesario buscar resultados a través de las políticas sociales, ambientales, culturales, entre otras, todas dentro del marco de responsabilidad social empresarial RSE, del cual se obtiene excelentes beneficios al igual que la sociedad y quienes intervienen o interactúan con la organización.</p> <p>La Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua deberá socializar las actividades con el público, además de establecer programas de responsabilidad social, esto ayudara a mantener y mejorar los resultados en la sociedad.</p>
<p>Resultados claves</p>	<p>Los resultados deben en el estudio de indicadores que permitan tomar las decisiones con la mayor garantía, de aumentar su satisfacción, mejorar la imagen de marca, facilitar la eficacia en la gestión, entre otros, y así obtener valores o resultados claves en la organización.</p> <p>Con los indicadores obtenidos en el estudio de campo, serna necesarios manejar indicadores clave que permitan alcanzar los mejores resultados, en especial la Cultura Organizacional y la Satisfacción de los Usuarios de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua.</p>

Fuente: Elaboración propia

Conclusión del modelo

El modelo EFQM ayudará a identificar las debilidades existentes dentro del organismo, por lo cual es la respuesta más factible para llegar a establecer la calidad total en el servicio de transporte dentro de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua, además que el modelo obliga a la organización al mejoramiento continuo, por lo que su evolución y buen servicio contribuirá a la satisfacción del usuario del servicio que presta la institución.

8. Bibliografía

- Abraham, L. (2013). Clientes, Usuarios o consumidores. España: <http://assets.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448175840.pdf>.
- Aldás, F. (2013). Cultura Organizacional y su incidencia en el volumen de ventas en la empresa “COMERCIAL V&M” en la ciudad de Ambato. Ambato: UTA.
- Alles, M. (2007). Comportamiento Organizacional. Buenos Aires: Granica.
- Botero, M. M., & Peña, P. (2014). Calidad en el Servicio: El cliente incognito. En M. Botero, & P. Peña, Calidad en el Servicio: El cliente incognito (págs. 5 - 12). Barranquilla: Universidad del Norte.
- Cruz, J. (2013). La función de la organización. España: Universidad de Jaen.
- Cújar, A., Ramos, C., Hernández, H., & López, J. (2013). Cultura Organizacional. Montería: Universidad de Córdoba.
- Cújar, A., Ramos, C., Hernández, H., & López, J. (2013). Cultura Organizacional. Montería: Universidad de Córdoba.
- D'Angelo, S. (2011). Población y Muestra. Argentina: U.N.N.E.; U.C.P.
- Diario El Comercio. (09 de abril de 2015). Tres opciones para que el usuario de taxis pase de la queja a la acción. págs. <http://www.elcomercio.com/actualidad/opciones-usuario-taxis-denuncias-quito.html>.
- Diario el Telégrafo. (17 de Enero de 2014). Servicio de taxis vuelve a recibir críticas en Ambato. págs. <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional-centro/1/servicio-de-taxis-vuelve-a-recibir-criticas-en-ambato>.
- El Comercio . (17 de Abril de 2014). En el país hay sobreoferta de taxis, pero el negocio aún resulta rentable. El Comercio , págs. 1-2.
- European Foundation for Quality Management. (2003). Introduccion a la excelencia. Bruselas:

[https://www.exabyteinformatica.com/uoc/Administracio_i_direccio_dempres/Excelencia_en_la_gestion/Excelencia_en_la_gestion_\(Modulo_3\).pdf](https://www.exabyteinformatica.com/uoc/Administracio_i_direccio_dempres/Excelencia_en_la_gestion/Excelencia_en_la_gestion_(Modulo_3).pdf).

- Fedetaxis . (11 de Agosto de 2010). Historia . Quito , Pichincha , Ecuador .
- Hibert, A. (2009). Estructura organizacional. Monterrey, Mexico: Universidad Metropolitana de Monterrey.
- La Hora . (12 de Octubre de 2012). Taxismo se paralizó ayer para impedir permiso . La Hora , págs. 1-2.
- Mera, G. (2013). Diseño Organizacional para la Cooperativa de Transporte en Taxis Villingota, Canton Salinas, Provincia de Santa Elena. La Libertad: Universidad Estatal Peninsula de Santa Elena.
- Muñoz, A. (2013). Diseño Organizacional para la Cooperativa de Transporte Comercial en Taxi Convencional Taxis Amigo Ec. Rafael Correa, del Canton Santa Elena. La Libertad: Universidad Estatal Peninsula de Santa Elena.
- Panchana de la Cruz, G. (2013). Diseño Organizacional para la Cooperativa de Transporte en Taxis Alas del Turismo S.A. del Canton la Libertad, Provincia Santa Elena. La Libertad: Universidad Estatal Peninsula de Santa Elena.
- Pelaes, O. (2010). Relación entre el clima organizacional y la satisfacción. Perú.
- Reyes, A. (2014). La organizacion moderna. Mexico: Editorial Limusa.
- Suárez, G. (2014). ESTUDIO DESCRIPTIVO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES DE LA UNIDAD DE NEGOCIO DE SUPPLY CHAIN GUAYAQUIL DE NESTLE ECUADOR. Guayaquil.

Anexos

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS DE LA UNIÓN DE COOPERATIVAS DE TAXIS DE
TUNGURAHUA**

OBJETIVO: Analizar la incidencia de la Cultura Organizacional y la satisfacción de los usuarios de la Unión de Cooperativas Transporte de Taxis de Tungurahua.

INSTRUCCIONES: Lee las preguntas atentamente, revisa todas las opciones y elige con una X la respuesta que usted prefiera.

DESARROLLO:

14. ¿Con qué frecuencia utiliza el transporte de taxi?

Diariamente	<input type="checkbox"/>
Semanalmente	<input type="checkbox"/>
Quincenalmente	<input type="checkbox"/>
Mensualmente	<input type="checkbox"/>
No utiliza este transporte	<input type="checkbox"/>

15. ¿Por qué usted utiliza el transporte de taxis?

Comodidad	<input type="checkbox"/>
Seguridad	<input type="checkbox"/>
Rapidez	<input type="checkbox"/>
Confort	<input type="checkbox"/>
Confianza	<input type="checkbox"/>

16. ¿El trato que usted recibe como usuario es considerado, amable y respetuoso, por parte de los conductores de las unidades?

Siempre	<input type="checkbox"/>
Casi siempre	<input type="checkbox"/>
Indiferente	<input type="checkbox"/>
Rara Vez	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

17. ¿Cómo calificaría la conducta de los conductores del servicio de taxi?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy Bueno	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Malo	<input type="checkbox"/>

18. ¿Cómo califica la calidad de servicio de transporte que brindan las unidades de la Unión de Cooperativas de taxis de Tungurahua?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy Bueno	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Malo	<input type="checkbox"/>

19. ¿Está de acuerdo que la unidad de transporte de taxis tenga música, pantallas de video, aire acondicionado y ambiental?

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
Desacuerdo	<input type="checkbox"/>
indiferente	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

20. ¿Está de acuerdo que se evalué el servicio de transporte de taxi que prestan conductores de la Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Tungurahua?

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
Desacuerdo	<input type="checkbox"/>
indiferente	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

21. ¿Usted considera que la Unión de Cooperativas de Transporte de taxis de Tungurahua debería desarrollar programas de responsabilidad social?

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
Desacuerdo	<input type="checkbox"/>
indiferente	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

22. ¿Considera necesario que la capacitación de los conductores de la Unión de Cooperativas de Transporte de taxis de Tungurahua permitirá mejorar el servicio a los usuarios?

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
Desacuerdo	<input type="checkbox"/>
indiferente	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

23. ¿Usted considera que los conductores de taxis tienen el pleno conocimiento sobre las rutas a tomar para dar mejor servicio, reduciendo el tiempo de recorrido?

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
Desacuerdo	<input type="checkbox"/>
indiferente	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

24. ¿Usted considera que la institución encargada de realizar la revisión y el control de los vehículos cumple con su objetivo?

Siempre	<input type="checkbox"/>
Casi siempre	<input type="checkbox"/>
Indiferente	<input type="checkbox"/>
Rara Vez	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

25. ¿Usted está de acuerdo que la Unión de Cooperativas de Transporte de taxis de Tungurahua cuente con buzones de quejas y sugerencias para mejorar el servicio prestado?

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
Desacuerdo	<input type="checkbox"/>
indiferente	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

26. ¿Usted está de acuerdo que la Unión de Cooperativas de Transporte de taxis de Tungurahua cuente con una página web, para comunicarse con los directivos, dando a conocerse?

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
Desacuerdo	<input type="checkbox"/>
indiferente	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

Gracias por su colaboración.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONDUCTORES DE LA UNIÓN DE COOPERATIVAS DE TAXIS DE TUNGURAHUA

OBJETIVO: Analizar la incidencia de la Cultura Organizacional y la satisfacción de los usuarios de la Unión de Cooperativas Transporte de Taxis de Tungurahua.

INSTRUCCIONES: Lee las preguntas atentamente, revisa todas las opciones y elige con una X la respuesta que usted prefiera.

Desarrollo:

14. ¿Su unidad posee señaléticas para educar al usuario?

Siempre	<input type="checkbox"/>
Casi siempre	<input type="checkbox"/>
Indiferente	<input type="checkbox"/>
Rara Vez	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

15. ¿Usted utiliza uniforme distintivo?

Siempre	<input type="checkbox"/>
Casi siempre	<input type="checkbox"/>
Indiferente	<input type="checkbox"/>
Rara Vez	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

16. ¿La Unión de Cooperativas de Transporte de taxis de Tungurahua planifica y desarrolla capacitaciones?

Siempre	<input type="checkbox"/>
Casi siempre	<input type="checkbox"/>
Indiferente	<input type="checkbox"/>
Rara Vez	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

17. ¿Estaría de acuerdo en recibir capacitaciones para dar un mejor servicio al usuario?

Cada mes	<input type="checkbox"/>
Cada dos meses	<input type="checkbox"/>
Cada tres meses	<input type="checkbox"/>
Cada seis meses	<input type="checkbox"/>
Cada año	<input type="checkbox"/>

18. ¿Recibe quejas de parte de los usuarios?

Siempre	<input type="checkbox"/>
Casi siempre	<input type="checkbox"/>
Indiferente	<input type="checkbox"/>
Rara Vez	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

19. El taxímetro es un instrumento obligatorio para dar un servicio de taxi ¿Utiliza usted este instrumento?

Siempre	<input type="checkbox"/>
Casi siempre	<input type="checkbox"/>
Indiferente	<input type="checkbox"/>
Rara Vez	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

20. ¿Usted para cobrar por el servicio que presta respeta los valores determinados?

- Siempre
- Casi siempre
- Indiferente
- Rara Vez
- Nunca

21. ¿Cree usted que es necesario ofrecer un servicio extra como wifi, pantallas, música a elección, etc. en su unidad?

- Siempre
- Casi siempre
- Indiferente
- Rara Vez
- Nunca

22. ¿Cómo considera su relación con sus compañeros de la Unión de Cooperativas de Transporte de taxis de Tungurahua?

- Excelente
- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

23. ¿La Unión de Cooperativas de Transporte de taxis de Tungurahua ha socializado las actividades del plan de trabajo?

- Siempre
- Casi siempre
- Indiferente
- Rara Vez
- Nunca

24. ¿Considera usted necesario que los conductores conozcan el COIP para que de calidad del servicio mejore en la Unión de Cooperativas de Transporte de taxis de Tungurahua?

- Totalmente de acuerdo
- Desacuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

25. ¿Usted está dispuesto ayudar a los usuarios cuando la ocasión lo amerita?

- Siempre
- Casi siempre
- Indiferente
- Rara Vez
- Nunca

26. ¿Con que frecuencia usted da mantenimiento a su unidad, para que este en óptimas condiciones para dar un buen servicio?

- Cada mes
- Cada dos meses
- Cada tres meses
- Cada seis meses
- Cada año

Gracias por su colaboración.