



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN  
GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS DIMENSIONES DEL  
SERVICIO AL CLIENTE Y PROPUESTA DE MEJORA EN LA  
PEQUEÑA EMPRESA MR. CAT TAXI DEL CENTRO  
COMERCIAL MEGA PLAZA - CHIMBOTE, 2018**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR**

**Br. DOMINGUEZ BELTRÁN, RONALD GIANCARLO**

**ASESOR**

**Dr. CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARÍAS**

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2019**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR:**

**Br. DOMINGUEZ BELTRÁN, RONALD GIANCARLO**

### **ASESOR**

**Dr. CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARÍAS**

### **JURADO DE TESIS**

**Mgtr. MORILLO CAMPOS, YULY YOLANDA**

**Mgtr. LIMO VÁSQUEZ, MIGUEL ANGEL**

**Mtro. CERNA YZAGUIRRE, JULIO CESAR**

**JURADO EVALUADOR DE TESIS**

Mgtr. MORILLO CAMPOS, YULY YOLANDA  
**PRESIDENTE**

Mgtr. LIMO VÁSQUEZ, MIGUEL ANGEL  
**MIEMBRO**

Mtro. CERNA IZAGUIRRE, JULIO CESAR  
**MIEMBRO**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

Al Dr. Centurión Medina como asesor por haberme brindado los conocimientos y ser una guía para la realización de mi informe de tesis.

A mis padres, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional.

## DEDICATORIA

A Román, porque te amo infinitamente hijo querido, y mis padres, que durante estos años de carrera han sabido apoyarme para continuar y nunca renunciar, gracias por su amor incondicional y por su ayuda en mi proyecto

El autor.

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar si la calidad de servicio logra obtener ventaja competitiva en la y empresa MR. CAT TAXI del centro comercial Mega Plaza - Chimbote, 2018. De su metodología fue descriptivo, de tipo no experimental, para el recojo de la información se escogió una población muestral cuya cifra ascendió a los 30 trabajadores, a quienes se les aplicó un cuestionario empleando alternativas cerradas, se utilizó la técnica de la encuesta. Siendo estos los principales resultados; Respecto a la experiencia laboral, el 3% de los transportistas acumula menos de un año trabajando, el 60% entre uno a cinco años, el 37% más de cinco años, Sobre la Planificación de actividades, el 27% de los transportistas manifestó que nunca se conoce la condición técnica de los vehículos de la empresa MR. CAT TAXI, un 70% manifestó que nunca se prioriza la atención de calidad por los conductores. Concluye que un 37% manifestó que nunca se prioriza un sólido posicionamiento como servicio de transporte. Un 60% manifestó que la empresa nunca cubre todas las rutas de la localidad, un 13% que casi nunca. Un 43% sostuvo que la empresa nunca cuenta con un sistema tarifario acorde al público, un 30% manifestó que nunca se genera rentabilidad. Un 60% sostuvo que nunca se aprovechan las capacitaciones a conductores. Sobre la Corrección, un 60% manifestó que nunca hay esmero por la gerencia de la empresa para resolver problemas por los conductores con que cuenta.

**Palabras clave:** Clientes, Gestión de calidad, Planificación.

## ABSTRACT

The objective of the present investigation was to determine if the quality of service achieves competitive advantage in the company and MR. CAT TAXI of the shopping center Mega Plaza - Chimbote, 2018. Of its methodology was descriptive, non-experimental type, for the collection of information was chosen a sample population whose figure amounted to 30 workers, who were applied a questionnaire using closed alternatives, the survey technique was used. These being the main results; Regarding work experience, 3% of transporters accumulate less than a year working, 60% between one to five years, 37% more than five years, On Planning activities, 27% of carriers said that the technical condition of the MR company's vehicles is never known. CAT TAXI, 70% said that quality care is never prioritized by drivers. It concludes that 37% said that a solid positioning as a transport service is never prioritized. 60% said that the company never covers all routes in the locality, 13% that almost never. 43% said that the company never has a tariff system according to the public, 30% said that profitability is never generated. 60% said that driver training is never used. About the Correction, 60% said that there is never care by the management of the company to solve problems for the drivers it has.

**Keywords:** Clients, Quality management, Planning

## CONTENIDO

1. Título de la tesis.....	i
2. Equipo de trabajo.....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor.....	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria (opcional).....	iv
5. Resumen y abstract.....	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de gráficos, tablas y cuadros.....	x
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura.....	7
III. Hipótesis.....	19
IV. Metodología.....	20
4.1 Diseño de la investigación.....	20
4.2 Población y muestra.....	20
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	21
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	23
4.5 Plan de análisis.....	23
4.6 Matriz de consistencia.....	24
4.7 Principios éticos.....	28
V. Resultados	
5.1 Resultados.....	29
5.2 Análisis de resultados.....	35
VI. Conclusiones.....	43
Referencias bibliográficas.....	44
Anexos.....	49



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de los representantes en la empresa MR. CAT TAXI.....	29
Tabla 2. Características de la gestión de calidad con el uso de sus dimensiones de planificación de actividades en la empresa MR. CAT TAXI.....	30
Tabla 3. Características de la gestión de calidad con el uso de la dimensión de ejecución de servicio en la empresa MR. CAT TAXI.....	31
Tabla 4. Características de la gestión de calidad con el uso de la dimensión de verificación de quejas y capacitaciones en la empresa MR. CAT TAXI.....	32
Tabla 5. Características de la gestión de calidad con el uso de la dimensión de corrección para resolver problemas en la empresa MR. CAT TAXI.....	33
Tabla 6. Propuesta de Mejora de la empresa.....	34

## **INDICE DE FIGURAS**

Figura 1 Edad	53
Figura 2 Experiencia laboral	53
Figura 3 Grado de instrucción	54
Figura 4 Diagnóstico	54
Figura 5 Agenda de prioridades	55
Figura 6 Desempeños asignados	55
Figura 7 Metas	56
Figura 8 Potencialidad	56
Figura 9 Cobertura	57
Figura 10 Rentabilidad	57
Figura 11 Capacidad razonable de la implementación	58
Figura 12 Respecto operatividad de las soluciones	58
Figura 13 de capacitación	59
Figura14 Resolución de problemas	: 59

## **I. Introducción**

Del presente informe que lleva por título “Gestión de calidad en las dimensiones del servicio al cliente y propuesta de mejora en la pequeña empresa mr. cat taxi del centro comercial mega plaza - Chimbote, 2018

El 99 % de las pequeñas empresas en España y que surgen cada año no supera los dos años de vida, 7 de ellas son pequeñas o medianas empresas por cada 100 habitantes y encontrar una MYPE con 10 años de existencia es una verdadera búsqueda del tesoro, y la causa de su fracaso, es que al iniciar un negocio no gestionan adecuadamente las actividades para un sondeo del mercado es por ello que no seleccionan adecuadamente su público objetivo, no reconocen que productos y servicios ofrecer a sus clientes. (Rivero 2016).

En américa latina y el caribe el 58% de las pequeñas y medianas empresas creen que los ingresos de exportación intrarregionales aumentarán en los próximos 12 meses; un 34% ha experimentado un crecimiento sostenido y sólo un 18% reportó una disminución significativa de las exportaciones intra e interregionales, según el reciente estudio titulado "Comercio global en la economía digital: oportunidades para las pequeñas empresas (El Economista, 2017).

En el Perú el 99.6% de las empresas que existen son consideradas como micro, pequeñas empresas y medianas llamadas mipyme, por lo que según el INEI existe un total de un millón 713,272 empresas en todo el territorio nacional entre la mipyme y grandes compañías, de esta cifra el 96,2% está integrado por las microempresas, constituyendo además el 5,6% de ventas. (noticias, 2017)

Miranda y Vidal (2016) informó que en lo que respecta al 2016, la oficina ha recibido 834 reclamos, de los cuales el 384, es decir el 46%, corresponde a inconvenientes o adulteraciones del taxímetro. A esta razón le sigue la conducción irresponsable con 85 quejas y el maltrato por parte del conductor, con 161 denuncias. Otros motivos son las tarifas elevadas, que suman 46 y la informalidad, con 68 denuncias. Calderón añadió que lo ideal es que las asociaciones gremiales y la autoridad controlen el ingreso de conductores, porque en Chile basta con tener la licencia de conducir correspondiente y comprar un cupo para ser taxista, mientras que en otros países hay un registro de los conductores, a quienes les piden exigencias mínimas.

Miró (2018) responsabiliza de los accidentes relacionados al tránsito, a quienes hayan incumplido una norma de tránsito. En el caso de los choferes, estos no consideran que su forma de conducir, linde con la temeridad, y creen que, para evitar un accidente, simplemente basta con tocar la bocina, cuando lo que en realidad deberían hacer es disminuir los límites de velocidad, para así evitar atropellar a algún despistado transeúnte. Es precisamente la velocidad que le infringen los conductores a sus unidades, la causa de al menos la tercera parte de accidentes viales. Propone sanciones a las empresas que circulan por las pistas de Lima y Callao, a pesar de no tener permiso. Asimismo, considera que ambas municipalidades deben cruzar información para luchar contra los considerados conductores piratas.

Caman (2015) asegura que el transporte en la ciudad de Chimbote es, sin duda, una de las preocupaciones más grandes que tiene el usuario y, por lo tanto, la que más malestar genera. Las razones la conocen todos, el mal trato por parte de los conductores, irrespeto constante de las rutas asignadas, unidades deterioradas, y, sobre todo, el costo elevado de

los pasajes, lo que ha llevado a la ciudad a tener una de las tarifas más alta en medio de transporte. Desde entonces, la sociedad civil se ha pronunciado, exigiendo a la Municipalidad Provincial del Santa, como a las diversas asociaciones de transportistas, a tomar conciencia de la economía del usuario, se renueve el plan regulador de rutas y se regule el sistema de transportes en la ciudad, pero han pasado varios nombres por el sillón municipal y poco o nada se ha hecho respecto al tema.

En Chimbote, la empresa Mr. Cat Taxi, opera con 30 unidades brindando el servicio de taxi, cuenta con dos paraderos en el Centro Comercial MEGA PLAZA, aunque inicialmente iniciaron cumpliendo disposiciones y requisitos para otorgar un servicio de calidad a los usuarios, algunos transportistas se han visto involucrados en enfrentamientos con clientes, inclusive acusados por estos de agresiones verbales, al parecer por falta de tolerancia eventualmente, en otros casos se ha sabido de casos puntuales en los que se incurre en exceso de los límites de velocidad permisibles, solo por retornar lo antes pronto al paradero para conseguir más carreras, algunos no emplean las seguras y adecuadas rutas en sus servicios, arriesgando la seguridad de pasajeros, lo que finalmente conduce a insatisfacción y quejas. Tampoco se tiene un estudio de calidad como servicio de una empresa de taxi desde un centro comercial en la ciudad de Chimbote, también se percibe escaso interés por los agremiados a la empresa Mr. Cat Taxi respecto a mediciones de calidad, crecimiento y competitividad.

Camán (2015) asegura que el transporte en la ciudad de Chimbote es, sin duda, una de las preocupaciones más grandes que tiene el usuario y, por lo tanto, la que más malestar genera. Las razones la conocen todos, el mal trato por parte de los conductores, irrespeto constante de las rutas asignadas, unidades deterioradas, y, sobre todo, el costo elevado de los pasajes, lo que ha llevado a la ciudad a tener una de las tarifas más alta en medio de transporte. Desde entonces, la sociedad civil se ha pronunciado, exigiendo a la Municipalidad Provincial del Santa, como a las diversas asociaciones de transportistas, a tomar conciencia de la economía del usuario, se renueve el plan regulador de rutas y se regule el sistema de transportes en la ciudad, pero han pasado varios nombres por el sillón municipal y poco o nada se ha hecho respecto al tema.

En Chimbote, la empresa Mr. Cat Taxi, opera con 30 unidades brindando el servicio de taxi, cuenta con dos paraderos en el Centro Comercial MEGA PLAZA, aunque inicialmente iniciaron cumpliendo disposiciones y requisitos para otorgar un servicio de calidad a los usuarios, algunos transportistas se han visto involucrados en enfrentamientos con clientes, inclusive acusados por estos de agresiones verbales, al parecer por falta de tolerancia eventualmente, en otros casos se ha sabido de casos puntuales en los que se incurre en exceso de los límites de velocidad permisibles, solo por retornar lo antes pronto al paradero para conseguir más carreras, algunos no emplean las seguras y adecuadas rutas en sus servicios, arriesgando la seguridad de pasajeros, lo que finalmente conduce a insatisfacción y quejas. Tampoco se tiene un estudio de calidad como servicio de una empresa de taxi desde un centro comercial en la ciudad de Chimbote, también se percibe escaso interés por los agremiados a la empresa Mr. Cat Taxi respecto a mediciones de calidad, crecimiento y competitividad.

Por lo anteriormente expresado, se planteó el siguiente enunciado del problema de investigación:

¿cuáles son las principales características de la gestión de calidad en las dimensiones del servicio al cliente y propuesta de mejora en la pequeña empresa MR. CAT TAXI del centro comercial MEGA PLAZA - Chimbote, 2018? Para dar respuesta al problema, se planteó el siguiente objetivo general:

- Determinar las principales características de la gestión de calidad en las dimensiones del servicio al cliente y propuestas de mejora de la pequeña empresa MR. CAT TAXI del centro comercial MEGA PLAZA - Chimbote, 2018.

Para poder conseguir el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos:

- Describir las principales características de los trabajadores de la pequeña empresa MR. CAT TAXI del centro comercial MEGA PLAZA - Chimbote, 2018.
- Describir Las principales características de la pequeña empresa MR. CAT TAXI del centro comercial MEGA PLAZA –Chimbote,2018.
- Describir las principales características de la gestión de calidad en las dimensiones del servicio al cliente de la empresa MR. CAT TAXI del centro comercial MEGA PLAZA - Chimbote, 2018.
- Elaborar la propuesta de mejora de la empresa MR. CAT TAXI del centro comercial MEGA PLAZA - Chimbote, 2018.

Finalmente, el presente estudio se justifica porque a nivel regional y local casi no existen referentes estadísticos de un tema tan sensible como el servicio de calidad en las dimensiones del servicio al cliente de la empresa en un caso concreto, en este caso de la

empresa MR. CAT TAXI del centro comercial MEGA PLAZA - Chimbote. A nivel descriptivo permitirá conocer los aspectos que conforman el servicio de calidad en una entidad privada responsable del servicio de transporte exclusivo en su local. Desde el punto de vista metodológico proporciona un instrumento (cuestionario) para el recojo de información servicio de calidad, asimismo, el presente trabajo de investigación servirá como antecedente y proporcionará una consistente base teórica para otros estudios posteriores a ser realizados por los estudiantes de la comunidad académica, tanto local como nacional.

Desde el punto de vista práctico, permitirá contar con datos estadísticos concretos sobre las principales características del servicio de calidad en las dimensiones del servicio al cliente y propuesta de mejora en la empresa MR. CAT TAXI del centro comercial MEGA PLAZA - Chimbote, y así brindar información verídica para los propios trabajadores y clientes, de ese modo quedarán a disposición las mejores recomendaciones para mejorar las condiciones en las cuales hubiera necesidad de ello.

La metodología que se utilizará de tipo cuantitativo, descriptivo para el recojo de la información se escogió una población muestral cuya cifra ascendió a los 30 representantes, a quienes se les aplicó un cuestionario empleando alternativas cerradas, se utilizó la técnica de la encuesta del centro comercial MEGA PLAZA – Chimbote.



## **II Revisión de literatura**

### **2.1. Antecedentes**

En el plano internacional Trujillo (2014) en su investigación *Modelo de gestión estratégica para lograr una administración eficiente en la empresa de taxis en terminal terrestre de la ciudad de Tena, provincia de Napo* y cuyo objetivo Diseñar un Modelo de Gestión Estratégica para lograr una Administración Eficiente en la Cooperativa de Taxis y Camionetas Terminal Terrestre de la Ciudad de Tena, Provincia de Napo, de metodología cuantitativa descriptiva, de los resultados el 94% no conoce la historia de su empresa, el 97% no conoce sobre la misión y visión de su empresa, el 25% señala los principios que reflejan la empresa, el 82% refiere que existe colaboración entre los socios, donde concluyó que se sentirá respaldado, por la mejora continua que experimentará, con la aplicación de estrategias de desarrollo continuo (capacitación) y que será determinados en función del análisis de las competencias para cada departamento.

Así mismo concluyo que el modelo de gestión estratégico para determinar el rendimiento del servicio propuesto, se enfoca a que cada trabajador en determinado puesto de trabajo conozca sus funciones y responsabilidades en los diferentes departamentos que contiene la empresa y/o asociación de taxis objeto de estudio, permitirá a la organización el control del desempeño de los socios y trabajadores, bajo sus competencias y acorde a cada actividad operativa dentro y fuera de la empresa.

Flores(2016) en su tesis titulada *Taxi de la Guarda* Cuyo objetivo fue estratégicos y financieros, de metodología el análisis de variables geodemográficas, socioeconómicas, pictográficos y conductuales, eligiendo a un público entre 18-69 años de los resultados, un caso sin flota y el otro que cuenta con ella. Se determinó el monto total de la inversión y el tipo de financiamiento. Se definieron los presupuestos de ingresos y egresos y se calcularon los de costos, mano de obra, depreciación e impuestos. Se elaboró el Estado de Ganancias y Pérdidas, y el Flujo de Caja Económico y Financiero. Se analizaron los principales indicadores económicos y financieros y se realizó un análisis de sensibilidad con 3 escenarios y 3 costos de oportunidad del capital (optimista, conservador y pesimista) siendo en todos los casos los resultados favorables demostrando la rentabilidad del proyecto. Para el caso sin flota el VANE ascendió a 2,355,091 y el VANF a 2,365,842, mientras que para el caso con flota el VANE fue de 2,337,044 y el VANF de 2,931,218. concluye que un aspecto importante a rescatar, es el hecho de las condiciones y apariencias del vehículo, teniendo como características principales; la modernidad, la limpieza y la identificación con datos de la empresa, lo que permitirá la comodidad del cliente y una mejor valoración del servicio que recibe. Otro punto relevante.

En la conclusión del presente estudio, es el servicio que reciben los clientes por parte del personal de la empresa, en este caso la pasajera y el chofer, pues las personas integrantes del focus consideran que deben pasar por una capacitación para dar un buen trato al cliente y acelerar los procesos al momento de dar distintas indicaciones sobre el servicio o al brindarlo; el aseo personal del chofer también es importante, con la finalidad que muestre cierta formalidad; por último, el conocimiento de las rutas es un aspecto muy

valorado e importante pues consideran que da garantía de hacer el recorrido en menor tiempo pero manejando de manera prudente.

Rodríguez(2104) en su tesis, *Implementación de un sistema de control interno y su incidencia en la gestión de las empresas de taxi de la ciudad de Trujillo* cuyo objetivo fue Determinar si con la implementación de un sistema de control interno en las empresas o negocios que prestan el servicio de taxi de metodología descriptivo método inductivo , de los resultados; 26 trabajadores son conductores, 1n de 2 a más años trabajando en la empresa, 3 tiene, 25 conocen el manual de organización y funciones, 22 tiene supervisión constantes durante el trabajo, 78% se identifican con la empresa, 70% nunca le exigen en su trabajo, 81% nunca realizan labores que no le corresponden, concluyó que la implementación de un sistema de control interno incide de manera positiva en la gestión de la empresa, ya que actualmente se visualizan ciertas debilidades que impiden alcanzar un nivel de gestión de calidad optimo con el cual se puede llegar a cumplir las metas y objetivos.

Ocaña (2015) en su investigación titulada *Características de la capacitación y calidad de servicio de las MYPE rubro servicio de taxi en los distritos de Piura y Castilla año 2015* y cuyo objetivo fue Determinar el grado de incidencias de las estrategias de capacitación, la selección de ECAP”S y el currículo del programa PRO JOVEN, de su metodología de tipo descriptivo que permite describir, analizar, registrar, interpretar y medir las diferentes variables el estudio con nivel cuantitativo diseño no experimental-transversal. de los resultados se puede observar que el 58.33 % de los encuestados señalan que a veces la empresa brinda capacitaciones para el mejor desempeño de sus labores en el trabajo que

realizan dentro de la empresa. Además, podemos observar que el 27.78 % indicaron que casi nunca la empresa brinda capacitaciones para la realización de su trabajo, solo el 13.87 % concluyendo que en algunas MYPE que brindan el servicio de taxi en Piura y Castilla año 2015, se caracterizan por no tener inducciones ni capacitaciones al personal (chofer), motivo por el cual se generan deficiencias al momento de brindar su servicio. Desde esta perspectiva se concluye que tan importante y rentable pueden llegar a ser para la misma MYPE el que los trabajadores sean eficientes por medio de las inducciones o capacitaciones laborales en el servicio que se brindará.

Por otro lado, Ruiz (s.f.) en su investigación, *Determinación del estado actual de la unidad de transporte público urbano y la calidad del servicio en las ciudades de Chimbote y nuevo*, afirma que, el parque automotor de las unidades de transporte de Chimbote y Nuevo Chimbote comprende 1, 940 unidades, donde el 35.43%, corresponde a servicios de taxi. El 26% de la flota vehicular, requiere renovación inmediata, después de superar su vida útil, mayor a 15 años, generando riesgo para la vida del usuario, mala calidad del servicio, alta contaminación ambiental, etc. La insatisfacción por la calidad que reciben los usuarios, respecto al incumplimiento de la ruta, mal trato, el alto cobro de tarifas, es un 49.3%. El 35.43% de la percepción ciudadana sobre la calidad del servicio aduce al estado de las unidades y el 70.6% al servicio que presta el chofer.

Gómez, (2015) estudio titulado *Gestión de calidad micro y pequeñas empresas* representante bajo el enfoque del liderazgo, cuyo objetivo determinar las principales características la Gestión de calidad bajo el enfoque del Liderazgo en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro hostales, casco urbano de distrito de Chimbote, año

2015. La investigación fue cuantitativa- descriptiva, de diseño no experimental - transversal. Obteniéndose los siguientes resultados. El 81% de los representantes tienen más de 51 años de edad. El 90,5% de los representantes son de género masculino. El 100% de los representantes tienen instrucción superior no universitaria. El 100% de los representantes son dueños. El 100% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro. El 100% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 1 a 5 colaboradores. El 57,1% de las micro y pequeñas empresas cuentan con personas no familiares trabajando. El 100% de las micro y pequeñas empresas se formaron para generar ganancias. El 85,7% de los representantes no conocen del término gestión de calidad.

## **2.2 Bases Teóricas:**

La calidad es un nivel estratégico cuando se basa en el cliente, su definición se sustenta a partir de la premisa de que solo con calidad se determina lo que requiere cómodamente un usuario. Los consumidores, individualmente poseen sus necesidades, así como gustos muy diferenciados, cuando un artículo satisface un alto nivel en las preferencias se le considera como aquel que posee una calidad mayor y así es percibida.

Sandhusen (2012) define los servicios como aquellas actividades que benefician o satisfacen, se ofertan a los públicos para obtener una renta, en esencia, un servicio es intangible pues no otorga como resultado que se obtenga algo como propiedad, se entiende que en un servicio es para usarse, pero definitivamente no para

apropiarse al igual como los productos, solo se disfruten o aprovechan por sus cualidades si se consumen.

Por su parte Lam y Mack (2012) definen todo servicio aquel resultado tras la aplicación del trabajo humano o dispositivos de consumo con apoyo de personas que colaboran. Los servicios evidencian hechos, cualquier desempeño o esfuerzo alguno es imposible de poseerlo físicamente, ello implica en los servicios un especial carácter: prestación necesaria que se ofrece por personas que han dedicado su esmero intelectual o físico, a veces inclusive con ambos casos.

Desde la perspectiva de Cruz (2017) la calidad de los diferentes servicios se corresponde con la percepción que tendrían clientes respecto a la real correspondencia que existe entre los desempeños y las expectativas de la gente, se asume la calidad como el valor que se relaciona con todos los elementos principales y secundarios, cuantitativos como cualitativos, inclusive hasta con los de un producto, por tanto, la calidad se configura como un atributo inherente a cualesquiera de los servicios, se define o cataloga a partir de las expectativas o las necesidades.

La calidad de servicios equivale a un valor y este se corresponde con las percepciones que se tienen de las propiedades de cualquier bien o servicio a la vez de todo aquello de lo que se espera. Frecuentemente se escucha que desde los clientes se valora la calidad del servicio hasta el punto del agradecimiento, tampoco disocia sus elementos o componentes ya que la determinación de la calidad es como una totalidad.

## **Definición de calidad**

De acuerdo a Garrido (2017) toda gestión de calidad constituye un proceso de construcción y el norte es la calidad misma en todo servicio, es necesario asumir una gestión como un trabajo en el que se busca la identificación, la interiorización, la satisfacción y la superación a un ritmo continuo a partir de las expectativas de los individuos que en su condición de clientes guardan relación con las empresas. La gestión en aras de la calidad pone mucha atención en los servicios, a veces su real dimensión es muy compleja. Al detalle, el proceso del que se da cuenta, orienta a crecer, asume elemental averiguar las necesidades de los clientes, inclusive potenciales clientes, eso se llama identificación.

Satisfacer, conlleva a cumplir con los clientes, pero ello no implica haber acabado con ellos, por el contrario, todo inicia o continua, la satisfacción es un factor clave por la que se deben realizar todas las mejoras urgentes y necesarias en cada uno de sus procesos. Finalmente, la superación que implica hacer un día diferente al anterior, específicamente, mucho mejor. Todo objetivo empresarial es simplemente el hacer cumplir las metas de respectivos clientes. Asimismo, una gestión de calidad es entonces un proceso dinámico con la condición de adaptarse continuamente a los diversos y frecuentes cambios respecto a las atenciones de clientes, se suma a ello la presión desde la competencia que se sabe bien, cuentan con sus propios productos y servicios.

Para Ornelas y Gallardo (2010) se alcanza a definir como gestión de la calidad todo un proceso que constituye una suma de esfuerzos concatenados para contrastar la calidad que se considera como esperada sin descuidar a la vez la que

se percibe desde los clientes y ello se logra mediante el examen de dimensiones como la confiabilidad, la tangibilidad, la seguridad, la capacidad de respuesta y la empatía.

### **Importancia del servicio de calidad**

Caro y Gonzales (s.f.) nos dice que la calidad su manera de gestionarla, afecta de gran manera a una empresa o institución de cuatro maneras fundamentales:

- a. Costos y participación del mercado: el mejorar servicio de calidad, lleva al ahorro en los costos y a una mayor participación en el mercado, debido a que tendrá una disminución notable de fallas, reproceso y garantías por devoluciones.
- b. Prestigio de la Organización u institución: la calidad surgirá por las percepciones que los clientes tengan sobre los productos o servicios de una empresa y también por las prácticas de los empleados y sus relaciones con las personas o clientes.
- c. Responsabilidad por los productos o servicios: las organizaciones que elaboran o diseñan servicios defectuosos, podrían ser responsabilizadas por daños de uso; lo que llevara a la organización a enfrentar gastos legales, costos en publicidad o costosos arreglos que eviten el fracaso total de la organización.
- d. Implicaciones internacionales: estamos en una época de la globalización, en donde la gestión de la calidad, es un asunto internacional, tanto para una compañía como para un país. En cuanto a la competencia efectiva, el



producto o servicio deben cumplir con las expectativas de calidad de servicio.

### **2.3 Marco Conceptual**

#### **Enfoque del servicio de la Calidad: Características básicas.**

Camisón, Cruz y Gonzales (2016) se ha de dejar muy claro que los criterios que encierra el tema de servicio de Calidad, encierran varios enfoques con distintos grados de intensidad. Por lo que a continuación detallare un perfil de el enfoque de servicio de calidad en las 12 características planteadas.

##### ***a. Que es el concepto de calidad:***

El desarrollo del CEC (Control de Enfoque de Calidad) lo define como al trabajo o actividad que se realiza en la empresa, esta insertada dentro de un conjunto de actividades las cuales tienen un objetivo. Asi mismo todo proceso cuenta con un personal, procedimientos, maquinarias y controles.

##### ***b. Que es el Centro de atención***

El eje de inspección y control de enfoque de calidad son: el producto final y los procesos. El concepto de calidad total, así mismo es el que ofrece una empresa, para relacionarse con sus clientes, Asi mismo se realiza a cualquier persona que haga parte y hace dentro de un ámbito salarial.

##### ***c. La Naturaleza***

Los controles de enfoque de calidad, asume una forma estadística por el vigoroso uso de herramientas de este nivel, los controles de calidad total comprometen a todos los procesos directos de producción, analizados desde un enfoque sintetizado, mientras

tanto el enfoque centrado en la calidad del servicio, manifiesta un perfil comercial, por girar alrededor del servicio al cliente.

*d. El Ámbito*

Basado a lo interno dentro de la gestión de calidad. Así mismo puede ser un espacio ideal, que surge de cuestiones y asuntos de una o más materias que están vinculadas entre sí, por lo tanto, es la amplitud y las características de las relaciones productivas de su entorno, Así mismo servirá para definir la cartera de negocios o de actividades de la empresa.

*e. La Orientación*

Identifica a la orientación empresarial a la transformación de la cultura de detección, así como a la función primordial del marketing empresarial hacia el mercado que consume sus productos o servicios.

*f. La Motivación*

son los miembros de la organización para con los clientes precisamente, en pos de ganar su implicación y fidelidad. En cambio, la gestión de calidad total es generada internamente por una condición esencial para obtener los beneficios pretendidos al asegurar la calidad es el compromiso y motivación de todos los individuos que trabajan en la empresa, relacionados con los aspectos de calidad.

*f.El Objetivo*

objetivo único basado es un ISO 9001, para obtener un consenso en cuanto a las soluciones, por lo que es muy importante obtener beneficios reales y entender el impacto de la implementación de normas, por lo tanto, obtenemos con las exigencias de la sociedad y del comercio a la vez favorezcan un mejor desempeño de la

organización, esto debe ser medibles y también coherentes con la calidad, para satisfacer la necesidades y expectativas del cliente.

### **Dimensiones e indicadores de la gestión de calidad**

A criterio de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) el abordaje teórico respecto a la calidad cuando se trata de servicios, implica necesariamente el repaso y sustento de su composición teórica, es por ello que resulta muy fundamental y en suma pertinente escudriñar su interna dinámica a partir de lo que implica con exactitud una gestión de calidad, es por ello ver cada una de sus dimensiones en el plano teórico y estos son:

#### **a. dimensión de ejecución de servicio**

##### **b. Fiabilidad.**

Constituye un atributo o aspecto que se desprende de la confianza muy presente, es un valor subjetivo que se manifiesta solo cuando se adquieren los servicios y/o productos. Se trata de aquella predisposición para el acercamiento y por ende su permanencia con lo adquirido. Tiene por indicadores elementales a: La consistencia en la prestación del servicio, la responsabilidad, la rapidez y la competencia.

##### **c. Capacidad de respuesta**

Constituyen los esfuerzos por cubrir o mantener la comunicación para cualquier reacción o efecto, debe estar presente de inicio a fin del proceso contractual, inclusive más allá, se le reconoce a la oferta ser un inicial estímulo. Sus pertinentes e importantes indicadores son: La información oportuna y la absolución de dudas.

##### **d. Seguridad.**

Equivale a la garantía del servicio, se trata del sentido o valor de conformidad que se alcanza para consagrar el bienestar de un cliente, se manifiesta poniendo en ejercicio

las iniciativas de atención ante el cliente, se trata de un factor que resulta muy accesible si el personal o terceras personas se lo proponen, puede llegar a ser un rasgo característico de la institución. Sus indicadores son: La credibilidad y el bienestar del consumidor (cliente).

#### **e. Empatía**

Constituyen las conexiones a partir de los procesos de comunicación, son los contactos en alguna medida participativos, su naturaleza directamente se sustenta en el valor de la afectividad, pues esta posee una subjetiva naturaleza ideal para gestionar altercados, riñas, desavenencias, agravios o cualquier diferencia comunicativa. La empatía puede comprometer nexos o lazos de tipo psicológico con la finalidad es articular o fortalecer la cuota de confianza en cada cliente. Sus pertinentes indicadores son: La accesibilidad la cortesía y la comunicación.

### **III. Hipótesis**

En el presente estudio de investigación de la gestión de calidad en las dimensiones del servicio al cliente y propuestas de mejora, no se plantea hipótesis porque se trató de una investigación de tipo descriptivo con enfoque cuantitativo.

## **IV. Metodología**

### **4.1. Diseño de la investigación**

En la elaboración del proyecto se utilizará el diseño de investigación no experimental-transversal. Descriptivo. asimismo, será supervisado por el docente asesor del proyecto. Asimismo, será no experimental porque se realizará sin utilizar deliberadamente la variable gestión de calidad en las dimensiones del servicio al cliente y propuesta de mejora.

Por lo que será transversal por ser un estudio en tiempo definido teniendo un inicio y fin. Así mismo será descriptivo porque solo describirá las características más relevantes de la empresa y sus representantes y la variable en estudio.

### **4.2. Población y muestra**

#### **población**

La población se conformó por la totalidad de trabajadores de la empresa MR. CAT TAXI del centro comercial MEGA PLAZA – Chimbote, cuya cifra asciende a 30.

#### **Muestra**

La muestra fue asumida como la totalidad de la población, ello se denomina población muestral, la muestra por tanto ascendió automáticamente a los 30 trabajadores de la empresa MR. CAT TAXI del centro comercial MEGA PLAZA – Chimbote.

### 4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
dimensiones	Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988). El abordaje teórico respecto a la calidad cuando se trata de servicios, implica necesariamente el repaso y sustento de su composición teórica, es por ello que resulta muy fundamental y en suma pertinente escudriñar su interna dinámica a partir de lo que implica con exactitud una gestión de calidad, es por ello ver cada una de sus dimensiones en el plano teórico	Conjunto de percepciones en torno a las dimensiones y que se obtiene por medición.	Conducción	Dirección
				Estímulo
				Impulso al logro
			Capacidad	Confiabilidad
				Desempeño
			Involucramiento	Integración
				Interacción
			Autonomía	Autodeterminación
				Convicción
				Autocontrol
				Autosuficiencia
			Comunicación	Mensaje
				Canales
Códigos				

Gestión de calidad	De acuerdo a Garrido (2000) toda gestión de calidad constituye un proceso de construcción y el norte es la calidad misma en todo servicio, es necesario asumir una gestión como un trabajo en el que se busca la identificación, la interiorización, la satisfacción y la superación a un ritmo continuo.	Conjunto de percepciones en torno a la Gestión de calidad que se obtiene por medición.	Fiabilidad	Consistencia en la prestación del servicio
				Responsabilidad
				Rapidez
				Competencia.
			Capacidad de respuesta	Información oportuna
				Absolución de dudas
			Seguridad	Credibilidad
				Bienestar del consumidor
			Empatía	Accesibilidad
				Cortesía
				Comunicación.



#### **4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

##### **Técnica**

Se consideró la encuesta como técnica, la misma fue anónima, personal y de aplicación física.

##### **Instrumento**

Por corresponder a la técnica de encuesta se consideró un cuestionario tipo Likert, esta se elaborará posteriormente se aplicará. Contará con 14 ítems cuya tendencia ha de ser positiva (Anexo 01) y sus alternativas no excederán de cinco, la marcación será de opción única como tal como se observa en seguida:

#### **4.5. Plan de análisis**

El análisis de los datos recolectados en la investigación se hará uso del análisis descriptivo de las variables en estudio; se elaborarán tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales; así como figuras estadísticas. El procesamiento de los datos se realizará con el programa informático Microsoft Excel 2007.

#### 4.6. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	POBLACION Y MUESTRA	METODOLOGIA Y DISEÑO DE INVESTIGACION	PLAN DE ANALISIS
<p><b>General</b></p> <p>¿cuáles son las principales características de la gestión de calidad en las dimensiones del servicio al cliente y propuesta de mejora en la pequeña empresa MR. CAT TAXI del centro comercial MEGA PLAZA - Chimbote, 2018?</p>	<p>• General:</p> <p>Determinar las principales características de la gestión de calidad en las dimensiones del servicio al cliente y propuestas de mejora de la pequeña empresa MR. CAT TAXI del centro comercial MEGA PLAZA - Chimbote, 2018.</p>	<p>dimensiones</p> <p>Gestión de calidad</p>	<p>Población:</p> <p>30 trabajadores de la empresa MR. CAT TAXI del centro comercial MEGA PLAZA - Chimbote</p> <p>Muestra:</p> <p>30.</p> <p>Población muestral</p>	<p>Tipo:</p> <p>Cuantitativo</p> <p>Nivel:</p> <p>descriptivo</p>	<p>Técnicas:</p> <p>Encuesta</p> <p>Instrumentos</p> <p>Cuestionario estructurados</p>

	<p><b>objetivos</b></p> <p><b>específicos:</b></p> <p>_ Describir las principales características de los trabajadores de la pequeña empresa MR. CAT TAXI del centro comercial MEGA PLAZA - Chimbote, 2018.</p> <p>_ Describir Las principales características de la pequeña empresa MR. CAT TAXI del centro</p>				
--	---	--	--	--	--

	<p>comercial</p> <p>MEGA PLAZA</p> <p>–</p> <p>Chimbote,2018.</p> <p>_Describir las principales características de la gestión de calidad en las dimensiones del servicio al cliente de la empresa MR.</p> <p>CAT TAXI del centro comercial MEGA PLAZA - Chimbote, 2018.</p> <p>_Elaborar la propuesta de mejora de la</p>				
--	---	--	--	--	--

	empresa MR. CAT TAXI del centro comercial MEGA PLAZA - Chimbote, 2018.				
--	--	--	--	--	--

#### **4.7. Principios éticos**

En el presente estudio de investigación: “empresa mr. cat taxi del centro comercial mega plaza - Chimbote, 2018, se utilizará los siguientes principios éticos como la confidencialidad, respeto a las personas, confiabilidad, responsabilidad y lealtad.

**Confidencialidad:** solo serán publicadas la información que los representantes o gerentes de las micro y pequeñas empresas desearán que sean publicadas.

**Respeto a las personas:** se respetó las opiniones, religiones, costumbres de las personas que participaran en el trabajo de investigación para el bien común.

**Confiabilidad:** las informaciones y datos que se presentaron son reales, recopilados a través de la encuesta, internet, tesis de autores relacionados con el tema de investigación.

**Lealtad:** las informaciones que fueron recopiladas para este trabajo de investigación fueron utilizados solo para fines académicos sin perjudicar a ningún autor o informaciones que brinden representantes de las micro y pequeñas empresas.

## Resultados

### 5.1. Resultados

Tabla: 1.

*Características de los trabajadores en la empresa MR. CAT TAXI*

<b>Datos generales</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Edad</b>		
18 a 30 años	4	13,30
31 a 50 años	19	63,30
De 51 a más	7	23,40
Total	30	100,00
<b>Experiencia laboral</b>		
Menos de un año	1	3,30
Entre uno a cinco años	18	60,00
Más de cinco años.	11	36,70
Total	30	100,00
<b>Grado de instrucción</b>		
Primaria	1	3,30
Secundaria	9	30,00
Superior no universitario	13	43,30
Superior universitario.	7	23,40
Total	30	100,00

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los transportistas de la empresa MR. CAT TAXI

Tabla 2.

*Características de la gestión de calidad con el uso de sus dimensiones de planificación de actividades en la empresa MR. CAT TAXI*

<b>Datos generales</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Se conoce la condición técnica de los vehículos de la empresa MR. CAT TAXI		
Nunca	8	26,70
Casi nunca	5	16,70
A veces	5	16,70
Casi siempre	8	26,70
Siempre	4	13,20
Total	30	100,00
Se instruye un protocolo (distintivo, uniformes, etc.) para los conductores		
Nunca	9	30,0
Casi nunca	5	16,70
A veces	5	16,70
Casi siempre	6	20,00
Siempre	5	16,70
Total	30	100,00
Se prioriza la atención de calidad por los conductores de la empresa MR. CAT TAXI		
Nunca	21	70,00
Casi nunca	4	13,30
Casi siempre	3	10,00
Siempre	2	6,70
Total	30	100,00
Prioriza la gerencia de la empresa MR. CAT TAXI un sólido posicionamiento como servicio de transporte		
Nunca	11	36,70
Casi nunca	4	13,30
A veces	4	13,30
Casi siempre	7	23,30
Siempre	4	24,40
Total	30	100,00

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los transportistas de la empresa MR. CAT TAXI



Tabla 3.

*Características de la gestión de calidad con el uso de la dimensión de ejecución de servicio en la empresa MR. CAT TAXI*

<b>Datos generales</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Hay esmero en contar con un aplicativo digital para la empresa MR. CAT TAXI</b>		
Nunca	6	20,00
Casi nunca	6	20,00
A veces	7	23,30
Casi siempre	5	16,70
Siempre	6	20,00
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100,00</b>
<b>Cubre la empresa MR. CAT TAXI todas las rutas de la localidad</b>		
Nunca	18	60,00
Casi nunca	4	13,30
A veces	4	14,30
Casi siempre	3	10,00
Siempre	1	3,40
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100,00</b>
<b>Se genera rentabilidad gracias al transporte brindado en la empresa MR. CAT TAXI</b>		
Nunca	9	30,00
Casi nunca	11	36,70
A veces	4	13,30
Casi siempre	5	16,70
Siempre	1	3,30
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100,00</b>
<b>Cuenta la empresa MR. CAT TAXI con un sistema tarifario acorde al público</b>		
Nunca	13	43,30
Casi nunca	8	26,70
A veces	3	10,00
Casi siempre	5	16,70
Siempre	1	3,30
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los transportistas de la empresa MR. CAT TAXI

Tabla 4.

*Características de la gestión de calidad con el uso de la dimensión de verificación de quejas y capacitaciones en la empresa MR. CAT TAXI*

<b>Datos generales</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Se prioriza la recepción de quejas y sugerencias para la mejora de la empresa MR. CAT TAXI</b>		
Nunca	11	36,70
Casi nunca	3	10,00
A veces	4	13,30
Casi siempre	7	23,30
Siempre	5	16,70
Total	30	100,00
<b>Se aprovechan las capacitaciones para conductores de la empresa MR. CAT TAXI</b>		
Nunca	18	60,00
Casi nunca	2	6,70
A veces	2	6,70
Casi siempre	3	10,00
Siempre	5	16,60
Total	30	100,00

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los transportistas de la empresa MR. CAT TAXI

Tabla 5.

*Características de la gestión de calidad con el uso de la dimensión de corrección para resolver problemas en la empresa MR. CAT TAXI*

<b>Datos generales</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Hay esmero en la empresa MR. CAT TAXI para resolver problemas por los conductores con que cuenta		
Nunca	18	60,00
Casi nunca	9	30,00
A veces	2	6,70
Casi siempre	1	3,30
Total	30	100,00

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los transportistas de la empresa MR. CAT TAXI

Tabla 6.

*Propuesta de Mejora de la empresa MR. CAT TAXI*

<b>Problema encontrado ( resultados )</b>	<b>Causa</b>	<b>Solución- aplicación de mejora</b>	<b>Responsable</b>
El 60% no cubre las rutas para el servicio brindado	La empresa limita el servicio	.Implementar un recorrido más amplio dentro de la ciudad	gerente
El 60% no tiene experiencia laboral	No se les pide el tiempo de labor	Capacitar a los trabajadores de la empresa	Gerente
	No aplican la Innovación en sus servicios	Innovar los servicios en base a las necesidades del usuario	Gerente y/o propietario
El 60% de los trabajadores no encuentran apoyo por parte de los gerentes para capacitarlos	No utilizan capacitaciones de atención de calidad al cliente	Aplicación del Marketing – Capacitar y/o recibir asesoramiento	Gerente y/o propietario

## **5.2. Análisis de resultados**

### **Tabla 1 Características de los trabajadores de la empresa MR. CAT TAXI**

#### **Edad**

Del presente estudio el 13% de los transportistas de la empresa MR. CAT TAXI tienen entre 18 a 30 años, (tabla 01) el 63% tiene 31 a 50 años y el 23% restante de 51 años a más, aunque no hay antecedentes de los que se pueda comparar datos similares, cabe precisarse que la totalidad está en edad formal de trabajar, dicho sea de paso, la mayoría pasa los 30 años de edad, por tanto, se trata de personas serias, más aún si se toma en cuenta que pertenecen a una empresa debidamente formalizada.

Esto nos da indicadores que las personas adultas mayores son las que más desempeñan la labor de choferes, siendo necesario para cada uno de ellos el trabajo para el sustento de sus hijos, familia gastos del hogar.

#### **Experiencia Laboral**

Con respecto al experiencia laboral, (tabla 01) el 3% de los transportistas de la empresa MR. CAT TAXI acumula menos de un año como experiencia laboral, el 60% entre uno a cinco años, el 37% más de cinco años, ante la diversidad de experiencias laborales en el tiempo, es oportuno retroalimentar al personal compartiendo sus experiencias, tal como lo halló Ocaña, (2015), en su investigación “Características de la capacitación y calidad de servicio de las MYPE rubro servicio de taxi en los distritos de Piura y Castilla año 2015”, quien identificó que en algunas MYPE que brindan el servicio de taxi en Piura y Castilla año 2015, se caracterizan por no tener inducciones ni capacitaciones al personal (chofer), motivo por el cual se generan deficiencias al momento de brindar su servicio. Desde esta perspectiva se concluye que el sexo masculino son los que optan por trabajar

como choferes, de pronto por ser un trabajo arriesgado del cual ellos se puedan defender mejor que las mujeres, así mismo están importante y rentable el trabajo de choferes que pueden llegar a ser para la misma MYPE el que los trabajadores sean eficientes por medio de las inducciones o capacitaciones laborales en el servicio que se brindará.

### **Grado de instrucción**

Con respecto al grado de instrucción, (tabla 01), el 3% de los transportistas de la empresa MR. CAT TAXI alcanzó el nivel primario en su instrucción educativa, el 30% el nivel secundario, el 43% el nivel superior no universitario y el restante 23% el superior universitario, dichos datos son variados y no permiten garantizar una uniformidad en la formación lo cual se resalta con Buendía, Bernilla, y Rodríguez. (2015), en su tesis “Taxi de la Guarda”

concluye que un aspecto importante a rescatar, es el hecho de las condiciones y apariencias del vehículo, teniendo como características principales; la modernidad, la limpieza y la identificación con datos de la empresa, lo que permitirá la comodidad del cliente y una mejor valoración del servicio que recibe, en este caso la pasajera y el chofer, consideran que deben pasar por una capacitación para dar un buen trato al cliente y acelerar los procesos al momento de dar distintas indicaciones sobre el servicio o al brindarlo; el aseo personal del chofer también es importante, con la finalidad que muestre cierta formalidad; por último, el conocimiento de las rutas es un aspecto muy valorado e importante pues consideran que da garantía de hacer el recorrido en menor tiempo pero manejando de manera prudente.

**Tabla 2 Característica de la gestión de calidad con el uso de sus dimensiones de planificación de actividades de la empresa MR. CAT TAXI**

**Con respecto al conocimiento de la condición técnica de los vehículos** (tabla 02), el 27% de los transportistas de la empresa MR. CAT TAXI se manifestó que nunca cuenta la empresa MR. CAT TAXI con el adecuado número de conductores, un 17% indicó que a veces, un 27% casi siempre, un 13% siempre y un 17% casi nunca, las dos primeras cifras permiten afirmar que no se tiene claro el panorama del que se desprenden las acciones, muy diferente es la situación hallada en con Buendía, R., Bernilla, R. & Rodríguez, M. (2011), en su tesis “Taxi de la Guarda”.

Quien concluye que un aspecto importante a rescatar, es el hecho de conocer al detalle las condiciones y apariencias del vehículo, teniendo como características principales; la modernidad, la limpieza y la identificación con datos de la empresa, lo que permitirá la comodidad del cliente y una mejor valoración del servicio que recibe, lo mismo se percibe en la pregunta 5, el 30% de los transportistas de la empresa MR. CAT TAXI indicó que nunca cuenta la empresa MR. CAT TAXI con el adecuado número de unidades móviles, un 17% dijo que a veces, un 20% que casi siempre, un 17% que casi nunca y un 17% casi nunca.

**Con respecto a la interrogante de si se instruye un protocolo para los conductores** (tabla 02), un 70% de los transportistas de la empresa MR. CAT TAXI manifestó que nunca se informa a los conductores de la empresa MR. CAT TAXI sobre la formación de la empresa, un 13% dijo que casi nunca, un 10% dijo que casi siempre y un 7% que siempre, la primera cifra revela una tendencia negativa, lo que se dista mucho de los datos hallados por Trujillo (2014), en su investigación “Modelo de gestión estratégica para

lograr una administración eficiente en la empresa de taxis en terminal terrestre de la ciudad de Tena, provincia de Napo”.

Asi mismo se concluyó que la propuesta modelo de gestión de calidad estratégica para la Cooperativa de taxis del Terminal Terrestre de la ciudad de Tena Provincia de Napo; determina que el factor humano, es eje principal de todo proceso de servicios, pues, se sentirá respaldado, por la mejora continua que experimentará, con la aplicación de estrategias de desarrollo continuo.

**Con respecto a que se prioriza la atención de calidad por los conductores** (tabla 02), un 37% de los transportistas de la empresa MR. CAT TAXI manifestó que nunca se percibe a la empresa MR. CAT TAXI con una sólida permanencia en el mercado, un 13% que casi nunca, un 23% que casi siempre, un 13% a veces y el restante 13% que siempre, las dos primeras cifras revelan una tendencia crítica lo que resulta muy diferente al estudio de Belén,(2014) en su tesis Liderazgo y valores en empleados del sector público y privado.

Donde las conclusiones revelaron que en el sector privado existe más liderazgo transaccional a diferencia del público, precisamente en el primer caso se aplican más negociaciones e respecto a los subordinados, en aras de cumplir con logros las diferentes metas y objetivos organizacionales.

### **Tabla 3 Características de la gestión de calidad con el uso de las dimensiones de ejecución del servicio de la empresa MR. CAT TAXI**

**Con respecto a si hay esmero en contar con un aplicativo digital para la empresa**(tabla 03), un 20% de los transportistas de la empresa MR. CAT TAXI manifestó que nunca hay un esmero en contar con un aplicativo digital para la empresa, un 20% dijo que casi nunca, un 17% que casi siempre, un 20% que siempre y el restante 23% a veces,



tal déficit percibido lo advierte y también se propone su alternativa en el estudio de Castro y Chávez (2017) en su tesis Asociación del liderazgo en el desempeño laboral de los Colaboradores administrativos de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones – San Martín – 2017.

Se concluyó en que existe significativa asociación entre la producción de colaboradores y el liderazgo y el administrativo de la Dirección Regional de Transportes y Comunicación, por tanto, en cuanto mejor se perciba el liderazgo también mayor se percibirá la productividad en trabajadores. Existe asimismo significativa asociación entre las variables calidad del trabajo de trabajadores y el liderazgo, ello implica que en la medida en que mejore el liderazgo también será mejor la eficiencia y calidad de trabajadores, estos resultados son aleccionadores de la operatividad faltante en la experiencia que se estudia, pues en la pregunta 11, un 43% de los transportistas de la empresa MR. CAT TAXI sostuvo que la empresa MR. CAT TAXI nunca cuenta con un sistema tarifario acorde al público, un 27% casi nunca, un 3% dijo que siempre, un 17% dijo que casi siempre y el restante 10% a veces.

**Con respecto a la si cubre todas las rutas de la localidad** (tabla 03), un 60% de los transportistas de la empresa MR. CAT TAXI manifestó que la empresa MR. CAT TAXI nunca cubre todas las rutas de la localidad, un 13% que casi nunca, un 3% que siempre, un 10% casi siempre y el restante 13% a veces, las cifras revelan un quehacer pendiente y ello también se evidencia en Ruiz, (s.f.) en su investigación, “Determinación del estado actual de las unidades de transporte público urbano y la calidad del servicio en las ciudades de Chimbote y nuevo”, quien afirma que, el parque automotor de las unidades de transporte de Chimbote y Nuevo Chimbote comprende 1, 940 unidades, donde el 35.43%,

corresponde a servicios de taxi. El 26% de la flota vehicular, requiere renovación inmediata, después de superar su vida útil, mayor a 15 años, generando riesgo para la vida del usuario, mala calidad del servicio, alta contaminación ambiental, etc. La insatisfacción por la calidad que reciben los usuarios.

Concluyendo que es necesario la identificación de los taxis, por algún problema que se pueda suscitar dentro del transporte del usuario, estos identificadores de taxis, ayudarían a que las personas se transporten sin inconvenientes y seguros de su servicio.

**Con respecto a respecto al incumplimiento de la ruta, mal trato, el alto cobro de tarifas** (tabla 03), es un 49.3%. El 35.43% de la percepción ciudadana sobre la calidad del servicio aduce al estado de las unidades y el 70.6% al servicio que presta el chofer, de lo descrito puede estimarse un riesgo en cuanto a los réditos esperados y ello consta en lo hallado en la pregunta 10, un 30% de los transportistas de la empresa MR. CAT TAXI manifestó que nunca se genera rentabilidad gracias al transporte brindado en la empresa MR. CAT TAXI, un 37% que casi nunca, un 3% que siempre, un 17% dijo que casi siempre y el restante 13% a veces.

**Tabla 4 Característica de la gestión de calidad con el uso de sus dimensiones de verificación de quejas y capacitaciones de los trabajadores en la empresa MR. CAT TAXI**

**Con respecto a la pregunta se prioriza la recepción de quejas y sugerencias para la mejora** (tabla 04) un 37% de los transportistas de la empresa MR. CAT TAXI sostuvo que nunca se prioriza la recepción de quejas y sugerencias para la mejora de la empresa MR. CAT TAXI, un 10% que casi nunca, un 17% dijo que siempre, un 23% dijo que casi siempre y un 13% a veces, nuevamente la tendencia no considera perspectivas como las

que halló Rodríguez,(2014) en su tesis, “Implementación de un sistema de control interno y su incidencia en la gestión de las empresas de taxi de la ciudad de Trujillo”, concluyó que la implementación de un sistema de control interno incide de manera positiva en la gestión de la empresa, ya que actualmente se visualizan ciertas debilidades que impiden alcanzar un nivel de gestión de calidad óptimo con el cual se puede llegar a cumplir las metas y objetivos.

**Con respecto a como si se aprovechan las capacitaciones para conductores (tabla 04)**

De no contar con una verificación seria, tampoco es posible aprender, por tanto, la afirmación se extiende a los resultados que el 13, un 60% de los transportistas de la empresa MR. CAT TAXI sostuvo que nunca se aprovechan las capacitaciones a conductores, un 7% dijo que casi nunca, un 10% casi siempre, un 17% dijo que siempre y un 7% a veces.

**Tabla 5 Característica de la gestión de calidad con el uso de sus dimensiones de corrección en la empresa MR. CAT TAXI**

Con respecto a si hay esmero en la empresa por resolver problemas por los conductores con que cuenta( tabla 05) un 60% de los transportistas de la empresa MR. CAT TAXI manifestó que nunca esmero por la gerencia de la empresa para resolver problemas por los conductores con que cuenta, un 30% que casi nunca, un 3% que casi siempre y un 7% dijo a veces, dado que no hay soluciones a problemas concretos, se puede deducir como consecuencia la insatisfacción en los clientes, tal como advierte Ruiz,(s.f.) en su investigación, “Determinación del estado actual de las unidades de transporte público urbano y la calidad del servicio en las ciudades de Chimbote y nuevo”, quien afirmó que del parque automotor de las unidades de transporte de Chimbote y Nuevo Chimbote, el

26% de la flota vehicular, requiere renovación inmediata, después de superar su vida útil, mayor a 15 años, generando riesgo para la vida del usuario, mala calidad del servicio, alta contaminación ambiental, etc.

Concluyendo que la insatisfacción por la calidad que reciben los usuarios, respecto al incumplimiento de la ruta, mal trato, el alto cobro de tarifas, es un 49.3%. El 35.43% de la percepción ciudadana sobre la calidad del servicio aduce al estado de las unidades y el 70.6% al servicio que presta el chofer.

## **V.I. Conclusiones**

- De las características de los trabajadores de la empresa MR.CAT Taxi, más de la mitad son de 31 a 50 años, su experiencia laboral está entre los 1 a 5 años, menos de la mitad tiene estudios superiores no universitarios.
- De las características de la gestión de calidad con el uso de sus dimensiones de planificación de actividades de la empresa MR. CAT Taxi la mayoría nunca prioriza la atención de calidad por sus conductores, menos de la mitad casi siempre conoce la condición técnica de los vehículos, nunca se instruye un protocolo para los conductores, nunca prioriza la gerencia un sólido posicionamiento como servicio de transporte.
- De las características de la gestión de calidad con el uso de las dimensiones de ejecución del servicio de la empresa MR.CAT Taxi, más de la mitad no cubre la ruta en toda la localidad, cuenta con un sistema tarifario de acorde al público, casi nunca se genera rentabilidad gracias al transporte brindado en la empresa, a veces hay esmero en contar con un aplicativo digital, para la empresa MR, CAT Taxi.
- De las características de la gestión de calidad con el uso de sus dimensiones de verificación de quejas y capacitaciones de los trabajadores en la empresa MR, CAT Taxi más de la mitad nunca aprovechan las capacitaciones para conductores de la empresa, menos de la mitad nunca prioriza la recepción de quejas y sugerencias para la mejora de la empresa, menos de la mitad nunca priorizan la recepción de quejas y sugerencias para la mejora de la empresa MR CAT TAXI.
- De las características de la gestión de calidad con el uso de sus dimensiones de corrección en la empresa de la gestión de calidad de la empresa MR, CAT Taxi, más de la mitad nunca hay esmero para resolver problemas por sus conductores.

## **Referencias:**

- Rivero (2016). *¿Por qué fracasan las Pymes?* Recuperado de, <http://noticias.universia.es/cultura/noticia/2016/05/12/1139341/fracasanpymes.htm>
- EL Economista: Las pymes en América latina muestran crecimiento y optimismo para exportar (2017).
- Noticias, (2017). *Agencia peruana de empresas en el Perú son micro pequeñas y medianas.*
- Agencia Andina (2018). *21 universidades públicas recibirán dinero para mejorar su gestión y calidad.* [en Línea]. Recuperado del: 05 de junio del 2018. En: <http://andina.pe/agencia/noticia-21-universidades-publicas-recibiran-dinero-para-mejorar-su-gestion-y-calidad-707232.aspx>
- Belén (2014). *Liderazgo y valores en empleados del sector público y privado.* (Tesis de Licenciatura. Universidad Abierta Interamericana). (Recuperado del 12 de julio del 2018). [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/28420/Vila\\_SHK.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/28420/Vila_SHK.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Buendía, R, Bernilla, R. y Rodríguez, M. (2011). *Taxi de la Guarda* (Tesis licenciatura. Pontificia universidad Católica del Perú). (recuperado 07 de julio del 2018).
- Camán, F. (2015) “*El interés común sobre la ley de la oferta y la demanda*”. [En línea]. Recuperado: 07 de julio del 2018. En: <https://diariocorreo.pe/edicion/chimbote/el-interes-comun-sobre-la-ley-de-la-oferta-y-la-demanda-608942/>

- Miranda, M. Vidal, A. (2016). “*El 46% de las denuncias contra taxis es por adulterar el taxímetro*”. [En línea]. Recuperado: 05 de julio del 2018. En <http://www2.latercera.com/noticia/46-las-denuncias-taxis-adulterar-taximetro/>
- Miró, J. (2018). Defensoría del Pueblo: “*La inacción del funcionario genera peligros en la ciudad*”. [En línea]. recuperado: 05 de julio del 2018. En <https://elcomercio.pe/lima/transporte/defensoria-pueblo-inaccion-funcionario-genera-peligros-ciudad-notepases-noticia-518138>
- Mokate, K. (1999). “*Eficacia, eficiencia, equidad y sostenibilidad ¿qué queremos decir?*” Recuperado [http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/9/37779/gover\\_2006\\_03\\_eficacia\\_eficiencia.pdf](http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/9/37779/gover_2006_03_eficacia_eficiencia.pdf) .
- Robbins, S. y Judge, T. (2009). “*Comportamiento Organizacional*” (10 ed.). Naucalpan de Juárez, México: Pearson Prentice Hall.
- López, J (1998). “*La gestión de la calidad en la administración local*”. Papers de formación Municipal.
- Ocaña, A (2015). “*Características de la capacitación y calidad de servicio de las MYPE rubro servicio de taxi en los distritos de Piura y Castilla año 2015*” (Tesis licenciatura. Universidad Católica. los Ángeles de Chimbote). (Acceso 07 de julio del 2018).
- Padrón V, (2005). “*Introducción a la Gestión de la Calidad.*” [En línea]. Recuperado: 26 de mayo del 2018. En [https://Gestion\\_calidad/principios%20de%20la%20calidad.pdf](https://Gestion_calidad/principios%20de%20la%20calidad.pdf)

- Rodríguez, H. (2014) " *Implementación de un sistema de control interno y su incidencia en la gestión de las empresas de taxi de la ciudad de Trujillo*". (Tesis licenciatura. Universidad Nacional de Trujillo). (recuperado 07 de julio del 2018).
- Ruiz, S. (sf)." *Determinación de estado actual de las unidades de transporte público urbano y la calidad del servicio en las ciudades de Chimbote y Nuevo Chimbote.*" (Oficina central de investigación). (Recuperado 07 de julio del 2018).
- Sandhusen, R. (2002) " *Mercadotecnia. Madrid. Editorial Continental*".
- Soria, E. Yeshayahu, J. (2010)." *El Perú, el país con mayor accidente de tránsito en América latina*": COMBI, TAXIS, MOTO TAXIS TODO VALE. [En línea]. recuperado: 05 de julio del 2018. En <http://peruimmigrationdocumentationproject.blogspot.com/2010/06/el-peru-el-pais-con-mayor-accidentes-de.html>
- Trujillo, R. (2014). " *Modelo de gestión estratégica para lograr una administración eficiente en la cooperativa de taxis y camionetas terminal terrestre de la ciudad de tena provincia de napo*". (Tesis licenciatura. Universidad Regional Autónoma de los Andes – UNIANDÉS). (recuperado 07 de Julio del 2018).
- Camisón, C, Cruz, S y Gonzales, T. (2006) " *Gestión de la Calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas. España*". Ediciones Pearson Educación.
- Ornelas, C. Cortés, M. Gallardo, M. (2010) " *La Calidad del Servicio de un Centro de Información. México*". Instituto Tecnológico de Aguascalientes.



Caro, F. Gonzales, D. (s.f.). “*Administración de la Calidad Total*”. Universidad Mar de Plata, Buenos aires. Argentina,

Castro, D. (2014). “*Más de 3 mil 800 vehículos saturan transporte público de Chimbote*”. [En Línea]. Consulta: 07 de julio del 2018. En: <http://www.elferrolchimbote.com/index.php/local/1352-mas-de-3-mil-800-vehiculos-saturan-transporte-publico-de-chimbote>

Castro, C. Chávez, L. (2017). “*Asociación del liderazgo en el desempeño laboral de los Colaboradores administrativos de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones*” – San Martín – 2017. (Tesis de Licenciatura. Universidad Peruana Unión). (recuperado 11 de julio del 2018).

Cruz, F. (2009). “*Evolución histórica de los costos de calidad*”. Recuperado de: <http://www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/evolucion-historica-de-los-costos-de-calidad.htm>

Deming, W. (1986) “*Out of the Crisis*. Cambridge. MA. Center for Advanced Engineering Study.

Eurosocial, (2013). “*Elementos conceptuales de la gestión de la calidad*”. Santa Cruz de la sierra. Bolivia.

Garrido, F. (2000). “*Lo que se aprende en los mejores MBA del mundo*”. Barcelona. Ediciones Gestión.

Lamb C, Hair J. McDaniel C. (2002). *Marketing, International. EEUU*. Thomson Editores, Sexta edition.

## 9. Anexos

### ANEXO 01 Matriz de actividades

ACTIVIDADES	SEMANAS															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1. Elaboración de proyecto de tesis	X	X	X													
2. Presentación y aprobación de proyecto				X	X											
3. Ejecución de trabajo de campo					X	X										
4. Elaboración y presentación de resultados						X	X									
5. Elaboración de informe de tesis								X								
6. Evaluación anti plagio								X	X							
7. Revisión de informe de tesis por DTI										X						
8. Corrección estadística										X	X					
9. Corrección de estilo											X					
10. Envío a comisión de investigación/ DAR											X	X				
11. pre banca												X	X			
12. Empastado														X	X	
13. Sustentación																X

--

## ANEXO 02 Presupuesto

EW

<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Bienes de consumo:</b>			
Papel bond	1 millar	14.00	14.00
Lapicero	3 unid.	3.00	9.00
USB	1 unid.	30.00	30.00
Folder y faster	2 unid.	1.00	2.00
Cuaderno	2 unid.	2.00	4.00
Otros	-	50.00	50.00
<b>Total de bienes</b>		<b>100.00</b>	<b>109.00</b>
<b>Servicios:</b>	19	2.00	38.00
Pasajes	150 unid	0.30	45.00
Impresiones	50 unid	0.10	5.00
Copias	-	100.00	100.00
Internet	03 unid	15.00	45.00
Anillados	04 juegos	375.00	1500.00
Pago por asesoramiento	1 unid	300	300
Matricula			
<b>Total de servicios</b>		<b>792.40</b>	<b>2035.00</b>
<b>Total general</b>		<b>868.4</b>	<b>2130.00</b>

## ANEXO 03

ULADECH  
E.A.P. Administración

### **Cuestionario sobre gestión de calidad con el uso del liderazgo**

#### INSTRUCCIONES

Sirva por favor responder a las siguientes interrogantes:

1. Edad:
  - a. 18 a 30 años
  - b. 31 a 50 años
  - c. De 51 a más
  
2. Récord de la experiencia laboral.
  - a. Menos de un año
  - b. Entre uno a cinco años
  - c. Más de cinco años.
  
3. Grado de instrucción
  - a. Primaria
  - b. Secundaria
  - c. Superior no universitario
  - d. Superior universitario.

Respetado transportista, debe marcar una sola vez en el casillero que creas conveniente una sola vez. Considera la siguiente leyenda por favor:

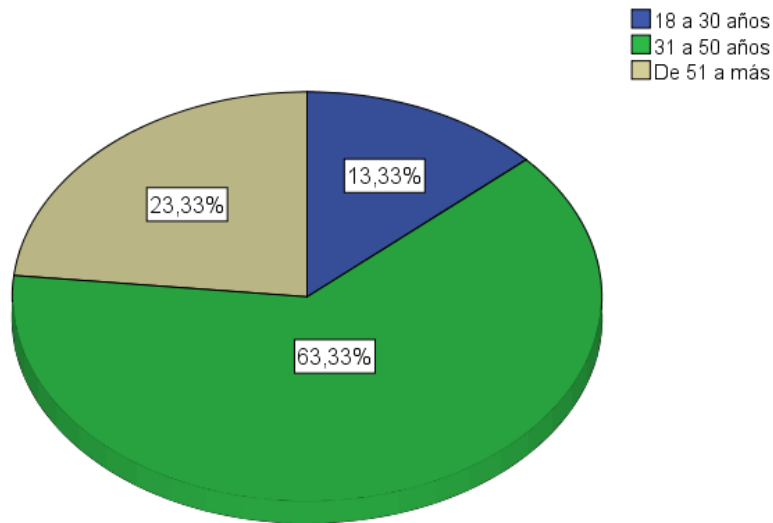
Leyenda				
Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
(S)	(CS)	(I)	(CN)	(N)

N°	Afirmaciones	Alternativas				
		MA	DA	I	DS	MD
4	¿Cuenta la empresa MR. CAT TAXI con el adecuado número de conductores?					
5	¿Cuenta la empresa MR. CAT TAXI con el adecuado número de unidades móviles?					
6	¿Se informa a los conductores de la empresa MR. CAT TAXI sobre la formación de la empresa?					
7	¿Se percibe a la empresa MR. CAT TAXI con una sólida permanencia en el mercado?					
8	¿Hay esmero en contar con una aplicativo digital para la empresa MR. CAT TAXI ?					
9	¿Cubre la empresa MR. CAT TAXI todas las rutas de la localidad?					
10	¿Se genera rentabilidad gracias al transporte brindado en la empresa MR. CAT TAXI?					
11	¿Cuenta la empresa MR. CAT TAXI con un sistema tarifario acorde al público?					
12	¿Se prioriza la recepción de quejas y sugerencias para la mejora de la empresa MR. CAT TAXI?					
13	¿Se aprovechan las capacitaciones para conductores de la empresa MR. CAT TAXI?					
14	¿Hay esmero en la empresa MR. CAT TAXI para resolver problemas por los conductores con que cuenta?					

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

## ANEXO 04 Figuras

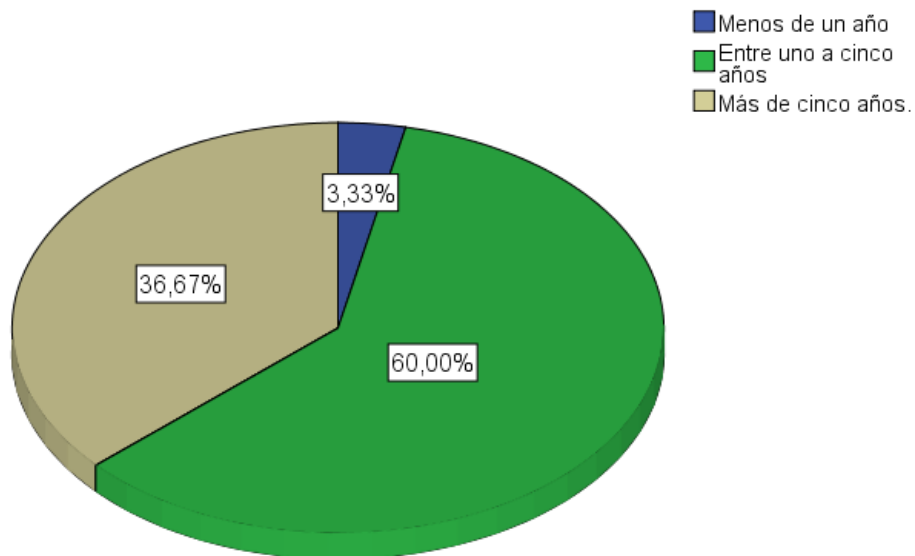
### 1. Respecto a las edades de los transportistas de la empresa MR. CAT TAXI



**Figura 1** Edad

**Fuente:** Tabla 1

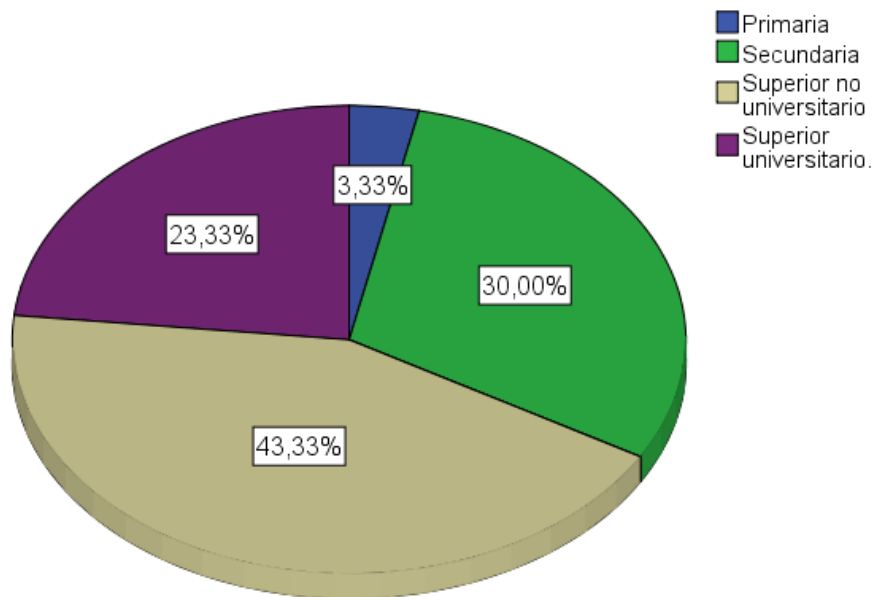
### 2. Respecto a la experiencia laboral de los transportistas de la empresa MR. CAT TAXI



**Figura 2** Experiencia laboral

**Fuente:** Tabla 1

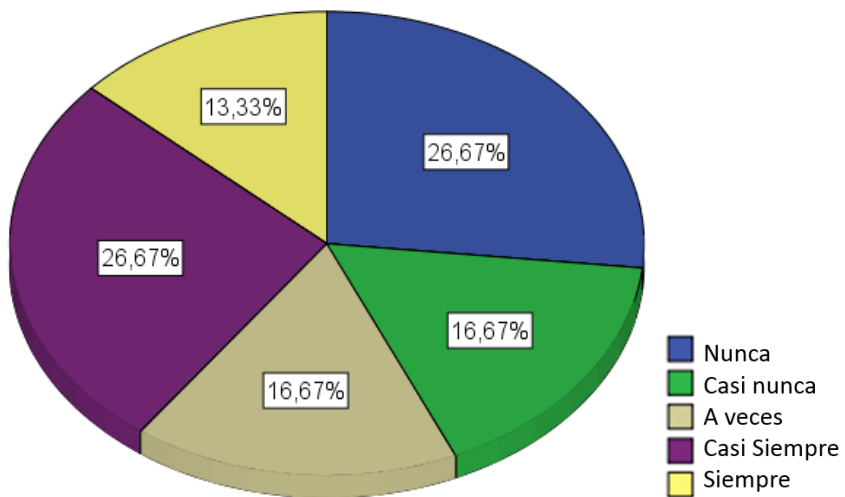
**3. Respecto al grado de instrucción de los transportistas de la empresa MR. CAT TAXI**



**Figura 3** Grado de instrucción

**Fuente:** Tabla 1

**4. Respecto el adecuado número de conductores en la empresa MR. CAT TAXI**

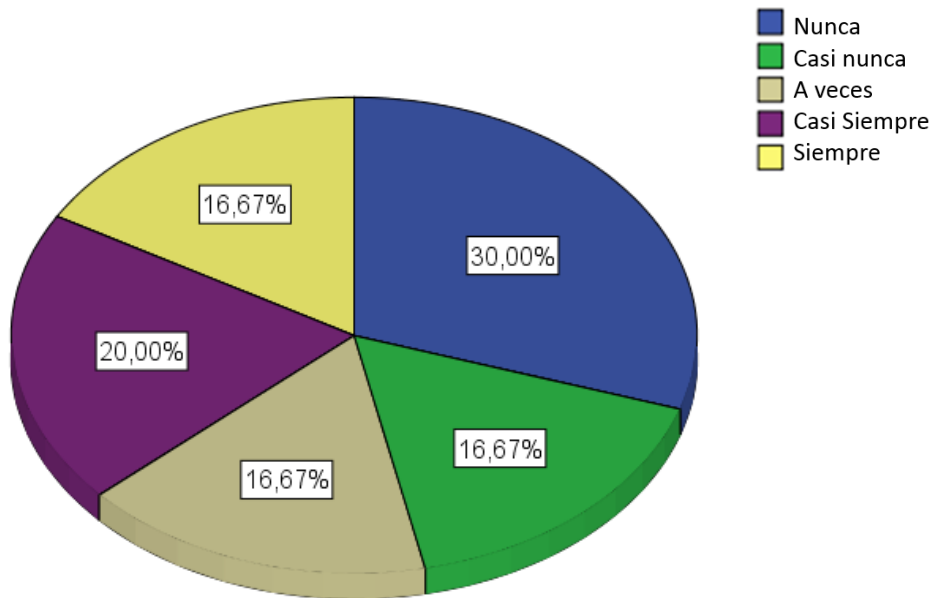


**Figura 4** Diagnóstico

**Fuente:** Tabla 2



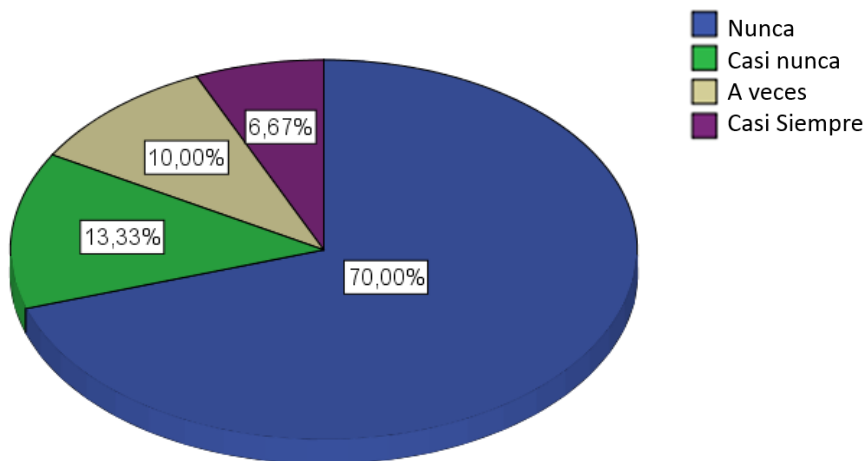
**5. Respecto al adecuado número de unidades móviles por la empresa MR. CAT TAXI**



**Figura 5** Agenda de prioridades

**Fuente:** Tabla 2

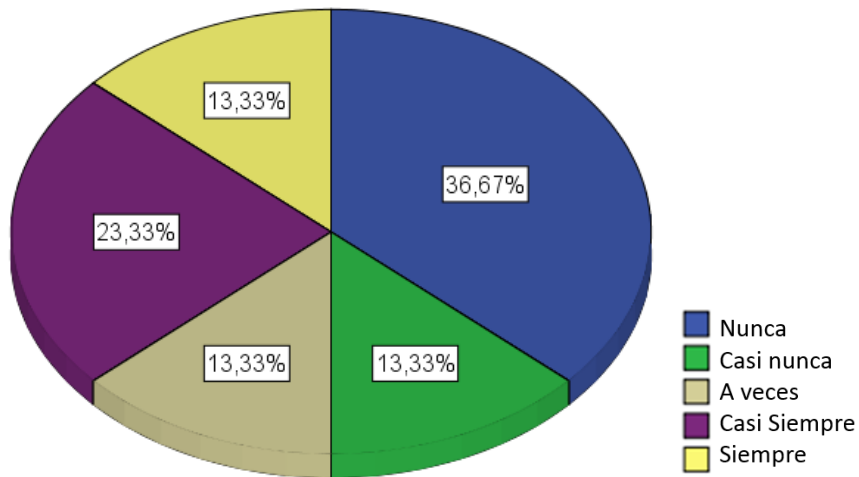
**6. Respecto a la información a los conductores de la empresa MR. CAT TAXI sobre la formación de la empresa**



**Figura 6** Desempeños asignados

**Fuente:** Tabla 2

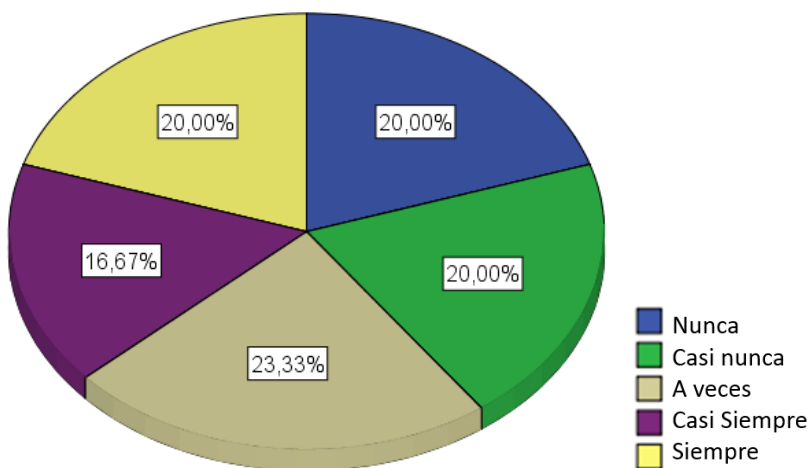
**7. Respecto a la percepción de la empresa MR. CAT TAXI con una sólida permanencia en el mercado**



**Figura 7 Metas**

**Fuente:** Tabla 2

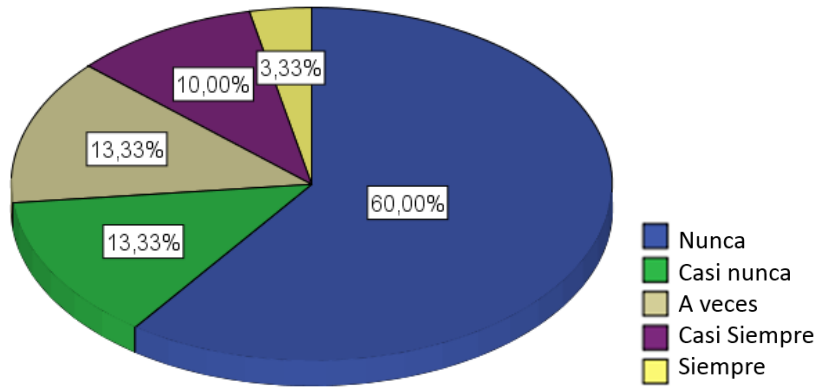
**8. Respecto al esmero en contar con una applicativa digital para la empresa MR. CAT TAXI**



**Figura 8 Potencialidad**

**Fuente:** Tabla 2

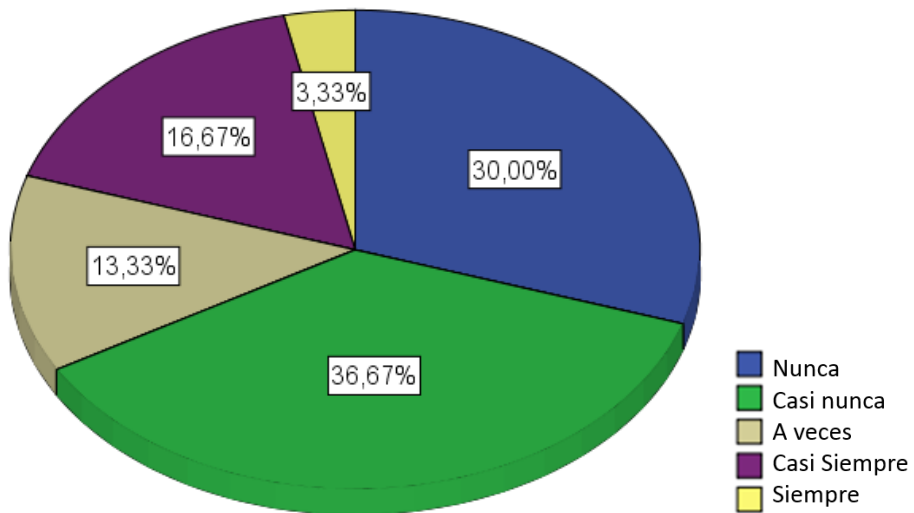
**9. Respecto a la cobertura de la empresa MR. CAT TAXI por todas las rutas de la localidad**



**Figura 9** Cobertura

**Fuente:** Tabla 2

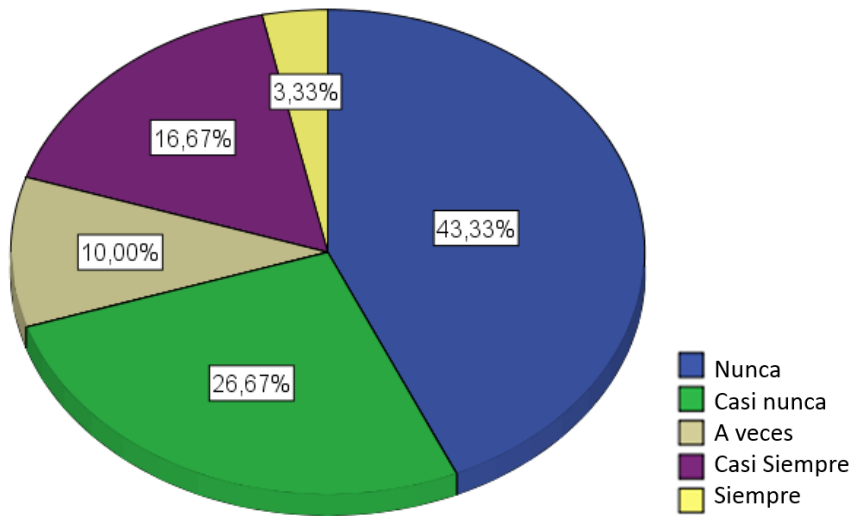
**10. Respecto a la generación de rentabilidad en la empresa MR. CAT TAXI**



**Figura 10** Rentabilidad

**Fuente:** Tabla 2

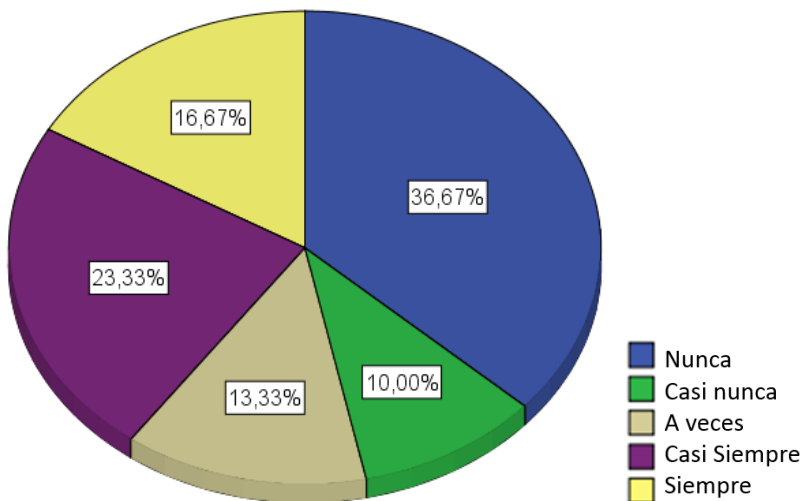
**11. Respecto a un sistema tarifario acorde al público la empresa MR. CAT TAXI**



**Figura 11** Capacidad razonable de la implementación

**Fuente:** Tabla 2

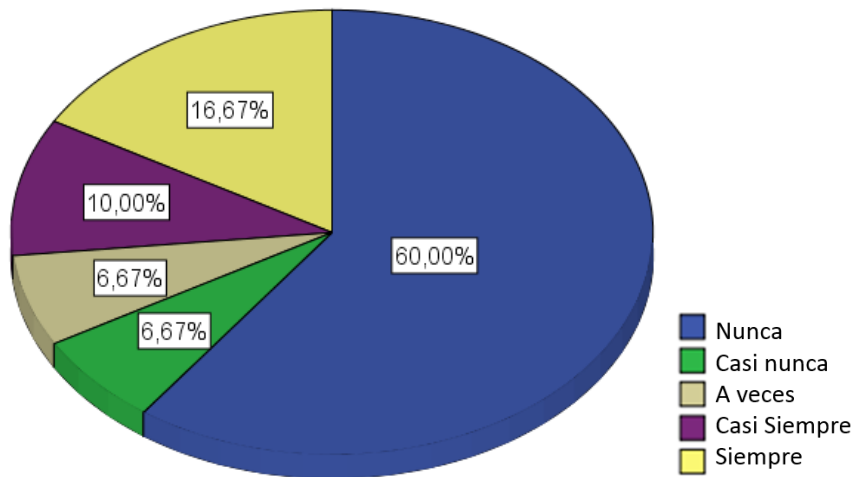
**12. Respecto a prioridad de la recepción de quejas y sugerencias para la mejora de la empresa MR. CAT TAXI**



**Figura 12** Operatividad de las soluciones

**Fuente:** Tabla 2

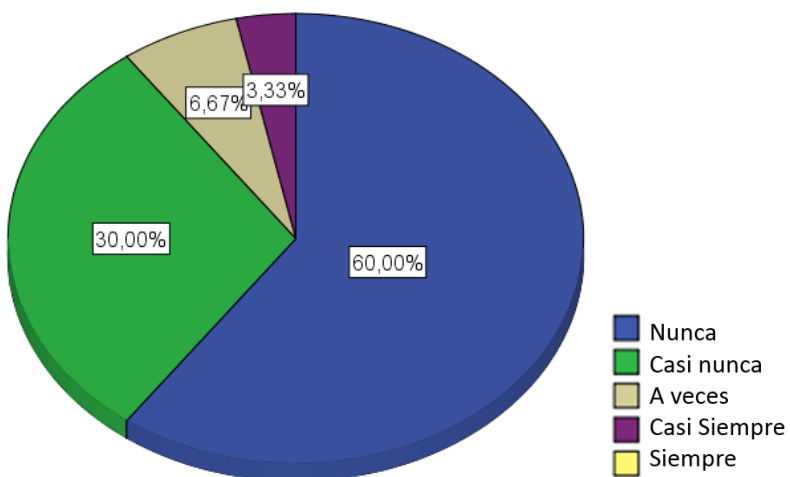
**13. Respecto al provecho de las capacitaciones para conductores de la empresa MR. CAT TAXI**



**Figura 13** Capacitación

**Fuente:** Tabla 2

**14. Respecto al esmero en la empresa MR. CAT TAXI para resolver problemas por los conductores con que cuenta**



**Figura 14** Resolución de problemas.

**Fuente:** Tabla 2