



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**LA GESTIÓN BASADA EN LA ATENCIÓN AL
CLIENTE EN LA MYPE DEL RUBRO SERVICIO DE
TAXI, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL DE LA PROVINCIA
DE TRUJILLO, AÑO 2017**

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

AUTOR:

Br. Vargas Alva, Ylder Heli

ASESOR:

Ms. Mario Arturo LANDERS MOSCOL

TRUJILLO – PERÚ

2018

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Dra. Gisela Benites Pacherras de Soto

Miembro

Mgtr. Carolina Esther Castellares Jhonson

Miembro

Dr. José Germán Salinas Gamboa

Presidente

Ms. Mario Arturo Landers Moscol

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios por la vida, la salud, la fuerza, el entendimiento, el conocimiento, la serenidad, el trabajo, la comprensión, el tiempo, las ganas y todo lo que me ha brindado siempre que recurro a Él.

A mi querida Esposa, Reyna Elizabeth Neyra Alarcón, por su apoyo incondicional, por su infinito amor y por estar allí siempre conmigo alentándome para que prosiga en el logro de mis metas.

A mi estimado y apreciado asesor, Mgtr. Mario Arturo Landers Moscol por su apoyo y por su paciencia que tuvo conmigo en el desarrollo del presente trabajo.

DEDICATORIA

A mi Madre, Luisa Teresa Alva Lozada (Q.P.D), quien a pesar de no tenerla físicamente siempre está intercediendo por mí.

A mi Sra. Abuelita Francisca Cárdenas Cabos (Q.P.D.), que, aunque ya no está con nosotros físicamente, sigue brindándonos fuerzas para seguir adelante desde allá donde acompaña a Diosito.

A mi amada esposa, Elizabeth Neyra Alarcón; por su amor incondicional y desinteresado; te encontré en el momento justo y preciso e hiciste más fácil mi vida.

A mis hijos: Dany, Branco, Luisa Fernanda y Yasumi Annette, son mi motor y motivo en todo lo que hago; los amo mis hijos adorados.

RESUMEN

La investigación desarrollada tuvo como Objetivo General, describir las características de la gestión basada en la atención en la MYPE del rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la Provincia de Trujillo, año 2017. La investigación fue de tipo descriptivo lo que permitió la descripción, el registro, análisis interpretación y medición de las variables de estudio: gestión y atención al cliente; tuvo un nivel cuantitativo lo que permitió inspeccionar utilizando técnicas de conteo y medición; se manejó un diseño no experimental, transversal; se utilizó dos muestras; la primera muestra de 61 conductores que se le aplicó un cuestionario estructurado de 13 preguntas través de la técnica de la encuesta a fin de obtener información de la variable gestión y una segunda muestra de 60 usuarios (clientes) del servicio de taxi que se les aplicó un cuestionario estructurado de 12 preguntas a fin de obtener información de la variable atención al cliente, se obtuvo los siguientes resultados: una débil gestión que no se encuentra basada en la atención al cliente, conductores no identificados con su institución, no capacitados, poco motivados.

Palabras claves: Gestión y Atención al Cliente.

ABSTRACT

The research carried out had as a General Objective, to describe the characteristics of the management based on the attention of the MYPE del item taxi service, Tour Peru Express EIRL of the Province of Trujillo, year 2017. The investigation was of descriptive type what allowed the description, the registry, interpretation analysis and measurement of the variables of study: management and attention to the client; it had a quantitative level which allowed to inspect using counting and measurement techniques; a non-experimental, transversal design was handled; two samples were used; the first sample of 61 drivers who applied a structured questionnaire of 13 questions through the technique of the survey in order to obtain information on the management variable and a second sample of 60 users (customers) of the taxi service. A structured questionnaire of 12 questions was applied to obtain information on the customer service variable. The following results were obtained: weak management that is not based on customer service, drivers not identified with their institution, not trained, not very motivated.

Keywords: Management and Customer Service.

CONTENIDO

JURADO EVALUADOR Y ASESOR.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	6
2.1. Antecedentes.....	6
2.1.1. Variable Gestión	6
2.1.2. Variable Atención al Cliente	11
2.2. Bases Teóricas	15
III. HIPÓTESIS	32
IV. METODOLOGÍA	33
4.1. Diseño de la Investigación.....	33
4.2. Población y muestra.....	34
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	36
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	37
4.5. Plan de análisis	38
4.6. Matriz de consistencia	39
4.7. Principios éticos.....	40
V. RESULTADOS.....	42
5.1. Resultados.....	42
5.2. Análisis de resultados	65
VI. CONCLUSIONES.....	75
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS.....	78
PROPUESTA DE MEJORA.....	78
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICA.....	81
ANEXOS	84

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01 : Conocimiento de la empresa en general.	42
Tabla 02 : Conocimiento de la Visión y Misión.	43
Tabla 03 : Conocimiento de Objetivos.	43
Tabla 04 : Organización.	44
Tabla 05 : Funciones.	45
Tabla 06 : Clima Laboral.	46
Tabla 07 : Dirección.	47
Tabla 08 : Objetivos personales.	48
Tabla 09 : Motivación.	49
Tabla 10 : Control.	50
Tabla 11 : Evaluación.	52
Tabla 12 : Infraestructura y tecnología adecuada.	54
Tabla 13 : Disposición para otorgar oportunamente el servicio.	56
Tabla 14 : Cumplimiento del beneficio ofrecido.	57
Tabla 15 : Solución oportuna a las quejas y reclamos.	58
Tabla 16 : Actitud del personal de atención.	59
Tabla 17 : Existencia de servicios demandados.	60
Tabla 18 : Confianza y Seguridad.	61
Tabla 19 : Preparación y Capacitación del personal de atención.	62
Tabla 20 : Tarifas adecuadas del servicio.	63
Tabla 21 : Marketing apropiado.	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 01 : Conocimiento de la Empresa en general.	42
Figura 02 : Conocimiento de la Visión y Misión.....	43
Figura 03 : Conocimiento de Objetivos.....	44
Figura 04 : Organización.	45
Figura 05 : Funciones	46
Figura 06 : Clima Laboral.....	47
Figura 07 : Dirección.	48
Figura 09 : Objetivos personales.	48
Figura 09 : Motivación.	49
Figura 10 : Control.....	51
Figura 11 : Evaluación.....	53
Figura 12 : Infraestructura y tecnología adecuada.....	55
Figura 13 : Disposición para otorgar oportunamente el servicio.....	57
Figura 14 : Cumplimiento del beneficio ofrecido.....	58
Figura 15 : Solución oportuna a las quejas y reclamos.....	59
Figura 16: Actitud del personal de atención.	60
Figura 17 : Existencia de servicios demandados.	61
Figura 18 : Confianza y Seguridad.	62
Figura 19 : Preparación y Capacitación del personal de atención.	63
Figura 20 : Tarifas adecuadas del servicio.....	64
Figura 21 : Marketing apropiado.	65

INTRODUCCIÓN

La mayor cantidad de grandes empresas u organizaciones, no solo peruanas si no a nivel mundial, se iniciaron como pequeñas empresas; siendo actualmente muy exitosas y no solo existen en la ciudad o país de origen si no que se han multiplicado en muchos lugares del país de origen e incluso fuere de éste.

Hoy por hoy, las MYPE representan un sector de transcendental importancia en la estructura de producción del Perú, según datos del Ministerio de Trabajo, “Las MYPE brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca del 45% del producto bruto interno (PBI)”; constituyéndose éstas en el principal impulso de desarrollo del Perú, importancia basada en sus altos puestos de trabajo que ofrecen, reducción de pobreza pues generan ingresos, motivan a los emprendedores de nuestro país, se constituyen en fuente principal de la actividad empresarial privada, distribuyendo mejor el ingreso y contribuyen al crecimiento económico. “...las microempresas representan el 95,5% del total de los establecimientos nacionales, porcentaje éste que se incrementa hasta el 97,5% si se añaden las pequeñas empresas”, Vásquez (2013).

De otro lado, una de las estrategias que debería explotar mucho más cualquier empresa y en este caso las MYPE para marcar la diferencia con los competidores y convertirla en una fortaleza, es el servicio eficaz de atención al cliente; estrategia que muy bien aprovechada permitiría que las MYPE logren competir con empresas grandes; sin embargo, se observa que muchas MYPE no ofrecen una buena atención al cliente, sencillamente por ignorancia o porque no existen muchas buenas

prácticas de un buen servicio que les ayude de modelo. Sin embargo, la importancia de la calidad de los servicios que los usuarios le otorgan a crecido enormemente en los últimos tiempos, pues las demandas o los requisitos de los usuarios o clientes son volubles en el tiempo, sus pretensiones y expectativas mayores; estos factores hacen que exista competencia respecto a la calidad en la atención que ofrecen las empresas.

“El servicio de transporte y comunicaciones, creció 0,46%, por el dinamismo que observaron los precios en los servicios de transporte en ómnibus interprovincial con 15,1% y el transporte aéreo con 2,0% (pasaje aéreo internacional y nacional con 2,3% y 1,11% respectivamente). Igualmente, presentaron alzas de precios la gasolina con 0.7% y el servicio de taxi en 0,2%”. (INEI, 2015)

Según el diario El Correo (2013), “cerca de 30 mil taxis circulan en Trujillo y solo 11 mil 450 son formales”; esto nos indica que existe una gran cantidad de demanda del servicio en la ciudad de Trujillo; pero el servicio se encuentra en una crítica situación esto como resultado de la informalidad y el mal servicio que va desde el trato al pasajero hasta las unidades en mal estado; teniendo como consecuencias muchos problemas en los clientes de este servicio hasta para los mismos conductores o personas que ofrecen dicho servicio, como por ejemplo agresiones, violaciones, secuestros, extorsiones, robos hasta asesinatos; haciendo el servicio de taxi un servicio que trae mucha desconfianza en los clientes. Para atenuar este problema, en la ciudad de Trujillo se creó empresas para que se asocien los taxis

individuales e informales y que garanticen la seguridad y el buen servicio a los clientes sin embargo no ha sido aún la solución.

“Se llegó a reconocer que los clientes de estas MYPE del servicio de taxi, si encuentran beneficios del servicio de taxi, ya que cuando reciben un servicio de calidad, los clientes cubren sus necesidades en el momento que ellos lo necesitan, pero a la vez existen en el mercado de Piura y Castilla, clientes insatisfechos por el mal servicio que reciben de otras MYPE, lo que se reconoce como un mercado insatisfecho.” (Ocaña, 2015).

El Servicio de Taxi en la ciudad de Trujillo tiene una gran demanda, sin embargo, se observa constantemente que los usuarios o clientes se quejan por dicho servicio, existen unidades muy antiguas y descuidadas, los cinturones de seguridad están sucios y cuando los pasajeros se lo colocan arruinan sus prendas de vestir; el trato de los conductores o choferes es muy reprochado por los usuarios, siendo éstos muchas veces agredidos si reclaman porque se les atiende con amabilidad, respeto y buenos modales así como y con tarifas justas; pues éstas son muy variadas para una misma “distancia”.

Adicionalmente a lo antes manifestado, se conoce que los conductores en su mayoría no son propietarios de los vehículos, que estos son alquilados a terceras personas y por esto cobran un alquiler o “taquilla”, que las unidades con las cuales se ofrece este servicio se encuentran “agrupadas” o afiliadas a Empresas de Taxis de acuerdo a la exigencia de una norma municipal, así como existe una agrupación

por persona natural denominada SETIT (Servicio de Taxi Individual de Trujillo), regulada mediante Ordenanza Municipal N° 029-2013-MPT y su reglamento aprobado mediante Decreto de alcaldía N° 020-2013-MPT y cuyas unidades autorizadas son de color amarillo cromo con techo negro.

En este servicio, se conoce que se han presentado agresiones, robos, secuestros, hasta asesinatos; haciendo que dicho servicio sea visto con mucha desconfianza por parte de los usuarios.

Por lo que según la problemática observada y analizada que se presenta en las MYPEs del servicio de taxi en la ciudad de Trujillo; es que se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo es la gestión basada en la atención al cliente en la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la provincia de Trujillo, año 2017?; cuyo **objetivo general** es: “**Describir las características de la gestión basada en la atención en la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la Provincia de Trujillo, año 2017.**” Derivando a los siguientes objetivos específicos: **(a)** Determinar si la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la provincia de Trujillo realiza gestión basada en la atención al cliente, año 2017, **(b)** Conocer las características de la atención al cliente en la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la provincia de Trujillo, año 2017. **(c)** Identificar los beneficios de la gestión basada en la atención al cliente en la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la Provincia de Trujillo, año 2017. **(d)** Proponer un Plan de Mejora para la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la Provincia de Trujillo.

Esta investigación se justifica de forma práctica porque nos permitirá conocer si la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la provincia de Trujillo aplica la gestión basada en la atención al cliente, así como conocer sus características de atención; a fin de proponer un plan de mejora que permita su crecimiento y el logro de sus objetivos.

De forma teórica, se justifica esta investigación pues se conoce que existe una gran demanda por el servicio de taxi, pero también desconfianza y quejas por parte de los usuarios o clientes que son por los cuales y para los cuales subsiste el servicio y observándose el poco interés que muestran por esto las empresas por lo que con el desarrollo de esta investigación se sentaran las bases para investigaciones futuras y que sea empleada no solo por esta MYPE si no por las demás micro y pequeñas empresas de dicho sector y que genere expectativa que la gestión basada en la atención al cliente es muy importante y genera muchos beneficios para dicho sector.

Se justifica de forma metodológica, debido a que en la presente investigación se aplicará la metodología científica, se usarán fuentes primarias y secundarias para obtener los datos, así mismo se utilizará como técnica e instrumento de recolección de la información; la encuesta y cuestionario.

En tal sentido esta investigación o estudio permitirá a la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la provincia de Trujillo, pueda realizar una mejor planificación de las acciones de atención al cliente que le permita ser más competitiva, ampliando quizás su cobertura en otros servicios de transporte siempre basada en una buena atención a los clientes o usuarios.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

En lo que se refiere a la revisión literaria que se efectuó, se seleccionaron estudios realizados con anterioridad, que tienen relación o se vinculan con el presente estudio; en vista que se tratan temas referidas la gestión y la atención al cliente; esto con el fin de tener un punto de partida para la realización del presente trabajo de investigación; se mostrará por cada variable estudios internacionales, nacionales y locales.

2.1.1. Variable Gestión

Nivel internacional

En el contexto internacional, es importante tomar en cuenta el trabajo de Hidalgo (2015), titulado *Modelo de gestión para mejorar la calidad de atención al usuario del GADM Canton Babahoyo*, Ecuador; que tuvo como objetivo diseñar un Modelo de gestión para el mejoramiento de la calidad de atención al usuario del GADM del Cantón Babahoyo; donde su autor tiene la siguiente conclusión: La bibliografía existente referente a modelos de gestión de calidad muestra innumerables opciones para mejorar la administración de las empresas públicas y privadas. Temas como las 5S, administración por procesos, gestión por objetivos, ISO, entre otras normativas, son de gran ayuda actualmente y se han ido actualizando y adaptando a la realidad de las compañías de gran manera. Sin embargo, es la normativa ISO 9001 2008 (última actualización) la que se muestra más completa, al abarcar temas importantes como el enfoque al cliente, los

indicadores de gestión y manejo de acciones correctivas y preventivas, entre otros temas que son, a la fecha, importantes para la mejora de los procesos de atención a los usuarios del GADM del cantón de Babahoyo.

Adicionalmente concluye que: El diseño de un modelo de gestión de calidad adaptado a la realidad del municipio de Babahoyo, mejora notablemente procesos administrativos de la institución y la acerca a la satisfacción, aumento e idealización de sus usuarios.

Comentario

El autor expone claramente de la existencia de considerable bibliografía respecto a modelos de gestión que no son usadas por las empresas y que de seguro ayudaran a mejorar la administración de estas pues es necesario que todas la empresas sean más estratégicas, que realicen medición de sus avances y resultados, esto les permitirá crecer y mejorar; así como lograr la satisfacción de los clientes y que estos cada día sean en mayor cantidad permitiendo así el crecimiento sostenible de las empresas.

Nivel nacional

Un trabajo nacional que tiene relación con el tema del presente proyecto y que es importante subrayar, es el desarrollado por Farfán (2015), en su tesis *La gestión del servicio como propuesta de mejora para la satisfacción de clientes caso: museo San Francisco de Lima*, tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Turismo. Facultad de

Ciencias Administrativas, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima; donde el autor hace la siguiente conclusión: El Museo de San Francisco de Lima tiene necesidades particulares que merecen ser atendidas de acuerdo a su realidad y necesidad. La gestión del servicio permite optimizar la satisfacción de clientes en el museo San Francisco de Lima.

Continúa indicando que: la satisfacción de los trabajadores (clientes internos) representa un 58,1% de satisfacción, mientras que el nivel de satisfacción de los clientes externos (visitantes) representa un 69,69% de satisfacción. Estos niveles de satisfacción son optimizables si se gestiona adecuadamente el servicio.

Asimismo, concluye que: La eficiente gestión del servicio necesita utilizar herramientas como: el análisis situacional del museo para poder determinar las necesidades y conocer la realidad del museo, el manual de calidad que permite establecer lineamientos de acción del museo, el diseño de una guía de gestión para implementar un sistema de gestión de calidad que permita mejorar los procesos eficientemente y la propuesta de diseño de indicadores de gestión y satisfacción.

Comentario

Tal como concluye el autor, la gestión de cualquier servicio siempre va a permitir que se optimice la satisfacción de cualquier tipo de cliente y para una eficiente gestión de los servicios se debe utilizar herramientas que

permitan determinar las necesidades y conocer la realidad de las empresas; así como se hace necesario elaborar manuales de gestión que mejorarán los procesos de forma eficientemente y conducirán a la plena satisfacción de los clientes; y consecuentemente al crecimiento y mejora de las empresas, en partículas de las micro y pequeñas empresas.

Otro trabajo nacional que tiene relación con el tema del presente proyecto y que es importante subrayar, es el desarrollado por Roque (2016), en su tesis *Estrategias de gestión administrativa en mejora de la atención al cliente en la MYPE comercial San Martín – Chiclayo*, tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración. Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Señor de Sipán, Pimentel - Chiclayo; donde el autor hace la siguiente conclusión: El nivel de Gestión en la MYPE Comercial “San Martín” es medio debido a que el 64% de los trabajadores de la Empresa se encuentran totalmente de acuerdo en que en la empresa se aplican estrategias de gestión administrativa.

Continúa indicando que: El nivel de calidad de servicios en la MYPE Comercial “San Martín” es medio debido a que el 53% de los clientes indica estar de acuerdo en que la empresa brinda servicios de calidad al momento comerciar sus productos.

Asimismo, concluye que: se debe implementar la propuesta de estrategias de gestión administrativa en mejora de la calidad de servicio en la MYPE

Comercial “San Martín” a fin de utilizarla como herramienta para la gestión del cambio y para asumir con éxito el crecimiento, los retos y oportunidades que ofrece el entorno.

Comentario

Tal como concluye el autor, se necesita de mejor proponiendo nuevas estrategias de gestión que permita que cualquier MYPE pueda mejorar la calidad del servicio lo que permitirá optimizar la atención al cliente y utilizar como herramienta para gestionar el cambio y ver con éxito como crecen nuestras MYPEs afrontan exitosamente nuevos retos y aprovechan las grandes oportunidades que ofrece el entorno.

Nivel local

En el contexto local, se destaca Tirado (2014), en su tesis *Gestión administrativa y la calidad de servicio al cliente, en el colegio químico farmacéutico de La Libertad - Trujillo*, tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo; en la cual concluye: La gestión administrativa influye de manera directa en la calidad de servicio del colegio farmacéutico, tomando como referente la contratación de la hipótesis, que ha permitido determinar que ambas variables tienen relación entre ellas

Así también, concluye que: Algunos directivos por su misma formación profesional y falta de experiencia, les falta capacidad de gestión y muestran

un estilo de liderazgo autoritario tradicional, que no conduce a las buenas relaciones humanas ni a la eficacia administrativa. Por su parte el personal operativo, muestra deficiencias en cuanto a aptitudes y actitudes frente al trabajo.

Comentario

La gestión cuando no es desarrollada por los directivos de las empresas o instituciones debido a la falta de capacidad para gestionar, no permite tener eficacia administrativa, es decir; no están motivando a sus trabajadores ni permitiéndoles que estos desarrollen sus labores en un ambiente adecuado y con los recursos necesarios; por lo que no permitirá tener buenos resultados debido a que no hay una calidad de servicio al cliente por la falta de gestión constante.

2.1.2. Variable Atención al Cliente

Nivel internacional

En este contexto, resalta el trabajo de Guerra (2015), titulado *Evaluación de la calidad de la atención al cliente en las empresas lácteas de la ciudad de san juan de pasto departamento de Nariño*, Colombia; cuyo objetivo fue evaluar la calidad de la atención al cliente en los puntos de venta directa de las empresas lácteas de la ciudad de San Juan de Pasto; en la cual la autora concluye que: A través de la observación directa, fue posible determinar una serie de deficiencias en lo que respecta a la a la limpieza del establecimiento, la presencia de muebles incómodos que, además, resultan

insuficientes para presta el servicio; así mismo, es común encontrar productos faltantes en las vitrinas refrigeradoras, desorden en la parte interna de punto de venta y el empleo de palabras o frases frívolas en el momento de saludar, tanto a la hora de sugerir la compra de un producto adicional e, incluso, en el momento de despedirse del cliente.

Asimismo, concluye que: Mediante el diagrama de Pareto, fue posible identificar que, el 8% de la baja calidad de la atención al cliente, se produce a raíz de dos causas principales: los aspectos vinculados con los “Recursos Humanos”, se constituyen como la causal con mayor frecuencia, en materia de una baja calidad de atención al cliente; en segunda instancia, la “Infraestructura” se constituye como el segundo causal de los bajos índices de calidad encontrados, en materia de servicio al cliente.

Comentario

Tal como concluye la autora, el factor Recurso Humano es una de las principales causas que influye en que se ofrezca una atención al cliente, adecuada o no, y que supere las expectativas de éstos o que no sea así, desde su bienvenida hasta el saludo final; cualquier empresa no debe descuidar este factor y tenerlo en cuenta desde el reclutamiento hasta las capacitaciones que se da al talento humano así como el seguimiento que se debe hacer para el logro de los resultados esperados; siendo un segundo factor importante que conjuntamente con el anterior mencionado, son los principales; el factor “Infraestructura” pues el cliente percibe esto desde su

ingreso al local o espacio, muebles sin las condiciones necesarias, incómodos, en mal estado; desorden, suciedad, la no presencia de toda la variedad de productos del rubro (faltantes en ese momento), etc. son lo que impacta a primera vista en los clientes .

Nivel nacional

En este entorno, se puede destacar a Quiliche (2016), en su tesis *Propuesta de un diseño de mejora del proceso de atención de clientes para mejorar la calidad del servicio de una entidad bancaria Cajamarca 2016*, tesis para optar el título profesional de Ingeniero Industrial. Facultad de Ingeniería, Universidad Privada del Norte, Cajamarca, donde concluye sobre el tema lo siguiente: Las causas principales que afecta los indicadores bajos de calidad en atención al cliente son la falta de capacitación en atención al cliente, la inexperiencia del personal el cual trae en consecuencia la falta de empatía hacia el cliente, falta de líneas telefónica que ocasiones que se saturan.

Asimismo, concluye que: Se diseñó el mejoramiento del proceso de atención al cliente, este nuevo proceso permitirá que se reduzcan los tiempos de respuesta, personal capacitado para una buena atención en el cliente, herramientas soporte que ayuden al empleado nuevo todo lo implementado permitirá incrementar los indicadores de calidad.

Comentario

Es muy importante que las empresas se preocupen por la atención al cliente, pues éstos son el principal recurso que les permitirá el crecimiento; es decir, sin cliente una empresa simplemente desaparece, por lo que la conclusión del autor es acertada pues una de las principales causas que producen índices bajos de los indicadores de calidad en atención al cliente, es definitivamente la falta de capacitación en atención al cliente en los colaboradores; esto hace que el desempeño de éstos no sea la adecuada y cause insatisfacción en los clientes, siendo este punto muchas veces no muy bien visto por los propietarios de las empresas no otorgándole la importancia debida a la capacitación y simplemente sus empresas tienden a desaparecer o son muy informales.

Nivel local

Zelada (2016), en su tesis *Atención al cliente y su influencia en el nivel de ventas de la ferretería Solano EIRL en el primer semestre del 2016 del distrito de Trujillo*, tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo; en la cual concluye:

- La Calidad de atención brindada en Ferretería Solano EIRL influye de manera negativa en el nivel de ventas lo cual implica que no existe una buena calidad de servicio esto repercute en el nivel de ventas.
- Los clientes califican la atención al cliente entre malo y regular lo cual ha repercutido en el nivel de ventas del primer semestre 2016.

- Respecto a la deficiente atención al cliente, los factores más decisivos son: La falta de cordialidad y rapidez lo que han influido de manera negativa en el nivel de ventas.
- En el primer semestre del año 2016 las ventas disminuyeron notablemente de manera específica en el mes de mayo y junio debido a la rotación de personal, cambio de horario, temporalidad de la demanda de productos y falta de capacitación al personal sobre calidad el servicio.
- La necesidad de capacitación por parte del cliente se vincula con un tema muy relevante como es la atención al cliente en el sector de ferreterías a fin de brindar una asesoría más personalizada siendo necesario la ejecución de un protocolo de atención al cliente.

Comentario

Tal como concluye la autora; en general, se evidencia la necesidad de realizar mayor énfasis en los factores que permitan realizar una atención de calidad al cliente, la cual va a permitir mejorar los resultados esperados en las empresas.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. La gestión

a. Micro y Pequeña empresa según Ley N° 28015 (2013)

Definición

La Micro y pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene

como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Según Ley N° 30056 (2013); Las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales establecidas en función de sus niveles de venta anuales.

- **Microempresa:** ventas anuales superiores de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- **Pequeña empresa:** ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias(UIT).

Marco Institucional de las Políticas de Promoción y Formalización

Política estatal: Según Ley 28015 (2013).

El Estado promueve un entorno favorable para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las MYPEs y el apoyo a los nuevos emprendimientos, a través de los Gobiernos Nacional, Regionales y Locales; establece un marco legal e incentiva la inversión privada, generando o promoviendo una oferta de servicios empresariales destinados a mejorar los niveles de organización, administración, tecnificación y articulación productiva y comercial de las MYPEs, estableciendo políticas que permitan la organización y asociación empresarial para el crecimiento económico con empleo sostenible.

Características de la micro y pequeñas empresas:

Las MYPES deben reunir las siguientes características recurrentes:

Microempresa

- Número de trabajadores: De uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive
- Ventas anuales: Hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) (*)

Pequeña empresa

- Número de trabajadores: De uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive
- Ventas anuales: Hasta el monto máximo de 1,700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) (*).

Recursos De La MYPES

Para que una empresa pueda lograr sus objetivos, es necesario que cuenten con una serie de elementos, recursos o insumos que conjugados armónicamente contribuyen a su funcionamiento adecuado.

Dichos recursos son:

i. Recursos materiales

Son los bienes tangibles con que cuenta las empresas para poder ofrecer sus servicios, tales como:

- Instalaciones: Edificios, maquinaria, equipo, oficinas, terrenos, instrumentos, herramientas, etc.

- Materia prima: Materias auxiliares que forman parte del producto, productos en proceso, productos terminados, etc.

ii. Recursos técnicos

Son aquellas que sirven Como herramientas e instrumentos auxiliares en la coordinación de los otros recursos, estos pueden ser:

- Sistemas de producción, de ventas, de finanzas, administrativos, etc.
- Fórmulas, patentes, marcas, etc. RECURSOS HUMANOS Estos recursos son indispensables para cualquier empresa; ya que de ellos depende el manejo y funcionamiento de los demás recursos.

iii. Los recursos humanos

Poseen las siguientes características:

- Posibilidad de desarrollo.
- Ideas, imaginación, creatividad, habilidades.
- Sentimientos
- Experiencias
- conocimientos, etc.

Estas características los diferencian de los demás recursos, según la función que desempeñan. Según el nivel jerárquico en que se encuentren pueden ser: Obreros, oficinistas, supervisores, técnicos, ejecutivos, directores, etc.

iv. Recursos financieros

Son los recursos monetarios propios y ajenos con los que cuenta la empresa, indispensables para su buen funcionamiento y desarrollo, pueden ser:

Recursos financieros propios, se encuentra en: Dineros en efectivo, aportaciones de los socios (acciones), utilidades etc.

Recursos financieros ajenos: están representados por: Prestamos de acreedores y proveedores, créditos bancarios o privados y emisiones de valores.

clasificación de las MYPEs según su actividad económica

Las MYPEs pueden clasificarse de acuerdo a la actividad que desarrollan:

i. Industriales:

Se clasifican en:

- **Extractivas:** Son las que se dedican a la extracción de recursos naturales, ya sea renovables o no renovables.
- **Manufactureras:** son aquellas que transforman la materia prima. La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación o extracción de materias primas en productos terminados y pueden ser de dos tipos:
 - ✓ MYPEs que produce bienes de consumo final.
 - ✓ MYPEs que produce bienes de producción.
- **Agropecuarias:** Como su nombre lo indica su función es la explotación de la agricultura y la ganadería.

ii. comerciales:

Son intermediarios entre el productor y el consumidor, su función primordial es la compra-venta de productos terminados. Se pueden clasificar en:

- **Mayoristas:** Son aquellas que efectúan ventas en gran escala a otras empresas tanto al menudeo como al detalle. Son aquellas que efectúan ventas en gran escala a otras empresas tanto al menudeo como al detalle.
- **Menudeo:** Son los que venden productos tanto en grandes cantidades. Como por unidad ya sea para su reventa o para su consumo final
Ejemplo: Minoristas o Detallistas: Son los que venden productos en cantidades al consumidor final.
- **Comisionistas:** Se dedican a vender mercancías que los productores dan en consignación, percibiendo por ésta función una ganancia o comisión.

iii. Servicios:

Como su nombre lo indica son aquellas que brindan servicio a la comunidad y pueden tener o no fines lucrativos. Se pueden clasificar en:

- Servicios públicos varios (energía, agua, etc.).
- Servicios privados varios (servicios administrativos, contables, jurídicos, asesoría, etc.).
- Transporte (colectivo o de mercancías).
- Turismo.

- Instituciones Financieras.
- Educación
- Salubridad (Hospitales)
- Finanzas y Seguros.

b. Gestión

Salgueiro (2001), considera a la gestión como “conjunto de decisiones y acciones que llevan al logro de objetivos previamente establecidos”. Es decir, se llama gestión a aquellas acciones que se relacionan con actividades que están dirigidas a la realización y desarrollo de objetivos que han debido establecerse con anterioridad.

Amat (1992), indica “la gestión se refiere al desarrollo de las funciones básicas de la administración: planear, organizar, dirigir y controlar”, relaciona de modo directo a la gestión y la administración; dándole a la gestión un carácter de desarrollo es decir de acción, tratando de diferenciarlo del concepto de administración tradicional, que es más engorrosa y burocrática; aunque la administración moderna es todo lo contrario.

Beltrán (1999), define al termino gestión como el “conjunto de decisiones y acciones que llevan al logro de objetivos previamente definidos”.

Vilcarromero (2013), define a la gestión como: “La acción de gestionar y administrar una actividad profesional destinado a establecer los objetivos y medios para su realización, a precisar la organización de sistemas, con el fin de elaborar la estrategia del desarrollo y a ejecutar la gestión del personal. Asimismo, en la gestión es muy importante la acción, porque es la expresión de interés capaz de influir en una situación dada”.

Según la real Academia Española:

Del latín *gestio* - *ōnis*

1.f. Acción y efecto de gestionar.

2.f. Acción y efecto de administrar.

De negocios.

1.f. Der. Cuasicontrato que se origina por el cuidado de intereses ajenos sin mandato de su dueño.

c. Niveles de Gestión

Beltrán (1999), categoriza a la gestión en tres niveles. Gestión estratégica, gestión táctica y gestión operativa.

La Gestión Estratégica, que se desarrolla en los niveles de dirección y sus decisiones y acciones son de carácter corporativo y de largo.

Está relacionada con la definición general de la organización y su entorno.

La Gestión Táctica, que considera como base a la gestión estratégica, al impacto de sus decisiones y acciones de mediano plazo, comprende las unidades estratégicas y enmarca las funciones de organización y coordinación.

La gestión Operativa, se basa en la gestión táctica, sus decisiones y acciones en el corto plazo, incluyendo los equipos de trabajo (maquinas e individuos) y determinando las funciones de ejecución y control.

d. Semejanzas y diferencias entre administración y gestión

Para Arellano (2004), Administración y Gestión son dos conceptos que tienen una esencia en común en cuanto refieren actividades de planeación, organización, dirección, evaluación y control. Sin embargo, difieren en sus orientaciones específicas:

- La administración, es una actividad que opera directamente en la coordinación de recursos. Se fundamenta en la teoría organizacional, la dirección estratégica y el comportamiento organizacional.
- La gestión es el proceso de adopción y ejecución de decisiones sobre las políticas, estrategias, planes y acciones relacionadas con la actividad central de la empresa, dirige su estrategia hacia los objetivos de la empresa y hacia los medios para la consecución organizacionales.

- En conclusión, podemos decir que la gestión se refiere a la parte dinámica operacional (las acciones, los resultados, las evaluaciones y las correcciones en el quehacer administrativo), mientras que la administración se enfoca en las reglas, normas, formas, estructura y los procedimientos establecidos; es decir se refiere a la parte estática y formal del fenómeno administrativo (esto si se refiere a la administración tradicional).

2.2.2. La Atención al Cliente

Harrington (1998), define a los clientes como. Las personas más importantes para cualquier negocio.

No interrumpen nuestro trabajo, al contrario, son el principal sujeto de las empresas y para los cuales debemos tener toda nuestra atención; llegan a nosotros con sus necesidades y deseos y nuestra actuación debe concentrarse en satisfacerlas; se merecen el mejor trato pues representan tanta importancia como la sangre para el sistema circulatorio y nuestro corazón, pues sin su presencia o simplemente sin su existencia no existiría nuestras empresas; los cuales acuden a nosotros y en su gran mayoría se defraudan no por el valor de dinero que les cobremos por venderles productos o servicios si no por la forma como sean atendidos por nuestros empleados.

“La atención al cliente engloba todas las acciones que realiza la empresa para aumentar el nivel de satisfacción de sus clientes y así incrementar el

nivel de ventas esperado. Además, no debe verse tan solo como una herramienta de marketing, orientada a minimizar los errores y perder el menor número de clientes posible, sino que representa un sistema de mejora continua en la empresa”. Zelada (2016),

Según Serna (2006); la atención al cliente es el nexo de unión de tres conceptos: Atención al cliente, satisfacción del cliente y calidad en el servicio.

A través de cuidar la forma de prestar el servicio, ser minucioso en los detalles, que los colaboradores (empleados) dispongan de bastante atención en el servicio y se aseguren de cumplir con el mismo, etc.; se alcanza fidelizar al cliente, así como lograr su aceptación y que éste se sienta contento con el servicio integro que se le pudo ofrecer. Es una filosofía que no necesariamente sus resultados son inmediatos, pero debe ser parte internalizada por las empresas y sus empleados.

“Atención al cliente es la gestión que cada colaborador de una empresa y que se encuentra frente a un cliente debe aprovechar esa oportunidad y lograr la satisfacción total de éste. Se trata de hacer bien las cosas y debe abarcar a toda la empresa u organización, en la atención tanto de clientes internos y externos de las empresas”. Zelada (2016).

a. Objetivos de la Atención al Cliente

Según, Zelada (2016), “los objetivos de la atención al cliente son:

- Escuchar al cliente activamente entendiendo sus necesidades y atendiendo sus requerimientos. Comprender cuáles son sus objetivos.
- Asesorarlo y presentarle la mejor opción disponible, producto o servicio, que responda a sus necesidades y deseos.
- Definir con él aquellos beneficios del producto o servicio que se dirigen mejor a cubrir sus deseos y necesidades.
- Responder todas sus inquietudes acerca de la adquisición y mejor uso del producto o servicios.
- Aclarar sus dudas y objeciones para que el cliente sienta el placer y la satisfacción de lo adquirido.
- Ofrecer todas las garantías y referencias que aseguren al cliente que su decisión es la correcta.
- Coordinar con el cliente las condiciones de su compra: fecha de entrega, envío, soporte técnico, etc.
- Efectuar un seguimiento del producto o servicio para conocer si alcanzó los resultados esperados.
- Realizar una actualización del historial de interacciones con el cliente para conocerlo cada vez más y mejor para hacerlo sentir que ese conocimiento permite asesorarlo y darle siempre lo mejor y lo más adecuado para él.
- Brindar continuidad y seguimiento a la relación con el cliente, tanto se trate de sugerencias sobre el uso de lo adquirido como

actualizaciones a cerca de productos y servicios que por su perfil de consumidor le podrían interesar.”

b. Necesidades del Cliente

Martin (1991) nos manifiesta que, para poder servir a nuestro cliente, debemos conocer sus necesidades:

- **Necesidad de ser comprendido.** - Aquellos que eligen un servicio necesitan sentir que se están comunicando en forma efectiva. Esto nos dice que se está interpretando en forma correcta los mensajes que envían las emociones y tratar de impedir una comprensión inadecuada del beneficio que puede obtener nuestro cliente.
- **Necesidad de ser bien recibido.** - Ninguna persona que esté tratando con usted y se sienta como una extraña, regresará. El cliente también necesita sentir que usted se alegra de verlo y que es importante para usted.
- **Necesidad de sentirse importante.** - El ego y la autoestima son poderosas necesidades humanas. A todos nos gusta sentirnos importantes, cualquier cosa que hagamos para hacer que el invitado se sienta especial, será un paso en la dirección correcta.
- **Necesidad de comodidad.** - Los clientes necesitan comodidad física: un lugar donde esperar, descansar, hablar o hacer negocios; también necesitan tener la seguridad de que se les atenderá en forma adecuada y la confianza en que le podremos satisfacer sus necesidades.

c. Características de una buena atención al cliente

Desatnick (1990), sostiene que “las características más importantes que deben tener la atención al cliente, debe ser con espíritu de servicio eficiente, sin desgano y con cortesía”.

El Colaborador (empleado) debe ser asequible no ser extraño a las necesidades que tiene el público.

El empleado, no debe permitir que el público se moleste al no hablar con claridad y usando vocabulario técnico para exponer las cosas, porque este lo hace cuando así se dirige el empleado, o se siente extraño pues no entiende con claridad, hay que hablarle con un vocabulario fácil de entender. El empleado debe buscar adecuarse al tiempo del cliente para atenderlo no lo contrario, debe tomarse su tiempo; no es bueno que lo haga con rapidez, salvo excepciones cuando el cliente así le indique.

Es importante concentrarse en sus peticiones del cliente, ser amable con el si hay algo que no es perfecto se debe rectificar rápidamente sin reserva, eso les agrada mucho y se lo agradecerá.

Constantemente, las empresas deben preparar estrategias que logren objetivos y ser competitivos enfocándose siempre en el cliente. Se debe buscar cerrar la brecha entre las expectativas del cliente y la realidad del como ofrecen sus servicios.

d. Dimensiones de la Atención al Cliente

Según, Peel (1991), define la atención al cliente “como aquella actividad que relaciona la empresa con el cliente, a fin de que este quede satisfecho con dicha actividad destacando las siguientes dimensiones:

- **Confiabilidad.** - Consiste en respetar lo prometido al cliente, así como los niveles de exactitud requeridos, otorgando el producto o servicio de acuerdo con lo previsto y estipulado. Se obtiene al cumplir al cliente con lo que el producto o servicio ofrece.
- **Comprensión.** - Implica la realización de esfuerzos serios para proveer atención esmerada e individual.
- **Capacidad de respuesta.** - Es la voluntad o disponibilidad para brindar servicio en el tiempo asignado, procesando operaciones rápidamente y respondiendo rápidamente a las demandas.
- **Competencia.** - Consiste en poseer las habilidades y conocimientos requeridos para desempeñar el servicio, como destrezas del personal que atiende a los clientes, conocimientos y habilidades del personal de soporte y, por supuesto, capacidad de los directivos.
- **Accesibilidad.** - Se refiere a la facilidad de contacto y acercamiento, a no hacer esperar a los usuarios. Se logra con una atención expedita al cliente, una ubicación conveniente y el establecimiento de horas adecuadas de atención.

- **Credibilidad.** - Desempeñarse con veracidad y honestidad, con objeto de lograr la satisfacción de las necesidades de los clientes. Comprende el producto o servicio, la reputación de la empresa y las características del producto. El cliente debe poseer la seguridad de que su elección realmente fue correcta.
- **Cortesía.** - Se refiere a la amabilidad con que se trata a los clientes, lo que infunde confianza. La cortesía sin eficiencia o la eficiencia sin cortesía no tienen el impacto positivo que puede tener la combinación de estas características.
- **Tangibilidad.** - Evidencia de los beneficios que obtuvo el cliente al comprar el producto o servicio.
- **Empatía.** - La empatía va más allá de la cortesía. Consiste en ponerse en lugar del cliente para satisfacer sus expectativas. Es un compromiso con el cliente, es el deseo de comprender sus necesidades y encontrar la respuesta más adecuada. La empatía implica un servicio esmerado e individualizado.
- **Responsabilidad.** - Servir al cliente pronto y eficazmente. Cuando los clientes no pueden comunicarse con la empresa debido a la burocracia, o cuando sus necesidades no son atendidas, perciben escasa responsabilidad.”

e. Capacitación al personal

Según, Chiavenato (2009), define que “la capacitación debe tratar de experiencias de aprendizaje hacia lo positivo y benéfico, así como complementarlas y reforzarlas con actividades para que los

trabajadores en todos los niveles de la empresa puedan adquirir conocimientos con mayor rapidez y desarrollar aquellas actitudes y habilidades que lo beneficiaran así mismos y a la empresa.”

La capacitación, es dotar de conocimientos a los empleados a fin de que éstos tengan un buen desempeño dentro de la empresa y que ésta requiere que los empleados fortalezcan y desarrollen dentro de cada una de sus áreas que se encuentran para un mejor desempeño en sus labores propias, dotándolos así de las herramientas para una mejor competitividad en beneficio lógicamente de la empresa pues si los empleados mejoran es con seguridad que la empresa mejorará. Esto también es un aspecto que motiva a los colaboradores cuyo desarrollo personal de cada uno de ellos redunda en beneficios de las empresas.

III. HIPÓTESIS

La presente investigación estrictamente busca describir cómo es la gestión basada en la atención al cliente en la MYPE del rubro Servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL Año 2017; éste procedimiento corresponde a una investigación puramente descriptiva, Hernández, Fernández y Baptista (2012), aseveran que para las investigaciones descriptivas no se registran hipótesis.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Tipo de Investigación

El tipo de Investigación fue descriptivo, porque permitió describir, registrar analizar, interpretar y medir las variables del estudio y sus componentes: Gestión y Atención al cliente.

4.1.1. Nivel de Investigación

El presente estudio es una investigación de nivel cuantitativo, donde se utilizó la recolección de datos, que luego fueron procesados y que nos permitió examinar los datos de manera numérica, especialmente en el campo de la estadística, puesto que se utilizaron técnicas de conteo y medición (Hernández, S., 2010)

4.1.2. Diseño de la Investigación

Para el desarrollo de la presente investigación el diseño de la investigación fue no experimental - transversal.

- No Experimental, porque no se manipuló deliberadamente las variables: La gestión y la atención al cliente; es decir, sólo se observó cómo se muestra dentro de su contexto. Hernández (2010).
- Transversal, porque la recolección de datos se realizó en un periodo determinado; es decir en un sólo momento y tiempo único; siendo el propósito describir las variables en un momento dado. Hernández (2006)

El diseño se esquematiza de la siguiente manera:

M --- O (M: Muestra O: Observación)

Donde:

M : Para la variable gestión: Muestra de los conductores de la MYPE del rubro Servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL.

Para la variable atención al cliente: Muestra de clientes de la MYPE del rubro Servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL.

O : Medición de la gestión basada en la atención al cliente en la MYPE del rubro Servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL.

4.2. Población y muestra

a. Población.

Debido a las dos variables que se estudió, Gestión y Atención al Cliente, existen dos Poblaciones:

- La primera estuvo constituida por los conductores de la Empresa de Servicio de Taxi, Tour Perú Express EIRL que son en total 160 (conductores de unidades vehiculares); que son los que ofrecen el servicio al cliente o usuario.
- La segunda Población estuvo constituida por los clientes o usuarios del servicio de Taxi de la MYPE del rubro Servicio de Taxi, Tour Perú Express EIRL; siendo esta desconocida.

b. Muestra.

- En cuanto a los conductores, la población asciende a 160, por lo que para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

n	:	Tamaño de la muestra
N	:	Tamaño de la Población
z	:	Constante obtenida del nivel de confianza considerado: 95% (1,96)
p	:	Proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio (50%)
q	:	Proporción de individuos que no poseen en la población la característica de estudio: 1-p (50%)
e	:	Error máximo permitido (5%)

$$n = \frac{160 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 * (160 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5} = 114$$

La fórmula brindó una muestra de 114 individuos (conductores).

- Respecto a los clientes, la población es desconocida; la muestra se

calculó siguiendo la fórmula siguiente: $n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$

n	:	Tamaño de la muestra
z	:	Constante obtenida del nivel de confianza considerado: 95% (1,96)
p	:	Proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio (50%)
q	:	Proporción de individuos que no poseen en la población la característica de estudio: 1-p (50%)
e	:	Error máximo permitido (5%)

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2} = 385$$

La fórmula brinda una muestra de 385 individuos (clientes o usuarios).

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

VARIABLE		DIMENSIONES (SUB VARIABLES)	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Gestión	AMAT (1992), indica “la gestión se refiere al desarrollo de las funciones básicas de la administración: planear, organizar, dirigir y controlar”, relaciona de modo directo a la gestión y la administración; dándole a la gestión un carácter de desarrollo es decir de acción, tratando de diferenciarlo del concepto de administración tradicional, que es más engorrosa y burocrática; aunque la administración moderna es todo lo contrario.	Planificación	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de la Empresa en general. • Conocimiento de la Visión y Misión • Conocimiento de Objetivos 	Nominal
		Organización	<ul style="list-style-type: none"> • Organización • Funciones • Clima Laboral 	Nominal
		Dirección	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección • Objetivos personales • Motivación 	Nominal
		Control	<ul style="list-style-type: none"> • Control • Evaluación 	Nominal
Atención al Cliente	<p>Serna (2006), define a la atención al cliente como el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos.</p> <p>Por lo podemos concluir que la atención al cliente de servicios es indispensable para el desarrollo de una empresa.</p>	<p>Tangibles</p> <p>Confiabilidad</p> <p>Capacidad de respuesta</p> <p>Seguridad</p> <p>Credibilidad</p> <p>Empatía</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura y tecnología adecuada. • Disposición para otorgar oportunamente el servicio. • Cumplimiento del beneficio ofrecido. • Solución oportuna a las quejas y reclamos. • Actitud del personal de atención. • Existencia de servicios demandados. • Confianza y Seguridad. • Preparación y Capacitación del personal de atención • Tarifas adecuadas del servicio • Marketing apropiado 	Nominal

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.4.1.- Técnicas de Recolección de Datos

Para desarrollar la presente investigación se empleó la técnica de la encuesta, técnica que es utilizada para conseguir información respecto a las opiniones de las unidades de análisis que están involucradas con la investigación

4.4.2.- Instrumentos de Recolección de Datos

El instrumento empleado es el cuestionario, aplicado de manera anónima:

- Para el caso de la muestra constituida por 114 conductores de la MYPE del Rubro Servicio de Taxi, Tour Perú Express EIRL; el instrumento estuvo estructurado por 13 interrogantes versadas en la variable Gestión: Planificación, Organización, Control y Evaluación.
- Respecto a la muestra constituida por los clientes que hacen uso del servicio de la MYPE del Rubro Servicio de Taxi, Tour Perú Express EIRL; estuvo compuesta por 385 unidades de análisis; así como el instrumento se estructuró con 12 preguntas respecto a la variable: Atención al Cliente.

Los cuestionarios estuvieron revisados por expertos que certificaron su validez.

4.5. Plan de análisis

Para el procesamiento y análisis de la información, así como para la elaboración de tablas y figuras se utilizaron procesadores de texto y de datos como: Word, Hojas de cálculo como el Excel y estadísticos que nos ayudaron a encontrar los resultados que permitieron demostrar esta investigación, se utilizó la estadística descriptiva para obtener los datos de frecuencia y porcentajes.

Los cuestionarios antes de ser aplicados fueron validados por expertos, para luego ser resueltos por los 114 conductores y por los 385 clientes (usuarios) de la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la Provincia de Trujillo, lo que permitió obtener la información respecto a las variables, Gestión y Atención al Cliente, respectivamente.

4.6. Matriz de consistencia

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	ESTRATEGIAS
<p>“La gestión basada en la atención al cliente en la MYPE del rubro servicio de taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL de la provincia de Trujillo, año 2017”</p>	<p>¿Cómo es la gestión basada en la atención al cliente en la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la provincia de Trujillo, año 2017?.</p>	<p>Objetivo General: Describir las características de la gestión basada en la atención al cliente en la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la Provincia de Trujillo, año 2017.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar si la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la provincia de Trujillo realiza gestión basada en la atención al cliente, año 2017. • Conocer las características de la atención al cliente en la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la provincia de Trujillo, año 2017. • Identificar los beneficios de la gestión basada en la atención al cliente en la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la Provincia de Trujillo, año 2017. • Proponer un Plan de Mejora para la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la Provincia de Trujillo, año 2017. 	<p>La Gestión</p> <p>La Atención al Cliente</p>	<p>Estadística Descriptiva e informativa.</p> <p>Distribución de frecuencia simple.</p> <p>Representaciones graficas (barra).</p>

4.7. Principios éticos

Protección de las personas

Este primer principio nos conlleva a tomar conciencia de lo que vamos a realizar y tener siempre en cuenta la ética profesional donde se pondrá de manifiesto en el trabajo de investigación que vamos a poder hacerlo y siempre salvaguardando la integridad de las personas con quienes vamos a trabajar, no vulnerar sus derechos y saber salvaguardar su privacidad, para que ellas se sientan seguras y de esa manera nos brinden toda la información necesaria que queramos en ese momento. Y así poder culminar con éxito nuestro trabajo de investigación.

Beneficencia y no maleficencia

En este principio debemos estar convencidos que la persona que va a participar en la investigación se encuentre plenamente segura y en confianza.

El investigador debe cuidar minuciosamente su personalidad y regirse siempre a las normas para de esa manera alcanzar los beneficios esperados y no causar daño e incomodidad a la persona que va a colaborar con uno.

Justicia

En este principio como los otros es también importante donde el investigador tendrá que tener capacidad moral para ejercer la justicia y la equidad no caer en las injusticias el ser justo y equitativo le asegura la confianza a las personas que participan de tener acceso a los resultados obtenidos y por lo tanto el investigador tendrá que ser en todo momento equitativo con todos los pasos que se hagan en la investigación.

Integridad científica

El investigador debe tener como principio la integridad personal, y no solo aplicarla en la investigación si no también hacerlo dentro de sus actividades de índole profesional.

Es importante la integridad cuando el investigador cuenta con principios morales y valores lo cual lo identifica como justo y recto en relación con su profesión.

Ser consciente de los problemas que puedan afectar dentro de la investigación y estar disponible a comunicar los resultados obtenidos por mal que hayan dado.

Consentimiento informado y expreso

En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigadores o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Los resultados fueron obtenidos a través de las encuestas aplicadas a los conductores y los clientes o usuarios de la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL, la misma que servirá para desarrollar el trabajo denominado: “La gestión basada en la atención al cliente en la MYPE del rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la provincia de Trujillo, año 2017”.

5.1.1. Resultados de encuestas a conductores.

5.1.1.1. Variable Gestión

Planificación

Tabla 01 : Conocimiento de la empresa en general.

PREGUNTA	CATEGORÍA	Nº Conductores	%
¿Conoce cómo se inició su empresa?	SI	62	54%
	No	52	46%
TOTAL		114	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Conductores de TOUR PERÚ EXPRESS EIRL.
Elaborado por: Autor

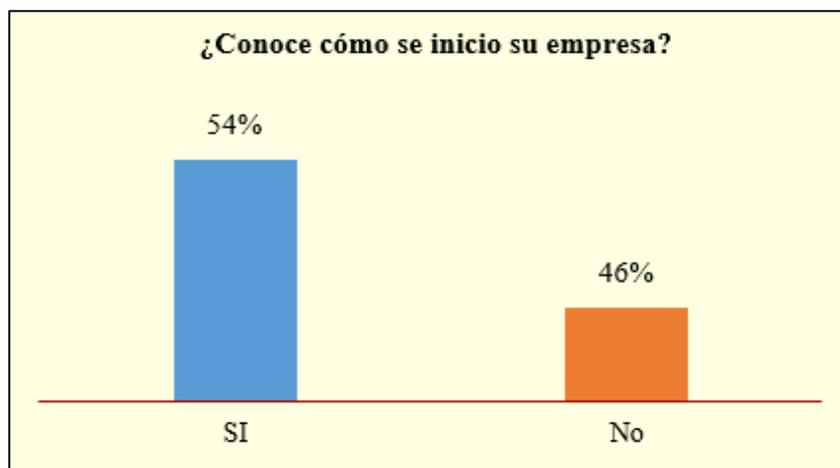


Figura 01 : Conocimiento de la Empresa en general.

Fuente: Tabla 01.

Elaborado por: Autor

Interpretación: En la **Tabla 01**, se observa que del personal que ejecuta el servicio (conductores), el 46% manifiesta no conoce el inicio de su empresa; mientras que el 54% indica que si conoce el inicio de su empresa.

Tabla 02 : Conocimiento de la Visión y Misión.

PREGUNTA	CATEGORÍA	Nº Conductores	%
¿Conoce si su empresa tiene una misión y visión?	Si	54	47%
	No	60	53%
TOTAL		114	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Conductores de TOUR PERÚ EXPRESS EIRL.
Elaborado por: Autor



Figura 02 : Conocimiento de la Visión y Misión.

Fuente: Tabla 02.
Elaborado por: Autor

Interpretación: En la **Tabla 02**, se verifica que el 53% de los conductores de la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL; no conoce si su empresa tiene una visión y misión y el 47% manifiesta que su empresa si tiene una visión y misión.

Tabla 03 : Conocimiento de Objetivos.

PREGUNTA	CATEGORÍA	Nº Conductores	%
¿Conoce si su empresa tiene objetivos o metas que se ha planteado?	Si	50	44%
	No	64	56%
TOTAL		114	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Conductores de TOUR PERÚ EXPRESS EIRL.
Elaborado por: Autor

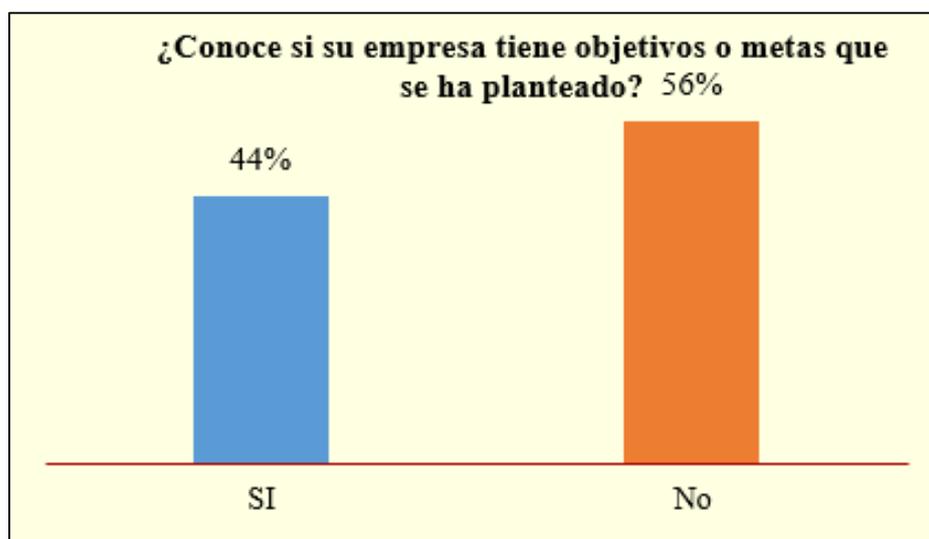


Figura 03 : Conocimiento de Objetivos.

Fuente: Tabla 03.

Elaborado por: Autor

Interpretación: En la **Tabla 03**, se observa que un 56% de los conductores manifiestan que no conocen si la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL; tiene objetivos o metas planteadas; mientras que el 44% indica que si conoce que su empresa tiene objetivos o metas planteadas.

Organización

Tabla 04 : Organización.

PREGUNTA	CATEGORÍA	Nº Conductores	%
¿Cómo califica Usted la organización que tiene su empresa?	Excelente	11	10%
	Muy buena	23	20%
	Buena	38	33%
	Regular	41	36%
	Mala	1	1%
TOTAL		114	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Conductores de TOUR PERÚ EXPRESS EIRL.

Elaborado por: Autor



Figura 04 : Organización.

Fuente: Tabla 04.

Elaborado por: Autor

Interpretación: En la **Tabla 04**, se observa que el 63% de los conductores califican como de excelente, muy buena o buena la organización que tiene su empresa; un 36% cree que es regular su organización y solo el 1% manifiesta que es mala la organización en la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL.

Tabla 05 : Funciones.

PREGUNTA	CATEGORÍA	Nº Conductores	%
¿Tiene claro cuáles son las funciones o actividades que debe desarrollar para ofrecer el servicio público de taxi?	Siempre	47	41%
	Casi siempre	56	49%
	Algunas Veces	11	10%
	Muy pocas veces	0	0%
	Nunca	0	0%
TOTAL		114	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Conductores de TOUR PERÚ EXPRESS EIRL.

Elaborado por: Autor

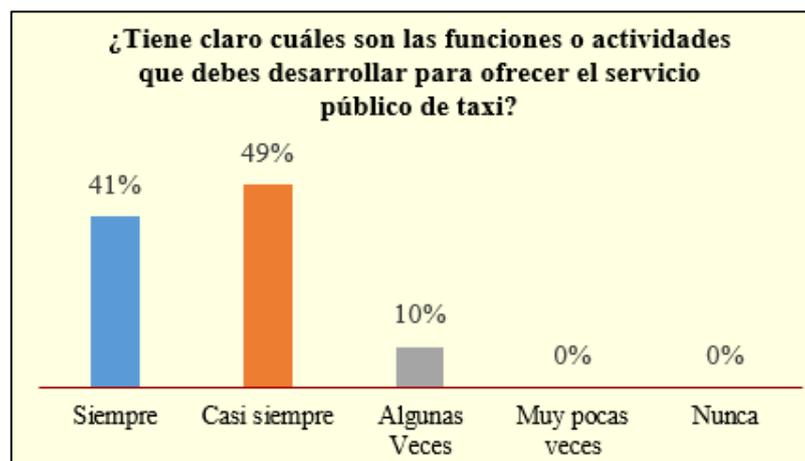


Figura 05 : Funciones

Fuente: Tabla 05.

Elaborado por: Autor

INTERPRETACIÓN: De otro lado en la **Tabla 05**, tenemos el resultado a la pregunta ¿tiene claro cuáles son las funciones o actividades que debe desarrollar para ofrecer el servicio público de taxi?; fue de que un 90% casi siempre o siempre tiene clara sus funciones o actividades a desarrollar y sólo (lo demás) el 10% algunas veces tiene claro sus funciones o actividades que debe desarrollar.

Tabla 06 : Clima Laboral.

PREGUNTA	CATEGORÍA	Nº Conductores	%
¿Cómo califica Usted el clima laboral que existe en su empresa?	Muy Bueno	0	0%
	Bueno	42	37%
	Regular	51	45%
	Malo	11	10%
	Pésimo	10	9%
TOTAL		114	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Conductores de TOUR PERÚ EXPRESS EIRL.

Elaborado por: Autor

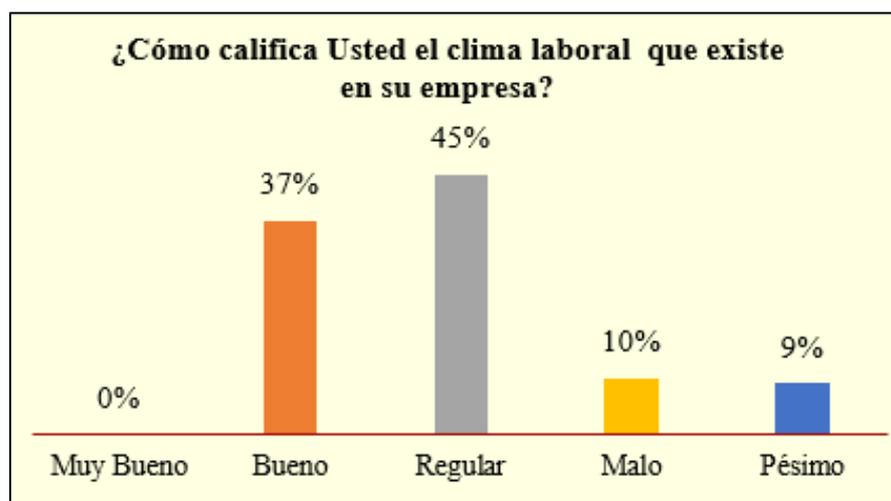


Figura 06 : Clima Laboral.

Fuente: Tabla 06.

Elaborado por: Autor

Interpretación: Asimismo, en la **Tabla 06**, respecto al clima laboral; el 37% califica como bueno el clima laboral en la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL; el 45% califica como regular el clima laboral y el 19% indica que existe un clima laboral malo o pésimo.

Dirección

Tabla 07 : Dirección.

PREGUNTA	CATEGORÍA	Nº Conductores	%
¿Cómo califica Usted la dirección de su empresa?	Excelente	11	10%
	Muy buena	23	20%
	Buena	53	46%
	Regular	23	20%
	Mala	4	4%
TOTAL		114	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Conductores de TOUR PERÚ EXPRESS EIRL.

Elaborado por: Autor

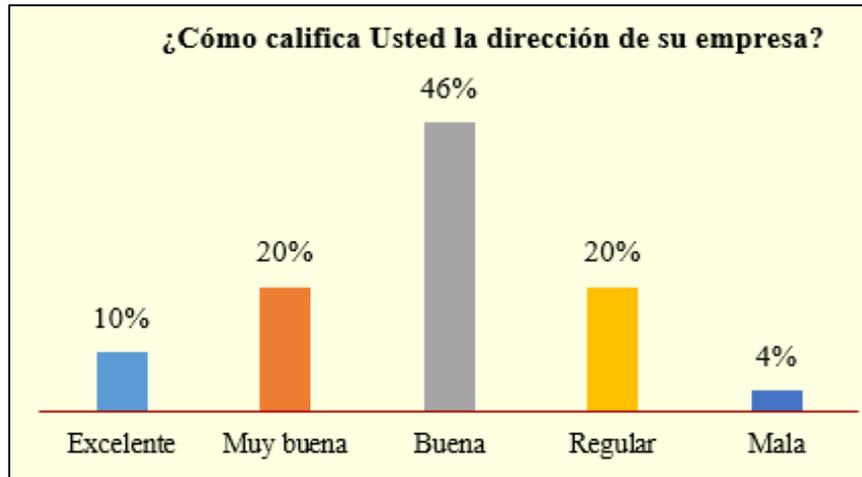


Figura 07 : Dirección.

Fuente: Tabla 07.

Elaborado por: Autor

Interpretación: En la **Tabla 07**, se observa que el 24% de los conductores de la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL, califica como de regular o mala la dirección de la empresa; el 46% indica que es buena la dirección y el 30% indica que la dirección de la empresa es excelente o muy buena.

Tabla 08 : Objetivos personales.

PREGUNTA	CATEGORÍA	Nº Conductores	%
¿Se ha propuesto algún objetivo de manera personal que desea lograr dentro de su empresa?	Si	99	87%
	No	15	13%
TOTAL		114	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Conductores de TOUR PERÚ EXPRESS EIRL.

Elaborado por: Autor



Figura 08 : Objetivos personales.

Fuente: Tabla 08.

Elaborado por: Autor

Interpretación: Así mismo, en la **Tabla 08**, se observa que el 87% de los conductores manifiesta que, si se han propuesto algún objetivo de manera personal que desean lograr dentro de la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL, y el 13% manifiesta que no se ha propuesto ningún objetivo de manera personal que desee lograr dentro de su empresa.

Tabla 09 : Motivación.

PREGUNTA	CATEGORÍA	Nº Conductores	%
¿Recibió algún tipo de motivación por parte de su empresa?	Si	16	14%
	No	98	86%
TOTAL		114	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Conductores de TOUR PERÚ EXPRESS EIRL.
Elaborado por: Autor

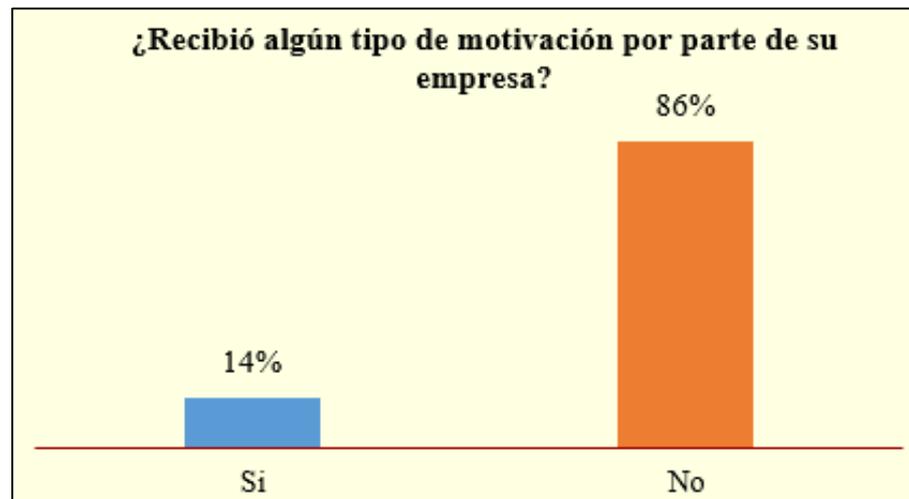


Figura 09 : Motivación.

Fuente: Tabla 09.

Elaborado por: Autor

Interpretación: En la **Tabla 09**, el 86% indica que no recibió algún tipo de motivación por parte de la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL, y sólo el 14% manifiesta que si recibió algún tipo de motivación.

Control

Tabla 10: Control.

PREGUNTA	CATEGORÍA	Nº Conductores	%
¿Existe control de asistencia dentro de su empresa?	Siempre	14	12%
	Casi Siempre	42	37%
	Algunas Veces	38	33%
	Muy Pocas Veces	20	18%
	Nunca	0	0%
TOTAL		114	100%
PREGUNTA	CATEGORÍA	Nº Conductores	%
¿Cree Usted que en su empresa existe un adecuado control de las autorizaciones para ofrecer el servicio de taxi, como Tarjeta Única de Circulación, SOAT o AFOCAT, Revisión Técnica del Vehículo, etc.?	Siempre	26	23%
	Casi Siempre	52	46%
	Algunas Veces	35	31%
	Muy Pocas Veces	1	1%
	Nunca	0	0%
TOTAL		114	100%
PREGUNTA	CATEGORÍA	Nº Conductores	%
¿Cree Usted que su empresa es cuidadosa al elegir un nuevo conductor?	Siempre	18	16%
	Casi Siempre	32	28%
	Algunas Veces	32	28%
	Muy Pocas Veces	32	28%
	Nunca	0	0%
TOTAL		114	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Conductores de TOUR PERÚ EXPRESS EIRL.
Elaborado por: Autor

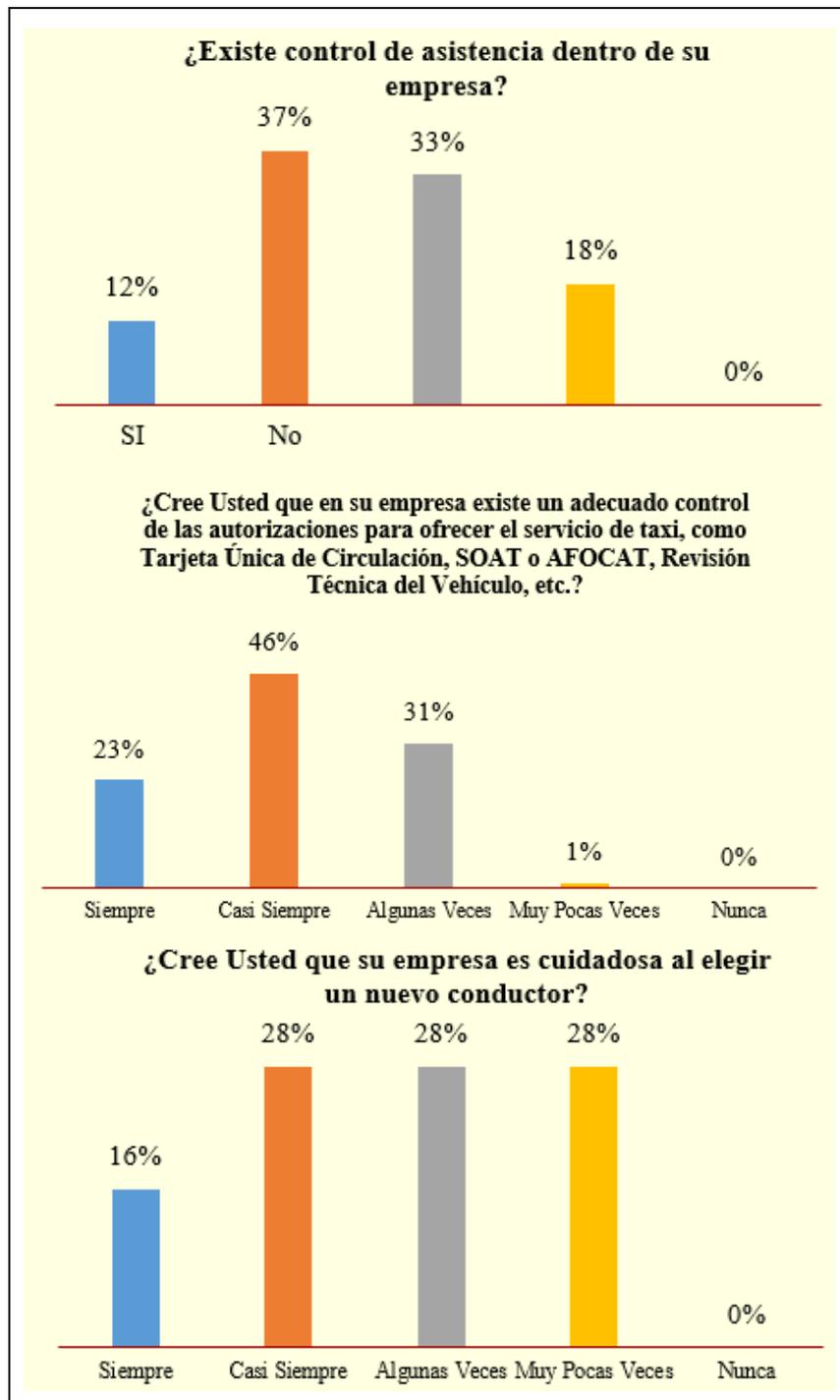


Figura 10: Control.

Fuente: Tabla 10.

Elaborado por: Autor

Interpretación: En la **Tabla 10**, se muestra que el 49% de los conductores indica que siempre o casi siempre existe control de asistencia dentro de la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL, el 33% manifiesta que algunas veces y sólo el 18% indica que muy pocas veces. Asimismo, se puede observar que respecto a la pregunta: ¿Cree Usted que en su empresa existe un adecuado control de las autorizaciones para ofrecer el servicio de taxi, como Tarjeta Única de Circulación, SOAT o AFOCAT, Revisión Técnica del Vehículo, etc. ?; el 69% manifiesta casi siempre o siempre; el 31% manifiesta que algunas veces y sólo el 1% que muy pocas veces.

Asimismo, respecto a la pregunta: ¿Cree Usted que su empresa es cuidadosa en elegir un nuevo conductor?; el 44% manifiesta que siempre o casi siempre tiene cuidado; el 28% indica que algunas veces y otro 28% manifiesta que muy pocas veces tiene cuidado en elegir a los nuevos conductores.

Tabla 11 : Evaluación.

PREGUNTA	CATEGORÍA	Nº Conductores	%
¿Existe evaluación o supervisión de las actividades que desarrolla en su empresa?	Siempre	0	0%
	Casi Siempre	0	0%
	Algunas Veces	22	19%
	Muy Pocas Veces	90	79%
	Nunca	2	2%
TOTAL		114	100%

*Fuente: Cuestionario aplicado a los Conductores de TOUR PERÚ EXPRESS EIRL.
Elaborado por: Autor*



Figura 11 : Evaluación.

Fuente: Tabla 11.

Elaborado por: Autor

Interpretación: Asimismo, en la **Tabla 11**, se puede observar que el 79% de los conductores indicaron que muy pocas veces existe evaluación o supervisión de las actividades que desarrollan en la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL; el 19% manifiesta que algunas veces existe evaluación o supervisión y sólo el 2% manifiesta que nunca existe evaluación o supervisión.

5.1.2. Resultados de encuestas a clientes o usuarios

5.1.2.1. Variable atención al cliente

Tabla 12 : Infraestructura y tecnología adecuada.

PREGUNTA	CATEGORÍA	Nº Clientes	%
¿Cómo califica a los vehículos con los que la empresa ofrece el servicio de taxi?	Muy buenos	135	35%
	Buenos	173	45%
	Regulares	77	20%
	Malos	0	0%
	Muy Malos	0	0%
TOTAL		385	100%
PREGUNTA	CATEGORÍA	Nº Clientes	%
¿Cómo considera la atención que se hace a través de la central telefónica que tiene la empresa?	Muy buena	64	17%
	buena	193	50%
	Regular	63	16%
	Mala	46	12%
	Muy mala	19	5%
TOTAL		385	100%
PREGUNTA	CATEGORÍA	Nº Clientes	%
¿Qué le parece la oficina que tiene la empresa para atender a los clientes o usuarios?	Muy buena	0	0%
	buena	25	6%
	Regular	159	41%
	Mala	163	42%
	Muy mala	38	10%
TOTAL		385	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Conductores de TOUR PERÚ EXPRESS EIRL.
Elaborado por: Autor

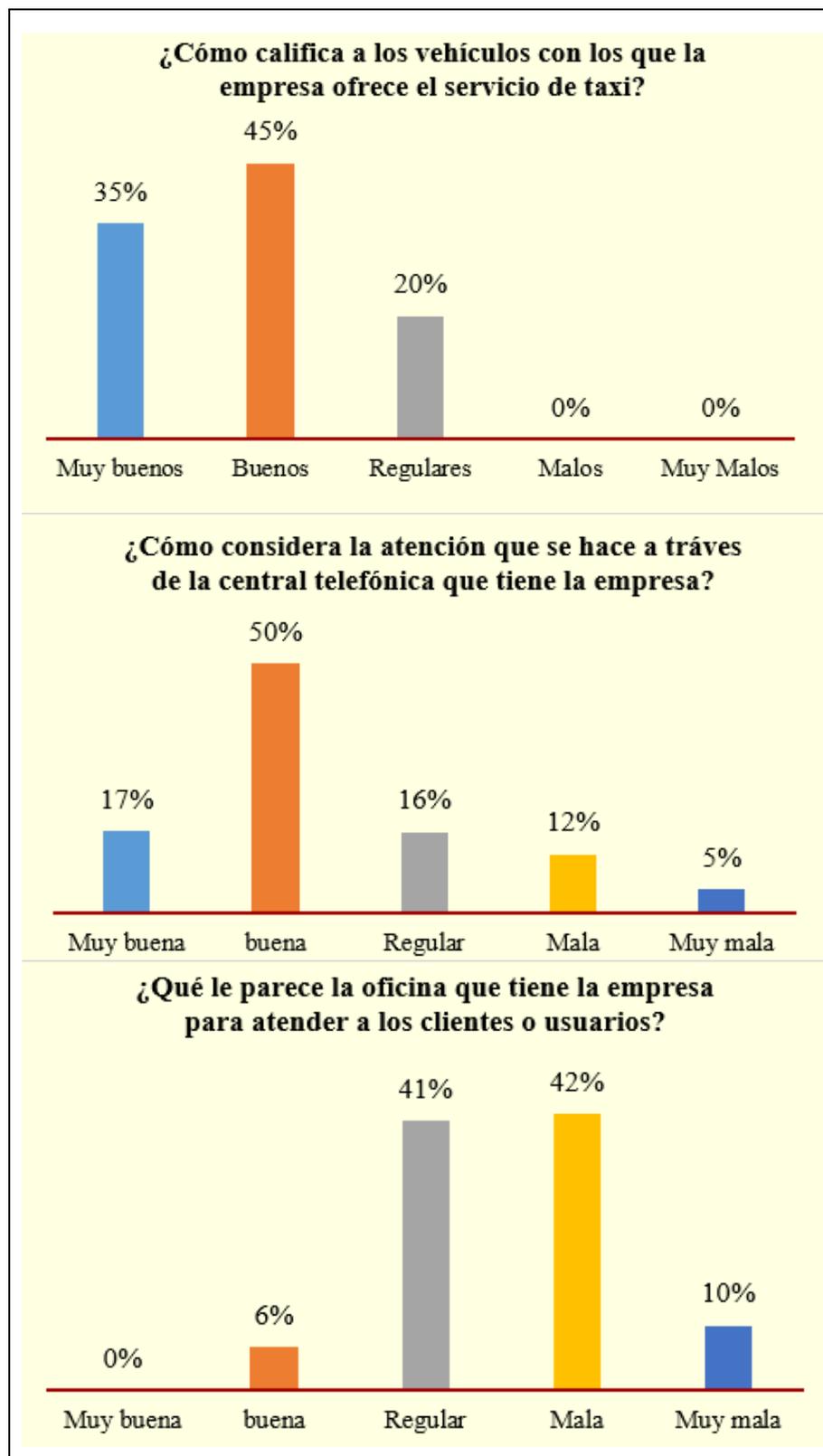


Figura 12 : Infraestructura y tecnología adecuada.

Fuente: Tabla 12.

Elaborado por: Autor

Interpretación: En la **Tabla 12**, respecto a la infraestructura y tecnología adecuada; a la pregunta ¿Cómo califica a los vehículos con los que la empresa ofrece el servicio de taxi?; el 80% de clientes indica que son muy buenos o buenos los vehículos con los que ofrece el servicio la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL, pero un 20% califica a los vehículos como de regulares.

También de la **Tabla 12**, a la pregunta ¿Cómo considera la atención que se hace a través de la central telefónica que tiene la empresa?; éstos consideran en un 67% que es buena o muy buena la atención a través de la central telefónica de la referida MYPE; el 16% indica que es regular la atención y el 17% manifiesta que es mala o muy mala la atención a través de la central telefónica de la del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL.

Asimismo, de la **Tabla 12**, el 6% de clientes consideran buena la oficina que tiene la empresa para la atención a los clientes o usuarios; el 41% consideran regular y el 52% indican que es mala o muy mala.

Tabla 13 : Disposición para otorgar oportunamente el servicio.

PREGUNTA	CATEGORÍA	Nº Clientes	%
¿Considera que la empresa cumple con los servicios solicitados dentro de los plazos establecidos?	Siempre	37	10%
	Casi siempre	154	40%
	Algunas veces	98	25%
	Muy pocas veces	71	18%
	Nunca	25	6%
TOTAL		385	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Conductores de TOUR PERÚ EXPRESS EIRL.
Elaborado por: Autor

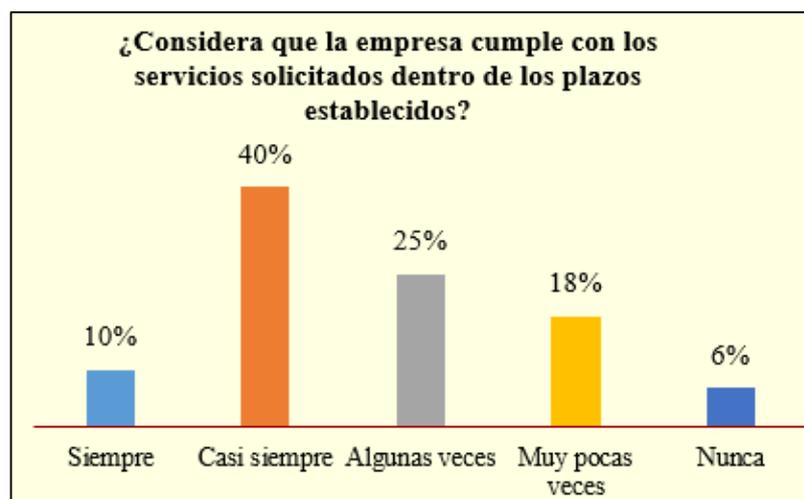


Figura 13 : Disposición para otorgar oportunamente el servicio.

Fuente: Tabla 13.

Elaborado por: Autor

Interpretación: En la **Tabla 13**, se observa que los usuarios en un 50% indican que la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL, siempre o casi siempre cumple con los servicios solicitados dentro de los plazos establecidos; el 25% considera que algunas veces y el otro 25% considera que nunca o muy pocas veces cumple con los servicios solicitados dentro de los plazos.

Tabla 14 : Cumplimiento del beneficio ofrecido.

PREGUNTA	CATEGORÍA	Nº Clientes	%
¿Considera que la empresa ofrece un buen servicio o un servicio acorde con lo que necesita o solicita Usted?	Siempre	72	19%
	Casi siempre	132	34%
	Algunas veces	78	20%
	Muy pocas veces	84	22%
	Nunca	19	5%
TOTAL		385	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Conductores de TOUR PERÚ EXPRESS EIRL.

Elaborado por: Autor



Figura 14 : Cumplimiento del beneficio ofrecido.

Fuente: Tabla 14.

Elaborado por: Autor

Interpretación: En la **Tabla 14**, se observa que respecto a la pregunta ¿Considera que la empresa ofrece un buen servicio o un servicio acorde con lo que necesita o solicita Usted?; el 53% indica que siempre o casi siempre; el 20% algunas veces y el 27% nos indica que muy pocas veces o nunca.

Tabla 15 : Solución oportuna a las quejas y reclamos.

PREGUNTA	CATEGORÍA	Nº Clientes	%
¿Considera que la atención a quejas y reclamos, por el servicio; es atendido con prontitud?	Siempre	84	22%
	Casi siempre	130	34%
	Algunas veces	77	20%
	Muy pocas veces	56	14%
	Nunca	38	10%
TOTAL		385	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Conductores de TOUR PERÚ EXPRESS EIRL.

Elaborado por: Autor

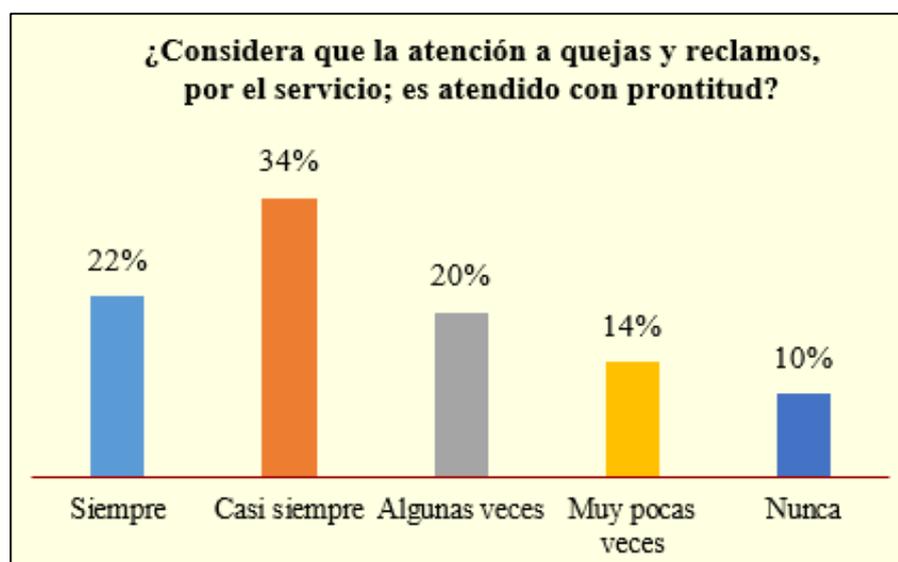


Figura 15 : Solución oportuna a las quejas y reclamos.

Fuente: Tabla 15.

Elaborado por: Autor

Interpretación: En la **Tabla 15**, se observa que el 56% de los usuarios considera que siempre o casi siempre las quejas y reclamos por los servicios son atendidos con prontitud por la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL; el 20% considera que algunas veces y el otro 24% refiere que muy pocas veces o nunca atiende con prontitud las quejas y reclamos.

Tabla 16 : Actitud del personal de atención.

PREGUNTA	CATEGORÍA	Nº Clientes	%
¿Los conductores de la empresa tienen una actitud amable?	Siempre	108	28%
	Casi siempre	137	36%
	Algunas veces	76	20%
	Muy pocas veces	51	13%
	Nunca	13	3%
TOTAL		385	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Conductores de TOUR PERÚ EXPRESS EIRL.

Elaborado por: Autor

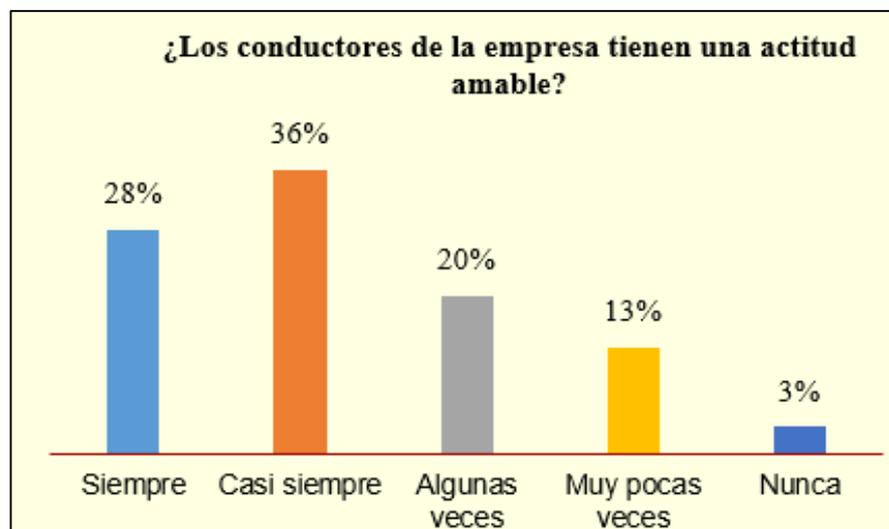


Figura 16: Actitud del personal de atención.

Fuente: Tabla 16.
Elaborado por: Autor

Interpretación: En la **Tabla 16**, el 64% de los clientes o usuarios indican que los conductores tienen siempre o casi siempre una actitud amable; el 20% de los usuarios afirman que algunas veces tienen una actitud amable y el 16% manifiesta que muy pocas veces o nunca los conductores que trabajan en la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL, tienen una actitud amable.

Tabla 17 : Existencia de servicios demandados.

PREGUNTA	CATEGORÍA	Nº Clientes	%
¿Cuándo llama telefónicamente a la empresa, encuentra una unidad (taxi) disponible para el servicio que desea?	Siempre	49	13%
	Casi siempre	127	33%
	Algunas veces	140	36%
	Muy pocas veces	48	12%
	Nunca	21	5%
TOTAL		385	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Conductores de TOUR PERÚ EXPRESS EIRL.
Elaborado por: Autor

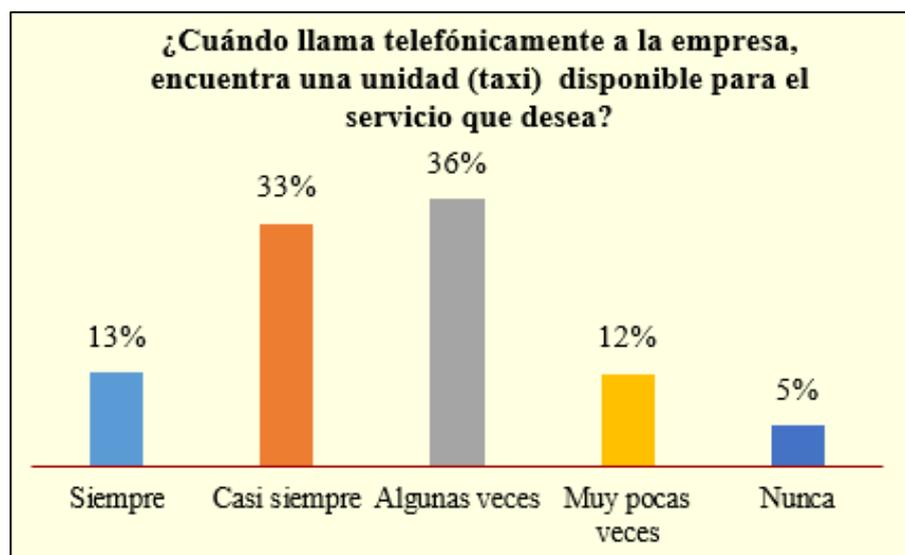


Figura 17 : Existencia de servicios demandados.

Fuente: Tabla 17.

Elaborado por: Autor

Interpretación: Respecto a la pregunta: ¿Cuándo llama telefónicamente a la empresa, encuentra una unidad (taxi) disponible para el servicio que desea?, de acuerdo a la **Tabla 17**; el 46% indican que siempre o casi siempre; el 36% indica que algunas veces; siendo que el 17% manifiesta que muy pocas veces o nunca encuentran unidades disponibles.

Tabla 18 : Confianza y Seguridad.

PREGUNTA	CATEGORÍA	Nº Clientes	%
¿Considera que la empresa transmite confianza y seguridad?	Siempre	56	15%
	Casi siempre	78	20%
	Algunas veces	97	25%
	Muy pocas veces	90	23%
	Nunca	64	17%
TOTAL		385	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Conductores de TOUR PERÚ EXPRESS EIRL.

Elaborado por: Autor

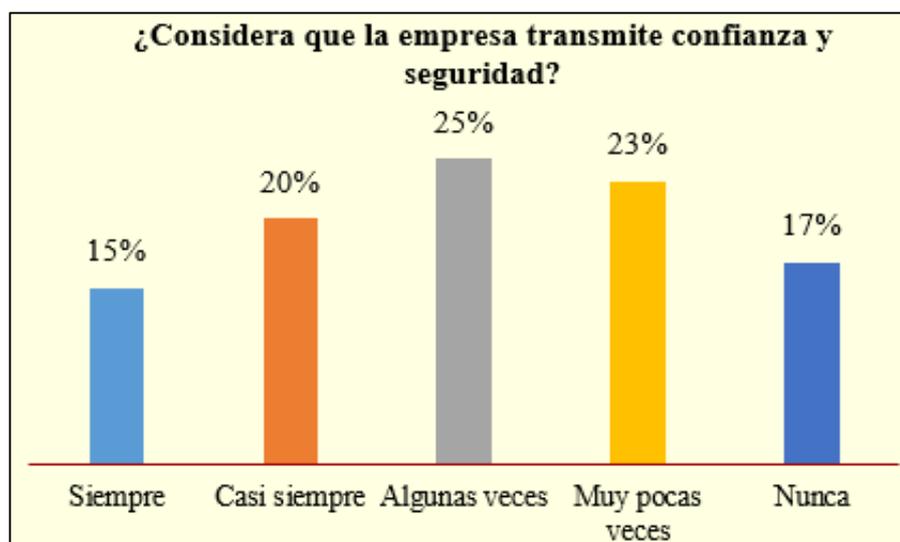


Figura 18 : Confianza y Seguridad.

Fuente: Tabla 18.

Elaborado por: Autor

Interpretación: Respecto a la confianza y seguridad que debería existir en la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL; se realizó la siguiente pregunta: ¿Considera que la empresa transmite confianza y seguridad?; En la **Tabla 18**, se muestra que el 35% de usuarios o clientes indican que siempre o casi siempre, el 25% considera que algunas veces y el 40% refiere que el muy pocas veces o nunca la empresa (MYPE) transmite confianza y seguridad a sus clientes.

Tabla 19 : Preparación y Capacitación del personal de atención.

PREGUNTA	CATEGORÍA	Nº Clientes	%
¿Considera que los conductores de la empresa están preparados y capacitados para ofrecer un servicio de calidad?	Siempre	71	18%
	Casi siempre	78	20%
	Algunas veces	115	30%
	Muy pocas veces	83	22%
	Nunca	38	10%
TOTAL		385	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Conductores de TOUR PERÚ EXPRESS EIRL.

Elaborado por: Autor

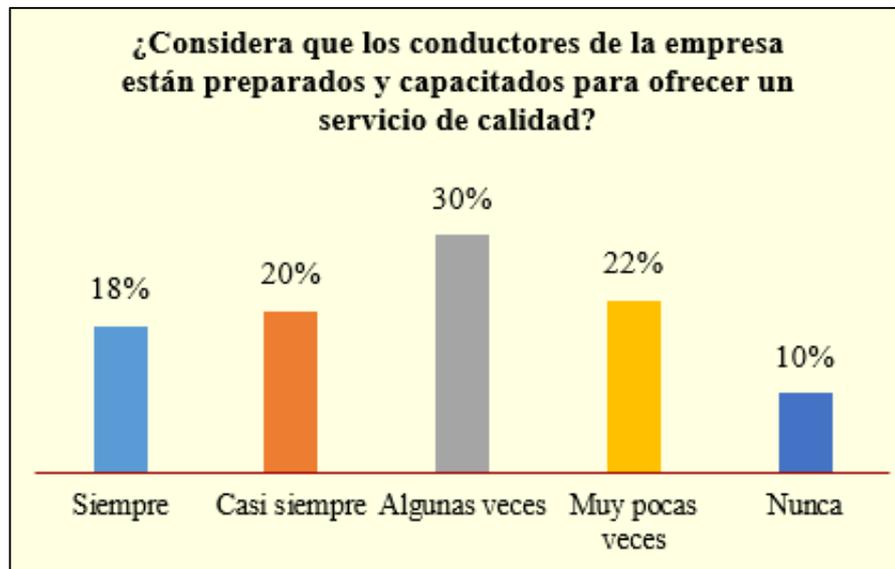


Figura 19 : Preparación y Capacitación del personal de atención.

Fuente: Tabla 19.

Elaborado por: Autor

Interpretación: En la **Tabla 19**, se observa que el 38% de los usuarios o clientes, manifiestan que siempre o casi siempre los conductores están preparados y capacitados para ofrecer un servicio de calidad; el 30% considera que algunas veces y el 32% refiere que nunca o muy pocas veces los conductores están preparados y capacitados para ofrecer un servicio de calidad.

Tabla 20 : Tarifas adecuadas del servicio.

PREGUNTA	CATEGORÍA	Nº Clientes	%
¿Considera que las tarifas de los servicios que solicita a la empresa, son las adecuadas o accesibles?	Siempre	83	22%
	Casi siempre	123	32%
	Algunas veces	71	18%
	Muy pocas veces	51	13%
	Nunca	57	15%
TOTAL		385	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Conductores de TOUR PERÚ EXPRESS EIRL.

Elaborado por: Autor

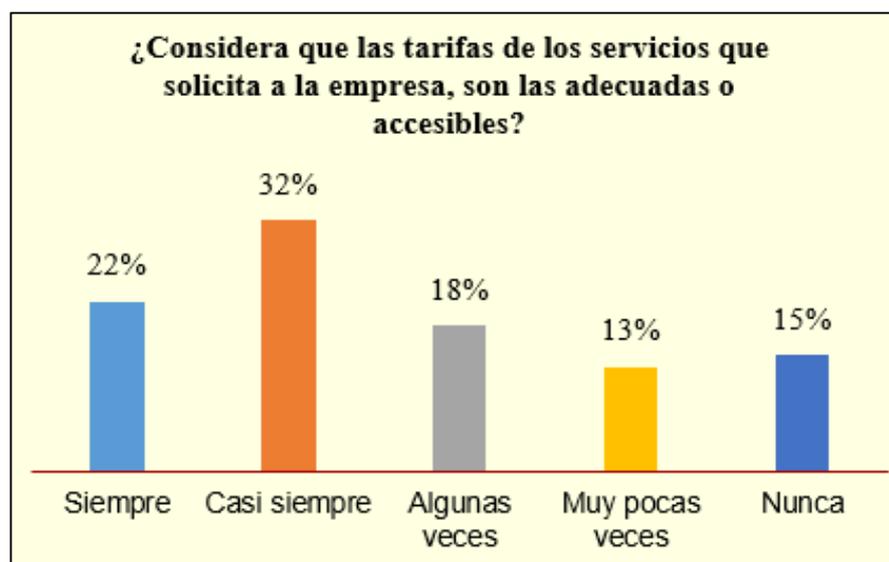


Figura 20 : Tarifas adecuadas del servicio.

Fuente: Tabla 20.

Elaborado por: Autor

INTERPRETACIÓN: En la **Tabla 20**, respecto a las tarifas (costo) de los servicios solicitados; un 54% indica que siempre o casi siempre las tarifas son las adecuadas o accesibles; el 18% considera que algunas veces y el 28% muy pocas veces o nunca las tarifas son adecuadas o accesibles para los usuarios o clientes de la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL.

Tabla 21 : Marketing apropiado.

PREGUNTA	CATEGORÍA	Nº Clientes	%
¿Cree que el marketing que utiliza la empresa es el correcto?	Siempre	38	10%
	Casi siempre	38	10%
	Algunas veces	76	20%
	Muy pocas veces	156	40%
	Nunca	77	20%
TOTAL		385	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los Conductores de TOUR PERÚ EXPRESS EIRL.

Elaborado por: Autor



Figura 21 : Marketing apropiado.

Fuente: Tabla 21.

Elaborado por: Autor

Interpretación: En la **Tabla 21**, a la pregunta ¿Cree que el marketing que utiliza la empresa es el correcto?; el 60% de los clientes indica que la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL, muy pocas veces o nunca el marketing que utiliza es el correcto; el 20% indica que algunas veces el marketing que utiliza es el correcto y solo el 20% indica que siempre o casi siempre el marketing que utiliza es el correcto.

5.2. Análisis de resultados

5.2.1. Resultados de encuestas a conductores.

5.2.1.1. Variable Gestión

Planificación

En la **Tabla 01**, se observa que del total de los conductores de la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL; el 54% de manifiesta que conoce el inicio de su empresa; difiriendo con lo que manifiesta Roque (2016), que indica que el 100% de las personas

encuestadas están totalmente de acuerdo en que conocen como surgió la empresa.

De otro lado, de la **Tabla 02** se presenta que los encuestado manifiestan en un 53% no conocen que su empresa tiene una misión y visión; esto no coincide con lo que muestra Roque (2016), pues éste investigador encontró que un 33% están totalmente en desacuerdo en que conocen su visión y misión de su empresa.

Asimismo, en la **Tabla 03**; se muestra que un 56% manifiestan que no conocen si su empresa la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL tiene objetivos o metas y un 44% manifiestan que si conocen que su empresa tiene objetivos o metas; lo que difiere nuevamente con lo indicado por Roque (2016), que encontró que un 33% son indiferentes al conocimiento de los objetivos de su empresa y un 33% en total desacuerdo al conocimiento de los objetivos que tiene su empresa.

Organización

En la **Tabla 04**, del 100% de los encuestados existe un 30% que califica como excelente o muy buena la organización en la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL; un 69% califican como buena o regular la organización en su empresa y sólo el 1% manifiesta rotundamente que es mala la organización en su empresa; lo que difiere a Roque (2016) quien sostiene que el 67% son indiferentes

a que exista una buena organización en su empresa y coincide parcialmente pues en el caso que el 33% respondieron que están en total acuerdo que existan buena organización en su empresa.

Respecto a la pregunta que, si los conductores tienen claro las funciones o actividades que deben desarrollar para ofrecer el servicio, de acuerdo a la **Tabla 05**, revelan en un 90% que siempre o casi siempre tienen claro sus funciones y un 10% revela que algunas veces tiene claro sus funciones, esto difiere de Roque (2016) pues este señala que el 100% de los encuestados manifiestan que están totalmente de acuerdo que consideran que tienen bien establecidas sus funciones en la empresa.

Asimismo, en la **Tabla 06**, se revela que respecto al clima laboral; el 37% califica como bueno el clima laboral dentro de la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL; el 45% manifiesta que es regular y el 19% indica que es malo o pésimo; difiriendo con lo indicado por Roque (2016) que encontró que el 100% de las personas encuestadas respondieron que están en total acuerdo en que consideran que existe un buen clima laboral entre sus compañeros de trabajo en la empresa.

Dirección

En la **Tabla 07**, se observa que el 30% indica que es excelente o muy buena la dirección de su empresa; lo que difiere de Roque (2016) que sostiene que el 67% del 100% de los encuestados respondieron que

están en total acuerdo en que consideran que la empresa está bien dirigida.

Respecto a que, si los encuestados se han propuesto objetivos de manera personal que desean lograr dentro de la empresa, la **Tabla 08**, nos muestra que un 87% de los encuestados indica que si tienen objetivos de manera personal a lograr en la empresa; lo que difiere totalmente de Roque (2016) quien sostiene que el 100% de las personas encuestadas respondieron que están en total acuerdo en que consideran que tienen objetivos personales en la empresa.

La **Tabla 09**, nos muestra que del 100% de encuestados, el 14% que recibió algún tipo de motivación por parte de su empresa, lo que difiere de Roque (2016) que indica que del 100% de los encuestados existe un 33,3% que respondieron que están en total acuerdo en que consideran que han recibido algún tipo de motivación por parte de la empresa y otros 33,3% son indiferentes, así como un 33,3% en total desacuerdo

CONTROL

En la **Tabla 10**, se muestra que el 49% de los conductores indican que siempre o casi siempre existe algún control de asistencia dentro de la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL, el 33% manifiesta que algunas veces y sólo el 18% indica que muy pocas veces; lo que difiere de Roque (2016) que indica que del 100% de

encuestados el 67% respondieron que son indiferentes y un 33% en total desacuerdo que existe algún tipo de control en la empresa.

De otro lado, se puede observar en la **Tabla 11**, que del 100% de los encuestados el 79% indicaron que muy pocas veces se les hizo una evaluación o supervisión de las actividades que desarrollan; el 20% manifiesta que algunas veces se le ejecuto una evaluación o supervisión; contrastándose con lo indicado por Roque (2016) que halló que el 33% respondieron que son indiferentes y el 67% en total desacuerdo en que han recibido algún tipo de evaluación o supervisión de las actividades.

5.2.2. Resultados de encuestas a aplicados a los clientes o usuarios

5.2.2.1. Variable atención al contribuyente

Infraestructura y Tecnología

En la **Tabla 12**, respecto a la infraestructura y tecnología adecuada; del 100% de encuestados el 80% indica que son muy buenos o buenos los vehículos con los que presta el servicios la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL; así como del 100% el 67% manifiesta que es muy buena o buena la atención que se ofrece a través de la central telefónica de atención; así también del 100% el 83% de clientes considera es regular o mala la oficina que tienen la referida MYPE para atender a sus usuarios.

Esto difiere con lo manifestado por Rodríguez (2016) que afirma que el 100% afirma que ha mejorado la infraestructura de su empresa en los últimos años; así como difiere de Tirado (2014) que indica que el 47% de los encuestados califican la edificación, instalación y mobiliario como bueno el 18% como muy bueno y el 5% como excelente.

Disposición para otorgar oportunamente el servicio

En la **Tabla 13**, se observa que los usuarios en un 50% indican que la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL, siempre o casi siempre cumple con los servicios solicitados dentro de los plazos establecidos; 25% consideran que algunas veces y el otro 25% consideran que nunca o muy pocas veces cumple con los servicios solicitados dentro de los plazos. Esto coincide mucho con lo indicado por Roque (2016) que manifiesta que del 100% de los encuestados el 41% están totalmente de acuerdo en considerar que la empresa cumple con la entrega de sus productos en el lapso determinado, 30% son indiferentes y 30% están en totalmente desacuerdo; así como difiere de Ocaña (2015) que indica que el 39,01% casi siempre las empresas de servicio de taxi cubren la necesidad en su momento, un 37.01% que siempre estas empresas cubren la necesidad en su momento siendo que el 15.75% de los encuestados indican que a veces cubren sus necesidades.

Cumplimiento del beneficio ofrecido

En la **Tabla 14**, se observa que del 100% de los encuestados el 53% indica que siempre o casi siempre la empresa ofrece un buen servicio o un servicio acorde con lo que necesita o solicita; coincidiendo parcialmente con Ocaña (2015) que indica que del 100% de los encuestados; el 57,48% de los encuestados señala que si encuentra beneficios en la calidad de servicios que brindan los taxistas en Piura, ya que cubren totalmente su necesidad.

Solución oportuna a las quejas y reclamos

En la **Tabla 15**, se observa que el 56% de los usuarios considera que siempre o casi siempre las quejas y reclamos son atendidos con prontitud por la que la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL; el 20% considera que algunas veces y el otro 24% refiere que nunca o muy pocas veces atiende con prontitud las quejas y reclamos; esto difiere de Tirado (2014) que indica que del 100% el 44% de los encuestados califican como bueno, el 27% como muy bueno y el 11% como excelente, la celeridad y prontitud de respuesta ante los requerimientos.

Actitud del personal de atención.

En la **Tabla 16**, los usuarios encuestados indican que el 64% de los conductores tienen siempre o casi siempre una actitud amable, coincidiendo esto con Roque (2016) que indica que el 62% está totalmente de acuerdo en que consideran que los colaboradores de la

empresa tienen una actitud amable, pero difiere de Tirado (2014) que indica que de acuerdo a los resultados obtenidos el 56% de los encuestados califican este factor como bueno, el 16% como muy bueno y 22% como excelente.

Existencia de servicios demandados.

Respecto a la disponibilidad del servicio, cuando se le es requerido a la MYPE a través de llamadas telefónicas, del 100% de los encuestados, de acuerdo a la **Tabla 17**; el 46% indican que siempre o casi siempre; el 37% indica que algunas veces; siendo que el 17% manifiesta que muy pocas veces o nunca encuentran unidades disponibles para ofrecer el servicio; lo que difiere de Roque (2016) que indica que el 64,3% de las personas encuestadas están totalmente de acuerdo en que consideran que los productos siempre están disponibles en la empresa.

Confianza y Seguridad.

Respecto a la confianza y seguridad que existe en la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL; del 100% de usuarios el 35% de ellos indican que siempre o casi siempre la MYPE transmite confianza y seguridad; el 25% considera que algunas veces y el 40% refiere que el algunas veces o nunca la empresa (MYPE) transmite confianza y seguridad a sus clientes, lo que difiere de Roque (2016) que indica que el 55% de las personas encuestadas están totalmente de acuerdo en que consideran que se les ha transmitido confianza, mientras que el 22% son indiferentes y otro 23% están en total desacuerdo; así

también difiere de Zelada (2016) pues indica que de los clientes encuestados en la Ferretería Solano EIRL, el 35% considera bueno, el 24% como muy bueno y el regular con un 30%, la confianza que ofrece el personal de ventas de la ferretería Solano EIRL.

Preparación y Capacitación del Personal de Atención

En la **Tabla 19**, se observa que el 38% de los usuarios, manifiestan que siempre o casi siempre los conductores están preparados; el 30% considera que algunas veces y el otro 32% refiere que nunca o muy pocas veces están capacitados; lo que difiere de Ocaña (2016) que indica que el 74,02% están siempre o casi siempre capacitados; así como también difiere de Roque (2016) pues indica que el 62% de las personas encuestadas están totalmente de acuerdo en que consideran que el personal está preparado y capacitado, mientras que el 22% son indiferentes y el otro 23% están en total desacuerdo.

Tarifas adecuadas del servicio.

En la **Tabla 20**, respecto a las tarifas (costo) de los servicios solicitados; un 54% indica que siempre o casi siempre las tarifas son adecuadas y accesibles; 18% considera que algunas veces y el 28% muy pocas veces o nunca las tarifas son adecuadas o accesibles para los usuarios; lo que difiere de Roque (2016) que considera que del 100% de encuestados hay un 61% de los usuarios que están totalmente de acuerdo en que consideran que los precios son accesibles, mientras que un 23% son indiferentes.

MARKETING APROPIADO

En la **Tabla 21**, del 100% de los encuestados, el 61% indica que la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL, muy pocas veces o nunca utiliza un marketing correcto; el 20% indica que algunas veces utiliza el marketing y solo el 20% indica que siempre o casi siempre utiliza el marketing correcto; difiriendo con Roque (2016) que indica que del 100% el 39% de las personas encuestadas están totalmente de acuerdo con el nivel de marketing.

VI. CONCLUSIONES

- **Respecto al Objetivo General: Describir las características de la gestión basada en la atención al cliente en la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la Provincia de Trujillo, año 2017.**

Se identificó que la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la Provincia de Trujillo, año 2017; se caracteriza por una gestión débil en planificación pues el total de sus conductores no tienen internalizado la identificación que debe tener cada “trabajador” (para nuestro caso conductor) con su empresa, más de la mitad de conductores no conocen sus inicios, un alto porcentaje desconocen si existe una visión y misión, alto porcentaje desconoce si existen objetivos o metas; se identificó que la gestión tiene una mediana organización ésta tiene características no adecuadas para el rubro donde se desenvuelven; sin embargo, los “trabajadores” (conductores) en su mayoría (90%) si conocen sus funciones; se caracteriza por una gestión con un clima laboral no apropiado así como un alto porcentaje indica que no recibió algún tipo de motivación; sin embargo un alto porcentaje califican de buena, muy buena o excelente a la dirección, el control es medio siendo de características no conformes dado lo sensible que es el rubro a que se dedican.

- **Respecto al Objetivo Especifico 01: Determinar si la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL, año 2017; de la provincia de Trujillo realiza gestión basada en la atención al cliente.**

Debido a las características identificadas de la gestión de la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL, en el año 2017; no está

completamente basada en la atención al cliente pues no existe la identificación de los conductores con la empresa, no tienen internalizados la misión, la visión y tampoco los objetivos; no existe estrategias de motivación para mejorar o fortalecer el servicio.

- **Respecto al Objetivo Especifico 02: Conocer las características de la atención al cliente en la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la provincia de Trujillo, año 2017.**

La atención al cliente en la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la provincia de Trujillo, año 2017; se caracterizó por darse con vehículos adecuados (buenos o muy buenos) en su mayoría, su central telefónica es calificada como buena o muy buena; no cuenta con una adecuada oficina de atención al cliente; medianamente atiende según el servicio solicitado, tanto en tiempo como en necesidad del cliente; así también la atención de quejas es mediana en su prontitud y mayormente se caracteriza por un servicio con una actitud amable; se caracteriza por una disponibilidad mediana de servicios para atender a los usuarios; un servicio con características de mediano para abajo respecto a la confianza y seguridad que transmite pues un 65% manifiestan que algunas veces o nunca trasmite confianza y seguridad; se caracteriza por un servicio que se ofrece con conductores poco capacitados; se caracterizan por tarifas justas o accesible en su mayoría de veces.

- **Respecto al Objetivo Especifico 03: Identificar los beneficios de la gestión basada en la atención al cliente en la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la Provincia de Trujillo, año 2017.**

Se logró identificar que los clientes si encuentran beneficios en el servicio que ofrece la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la Provincia de Trujillo, año 2017; pues esta cuenta con unidades vehiculares nuevas y los conductores cubre sus necesidades del servicio solicitado; para lo que se necesita capacitar y motivar al personal; esto se reflejará en su desempeño laboral y consecuentemente en mejores resultados para la MYPE, logrando un posicionamiento y ganarse un nombre en este difícil rubro.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

PROPUESTA DE MEJORA

I. Título de la propuesta

Propuesta de estrategias para mejorar la atención al cliente en TOUR PERÚ EXPRESS EIRL.

II. Objetivo de la propuesta

Proponer estrategias a fin de mejorar la atención al cliente en la MYPE del Rubro servicio de taxi, Tour Perú Express EIRL de la provincia de Trujillo.

III. Diagnostico situacional

De acuerdo al diagnóstico situacional realizado a la MYPE Tour Perú Express EIRL, se tiene lo siguiente:

a. Visión

Llegar a ser una Empresa Reconocida y Preferida por la ciudadanía trujillana por prestar un servicio de calidad.

b. Misión

Ser una empresa que contribuya al Conductor y propietario a generar mejores ingresos económicos.

Llegar a tener participación de mercado y preferencia por el público trujillano por prestar un servicio de calidad.

c. Valores

Compromiso:

Predisposición a dar lo mejor de cada uno en todos los objetivos emprendidos

Vocación de servicio:

Estar siempre dispuestos a servir a los clientes y usuarios.

Respeto:

Reconocer y considerar a los clientes y los compañeros como a uno mismo.

Honestidad:

Tratar a los clientes como nos gustaría que nos traten.

Responsabilidad:

El deber de desempeñar con eficiencia y puntualidad las actividades los compromisos o responsabilidades asumidas.

Justicia:

Ser justos con nuestras tarifas. (Por un cobro indebido, se puede perder un cliente).

Compañerismo:

Estar siempre dispuesto a ayudarnos entre nosotros.

d. FODA**Fortaleza**

- Cuenta con una flota vehicular moderna.
- Conductores con experiencia en manejo.
- Conductores y vehículos no involucrado en actos delictivos.

Oportunidades

- El crecimiento económico de la Región.
- Fácil acceso a unidades vehiculares nuevas.
- Mayor demanda por servicio en la región.

Debilidades

- Flota reducida de vehículos.
- No ser reconocidos en la ciudad.

Amenazas

- Excesiva cantidad de vehículos en el mismo servicio.
- Alta informalidad en el rubro del transporte público.
- Decisiones políticas locales.
- Inseguridad Ciudadana dada en extorsiones delincuenciales (cobro de cupos por delincuentes).

IV. Actividades

1. Elaborar Plan estratégico
2. Implementar área de admisión de conductores.
3. Implementar área de supervisión.
4. Capacitación a personal administrativo
5. Capacitación a Conductores.
6. Relanzamiento de Aplicación Informática TAXI EXPRESS

ACTIVIDAD		DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDAD	PERIODO	FRECUENCIA	RESPONSABLE	COSTO (S/)
1.-	Elaborar Plan estratégico	Servicio de elaboración de Plan Estratégico donde incluye: Misión, visión, valores, manual de buenas prácticas, código de ética, reglamento de ingreso y salida de conductores y vehículos, reglamento de sanciones.	Setiembre	Cada 4 años	Gerente	3,000.00
2.-	Implementar área de admisión de conductores.	Contratar 01 persona para área de admisión a nuevos conductores. Así como dicha área debe encargarse de evaluar constantemente el actuar de conductores.	Agosto	Mensual	Gerente	1,200.00
3.-	Implementar área de supervisión.	Contratar 01 persona para área de supervisión a conductores y/o unidades vehiculares.	Agosto	Mensual	Gerente	1,200.00
4.-	Capacitación a personal administrativo	Curso Taller sobre herramientas de gestión empresarial dirigida a Gerente, secretaria, operadoras, personal de supervisión y personal de admisión.	Enero	Anual	Gerente	1,500.00
5.-	Capacitación a Conductores.	Taller de capacitación a conductores respecto a herramientas de atención a clientes, manual de buenas prácticas y código de ética.	Noviembre	Anual	Responsable del Área de Admisión de Conductores	1,500.00
6.-	Relanzamiento de Aplicación Informática TAXI ESPRESS	Dado que ya se invirtió en la creación de una aplicación informática TAXI EXPRESS se debe relanzar ésta aplicación que permita captar más vehículos asociados y ofrecer mejor servicio.	Noviembre	Anual	Gerente	500.00

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amat, J. (1992). *El Control de Gestión: Una perspectiva de Dirección*. Ed. Ediciones Gestión, Barcelona.
- Arellano, G. (2004). *Gestión Estratégica en el Sector Público: Del Pensamiento Estratégico al cambio Organizacional*. Editorial Fondo de Cultura Económica. México.
- Beltrán, F. (1999). *Definición de modelo de gestión: que es, significado y conceptos*. [documento en línea de modelo - de - gestión. España]. Disponible en <http://google.co.ve/searan/definición+de+modelo+de+gestión.pdf>
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano*. Editorial Mc Graw Hill, Tercera Edición. México.
- Desatnick, R. (1990). *Como conservar su clientela*. Editorial Legis. Colombia.
- Farfán, C. (2015). *La Gestión del Servicio como Propuesta de Mejora para la Satisfacción de Clientes Caso: Museo San Francisco de Lima*. Lima. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Guerra, A. (2015). *Evaluación de la Calidad de la Atención al Cliente en las Empresas Lácteas de la Ciudad de San Juan de Pasto Departamento de Nariño*. Colombia. Universidad de Nariño.
- Hernández, Fernández & Baptista. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGrawW – Hill / Interamericana Editores, S.A. de CV. Sexta Edición. México.

- Hidalgo, J. (2015). *Modelo de Gestión para Mejorar la Calidad de Atención al Usuario del GADM CANTON BABAHOYO*. Ecuador. Universidad Regional Autónoma de los Andes.
- Horovitz, J. (1997). *La Calidad del Servicio a la Conquista del Cliente*. Editorial McGraw Hill. Madrid – España.
- Kaplan y Norton (2000). *Administración*. Sexta Edición, Prentice Hall. México.
- Kotler, P. & Armstrong G. (2013). *Fundamentos de la Mercadotecnia*. Editorial Prentice Hall. Octava Edición. México.
- Kotler, P. (2004). *Fundamentos de la Mercadotecnia*. Editorial Prentice Hall. Sexta Edición. México.
- Martin, W. (1991). *Servicios de Calidad al Cliente: La Cortesía en el Trabajo*. Editorial Trillas. México.
- Ocaña, A. (2015). *Características de la capacitación y Calidad del Servicio de las MYPES rubro servicio de taxi en los distritos de Piura y Castilla Año 2015. Piura*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Peel, M. (1991). *El Servicio al Cliente: Guía para Mejorar la Atención y la Asistencia*. Ediciones Deusto. España.
- Ponjuan, G. (1998). *Gestión Administrativa*. Editorial Prentice Hall. Sexta Edición. México.
- Quiliche, M. (2016). *Propuesta de un Diseño de Mejora del Proceso de Atención de Clientes para Mejorar la Calidad del Servicio de una Entidad Bancaria CAJAMARCA 2016*. Cajamarca. Universidad Privada del Norte.

- Roque, J. (2016). *Estrategias de gestión administrativa en mejora de la atención al cliente en la MYPE Comercial San Martín – Chiclayo*, tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración. Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Señor de Sipán, Pimentel – Chiclayo.
- Salgueiro, A. (2001). *Indicadores de Gestión y Cuadro de Mando*. Editorial Díaz de Santos. Madrid.
- Sandoval, J. (2016). Tesis *Caracterización de la Gestión de Calidad y la competitividad de las MYPEs del sector comercial, rubro imprentas de la ciudad de Juanjuí año 2015-2016*.
- Serna, H. (2006). *Conceptos básicos, En el Servicio al cliente* (pp. 19-27). Colombia: Panamericana editorial Ltda.
- Vásquez J. L. (2013), *Instrumentos de créditos para MIPYMES a través de un portafolio de credit default swaps en México*. (Tesis de Maestría en ciencias económicas. Instituto Politécnico Nacional. México.)
- Zelada, L. (2016). *Atención al Cliente y su Influencia en el Nivel de Ventas de la Ferretería Solano EIRL En el primer semestre del 2016 del distrito de Trujillo*. Trujillo. Universidad Nacional de Trujillo.

ANEXOS

ANEXO 01

CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

El Presente cuestionario tiene por finalidad recabar información de la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL, la misma que servirá para desarrollar el trabajo denominado: *La gestión basada en la atención al cliente en la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL de la provincia de Trujillo, año 2017.*

Señor conductor, la información que usted proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación; por ello, se le agradece por su valiosa colaboración y sinceridad en sus respuestas.

DATOS GENERALES:

Sexo : M F Edad: Años en la empresa: Años Meses

Sírvase por favor marcar la alternativa correcta:

- ¿Conoce cómo se inició su empresa?
Si No
- ¿Conoce si su empresa tiene una misión y visión?
Si No
- ¿Conoce si su empresa tiene objetivos o metas que se ha planteado?
Si No
- ¿Cómo califica Usted la organización que tiene su empresa?

Excelente	Muy buena	Buena	Regular	Mala
-----------	-----------	-------	---------	------
- ¿Tiene claro cuáles son las funciones o actividades que debe desarrollar para ofrecer el servicio público de taxi?

Siempre	Casi siempre	Algunas Veces	Muy pocas veces	Nunca
---------	--------------	---------------	-----------------	-------
- ¿Cómo califica Usted el clima laboral que existe en su empresa?

Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
-----------	-------	---------	------	--------

7. ¿Cómo califica Usted la dirección de su empresa?

Excelente	Muy buena	Buena	Regular	Mala
-----------	-----------	-------	---------	------

8. ¿Se ha propuesto algún objetivo de manera personal que desea lograr dentro de su empresa?

Si No

9. ¿Recibió algún tipo de motivación por parte de su empresa?

Si No

10. ¿Existe control de asistencia dentro de su empresa?

Siempre	Casi siempre	Algunas Veces	Muy pocas veces	Nunca
---------	--------------	---------------	-----------------	-------

11. ¿Existe evaluación o supervisión de las actividades que desarrolla en su empresa?

Siempre	Casi siempre	Algunas Veces	Muy pocas veces	Nunca
---------	--------------	---------------	-----------------	-------

12. ¿Cree Usted que en su empresa existe un adecuado control de las autorizaciones para ofrecer el servicio de taxi, como Tarjeta Única de Circulación, SOAT o AFOCAT, Revisión Técnica del Vehículo, etc.?

Siempre	Casi siempre	Algunas Veces	Muy pocas veces	Nunca
---------	--------------	---------------	-----------------	-------

13. ¿Cree Usted que su empresa es cuidadosa al elegir un nuevo conductor?

Siempre	Casi siempre	Algunas Veces	Muy pocas veces	Nunca
---------	--------------	---------------	-----------------	-------

Lic. Adm. Walter Antonio Arroyo Vidal

ANEXO 02

**MATRIZ DE VALIDACIÓN
DEL CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DE LA VARIABLE: GESTIÓN**

ÍTEMS		CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Está relacionado con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1.-	¿Conoce cómo se inició su empresa?	X			X		X		X
2.-	¿Conoce si su empresa tiene una misión y visión?	X			X		X		X
3.-	¿Conoce si su empresa tiene objetivos o metas que se ha planteado?	X			X		X		X
4.-	¿Cómo califica Usted la organización que tiene su empresa?	X			X		X		X
5.-	¿Tiene claro cuáles son las funciones o actividades que debe desarrollar para ofrecer el servicio público de taxi?	X			X		X		X
6.-	¿Cómo califica Usted el clima laboral que existe en su empresa?	X			X		X		X
7.-	¿Cómo califica Usted la dirección de su empresa?	X			X		X		X
8.-	¿Se ha propuesto algún objetivo de manera personal que desea lograr dentro de su empresa?	X			X		X		X
9.-	¿Recibió algún tipo de motivación por parte de su empresa?	X			X		X		X
10.-	¿Existe control de asistencia dentro de su empresa?	X			X		X		X
11.-	¿Existe evaluación o supervisión de las actividades que desarrolla en su empresa?	X			X		X		X
12.-	¿Cree Usted que en su empresa existe un adecuado control de las autorizaciones para ofrecer el servicio de taxi, como Tarjeta Única de Circulación, SOAT o AFOCAT, Revisión Técnica del Vehículo, etc.?	X			X		X		X
13.-	¿Cree Usted que su empresa es cuidadosa al elegir un nuevo conductor?	X			X		X		X

ANEXO 03
CUESTIONARIO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

El Presente cuestionario tiene por finalidad recabar información de la MYPE del rubro servicio de Taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL, la misma que servirá para desarrollar el trabajo denominado: *La gestión basada en la atención al cliente en la MYPE del rubro servicio de taxi, TOUR PERÚ EXPRESS EIRL de la provincia de Trujillo, año 2017.*

Señor usuario, la información que usted proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación; por ello, se le agradece por su valiosa colaboración y sinceridad en sus respuestas.

DATOS GENERALES:

Sexo : M F **Edad:** **Años que usa el servicio:** Años Meses

1. ¿Cómo califica a los vehículos con los que la empresa ofrece el servicio de taxi?

Muy Buenos	Buenos	Regulares	Malos	Muy malos
------------	--------	-----------	-------	-----------

2. ¿Cómo considera la atención que se hace a través de la central telefónica que tiene la empresa?

Muy Buena	Buena	Regular	Mala	Muy mala
-----------	-------	---------	------	----------

3. ¿Qué le parece la oficina que tiene la empresa para atender a los clientes o usuarios?

Muy Buena	Buena	Regular	Mala	Muy mala
-----------	-------	---------	------	----------

4. ¿Considera que la empresa cumple con los servicios solicitados dentro de los plazos establecidos?

Siempre	Casi siempre	Algunas Veces	Muy pocas veces	Nunca
---------	--------------	---------------	-----------------	-------

5. ¿Considera que la empresa ofrece un buen servicio o un servicio acorde con lo que necesita o solicita Usted?

Siempre	Casi siempre	Algunas Veces	Muy pocas veces	Nunca
---------	--------------	---------------	-----------------	-------

6. ¿Considera que la atención a quejas y reclamos, por el servicio; es atendido con prontitud?

Siempre	Casi siempre	Algunas Veces	Muy pocas veces	Nunca
---------	--------------	---------------	-----------------	-------

7. ¿Los conductores de la empresa tienen una actitud amable?

Siempre	Casi siempre	Algunas Veces	Muy pocas veces	Nunca
---------	--------------	---------------	-----------------	-------

8. ¿Cuándo llama telefónicamente a la empresa, encuentra una unidad (taxi) disponible para el servicio que desea?

Siempre	Casi siempre	Algunas Veces	Muy pocas veces	Nunca
---------	--------------	---------------	-----------------	-------

9. ¿Considera que la empresa transmite confianza y seguridad?

Siempre	Casi siempre	Algunas Veces	Muy pocas veces	Nunca
---------	--------------	---------------	-----------------	-------

10. ¿Considera que los conductores de la empresa están preparados y capacitados para ofrecer un servicio de calidad?

Siempre	Casi siempre	Algunas Veces	Muy pocas veces	Nunca
---------	--------------	---------------	-----------------	-------

11. ¿Considera que las tarifas de los servicios que solicita a la empresa, son las adecuadas o accesibles?

Siempre	Casi siempre	Algunas Veces	Muy pocas veces	Nunca
---------	--------------	---------------	-----------------	-------

12. ¿Cree que el marketing que utiliza la empresa es el correcto?

Siempre	Casi siempre	Algunas Veces	Muy pocas veces	Nunca
---------	--------------	---------------	-----------------	-------

Lic. Adm. Walter Antonio Arroyo Vidal

ANEXO 04

**MATRIZ DE VALIDACIÓN
DEL CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DE LA VARIABLE: ATENCIÓN
AL CLIENTE**

ÍTEMS		CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Está relacionado con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1.-	¿Cómo califica a los vehículos con los que la empresa ofrece el servicio de taxi?	X			X		X		X
2.-	¿Cómo considera la atención que se hace a través de la central telefónica que tiene la empresa?	X			X		X		X
3.-	¿Qué le parece la oficina que tiene la empresa para atender a los clientes o usuarios?	X			X		X		X
4.-	¿Considera que la empresa cumple con los servicios solicitados dentro de los plazos establecidos?	X			X		X		X
5.-	¿Considera que la empresa ofrece un buen servicio o un servicio acorde con lo que necesita o solicita Usted?	X			X		X		X
6.-	¿Considera que la atención a quejas y reclamos, por el servicio; es atendido con prontitud?	X			X		X		X
7.-	¿Los conductores de la empresa tienen una actitud amable?	X			X		X		X
8.-	¿Cuándo llama telefónicamente a la empresa, encuentra una unidad (taxi) disponible para el servicio que desea?	X			X		X		X
9.-	¿Considera que la empresa transmite confianza y seguridad?	X			X		X		X
10.-	¿Considera que los conductores de la empresa están preparados y capacitados para ofrecer un servicio de calidad?	X			X		X		X
11.-	¿Considera que las tarifas de los servicios que solicita a la empresa, son las adecuadas o accesibles?	X			X		X		X
12.-	¿Cree que el marketing que utiliza la empresa es el correcto?	X			X		X		X

ANEXO 05**PRESUPUESTO DE BIENES Y SERVICIOS****PRESUPUESTO DE BIENES**

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	
			UNITARIO	TOTAL
Papel bond	01	Ciento	S/ 15,00	S/ 15,00
lapiceros	02	Unidad	S/ 1,00	S/ 2,00
lápiz	01	Unidad	S/ 1,00	S/ 1,00
resaltador	01	Unidad	S/ 2,50	S/ 2,50
cuaderno	01	Unidad	S/ 10,00	S/ 10,00
TOTAL				S/ 30,50

Fuente: Elaboración propia del autor.

PRESUPUESTO DE SERVICIOS

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	
			UNITARIO	TOTAL
Impresiones	140	hojas	S/ 0.50	S/ 70.00
Fotocopias	150	Unidad	S/ 0.10	S/ 15.00
Movilidad a bibliotecas y universidad	60	Pasajes	S/ 1.00	S/ 60.00
Asesoría de (taller de investigación)	1	Unidad	S/ 2 500,00	S/ 2 500,00

Fuente: Elaboración propia del autor

ANEXO 06

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

2018																
Actividades Programadas	Febrero				Marzo					Abril				Mayo		
	6	13	20	27	1	6	13	20	27	3	10	17	24	3	8	15
Presentación del proyecto																
Trabajo de campo, tabulaciones, resultados, análisis de los resultados y conclusiones																
Presentación de resultados – elaborar el informe																
Presentar el informe al asesor																
Presentación de informe estadístico y corrector de estilo																
Presentar el informe a la comisión																
Ingreso de informe al módulo Pre Banca																
Pre sustentación																
Sustentación																