



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

DIRECCIÓN GENERAL DE POSGRADOS

MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

**“INCIDENCIA DE LA CAPACITACIÓN EN LA CALIDAD DE
SERVICIO DE LOS SOCIOS, CHOFERES Y PERSONAL
ADMINISTRATIVO DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTES EN
TAXIS PLAZA DEL VALLE DEL CANTÓN RUMIÑAHUI 2016”**

**Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al Grado de
Magister en Gestión del Talento Humano**

AUTOR:

María Isabel Guerrero Zaldumbide

DIRECTOR:

MGT. Héctor Alejandro López Paredes

Quito Ecuador

2016

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA



CERTIFICACION DEL ESTUDIANTE DE AUTORIA DEL TRABAJO

Yo, María Isabel Guerrero Zaldumbide

Declaro bajo juramento que el trabajo de grado

“INCIDENCIA DE LA CAPACITACIÓN EN LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS SOCIOS, CHOFERES Y PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTES EN TAXIS PLAZA DEL VALLE DEL CANTÓN RUMIÑAHUI 2016”

Ha sido realizado por mí, y que no ha sido antes presentado, para ningún grado, calificación o registro profesional. Además y de acuerdo a la Ley de propiedad intelectual, el presente trabajo de investigación pertenece los derechos a la Universidad Tecnológica Equinoccial por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

María Isabel Guerrero Zaldumbide

C.I.: 1712359387

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA




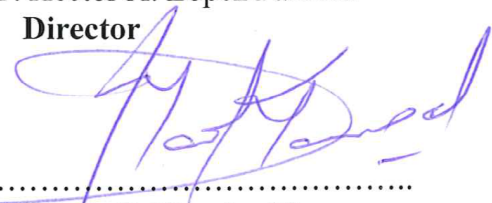
INFORME DEL COMITÉ DE APROBACION DEL TRABAJO DE GRADO


En calidad de miembros del Comité de Grado, aprueban el presente informe de investigación de posgrados de la Universidad Tecnológica Equinoccial, por cuanto, la maestrante **María Isabel Guerrero Zaldumbide**, con el título de la tesis **“INCIDENCIA DE LA CAPACITACIÓN EN LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS SOCIOS, CHOFERES Y PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTES EN TAXIS PLAZA DEL VALLE DEL CANTÓN RUMIÑAHUI 2016”**, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los requisitos y méritos para ser admitido al acto de defensa de tesis.

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

Dado en Quito, Marzo 2017


.....
MGT. Héctor A. López Paredes
Director


.....
MGT. Mario E. Narváez Flores
Evaluador


.....
MSC. Efraín A. Flores Batallas
Evaluador

DEDICATORIA

La presente Tesis la dedico principalmente a Dios, el dueño de mi vida por guiarme por el buen camino, por darme las fuerzas necesarias para seguir adelante y no desmayar ante algunos obstáculos que se me iban presentando, por darme el suficiente valor para la culminación en mi vida profesional.

A mis Padres, que han sido mi soporte, el ejemplo de ser una buena persona, todo lo que soy y todo lo que tengo es gracias a ellos, un sabio consejo que nunca olvidare de ellos es *“La mejor herencia que podemos darte hija es la educación, ella será Padre y Madre para ti”*.

A mi hijo Pakito que es un regalo que Dios me dio, le doy gracias por haber llegado a mi vida, mi razón de ser, me impulsó a salir adelante, gracias a ti, a tu afecto, a tu cariño sincero son los detonantes de mi felicidad, de mi esfuerzo, de mis ganas de buscar lo mejor para ti. Aún a tu corta edad, me has enseñado y me sigues enseñando muchas cosas de esta vida. Te agradezco por ayudarme a encontrar el lado dulce y no amargo de la vida. Eres mi motivación más grande para concluir con éxito este Trabajo de Tesis.

AGRADECIMIENTOS

El presente trabajo de tesis primeramente me gustaría agradecerle a ti Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado.

A mí querida UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL UTE por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional competente.

A la Cooperativa de Transporte en Taxi “Plaza del Valle” que me abrió las puertas, y me permitió formar parte de ella, facilitándome la información necesaria para la realización de esta investigación.

A mi Director de Tesis, Mgt. Héctor A. López Paredes por haberme guiado con sus conocimientos, por su paciencia, dedicación y experiencia, me ha motivado a lograr en mí que pueda terminar la presente investigación con éxito.

A mis queridos maestros evaluadores Mgt. Mario Narváez y Msc. Efraín Flores por su visión crítica, rectitud en su profesión como docentes y por los consejos, que me ayudaron a concluir mi Trabajo de Tesis con victoria.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

**FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO****PROYECTO DE TITULACIÓN**

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1712359387
APELLIDO Y NOMBRES:	GUERRERO ZALDUMBIDE MARIA ISABEL
DIRECCIÓN:	URB. CAPELO ACACIAS 98 Y ARUPOS
EMAIL:	maribellagz@hotmail.com
TELÉFONO FIJO:	022860999
TELÉFONO MOVIL:	0984385617

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	INCIDENCIA DE LA CAPACITACION EN LA CALIDAD DE SERVICIO DE LOS SOCIOS, CHOFERES Y PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE EN TAXI PLAZA DEL VALLE DEL CANTON RUMIÑAHUI 2016
AUTOR O AUTORES:	MARIA ISABEL GUERRERO ZALDUMBIDE
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	28-Marzo-2017
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	MGT. HECTOR ALEJANDRO LOPEZ PAREDES
PROGRAMA	PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO <input checked="" type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	MAGISTER EN GESTION DE TALENTO HUMANO
RESUMEN: Mínimo 250 palabras	La empresa en estudio, es una cooperativa de transportes en taxis que se encuentra veinticuatro años domiciliada en la ciudad de Sangolqui, Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha, brindando la prestación del servicio de transporte de puerta a puerta en la

modalidad de transporte de pasajeros con eficiencia y responsabilidad, con la conducción de choferes profesionales, a cambio de una contraprestación económica o tarifa que permita el sustento diario de los Socios y sus familias en busca de su desarrollo social y económico. Esta cooperativa está enfocada en satisfacer las diferentes necesidades de los clientes fijos de ruta y público en general.

El principal objetivo del presente estudio es determinar la incidencia de la capacitación en la calidad de servicio de los Socios, Choferes y Personal Administrativo de la Cooperativa, en el presente estudio se aplicó un ordenado procedimiento investigativo con la finalidad de lograr el grado más exacto de confiabilidad posible. Para la construcción de la encuesta, se elaboró la matriz de operacionalización de variables y se empleó los criterios de Moriyama. Finalmente se aplicó dicha encuesta, como técnica de recolección de datos, obteniendo un índice de confiabilidad de acuerdo al Alfa de Cronbach del 0,514. Se utilizó el programa estadístico Spss, como herramienta estadística, para determinar la el análisis bivariados, así como la comprobación de hipótesis. Dentro de los hallazgos más relevantes se observa la deficiente detección de necesidades de capacitación y atención al cliente. Por lo tanto se considera realizar recomendaciones de acuerdo al estudio que

	<p>primordialmente se aporte para el éxito de la Cooperativa en capacitación y que permita la mejora continua de la calidad de atención.</p>
PALABRAS CLAVES:	<p>Capacitación, Servicio al Cliente</p>
ABSTRACT:	<p>The company under study is a twenty-four-year taxi cooperative located in the city of Sangolqui, Canton Rumiñahui, Province of Pichincha, providing the service of door-to-door transportation in the mode of passenger transport with Efficiency and responsibility, with the conduction of professional drivers, in exchange for an economic consideration or rate that allows the daily sustenance of the Partners and their families in search of their social and economic development. This cooperative is focused on meeting the different needs of fixed route customers and the general public.</p> <p>The main objective of the present study is to determine the incidence of training in the quality of service of the Cooperative's Partners, Drivers and Administrative Personnel, in the present study an orderly investigative procedure was applied in order to achieve the most accurate degree of Reliability. For the construction of the survey, the matrix of operationalization of variables was elaborated and the criteria of Moriyama were used. Finally, this survey was applied as a data collection technique, obtaining a reliability index according to Cronbach's alpha of 0.514. The statistical program Spss, as a</p>

	statistical tool, was used to determine the bivariate analysis, as well as the hypothesis testing. Among the most relevant findings is the deficient detection of training and customer service needs. Therefore, it is considered to make recommendations according to the study that primarily contributes to the success of the Cooperative in training and that allows the continuous improvement of the quality of care.
KEYWORDS	Training, Customer Service

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.

f. 

GUERRERO ZALDUMBIDE MARIA ISABEL

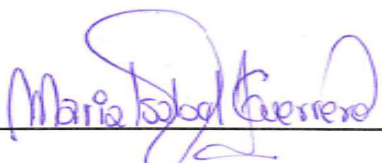
1712359387

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA****DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN**

Yo, **GUERRERO ZALDUMBIDE MARIA ISABEL**, CI 1712359387 autor/a del proyecto titulado: “Incidencia de la Capacitación en la calidad de servicio de los Socios, Choferes y Personal Administrativo de la Cooperativa de Transportes en Taxis Plaza del Valle del Cantón Rumiñahui 2016” previo a la obtención del título de **Magister en Gestión del Talento Humano** en la Universidad Tecnológica Equinoccial.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad Tecnológica Equinoccial a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, Marzo 2017

f.  _____

GUERRERO ZALDUMBIDE MARIA ISABEL

1712359387

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

**CARTA DE AUTORIZACION**
Cooperativa de Transporte en Taxis No. 1
“Plaza del Valle”

 Dirección: Av. Ilaló y Río Pastaza C.C. Ilaló Oficina N° 1
 San Rafael - Ecuador


Registro Oficial 5311 del 27 de noviembre de 1992

Telf. 2850 320 Celulares: 0998-004-004 (Movistar) / 0980-793-565 (Claro)

Quito, 29 de noviembre del 2016

CARTA DE AUTORIZACION

Estimados

Señores

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIONAL UTE

Presente.-

Mediante la presente, autorizo a la Sr (ita) **Ing. María Isabel Guerrero Zaldumbide**, a realizar lo que considere necesario, en lo tratante al Trabajo de Investigación aplicable a la tesis de Maestría de Gestión de Talento Humano, el mismo que fue conversado personalmente en las oficinas de la Cooperativa de Transporte en Taxis Plaza del Valle, por lo que puede hacer uso de la presente para los fines que considere necesario.

Atentamente,

Sr. **Leonardo Rivera**
 Presidente de la Cooperativa de Transporte
 En Taxi Plaza del Valle
 C.I.: 170560608-3.....



INDICE

CERTIFICACION DEL ESTUDIANTE DE AUTORIA DEL TRABAJO.....	ii
INFORME DEL COMITÉ DE APROBACION DEL TRABAJO DE GRADO.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRAFICO.....	vi
DECLARACION Y AUTORIZACION.....	x
CARTA DE AUTORIZACION.....	xi
INDICE.....	xii
INDICE DE TABLAS.....	xv
INDICE DE GRAFICOS.....	xviii
RESUMEN.....	xix
SUMMARY.....	xx
CAPITULO I.....	1
Introducción.....	1
1.1 El Problema de Investigación.....	1
1.1.1. Problema de Investigación.....	1
1.1.2. Objeto de estudio teórico.....	4
1.1.3 Objeto de estudio práctico.....	4
1.1.4 Planteamiento del problema.....	4
1.1.5. Formulación del problema.....	5
1.1.6. Sistematización del problema.....	5
1.1.7. Objetivo General.....	6
1.1.8. Objetivos Específicos.....	6
1.1.9. Hipótesis.....	6

1.1.10. Justificación.....	6
1.2 Marco teórico.....	7
1.2.1 Capacitación.....	7
1.2.2 Proceso de capacitación.....	9
1.2.3 Costos de la capacitación.....	10
1.2.4 Beneficios de la capacitación.....	11
1.2.5 Servicio.....	12
1.2.6 Enfoque de servicio en las organizaciones.....	13
1.2.7 Impacto del servicio en las organizaciones.....	14
1.2.8 Relación de la capacitación con la calidad de servicio.....	15
1.4 Marco Legal.....	19
1.5 Marco Conceptual.....	21
Capítulo II.....	23
Metodología.....	23
2.1 Metodología general.....	23
2.1.1 Nivel de estudio.....	23
2.1.2 Modalidad de investigación.....	23
2.1.3 Método.....	23
2.1.4 Población y muestra.....	23
2.1.5 Selección instrumentos de investigación.....	26
2.1.5.1 Encuesta:.....	26
2.1.6 Operacionalización de variables de investigación.....	27
2.1.6.1. Validez.....	29
2.1.6.2. Confiabilidad – Alfa de Crombrach.....	32
2.1.6.3 Procesamiento de datos.....	33
2.2 Metodología específica.....	34
Capitulo III.....	35
Resultados	35
3.1. Análisis de las capacitación recibidas por socios, choferes y personal administrativo de la Cooperativa de Transporte en Taxi Plaza del Valle.....	35

3.2. Análisis del nivel de satisfacción de los clientes de la Cooperativa de Transporte en Taxi Plaza del Valle	41
3.3. Relación de las capacitaciones recibidas por los socios, choferes y personal administrativo de la Cooperativa de Transporte en Taxi Plaza del Valle con el nivel de satisfacción de sus clientes.....	49
3.4 Verificación de la hipótesis	56
4. Capítulo IV.....	58
Conclusiones y recomendaciones.....	58
4.1 Conclusiones.....	58
4.2 Recomendación.....	58
Referencias bibliográfica.....	60

Índice de Tablas

Tabla 1.	
Nómina de los Socios de la Cooperativa de Transporte en Taxis “PLAZA DEL VALLE”	31
Tabla 2.	
Nómina de Clientes por Sectores	32
Tabla 3.	
Muestreo por Conveniencia	32
Tabla 4.	
Variable e Independiente	34
Tabla 5.	
Criterios de Moriyama – Encuesta Capacitación y Servicio al Cliente para socios	37
Tabla 6.	
Criterios de Moriyama – Encuesta Capacitación para Socios	37
Tabla 7.	
Criterios de Moriyama – Encuesta Calidad de Servicio para Clientes	38
Tabla 8.	
Alfa de Cronbrach - Encuesta de Capacitación de Socios	39
Tabla 9.	
Alfa de Cronbrach - Encuesta de Calidad de Servicio al Cliente-	39
Tabla 10.	
Recursos Técnicos y Materiales	42
Tabla 11.	
Recursos Financieros	43
Tabla 12.	
Cronograma de Trabajo	44
Tabla 10.1	
Encuesta realizada a Socios, Choferes y Personal administrativos	44
Tabla 10.2	
Encuesta realizada a Socios, Choferes y Personal administrativos	45
Tabla 10.3	
Encuesta realizada a Socios, Choferes y Personal administrativos	46
Tabla 10.4	
Encuesta realizada a Socios, Choferes y Personal administrativos	47
Tabla 10.5	

Encuesta realizada a Socios, Choferes y Personal administrativos	48
Tabla 10.6	
Encuesta realizada a Socios, Choferes y Personal administrativos	49
Tabla 11.1	
Encuesta realizada a Clientes de Ruta y Público en General	50
Tabla 11.2	
Encuesta realizada a Clientes de Ruta y Público en General	51
Tabla 11.3	
Encuesta realizada a Clientes de Ruta y Público en General	52
Tabla 11.4	
Encuesta realizada a Clientes de Ruta y Público en General	53
Tabla 11.5	
Encuesta realizada a Clientes de Ruta y Público en General	54
Tabla 11.6	
Encuesta realizada a Clientes de Ruta y Público en General	55
Tabla 11.7	
Encuesta realizada a Clientes de Ruta y Público en General	56
Tabla 11.8	
Encuesta realizada a Clientes de Ruta y Público en General	57
Tabla 12.1	
Correlación Bilateral entre Encuesta Socios, Choferes y Personal Administrativo y Encuesta Servicio al cliente	58
Tabla 12.2	
Correlación Bilateral entre Encuesta Socios, Choferes y Personal Administrativo y Encuesta Servicio al cliente	59
Tabla 12.3	
Correlación Bilateral entre Encuesta Socios, Choferes y Personal Administrativo y Encuesta Servicio al cliente	60
Tabla 12.4	
Correlación Bilateral entre Encuesta Socios, Choferes y Personal Administrativo y Encuesta Servicio al cliente	61
Tabla 12.5	
Correlación Bilateral entre Encuesta Socios, Choferes y Personal Administrativo y Encuesta Servicio al cliente	62

Tabla 12.6

Correlación Bilateral entre Encuesta Socios, Choferes y Personal Administrativo y Encuesta Servicio al cliente 63

Tabla 12.7

Correlación Bilateral entre Encuesta Socios, Choferes y Personal Administrativo y Encuesta Servicio al cliente 64

Tabla 12.8

Correlación Bilateral entre Encuesta Socios, Choferes y Personal Administrativo y Encuesta Servicio al cliente 65

Índice de Gráficos

Grafico 1	44
<i>Grafico Estadistico Socios , Choferes y Personal Administrativo</i>	
Grafico 2	45
<i>Grafico Estadistico Socios , Choferes y Personal Administrativo</i>	
Grafico 3	46
<i>Grafico Estadistico Socios , Choferes y Personal Administrativo</i>	
Grafico 4	47
<i>Grafico Estadistico Socios , Choferes y Personal Administrativo</i>	
Grafico 5	48
<i>Grafico Estadistico Socios , Choferes y Personal Administrativo</i>	
Grafico 6	49
<i>Grafico Estadistico Socios , Choferes y Personal Administrativo</i>	
Grafico 7	50
<i>Grafico Estadistico a Clientes de Ruta y Público en General</i>	
Grafico 8	51
<i>Grafico Estadistico a Clientes de Ruta y Público en General</i>	
Grafico 9	52
<i>Grafico Estadistico a Clientes de Ruta y Público en General</i>	
Grafico 10	53
<i>Grafico Estadistico a Clientes de Ruta y Público en General</i>	
Grafico 11	54
<i>Grafico Estadistico a Clientes de Ruta y Público en General</i>	
Grafico 12	55
<i>Grafico Estadistico a Clientes de Ruta y Público en General</i>	
Grafico 13	56
<i>Grafico Estadistico a Clientes de Ruta y Público en General</i>	
Grafico 14	57
<i>Grafico Estadistico a Clientes de Ruta y Público en General</i>	

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
DIRECCIÓN GENERAL DE POSGRADO
ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

**INCIDENCIA DE LA CAPACITACIÓN EN LA CALIDAD DE
SERVICIO DE LOS SOCIOS, CHOFERES Y PERSONAL
ADMINISTRATIVO DE LA COOPERATIVA DE TRANSPORTES EN
TAXIS PLAZA DEL VALLE DEL CANTÓN RUMIÑAHUI 2016**

Autor: María Isabel Guerrero Zaldumbide

Director: MGT. Héctor A. López Paredes

Fecha: Marzo-2017

RESUMEN

La empresa en estudio, es una cooperativa de transportes en taxis que se encuentra veinticuatro años domiciliada en la ciudad de Sangolquí, Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha, brindando la prestación del servicio de transporte de puerta a puerta en la modalidad de transporte de pasajeros con eficiencia y responsabilidad, con la conducción de choferes profesionales, a cambio de una contraprestación económica o tarifa que permita el sustento diario de los Socios y sus familias en busca de su desarrollo social y económico. Esta cooperativa está enfocada en satisfacer las diferentes necesidades de los clientes fijos de ruta y público en general.

El principal objetivo del presente estudio es determinar la incidencia de la capacitación en la calidad de servicio de los Socios, Choferes y Personal Administrativo de la Cooperativa, en el presente estudio se aplicó un ordenado procedimiento investigativo con la finalidad de lograr el grado más exacto de confiabilidad posible. Para la construcción de la encuesta, se elaboró la matriz de operacionalización de variables y se empleó los criterios de Moriyama. Finalmente se aplicó dicha encuesta, como técnica de recolección de datos, obteniendo un índice de confiabilidad de acuerdo al Alfa de Cronbach del 0,514. Se utilizó el programa estadístico Spss, como herramienta estadística, para determinar la el análisis bivariados, así como la comprobación de hipótesis. Dentro de los hallazgos más relevantes se observa la deficiente detección de necesidades de capacitación y atención al cliente. Por lo tanto se considera realizar recomendaciones de acuerdo al estudio que primordialmente se aporte para el éxito de la Cooperativa en capacitación y que permita la mejora continua de la calidad de atención.

Palabras claves: capacitación, calidad de atención, mejora continua.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
GENERAL POSTGRADUATE DIRECTORATE
SPECIALIZATION IN MANAGEMENT OF HUMAN TALENT

**INCIDENCE OF TRAINING IN QUALITY OF SERVICE OF
MEMBERS, CHOFERS AND ADMINISTRATIVE PERSONNEL OF
THE TRANSPORTATION COOPERATIVE AT TAXI PLAZA DEL
VALLE DEL CANTON RUMIÑAHUI 2016**

Autor: María Isabel Guerrero Zaldumbide

Director: MGT. Héctor A. López Paredes

Fecha: Marzo-2017

SUMMARY

The company under study is a twenty-four-year taxi cooperative located in the city of Sangolqui, Canton Rumiñahui, Province of Pichincha, providing the service of door-to-door transportation in the mode of passenger transport with Efficiency and responsibility, with the conduction of professional drivers, in exchange for an economic consideration or rate that allows the daily sustenance of the Partners and their families in search of their social and economic development. This cooperative is focused on meeting the different needs of fixed route customers and the general public.

The main objective of the present study is to determine the incidence of training in the quality of service of the Cooperative's Partners, Drivers and Administrative Personnel, in the present study an orderly investigative procedure was applied in order to achieve the most accurate degree of Reliability. For the construction of the survey, the matrix of operationalization of variables was elaborated and the criteria of Moriyama were used. Finally, this survey was applied as a data collection technique, obtaining a reliability index according to Cronbach's alpha of 0.514. The statistical program Spss, as a statistical tool, was used to determine the bivariate analysis, as well as the hypothesis testing. Among the most relevant findings is the deficient detection of training and customer service needs. Therefore, it is considered to make recommendations according to the study that is primarily contributed to the success of the Cooperative in training and that allows the continuous improvement of the quality of care.

Key words: training, quality of care, continuous improvement.

Capítulo I

Introducción

1.1 El Problema de Investigación.

1.1.1. Problema de Investigación.

La empresa en estudio, es una cooperativa de transportes en taxis que se encuentra veinticuatro años domiciliada en la ciudad de Sangolqui, Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha, obtuvo su reconocimiento jurídico, mediante Acuerdo Ministerial No. 005247, de la Ex Dirección Nacional de Cooperativas, el 27 de Noviembre de 1992, obteniendo su Permiso de Operación mediante Resolución No. 005-CPO-017-CNT-94, de fecha 10 de marzo de 1994, brindando la prestación del servicio de transporte de puerta a puerta en la modalidad de transporte de pasajeros con eficiencia y responsabilidad, con la conducción de choferes profesionales, a cambio de una contraprestación económica o tarifa que permita el sustento diario de los Socios y sus familias en busca de su desarrollo social y económico. Esta cooperativa está enfocada en satisfacer las diferentes necesidades de los clientes fijos de ruta y público en general.

La cooperativa mediante resolución No. 019-RPO-017-2010-CPTTTSVP, de fecha 28 de Octubre de 2010, obtiene la renovación de permiso de operación, con un total a la fecha de cuarenta y nueve cupos, a favor de la Cooperativa, de los beneficiarios que han cumplido con los requisitos establecidos en las normas vigentes y cuyos detalles como tipo de licencia, marca, tipo, placa, Año de fabricación, Motor, Chasis y Año de vida útil del automóvil.

La cooperativa de transporte en taxis abarca valores con los cuales busca que los clientes se sientan identificados con la empresa y en total confianza con el servicio que prestan, los valores corporativos son: Integridad, Excelencia, Calidad, Respeto, Servicio al Cliente, Liderazgo, Competitividad y Responsabilidad Social que lleven a la empresa a ser la primera Cooperativa de Transporte en Taxis del Cantón Rumiñahui.

Ante las necesidades de capacitación evidenciadas, presentes y futuras de cualquier organización, las que coadyuvan al progreso de la calidad del talento humano, recurso importante y complejo de gestión ante las demandas del mundo de trabajo, la formación profesional es la respuesta a la necesidad que tienen las cooperativas, de contar con personal competente, que produzca la efectividad, confianza y la productividad en sus labores, con el desarrollo y mejora de sus habilidades, actitudes y conocimientos en sus puestos de trabajo.

El mundo empresarial y la sociedad contemporánea pretenden que los colaboradores sean profesionales, capaces de experimentar el deseo de crecer, evolucionar y mejorar por medio de adquisición de nuevos conocimientos, el desarrollo de habilidades y el cambio de actitudes, para obtener resultados esperados.

El aprendizaje cooperativo se enaltece a la historia misma de la humanidad, reflexionando sobre qué hizo posible la humanización y se desprende que fue la cooperación entre los hombres la clave de su evolución y que los factores decisivos en la formación del hombre fueron el intercambio, la interdependencia, la socialización de procesos y resultados y la actividad grupal, siendo uno de los factores que intervienen en la producción; el factor humano como principal ente del trabajo, cuya participación constituye el progreso económico dentro de la sociedad.

La capacitación en las últimas décadas se ha transformado drásticamente, ya que los países padecían de un mal común, la baja competitividad de sus trabajadores pero la apertura económica implicó asumir a las empresas nuevos retos, cambios tecnológicos ante las demandas de trabajo, la necesidad de implementar estrategias competitivas, nuevas metodologías y la detección de necesidades mediante la capacitación, ya que la misma desarrolla potenciales de cada uno de los colaboradores, con el fin de descubrir fortalezas y debilidades, para mantener un adecuado posicionamiento en el mercado, competitividad, rentabilidad y productividad empresarial.

Los usuarios del transporte, visualizan a este servicio, como herramienta primordial para la movilización diaria, es así, que las cooperativas tienen la obligación de garantizar un servicio de excelencia, cumpliendo con las nuevas reformas y leyes de tránsito vigentes que establecen la capacitación integral, permanente y actualizada para los socios, choferes profesionales, con el fin de establecer una cultura de servicio orientada a la satisfacción de

los usuarios del transporte, que contribuya a mejorar la calidad y los derechos de los pasajeros, esto es:

- Seguridad en el vehículo para cuidar la integridad de los pasajeros
- La velocidad debe ser respetada, ésta debe ser constante, acorde a la señalización de tránsito vigente.
- En general los pasajeros tienen derecho al confort, al bienestar y a la satisfacción adecuada al servicio.

Así la calidad de servicio del transporte debe ser contemplada como una herramienta básica en el desplazamiento humano, y para ello, se requiere la participación activa y la coordinación adecuada a nivel interno para ofrecer un servicio de calidad, que cumpla al máximo las exigencias, derechos y obligaciones de los clientes internos y externos de la cooperativa.

La capacitación es vital en toda empresa u organización, ya que involucra al colaborador y al desarrollo de sus competencias, para el logro del perfeccionamiento laboral y la obtención de desempeños positivos, demostrados en la productividad y la rentabilidad empresarial así como el fortalecimiento productivo y dinámico en el ámbito laboral.

La capacitación a los conductores se hace necesaria, y permite el impacto al usuario sin dejar de observar en todos los ámbitos de la vida, en la productividad laboral, la participación ciudadana y la práctica del buen vivir. La excelencia en la atención al cliente se logra cuando la cooperativa en su conjunto, se compromete con el desarrollo y transmisión de modelos basados en buenas prácticas. En la calidad del servicio brindado, no solo contribuye a difundir y sostener la imagen de la cooperativa sino que ayuda a diferenciarse de la competencia. Los clientes, cada vez más comparan, conocen y demandan asesoramiento personal, más y mejor atención y, al mismo tiempo, son menos fieles a sus proveedores habituales.

Al considerar estos dos puntos importantes como (La capacitación y Servicio al Cliente) de la cooperativa de transportes en taxis “PLAZA DEL VALLE”, cada uno de sus miembros, debe tomar conciencia del impacto de sus acciones en los resultados de la cooperativa. Pero es responsabilidad de la gerencia lograr que cada socio, chofer comprenda la importancia de su aporte.

Las personas individualmente, los grupos y las empresas son entes vivos que se modifican y aprenden. La excelencia en la atención al cliente se puede enseñar y aprender. La capacitación en este tema, es útil cuando brinda herramientas operativas que contribuyan al desarrollo de mejores prácticas en la atención, como así también, cuando ayuden a todo el personal de la cooperativa, a comunicar mejor y más proactivamente, las ventajas y beneficios del servicio ofrecido; de esta manera, logrando superar los resultados esperados, dando compromiso con la filosofía corporativa, al igual que con el cumplimiento de objetivos.

1.1.2. Objeto de estudio teórico.

La investigación toma como base la capacitación y el servicio para en su aplicación poderlos relacionar y comprender su nivel de correlación.

1.1.3 Objeto de estudio práctico.

La investigación se realiza en los socios, choferes y personal administrativo de la Cooperativa de Transporte en Taxis Plaza del Valle del Cantón Rumiñahui.

1.1.4 Planteamiento del problema.

La cooperativa en taxis “Plaza del Valle”, se encuentra veinticuatro años domiciliada en la ciudad de Sangolquí, cantón Rumiñahui, provincia del Pichincha, brindando la prestación del servicio de transporte de puerta a puerta en la modalidad de transporte de pasajeros con eficiencia y responsabilidad, con la conducción de choferes profesionales, a cambio de una contraprestación económica o tarifa que permita el sustento diario de los Socios y sus familias en busca de su desarrollo social y económico.

Esta cooperativa está enfocada en satisfacer las diferentes necesidades de los clientes fijos de ruta y público en general. La empresa cuenta con cuarenta y nueve cupos, además poseen un nivel de educación Primario, Secundario y Profesional.

La cooperativa se ha convertido también en un factor fundamental de desarrollo y crecimiento, es por ello que hace bastante tiempo los socios, choferes de esta empresa no se han beneficiado en tomar cursos y capacitaciones, como atención y servicio al cliente, normas de tránsito, entre otras. Cabe mencionar también que para ser partícipe de las

capacitaciones, la cooperativa decidió que cada socio aporte con el 10% del ingreso diario, para utilizarlo en servicios de capacitación, desgraciadamente algunos socios no respetan esta decisión.

La percepción de algunos socios, choferes y personal directivo respecto a las capacitaciones manifiestan no haber tenido **talleres sobre atención al cliente, normas de tránsito entre otras**. Las actividades que realizan los socios y choferes es un compromiso fiable que vienen desarrollándose a través de las operadoras que buscan el progreso y capacitación eficiente de su personal, con la finalidad de tener éxito y eficiencia en sus funciones principalmente en el servicio al ciudadano.

Sin embargo, las demandas y expectativas de los clientes son cada vez mayores, ya no solo buscan calidad y precio, sino también una buena atención, un ambiente agradable, una rápida atención, un trato personalizado.

Según el dialogo con un cliente del sector menciono que está insatisfecho por el servicio y la atención recibida por parte de una unidad de la empresa, es muy probable que hable mal de la cooperativa y cuente su mala experiencia a otros usuarios, o también se puede dar que otro cliente manifesté haber recibido un buen servicio o atención, es muy probable que vuelva a adquirir el servicio y recomiende con otros consumidores.

1.1.5. Formulación del problema.

¿Cuál es la Incidencia de la capacitación en la calidad de servicio de los socios, choferes y personal administrativo de la Cooperativa de Transporte en Taxis Plaza del Valle del Cantón Rumiñahui 2016?

1.1.6. Sistematización del problema

- ¿Qué capacitaciones han recibido los socios, choferes y personal administrativo de la Cooperativa de Transporte en Taxis “Plaza del Valle”?
- ¿Qué percepciones tienen los usuarios sobre la calidad de servicio al cliente la Cooperativa de Transporte en Taxis “Plaza del Valle”?

- ¿Cómo se relacionan las necesidades de capacitación de los socios, choferes y personal administrativo de la Cooperativa de Transporte en Taxis “Plaza del Valle” y la calidad de servicio al cliente?

1.1.7. Objetivo General

Determinar la incidencia de la capacitación en la calidad de servicio de los Socios, Choferes y Personal Administrativo de la Cooperativa de Transporte en Taxis “Plaza del Valle” del Cantón Rumiñahui 2016.

1.1.8. Objetivos Específicos.

- Analizar las capacitaciones recibidas por los socios, choferes y personal administrativo de la Cooperativa de Transporte en Taxis “Plaza del Valle “
- Identificar la calidad de servicio percibida por los clientes fijos de ruta y público en general.
- Relacionar las necesidades de capacitación de los socios, choferes y personal administrativo de la Cooperativa de Transporte en Taxis “Plaza del Valle” y la calidad de servicio al cliente.

1.1.9. Hipótesis.

La capacitación incide en la calidad de servicio de los Socios, Choferes y Personal Administrativo de la Cooperativa de Transporte en Taxis Plaza del Valle del Cantón Rumiñahui 2016.

1.1.9.1 Variable Independiente

Capacitación.

1.1.9.2 Variable Dependiente

Servicio al cliente.

1.1.10. Justificación.

Es importante detectar elementos que afectan el desempeño de los socios, choferes de la Cooperativa, para de esta manera detectar las falencias y buscar los medios para mejorar y poder remediarlos a tiempo, unos de estos medios es la capacitación. Es así que se convierte en un mecanismo importante para el desarrollo de la institución.

En la Cooperativa de Transporte en Taxis “Plaza del Valle” no se han realizado investigaciones de esta índole, por esta razón es una idea original que dentro de la institución se investigue acerca de las capacitaciones que han recibido y a su vez el impacto que tiene con relación al servicio al cliente.

Es factible desarrollar esta investigación gracias al apoyo tanto de los socios, choferes y personal administrativo como también de la directiva de la institución. Ellos están dispuestos a colaborar en cada uno de los procesos que ayuden a mejorar el desempeño y la imagen de la institución.

1.2 Marco teórico.

1.2.1 Capacitación.

La capacitación hoy en día es una herramienta muy importante para la sociedad en especial para todas las empresas u organizaciones, las personas que trabajan en esta área enfrentan cada vez mayor interés y complejidad, es por esta razón que se debe dar mayor aprendizaje para que este personal se pueda desenvolver sin ningún inconveniente frente a cada actividad que lo amerite.

Sin embargo es una actividad que se va desarrollando constantemente y respondiendo a sus necesidades en busca de mejorar la actitud, el conocimiento, las habilidades o conductas de su personal, por lo tanto se obtendrá mejores resultados en la empresa así como también en los empleados.

(Aguilar, 2004) Manifiesta que: “Ante circunstancias como las que vive el mundo de hoy, nuestro comportamiento se modifica y nos enfrenta permanentemente a situaciones de ajuste, adaptación, transformación y desarrollo”

No es suficiente saber acerca de una especialidad sino que se debe seguir avanzando en el mercado laboral y profesional, la capacitación se enfocaba en la enseñanza de la competencia básica, de técnicas para poder realizar bien el trabajo, por lo tanto, ahora se enfoca en la enseñanza para superar las deficiencias de la formación.

(Prof. Edgardo Frigo s.f) Manifiesta que: “La capacitación o desarrollo del personal es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal. Concretamente la capacitación busca perfeccionar al colaborador en su puesto de trabajo, busca las necesidades de la empresa, y busca un proceso estructurado con metas bien definidas.

Según el contexto quiere decir que la capacitación es un pilar fundamental para el desarrollo de las actividades de las personas – talento humano, en su ambiente laboral les ayuda a actualizarse en los cambios tecnológicos y teóricos – prácticos que se presentan ante los cambios constantes que se viven en la actualidad. Sin embargo, la capacitación es un proceso educativo a corto plazo, que implica la transmisión de conocimientos específicos relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, del ambiente y del desarrollo de habilidades.

(Chiavenato, 2000) Manifiesta que: “La capacitación debe tratar de experiencias de aprendizaje hacia lo positivo y benéfico así como completarlas y reforzarlas con actividades para que los individuos en todos los niveles de la empresa puedan adquirir conocimientos con mayor rapidez y desarrollar aquellas actitudes y habilidades que los beneficiaran así mismos y a la empresa”.

El desarrollo y entrenamiento del personal puede alinearse a la forma del trabajo en las enseñanzas recibidas en las que se abrirán puertas para la superación personal y profesional dentro o fuera de la empresa, lo cual requiere de un compromiso y de una gran responsabilidad, en conclusión, la capacitación no es solo un proceso sino es un aprendizaje para el talento humano que toma el curso con todas las herramientas necesarias que le servirán a lo largo de su carrera profesional y le será de gran ayuda en su trabajo y en el futuro.

1.2.2 Proceso de capacitación.

En una capacitación dentro de una empresa u organización se deberá mejorar continuamente las actividades laborales con el fin de mejorar las formas de trabajo, es por eso que el proceso debe estar preparado para desarrollar e integrar al personal mediante los conocimientos, sus habilidades, actitudes para mejorar el desempeño de las mismas personas dentro de la empresa. El aprendizaje se deberá aprovechar al máximo sus ventajas minimizando los costos o inversión.

(Werther Jr. y Davis, 1998,) Manifiesta que: los pasos preliminares que se requieren cumplir para poder contar con un buen programa de capacitación son: 1) detectar las necesidades de capacitación conocida esta etapa también como diagnóstico; 2) determinar los objetivos de la capacitación y desarrollo, en esta etapa también deberán identificarse los elementos a considerar en la etapa de la evaluación; 3) diseño de los contenidos de programas y principios pedagógicos a considerar durante la impartición de la misma; 4) la impartición para desarrollar las habilidades (aptitudes y actitudes) y 5) la evaluación, que puede ser. Antes: durante y posterior a las capacitación; la primera para ubicar al participante en su nivel de conocimientos previos y partir de ahí para otorgarle los nuevos conocimientos; durante: para corregir cualquier desviación, error o falla en el proceso para evitar que al final ya no se pueda hacer algo al respecto y posterior: para conocer el impacto, el aprovechamiento y la aplicación de las habilidades desarrolladas o adquiridas en el desempeño de la función para la cual fue capacitado el trabajador.

Por lo tanto, en cada organización se debe planificar, organizar, desarrollar un proceso factible para su personal en el cual se detecte las necesidades que tienen para dar servicio y de esta manera ir comprobando los procesos a cumplirse a cabalidad. Si bien se dice que el proceso de aprendizaje siempre va dirigido al perfeccionamiento del trabajador, esta persona debe desempeñarse eficientemente ante las situaciones que se presenten. La capacitación es un proceso que lleva a mejorar las actividades laborales, con el fin de implantar mejores formas de trabajo. Esta siempre va a ir planificada con el propósito de integrar al recurso humano en el proceso mediante conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes.

1.2.3 Costos de la capacitación

La capacitación del personal requiere un gasto económico no se debe ver como tal sino más bien como una inversión para beneficio de la empresa, el personal cuando observa que la entidad se ocupa de su crecimiento profesional se sienten seguros y ellos dan lo mejor. El beneficio del aprendizaje le permite al personal a que solucione problemas y pueda tomar decisiones acertadas, le favorece en su autoestima a tener confianza en sí mismo, y mejora las habilidades de comunicación.

(Bioporcel s.f) Manifiesta que: el beneficio de la capacitación es completamente superior al costo que puede resultar. Cualquier funcionario o directivo de una empresa trabajara mejor, con una visión y enfoque si ha recibido información actualizada que impacte en sus habilidades y a su criterio, es decir, entre sus herramientas tenga a su alcance y sepa utilizarlas al máximo, mejores decisiones se tomaran, se resolverán situaciones conflictivas de la más óptima y se trabajara con más calidad.

(Bioporcel s.f)Manifiesta que: existen una serie de costos para la capacitación como:

- Salario del capacitador: Debemos hacerla con especialistas en el tema para ello es necesario pagar un salario al mismo.
- Material: Es necesario que la empresa brinde material a los trabajadores que van a ser instruidos, para que estos puedan aprovechar esta al máximo.
- Costo de logística: Esta parte puede variar las funciones que se desarrollaran, porque estaría el contacto con el capacitador, el lugar a desarrollarse y la organización del mismo.
- Equipamiento: Serán todos los equipos o instrumentos de trabajo que se necesiten para el normal desarrollo del mismo.
- Transporte: Esto puede variar de acuerdo al lugar donde se desarrolle.
- Costo de las horas del empleado que asiste al curso: Se realiza en las horas laborales, caso contrario si se escogiese otro horario fuera del horario de trabajo, entonces no existiese dicho costo.

Se puede determinar que el costo tiene varios ítems y que el directivo de la empresa u organización debe estar consiente de todos los pasos que debe seguir para brindar un aprendizaje exitosos a sus empleados, de esta manera puede ver el desempeño que tiene el

personal en trabajar en el puesto asignado, es más motivado. Existen sistemas de integrales los cuales ayudan al personal a desarrollar sus habilidades y competencias para implementar estrategias para el logro organizacional.

(Aceves, 2013) Manifiesta que: “La capacitación es rentable” La gente sin nociones tarda hasta seis veces más en realizar su trabajo, que una persona capacitada y motivada. Un estudio longitudinal realizado en American Society of Training and Development muestra que las empresas que invierten \$1500 dólares en capacitación por empleado experimentan en promedio, un aumento del 24% en margen de ganancia y 218% mayor productividad por empleado”.

Afortunadamente las empresas gastan una gran cantidad de materiales tangibles como: maquinaria, mobiliario, equipos tecnológicos, etc., para que el personal que va hacer capacitado se sienta motivado y que su aprendizaje sea optimo con los mejores especialistas en el área, de esta manera ellos alcanzarían metas u objetivos bien definidos e incrementaría la productividad de los procesos internos de la compañía.

1.2.4 Beneficios de la capacitación

La capacitación del Talento humano es la respuesta a necesidad que tienen las empresas en contar con un personal calificado y productivo. Su personal debe estar considerado de vital importancia porque contribuye al desarrollo personal y profesional de los individuos a la vez que redunda en beneficios para la empresa.

(Bustamante, 2013) Manifiesta que: Las organizaciones deben capacitar a su personal, porque el contexto actual es sumamente cambiante. Ante esta circunstancia el comportamiento se modifica y nos enfrenta constantemente a situaciones de ajuste, adaptación, transformación y desarrollo. En la actualidad los beneficios que trae a su entidad son de mayor rentabilidad como es:

- Ayudan a prevenir los riesgos de trabajo.
- Produce actitudes más positivas y aumenta la rentabilidad de la empresa.
- Eleva la moral del talento humano.
- Mejora el conocimiento de los diferentes puestos y en especial el desempeño.
- Crea una mejor imagen para la empresa.

- Facilita que el personal se identifique o tenga más afinidad con la empresa.
- Mejora la relación del personal con el jefe o subordinado.
- Facilita la comprensión de las políticas de la empresa.
- Proporciona información sobre las necesidades futuras del personal a otro nivel.
- Ayuda a resolver problemas presentes y futuros dentro de la empresa o fuera de ella.
- Incrementa la productividad y calidad del trabajo.
- Promueve la comunicación en la organización.

(Correa, 2012) Manifiesta que: Básicamente se debe de ver el beneficio en 3 aspectos la producción, calidad y servicio para el logro de objetivos institucionales, esa es la inversión en capital humano. Son cada vez las empresas que hacen un beneficio para su personal, hay mayor interés en esta inversión. El pensamiento a corto plazo de los directivos de la entidad tiene que encargarse de desarrollar sus habilidades en equipos de trabajo, la empresa tiene que tener un sentido de mejora. El talento humano debe mostrar su mayor desempeño dentro de la organización. El tiempo de capacitación a un trabajador depende del cargo a desempeñarse.

El personal que es tenido en cuenta para las capacitaciones siente que es importante para la empresa y se preocupa por el bienestar de la misma.

1.2.5 Servicio

Toda persona siempre ha buscado satisfacer sus necesidades, el servicio es indispensable para el desarrollo de una empresa. La calidad es una verdadera ventaja de una organización, por lo tanto es un reflejo del compromiso de quienes integran una empresa orientada al cliente.

(Denton, 1989) Manifiesta que: La productividad del servicio no ha aumentado básicamente en más de diez años. Esto representa una rémora para nuestra economía. Ha llegado el momento de dejar de infravalorar el servicio. Nueve de cada diez nuevos puestos de trabajo están relacionados con tareas de servicio. Y sin embargo, a pesar de esta evidencia, la reacción del sector empresarial ha sido relativamente lenta. En la actualidad las cosas están cambiando con rapidez.

La orientación al servicio se toma en cuenta en la empresa u organización, los aspectos más importantes en una identidad son dos: 1) Servicio Interno- son procesos que se desarrollan dentro de la compañía se refleja una excelencia en talento humano. 2) Servicio Externo – es un mensaje que se proyecta en relación al servicio proporcionado por la empresa. El servicio implica interés para descubrir las necesidades y deseos de nuestros clientes a fin de efectuar las acciones necesarias para satisfacerlas.

(Vega, 2006) Manifiesta que: los servicios y la calidad son hoy factores diferenciadores de organizaciones que asumen su éxito desde la perspectiva de los clientes, y referentes para elevar sus niveles de competitividad. Este artículo está orientado a todas las organizaciones, instituciones para implementar y evaluar los procesos de calidad y servicio. Desde que existe la calidad y el servicio que en la actualidad se ofrecen han crecido con el desarrollo de las sociedades, lo cual trae como consecuencia crecimiento económico, expansión y avance en el conocimiento. Desde que existe la humanidad, la calidad y el servicio han estado presentes en todo momento desde la Edad Media hasta la Edad Moderna.

La calidad en el servicio al cliente no es una decisión optativa sino un elemento imprescindible para la existencia de una empresa y constituye el centro de interés fundamental y la clave de su éxito o fracaso.

1.2.6 Enfoque de servicio en las organizaciones.

Las organizaciones deben manejarse estratégicamente con un enfoque hacia el cliente, en relación con las múltiples tendencias de mejoramiento continuo, los cambios en los entornos organizacionales, las exigencias de los clientes o usuarios, entre otros. Es por eso que las compañías buscan estar resguardadas a realizar cambios en operaciones, servicios que les permite saber las necesidades de sus clientes.

(Model, 2013) Manifiesta que: El enfoque del servicio establece la diferencia entre hacer más de lo mismo o hacer lo mismo en forma diferente. Cuando la empresa compite en un mercado para abaratar el precio, pierde. La idea debe enfocarse a reducir los costos al mismo tiempo que se incrementa la percepción de valor para el cliente, con lo que ganan todos. Un servicio es una forma de interacción o

participación con un cliente a través de una serie de actividades con el fin de ofrecer una solución a una problemática del cliente, muchas veces intangibles en relación con ideas o conceptos. Por su naturaleza contiene beneficios explícitos e implícitos mediante el uso de determinada infraestructura de apoyo y bienes requeridos para ofrecer el servicio enfocado en la eficiencia del proceso de servicio.

Mediante este enfoque de servicio a la organización se debe considerar la entrega u operación del servicio con la responsabilidad que habrá una solución al servicio y comunicación al personal de operación, es por ello que las empresas u organizaciones dan un enfoque al servicio del cliente mostrando el desarrollo relacionado con la capacidad de incrementar su bienestar hacia la misma.

La cultura del servicio frente a las organizaciones se define como la utilización de mejores estrategias del recurso humano, técnico y tecnológico que permitan crecer entre los agentes sociales comprometidos como: las personas, empresas y población. Por tanto, el beneficio está claramente definidas mediante la visión, misión y valores que pueden definirse como un código de conducta y el comportamiento de las personas que se integren en los procedimientos y políticas de la misma.

(Gioivys, 2008) Manifiesta que: el tema de la gestión de la calidad en los servicios es de interés actual, por lo que representa para la competitividad y la diferenciación del producto o servicio que se oferta. Es por ello que se reflexiona sobre las realidades y retos de la gestión de la calidad en las empresas de servicios, partiendo de un análisis histórico de este importante proceso.

Una empresa tiene siempre una ventaja competitiva cuando cuenta con una mejor posición, para de esta manera asegurar a los clientes en los cuales va ofrecer un servicio determinante.

1.2.7 Impacto del servicio en las organizaciones.

El impacto al servicio no solo es un valor agregado sino un valor determinante en el que marca la diferencia en la capacidad de adaptarse y manejar con rapidez el servicio al cliente representando una área en que las pequeñas organizaciones se destaquen, un buen servicio al

cliente tiene el potencial necesario para comprender la relación en tratar de resolver problemas que garantice el servicio correcto y compruebe su exactitud.

(Rampersad, 2004) Manifiesta que: el autoconocimiento permite desarrollar la paz interior, la estabilidad, la compostura, la armonía, el auto asesoramiento, la motivación y el compromiso; es decir, la determinación absoluta, así como la dedicación y el pensamiento positivo. Cuando estas cualidades están dentro de los individuos, estamos ante la presencia de unos cimientos para construir una empresa en mejora continua.

El propósito de la gestión en el servicio del cliente es la mejor estrategia que se puede utilizar para lograr una organización exitosa, mostrando como el diseño de un buen sistema de calidad, en el cual la organización plasma sus objetivos y metas, puede ser el arma más poderosa para el éxito de un negocio.

(Hartmann, 2015) Manifiesta que: Muchas empresas ven el servicio al cliente como un costo que deben asumir para poder hacer negocios. En consecuencia no solo asignan escasos recursos a programas orientados a mejorar la calidad del servicio al cliente sino que en momentos de restricciones económicas, tienden a contar con gastos que van haciendo riesgo a empresas y a clientes mismos. La calidad de servicio al cliente debe verse como una inversión y como cualquier inversión, requiere cuantificar de antemano cuál será su retorno.

La calidad se obtiene con la participación de todas las áreas de la empresa. Es el resultado del trabajo de todos los departamentos que comprende la empresa; cada uno de ellos debe llevar a cabo sus funciones y realizarlas con calidad. Además la calidad se proyecta sobre todo hacia el interior de la empresa, pero existe también un significado operativo que se proyecta hacia el exterior y que representa uno de los pilares fundamentales de toda una entidad.

1.2.8 Relación de la capacitación con la calidad de servicio.

(Burga) Manifiesta que: La gestión de personas es clave en su proceso de trabajo a diario, particularmente en lo que se refiere a la preparación constante de sus técnicos y profesionales, pues ellos son los que aseguran que nuestros servicios se brinden con

la más alta calidad y seguridad. Además, conforme avanzan dentro de la organización, a los colaboradores le vamos planteando mayores retos de acuerdo a los proyectos que nuestros clientes nos van confiando.

Hoy en día nadie niega la contribución de la capacitación de los recursos humanos en las empresas, ya que en el momento la competitividad y la eficiencia empresarial son elementos esenciales que definen el futuro de las organizaciones, disponer en el área de recursos humanos capacitado técnicamente, se constituye en un elemento vital, para asegurar la competitividad en las empresas sobre todo en su economía.

(Pizzo, 2006) Manifiesta que: La capacitación es un servicio que la mayoría de las empresas contratan en forma externa. Ya sea a una institución, a una consultora o a profesionales independientes expertos en la materia de la que se desea obtener formación. Si prestas servicios de capacitación empresarial, te recomiendo centrarse en el antes y el después de la prestación misma del servicio, porque allí es donde se encuentra la clave para agregar valor a tus clientes.

La excelencia agiliza el servicio, excede expectativas, optimiza los recursos e incrementar ventas, ya que los valores integrales recomienda hacer un diagnóstico en la situación de la organización. Sin embargo la calidad se ha convertido en uno de los conceptos más importantes en la economía actual, ya que la competencia es cada vez mayor y las barreras de negocios cada día más fáciles de superar. Por lo tanto, toda empresa en la actualidad brinda modernas técnicas en atención al cliente lo que permitirá contar con una visión exacta con el talento humano y estar capacitándoles cuando lo necesite.

1.3 Marco Referencial.

- Moreira Ortega Rosa Amelia.- Tema: **NECESIDADES DE CAPACITACION PROFESIONAL DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD CRISTIANA LATINOAMERICANA EXTENSION GUAYAQUIL PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO. PROPUESTA DE UN MODULO PRACTICO.** El presente trabajo de investigación corresponde a un estudio de tesis con planteamiento de hipótesis en la modalidad lógica. Este proceso de estudio tiene investigación de campo y un proyecto de intervención. El

cual analiza que por la carencia y la falta de un módulo práctico de formación ha conllevado a ofrecer un servicio deficiente a los clientes tanto internos como externos, es por eso la necesidad de capacitación en atención al cliente al personal administrativo de la Universidad Cristiana Latinoamericana – extensión Guayaquil, al implementar la capacitación profesional mejoraría el servicio en la Institución es por eso que surge la propuesta y el requerimiento de un módulo práctico en el cual permitirá optimizar los resultados de atención y servicio de excelencia a nuestros clientes externos, internos y a toda la comunidad universitaria.

- López Albuja Ana del Rocío, Tema: **EFFECTOS DE LA CAPACITACION EN LA CALIDAD DEL SERVICIO AL USUARIO EXTERNO DE LA UNIDAD CLINICO QUIRURGICO DEL HOSPITAL GINECO OBSTETRICO ISIDRO AYORA EN EL PERIODO 2012 – 2013**, Uno de los sectores vulnerables de mayor importancia e incidencia para los gobiernos del mundo es la salud. La realidad de este sector en Ecuador presenta complejos problemas, uno de ellos se refiere a la capacitación. El principal objetivo del presente estudio es determinar los efectos de la capacitación y su incidencia en la mejora de competencias y la calidad del servicio que se brinda a los usuarios. En el presente estudio se aplicó un ordenado procedimiento investigativo con la finalidad de lograr el grado más exacto de confiabilidad posible. Para la construcción de la encuesta, se elaboró la matriz de operacionalización de variables y se empleó los criterios de Moriyama. Finalmente se aplicó dicha encuesta, como técnica de recolección de datos, obteniendo un índice de confiabilidad de acuerdo al Alfa de Cron Bach del 0.805. Se utilizó el programa estadístico SPSS, como herramienta estadística, para determinar, para determinar la los análisis univariados y bivariados, así como la comprobación de hipótesis. Dentro de los hallazgos más relevantes se observa la deficiente detección de necesidades de capacitación, falta de sociabilización evaluación y seguimiento. Por lo tanto se considera realizar recomendaciones en este sentido que aporten en el éxito de la ejecución del plan que permita la mejora continua de la calidad de atención.
- Camacho Vicente Jackelyn Johana, Tema: **EFICACIA DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EN SERVICIO AL CLIENTE PARA COLABORADORES DE MULTIPROYECTOS MAZATE**. El servicio al cliente requiere que el personal

que lo brinda tenga destrezas, habilidades y conocimientos necesarios capaces de brindar atención personalizada siendo factor importante para retener y fidelizar a un cliente, los cuales esperan al ser atendidos encontrar: profesionalismo, confianza, cortesía y amabilidad, credibilidad, escucha, imagen, calidad de parte del personal, lo cual se logra a través de capacitaciones constantes puesto que ayuda a elevar la moral, actitudes positivas, identificación del personal con la empresa, incrementa la productividad, mejora la comunicación y crea conocimientos nuevos. La presente investigación tiene como propósito identificar la diferencia en el servicio al cliente antes y después de recibir un programa de capacitación con los colaboradores de la empresa de bienes y raíces de Multiproyectos, lo cual es el medio más utilizado para educar al personal de cualquier empresa. El estudio se realizó en la empresa de bienes y raíces de Multiproyectos Mazate quienes prestan servicios únicamente en proyectos de Retalhuleu, ubicada en Oficina Club Ciudad Palmeras. La muestra que se utilizó fue de cuarenta colaboradores de sexo masculino y femenino del área de servicio al cliente, asesores de venta, secretarias y coordinadores. Como instrumento se utilizó un cuestionario que consta de veintidós preguntas de opción múltiple, el cual sirve para medir la satisfacción del cliente, consta de las siguientes áreas: Amabilidad y cortesía, rapidez, Asesoría e información, limpieza y ambiente en la presentación del producto o servicio. La herramienta se aplicó antes y después de implementar el programa de para conocer si existieron diferencias conocidas como beneficios en los colaboradores. Asimismo es necesario que siempre se realicen capacitaciones sobre Servicio al Cliente constantemente como mínimo a cada cuatro meses y que se evalúen conocer su impacto en los colaboradores, clientes y empresa.

- Llumipanta Quiñonez Juan Carlos, Tema: **IMPACTO DE LA CAPACITACION EN LA FRECUENCIA DE ERRORES OPERATIVOS EN PERSONAL DE SERVICIO AL CLIENTE DE UNA OPERADORA TELEFONICA**, La capacitación influye de manera positiva en el personal de una organización, es fundamental para alcanzar conocimientos, habilidades y actitudes que le ayudaran al empleado a mejor la productividad, tener un desempeño adecuado y fomentar el crecimiento de la empresa. La empresa CLARO destina tiempo y recursos al transmitir información relevante por medio de correos electrónicos que le permitan al empleado actualizar sus conocimientos sobre cambios en los procesos del sistema informático integral de la compañía, el personal de servicio al cliente debe mantenerse informado

y capacitado para mantener buenos niveles de productividad, servicio al cliente y ventas. Sin embargo se ha notado que el personal CLARO no está cumpliendo con los cambios indicados por correo electrónicos, por lo que se propone un proceso de capacitación destinado a disminuir errores operativos y así fomentar la calidad y productividad.

1.4 Marco Legal.

La investigación en estudio está debidamente respaldada por:

- **CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR SECCIÓN NOVENA-PERSONAS USUARIAS Y CONSUMIDORAS**

Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

- **LEY ORGÁNICA DE TRANSPORTE TERRESTRE, TRÁNSITO Y SEGURIDAD VIAL**

Art. 2.- La presente Ley se fundamenta en los siguientes principios generales: el derecho a la vida, al libre tránsito y la movilidad, la formalización del sector, lucha contra la corrupción, mejorar la calidad de vida del ciudadano, preservación del ambiente, desconcentración y descentralización.

En cuanto al transporte terrestre, tránsito y seguridad vial, se fundamenta en: la equidad y solidaridad social, derecho a la movilidad de personas y bienes, respeto y obediencia a las normas y regulaciones de circulación, atención al colectivo de personas vulnerables, recuperación del espacio público en beneficio de los peatones y transportes no motorizados y la concepción de áreas urbanas o ciudades amigables.

- **LIBRO SEGUNDO DEL TRANSPORTE TERRESTRE AUTOMOTOR
TÍTULO I- DE LA NATURALEZA Y OBJETO**

Art. 47.- El transporte terrestre de personas o bienes responderá a las condiciones de responsabilidad, universalidad, accesibilidad, comodidad, continuidad, seguridad, calidad, y tarifas equitativas.

- **TÍTULO II DE LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE CAPÍTULO I- DE LAS CLASES DE SERVICIOS DE TRANSPORTE TERRESTRE**

Art. 52. El Estado garantizará la prestación del servicio de transporte público en forma colectiva y/o masiva de personas y bienes, dentro del territorio nacional, haciendo uso del parque automotor ecuatoriano y sujeto a una contraprestación económica.

Art. 54. La prestación del servicio de transporte atenderá los siguientes aspectos:

- a) La protección y seguridad de los usuarios, incluida la integridad física, psicológica y sexual de las mujeres, adolescentes, niñas y niños; b) La eficiencia en la prestación del servicio; c) La protección ambiental; y d) La prevalencia de interés general por sobre el particular.

- **CÓDIGO DE TRABAJO**

Art. 441.- Protección del Estado.- Las asociaciones de toda clase están bajo la protección del Estado, siempre que persigan cualquiera de los siguientes fines:

1. La capacitación profesional; 2. La cultura y educación de carácter general o aplicado a la correspondiente rama del trabajo; 3. El apoyo mutuo mediante la formación de cooperativas o cajas de ahorro; y 4. Los demás que entrañen el mejoramiento económico o social de los trabajadores y la defensa de los intereses de su clase.

Todo trabajador tiene derecho a que su empleador le proporcione capacitación y mejoramiento continuo en su trabajo, lo que le permitirá elevar su nivel de vida y productividad, conforme a la naturaleza de sus servicios y a los requerimientos de la empresa.

1.5 Marco Conceptual.

- **Acción de Capacitación:** Actividad relacionada con las necesidades institucionales, funcionales o de competencias laborales, en que formación, el perfeccionamiento, la complementación, son conceptos que identifican el entorno laboral. Además, se comprende actividades de instrucción extraescolar, que permite a los trabajadores desarrollar competencias laborales acordes con una actividad, ocupación u oficio. **(Título III, Párrafo I, Art. 7, del Reglamento de la Ley No. 19.518).**
- **Aprendizaje:** Formación de larga duración desarrollada en gran parte de la empresa y complementada a menudo con instrucción obligatoria relacionada que se imparte en un centro de enseñanza. Está reglamentada por ley o la costumbre y regida por un contrato oral o escrito que establece las obligaciones de las partes. **(Concepto definido por la Organización Internacional del Trabajo – OIT).**
- **Atención al Cliente:** Tratamiento y resolución en su caso, de las sugerencias, quejas y reclamaciones de los clientes mediante los procedimientos oportunos. **(Concepto definido por Human Partners).**
- **Capacitación:** Es un proceso que conlleva la enseñanza y el aprendizaje en desarrollar habilidades , destrezas de las personas dentro de una empresa, que permitan un mejor desempeño en las labores habituales que mantienen dentro de la organización. **(Concepto definido por la Organización Internacional del Trabajo – OIT).**
- **Satisfacción:** es un concepto inherente al ámbito del marketing y que implica como su denominación nos lo anticipa ya, a la satisfacción que experimenta un cliente en relación a un producto o servicio que ha adquirido, porque precisamente el mismo ha cubierto en pleno las expectativas depositadas en el al momento de adquirirlo. Es decir, es la conformidad del cliente con el producto o servicio que compro ya que el mismo cumplió satisfactoriamente con la promesa de venta oportuna. **(Términos de Marketing, para Organizaciones)**

- **Servicio:** Actividades para promover a una compañía o sus productos insertando noticias no pagadas por el patrocinador en los medios de comunicación. (**Términos de Marketing, para Organizaciones**)
- **Servicio al cliente:** En la actualidad es confundido el término a tratar como satisfacción del cliente, ya que es un concepto más amplio en el que incluye ciertos parámetros de un marketing mix. En cambio la definición de atención o servicio al cliente se maneja con relación a las necesidades que los clientes tienen sobre un servicio o de una actividad. (**Concepto definido por Human Partners**).

Capítulo II

Metodología

2.1 Metodología general.

2.1.1 Nivel de estudio

La presente investigación, emplea como nivel de estudio:

- **Descriptivo:** Porque me permite realizar pronósticos básicos que se pueden medir obligatoriamente y requieren de conocimiento social. Este tipo de investigación compara entre dos o más fenómenos situaciones o estructuras, permite clasificar elementos, estructuras, modelos de comportamiento con cierto criterio además caracteriza a una comunidad, distribuye datos de variables consideradas aisladamente.
- **Correlacional:** Se aplicará la investigación porque permitirá establecer el grado de relación que existe entre la capacitación como variable independiente y el servicio al cliente como variable dependiente.

2.1.2 Modalidad de investigación

La investigación sobre la Cooperativa de Transporte en Taxis “PLAZA DEL VALLE” se realizará dentro de la modalidad de investigación de campo para determinar los datos que serán recopilados directamente del lugar donde se encuentra el objeto de estudio.

2.1.3 Método

El método a utilizar en la presente investigación es hipotético– deductivo. Hipotético, se utiliza porque la investigación se someterá para validar o a su vez rechazar al final de la práctica del presente estudio. Deductivo, porque permite establecer conclusiones, luego de examinar afirmaciones generales, para luego llegar a causas particulares.

2.1.4 Población y muestra

2.1.4.1 Población

La investigación se dirige a dos grupos, el primero conformado por socios, choferes y personal administrativo, y el segundo dirigido a los clientes actuales del Cantón Rumiñahui con los que cuenta la cooperativa Plaza del Valle de acuerdo con la base de datos de la empresa (100 clientes). En el caso del primer grupo de estudio se cuenta con una población distribuida en socios y choferes 49, personal administrativo 5.

Tabla 1.

Nómina de los Socios de la Cooperativa de Transporte en Taxis “PLAZA DEL VALLE”

N°	Nombre y Apellido	Cedula
1	PILLAJO JOSE FRANCISCO	1703512994
2	MORALES LUIS FERNANDO	1713241287
3	SANI MANUEL RODRIGO	1706551395
4	GUALOTUÑA CARLOS EDWIN	1710582048
5	ESCOBAR JOSE MARIA	0400661047
6	FLORES JOSE CRISTOBAL	1704405537
7	CHINGAY JUAN MANUEL	1706785522
8	MARCILLO IVAN RODRIGO	1715188387
9	GUAMAN LUIS GERMAN	1708021017
10	LEGÑA MARCO ANTONIO	1706855127
11	SANTAMARIA CELSO ALFREDO	1700067521
12	RIVERA LEONARDO RUPERTO	1705606083
13	CALDERON RUTH MARCELA	1712527041
14	IMBAQUINGO JOSE GILBERTO	1001833050
15	GOMEZ RODRIGO SALOMON	1705563771
16	PEREZ CARLOS ABERTO	1704924727
17	CORREA ZAIDA JOHANNA	1716915184
18	REVELO DAMIAN RENAN	1001820594
19	MAYGUA DIEGO FABRICIO	1725426553
20	NIACATO FRANKLIN GUSTAVO	1712455565
21	TITUCHINA JOSE ALFREDO	1708549868
22	IZA EDWIN ALFONSO	1721138244
23	GUAÑA WASHINGTON IVAN	1708796410
24	MALES LUIS HERIBERTO	1703501880
25	FLORES DARWIN ERNESTO	17155231823
26	CHANGOLUISA EDGAR MARCELO	0500774013
27	PROAÑO EDGUIN RODRIGO	1801366186
28	GOMEZ EDWIN RODRIGO	1726709551
29	CANCHIGNIA LUIS ALFONSO	1714997630
30	PILAQUINGA ANGEL FERNANDO	171189239
31	TOAPANTA HERNAN RANULFO	1710363787
32	PAUCAR LUIS ALVARO	1704388980
33	REVELO MARCO IVAN	1001719101
34	ZURITA VICTOR MANUEL	1711503233

35	HERNANDEZ MANUEL MESIAS	0400525879
36	SUQUILLO MARCELO VICENTE	1710004134
37	HUMAQUINGA CARLOS MANUEL	1704459864
38	PILAQUINGA HERBER ORLANDO	1704671641
39	MOROMENACHO EDISON PATRICIO	1707631634
40	MORALES LUIS GUSTAVO	1721140224
41	PINTO LUIS ANIBAL	1718641150
42	ABADIANO WILLIAMS GERARDO	1710495183
43	CHICAIZA LUIS GERMAN	1713488821
44	GUAIGUA JOSE MARIA	1709834541
45	BALCAZAR JHONATAN JOSE	1725906505
46	PONCE LUIS RODRIGO	0401339049
47	SIMBAÑA HERNAN RAMIRO	1711251577
48	MOLINA CARMEN ELENA	0502239627
49	SIGCHO DARWIN FERNANDO	1714727474

Fuente: Cooperativa de Transporte en Taxi "PLAZA DEL VALLE"

Elaborado por la Autora

Tabla 2.

Nómina de Clientes por Sectores

N°	ZONA	% CLIENTES
1	ZONA SUR	35%
2	ZONA CENTRO	55%
3	ZONA NORTE	10%
	TOTAL	100%

Fuente: Cooperativa de Transporte en Taxi “PLAZA DEL VALLE”
Elaborado por la Autora

2.1.4.2 Muestra

Para la investigación se realizó el tipo de muestreo no probabilístico, en este caso el muestreo por conveniencia.

El Muestreo por Conveniencia, fue aplicado a la cooperativa por ser pequeña, por lo tanto se escogió a todos los 49 socios, así mismo a 100 clientes fijos que utilizan el servicio de transporte en taxis, personas que están dispuestas y disponibles para ser estudiados. Como se puede observar en la siguiente tabla se detalla los dos grupos Socios y Clientes que se considera para aplicar las encuestas y obtener información relevante en cuanto al tema de Capacitación y Servicio al Cliente.

Tabla 3.

Muestreo por Conveniencia

INSTRUMENTO	POBLACION - OBJETIVO	MUESTRA
Encuesta	Socios	20
Encuesta	Clientes	30
Total		50

Fuente: Cooperativa de Transporte en Taxis “Plaza del Valle”
Elaborada por la Autora

2.1.5 Selección instrumentos de investigación

2.1.5.1 Encuesta:

La información que será de gran utilidad para comprobar el tema planteado como es la capacitación de socios, choferes, personal administrativo y servicio al cliente para mejorar en la Cooperativa de Transporte en Taxis “Plaza del Valle”. La encuesta sera realizada a socios y clientes fijos de la empresa. Donde se obtendrá información de gran importancia para saber las falencias a la cual buscamos.

En este caso, en la Cooperativa de Transporte en Taxis “Plaza del Valle” se elaboró dos encuestas diferentes que se van aplicar a los socios, personal administrativos y clientes. Se desarrolló un cuestionario de preguntas cerradas y de selección múltiple.

2.1.6 Operacionalización de variables de investigación

Tabla 4.

Variable e Independiente

VARIABLES	SUBVARIABLE	DIMENSIÓN	CONCEPTO	PARÁMETROS	MEDICIÓN
Independientes	Capacitación	Identificación de necesidades de capacitación	Fase de diagnóstico en la que se identifican en el personal de una empresa sus necesidades de capacitación, en relación a sus responsabilidades y metas a cumplir.	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidades organizacionales. • Necesidades de procesos. • Necesidades de cargo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No
		Definición de objetivos de la capacitación	Fase en la que se plantean las métricas para medir el impacto de las acciones formativas.	<ul style="list-style-type: none"> • Son simples. • Son medibles. • Son alcanzables. • Son realizables. • Están en función al tiempo 	<ul style="list-style-type: none"> • Siempre • Casi siempre • A veces. • Nunca.
		Diseño de los contenidos de programas y principios pedagógicos (Validar)	Se eliminan los defectos del programa y se hace una presentación restringida a un grupo pequeño de personas.	<ul style="list-style-type: none"> • Son realizables • Son alcanzables 	<ul style="list-style-type: none"> • Nunca • Cada Año • Cada 6 meses • Cada mes

		Impartición para desarrollar las habilidades (Aplicación)	Se dicta el programa de capacitación.	<ul style="list-style-type: none"> • Controlar el seguimiento • Evolución de los procesos • Programas de capacitación establecidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conferencia • Seminario • Taller • Curso
		Evaluación	Se determina el éxito o fracaso del programa.	<ul style="list-style-type: none"> • Evolución de los procesos 	<ul style="list-style-type: none"> • Siempre • Casi siempre • A veces. • Nunca
Dependiente	Servicio al Cliente	Servicio	Conjunto de estrategias y actividades que diseña una empresa para satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes, con el objetivo de mantener relaciones duraderas y rentables a largo plazo.	<ul style="list-style-type: none"> • Amabilidad • Ambiente • Atención • Higiene • Satisfacción 	<ul style="list-style-type: none"> • Muy Mala • Mala • Buena • Muy Buena
Confusión	Socios, choferes y personal administrativo	Formación	Primario	Secundario	Profesional
		Género	Masculino-femenino	Masculino-femenino	Masculino-femenino
		Edad	35-75	38-75	38-75

Elaborado por la Autora

2.1.6.1. Validez.

Para determinar el valor de la encuesta primero se especificó las variables a utilizarse, luego se llevó a cabo una prueba de validación tomando en cuenta los dos procesos: Criterios de Moriyama y Alfa de Cronbach.

Se aplicó la encuesta a dos grupos, uno de 30 clientes y 20 socios de la cooperativa, los mismos que determinaron si el instrumento cumplía con los criterios de Moriyama. El cuestionario fue medido tomando en cuenta los siguientes parámetros:

- Moderado y Claro: Preguntas de acuerdo al tema de investigación.
- Componentes claramente definidos: Definición clara del tema a tratar.
- Factores idóneos: Recoger información.

Todos los parámetros fueron calificados en base a la siguiente escala:

Para Socios:

- Si – No
- Siempre – Casi Siempre – A veces – Nunca
- Cada año – Cada 6 meses – Cada Mes - Nunca
- Curso - Conferencia - Seminario – Taller

Para Clientes:

- Empresa Pública – Empresa Privada - Persona Natural
- Encomiendas – Pasajeros - Encomiendas y pasajeros
- Diario – Semanal – Quincenal – Mensual – Trimestral - Otras
- Muy bueno - Bueno - Malo - Muy Malo
- De 0 a 5 min. – De 6 a 10 min. – De 11 a 15 min. – De 16 a 20 min. – Más de 20 min.
- Si - No

A continuación los resultados obtenidos:

Tabla 6.

Crterios de Moriyama – Encuesta Capacitación para Socios

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
La cooperativa de transportes en taxi Plaza del Valle identifica las necesidades de capacitación de los socios	9,1500	1,713	-,086	-,495 ^a
La cooperativa equilibra necesidades de capacitación para los socios respecto a sus procesos.	9,3000	1,905	-,204	-,366 ^a
La cooperativa de transporte en taxi Plaza del Valle realiza evaluaciones periódicas del desempeño que hacen los socios cada día	8,6000	2,253	-,430	,076
La cooperativa cuenta con la capacitación necesaria y los conocimientos para desarrollar sus funciones.	8,5500	1,524	-,138	-,436 ^a
La cooperativa cada que tiempo los socios han recibido capacitación	8,5500	1,524	-,032	-,609 ^a
Al efectuarse los programas de capacitación en la cooperativa de taxis Plaza del Valle de qué forma los socios le gustaría que ésta sea. Mediante:	8,3500	1,082	-,003	-,906 ^a

Fuente: (SPSS, Encuesta Capacitacion, 2017)

Elaborado por la Autora

El instrumento utilizado en la Encuestas para los Socios, Choferes fue calificado factible por lo que se concluye que el resultado si cumple con los criterios de Moriyama y puede ser aplicado para la obtención de datos relacionados a la capacitación a los socios de la cooperativa de transporte en taxis Plaza del Valle.

Tabla 7.

Criterios de Moriyama – Encuesta Calidad de Servicio para Clientes

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Usted pertenece a:	12,5667	3,978	-,208	,408
Utiliza los servicios de la cooperativa de transporte en taxi Plaza del Valle en	12,8000	3,614	,060	,198
Con que frecuencia utiliza los servicios de la cooperativa	12,7333	2,961	-,032	,331
Como califica el servicio que presta la cooperativa de transporte en Taxi Plaza del Valle:	13,4333	3,082	,273	,067
Considera que el tiempo de espera para recibir el servicio de taxi es:	13,7333	3,168	,477	,030
Cuál es el tiempo aproximado que Ud. ha tenido que esperar para abordar el taxi	12,7667	3,082	,171	,119
Cómo califica la atención por parte del socio o chofer de la cooperativa de transporte en	13,3000	3,252	,253	,097
Ha tenido/tiene algún tipo de inconveniente por parte del personal de Taxi Plaza del Valle	12,9667	3,826	,065	,201

Fuente: (SPSS, Encuesta Capacitacion, 2017)

Elaborado por la Autora

El instrumento utilizado en la Encuesta fue calificado factible por lo que se concluye que el instrumento cumple con los criterios de Moriyama y puede ser aplicado para la obtención de datos relacionados a la calidad de servicio al cliente de ruta y público en general de la cooperativa de transporte en taxis Plaza del Valle.

2.1.6.2. Confiabilidad – Alfa de Cronbrach

Para diagnosticar la fiabilidad de los instrumentos se aplicó una encuesta para 50 personas de la cooperativa de transporte en taxi Plaza del Valle; La encuesta de capacitación se la realizó a 20 socios, choferes de las diferentes unidades. A continuación los resultados:

Tabla 8.

Alfa de Cronbrach - Encuesta de Capacitación de Socios-

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach ^a	N de elementos
-,514	6

Fuente: (SPSS, Encuesta Capacitacion, 2017)
Elaborado por la Autora

Se puede concluir entonces, que el Alfa de Cronbach en la encuesta de capacitación que se realizó a los Socios es de -0,514 por lo que cuentan con un índice de confiabilidad apropiado para su adecuada aplicación dentro de la cooperativa de investigación.

Para diagnosticar la fiabilidad de los instrumentos se aplicó una encuesta a 30 personas, y se les aplicó para determinar la calidad de servicio al cliente. Los resultados:

Tabla 9.

Alfa de Cronbrach - Encuesta de Calidad de Servicio al Cliente-

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	30	100,0

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,209	8

Fuente: (SPSS, Encuesta Servicio al Cliente 2017)

Elaborado por la Autora

Se puede decir entonces, que el Alfa de Cronbach de la encuesta de calidad de servicio al cliente es de 0,209 por lo que cuentan con un índice de fiabilidad apropiado para su adecuada aplicación dentro de la cooperativa de la investigación.

2.1.6.3 Procesamiento de datos

Con respecto al análisis que se llevó a cabo en la presente investigación y al tipo de variables utilizadas se realizó la aplicación de la encuesta en los dos grupos relacionados, en cada estudio se ejecutó la prueba del Alfa de Cronbach para medir el nivel de validez y confiabilidad.

El estudio en la primera encuesta realizada en la cooperativa de taxis dedicada a los Socios, Choferes y Personal Administrativo demostró que la capacitación recibida en el año 2016 se haya mejorado en sus habilidades y destrezas para brindar un servicio de calidad, de igual manera se determinó que el instrumento aplicado en los clientes y público en general determina las deficiencias en calidad de servicio que influyen a la motivación que tienen los clientes hacia el servicio que les brinda la cooperativa, estos resultados se determinó mediante un cuadro y grafico de los resultados obtenidos mediante el Programa Estadístico SPSS, para determinar la incidencia de la capacitación y calidad de servicio al cliente.

2.2 Metodología específica.

La metodología específica corresponde a la Gestión de Talento Humano orientada a identificar la incidencia de la capacitación en la calidad de servicio de los socios , choferes, personal administrativos de la cooperativa de transporte en taxi Plaza del Valle, para lo cual se plantea:

OE1. Analizar las capacitaciones recibidas por los socios, choferes y personal administrativo de la Cooperativa de Transporte en Taxis “Plaza del Valle”: para dar cumplimiento a este objetivo específico se aplicará la encuesta diseñada para los socios de la cooperativa de transporte en taxi Plaza del Valle como resultado de la operacionalización de las variables de investigación y posterior a la validación de la herramienta, con lo cual se levantara la información a la muestra identificada y se procesaran los datos mediante el nivel de estudio descriptivo.

OE2. Identificar la calidad de servicio percibida por los clientes fijos de ruta y público en general. Para dar cumplimiento a este objetivo específico se aplicará la encuesta diseñada para los respectivos clientes de ruta y público en general de la cooperativa de transporte en taxi Plaza del Valle, como resultado de la operacionalización de las variables de investigación y posterior a la validación de la herramienta, con lo cual se levantara la información a la muestra identificada y se procesaran los datos mediante el nivel de estudio descriptivo.

OE3. Relacionar las necesidades de capacitación de los socios, choferes y personal administrativo de la Cooperativa de Transporte en Taxis “Plaza del Valle” y la calidad de servicio al cliente.

Mediante el análisis de la información obtenida tanto de los Socios como de los Clientes se procederá a realizar el estudio de correlación de tipo bivariado para entender la relación existente entre las capacitaciones recibidas por los socios de la empresa y el nivel de satisfacción de sus clientes, con lo cual se podrá verificar la hipótesis y establecer conclusiones del estudio para orientar las recomendaciones a la cooperativa de transporte en Taxis Plaza del Valle.

CAPÍTULO III

Resultados

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos a través de la información de las encuestas aplicadas en la Cooperativa de Transporte en Taxi Plaza del Valle. Para obtener y lograr exactitud en los resultados se utilizó el Programa SPSS.

3.1 Análisis de las capacitación recibidas por socios, choferes y personal administrativo de la Cooperativa de Transporte en Taxi Plaza del Valle

Tabla 10.1

Encuesta realizada a Socios, Choferes y Personal administrativos

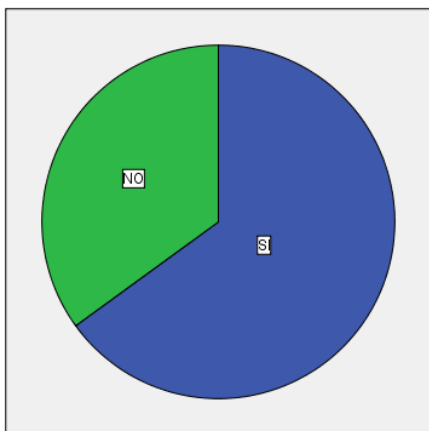
1. La cooperativa de transportes en taxi Plaza del Valle identifica las necesidades de capacitación de los socios					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	13	65,0	65,0	65,0
	NO	7	35,0	35,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: (SPSS, Encuesta Capacitacion, 2017)

Elaborado por la Autora

Grafico 1

Grafico Estadistico Socios , Choferes y Personal Administrativo



Fuente: (SPSS, Encuesta Capacitacion, 2017)

Elaborado por la Autora

Análisis: Según indica el resultado de esta primera pregunta los socios, choferes encuestados manifiestan que el 65% SI identifican las necesidades de capacitación que tienen dentro de la

cooperativa, tienen como objetivo principal planificar los procesos de formación del personal basado en información objetiva y confiable que permita responder de manera eficaz los procesos coordinados del aprendizaje para cumplir y lograr las metas trazadas dentro de la misma y un 35% No identifica necesidades oportunas.

Tabla 10.2

Encuesta realizada a Socios, Choferes y Personal administrativos

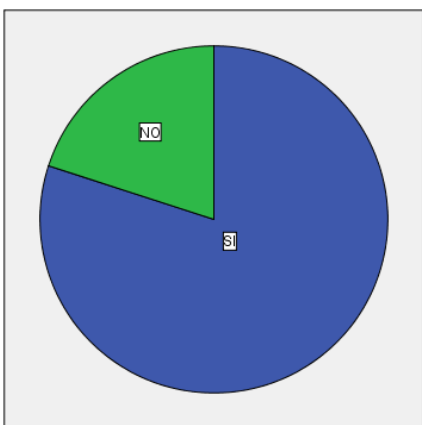
2. La cooperativa equilibra necesidades de capacitación para los socios respecto a sus procesos.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	16	80,0	80,0	80,0
	NO	4	20,0	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: (SPSS, Encuesta Capacitacion, 2017)

Elaborado por la Autora

Grafico 2

Grafico Estadistico Socios , Choferes y Personal Administrativo



Fuente: (SPSS, Encuesta Capacitacion, 2017)

Elaborado por la Autora

Análisis: Según la respuesta de la segunda pregunta indica que el 80% de los socios, choferes encuestados NO equilibra las necesidades de capacitación respecto a los procesos que ellos utilizan dentro y fuera de la cooperativa de taxis, el personal que vaya a ser capacitado dentro debe contar con los conocimientos necesarios y que pueda motivar al talento humano a adquirir

un compromiso mayor con la empresa mientras el 20% SI nivela los procesos pero no los aplica en la vida diaria.

Tabla 10.3

Encuesta realizada a Socios, Choferes y Personal administrativos

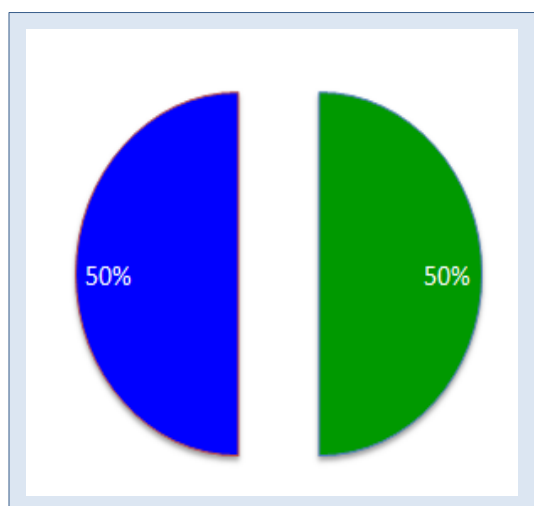
3. La cooperativa de transporte en taxi Plaza del Valle realiza evaluaciones periódicas del desempeño que hacen los socios cada día					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	6	50,0	50,0	50,0
	NO	10	50,0	50,0	80,0
Total		20	100,0	100,0	100,00

Fuente: (SPSS, Encuesta Capacitacion, 2017)

Elaborado por la Autora

Grafico 3

Grafico Estadistico Socios , Choferes y Personal Administrativo



Fuente: (SPSS, Encuesta Capacitacion, 2017)

Elaborado por la Autora

Análisis: Según los resultados de la pregunta tres indican un mismo índice del 50% , los socios encuestados opinan que No realizan evaluaciones periódicamente por falta de motivación por parte de la cooperativa a tratar mientras que el otro 50% Si realiza periódicamente el evaluó, se lleva a cabo de manera periódica en el cual participan los socios, choferes y personal

administrativo quienes trabajan en conjunto para planear, monitorear y revisar habilidades, valores para lograr un proceso continuo que brindara una retroalimentación para el equipo de trabajo en el que se asegurara metas y objetivos para la empresa.

Tabla 10.4

Encuesta realizada a Socios, Choferes y Personal administrativos

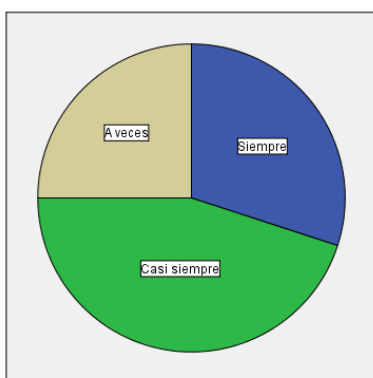
4. La cooperativa cuenta con la capacitación necesaria y los conocimientos para desarrollar sus funciones.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	6	30,0	30,0	30,0
	Casi siempre	9	45,0	45,0	75,0
	A veces	5	25,0	25,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: (SPSS, Encuesta Capacitacion, 2017)

Elaborado por la Autora

Grafico 4

Grafico Estadistico Socios , Choferes y Personal Administrativo



Fuente: (SPSS, Encuesta Capacitacion, 2017)

Elaborado por la Autora

Análisis: Según el resultado de la pregunta cuatro indica que el 45% de los socios encuestados Casi Siempre cuentan con una capacitación adecuada que genera actitudes positivas dentro del personal y que aumente la rentabilidad en la cooperativa, en cambio el 30% que es un valor menor menciona también que Siempre realizan adiestramientos para beneficio de los socios y mejora del conocimiento y desempeño de cada individuo que conforman la empresa, y un 25% A veces lo hacen para ver el índice del desarrollo esporádico de funcionalidad que tiene el personal.

Tabla 10.5

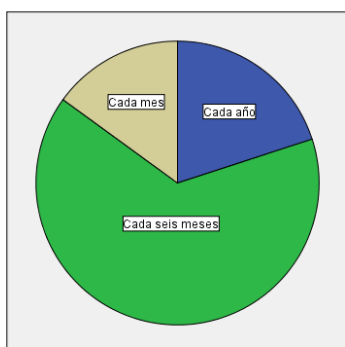
Encuesta realizada a Socios, Choferes y Personal administrativos

5. La cooperativa cada que tiempo los socios han recibido capacitación					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Cada año	4	20,0	20,0	20,0
	Cada seis meses	13	65,0	65,0	85,0
	Cada mes	3	15,0	15,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: (SPSS, Encuesta Capacitacion, 2017)
Elaborado por la Autora

Grafico 5

Grafico Estadistico Socios , Choferes y Personal Administrativo



Fuente: (SPSS, Encuesta Capacitacion, 2017)
Elaborado por la Autora

Análisis: Según el resultado de la pregunta cinco indica que el 65% de los socios, choferes encuestados mencionan que han recibido capacitaciones cada seis meses con el fin de mejorar el servicio y de conseguir que la organización sea más competitiva, en cambio el 20% de las mismas personas muestran que estos aprendizajes solo han recibido cada año y manifiestan que es una herramienta primordial el estar al corriente en capacitaciones relacionadas a las actividades que ellos prestan y un 15% manifestó haber recibido cada mes, lo cual indican que cada uno de diferente manera ha tomado el adiestramiento para optimizar cambios dentro de la empresa y talento humano.

Tabla 10.6

Encuesta realizada a Socios, Choferes y Personal administrativos

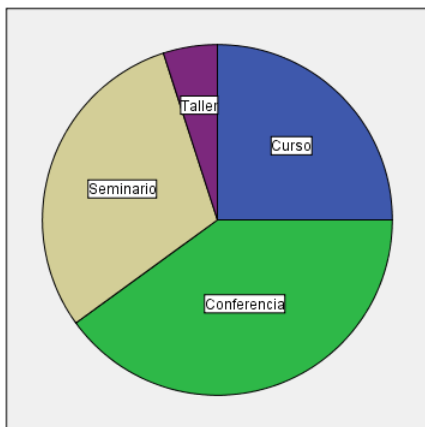
6. Al efectuarse los programas de capacitación en la cooperativa de taxis Plaza del Valle de qué forma los socios les gustaría que ésta sea. Mediante:					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Curso	5	25,0	25,0	25,0
	Conferencia	8	40,0	40,0	65,0
	Seminario	6	30,0	30,0	95,0
	Taller	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: (SPSS, Encuesta Capacitacion, 2017)

Elaborado por la Autora

Grafico 6

Grafico Estadistico Socios , Choferes y Personal Administrativo



Fuente: (SPSS, Encuesta Capacitacion, 2017)

Elaborado por la Autora

Análisis: Según los resultados que indica la pregunta 6 que el 40% de los socios encuestados opta por las capacitaciones creen que es una técnica de transmisión directa en conocimientos y muy participativa, en cambio el 30% menciona que el adiestramiento sea por medio de seminarios ya que estos facilitan el descubrimiento de habilidades en la comunicación interpersonal mediante un desarrollo efectivo de la comunicación, también el 25% de los socios, choferes encuestados desean recibir por cursos ya que ofrece conocimientos y técnicas necesarias para el mejor desempeño en las funciones por parte del personal y el 5% por talleres los cuales

están basados por metodologías que aplican efectivamente desarrollan las destrezas y conocimientos prácticos para llevar hacia el objetivo a cumplir.

3.2 Análisis del nivel de satisfacción de los clientes de la Cooperativa de Transporte en Taxi Plaza del Valle

Tabla 11.1

Encuesta realizada a Clientes de Ruta y Público en General

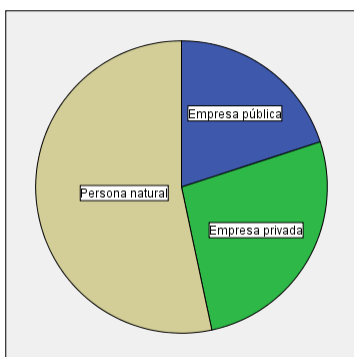
1. Usted pertenece a:					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Empresa pública	6	20,0	20,0	20,0
	Empresa privada	8	26,7	26,7	46,7
	Persona natural	16	53,3	53,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: (SPSS, Encuesta SERVICIO AL CLIENTE, 2017)

Elaborado por la Autora

Grafico 7

Grafico Estadístico a Clientes de Ruta y Público en General



Fuente: (SPSS, Encuesta SERVICIO AL CLIENTE, 2017)

Elaborado por la Autora

Análisis: Según indica la pregunta uno de los clientes que fueron encuestados manifiestan que el 53,3% son personas naturales que utilizan el servicio dentro y fuera del Cantón Rumiñahui realizando trabajos o visitas para su bien personal, el 26,7% son empleados privados estos utilizan para desplazarse a su trabajo en la actividad diaria y el 20% son empleados públicos

personas que trabajan para el estado, todas estas personas encuestadas utilizan el servicio de la cooperativa de transporte en taxis Plaza del Valle.

Tabla 11.2

Encuesta realizada a Clientes de Ruta y Público en General

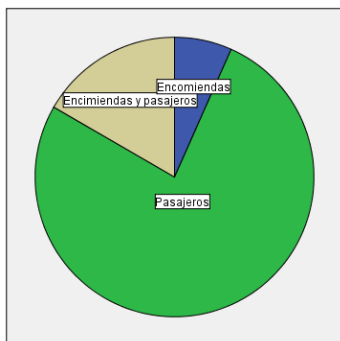
2. Utiliza los servicios de la cooperativa de transporte en taxi Plaza del Valle en					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Encomiendas	2	6,7	6,7	6,7
	Pasajeros	23	76,7	76,7	83,3
	Encomiendas y pasajeros	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: (SPSS, Encuesta SERVICIO AL CLIENTE, 2017)

Elaborado por la Autora

Grafico 8

Grafico Estadístico a Clientes de Ruta y Público en General



Fuente: (SPSS, Encuesta SERVICIO AL CLIENTE, 2017)

Elaborado por la Autora

Análisis: Según indica la pregunta dos los clientes que fueron encuestados manifiestan que el 76,7% se benefician del servicio ya que por falta de auto propio utilizan esta asistencia, en cambio el 16,7% usa para las dos actividades que son las encomiendas y de pasajeros ya que el servicio es rápido para este tipo de actividades, y por último el 6,7% indica el cliente que solo utiliza para índole de mensajería interna dentro del cantón Rumiñahui.

Tabla 11.3

Encuesta realizada a Clientes de Ruta y Público en General

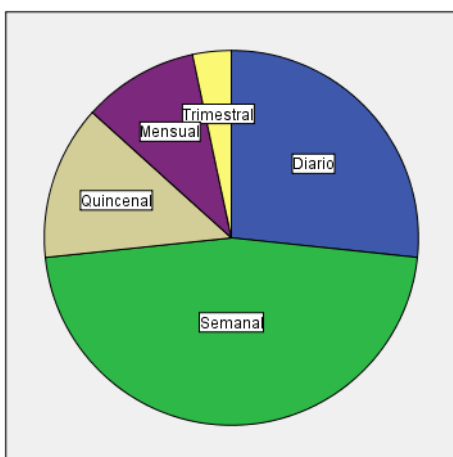
3. Con que frecuencia utiliza los servicios de la cooperativa					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Diario	8	26,7	26,7	26,7
	Semanal	14	46,7	46,7	73,3
	Quincenal	4	13,3	13,3	86,7
	Mensual	3	10,0	10,0	96,7
	Trimestral	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: (SPSS, Encuesta SERVICIO AL CLIENTE, 2017)

Elaborado por la Autora

Grafico 9

Grafico Estadístico a Clientes de Ruta y Público en General



Fuente: (SPSS, Encuesta SERVICIO AL CLIENTE, 2017)

Elaborado por la Autora

Análisis: Según indica la pregunta tres los clientes que fueron encuestados manifiestan que el 46,7% inusualmente utilizan el servicio semanalmente porque a veces por casos personales manejan el servicio esa temporada, 13,3% servicio quincenal porque a veces tienen la necesidad de utilizar el servicio, 10% servicio mensual esporádicamente el servicio y 3% servicio trimestral muy rara vez..

Tabla 11.4

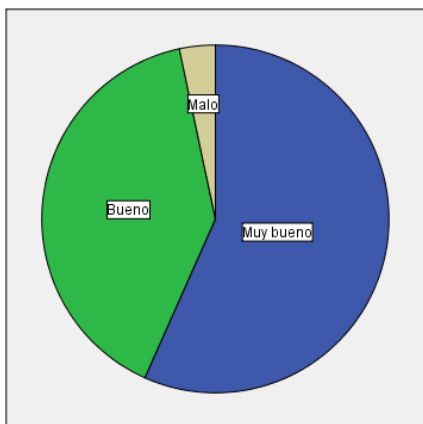
Encuesta realizada a Clientes de Ruta y Público en General

4. Como califica el servicio que presta la cooperativa de transporte en Taxi Plaza del Valle:					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bueno	17	56,7	56,7	56,7
	Bueno	12	40,0	40,0	96,7
	Malo	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: (SPSS, Encuesta SERVICIO AL CLIENTE, 2017)
Elaborado por la Autora

Grafico 10

Grafico Estadistico a Clientes de Ruta y Público en General



Fuente: (SPSS, Encuesta SERVICIO AL CLIENTE, 2017)
Elaborado por la Autora

Análisis: Según los resultados de la pregunta cuatro indican los clientes encuestados que el 56,7% es un servicio Muy bueno porque cuando se selecciona una carrera el socio de la unidad es atento, su auto es limpio y su asistencia es rápida y placentera, en cambio otro grupo de personas explico que el 40% de su prestación es Bueno que no tiene quejas simplemente toma la carrera y le lleva a su destino, en cambio los usuarios mencionan que el 3,3% es Malo ya que

existe impuntualidad en la carrera, el chofer de la unidad no tiene un buen aseo personal, entre otras cosas y por último el 0% es Muy Malo, pero sin datos estadísticos.

Tabla 11.5

Encuesta realizada a Clientes de Ruta y Público en General

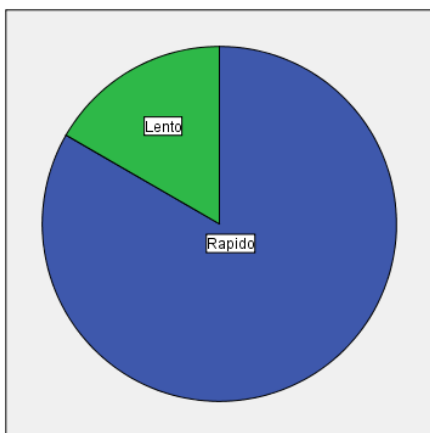
5. Considera que el tiempo de espera para recibir el servicio de taxi es:					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Rapido	25	83,3	83,3	83,3
	Lento	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

(SPSS, Encuesta SERVICIO AL CLIENTE, 2017)

Elaborado por la Autora

Grafico 11

Grafico Estadistico a Clientes de Ruta y Público en General



Fuente: (SPSS, Encuesta SERVICIO AL CLIENTE, 2017)

Elaborado por la Autora

Análisis: Según indica la pregunta número cinco los clientes que fueron encuestados indican que el tiempo de espera es el 83,3% Rápida, desde el momento que se llama para pedir una unidad la operadora le manifiesta que en un tiempo aproximado de 5 minutos el transporte llegara y otro grupo de personas en cambio comentan que el 16,7% es Lento ya que en ocasiones el destino a cumplirse llega tarde a la ocupación a realizarse.

Tabla 11.6

Encuesta realizada a Clientes de Ruta y Público en General

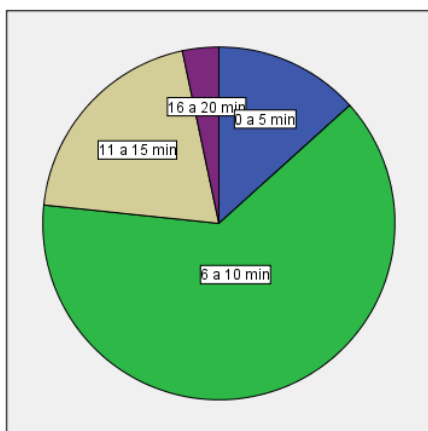
6. Cuál es el tiempo aproximado que Ud. ha tenido que esperar para abordar el taxi					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0 a 5 min	4	13,3	13,3	13,3
	6 a 10 min	19	63,3	63,3	76,7
	11 a 15 min	6	20,0	20,0	96,7
	16 a 20 min	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

(SPSS, Encuesta SERVICIO AL CLIENTE, 2017)

Elaborado por la Autora

Gráfico 12

Gráfico Estadístico a Clientes de Ruta y Público en General



(SPSS, Encuesta SERVICIO AL CLIENTE, 2017)

Elaborado por la Autora

Análisis: Según indica la pregunta seis, los clientes que fueron encuestados de cuanto esperan la carrera para abordar es 13,3% en el tiempo de 0 a 5 min, que la unidad llega puntual y recoge al pasajero, el 63,3% en cambio de 6 a 10 min, es cuando por voz de la operadora le localiza a una unidad que este cerca de la dirección para que pueda socorrer al pasajero, el 20% de 11 a 20 min, cuando no hay unidades disponibles es el tiempo en que se demora y el 3,3% más de 20 min, cuando realmente hay mucho tráfico y la unidad no se puede acercar a tiempo a la dirección del cliente.

Tabla 11.7

Encuesta realizada a Clientes de Ruta y Público en General

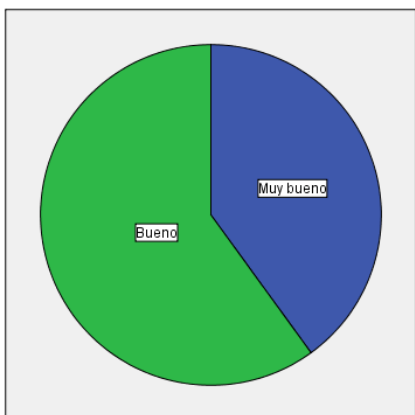
7. Cómo califica la atención por parte del socio o chofer de la cooperativa de transporte:					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bueno	12	40,0	40,0	40,0
	Bueno	18	60,0	60,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

(SPSS, Encuesta SERVICIO AL CLIENTE, 2017)

Elaborado por la Autora

Grafico 13

Grafico Estadístico a Clientes de Ruta y Público en General



(SPSS, Encuesta SERVICIO AL CLIENTE, 2017)

Elaborado por la Autora

Análisis: Según indica la pregunta siete, los clientes que fueron encuestados sobre de como califican al socio o chofer de la unidad que le atiende el servicio es: el 40% Muy Bueno y el 60% Bueno, no varía mucho ya que el servicio que ellos prestan es muy respetuoso y atento, los antes mencionados en el tiempo de la carrera hacen platica de cualquier índole, hasta el momento que el usuario llega a su destino.

Tabla 11.8

Encuesta realizada a Clientes de Ruta y Público en General

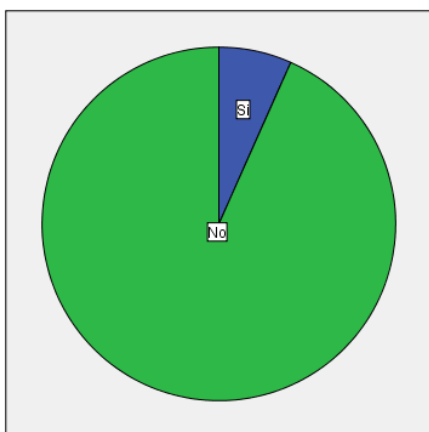
8. Ha tenido/tiene algún tipo de inconveniente por parte del personal de Taxi Plaza del Valle					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	2	6,7	6,7	6,7
	No	28	93,3	93,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

(SPSS, Encuesta SERVICIO AL CLIENTE, 2017)

Elaborado por la Autora

Grafico 14

Grafico Estadístico a Clientes de Ruta y Público en General



(SPSS, Encuesta SERVICIO AL CLIENTE, 2017)

Elaborado por la Autora

Análisis: Según indica la pregunta ocho los clientes que fueron encuestados si han tenido algún inconveniente con el personal de la cooperativa indican: que el 6,7% Si han tenido problemas con la atención y servicio y el 93,3% manifiestan no haber tenido ningún inconveniente con las personas que trabajan en la Cooperativa, mejor destacan que es una de las empresas que prestan el servicio de una manera honesta y bien educada.

3.3 Relación de las capacitaciones recibidas por los socios, choferes y personal administrativo de la Cooperativa de Transporte en Taxi Plaza del Valle con el nivel de satisfacción de sus clientes

La presente investigación es muy importante ya que se da a conocer los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta, de la tabulación y análisis, como instrumentos de recolección de datos.

Los resultados corresponden a las cincuenta encuestas distribuidas en veinte para Socios, Choferes y Personal Administrativo y treinta a Clientes de Ruta, Público de la Cooperativa de Transportes en Taxi Plaza del Valle, según datos obtenidos del estudio, se determinó la relación entre la capacitación que reciben los socios, choferes y la satisfacción de sus clientes, se obtuvo:

Tabla 12.1

Correlación Bilateral entre Encuesta Socios, Choferes y Personal Administrativo y Encuesta Servicio al cliente

		La cooperativa de transportes en taxi Plaza del Valle identifica las necesidades de capacitación de los socios	La cooperativa equilibra necesidades de capacitación para los socios respecto a sus procesos.	La cooperativa de transporte en taxi Plaza del Valle realiza evaluaciones del desempeño que hacen los socios cada día	La cooperativa cuenta con la capacitación necesaria y los conocimientos para desarrollar sus funciones.	La cooperativa cada que tiempo los socios han recibido capacitación	Al efectuarse los programas de capacitación en la cooperativa de taxis Plaza del Valle de qué forma los socios le gustaría que ésta sea. Mediante:	
Usted pertenece a:	Correlación de Pearson	1	-.457 [*]	.252	-.117	.115	-.177	-.226
	Sig. (bilateral)		.043	.283	.623	.629	.456	.339
	N	30	20	20	20	20	20	20

(SPSS, Corelacion Encuesta Capacitacion y Servicio Al Cliente, 2017)

Elaborado por la Autora

Análisis:

De los resultados que se obtuvieron en la encuesta entre la pregunta de la encuesta de Servicio al cliente que indica: Usted pertenece a: con las preguntas de la encuesta de capacitación de los socios, choferes cabe destacar que de las preguntas expuestas en esta encuesta, hay relación con la pregunta cuatro que la cooperativa de transporte en taxi Plaza del Valle cuenta con la capacitación necesaria y los conocimientos para desarrollar sus funciones con un valor de 0,629

que tiene correlación bilateral en esta primera evaluación, también lo hace con la pregunta tres que manifiesta que la misma cooperativa realiza evaluaciones periódicas del desempeño que hacen los socios, choferes cada día mantiene un valor menor en 0,623 acordes a una igualdad.

Tabla 12.2

Correlación Bilateral entre Encuesta Socios, Choferes y Personal Administrativo y Encuesta Servicio al cliente

		Utiliza los servicios de la cooperativa de transporte en taxi Plaza del Valle en	La cooperativa de transportes en taxi Plaza del Valle identifica las necesidades de capacitación de los socios	La cooperativa equilibra necesidades de capacitación para los socios respecto a sus procesos.	La cooperativa de transporte en taxi Plaza del Valle realiza evaluaciones periódicas del desempeño que hacen los socios cada día	La cooperativa cuenta con la capacitación necesaria y los conocimientos para desarrollar sus funciones.	La cooperativa cada que tiempo los socios han recibido capacitación	Al efectuarse los programas de capacitación en la cooperativa de taxis Plaza del Valle de qué forma los socios le gustaría que ésta sea. Mediante:
Utiliza los servicios de la cooperativa de transporte en taxi Plaza del Valle en	Correlación de Pearson	1	.058	.139	.027	.013	.016	-.033
	Sig. (bilateral)		.807	.558	.912	.958	.947	.891
	N	30	20	20	20	20	20	20

(SPSS, Corelacion Encuesta Capacitacion y Servicio Al Cliente, 2017)

Elaborado por la Autora

Análisis: Según el resultado de la pregunta número dos de la encuesta de Servicio al Cliente en la que menciona usted utiliza los servicios de la cooperativa de transporte en taxi Plaza del Valle existe correlación de valores altos con las preguntas de la encuesta de capacitación, con un valor mayor 0,958 que pertenece a la pregunta número cuatro que manifiesta que la cooperativa cuenta con capacitación necesaria y conocimientos para desarrollar sus funciones, de forma descendente continua con la pregunta número cinco en la que menciona sobre el tiempo que los socios han recibido un buen aprendizaje con un valor 0,947.

Tabla 12.3

Correlación Bilateral entre Encuesta Socios, Choferes y Personal Administrativo y Encuesta Servicio al cliente

		La cooperativa de transportes en taxi Plaza del Valle identifica las necesidades de capacitación de los socios	La cooperativa equilibra necesidades de capacitación para los socios respecto a sus procesos.	La cooperativa de transporte en taxi Plaza del Valle realiza evaluaciones periódicas del desempeño que hacen los socios cada día	La cooperativa cuenta con la capacitación necesaria y los conocimientos para desarrollar sus funciones.	La cooperativa cada que tiempo los socios han recibido capacitación	Al efectuarse los programas de capacitación en la cooperativa de taxis Plaza del Valle de qué forma los socios le gustaría que ésta sea. Mediante:	
Con que frecuencia utiliza los servicios de la cooperativa	Correlación de Pearson	1	.312	-.186	-.272	.291	-.056	.165
	Sig. (bilateral)		.180	.432	.246	.214	.814	.487
	N	30	20	20	20	20	20	20

(SPSS, Corelacion Encuesta Capacitacion y Servicio Al Cliente, 2017)
Elaborado por la Autora

Análisis: Según los datos que se obtuvieron de la pregunta tres sobre con qué frecuencia utiliza que la capacitación los servicios de la cooperativa se indicó una correlación con la pregunta cinco al manifestar que la cooperativa cada que tiempo los socios han recibido capacitación con valor de 0,814 y siguiendo con un valor de 0,487 de la pregunta seis que se les indica a los socios de cómo les gustaría recibir la capacitación, y con un valor menor a 0,180 que indica que no hay necesidades de capacitación con los socios de la cooperativa.

Tabla 12.4

Correlación Bilateral entre Encuesta Socios, Choferes y Personal Administrativo y Encuesta Servicio al cliente

	Como califica el servicio que presta la cooperativa de transporte en Taxi Plaza del Valle:	La cooperativa de transportes en taxi Plaza del Valle identifica las necesidades de capacitación de los socios	La cooperativa equilibra necesidades de capacitación para los socios respecto a sus procesos.	La cooperativa de transporte en taxi Plaza del Valle realiza evaluaciones periódicas del desempeño que hacen los socios cada día	La cooperativa cuenta con la capacitación necesaria y los conocimientos para desarrollar sus funciones.	La cooperativa cada que tiempo los socios han recibido capacitación	Al efectuarse los programas de capacitación en la cooperativa de taxis Plaza del Valle de qué forma los socios le gustaría que ésta sea. Mediante:	
Como califica el servicio que presta la cooperativa de transporte en Taxi Plaza del Valle:	Correlación de Pearson	1	.382	-.254	-.230	-.052	-.353	.134
	Sig. (bilateral)		.096	.279	.329	.829	.127	.573
	N	30	20	20	20	20	20	20

(SPSS, Corelacion Encuesta Capacitacion y Servicio Al Cliente, 2017)

Elaborado por la Autora

Análisis: Según los resultados obtenidos de la pregunta cuatro de la encuesta de Servicio al Cliente indican que como califica el servicio que presta la cooperativa de transporte en taxi Plaza del valle tiene correlación con la pregunta cuatro de la encuesta de capacitación con un valor de 0,829 que corresponde a que la cooperativa cuenta con el aprendizaje necesario y los conocimientos para desarrollar sus funciones y desciende un valor de 0,573 con la pregunta seis en la que señala que al efectuarse los programa de capacitación dentro de la cooperativa en que forma le gustaría recibir.

Tabla 12.5

Correlación Bilateral entre Encuesta Socios, Choferes y Personal Administrativo y Encuesta Servicio al cliente

	Considera que el tiempo de espera para recibir el servicio de taxi es:	La cooperativa de transportes en taxi Plaza del Valle identifica las necesidades de capacitación de los socios	La cooperativa equilibra necesidades de capacitación para los socios respecto a sus procesos.	La cooperativa de transporte en taxi Plaza del Valle realiza evaluaciones periódicas del desempeño que hacen los socios cada día	La cooperativa cuenta con la capacitación necesaria y los conocimientos para desarrollar sus funciones.	La cooperativa a cada que tiempo los socios han recibido capacitación	Al efectuarse los programas de capacitación en la cooperativa de taxis Plaza del Valle de qué forma los socios le gustaría que ésta sea. Mediante:	
Considera que el tiempo de espera para recibir el servicio de taxi es:	Correlación de Pearson	1	,681**	-.250	-.107	-.135	-.170	.059
	Sig. (bilateral)		.001	.288	.653	.570	.475	.806
	N	30	20	20	20	20	20	20

(SPSS, Corelacion Encuesta Capacitacion y Servicio Al Cliente, 2017)

Elaborado por la Autora

Análisis: Según la pregunta número cinco indica que si considera que el tiempo de espera en recibir el servicio de taxi tiene una correlación con la pregunta seis en la que debe efectuarse programas de capacitación en la cooperativa de taxis de qué forma le gustaría con un valor alto de 0,806 que hay una equidad entre las dos preguntas.

Tabla 12.6

Correlación Bilateral entre Encuesta Socios, Choferes y Personal Administrativo y Encuesta Servicio al cliente

		La cooperativa de transporte en taxi	La cooperativa de transporte en taxi	La cooperativa de transporte en taxi	La cooperativa de transporte en taxi	La cooperativa de transporte en taxi	La cooperativa de transporte en taxi	La cooperativa de transporte en taxi
	Cuál es el tiempo aproximado que Ud. ha tenido que esperar para abordar el taxi	1	,718**	.000	-.326	-.154	.028	.019
	Sig. (bilateral)		.000	1.000	.160	.516	.908	.936
	N	30	20	20	20	20	20	20

(SPSS, Corelacion Encuesta Capacitacion y Servicio Al Cliente, 2017)

Elaborado por la Autora

Análisis: Los resultados obtenidos de la pregunta seis arrojan que la encuesta del servicio al cliente indica que tiempo aproximado ha tenido que esperar en abordar un taxi hay similitud entre tres preguntas de la encuesta de capacitación, la primera que es acorde a la segunda pregunta ya que el valor corresponde a1 que viene hacer igual que la interrogante en que la empresa esta equilibrada en las necesidades de capacitación a los socios mediante un proceso, luego sigue la segunda opción que es la pregunta seis en que se les indica a los socios cual sería la manera en más apta para darles un aprendizaje lo cual responden a un valor de 0,936 y por último la pregunta cinco que muestra el tiempo en que los socios han recibido el adiestramiento con un valor de 0,908.

Tabla 12.7

Correlación Bilateral entre Encuesta Socios, Choferes y Personal Administrativo y Encuesta Servicio al cliente

	Cómo califica la atención por parte del socio o chofer de la cooperativa de transporte en	La cooperativa de transportes en taxi Plaza del Valle identifica las necesidades de capacitación de los socios	La cooperativa equilibra necesidades de capacitación para los socios respecto a sus procesos.	La cooperativa de transporte en taxi Plaza del Valle realiza evaluaciones periódicas del desempeño que hacen los socios cada día	La cooperativa cuenta con la capacitación necesaria y los conocimientos para desarrollar sus funciones.	La cooperativa a cada tiempo los socios han recibido capacitación	Al efectuarse los programas de capacitación en la cooperativa de taxis Plaza del Valle de qué forma los socios le gustaría que ésta sea. Mediante:	
Cómo califica la atención por parte del socio o chofer de la cooperativa de transporte en	Correlación de Pearson	1	,471*	-.153	-.175	-.221	-.104	-.024
	Sig. (bilateral)		.036	.519	.461	.350	.663	.920
	N	30	20	20	20	20	20	20

(SPSS, Corelacion Encuesta Capacitacion y Servicio Al Cliente, 2017)

Elaborado por la Autora

Análisis: Según los resultados de la pregunta siete indica que como calificaría la atención por parte del socio o chofer en este caso la pregunta más igual en características de alto numeral que es 0,902 es la pregunta seis de como el socio o chofer le gustaría que su entrenamiento sea a base de talleres, seminarios, cursos en el cual se sienta beneficiado para emprender bien el puesto asignar.

Tabla 12.8

Correlación Bilateral entre Encuesta Socios, Choferes y Personal Administrativo y Encuesta Servicio al cliente

		Ha tenido/tiene algún tipo de inconveniente por parte del personal de Taxi Plaza del Valle	La cooperativa de transportes en taxi Plaza del Valle identifica las necesidades de capacitación de los socios	La cooperativa equilibra necesidades de capacitación para los socios respecto a sus procesos.	La cooperativa de transporte en taxi Plaza del Valle realiza evaluaciones periódicas del desempeño que hacen los socios cada día	La cooperativa cuenta con la capacitación necesaria y los conocimientos para desarrollar sus funciones.	La cooperativa a cada tiempo los socios han recibido capacitación	Al efectuarse los programas de capacitación en la cooperativa de taxis Plaza del Valle de qué forma los socios le gustaría que ésta sea. Mediante:
Ha tenido/tiene algún tipo de inconveniente por parte del personal de Taxi Plaza del Valle	Correlación de Pearson	1	-.105	.167	.190	-.023	-.311	-.332
	Sig. (bilateral)		.660	.482	.421	.925	.182	.152
	N	30	20	20	20	20	20	20

(SPSS, Corelacion Encuesta Capacitacion y Servicio Al Cliente, 2017)

Elaborado por la Autora

Análisis: Según los resultados de la pregunta ocho indican que la encuesta de servicio al cliente manifiesta que si han tenido algún tipo de inconveniente por parte del personal de la cooperativa se correlaciono con la pregunta de alto valor que es la cuarta pregunta con 0,925 en la que se basa en que la organización cuenta con un plan de capacitación y conocimiento para desarrollo de las funciones que cumplen dichas personas en la empresa.

3.4 Verificación de la hipótesis

En la verificación de hipótesis se procede a realizar la comprobación posterior al análisis de resultados obtenidos de acuerdo a la aplicación de las encuestas.

La capacitación incide en la calidad de servicio de los Socios, Choferes y Personal Administrativo de la Cooperativa de Transporte en Taxis Plaza del Valle del Cantón Rumiñahui 2016.

Mediante la utilización y comprobación de las encuestas que se evaluó a los Socios, Choferes se determinó que actualmente la Cooperativa de Transportes en Taxis Plaza del Valle enfrenta deficiencias como tener una inadecuada prestación de servicio, atención al cliente respecto a la información que se maneja como socio escasas falencias que obliga a que la empresa misma adopte cambios para que tenga un eficiente proceso de trabajo en la cooperativa y frente a la atención requerida al cliente.

Por otra parte la Capacitación incide en la Calidad de Servicio que prestan los socios, choferes de las unidades de transporte en taxi “Plaza del Valle”, debido al desconocimiento de estrategias que se requieren para la atención al cliente, además que los usuarios manifestaron que los conductores requieren de capacitación, ya que ésta representa una herramienta primordial para mejorar la calidad de servicio de transporte público, por medio de la capacitación se obtendrá conductores preparados para ejercer un excelente desempeño laboral dentro de su puesto de trabajo.

Capítulo IV

Conclusiones y recomendaciones.

4.1 Conclusiones.

- La Cooperativa de Transporte en Taxi “Plaza del Valle” dispone de insuficiente Capacitación acorde a las necesidades que requiere la empresa. Los socios, choferes y personal administrativo, necesitan adquirir nuevos aprendizajes que les permita mejorar sus conductas y de esta manera obtener los resultados esperados en el desempeño y en el servicio que se brinda a los clientes y público en general.
- Los clientes de ruta y público en general encuestados dan a conocer que los socios, choferes de las unidades de transporte en taxi “Plaza del Valle” no están lo suficientemente capacitados para brindar el servicio de transporte que ellos necesitan, lo que hace referencia a un desempeño ineficiente, que a su vez desencadena una baja calidad en el servicio, en la insatisfacción del cliente y por ende una competitividad limitada dentro del contexto del transporte público.

4.2 Recomendaciones

Una vez que se realizó el análisis de los resultados obtenidos durante la presente investigación, se evidencia que:

- Diseñar un programa de capacitación para mejorar y reforzar las competencias necesarias en los socios, choferes, con el fin de promover la productividad y la competitividad laboral de la empresa ante el mercado laboral.
- Mejorar la calidad de servicio al cliente y público en general, para la obtención de usuarios satisfechos, sobre la base de una cultura de servicio eficiente, que enmarque la cortesía, la confianza y la prontitud laboral, fortalecidos en una imagen corporativa elevada que permita mantener el posicionamiento en el mercado y el desarrollo de una cultura de servicio eficiente fundamentada en los valores y principios institucionales.

- Establecer estrategias de trabajo encaminadas al cumplimiento de procedimientos que permitan mejorar el servicio y la atención. Y proponer un Plan de Capacitación Anual en la organización, enfocado a mejorar los conocimientos necesarios para incentivar y motivar a los socios, choferes a ofertar una calidad de servicio a la ciudadanía.

5. Referencias bibliográficas

- AGUILAR, A. S. (2004). Capacitación y desarrollo de personal. En A. S. Aguilar, Capacitación y desarrollo de personal (pág. 17). México: Editorial Limusa.
- CHIAVENATO, I. (2009). Comportamiento Organizacional. México: Mc. Graw Hill.
- CHIAVENATO, I. (2009). Gestión del Talento Humano. México: McGraw-Hill/INTERAMERICANA EDITORES, S.A.pp: 4-5-6-11-12-13-15-16-369- 371-372-373-375-376-377-378-379-381-382-383-384-385-386-387-388.
- CHIAVENATO, Idalberto: La gestión del Talento Humano, Ed. McGraw-Hill, México 2003.
- Código de Trabajo
http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_a/normasde regulaci3n/codigo_trabajo.pdf
- Colunga, C. (2006). La Calidad en el Servicio al Cliente (1ra ed.). México: Panorama Editores.
- Gosso, F. (2008). Hiper satisfacción del cliente- Con sólo satisfacer a los clientes no alcanza! México: Panorama.
- LAUDOYER, G 1997: La certificación ISO 9000, Un motor para la calidad, México
- Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial y Libro segundo del Transporte Terrestre Automotor
- Mondy, W., & Noe, R. (2005). Administración de Recursos Humanos (Novena ed.). México: Pearson- Prentice Hall.

- PUYAL Enrique, La comunicación interna y externa de la empresa (2001).
- Reglamento Interno de la Cooperativa de Transporte en Taxis “Plaza del Valle”
- RUIZ,J, López, C: La gestión por calidad total en la empresa moderna, Madrid – España.
- SPENCER, Jr.McClelland D.and Spencer S.M Competency Assessment Methods. History and State of the Art. Hay/Mc. Ver research Press 1994. 14 Ibarra. Augustin. FORMACION DE RECURSOS HUMANOS Y COMPETENCIA LABORAL. Boletín
- www.monografias.com/trabajos/adolmodin/adolmodin.shtml
- www.marygerencia.com/2010/03/08/la-administracion-de-recursos-humanos-en-un-ambiente-dinamico-y-competitivo/
- www.eoi.es/blogs/madeon/2013/03/11/evaluacion-del-desempeno-laboral/
- www.turismo.gob.ec/programa-conductor-amigo-entrega-certificados-en-competencias-a-conductores-de-taxis
- www.sbs.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/SOAT/Nueva_Ley_transporte_terrestre.pdf
- www.buenosnegocios.com/notas/327-capacitacion-y-atencion-al-cliente
- www.cicad.oas.org/fortalecimiento_institucional/legislations/PDF/EC/constitucion.pdf
- Zabala, S. (2009). Guía a la redacción en el estilo APA, 6ta edición. Biblioteca de la Universidad Metropolitana

ANEXO 1**ENCUESTA DE CAPACITACION – SOCIOS, CHOFERES Y PERSONAL
ADMINISTRATIVO****COOPERATIVA DE TRANSPORTES EN TAXIS PLAZA DEL VALLE
Encuesta para Socios**

Nombre:.....

Nivel de formación:.....

Edad:.....

Tiempo como socio:.....

Conteste de forma clara las siguientes preguntas:

1. La cooperativa de transportes en taxi Plaza del Valle identifica las necesidades de capacitación de los socios

Si ()

NO ()

2. La cooperativa de transportes en taxi Plaza del Valle equilibra necesidades de capacitación para los socios respecto a sus procesos.

Si ()

NO ()

3. La cooperativa de transporte en taxi Plaza del Valle identifica necesidades de capacitación de los socios.

Si ()

NO ()

4. La cooperativa de transporte en taxi Plaza del Valle realiza evaluaciones periódicas del desempeño que hacen los socios cada día

Siempre ()

Casi siempre ()

A veces ()

Nunca ()

5. La cooperativa de transporte en taxi Plaza del Valle cuenta con la capacitación necesaria y los conocimientos para desarrollar sus funciones

Siempre ()

Casi siempre ()

A veces ()

Nunca ()

6. La cooperativa de transporte en taxi Plaza del Valle cada que tiempo los socios han recibido capacitación.

Cada año ()

Cada 6 meses ()

Cada mes ()

Nunca ()

7. ¿La higiene por parte del conductor de la cooperativa de transporte en Taxi Plaza del Valle es?

Muy bueno ()

Bueno ()

Malo ()

Muy Malo ()

8. ¿La atención brindada por parte del personal de la cooperativa de transporte en Taxi Plaza del Valle es?

Muy bueno ()

Bueno ()

Malo ()

Muy Malo ()