



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**LA GESTIÓN BAJO EL ENFOQUE EN LA ATENCIÓN AL
CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, EN EL
SECTOR TRANSPORTE URBANO DE PASAJEROS RUBRO
SERVICIO DE TAXIS, EN EL DISTRITO DE TRUJILLO, 2017.**

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

AUTOR:

**CAMPOS GARCIA, DONALDO RAUL
ORCID: 0000-0002-3304-9228**

ASESOR:

**PELÁEZ VALDIVIESO, JOSÉ VICTOR
ORCID: 0000-0002-2186-0398**

**TRUJILLO – PERÚ
2020**

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

CAMPOS GARCIA, DONALDO RAUL

ORCID: 0000-0002-3304-9228

**Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado.
Trujillo – Perú**

ASESOR

PELÁEZ VALDIVIESO, JOSÉ VICTOR

ORCID: 0000-0002-2186-0398

**Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables
Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Trujillo - Perú**

JURADO

Mgtr. BOCANEGRA CRUZADO, MÁXIMO ANTONIO

ORCID: 0000-0003-0829-1511

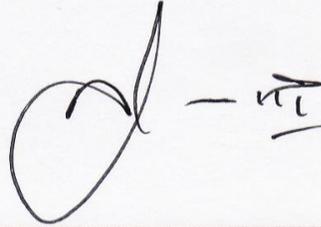
Dr. RUBIO CABRERA, MEDARDO HERMOGENES

ORCID: 0000-0002-3094-0218

Mgtr. RIVERA PRIETO, HÉCTOR ASCENCIÓN

ORCID: 0000-0002-3924-3048

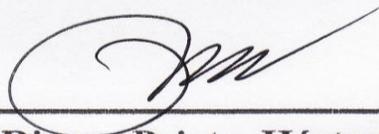
FIRMAS DEL JURADO Y ASESOR



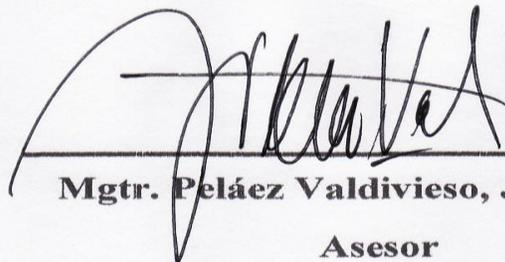
Mgtr. Bocanegra Cruzado, Máximo Antonio
Presidente



Dr. Rubio Cabrera, Medardo Hermógenes
Miembro



Mgtr. Rivera Prieto, Héctor Ascención
Miembro



Mgtr. Peláez Valdivieso, José Víctor
Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios, todas las gracias y bendiciones que me ha otorgado, y ha estado conmigo en cada paso que he dado, cuidándome y dándome fortaleza para continuar y culminar satisfactoriamente mi trabajo de investigación.

A mi **Padre** que desde el cielo me guía y protege y agradecerle por sus sabias enseñanzas y consejos brindado, y por todo su cariño y comprensión dada.

A mi **Madre** por haberme dado la vida, y por su apoyo incondicional y su paciencia que ha tenido para conmigo.

A mis Hermanos, Familiares, Amigos y compañeros agradecerle por su amistad brindada.

Finalmente, a mis asesores de tesis, por el conocimiento y su sabiduría brindada, para culminar la presente tesis

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a mi Esposa **Jadi**, por su apoyo y ánimo que me ha brindado día a día, en seguir adelante, con la finalidad de alcanzar mis metas, tanto en lo profesional como en lo laboral, y también por su paciencia y apoyo brindado incondicionalmente.

A mis hijos **ARIAN** y **RAÍ**, a quienes siempre amaré y cuidaré para verlos hechos personas capaces y que puedan valerse por sí mismo y cumplir sus objetivos trazados.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar cómo es la gestión en la atención al cliente en el sector transporte urbano de pasajeros, en el rubro servicio de taxis en el distrito de Trujillo, 2017. La metodología es de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño No Experimental - Transversal, para el recojo de la información se aplicó la encuesta a los representantes legales, con una población muestral de 67 Mypes, se obtuvieron los siguientes resultados:

Los representantes legales con respecto a Gestión el 92,5% conoce el término, un 91,0%, cuentan con misión y visión, un 52,2% una buena gestión mejora la rentabilidad. En relación a la atención al cliente el 88.7% si conoce el termino, el 76,1% la buena atención conserva a clientes, un 76,1% no se capacitó, un 56,7% se debe capacitar a sus conductores, la capacitación es un gasto con 46,3%, deben capacitar a los conductores una vez al año con 49,3% y un 55,2% manifestaron que la empresa transmite confianza y seguridad.

Se recomienda que las empresas cuenten con un plan de capacitación para los conductores y que no solo quede en papeles, y que las capacitaciones deben de tener una duración de 20 a 30 minutos como máximo, y que asistan en grupo de 25 conductores, y si fuera posible las capacitaciones deberían de dictarse cada 6 meses.

Palabras Claves: Atención, Cliente, Gestión y Mypes.

ABSTRACT

The present research work had as a general objective: To determine how is the management in customer service in the urban passenger transport sector, in the category of taxi service in the district of Trujillo, 2017. The methodology is quantitative, level Descriptive, Non-Experimental - Transversal design, for the collection of information the survey was applied to legal representatives, with a sample population of 67 Mypes, and the following results were obtained:

Legal representatives regarding Management 92.5% know the term, 91.0%, have mission and vision, 52.2% good management improves profitability. In relation to customer service 88.7% if you know the term, 76.1% good customer service, 76.1% was not trained, 56.7% must train their drivers, training It is an expense with 46.3%, they must train drivers once a year with 49.3% and 55.2% said the company transmits confidence and safety.

It is recommended that companies have a driver training plan and that it not only remains in paperwork, and that the trainings should last a maximum of 20 to 30 minutes, and that they attend a group of 25 drivers, and if possible, training should be held every 6 months.

Keywords: Attention, Client, Management and Mypes

CONTENIDO

1. Título de la tesis	I
2. Equipo de trabajo	II
3. Hoja de firma del jurado y asesor	III
4. Agradecimiento y dedicatoria	IV
5. Resumen y abstract	VI
6. Contenido	VIII
7. Índice de gráficos, tablas y cuadros	IX
I. Introducción	1
II. Revisión de la literatura	22
III. Hipótesis	54
IV. Metodología	55
4.1.- Diseño de la investigación	55
4.2.- Población y muestra	55
4.3.- Definición y operacionalización de variables e indicadores	57
4.4.- Técnicas e instrumentos de recolección de datos	59
4.5.- Plan de análisis	60
4.6.- Matriz de consistencia	61
4.7.- Principios Éticos	62
V. Resultado	63
5.1.- Resultados	63
5.2. Análisis de resultados	68
VI. Conclusiones	75
Aspecto Complementario	75
Referencias Bibliográficas	78
Anexos	86

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

De los Representantes Legales y/o Propietarios de las Mypes

Tabla N° 1.- Características de los representantes legales de las Mypes del rubro de Taxis, del distrito de Trujillo, año 2017	63
Tabla N° 2.- Características de la Gestión de las Mypes del rubro de Taxis, del distrito de Trujillo, año 2017	64
Tabla N° 3.- Características de la Atención al Cliente de las Mypes del rubro de Taxis, del distrito de Trujillo, año 2017	66

**ÍNDICE DE GRÁFICOS DE LOS REPRESENTANTES LEGALES Y/O
PROPIETARIOS DE LAS MYPES**

❖ Gráfico 01 (Tabla 01) Edad	105
❖ Gráfico 02 (Tabla 02) Género	105
❖ Gráfico 03 (Tabla 03) Grado de Instrucción del Propietario	106
❖ Gráfico 04 (Tabla 04) Cuenta con Misión y Visión su empresa	106
❖ Gráfico 05 (Tabla 05) Conocimiento de gestión	107
❖ Gráfico 06 (Tabla 06) Mejorara la rentabilidad	107
❖ Gráfico 07 (Tabla 07) Técnicas modernas de gestión	108
❖ Gráfico 08 (Tabla 08) Dificultades para la gestión	108
❖ Gráfico 09 (Tabla 09) Realizan evaluación al conductor	109
❖ Gráfico 10 (Tabla 10) Cuenta con innovación tecnológica	109
❖ Gráfico 11 (Tabla 11) Conoce el termino atención al cliente	110
❖ Gráfico12 (Tabla 12) La buena atención	110
❖ Gráfico 13 (Tabla 13) La atención que ofrece	111
❖ Gráfico 14 (Tabla 14) Porque los Clientes los prefieren	111
❖ Gráfico 15 (Tabla 15) Resultado de la atención	112
❖ Gráfico 16 (Tabla 16) Se ha capacitado	112
❖ Gráfico 17 (Tabla 17) Plan de capacitación	113
❖ Gráfico 18 (Tabla 18) Considera a la capacitación	113
❖ Gráfico19 (Tabla 19) Frecuencia	114
❖ Gráfico 20 (Tabla 20) Confianza	114

I. INTRODUCCIÓN

Hoy, las Mypes en el Perú tienen mucha importancia, ya que generan alrededor del 47% del empleo, es decir, ofrecen puestos de trabajo a unos 127 millones de personas en América Latina y el Caribe, mientras que solo un 19% del empleo se genera en las empresas medianas y grandes, de acuerdo al estudio realizado por la OIT, "Pequeñas empresas, grandes brechas". A ésta estructura productiva hay que agregar 76 millones de trabajadores por cuenta propia, que representan el 28% del empleo. (larepublica.pe/economía/880684-mypes-generan-un-mayor-empleo-en-america-latina). En agregado, el número de Mipyme ha crecido a un ritmo anual promedio de 7,6% entre 2007 y 2015. Este crecimiento guarda relación con el avance de la economía, el cual fue en promedio 5,3% en el mismo periodo. (Produce.gob.pe).

El Perú es la quinta economía con mayor nivel de emprendimiento a nivel mundial, según el reporte de Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2014. Sin embargo, el emprendimiento se ha colocado dentro de la economía informal peruana donde el 74% de las pymes es informal. (Peñaranda, 2015).

Podemos decir que la economía donde se desarrollan las empresas en el Perú, está trayendo una mayor perspectivas en los diferentes tipos de negocios y en especial en los servicios de taxis, ya que para poder competir, esto está que les exige a las empresas (micro y pequeñas empresas) que tienen que emplear las herramientas de gestión de calidad, y una buena atención al cliente, la cual debe tener un plus para que de esta manera conlleve a una buena atención y tenga una permanencia en los diferentes mercados competitivos. (Peñaranda, 2015).

El departamento de la Libertad en referente a las Mypes del sector trasportes, aporta el 1,41% al PBI nacional, la región la Libertad cuenta con el 90% de las Mypes y se estima que existen alrededor de 70 mil Mypes, y se dice que es la mayor fuente generadora de empleo, lo manifestó el representante de la Cámara de comercio de La Libertad. (camaratu.org.pe)

Cabe mencionar que en Trujillo, a Julio del 2017, existen taxis inscritos en los registros de la MPT, la cantidad de 16,875 unidades, y están administradas por 92 empresas de taxis, en tres modalidades: SETIT – ASOCIACIÓN Y SETIT INDIVIDUAL; TAXI ESPECIAL y TAXI METROPOLITANO, y a la vez hay un sin números de taxis que no se encuentran registrados en ninguna empresa de transporte o ya fueron dados de baja y siguen realizando dicha actividad, o son vehículos de uso particular y que en sus ratos libres el propietario lo utiliza para realizar dicho servicio. (M.P.T.).

Podemos decir que, a enero del 2020, existen 81 empresas Mypes, con una flota en global de 2099 unidades móviles. Que se van a ver más adelante en anexos.

La metodología que se utilizará en la presente investigación será, cuantitativa, de nivel descriptivo, investigación no experimental de corte trasversal, se utilizará la técnica de la encuesta y el instrumento será el cuestionario que se ejecutará en el sector de transporte urbano de pasajeros rubro servicio de taxis, en el distrito de Trujillo, 2017, con una población de 81 Mypes.

Se investigará las características de la gestión bajo el enfoque en la atención al cliente de los representantes de éstas Mypes, y será elaborada para poder obtener el título de Licenciado en Administración.

En el sector transporte urbano de pasajeros rubro servicio de taxis existen Mypes, creadas bajo el amparo familiar, quienes no están debidamente preparados y evidencian un

débil conocimiento de habilidades y competencias de gestión, es evidente el desconocimiento sobre la importancia de la atención al cliente, no solo, por parte de los propietarios, sino también, del personal operativo afectando claramente en la rentabilidad de las Mypes. Por ello la presente investigación se **justifica** porque permitirá determinar las principales características de los representantes legales, las principales características de las Mypes, además se justifica porque también permitirá determinar las principales características de la gestión bajo el enfoque en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, en el sector transporte urbano de pasajeros rubro servicio de taxis, en el distrito de Trujillo, 2017.

Según el portal web coyuntura económica, menciona que los estados unidos es una nación que ofrece permanentemente oportunidades laborables para iniciar, pequeños emprendimientos. Se dice que los diferentes tipos de negocios existentes y las buenas ideas son muchas y han generado un buen rendimiento, ya que en EE. UU., el 52% de empleo deriva de las pequeñas empresas, indican que 19 millones de personas laboran. Cuenta con un sólido sistema de apoyo a los pequeños negocios llamado **Programa de Asistencia Financiero de la Agencia Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa**, su principal función es brindar apoyo a grupos minoritarios. Las pequeñas empresas conforman el **97%** de los negocios y aportan el **45%** del **PBI**. En **Alemania**, el 98% de las empresas son PyMES, en Italia, Suecia, Japón, Indonesia y Malasia, conforman el 90% del total del empleo. (**Hernández y Brush, 1983 citados por Dart y Sarkar, 1990**).

Los taxis en **Nueva York** son grandes, cómodos, limpios y hasta tienen pantalla para poner lo que quieras, incluido el GPS para eliminar las sospechas de que te estén dando un paseo turístico. Aunque el metro y los autobuses son bastante eficientes, no hay que descartar la utilidad de los taxis en ciertas ocasiones. Si bien los taxis nunca suelen escasear en Nueva

York, cuando comienza a llover y éstos se convierten en el medio de transporte ideal, en algunas zonas se vuelven prácticamente imposibles de conseguir. (S.A., www.nuevayork.com).

Según (Regalado, 2007). Menciona que las MiPyME, son el motor económico de los países latinoamericanos y ocupan el 99% de su planta productiva, y se puede decir que la gran mayoría son empresas familiares, y fueron encabezados por los padres, ahora están fortalecidos por los hijos que viene con ideas nuevas de negocios, y que las vuelcan al negocio.

En América Latina, las mipymes (microempresas y pymes) generan la mitad de los puestos de trabajo, son el 90% del tejido empresarial y **aportan el 28% del PBI**, pero no reciben la atención necesaria de las políticas públicas de la región.

Se dice que las MIPYMES representan alrededor del **90%** de las empresas existentes a nivel global, emplean el **50%** de la mano de obra y participan en la **creación del 50% de PBI mundial**. En este trabajo nuestro objetivo es analizar la micro, pequeñas y medianas empresas, en entorno mundial, mostrando sus particularidades en la economía mexicana no solo por su participación en la creación del PBI, sino también por ser una fuente generadora de empleo extensiva. (redalyc.org/pdf/2110/211026873005.pdf).

En la actualidad las Micro y Pequeñas empresas (MYPES) en el Perú son de vital importancia para la economía de nuestro país. Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, tienen una gran significación por que aportan con un **40% al PBI**, y con un 80% de la oferta laboral, sin contar con el autoempleo que genera; sin embargo, el desarrollo de dichas empresas se encuentra estancado, principalmente por la falta de un sistema tributario estable y simplificado que permita superar problemas de formalidad de estas empresas y que motiven el crecimiento sostenido de las mismas. (*Sánchez*).

Según Produce, entre el 50% y 60% de las **Mypes** son formales y cumplen con los requisitos para ello, no obstante, existe una serie de motivos que generan informalidad en el sector. “La **informalidad** tiene que ver, más que con un tema de trámites, que también es un motivo, con la baja productividad de la mano de obra, con el poco acceso a financiamiento barato y con el tamaño de la producción”, sostuvo el ministro de la Producción. En ese sentido, informó que Produce, a través de distintos programas, viene atacando cada uno de esos temas, con la finalidad de que en los siguientes tres años se evidencie un importante crecimiento en la formalización. “La meta bicentenaria es que tengamos un nivel de formalización como lo tienen los países de la Alianza del Pacífico (México, Chile, Colombia y Perú)”, finalizó. (*Andina.pe*, 2018).

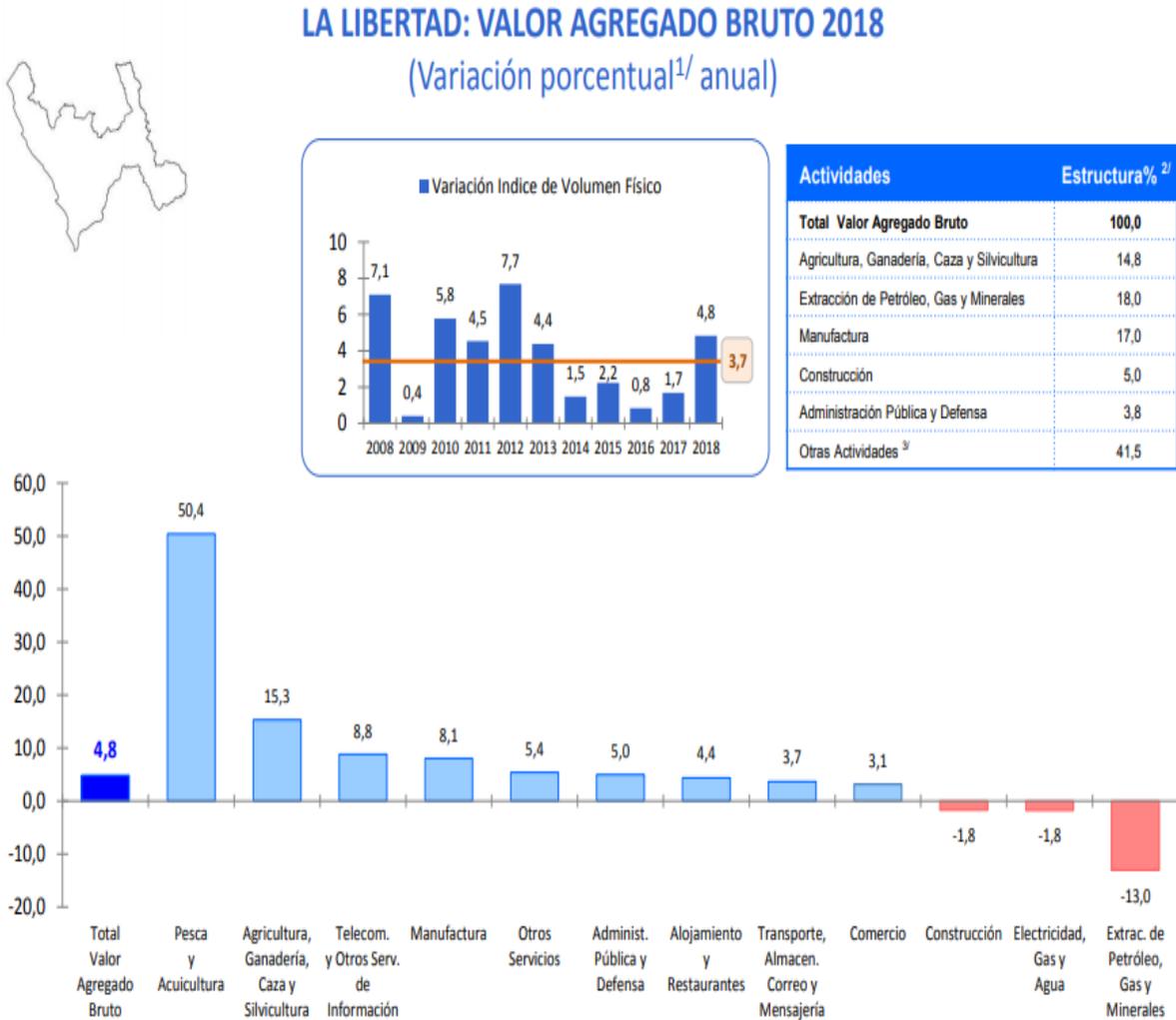
La capital Lima tiene 21 taxis por cada 1.000 habitantes y supera a ciudades como Santiago, Buenos Aires y Madrid. Gerencia de Transporte Urbano de Lima ha dispuesto no dar nuevas autorizaciones hasta diciembre, pero el Callao sigue dándolas. (Contreras, C y Berríos, M, 2016).

Se dice que en Lima circulan diariamente más de 182 mil taxis, según el municipio metropolitano, de los cuales 86 mil 445 son formales, 35 mil están autorizados por la Municipalidad del Callao y se estima que más de 61 mil son informales. Pues bien, esta cantidad es cinco veces mayor que el promedio de las capitales de Latinoamérica. (Contreras, C y Berríos, M, 2016).

Podemos decir que en Arequipa hay más de 23 mil taxistas tendrán que adecuarse a la nueva ordenanza aprobada por la Municipalidad Provincial de Arequipa. De lo contrario no podrán circular. La polémica norma beneficiará no solo a 13 mil 246 unidades formales, sino también a los cuatro mil con permiso provisional y 8 mil 500 informales. Basta adecuarse a ella

para prestar el servicio. (Herrera, 2013).

Como se puede observar en el presente cuadro estadístico recabado de las bases del INEI, se puede observar que La Libertad a nivel general, aporta el 4,8% del PBI, como se puede observar las Mypes, aportan en el crecimiento nacional.



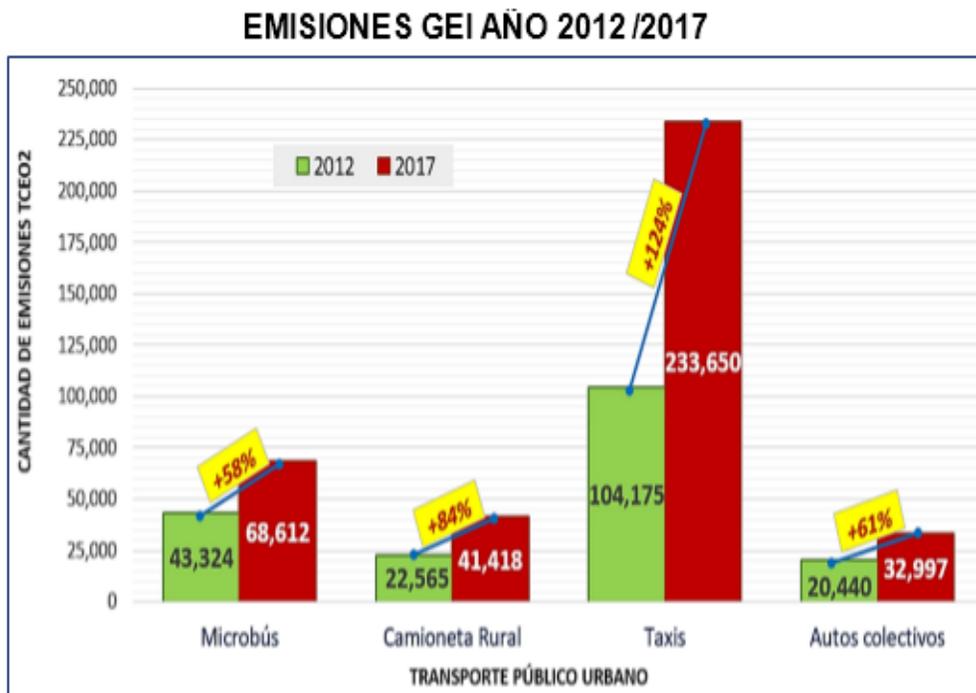
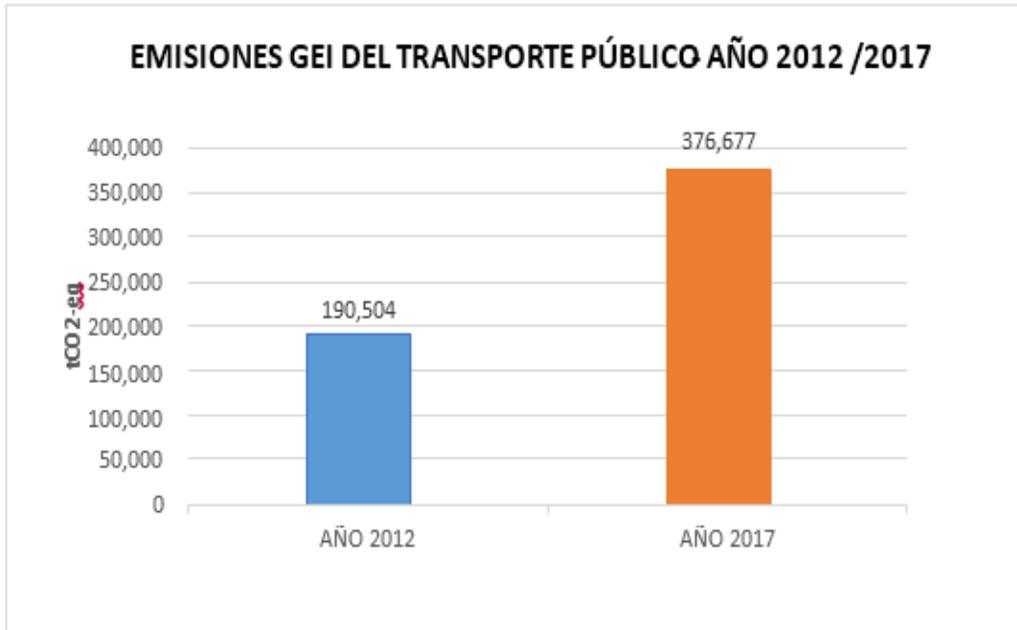
Fuente: inei.gob.pe

La empresa **GIZ** (corporación Alemana), ha determinado que según los diversos estudios realizados existen un sinnúmero de problemas del transporte urbano de pasajeros y que no

conlleve a alcanzar los objetivos para que de esta manera sea y se convierta en una solución de desarrollo sostenible en el transporte, para la ciudad de Trujillo, por los siguientes problemas existen:

- La falta de políticas locales y medidas específicas para promover un transporte urbano más limpio y adecuado al cambio climático.
- Congestionamiento vehicular
- Mal diseño de vías y rutas
- Accidentes de tránsito
- Problemas con la contaminación local
- Los ruidos fuertes
- Congestión y pérdida de tiempo
- Cambios climáticos
- El aumento de las emisiones de los Gases de Efecto Invernadero (GEI), se estima que habrá un aumento del 100% al 2030
- Crecimiento de las ciudades en una forma horizontal y no vertical y no favorecen al uso de transporte individual.
- Falta de planeación urbana y su mala implementación en combinación con la ocupación del suelo ilegal.
- Falta de conocimiento y/o mala implementación del Origen y Destino.
- Existe un transporte público urbano ineficiente y poco inclusivo.
- Parque automotor de transporte público (taxis) de baja capacidad.
- La baja calidad en los servicios de transporte públicos según usuarios.
- La deficiente gestión del tránsito.

- Seguridad vial ineficiente. (*Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit*)



Cuadro 01



Cuadro 02

Como se muestra en el informe de investigación N° 79/2014-2015, del **Congreso de la República**, donde manifiesta la problemática en el servicio de transporte público de pasajeros, en la ciudad de Trujillo y otras ciudades del Perú, donde manifiesta que en Trujillo existen dos documentos emitidos por la MPT, el “Plan de Movilidad Urbana Sostenible de la Ciudad de Trujillo” (2013) y el “Ciudad Sostenible: Pacto por la Movilidad” (2014), en la cual vamos a mencionar algunos puntos principales:

➤ **Plan de Movilidad Urbana Sostenible de la Ciudad de Trujillo**

- Las empresas de Microbuses cuentan con dateros, que controlan el tiempo entre micro y micro y esto provoca a que los conductores aceleren o frenen sus unidades, ya sea para dejar o recoger pasajeros, a lo que el servicio es calificado como de muy baja fiabilidad.
- Por su parte la MPT, ha regulado la restricción del transporte urbano de micros al centro histórica, para así descongestionarla. El efecto fue reducido ya que fue sustituidos por los taxis, especialmente por los “TICOS”, y ha mantenido la congestión en el centro.

- En relación al parque automotor se reportó que la edad promedio de los microbuses es de 34 años y las combis de 22 años aproximadamente.
- A octubre del 2014, la MPT, se encontraba gestionando la renovación vehicular hacia el Bus Modelo, y está realizando estudios para identificar los nuevos corredores de transporta masivos

➤ **Pacto por la Movilidad**

- Se considera que uno de los problemas es el caos vehicular, con un 30%, y la contaminación ambiental 23%, también manifestó el 28% de la población que el tránsito vehicular en la ciudad ha empeorado y el 41% indico que se mantenía.
- Los medios de transporte en la ciudad están conformados de la siguiente manera: el 61% por taxis y colectivos, el 21% autos particulares, 10% transporte público (micros y combis), el 6% mototaxis y el 1% por bicicletas.
- Detectaron la falta de seguridad, calidad y comodidad del transporte público.
- Zonas periféricas insuficientes en las vías principales, por el exceso de oferta.
- No respetan los paraderos para subir o bajar pasajeros. (*Congreso de la república*)

Para que exista un servicio de calidad los responsables del control y fiscalización son los siguientes:

- El Concejo Municipal.
- La Alcaldía.
- La Gerencia de Transporte, Tránsito y Seguridad Vial.
- Transportes Metropolitanos de Trujillo.
- Policía de Tránsito.

En referencia al presente trabajo de investigación que tiene por propósito dar a conocer cuáles son las dificultades que se presentan en el sector transporte urbano de pasajeros, en el rubro servicio de taxis, al momento de brindar la atención a sus clientes y/o pasajeros, la falta de información durante la relación entre el conductor del taxi y el cliente y/o pasajero, se debe a la falta de conocimiento de las herramientas adecuadas y necesarias del servicio para su correspondiente atención, en la cual, se puede verificar que el conductor no recibió la capacitación adecuada en atención al cliente.

Cabe señalar que los clientes constituyen el principal elemento que impulsa a las empresas de taxis a seguir adelante, pues ellos se deben al cliente, de lo contrario no podrían subsistir, por ello las micro y pequeñas empresas y también las más importantes compañías, deben saber que la buena atención al público ha sido y será una de las herramientas principales para la captación de nuevos clientes y mantener a su clientela a gusto con la empresa. Esto quiere decir que, un buen servicio o producto que ofrezca una empresa de taxi, debe poseer muchos elementos importantes y que independientemente influyan de la manera directa en la satisfacción de los clientes, y de esta manera se va a convertir en un elemento muy importante para todos los elementos que la conforman, por consiguiente podemos decir que la atención al cliente va a comprender todas las actividades que la empresa o sus empleados desarrollan o lleven a cabo, para satisfacerlos del cliente.

Esto nos conlleva a poder mencionar que una de las organizaciones donde debe existir una **calidad del servicio** es en el sector transporte urbano de pasajeros, en el rubro servicio de taxis, pues es aquí en el servicio de taxi, es en donde existe mucho más el contacto directo entre el conductor y el pasajero. Esto quiere decir que todas las personas que tomen un servicio de un taxi perciban un buen trato por el pago que efectúan y es así que buscan la calidad del servicio.

Al brindar un servicio de taxi el cliente debe tener la certeza y la confianza de que el servicio brindado sea de buena calidad, donde el conductor conozca y tenga un conocimiento de lo que es gestión y también lo que es atención al cliente.

Con la presente investigación, se va a detectar si las diferentes empresas en el sector transporte urbano de pasajeros, en el rubro servicio de taxis, va a ser útil para luego desarrollar los pasos pertinentes que comprenden a la metodología de investigación científica.

Podemos demostrar que, si se brinda una buena calidad del servicio de transporte de taxi, nos va a conllevar que su aplicación sea más significativa y alcancemos grandes beneficios laborales tanto para sus trabajadores, como también para las diferentes empresas de taxis que existen en la ciudad de Trujillo. Sin embargo, queda demostrado que la falta de atención por parte del gobierno local y gobierno central hacia las empresas del servicio público de transporte, se encuentra limitado.

Podemos decir que hoy en día con las nuevas Ordenanzas Municipales N° **014-2018 MPT**, se ha aprobado el nuevo reglamento de servicio de transporte público de personas de la provincia de Trujillo, y así de esta forma un transporte urbano acorde a las grandes ciudades del mundo, ya que conllevara a la modernización de la flota vehicular, y:

- **Artículo segundo:** Aprobar, el cuadro de infracciones y sanciones al transporte.
- **Artículo tercero:** Aprobar, la modificación de los procedimientos administrativos contenidos en el numeral 2, 3, 4, 5 y 7, del TUPA, de la sub gerencia de transporte - gerencia de transporte, tránsito y seguridad vial.
- **Artículo cuarto:** Aprobar, la incorporación del procedimiento administrativo signado con número 22, denominado “Renovación de habilitación vehicular para prestar el servicio de transporte público regular de personas”.

Con la presente ordenanza las empresas de taxis deberán de actualizarse y modernizar su flota automotor para poder prestar el servicio de taxi de personas y cumplir la ordenanza y estar a la altura de las grandes ciudades del mundo. (*O. M. 014-2018-mpt.pdf*).

Se pudo determinar que los diferentes trámites para brindar el servicio de transporte urbano de pasajeros se están incrementando lo están haciendo de esto más engorrosos, el aumento de las tasas de pagos por multas, el pago para la tramitación del fotocheck, son más caros y el tiempo de duración del mismo es más corto, pero lo que no se ve es que por parte de la municipalidad cuente con un cronograma de capacitación ya sea para los propietarios y/o conductores respectivamente.

El negocio del servicio de taxi se ha convertido en uno de los servicios más generalizado, por los ciudadanos ya que utilizan este medio para poder trasladarse de un lugar a otro en cortos tiempos, ya que si lo hicieran en el transporte urbano de pasajeros (micros), lo harían en más tiempo, así como también por la seguridad que te pueden brindar dicho servicio.

Hay muchos taxistas que los clientes comentan que no hay una buena calidad de servicio, no son amables, vehículos se encuentran sucios, taxis en mal estado, falta de seguridad, por lo que estamos inmerso y lo que vivimos hoy en día en la ciudad, ya que hay algunos taxistas que usan sus vehículos y le dan un mal uso, ya que se dedican a asaltar al cliente y a veces eso nos perjudica directamente a todos, porque somos mal vistos por los pasajeros y/o clientes. (**S. A, www.laindustria.pe, 2017**).

Cabe mencionar que, en algunas zonas de la ciudad de Trujillo, se registran aglomeraciones de vehículos como son taxis, buses, microbuses, autos particulares, y otros y esto conlleva a que las vías sean insuficientes y esto se da en algunas vías principales (Av. España,

Av. Los Incas, Av. César Vallejo, Av. América Sur, Norte, Oeste, Av. Nicolás de Piérola, Costa Rica, Ovalo Grau, etc.), lo que hay un exceso de oferta, lo que se ha generado saturación de vías, y como también el mal estado en que se encuentran las pistas, en casi toda la provincia de Trujillo.

Podemos decir que para ser bien vistos por nuestros clientes y/o pasajeros se está realizando este trabajo, para determinar cuáles son las falencias, causas y otros factores que existen en este servicio rubro taxi, lo cual lo podremos lograr con capacitaciones que puede brindar cada empresa de taxis, a sus asociados esto llevaría a que sus clientes sean fieles y siempre puedan pedir el servicio con muy buena frecuencia.

Es por lo cual, que realizó la siguiente investigación, lo cual me va a permitir **determinar el siguiente enunciado.**

¿Cómo es la gestión en la atención al cliente en las micros y pequeñas empresas del sector transporte urbano de pasajeros, rubro servicio de taxi en el Distrito de Trujillo, 2017?

Para dar respuesta a esta interrogante se plantea el siguiente **objetivo general:**

- **Determinar cómo es la gestión en la atención al cliente en el sector transporte urbano de pasajeros, rubro servicio de taxis en el Distrito de Trujillo, 2017.**

Podemos decir que para poder lograr el objetivo general se plantea los siguientes **objetivos específicos:**

- Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, en el sector transporte urbano de pasajeros, rubro servicio de taxis, en el Distrito de Trujillo, 2017.
- Determinar las principales características de la gestión en las micro y pequeñas empresas, en el sector transporte urbano de pasajeros, rubro servicio de taxis, en el Distrito de Trujillo, 2017.

- Determinar las principales características de la atención al cliente en las micros y pequeñas empresas, en el sector transporte urbano de pasajero, rubro servicio de taxi, en el Distrito de Trujillo 2017.

La investigación se justifica, porque nos permitido conocer las características de los representantes de las Mypes en el sector transporte urbano de pasajeros, rubro servicio de taxis, en el Distrito de Trujillo, 2017.

Se justifica también porque nos permitió conocer las características de éstas MYPE, de igual forma conocer las características de la atención al cliente, para saber los problemas existentes y obtener solución para que crezcan como empresa con una buena gestión de calidad.

Se justifica, el presente trabajo de investigación porque servirá como antecedentes y bases teóricas para estudios posteriores que realizaran los alumnos de nuestra universidad y también es de beneficio para los micros empresarios.

Finalmente se justifica la investigación porque está elaborada para poder obtener el Título de Licenciado en Administración.

Este estudio tiene como metodología el diseño no experimental, transversal y descriptivo, es de tipo cuantitativo, con una población muestral de 81 Mypes. Aquí se aplicó la técnica de la encuesta y para recoger los datos se realizó mediante un cuestionario.

Análisis de Resultados

El 50,7% de los representantes legales, se encuentran en un rango de las edades de 31 a 50 años, lo que coincide con los resultados encontrados por **Beltrán (2014)**, donde él llega a la conclusión que el 50% de los encuestados están en el rango de 31 a 50 años, y con una

similitud con los resultados obtenidos por **Moreno (2019)**; en lo obtuvo que el 64,86%, tienen una edad entre 31 a 50 años; los resultados nos muestran que la mayoría de los representantes de las Mypes son dirigidas por personas jóvenes adultos.

Un 86,6% son de género masculino, tienen una similitud con la investigación de **Beltrán (2014)** en donde indica que el 62,5% de los encuestados son de sexo masculino, y también coinciden con los datos encontrados por **Moreno (2019)**, donde nos dice que el 83,7% de los encuestados son de sexo masculino. Este resultado nos demuestra que la mayoría de las Mypes del rubro servicio de taxi, son representados por el sexo masculino.

Un 38,8%, cuentan con estudios universitarios; estos resultados difieren con los encontrados por **Moreno (2019)**, donde indica que el 45,95% tienen un grado de educación superior no universitaria, y con los datos encontrados por **Beltrán (2014)**, quien en su estudio señala que el 37,5% de los empresarios encuestados de las Mypes tiene un grado de educación secundaria, por lo tanto, podemos decir que predomina los estudios universitarios.

Un 91,0%, cuentan con misión y visión, éstos resultados se asemejan a los encontrados por **Moreno (2019)**, donde nos indica que el 62,16% de las Mypes encuestadas, si tienen definida su misión y visión, lo que difiere con los resultados que obtuvo **Campos (2015)**, donde nos dice que el 100% de Mypes que él encuestó, no cuenta con misión y visión, podemos decir que las empresas que si las tienen, van a poder alcanzar tanto sus objetivos como sus metas trazadas, lo que les va a permitir tener un crecimiento adecuado y permanecer en el mercado competitivo.

Un 92,5%, tienen conocimiento sobre Gestión, lo que se asimila con lo que nos dice **Moreno (2019)**, donde sus Mypes encuestadas manifiestan que el 72,97%, si conocen el

término sobre gestión de calidad, a lo que se asemeja ligeramente a lo encontrado por **Antúnez (2017)**, que el 59,1% si aplican una gestión de calidad a lo que sí tienen el conocimiento necesario. Por lo tanto, la mayoría de los representantes de las Mypes están orientados a brindar un buen servicio para con sus clientes y cubrir las expectativas del mercado laboral.

Un 40,3%, conocen otros tipos de técnicas de gestión, se asemeja a los datos encontrados por **Moreno (2019)**, donde indica que el 70,27%, de los encuestados conocen otro tipo de técnicas de gestión de calidad, lo que difiere con los resultados encontrados por **Chunga (2019)**, donde nos dice que utilizan la técnica Outsourcing, con un 30%. Lo que apporto es que los empresarios si utilizan algún tipo de técnica de gestión.

Un 43,3%, que tiene poca iniciativa para implementar una nueva gestión, lo que difiere con los datos encontrados por **Moreno (2019)**, donde los encuestados un 35,14% indicó que tienen un aprendizaje lento, como también difiere con los datos encontrados por **Chunga (2019)**, con un 30% de los encuestados tienen un aprendizaje lento. Lo que quiere decir que deben de buscar una técnica más adecuada para su captación más rápida.

Un 52,3%, manifiestan que antes de elegir a un conductor le realizan una evaluación, lo que difiere con los resultados encontrados por **Vargas (2018)**, donde nos dice que un 79% de los encuestados que muy pocas veces fueron evaluados por el supervisor. Por lo tanto, siempre se les debe evaluar a los conductores para conocer más de sí y saber con qué persona se va a trabajar en la empresa.

Un 88,7%, manifestaron si tener conocimiento de lo que es atención al cliente, lo que coincide con los datos encontrados por **Saavedra (2019)**, donde coincide un 88,88% si

conocen el termino de atención al cliente. Podemos ver que tienen el conocimiento necesario de atención al cliente.

Un 76,1%, manifestaron que, si brindan una buena atención al cliente para conservarla, según los datos encontrados por **Moreno (2019)**, un 78,38% de los encuestados manifestaron que la buena atención va a retener a los clientes, se asemeja con los datos encontrados por **Saavedra (2019)**, donde indica que el 100% indicaron que la buena atención al cliente es fundamental para que regresen por un servicio. Lo que se debe siempre capacitar a su personal en atención al cliente para así fidelizar a los clientes.

El 51%, manifestaron que la atención brindada a sus clientes es buena, lo que se asemeja con los datos encontrados por **Saavedra (2019)**, en la que indica que el 83,33% de los encuestados manifestaron que si brindan una buena atención a sus clientes, lo que se asemeja con los datos encontrados por **Saavedra (2018)**, donde manifiesta que de los encuestados el 47% manifestaron que la atención es buena. Es decir que las diferentes Mypes presentan una buena atención al cliente.

Un 32,8%, de los encuestados manifestaron que los clientes los prefieren porque son responsables con su servicio, lo que se asemeja con los datos encontrados por **Vargas (2018)**, que indica que el 53% de los encuestados manifiesta que siempre o casi siempre las mypes ofrecen un buen servicio, también podemos decir que se asemeja con los datos encontrados por **Moreno (2019)**, donde describe que el 100% de los encuestados manifiesta que una atención eficiente va a generar competencia en el mercado. Lo que puedo decir que las mypes sigan ofreciendo un buen servicio para que puedan tener la preferencia por sus clientes.

Del 43,3% de los encuestados indicaron que los clientes quedan satisfechos con el servicio brindado, a lo que asemeja con los datos encontrados por **Saavedra (2019)**, donde

indica que el 50% de los encuestados manifestaron que con una buena atención hay clientes satisfechos. Se observa que una buena atención los clientes quedan satisfechos y de esa manera recomendaran a la empresa que les brindó el servicio.

Un 76,1% de los encuestados indicaron no haberse capacitado en los últimos años, lo que coincide con los datos encontrados por **Chunga (2019)**, donde manifiesta que el 70% no se ha capacitado actualmente. Lo que queda demostrado que los representantes de las Mypes deben ser los primeros en capacitarse para así tener un plan de capacitación para sus colaboradores.

Un 56,7%, de los encuestados manifestaron tener un plan de capacitación para con sus conductores, lo que se asemeja con los datos encontrados por **Moreno (2019)**, que un 67,5% de los encuestados si capacitan a sus conductores lo que da a entender que, si cuentan con un plan de capacitación, lo que difiere con los datos encontrados por **Najar (2017)**, quien manifiesta que el 40% de las empresas está por programar las capacitaciones. A lo que puedo decir que las Mypes deben de estar en constante capacitaciones y tener un plan de trabajo, para que de esa manera estar preparados para enfrentar a la competencia.

Del 46,3%, manifestaron que la capacitación es un gasto, lo que coincide con los datos encontrados por **Chunga (2019)**, que un 55% manifestó que también es un gasto. Lo que los representantes deben de verlo desde otro punto de vista que debería ser una inversión no un gasto ya que de una u otra manera les va a ser beneficiosos a los capacitados y a la empresa.

Un 49,3%, indicaron que las capacitaciones deben ser dictadas una vez al año, a lo que se asemeja con los datos encontrados en la tesis de **Palacios (2017)**, donde manifestaron que el 85,37% de los encuestados las capacitaciones deben ser dictadas una vez al año y con los datos encontrados en la tesis de **Manrique (2016)**, donde nos dice que del 64,3% de los

encuestados que las capacitaciones se deben dictar anualmente. Lo que puedo decir que las capacitaciones se deben dictar cada 6 meses, para así tener capacitado a sus colaboradores y brindar un buen servicio.

Un 55,2%, manifestaron que la empresa siempre transmite confianza y seguridad en el servicio brindado, lo que se asemeja con lo mencionado por **Montaño (2015)**, donde manifiestan que el 16% toman el servicio de taxi por seguridad, lo que difiere con los resultados encontrados en la tesis de **Vargas (2018)**, donde nos manifiesta que de los encuestados el 25% manifestó que algunas veces brinda la seguridad y confianza la empresa, Puedo manifestar que se debe hacer mayor charlas para de esa manera poder lograr a llegar a las expectativas que desean los clientes.

Conclusiones

En síntesis, general en la investigación se determinó que las Mypes juegan un papel muy importante en nuestro país, ya que es la mayor fuerza que genera empleo a los grandes sectores de la población y de esta manera combate a la pobreza, lo que cabe recalcar que las Mypes a pesar de que cuentan con dimensiones reducidas, aportan al crecimiento de la economía nacional.

Se puede decir que con respecto a la gestión en la atención al cliente que los representantes legales de las Mypes del rubro servicio de taxi tienen el conocimiento adecuado de gestión y atención al cliente, lo que da a entender que conocen lo suficiente para lograr alcanzar sus metas y objetivos trazados para con su representada.

- **Con respecto al Objetivos Específicos 1:** Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, en el sector transporte urbano de pasajeros, rubro servicio de taxis, en el Distrito de Trujillo, 2017.

Los representantes de las Mypes son personas con gran experiencia en el rubro transporte de taxi, la mayoría son hombres y cuentan con estudios universitarios, y que se encuentran con capacidad para poder solucionar algún problema en su representada, por los estudios que tienen.

- **Con respecto al Objetivos Específicos 2:** Determinar las principales características de la gestión en las micro y pequeñas empresas, en el sector transporte urbano de pasajeros, rubro servicio de taxis, en el Distrito de Trujillo, 2017.

Los representantes de las empresas de taxis manifestaron que una buena gestión siempre va a mejorar una buena rentabilidad para su representada y que cuentan con la innovación tecnológica, para estar a la altura de las grandes empresas del rubro indicado.

- **Con respecto al Objetivos Específicos 3:** Determinar las principales características de la atención al cliente en las micros y pequeñas empresas, en el sector transporte urbano de pasajero, rubro servicio de taxi, en el Distrito de Trujillo 2017.

Para contar con una buena atención al cliente las Mypes deben realizar algún tipo de evaluación, los clientes los prefieren porque son responsables los conductores y manifiestan que cuentan con un plan de capacitación para con sus conductores.

Para brindar una buena atención al cliente, los encuestados indicaron que se les debe de capacitar a sus conductores por lo menos una vez al año, y de esa manera van a brindar a los clientes la seguridad y confianza.

II.- REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES

Se está realizando consultas de diversos autores, para poder encontrar una relación existente referente al estudio que se está realizando y se ha encontrado unos estudios similares o que están tratando el tema en forma genérico. Lo cual como estudiante se está buscando mejorar los antecedentes.

Estudios oficiales patrocinados por estudiantes, de diversas partes del mundo:

A) A Nivel Internacional

- **Palacios, M. (2017).** En su tesis titulada *“Propuesta de un Modelo de Gestión Administrativa para la Compañía de Taxis Ejecutivos Riveras del Alcazar Rival S.A. del Cantón Loja, en el Periodo 2016.”*, en el presente trabajo de investigación, se planteó el siguiente **objetivo general**: Proponer un Modelo de Gestión Administrativa, para su aplicación en la compañía de taxis ejecutivos Riveras del Alcázar Rival S.A. Por lo expuesto, para el desarrollo de la presente investigación se utilizaron diferentes métodos, como el científico, deductivo e inductivo, además se utilizó las técnicas, entre ellas la observación directa, entrevista y encuesta, misma que permitieron obtener información real sobre la situación actual de la empresa objeto de estudio. En tal virtud, entre los principales resultados obtenidos en el presente trabajo, se puede anotar, que la empresa no cuenta con objetivos y valores documentados, no se dispone de un organigrama estructural ni manual de funciones, la selección del personal se realiza de manera empírica, no se capacita al personal de manera permanente.

Además, se puede conocer que el 66,67% de los empleados llevan trabajando de 1 a 2 años, el mismo porcentaje manifiesta que el ambiente laboral de la empresa es excelente. Así mismo el 100% de los socios de la Compañía dan a conocer que no existe un modelo de gestión administrativa en la misma, el 85,37% declara que la capacitación a los conductores se realiza una vez al año, el 90,24% indica que no se aplican estrategias para mejorar el servicio del transporte, el 95,12% mencionan que la empresa carece de un manual de funciones, el 97,56% informan que la informalidad de algunos conductores afecta al servicio y el 82,93% creen que el servicio que prestan es bueno. Los resultados citados, confirman la necesidad de un modelo de gestión en la Compañía Rival S.A., por ello, en el estudio se propone la estructura orgánica funcional, el mapa y descripción de los procesos actuales, clasificados en procesos administrativos, de apoyo y operativos y finalmente se plantean los indicadores de gestión. En conclusión, el Modelo de gestión propuesto permitirá a los directivos de la Compañía de Taxis Ejecutivos Riveras del Alcazar Rival S.A, adoptar decisiones para corregir falencias en el servicio que presta a la ciudadanía de la ciudad de Loja, con el fin de mejorar los ingresos de los socios, mediante un mejoramiento de la atención al cliente. En la Compañía de Taxis, se requiere que el personal administrativo y operativo tenga una mejor actitud ante las tareas que desempeñan, por lo que necesitan una mejor motivación para mejorar el cumplimiento de sus deberes y obligaciones. No existe un plan de propaganda y publicidad que permita a la Compañía hacer conocer en la ciudadanía los servicios que brinda, por lo que los ingresos de los socios no se incrementan en niveles de satisfacción.

- **Santos, V y Soledispa, J. (2015).** En su tesis titulada “*La calidad de servicio de transporte taxis urbanos en la satisfacción del usuario en la ciudad de Jipijapa*”, en el presente trabajo de investigación, se planteó el siguiente **objetivo general**: Analizar la calidad de servicios de transportes de taxis urbanos en la satisfacción del usuario en la ciudad de jipijapa, se aplicó la metodología de entrevista, encuesta y la observación directa consultando a las empresas de transporte liviano de la ciudad de jipijapa la necesidad de conocer la calidad del servicio que brindan los choferes de taxi enfocado a la satisfacción del visitante, dejando al descubierto un sinnúmero de aspectos que no permiten brindar confort en el servicio, Sin objetivos claros en su política de servicio al cliente; permitiendo conocer resultados como los manuales de funciones en cada cargo que deje clara la responsabilidad del empleado con el cliente. Los resultados encontrados en lo que respecta a esta pregunta se pudo comprobar que la mayoría de los choferes no conoce las normas de atención al cliente por lo que el porcentaje negativo es de 70%, mientras que los que respondieron si fue el 30%, lo que se dedujo que no tienen nociones de las normas de atención al cliente. Con respecto a este enunciado la respuesta con un 25% es un sí que los encuestados dijeron que los taxistas si sabían acerca del tema y en su mayoría los usuarios dieron su respuesta negativa con un 75% sobre el respectivo tema. Con respecto a si le gustaría conocer más sobre la atención al cliente los señores encuestados respondieron Si el 75% y el restante 25% dijo que no, en lo que se determinó que la mayoría de los choferes si desean capacitarse, se obtuvieron las siguientes conclusiones, al finalizar la investigación se determinó que el nivel de preparación de los señores conductores esta entre superior y secundaria. Se estableció que las condiciones de las unidades de

transportes de taxis en la ciudad de Jipijapa están en muy buen estado para brindar el servicio respectivo de transportación. En este último objetivo la conclusión que arroja como resultado de este trabajo es que la mayoría de los conductores no aplica las reglas de atención al cliente, por lo tanto, se obtiene como resultado una baja satisfacción del usuario con respecto a la calidad de servicio.

- **Vinueza, A y Guashpa, M (2018)**, En su tesis titulada “*La calidad de servicio de las cooperativas de taxis de la ciudad de Riobamba y su incidencia en la satisfacción de los consumidores, período junio 2015 - junio 2016*”, en el presente trabajo de investigación, se planteó el siguiente **objetivo general**: Dar a conocer los parámetros que se utilizan para lograr un mejor servicio en el transporte público, especialmente en la atención prestada por las cooperativas de taxis de la ciudad de Riobamba. La investigación utilizó el método deductivo, porque se tomó información general de la calidad de servicio ofrecido por las operadoras de taxis de la ciudad de Riobamba para relacionarla con la satisfacción del cliente, como también el diseño no experimental. Se ha observado en la investigación que el problema radica en el servicio ofrecido por los transportistas de las diferentes unidades de taxi. El principal problema en la percepción de los usuarios, tanto turistas nacionales como extranjeros, deriva en quejas sobre el mal servicio y el trato que reciben de los diferentes taxistas. Estos inconvenientes se deben a la falta de control de los propietarios de los vehículos a los conductores contratados por ellos. La falta de capacitación en calidad del servicio a los conductores hace que los usuarios dejen de usar sus unidades de taxis dando preferencia a las cooperativas de taxis que ofrecen un buen trato y servicio al cliente. Los resultados fueron: En relación a la calidad del

servicio el 76% de los ciudadanos afirma que no es adecuada, mientras que el 25% dijeron estar conforme con el servicio ofrecido por los transportistas, el 50% de los usuarios afirman que la atención por parte de los transportistas es muy mala, el 23% expresaron que hay unidades en mal estado, el 20% dicen estar inconformes con el uso del taxímetro y el 7% dicen que a veces no respetan las paradas, y respecto a la satisfacción del cliente durante el servicio de transporte el 69% afirmó no estar satisfecho con la atención recibida, mientras que el 31% restante afirmó estar de acuerdo con el mismo. A través de esta encuesta en las diferentes cooperativas de transporte de taxis, se concluye que es necesario aplicar un programa de capacitación en calidad de servicio, para mejorar los servicios de taxi y atención al cliente en la ciudad de Riobamba.

B) A Nivel Nacional

- Chunga, D. (2019). Según la tesis que lleva por título: *La Capacitación como factor relevante en la Gestión de Calidad y Plan de Mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro Restaurantes del Asentamiento Humano La Primavera del Distrito de Castilla, Piura 2019*, el presente trabajo de investigación, tuvo como **objetivo general**: Determinar características de la capacitación como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el Asentamiento Humano Primavera del Distrito de Castilla, Piura 2019, en sus resultados, La dificultad sobre la implementación de la Gestión de Calidad, 30% tiene aprendizaje lento; La técnica empleada para medir el rendimiento del personal ,65% usa la observación, según Afirma Gutman (2011) que hay diferentes herramientas para medir una capacitación;

Como considera la capacitación, 55% de los empresarios respondieron que es un gasto, difiere con Sáenz (2016) respondió el 80% es una inversión, coincide con Ramos (2014) afirmando que es un gasto, sea semeja a Wayne (2010) en sus bases teóricas la capacitación es inversión que logra tener muchas ganancias, si se logra capacitar ya que un puesto de trabajo requiere conocimientos, Capacita a su personal, 50% mayoría relativa respondió que no; la razón por la que no capacita al personal 40% en su mayoría relativa es por falta de dinero; los beneficios que proporciona la capacitación, 45% en mayoría relativa no capacitan a su personal. Se concluye que la mitad de las Mypes conoce el termino Gestión de Calidad, además la mayoría de las Mypes no han sido capacitadas actualmente, la metodología tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal, con una población muestral de 20 Mypes.

- **Moreno, A. (2019).** En su tesis titulada “*Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro otras actividades de transporte por vía terrestre (interprovincial), del distrito de Huaraz, 2018*”, en el presente trabajo de investigación, se planteó el siguiente **objetivo general**: Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro otras actividades de transporte por vía terrestre (interprovincial) del distrito de Huaraz, 2018. Para el desarrollo de la investigación se utilizó un tipo y nivel de investigación cuantitativa-descriptiva con un diseño no experimental y transversal), y para el recojo de información se escogió una muestra de 37 micro y pequeñas empresas de una población de 40 representantes

a quienes se les aplicó un cuestionario de 28 preguntas por medio de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: el 62.16% tienen definido su misión y visión, así como el 78.38% planifican sus actividades para brindar un servicio adecuado; además el 35.14% de los empleados tienen como dificultad el aprendizaje lento para implementar gestión de calidad, y el 62.16% no cuenta con base de datos en la empresa, además el 54.05% recoge sugerencias y reclamos del cliente para mejorar el nivel de servicio, por otra parte el 67.57% capacita a su personal, así como el 59,46% no conoce el procedimiento adecuado para la atención al cliente, llegando a la conclusión que las micro y pequeñas empresas están aplicando una gestión de calidad planificando sus actividades y consideran el buen trato al cliente para retenerlos, reafirmando que la calidad del servicio es su prioridad para determinar la calidad en la empresa.

- **Ocaña, A. (2015).** En su tesis titulada “*Características de la Capacitación y Calidad de Servicio de las Mypes Rubro Servicio de Taxi en los Distritos de Piura y Castilla Año 2015*”, en el presente trabajo de investigación, se planteó el siguiente **objetivo general:** Determinar las características de la capacitación y calidad de servicio de las MYPE rubro servicio de taxi en la ciudad de Piura, año 2015, donde se realizó una investigación de tipo descriptivo, que permitió describir, registrar, analizar, interpretar y medir las diferentes variables del estudio, que permitió examinar los datos de manera numérica con técnicas de conteo y de medición, donde se utilizó el diseño no experimental – transversal. Donde se obtuvo que a veces se brinda una capacitación o inducción previa de sus labores que realizarán sus colaboradores, lo que es percibido por los clientes, ya que al momento de recibir el servicio se muestra

deficiencia, porque no cubren sus necesidades, dando como resultado baja productividad y poca participación por su bajo nivel de competitividad, con los resultados obtenidos se pudo reconocer que en Piura se necesita capacitar al personal, en este caso a los que brindan el servicio de taxi, para un mejor servicio de calidad. Y los resultados son: Se puede observar que el 58.33 % de los encuestados señalan que a veces la empresa brinda capacitaciones para el mejor desempeño de sus labores en el trabajo que realizan dentro de la empresa. Además, podemos observar que el 27.78 % indicaron que casi nunca la empresa brinda capacitaciones para la realización de su trabajo, solo el 13.87 % indica que nunca brindan capacitaciones de personal. Helbhert, (2006) considera que utilizando una buena estrategia de capacitación que le ayude al trabajador a adquirir nuevos conocimientos y las habilidades técnicas necesarias para acrecentar su eficacia en el logro de las metas que se haya propuesto la organización puede contribuir a mejorar las competencias laborales de cada trabajador. Se puede observar que el 50 % de los encuestados señalan que a veces le genera beneficios las capacitaciones recibidas, un 27.78 % mencionan que siempre les ha generado un beneficio la realización de las capacitaciones que les permita mejorar su desempeño en sus tareas. El 13.89% indica que casi siempre les encuentran beneficios a las capacitaciones brindadas por las empresas. Hidalgo, (2005) manifiesta que existe un conjunto de herramientas básicas que se emplean en la administración y el desarrollo del personal de las organizaciones modernas, las cuales también pueden ser provechosamente utilizadas para la gestión de la capacitación; entre ellas, las principales son: Las descripciones y especificaciones de los cargos. Las especificaciones de los itinerarios de carrera interna. Los manuales de

organización, procedimientos y métodos de trabajo. El sistema de evaluación del desempeño. Los expedientes del personal. Se observa que el 57.48 % de los encuestados señalan que casi siempre están capacitadas para brindar el servicio de taxi, el 16.54 % de los encuestados mencionan que siempre los trabajadores que manejan los taxi, están capacitados para brindar dicho servicio. Un 7.09 % indica que a veces lo trabajadores están capacitados, el 4.72 % mencionan casi nunca los trabajadores están capacitados, y un 14.17 % de los usuarios mencionan que nunca los trabajadores que brindan este servicio están capacitados. Abadi (2004) define a la calidad como la totalidad de funciones, características o comportamientos de un bien o servicio. No hay calidad que se pueda medir por su apreciación o el análisis de las partes constitutivas de un servicio recibido. Por tanto, la clasificación se hace con carácter integral, es decir, evaluando todas las características, funciones o comportamientos. Y llego a las siguientes conclusiones: Se identificó que en algunas MYPE que brindan el servicio de taxi en Piura y Castilla año 2015, se caracterizan por no tener capacitaciones ni inducciones al personal, ya que esto se refleja al momento de realizar su trabajo, motivo por el cual se generan deficiencias y error en el desarrollo de sus actividades. Desde esta perspectiva se concluye que tan importante y rentable pueden llegar a ser para la misma MYPE el que los trabajadores sean eficientes por medio de las capacitaciones o inducciones laborales en el servicio que se brindara. Se determinó que si bien existen MYPE de servicio de taxi, que si brindan capacitaciones a su personal en las labores que desempeñaran, existen varias MYPE del mismo rubro, que no capacitan al personal, mostrando deficiencias en las realizaciones de actividades o labores, determinando que el

personal que maneja los taxis si necesitan y requieren estas capacitaciones antes de brindar el servicio. 68 Se logró identificar los beneficios que se genera al capacitar al personal de las MYPE de servicio de taxi, lo que se concluye es que cuando se capacita al personal esto se refleja en su desempeño laboral, en este caso existe motivación al brindar el servicio y conocimiento de sus labores, reflejado en mejores resultados para la MYPE.

- **Velásquez, A (2014).** En su tesis titulada *“Influencia de la gestión empresarial sobre el desempeño de los operadores de transporte público en la ciudad de Juliaca, 2014”*, en cuyo trabajo de investigación se planteó el siguiente **objetivo general:** Determinar la influencia de la gestión empresarial sobre el desempeño de los operadores de transporte público en la ciudad de Juliaca 2014. En el presente trabajo de investigación el autor ha utilizado el método descriptivo, transversal y no experimenta según los resultados obtenidos de los estudios realizados el autor ha llegado al siguiente resultado: Los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento que mide la gestión empresarial de acuerdo a la percepción de los actores principales dentro de las empresas de transporte urbano, es decir, los operadores, se presentan en el Anexo 3. De estos resultados se expone que el 27,9% de los trabajadores percibe una gestión empresarial “deficiente”, el 36,5% observa una escala “regular” y el 35,6% percibe una gestión “eficiente” dentro de la administración. En conclusión el autor ha determinado que: Las empresas de transporte público de la ciudad de Juliaca, tienen un nivel “regular” de Organización, debido a que el 51,92% de los operadores de transporte público, percibe una gestión administrativa con niveles medios de organización con respecto a la jerarquía de funciones y las condiciones de trabajo, sin

embargo el 43,27% indica que la organización dentro de la empresa es “eficiente”, este resultados se deben en gran medida al compañerismos existente entre trabajadores.

C) A Nivel Local

- **Mendoza, K. (2012).** En su trabajo de investigación titulado “*Calidad del Servicio y Satisfacción del Cliente de la Empresa de Transporte Publico Interprovincial EMTRAFESA SAC – Trujillo – 2014*”, en el presente trabajo de investigación, se planteó el siguiente **objetivo general**: Determinar la Calidad del Servicio y la Satisfacción del cliente en la empresa Emtrafesa Sac - Trujillo 2014. Con la determinación de este trabajo, la empresa pondrá énfasis en los puntos más relevantes en el que no se está trabajando correctamente, permitiendo un desempeño adecuado dentro de la organización. Para el presente informe de investigación se utilizó el diseño descriptivo - transversal, estadístico; y se aplicó una encuesta a la población de 1500 clientes; con una muestra de 361; como técnica de investigación. En las encuestas aplicadas al personal de la empresa “Emtrafesa Sac –Trujillo. Se obtuvo los siguientes resultados: un 54% consideran que se quedaron muy satisfecho, mientras aproximadamente un 39% está satisfecho con el servicio de la empresa, el 25% considera que la promoción debe mejorar, mientras que el 23% que, en atención al cliente, un 72% considera que la empresa de transporte Emtrafesa, es seguro y fiable, mientras el 12% está en desacuerdo, un 44% considera que la capacidad de respuesta es el atributo mejor percibido, mientras que el 29% considera fiabilidad. Como conclusión del mismo se espera que la elaboración de este trabajo sea de gran utilidad

para hacer el nivel de satisfacción de los clientes de “Emtrafesa S.A.C -Trujillo 2014.” es favorable por la fiabilidad y un buen trato en todas sus áreas.

- **Pintado, M y Rodríguez A. (2014).** En su tesis que lleva por título: *“Propuesta de mejora en el servicio de atención al cliente en la empresa de servicios CHAN CHAN S. A. en la ciudad de Trujillo”*, en el presente trabajo de investigación, se planteó el siguiente **objetivo general**: Demostrar la viabilidad de la propuesta de mejora sustentada con fundamento teórico que demuestre el incremento en la eficiencia en el servicio de atención el cliente en la Empresa de Servicios Chan Chan S.A. en la Ciudad de Trujillo. La investigación fue de tipo descriptivo, con la finalidad de detectar los factores de las deficiencias de la empresa y proponer recomendaciones para mejorar el servicio de atención al cliente. El resultado del tiempo de demora para atender el envío de encomiendas muestra que existe un importante margen de clientes que esperan 5 minutos (45%) y más de 10 minutos (20%). Dado que el tiempo promedio para atender un cliente es de 2 a 3 minutos, se deberá indagar y mejorar las razones por las cuales existen clientes que esperan por mucho tiempo, en tal sentido se deberá mejorar el proceso de atención y envíos de mercaderías. Por otra parte, con referencia al tiempo de demora para la atención en la recepción de una encomienda se deberá mejorar ampliamente el proceso de entrega de mercaderías, debido a que el 60% de nuestros clientes espera más de 10 minutos. En conclusión, con relación a la situación actual de la empresa se concluyó que las necesidades de mejora se encuentran en los procesos de recojo, envíos, distribución y almacenaje de mercadería. Así mismo un porcentaje considerable de cliente manifiesta que no existe tecnología que apoye a la calidad del servicio de atención al cliente.

- **Saavedra, J. (2019).** En su trabajo de investigación titulado: La Atención al Cliente como Factor Relevante en la Gestión de Calidad y Plan de Mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios, Rubro Hoteles en el Distrito de Huanchaco, 2019, en el presente trabajo se estableció como problema de investigación ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad en la atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles en el distrito de Huanchaco, 2019? y estableció como objetivo general: Determinar las características en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles en el distrito de Huanchaco, 2019. La investigación fue descriptiva, para llevarla a cabo se escogió una población muestral de 12 microempresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 28 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: El 91.67% de los representantes son de sexo masculino, El 83.33% de los representantes tienen un grado de instrucción superior universitaria, El 66.66 % de las empresas encuestadas tienen un tiempo de permanencia de 7 a más años, El 83.33% de los representantes manifestaron conocer el termino gestión de calidad, El 83.33 % de los representantes manifestaron conocer la técnica moderna de gestión de calidad de atención al cliente, El 91.67% de los microempresarios manifestaron que si utilizan la gestión de la calidad en el servicio que brindan a sus clientes. Se llega a la conclusión de la mayoría manifestaron conocer la técnica moderna de gestión de calidad de atención al cliente (83.33%), de igual manera, la mayoría simple manifestaron que la observación es la principal técnica para medir el rendimiento del personal (41.67%).

- **Vargas, Y. (2018).** En su trabajo de investigación titulado *“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”*, en el presente trabajo de investigación, se planteó el siguiente **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 conductor que se le aplicó un cuestionario 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 clientes del servicio de taxi que se les aplicó un cuestionario de 12 preguntas a fin de obtener información de la variable atención al cliente, y se obtuvo los siguientes resultados: 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, se verifica que el 53% de los conductores; no conoce si su empresa tiene una visión y misión y el 47% manifiesta que su empresa si tiene una visión y misión, se observa que el 24% de los conductores, 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, se puede observar que el 79% de los conductores indicaron que muy pocas veces existe evaluación o supervisión de las actividades que desarrollan y el 19% manifiesta que algunas veces existe evaluación o

supervisión y sólo el 2% manifiesta que nunca existe evaluación o supervisión, con 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, pero un 20% califica a los vehículos como de regulares, en relación a la confianza y seguridad que debería existir en la MYPE del rubro servicio de Taxi, 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; en conclusión 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.

2.2. BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN

2.2.1.- GESTIÓN.

La gestión es entendida como un proceso en tanto y en cuanto requiere el establecimiento de ciertas estrategias y técnicas. La experiencia, el conocimiento organizacional, la prosecución de ciertos pasos lógicos confiere coherencia a la gestión. La suma de esos pasos conforma el proceso general de la gestión.

Sin embargo, no podemos decir que la gestión sea una mecánica. La gestión supone la intervención constante, la revisión de lo planificado a partir de mecanismos de información y de control de las prácticas en el proceso mismo de implementación del plan, la acción como mecanismo de transformación no solamente para readaptar las estructuras organizacionales a la planificación sino también para reelaborar la propia planificación. Ahora bien, consideramos que para que la gestión efectivice aquello que fue establecido en la planificación o bien, para readaptar los planes, debe contar con una herramienta central que le permita evaluar, definir y redefinir. Esa herramienta es la información.

El sistema de gestión puede asimismo auditarse contra los requisitos de Normas Internacionales tales como Iso 9001 e Iso 14001. Estas auditorías del sistema de gestión pueden llevarse a cabo de forma separada o conjunta.

Los modelos para la gestión de la calidad de la organización tenemos:

- Modelos para la gestión medioambiental de la organización
- Modelos para la gestión de la prevención de los riesgos laborales de la organización
- Modelos para la gestión de la innovación de la organización
- Modelos para la gestión del conocimiento de la organización

- Los modelos para la gestión de la responsabilidad social corporativa de la organización. (*Gallego, T. 2013*).

Los modelos de Gestión que se estudian se presentan con una referencia expresa a sus requisitos de manera esquemática y una breve explicación de su contenido. Estas son normas que han sido y son las más implantados en empresas de todos los sectores económicos y también como no, entre empresa de construcción, promoción y empresas de arquitectura técnica/ingeniería de edificaciones.

Recomendaciones para la correcta implantación de un sistema de gestión en la empresa:

- Un sistema de gestión debe estar particularizado para cada empresa, porque dependerá de sus recursos humanos y técnicos, así como de los procesos necesarios para realizar el producto/servicio.
- Un sistema de gestión debe considerarse como algo dinámico. Debe desarrollarse, implantarse, mantenerse y mejorarse, según el caso.
- El seguimiento y control de los resultados de ejecución relacionados con los económicos puede ser considerado como un buen instrumento para motivar y alentar la implantación del sistema de gestión.
- El nivel de implantación de un sistema de gestión en una empresa dependerá en gran medida del interés de la Dirección.
- Cualquier persona involucrada con la empresa deberá estar bien informada o/y formada para que no aparezcan reticencias al cambio. (**Gallego. 2013**).

En las organizaciones la Gestión es el proceso de puesta en práctica o de ejecución de la planificación. Las organizaciones buscan, a través de las tecnologías de gestión, estudiar, analizar las herramientas y los procesos adecuados para disponer, organizar,

administrar sus recursos, para planificar las acciones y, mediante ello, lograr los objetivos buscados. (**Gallardo, 2004**).

LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA

Viene hacer el conjunto de formas, acciones, y mecanismos ya que van a permitir los recursos humanos, financieros de la empresa, con la finalidad de lograr los objetivos trazados, lo que se basa en 4 principios:

- ✓ El orden
- ✓ La disciplina
- ✓ Unidad de mando y,
- ✓ Fomentar y valorar la iniciativa de trabajo. (*lifeder.com/gestión-administrativa*).

Las formas de gestión de los servicios públicos, está conformada por:

La gestión directa

- a) De forma indiferenciada
- b) Mediante un órgano especial sin personalidad jurídica
- c) Mediante la constitución de un ente público dotado de personalidad jurídica
- d) Mediante una sociedad mercantil cuyo capital sea íntegramente público

La gestión indirecta

- a) Concesión
- b) Gestión interesada
- c) Concierto
- d) Sociedad de economía mixta. (**Batet, 2011**)

LA GESTIÓN ORGANIZACIONAL

Son modelos clásicos de concebir la gestión de las organizaciones, ya que va a llevar al estudio de técnicas y mecanismos que se aplican activamente para lograr la eficacia productiva, ya que también va atender los instrumentos de la gestión de modo flexible.

- ✓ La construcción de comunidad
- ✓ Los movimientos sociales y su “cultura organizacional” para el cambio social.
- ✓ La gestión social como política explícita de las organizaciones: responsabilidad social empresarial (rse) y gestión social del cambio.
- ✓ La búsqueda de ganancias y el impacto social y medioambiental.
- ✓ Los movimientos sociales y la gestión para el cambio. (*Gullo, J. and Nardulli, J. 2015*).

LA ADMINISTRACIÓN EMPRESARIAL

Se puede decir que la administración empresarial es una empresa y es un micro sociedad con un cuerpo de normas y reglamentos, de costumbres y usos dentro de una estructura y una estratificación o jerarquía encaminadas a asignar a cada persona una actuación determinada. La organización de la empresa se integra en un plan dirigido enteramente a la realización de objetivos económicos y a la obtención de un mejor rendimiento en la actividad de las personas que la componen.

- La dirección del producto
- Definición de producto
- La clasificación de los productos
- La dirección de la cadena de producción
- Ciclo de vida del producto

- Los nuevos productos
- El desarrollo del nuevo producto
- Envases y marcas. (**Baldwin, C. 2001**)

2.2.2. CLIENTE

Para definir un concepto claro y preciso sobre el concepto de cliente veremos de cómo lo nombran algunos de los autores:

A.- (Camacho, 2008). La palabra cliente tiene su raíz en el término latino *CLIENS* que expresa la cualidad de la persona que se apoya en otra para procurar su ayuda. De acuerdo al Diccionario Enciclopédico ESPASA el cliente(a) es aquella “persona o entidad que suele utilizar los servicios de un profesional o empresa” y “persona o entidad en un establecimiento.

El cliente es aquel ente, natural o jurídica, a quien va orientada la empresa con el fin de satisfacer de manera adecuada y con una excelente política de calidad las necesidades propias al mismo. El cliente es quien directa o indirectamente utiliza el producto o disfruta del servicio.

B.- (Tarodo, 2014). Es aquella persona, empresa u organización que compra un bien, un producto o un servicio, para satisfacer sus necesidades a otra persona, empresa u organización a cambio de pagar un dinero.

De esta definición se deducen las siguientes consideraciones:

- Normalmente, el cliente suele ser una persona que compra con frecuencia, aunque también puede ser una persona que compra ocasionalmente.

- El cliente es la razón principal por la que se crean, producen, fabrican y comercializan bienes, productos y servicios.
- Las empresas deben prestar atención a los clientes, de lo contrario estos se irán a otras empresas. (Tarodo, 2014).

Concepto e identificación del cliente

- ✦ El cliente interno y el cliente externo
- ✦ Tipología de clientes y atención diferencial
- ✦ El conocimiento del cliente y sus motivaciones
- ✦ Elementos de la atención al cliente
- ✦ Control y registro de entrada y salida de visitas

Fases de la atención al cliente

- ✦ Acogida
- ✦ Seguimiento
- ✦ Gestión
- ✦ Despedida

La percepción del cliente respecto a la atención recibida

- ✦ La satisfacción del cliente
- ✦ Los procesos en contacto con el cliente externo
- ✦ Preguntas clave del cliente

C.- (Blanco, G. C., Lobato, G. F., y Lobato, V. F. 2013). La empresa también debe tomar decisiones estratégicas en función de los criterios de fidelidad y rentabilidad, para ello es útil relacionar las dos tipologías y definir la estrategia a seguir:

- **Cliente fiel y rentable.** Debe ser el objetivo principal de la empresa y es preciso mantenerle fiel.
- **Cliente fiel pero no rentable.** La empresa debe centrarse en lograr un aumento de la frecuencia de compra o de la adquisición de otros productos de la misma para lograr su rentabilidad.
- **Cliente no fiel pero rentable.** Es necesario profundizar en la relación buscando un mayor nivel de conocimiento que lleve a cierto nivel de fidelidad.
- **Cliente no fiel y no rentable.** Parece que lo más conveniente es indicarle el camino de salida y que se vaya con la competencia.

Todas estas pautas de comportamiento y decisiones estratégicas tienen que tener como objetivo la satisfacción del cliente y la rentabilidad de la empresa y es preciso acercarse a ellas con amplitud de miras, ya que la realidad hace que sea preciso combinarlas y ampliarlas.

Según el autor se hablará de los siguientes puntos importantes del cliente:

Concepto e identificación del cliente

Concepto de cliente

Tipos de clientes

El comportamiento del cliente

Ideas fundamentales del comportamiento del cliente

Factores determinantes en el comportamiento del cliente

Las relaciones con el cliente

El servicio al cliente

La atención al cliente

Fidelización de clientes. (**Blanco, G. C., Lobato, G. F., y Lobato, V. F. 2013**)

2.2.3. ATENCIÓN AL CLIENTE

Podemos decir que viene hacer la base fundamental de la competitividad, de la calidad en los servicios y el logro de la excelencia, también podemos decir que estamos convencidos de los motivos suficientes del nivel de calidad en la atención al cliente que vamos a encontrar a diario.

Podemos decir que los objetivos del servicio a la atención al cliente son:

- Acercar la Consejería a los clientes, con la especial finalidad de lograr una atención personalizada.
- Aprovechar las ventajas de las nuevas tecnologías de la información para facilitar la relación de los ciudadanos con la Administración.
- Conseguir una mayor calidad de los servicios de información y atención al ciudadano. (**ICB, 2014**)

La atención al cliente tiene lo siguientes pasos:

- ✓ El Servicio de Atención al Cliente
- ✓ Decálogo de la Atención al Cliente
- ✓ El Control de los Procesos de Atención al Cliente
- ✓ El Sentido Escénico en la Atención al Cliente
- ✓ Lo que hemos aprendido.

La atención al cliente se puede entender como todo aquel servicio que proporcionan las empresas (tanto las que prestan servicios como las que comercializan productos) a sus clientes, cuando estos necesitan: **(García, 2011)**.

- Realizar quejas, reclamaciones o sugerencias.
- Requerir información adicional.
- Expresar inquietudes o dudas sobre el producto o servicio adquirido.

Al mismo tiempo la atención o servicio al cliente puede entenderse también como un concepto de trabajo, una forma de hacer las cosas, que afecta a la totalidad de la organización, tanto en la forma de atender al público externo (clientes) como al público interno (trabajadores, accionistas, etc.). La atención al cliente puede realizarse a través de diferentes medios: presencial, telefónico, on-line, etc., siempre tratando de adaptarse a las necesidades de los clientes. **(García, 2011)**.

En el seno de la estructura de la Atención al Cliente, si tiene en cuenta los siguientes conceptos básicos: Todas las empresas, independientes del sector de actividad al que se dediquen y de sus dimensiones, deben desarrollarse para alcanzar un servicio de calidad. Para ello se tiene en cuenta el estudio de los conceptos básicos de la Atención al Cliente, presente en el esquema de arriba (sus necesidades, sus expectativas, demandas y satisfacción). Así, la Atención al Cliente permite satisfacer y fidelizar a los clientes a través de la presentación de un valor añadido. **(García, 2011)**.

VARIABLES QUE INFLUYEN EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE

Para las empresas resulta cada vez más duro destacar su marca del resto, pues los clientes son bombardeados por un gran número de mensajes procedentes de diferentes marcas. Cada vez se invierte más en publicidad y comunicación, no obstante, esto no

significa necesariamente que dicha inversión sea rentable, por lo que pueden, incluso, generar pérdidas. ¿Dónde está el problema? ¿Tiene solución? El problema al que nos referimos reside en la mente de nuestros clientes, y, por tanto, la solución se encuentra dentro de ellos. Se trata de lograr una imagen de marca con fuerte presencia e impacto y que ocupe un determinado lugar, posicionamiento, en los cerebros de nuestros clientes. (**García, 2011**).

ATENCIÓN AL CLIENTE COMO ARMA DEL PEQUEÑO COMERCIO

Si bien es cierto el pequeño comercio no puede competir con el grande en muchos aspectos (Variedad, precio, etc.), si hay algunos factores en los que le podría superar, y principalmente lo vamos a observar en dos vertientes. (**García, 2011**).

- **La Proximidad:** Es un factor decisivo, sobre todo en compras que deben ser realizadas en el momento.
- **La Atención al Cliente y el servicio Personalizado:** El pequeño comercio tiene la facultad de hacer sentir al cliente que es único y no un número como en las grandes superficies.

El cliente final puede estar dispuesto a pagar incluso más dinero por estos dos factores. Los antiguos clientes se han visto atraídos por el nuevo comercio, sus modernas instalaciones y la gran variedad de surtido. (**García, 2011**).

2.2.4. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Para saber a ciencia cierta, con exactitud, si el cliente ha percibido bien la atención y el trato recibidos, si ha quedado satisfecho o no, y si ha apreciado todo el esfuerzo que se hace por él e indagar en la fidelización que tiene con la empresa, sería necesario: Conocer sus

motivaciones y necesidades. Pues constituyen un punto de partida muy importante para saber qué esperan del servicio prestado o del producto consumido.

- Hacer uso de los cuestionarios de satisfacción del cliente, que miden el nivel de satisfacción de manera concreta. **(García, 2011).**

La percepción respecto a la atención al cliente recibido, en la actualidad, lograr la plena satisfacción del cliente, es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la “mente” de los clientes, y por ende en el mercado. Por ello, el objetivo de mantener satisfecho a cada cliente ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para construir en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, etc.) de las empresas exitosas. **(García, 2011).**

Según **Darder** (2009), se dice que todas las empresas pierden entre el 10% y el 30% de clientes al año, por lo que se ha trazado a realizar un estudio de satisfacción al cliente con los siguientes parámetros y así conocer el nivel de satisfacción del cliente

- ✦ Métodos para medir la satisfacción del cliente
- ✦ Estudios de mercado
- ✦ Encuestas de satisfacción del cliente
- ✦ Estudio de la competencia
- ✦ Estudio de las reclamaciones y devoluciones de los clientes
- ✦ Sugerencias de clientes y proveedores
- ✦ Informes comerciales de las visitas a los clientes
- ✦ Ratio de clientes que se pierden
- ✦ El cliente interno.

LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE ESTANDARIZACIÓN (ISO)

La Organización Internacional de Estandarización (ISO abreviatura aceptada Internacionalmente), podemos decir que es un órgano no gubernamental fundado en el año de 1947, en Ginebra, Suiza, en donde se encuentra la sede central. ISO la conforma una red de instituciones nacionales de estandarización que abarca a **156 países**, y está representada por un miembro en cada país. (WEBER). (**Espinoza, 2007**). El objetivo principal del ISO, es útil para los acuerdos o algunos es llegar a acuerdos o reuniones que se llevan a cabo internacionalmente, y que son para conformar las normas y que tienen que cumplirse en forma voluntaria, son desde su nacimiento absoluta y permanentemente voluntarias, que responden a las necesidades del mercado expresadas por los países miembros. (**Espinoza, 2007**).

A.- LAS MYPES

El **Artículo 4º** de la Ley MYPE, establece el concepto de Micro y Pequeña Empresa, a la letra dice: ***Es una unidad económica*** que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios, que se encuentra regulada en el TUO (TEXTO ÚNICO ORDENADO), de la Ley de Competitividad, Formalización y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente (Dec. Leg. N° 1086). (sunat.gob.pe/orientación/mypes/caracteristicas-microPequena Empresa.html)

Las **Mypes** cumplen un rol fundamental, su aporte produciendo u ofertando bienes y servicios, adquiriendo y vendiendo productos o añadiéndoles valor agregado constituye un

elemento determinante en la actividad económica y generación de empleo, pero, carecen de capacitación, poca gestión de negocios, falta de capitales de trabajo por elevado financiamiento de crédito, poca asistencia técnica, y demasiada informalidad.

El Perú, vive un momento muy expectante en su historia, considerada una de las economías más emergentes. De hecho, los innegables avances en tecnología y el proceso de globalización, han abierto nuevos mercados y creado nuevos desafíos para las empresas peruanas. De un lado, la apertura comercial propugnada en los últimos años, han permitido incrementar sosteniblemente las exportaciones peruanas y ser uno de los pilares de su crecimiento económico. De otro lado, paulatinamente las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) muestran su potencial dinamismo en la economía de nuestro país, constituyéndose en la base empresarial más importante del país, considerada también como generadora de empleo.

(sunat.gob.pe/orientación/mypes/caracteristicas-microPequena Empresa. html)

Las pequeñas y medianas empresas son el motor del crecimiento y el desarrollo en todas las economías del mundo. Su papel en el progreso de las economías en desarrollo es fundamental porque constituyen una buena oportunidad para el emprendimiento, el progreso y el autoempleo, dejando a un lado el empleo informal y el trabajo precario.

Las pymes son “responsables de una generación de empleo e ingresos importantes en todo el mundo” y **son un factor clave en la reducción de la pobreza** y el fomento del desarrollo. También son las encargadas de emplear a “una gran proporción de trabajadores pertenecientes a los sectores más vulnerables de la sociedad”, como mujeres, jóvenes y personas de hogares desfavorecidos. A pesar de su aportación al desarrollo mundial, las microempresas y pymes tienen que hacer frente a muchas dificultades en su funcionamiento diario y crecimiento.

La ONU ha calculado que “un **74%** de las microempresas y pymes de todo el mundo funcionan en el **sector informal** de la economía”, una cifra que asciende al **77%** en los **países en desarrollo**. “Los **negocios informales se apoyan en financiación informal**, que, si bien facilita el acceso a fondos, ententece el crecimiento y aumenta la ilegalidad de la empresa, según la fuente. (20minutos.es/noticia/3382959/0/pymes-microempresas-onu-economia-empleo)

IMPORTANCIA

Las MYPE son un segmento importante en la generación de empleo, es así que más del 80% de la población económicamente activa se encuentra trabajando y generan cerca del 45% del producto bruto interno (PBI). En resumidas cuentas la importancia de las MYPE como la principal fuente de generación de empleo y alivio de la pobreza se debe a:

- Proporcionan abundantes puestos de trabajo.
- Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingreso.
- Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población

Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.

Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico. Podemos decir que, la microempresa no necesita constituirse como persona jurídica, pudiendo ser conducida directamente por su propietario persona individual. Podrá, sin embargo, adoptar voluntariamente la forma de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, o cualquiera de las formas societarias previstas por la ley. ([sunat.gob.pe/ orientación/mypes/caracteristicas-microPequena Empresa. html](http://sunat.gob.pe/orientacion/mypes/caracteristicas-microPequena Empresa.html)),

CARACTERÍSTICAS: Las características que debe reunir una MYPE son las siguientes:

CARACTERÍSTICAS	NUMERO DE TRABAJADORES	NIVELES DE VENTAS ANUALES
MICROEMPRESA	De 1 hasta 10	El monto máximo de 150 UIT
PEQUEÑA EMPRESA	De 1 hasta 100	El monto máximo 1700 UIT

(sunat.gob.pe/orientación/mypes/caracteristicas-microPequena Empresa. html)

B.- Gestión.- (Gallardo, 2004). Es el proceso de puesta en práctica o de ejecución de la planificación. Las organizaciones buscan, a través de las tecnologías de gestión, estudiar, analizar las herramientas y los procesos adecuados para disponer, organizar, administrar sus recursos, para planificar las acciones y, mediante ello, lograr los objetivos buscados.

C.- Atención Al Cliente.- (García, 2011). La atención al cliente se puede entender como todo aquel servicio que proporcionan las empresas (tanto las que prestan servicios como las que comercializan productos) a sus clientes, cuando estos lo necesitan.

D.- Taxi.- (S.A., 2017). El **taxi** es un medio de transporte público que consiste en un vehículo de alquiler con un conductor (taxista) que ofrece servicios de transporte de una persona o un grupo pequeño de pasajeros dirigidos a igual o diferentes destinos por contrato o dinero. Usualmente, en modo de transporte público, los lugares donde se recoge y se deja el pasajero se deciden por el proveedor (oferente), mientras que, en el caso del taxi, el usuario (demandante) los determina.

EL FUTURO DE LAS MYPES

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2018) en el Perú existen 2 millones 332 mil 218 de empresas de las cuales más del **95%** están en el régimen Mype. De acuerdo con el reporte anual Doing Business del Banco Mundial (2019), el Perú ocupó el puesto **51** de **190** economías en el pilar protección de los inversionistas minoritarios.

Es importante reconocer la importancia de la micro y pequeña empresa para la dinámica económica del Perú, dada su alta tasa de concentración y alto grado de correlación con el emprendimiento. Por ese motivo es fundamental que las Mypes sigan estas reglas de oro para lograr generar ventajas competitivas sostenibles. (gestion.pe/blog/el-arte-de-emprender-y-fallar/2019/01/el-futuro-de-las-mypes.html?ref=gesr).

2.3.- Marco Conceptual.

ATENCIÓN AL CLIENTE.- Podemos decir que viene hacer el servicio que prestan las diferentes empresas y/o comercializan productos de cualquier rubro, lo que también podemos decir que el éxito de una empresa siempre va a depender de la demanda que tenga por parte de los clientes, ya que ellos quedaran satisfecho con el servicio brindado; ya que viene hacer un instrumento eficaz para comunicarse con los clientes y de esa manera asegurarse el uso correcto del producto o del servicio brindado.

GESTIÓN.- Viene hacer el proceso de gestionar y de administrar o llevar a cabo un proceso o conjunto de actividades ya sea personal o en forma empresarial, y que también se asocia con la administración de un negocio, ya que la administración tiene sus principios fundamentales que es disponer, dirigir, ordenar y organizar, una acción.

MYPES.- Podemos decir que la Mype viene hacer una unidad económica, y que la puede conformar una persona natural o jurídica, y el objetivo principal es desarrollar diversas actividades ya sea de extracción, transformación, producción, comercialización de prestación de servicios o bienes; y que pueden ser Micro o Pequeña empresa, ya que tiene sus beneficios propios.

TRANSPORTE URBANO DE PASAJEROS.- Viene hacer la compartición del medio de transporte de pasajeros, ya que están disponibles para el público en general y que puede estar dividido dependiendo el servicio que realice.

III.- HIPÓTESIS

En el presente trabajo de investigación no incluye hipótesis por ser de índole descriptivo, y no necesariamente debe llevar, como lo mencionan los siguientes Autores:

HERNÁNDEZ, R; FERNÁNDEZ, C y BAPTISTA, P. (2014). Metodología de la Investigación:

¿En toda investigación cuantitativa debemos plantear hipótesis?

No, no todas las investigaciones cuantitativas plantean hipótesis. El hecho de que formulemos o no hipótesis depende de un factor esencial: el alcance inicial del estudio. Las investigaciones cuantitativas que formulan hipótesis son aquellas cuyo planteamiento define que su alcance será correlacional o explicativo, o las que tienen un alcance descriptivo, pero que intentan pronosticar una cifra o un hecho.

Los estudios cualitativos, por lo regular, no formulan hipótesis antes de recolectar datos (aunque no siempre es el caso). Su naturaleza es más bien inducir las hipótesis por medio de la recolección y el análisis de los datos, como se comentará en la tercera parte del libro “El proceso de la investigación cualitativa”. **(HERNÁNDEZ, R; FERNÁNDEZ, C y BAPTISTA, P. 2014).**

IV.- METODOLOGÍA.

4.1.- DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño que se utilizará en el presente trabajo de investigación es: descriptiva - transversal y no experimental.

- **Descriptiva.-** Porque se van a describir las variables en estudio como son gestión y atención al cliente, y se van a analizar en un contexto dado.
- **Transversal.-** Porque se va a realizar en un determinado tiempo y espacio adecuado.
- **No Experimental.-** Porque no se van a realizar ninguna manipulación deliberadamente de las variables en estudio.

4.2.- POBLACIÓN Y MUESTRA.

4.2.1.- Población

Debido a que en la presente tesis consta de dos variables de estudio que son; Gestión y Atención al Cliente, a lo que vamos a considerar:

A.- La población objeto de estudio está conformada por los representantes legales de las diferentes empresas de taxis que son mypes, que se encuentran registrados en la Municipalidad de Trujillo, en el área de la sub gerencia de Transporte, cabe decir que en total las empresas de taxis registradas son **81** empresas, **a enero del 2020,**

4.2.2.- Muestra

- En cuanto a los representantes de las diferentes empresas de taxis, la población es de **67**, por lo que para el cálculo se utilizó la siguiente fórmula muestral para una población finita:

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

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

Z: Proporción del nivel de confianza 95% (1.96)

p: Proporción de individuos que posee la población de estudio (50%)

q: Proporción de individuos que no posee la población de estudio: 1-p (50%)

e: Error máximo que permite (5%)

Z	1.96	95%
p	0.5	
q	0.5	
E	0.05	
N	81	

$$n = \frac{81 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 * (81 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 67$$

La presente fórmula nos arroja una muestra de 67 representantes de las empresas de taxis.

4.3.- Definición y Operacionalización de Variables e Indicadores

Variables e Indicadores para los Representantes Legales de las MYPES

Variable Principal	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
Perfil de los Representantes Legales de las Mypes	Principales Características de los Representantes Legales de las Mypes	Edad	Ordinal: * Años
		Género	Nominal * Masculino * Femenino
		Grado de Instrucción	Nominal * Educac. Secundaria * Educac. Técnica * Otras Técnicas
Perfil de las Mypes en cuanto a Gestión	Características de la Gestión de las Mypes	Misión y Visión	Nominal * SI * NO
		Conocimiento de gestión	Nominal * SI * NO
		Una buena gestión va a mejorar la rentabilidad	Nominal * SI * NO
		Conoce las técnicas modernas de gestión	Nominal * Benchmarking * Marketing * Las 5 C * Otros
		Dificultades de los representantes para la implementación de la gestión	Nominal * Poca Iniciativa * Aprendizaje lento * No se adaptan al cambio * Otros
		Al elegir a un conductor le realiza algún tipo de evaluación	Nominal * Siempre * Casi Siempre * Nunca
		Recursos de Innovación Tecnológica	Nominal * SI * NO

En cuanto a la Atención al Cliente	Características de la Atención al Cliente	Conoce el término de atención al cliente	Nominal * SI * NO
		La buena atención brindada al cliente, es fundamental para conservarla	Nominal * SI * NO
		La atención que ofrece a los clientes es:	Nominal * Buena * Regular * Mala
		Porque los clientes los prefieren a ustedes	Nominal * Honestos * Puntuales * Responsables * Otros
		Resultados de una buena atención al cliente	Nominal * Cientes satisfechos * Fidelización de los clientes * Posicionamiento de la empresa * Otros
		Se ha capacitado en los últimos años	Nominal * SI * NO
		Plan de capacitación	Nominal * SI * NO
		Cómo considera Usted., a la capacitación	Nominal * Gasto * Inversión * Otros
		Las capacitaciones cada que tiempo deben dictarse	Nominal * Anual * Cada 6 meses * Cada 3 mese
		Considera que la empresa transmite confianza y seguridad en el servicio	Nominal * Siempre * Casi Siempre * Nunca

4.4.- Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Técnica:

En este trabajo de investigación se aplicó la técnica de la encuesta con el instrumento del cuestionario, estructurado por 20 preguntas y está relacionado a las características de los representantes legales, las características de la gestión y atención al cliente y está dirigido a los representantes legales de las Mypes del transporte urbano de pasajero rubro servicio de taxi del Distrito de Trujillo, 2017.

Con los resultados vamos a saber temas relacionadas con los representantes legales, como aplican la gestión y atención al cliente, y saber qué tipo de técnica de gestión utiliza.

4.5.- Plan de Análisis.

Se realizó a través de la recolección de datos en la investigación a través de un cuestionario, y una vez que he tenido los datos, para la tabulación he utilizado el programa Excel, y para los gráficos y las tablas se utilizó el programa SPSS, lo que ha adjuntado como anexos.

Cabe recalcar que, en el presente trabajo de investigación, se ha utilizado el programa Word, para realizar el análisis y las conclusiones del respectivo trabajo de investigación.

Al finalizar se utilizó el programa PDF, para la presentación del presente informe.

4.6. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: LA GESTIÓN BAJO EL ENFOQUE EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, EN EL SECTOR TRANSPORTE URBANO DE PASAJEROS, RUBRO SERVICIO DE TAXIS, EN EL DISTRITO DE TRUJILLO, 2017.

Enunciado del Problema	Objetivos	Variables	Población y Muestra	Metodología	Técnicas e Instrumento
<p>¿Cómo es la gestión de calidad bajo el enfoque en la atención al cliente en las micros y pequeñas empresas del sector transporte urbano de pasajeros, rubro servicio de taxi del distrito de Trujillo, en el año 2017?</p>	<p>Objetivo General Determinar cómo es la gestión de Calidad en la atención al cliente en el sector transporte urbano de pasajeros, en el rubro servicio de taxis en el distrito de Trujillo, año 2017.</p> <p>Objetivos Específicos Determinar las características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, en el sector transporte urbano de pasajeros, rubro servicio de taxis, en el Distrito de Trujillo, año 2017.</p> <p>Determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, en el sector transporte urbano de pasajeros, rubro servicio de taxis, en el Distrito de Trujillo, año 2017.</p> <p>Determinar las características de la atención al cliente en las micros y pequeñas empresas, en el sector transporte urbano de pasajero, rubro servicio de taxi, en el Distrito de Trujillo, año 2017.</p>	<p>Gestión</p> <p>Atención al Cliente</p>	<p>Población: Está conformada por los representantes legales y/o Propietarios de las Mypes, de taxi en la ciudad de Trujillo.</p> <p>Muestra: Conformada por 67 representantes legales o Propietarios de las empresas de taxis Mypes.</p>	<p>Diseño:</p> <p>Descriptiva</p> <p>Transversal</p> <p>No experimental</p>	<p>Técnicas:</p> <p>Observación y Encuesta.</p> <p>Instrumento:</p> <p>Cuestionario</p>

4.7.- PRINCIPIOS ÉTICOS

La investigación ha sido realizada con los principios de **protección de las personas**, porque al ejecutar la encuesta se ha tratado con respeto, amabilidad a las personas ya sean representantes o colaboradores y también hemos tenido mucha discreción al realizar las encuestas ya que de esta manera protegemos y ayudamos a los dueños de las MYPE para que mejoren y a los colaboradores para que los capaciten y tengan mejor talento humano.

En el presente principio de **Justicia**, como investigador me comprometo a tomar las precauciones necesarias, para no dar lugar a prácticas injustas; y que los participantes en la presente investigación serán tratados equitativamente.

Asimismo, el principio de **Integridad Científica** ya que esta investigación ha sido realizada en base de enseñanza porque cada pregunta ha sido explicada para que las personas entiendan y contesten con toda la sinceridad posible.

Otro principio de **consentimiento informado y expreso**, se empleó aquí en la investigación porque hemos contado con información de la Municipalidad Provincial de Trujillo, La Libertad para saber cuántas Mypes existen en el lugar de Trujillo y también se pidió el debido consentimiento para realizar las encuestas a los dueños o representantes de las diferentes empresas de tal manera nos regalen unos minutos de su valioso tiempo.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados de la Investigación

5.1.1. De los Representantes Legales

A.- **Tabla 01.-** Características de los representantes legales de las Mypes del rubro servicio de Taxi, del distrito de Trujillo, 2017.

Principales características de los Representantes Legales	N° de MYPES	Porcentaje
1 Edad		
De 18 a 30 años	2	3,0%
De 31 a 50 años	34	50,7%
De 51 a más	31	46,3%
Total	67	100%
2 Género		
Masculino	58	86,6%
Femenino	9	13,4%
Total	67	100%
3 Grado		
Educación Secundaria	12	17,9%
Educación Técnica	19	28,4%
Estudios Universitarios	26	38,8%
Otros Estudios	10	14,9%
Total	67	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes, del rubro servicio de Taxi, del distrito de Trujillo, 2017.

B. Tabla 02.- Características de la Gestión de las Mypes del rubro servicio de Taxi, del distrito de Trujillo, 2017.

Principales características de la Gestión	N° de MYPES	Porcentaje
4 Misión y Visión		
SI	61	91,0%
NO	6	9,0%
Total	67	100%
5 Conoce de gestión		
SI	62	92,5%
NO	5	7,5%
Total	67	100%
6 Rentabilidad		
Siempre	35	52,2%
Casi Siempre	28	41,8%
Nunca	4	6,0%
Total	67	100%
7 Técnicas		
Benchmarking	9	13,4%
Marketing	15	29,9%
Las 5 C	16	16,4%
Otras Técnicas	27	40,3%
Total	67	100%
8 Implementación		
Poca Iniciativa	29	43,3%
Aprendizaje lento	20	29,9%
No se adaptan al cambio	12	17,9%
Otros	6	9,0%
Total	67	100%
9 Evaluación		

Siempre	35	52,3%
Casi Siempre	21	31,3%
Nunca	11	16,4%
Total	67	100%
10 Innovación Tecnológica		
SI	59	88,1%
NO	8	11,9%
Total	67	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes, del rubro servicio de Taxi, del distrito de Trujillo, 2017.

C. Tabla 03. Características de la Atención al Cliente en las Mypes del rubro servicio de Taxi, del distrito de Trujillo, 2017.

Principales características de la Atención al Cliente	N° de MYPES	Porcentaje
11 Atención al Cliente		
SI	59	88,1%
NO	8	11,9%
Total	67	100%
12 Conservarla		
SI	51	76,1%
NO	16	23,9%
Total	67	100%
13 Ofrece		
Buena	51	76,1%
Regular	12	17,9%
Mala	4	6,0%
Total	67	100%
14 Preferencia		
Honestos	19	28,4%
Puntuales	11	16,4%
Responsables	22	32,8%
Otros	15	22,4%
Total	67	100%
15 Resultados		
Clientes satisfechos	29	43,3%
Fidelización de los clientes	15	22,4%
Posicionamiento de la empresa	12	17,9%
Otros	11	16,4%
Total	67	100%
16 Capacitado		
SI	16	23,9%
NO	51	76,1%

Total	67	100%
17 Plan de Capacitación		
SI	38	56,7%
NO	29	43,3%
Total	67	100%
18 Como considera		
Gasto	31	46,3%
Inversión	25	37,3%
Otros	11	16,4%
Total	67	100%
19 Frecuencia de la Capacitación		
Anual	33	49,3%
Cada 6 meses	23	34,3%
Cada 3 meses	11	16,4%
Total	67	100%
20 Confianza		
Siempre	37	55,2%
Casi Siempre	29	43,3%
Nunca	1	1,5%
Total	67	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes legales de las Mypes, del rubro servicio de Taxi, del distrito de Trujillo, 2017.

5.2. Análisis de Resultados

5.2.1. De los Representantes Legales

A. Respecto a las características de los Representantes Legales (Tabla 01)

- **Edad.-** El 50,7% de los representantes legales que fueron encuestados del rubro servicio de taxis Mypes, en el distrito de Trujillo, se encuentran en un rango de las edades de 31 a 50 años, lo que coincide con los resultados encontrados por **Beltrán (2014)**, donde él llega a la conclusión que el 50% de los encuestados están en el rango de 31 a 50 años, y con una similitud con los resultados obtenidos por **Moreno (2019)**; en lo obtuvo que el 64,86%, tienen una edad entre 31 a 50 años; los resultados nos muestran que la mayoría de los representantes de las Mypes son dirigidas por personas jóvenes adultos. (figura 01).
- **Género.** Un 86,6% de los representantes de las Mypes del rubro servicio de taxis del distrito de Trujillo, son de género masculino, tienen una similitud con la investigación de **Beltrán (2014)** en donde indica que el 62,5% de los encuestados son de sexo masculino, y también coinciden con los datos encontrados por **Moreno (2019)**, donde nos dice que el 83,7% de los encuestados son de sexo masculino. Este resultado nos demuestra que la mayoría de las Mypes del rubro servicio de taxi, son representados por el sexo masculino. (figura 02).
- **Grado de Instrucción.** Un 38,8% de los empresarios de las Mypes del rubro servicio de taxis del distrito de Trujillo, cuentan con estudios universitarios; estos resultados difieren con los encontrados por **Moreno (2019)**, donde indica que el 45,95% tienen un grado de educación superior no universitaria, y con los datos encontrados por **Beltrán (2014)**, quien en su estudio señala que el 37,5% de los empresarios encuestados de las Mypes tiene un grado de educación secundaria, por lo tanto podemos decir que predomina los estudios universitarios. (figura 03).

B. Respecto a las características de la Gestión. (Tabla 02)

- **Cuenta con Misión y Visión su empresa.** Un 91,0%, de los representantes de las Mypes del rubro servicio de taxis del distrito de Trujillo, cuentan con misión y visión, éstos resultados se asemejan a los encontrados por **Moreno (2019)**, donde nos indica que el 62,16% de las Mypes encuestas, si tienen definida su misión y visión, lo que difiere con los resultados que obtuvo **Campos (2015)**, donde nos dice que el 100% de Mypes que él encuestó, no cuenta con misión y visión, podemos decir que las empresas que si las tienen, van a poder alcanzar tanto sus objetivos como sus metas trazadas, lo que les va a permitir tener un crecimiento adecuado y permanecer en el mercado competitivo. (figura 04).
- **Gestión.** Un 92,5% de los representantes de las Mypes del rubro servicio de taxis del distrito de Trujillo, tienen conocimiento sobre Gestión, lo que se asimila lo que nos dice **Moreno (2019)**, donde sus Mypes encuestadas manifiestan que el 72,97%, si conocen el término sobre gestión de calidad, a lo que se asemeja ligeramente a lo encontrado por **Antúnez (2017)**, que el 59,1% si aplican una gestión de calidad a lo que sí tienen el conocimiento necesario. Por lo tanto, la mayoría de los representantes de las Mypes están orientados a brindar un buen servicio para con sus clientes y cubrir las expectativas del mercado laboral. (figura 05).
- **Rentabilidad.** Un 52,2% de los representantes de las Mypes del rubro servicio de taxis del distrito de Trujillo, manifestaron que una buena gestión siempre van a mejorar la rentabilidad de su empresa, a lo que se asimilan con los resultados encontrados por **Moreno (2019)**, en donde manifiesta que el 94,59% de los encuestas afirman que la gestión de calidad va a mejorar el rendimiento del negocio, lo que se

asemeja con los datos encontrados por **Chunga (2019)**, donde manifiesta que el 100% de los encuestados manifestaron que las capacitaciones van a mejorar la rentabilidad en la empresa. Lo que puedo decir que va a permitir que el proceso del servicio de taxi mejore y sea más competitivo. (figura 06).

- **Técnicas.** Un 40,3% de los encuestados manifestaron que conocen otros tipos de técnicas de gestión, se asemeja a los datos encontrados por **Moreno (2019)**, donde indica que el 70,27%, de los encuestados conocen otro tipo de técnicas de gestión de calidad, lo que difiere con los resultados encontrados por **Chunga (2019)**, donde nos dice que utilizan la técnica Outsourcing, con un 30%. Lo que apporto es que los empresarios si utilizan algún tipo de técnica de gestión. (figura 07).
- **Implementación.** Un 43,3% de los encuestados manifestaron que tiene poca iniciativa para implementar una nueva gestión, lo que difiere con los datos encontrados por **Moreno (2019)**, donde los encuestados un 35,14% indico que tienen un aprendizaje lento, como también difiere con los datos encontrados por **Chunga (2019)**, con un 30% de los encuestados tienen un aprendizaje lento. Lo que quiere decir que deben de buscar una técnica más adecuada para su captación más rápida. (figura 08).
- **Evaluación.** Un 52,3% de los representantes de las Mypes del rubro servicio de taxis del distrito de Trujillo, manifiestan que siempre antes de elegir a un conductor les realizan una evaluación, lo que difiere con **Vargas (2018)**, donde nos dice que un 28% de los encuestados manifestaron que casi siempre, algunas veces o pocas veces, fueron evaluados por el supervisor. Por lo tanto, siempre al elegir a un conductor se

les debe realizar una evaluación a los conductores para conocer más de sí y saber con qué persona se va a trabajar en la empresa. (figura 09).

- **Innovación tecnológica.** Un 88,1% de los representantes de las Mypes del rubro servicio de taxis del distrito de Trujillo, manifestaron que si cuentan con los recursos necesarios para la innovación tecnológica, lo que coincide con los datos encontrados por **Beltrán (2014)**, donde manifiesta que el 87,5% de los encuestados consideran importante utilizar hoy en día un sistema o técnica de calidad en las empresas, lo que se asemeja a los datos encontrados por **Zapata (2019)**, donde manifiesta que las Mypes el 60% cuenta con tecnología. Lo que se puede decir que hoy en día es esencial que todas las empresas cuenten con la tecnología necesaria, para llegar a ser competitiva en el mercado. (figura 10).

C. Respecto a las Características de la Atención al Cliente (Tabla 03)

- **Atención.** Un 88,7% de los encuestados manifestaron si tener conocimiento de lo que es atención al cliente, lo que coincide con los datos encontrados por **Saavedra (2019)**, donde coincide un 88,88% si conocen el termino de atención al cliente. Podemos ver que tienen el conocimiento necesario de atención al cliente. (figura 11).
- **Conservarla.** Un 76,1% de los encuestados manifestaron que si brindan una buena atención al cliente para conservarla, según los datos encontrados por **Moreno (2019)**, un 78,38% de los encuestados manifestaron que la buena atención va a retener a los clientes, se asemeja con los datos encontrados por **Saavedra (2019)**, donde indica que el 100% indicaron que la buena atención al cliente es fundamental para que

regrese por un servicio. Lo que se debe siempre capacitar a su personal en atención al cliente para así fidelizar a los clientes. (figura 12).

- **Ofrece.** El 51% de los representantes encuestados manifestaron que la atención brindada a sus clientes es buena, lo que se asemeja con los datos encontrados por **Saavedra (2019)**, en la que indica que el 83,33% de los encuestados manifestaron que si brindan una buena atención a sus clientes, lo que se asemeja con los datos encontrados por **Saavedra (2018)**, donde manifiesta que de los encuestados el 47% manifestaron que la atención es buena. Es decir que las diferentes Mypes presentan una buena atención al cliente. (figura 13).
- **Preferencia.** Un 32,8% de los representantes de las Mypes del rubro servicio de taxis del distrito de Trujillo, encuestados manifestaron que los clientes los prefieren porque son responsables con su servicio, lo que se asemeja con los datos encontrados por **Vargas (2018)**, que indica que el 53% de los encuestados manifiesta que siempre o casi siempre las mypes ofrecen un buen servicio, también podemos decir que se asemeja con los datos encontrados por **Moreno (2019)**, donde describe que el 100% de los encuestados manifiesta que una atención eficiente va a generar competencia en el mercado. Lo que puedo decir que las mypes sigan ofreciendo un buen servicio para que puedan tener la preferencia por sus clientes. (figura 14).
- **Resultados.** Del 43,3% de los encuestados indicaron que los clientes quedan satisfechos con el servicio brindado, a lo que asemeja con los datos encontrados por **Saavedra (2019)**, donde indica que el 50% de los encuestados manifestaron que con una buena atención hay clientes satisfechos. Se observa que una buena atención los

clientes quedan satisfechos y de esa manera recomendaran a la empresa que brindo el servicio. (figura 15).

- **Capacitado.** Un 76,1% de los encuestados manifestaron no haberse capacitado en los últimos años, lo que coincide con los datos encontrados por **Chunga (2019)**, donde manifiesta que el 70% no se ha capacitado actualmente. Lo que queda demostrado que los representantes de las Mypes deben ser los primeros en capacitarse para así tener un plan de capacitación para sus colaboradores. (figura 16).
- **Capacitación.** Un 56,7% de los representantes de las Mypes del rubro servicio de taxis del distrito de Trujillo, encuestados manifestaron tener un plan de capacitación para con sus conductores, lo que se asemeja con los datos encontrados por **Moreno (2019)**, que un 67,5% de los encuestados si capacitan a sus conductores lo que da a entender que si cuentan con un plan de capacitación, lo que difiere con los datos encontrados por **Najar (2017)**, quien manifiesta que el 40% de las empresas está por programar las capacitaciones. A lo que puedo decir que las Mypes deben de estar en constante capacitaciones y tener un plan de trabajo, para que de esa manera estar preparados para enfrentar a la competencia. (figura 17).
- **Como Considera.** Del 46,3% de los encuestados manifestaron que la capacitación es un gasto, lo que coincide con los datos encontrados por **Chunga (2019)**, que un 55% manifestó que también es un gasto. Lo que los representantes deben de verlo desde otro punto de vista que debería ser una inversión no un gasto ya que de una u otra manera les va a ser beneficiosos a los capacitados y a la empresa. (figura 18).
- **Frecuencia.** Un 49,3% de los representantes encuestados de las Mypes del rubro servicio de taxis del distrito de Trujillo, indicaron que las capacitaciones deben ser

dictadas una vez al año, a lo que se asemeja con los datos encontrados en la tesis de **Palacios (2017)**, donde manifestaron que el 85,37% de los encuestados las capacitaciones deben ser dictadas una vez al año y con los datos encontrados en la tesis de **Manrique (2016)**, donde nos dice que del 64,3% de los encuestados que las capacitaciones se deben dictar anualmente. Lo que puedo decir que las capacitaciones se deben dictar cada 6 meses, para así tener capacitado a sus colaboradores y brindar un buen servicio. (figura 19).

- **Transmite Confianza.** Un 55,2% de los encuestados manifestaron que la empresa siempre transmite confianza y seguridad en el servicio brindado, lo que se asemeja con lo mencionado por **Montaño (2015)**, donde manifiestan que el 16% toman el servicio de taxi por seguridad, lo que difiere con los resultados encontrados en la tesis de **Vargas (2018)**, donde nos manifiesta que de los encuestados el 25% manifestó que algunas veces brinda la seguridad y confianza la empresa. Puedo manifestar que se debe hacer mayores charlas para de esa manera poder lograr a llegar a las expectativas que desean los clientes. (figura 20).

VI.- CONCLUSIONES

6.1.- ASPECTO COMPLEMENTARIO

En síntesis, general en la investigación se determinó que las Mypes juegan un papel muy importante en nuestro país, ya que es la mayor fuerza que genera empleo a los grandes sectores de la población y de esta manera combate a la pobreza, lo que cabe recalcar que las Mypes a pesar de que cuentan con dimensiones reducidas, aportan al crecimiento de la economía nacional.

Se puede decir que con respecto a la gestión en la atención al cliente que los representantes legales de las Mypes del rubro servicio de taxi tienen el conocimiento adecuado de gestión y atención al cliente, lo que da a entender que conocen lo suficiente para lograr alcanzar sus metas y objetivos trazados para con su representada.

Con respecto al Objetivos Específicos 1: Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, en el sector transporte urbano de pasajeros, rubro servicio de taxis, en el Distrito de Trujillo, 2017.

Los representantes de las Mypes son personas con gran experiencia en el rubro transporte de taxi, la mayoría son hombres y cuentan con estudios universitarios, y que se encuentran con capacidad para poder solucionar algún problema en su representada, por los estudios que tienen.

- **Con respecto al Objetivos Específicos 2:** Determinar las principales características de la gestión en las micro y pequeñas empresas, en el sector transporte urbano de pasajeros, rubro servicio de taxis, en el Distrito de Trujillo, 2017.

Los representantes de las empresas de taxis manifestaron que una buena gestión siempre va a mejorar una buena rentabilidad para su representada y que cuentan con la innovación tecnológica, para estar a la altura de las grandes empresas del rubro indicado.

- **Con respecto al Objetivos Específicos 3:** Determinar las principales características de la atención de calidad en las micros y pequeñas empresas, en el sector transporte urbano de pasajero, rubro servicio de taxi, en el Distrito de Trujillo 2017.

Los representantes de las Mypes si tiene conocimiento de atención al cliente.

Para ofrecer un buen servicio al cliente, se les debe de capacitar a los representantes y conductores, y de esta manera van a brindar a los clientes un buen servicio con la seguridad y confianza.

Para contar con buenos conductores las Mypes deben de realizarles evaluaciones, antes de ingresar a laborar, para que los clientes los prefieren a su empresa de taxi, y que cuenten con un plan de capacitación.

6.2.- RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda a los representantes de las Mypes de rubro taxi, estar en constante capacitación con sus conductores, y que logren tener el conocimiento adecuado sobre atención al cliente y gestión que les permitan crecer en lo personal.
- ✓ Se recomienda que las empresas cuenten con un plan de capacitación para los conductores, y que tengan una duración de 20 a 30 minutos como máximo, y que asistan en grupo de 25 conductores, y si fuera posible cada 6 meses y establecerse como prioridad, y poder medir el desempeño, a lo que puedo decir que se tendrán unos resultados fructíferos en la planificación y educación y que no solo se quede en el papel y así tenerlos en constantes crecimiento y puedan verse reflejados en el desempeño laboral y la captación y fidelización de nuevos clientes.
- ✓ Culminado la capacitación se les debe hacer entrega de un certificado del curso dictado, de esa manera habrá más interés en los conductores.
- ✓ Las capacitaciones deben ser dictadas por entes competentes en el rubro de taxi, ya sea por M. T. C., por la Sub Gerencia de la M. P. T, u otra institución que tenga injerencia en el rubro.
- ✓ Que los representantes legales de las diferentes empresas de Taxis, coordinen con MINCETUR, para realizar capacitaciones y/o charlas informativas relacionadas al turismo en la Región La Libertad, ya que de esta manera va a generar un ingreso adicional para los conductores.
- ✓ Los representantes legales deben coordinar con las Instituciones que enseñan o dictan cursos de fisioterapia, para que de esta manera puedan realizar masajes sobre el estrés, para los conductores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aldana, L. Álvarez, M. & Bernal, C. (2011). *Administración por Calidad*. Colombia: Universidad de la Sabana.
- Antúnez, L. (2017). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016*. file:///C:/Users/user/Downloads/Uldech_Biblioteca_virtual%20(3).pdf
- Balagué, Nuria, and Jarmo Saarti. *Gestión de la calidad en la biblioteca*, Editorial UOC, 2014. ProQuest Ebook Central.
- Batet, Jiménez, M. *Gestión administrativa*, Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions, 2011. ProQuest Ebook Central,
- Baldwin, Carlos. *Gestión empresarial*, Firms Press, 2001. ProQuest Ebook Central,
- Blanco, G. C., Lobato, G. F., & Lobato, V. F. (2013). *Comunicación y atención al cliente*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Brown, A. (1992). *Gestión de la Atención al Cliente*. España: Ediciones Díaz de Santos.
- Cassadesus, M. (2005). *Calidad Práctica*. Madrid: Pearson Education.
- Camacho, C. J. C. (2008). *Marketing de servicios*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Campos, C. (2015). *Gestión de calidad y competitividad de las Mype rubro restaurantes cevicherías del asentamiento humano la primavera castilla, 2015*. file:///C:/Users/user/Downloads/Uldech_Biblioteca_virtual%20(1).pdf

- Cenobio, Méndez García, José Claudio, et al (2006). *Gestión de la calidad en procesos de servicios y productivos*, Instituto Politécnico Nacional. ProQuest Ebook Central.
- Cortés, J. (2017). *Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001:2015)*, Editorial ICB, 2017. ProQuest Ebook Central,
- Darder, P. (2009). Métodos para medir la satisfacción del cliente, AENOR - Asociación Española de Normalización y Certificación. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=3196327>.
- Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ)
- Díaz, M. (2014). *Manual. Atención Básica al Cliente. Certificados de Profesionalidad. Actividad Auxiliar de Comercio*. Madrid: Editorial CEP, S.R.L.
- Díaz, Navarro, Darío Enrique (2007). *Propuesta de un sistema de gestión de calidad bajo la norma Iso 9001:2000 para ventanilla única*, D - Universidad de Chile.
- Editorial ICB, 2014. Atención al cliente (3a. ed.), ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=5757758>.
- Espinoza, M. (2007). *Diseño e Implementación de un SGC Orientado a Empresas de Desarrollo de Sistemas según Norma ISO 9001*. Lima: UNMSM.
- Ferrero, C. Stumpo, G. (2010). *Política de Apoyo a las PYMES en América Latina: Entre Avances Innovadores y Desafíos Institucionales*. Santiago de Chile: CL:B-Cepal.
- Fontalvo, T. (2007). *La Calidad en los Servicios ISO 9000:2000. Corporación para la Gestión del Conocimiento ASD 2000, 2007*. Bogota.

- Fontalvo, T. (2004). *Herramientas efectivas para el diseño e implantación de un sistema de gestión de la calidad ISO 9000:2000*, Corporación para la gestión del conocimiento ASD 2000, 2004. ProQuest Ebook Central, Gallardo, D. *Tecnologías de Gestión*. Editorial Maipue. Buenos Aires. Argentina.
- García, C. M. J. (2011). *Gestión de la atención al cliente/consumidor* (uf0036). Malaga. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Gallego, T. (2013). *Gestión Integral*. Editorial: Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions.
- Guevara, K & Torres, E. (2016). *Calidad de sueño y somnolencia diurna en conductores de taxi de una empresa privada en lima metropolitana Santiago de surco, 2016*. <http://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/upch/647/Calidad+de+sue%C3%B1o+y+somnolencia+diurna+en+conductores+de+taxi+de+una+empresa+privada+en+Lima+Metropolitana+-+Santiago+de+Surco,+2016.pdf?sequence=1>
- Hernández, R. Fernández, C & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación 6ta Edición*. México: mcgraw-hill / interamericana editores, s.a. de c.v. Ibáñez, m. (2012). <http://bdigital.unal.edu.co/8596/1/300457.2012.pdf>
- Isla, F. (2018). *Análisis de la comunicación interna de la empresa dismarcinco s. r. l. sucursal Bagua Grande*. file:///C:/Users/user/Downloads/TL_IslaPazFrank.pdf
- López, L; Pérez, H & Pérez, J. (2012). *Comunicación y Atención al Cliente: Grado Superior*. España : McGraw-Hill.
- Mateos, M. (2012). *Atención Básica al Cliente (MF1329_1)*. Andalucía - España: EDITORIAL. IC Editorial.

- Manrique, L. (2016). *Caracterización de la capacitación y competitividad en las Mype comerciales rubro abarrotes del mercado zonal santa rosa – Piura al 2016*. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1049/capacitacion_competitividad_manrique_valencia_leandro.pdf?sequence=4
- Montaño, N. (2015). *Planificación estratégica para la “cooperativa de taxis la universitaria i” de la ciudad de Loja período 2015-2020*. file:///C:/Users/user/Downloads/TESIS-FINAL.pdf
- Moreno, A. (2019). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro otras actividades de transporte por vía terrestre (interprovincial), del distrito de Huaraz, 2018*. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11782/gestion_de_calidad_atencion_al_cliente_moreno_huerta_analy.pdf?sequence=1&isallowed=y
- Mungaray, A. Ramírez, M. (2004). *Lecciones de Microeconomía para Microempresas*. México, D.F.: MX: Editorial Miguel Ángel Porrúa.
- Nardulli, J & Gullo J. (2015). *Gestion Organizacional 1era ed. Ituzaiingo*: Impreso en Editorial Maipue. Buenos Aires – Argentina.
- Najar, G. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes sector servicios, centros médicos particulares, distrito de Iquitos, año 2017*. file:///C:/Users/user/ Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(4).pdf Ordenanza municipal 014-2018. MPT.
- Palacios, M (2017). *Propuesta de un modelo de gestión administrativa para la compañía de taxis ejecutivos riveras del alcázar Rival s.a. del cantón Loja, en el periodo 2016*.

<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/18910/1/Madeleine%20Yasmina%20Palacios%20Cueva.pdf>

Paris, L. (2011). *Estrés laboral, satisfacción en el trabajo y bienestar psicológico en trabajadores de una industria cerealera*. <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC111836.pdf>

Pola, A. (1988). *Gestión de la Calidad*. Barcelona: Marcombo Boixareu Editores.

Saavedra, T (2018). “*Caracterización de la capacitación y la gestión de calidad de las mypes del sector industria, rubro panaderías del distrito de Chimbote, 2014*”.
file:///C:/Users/user/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual.pdf

Subrahmanya, B. M. (2009). *Nature and strategy of product innovations in SMEs: A case study-based comparative perspective of Japan and India*. *Innovation:managment,policy& practice*, XI (1), 104-113.

Regalado, R. (2007). *Las MIPYMES en Latinoamérica*. Madrid, ES : B - EUMED.

Rengifo, J. (2011), “*Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro artesanía shipibo-conibo del distrito de Callería -Provincia de Coronel Portillo, periodo 2009- 2010*”. Perú. Obtenido desde: <http://erp.uladech.edu.pe/archivos/03/03012/documentos/repositorio/2012/01/03/000180/00018020130821114955.pdf>.

Rincón, J. (2017). *Percepción de la comunicación interna en los trabajadores de la Asociación Cultural Brisas de Titicaca, Lima 2017*. http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/15570/Rinc%C3%B3n_EJI.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Ruíz, C. (2009). *Nivel de satisfacción laboral en empresas públicas y privadas de la ciudad de Chillán*. <http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/775/1/Ruiz%20Segura%20C%20Carol%20Marlenne.pdf>
- Sánchez, B. Las Mypes en Perú. Su Importancia y Propuesta Tributaria. [file:///C:/Users/user/Downloads/5433-Texto%20del%20art%C3%ADculo-18749-1-10-20140316%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/5433-Texto%20del%20art%C3%ADculo-18749-1-10-20140316%20(2).pdf)
- Sevilla Siglo XXI, S. e. (2009). *Cuaderno para Emprendedores y Empresarios: Recursos para Emprender*. . Córdoba, AR: El Cid Editor.
- Soledispa, J (2015). *La calidad de servicio de transporte de taxis urbanos en la satisfacción del usuario en la ciudad de jipijapa*. <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/610/1/UNESUM-ECU-ECOT-2015-02.pdf>
- Tarodo, P. C. (2014). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- Vargas, Y. (2018). *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*. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3864/gestion_cliente_vargas_alva_ylder_heli.pdf?sequence=1&isallowed=y

Linkografía

- [http://www3.ulima.edu.pe/webulima.nsf/default/f598031d89943f2f05256e630017bd4c/\\$file/barometro_social_jul_2009.pdf](http://www3.ulima.edu.pe/webulima.nsf/default/f598031d89943f2f05256e630017bd4c/$file/barometro_social_jul_2009.pdf)
- <https://www.connuestroperu.com/economia/58055-peru-situacion-de-las-micro-y-pequenas-empresas>
- <https://www.monografias.com/trabajos93/mypes-peru/mypes-peru.shtml>
- <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/610>

<https://www.redalyc.org/pdf/2110/211026873005.pdf>

[http://repositorio.uancv.edu.pe/bitstream/handle/uancv/636/tesis%2002364698.pdf?sequence=3
&isallowed=y](http://repositorio.uancv.edu.pe/bitstream/handle/uancv/636/tesis%2002364698.pdf?sequence=3&isallowed=y)

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/812/capacitacion_calidad_de_servicio_ocana_jaimes_alan_duberli.pdf?sequence=1&isallowed=y

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11782/gestion_de_calidad_atencion_al_cliente_moreno_huerta_analy.pdf?sequence=1&isallowed=y

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3864/gestion_cliente_vargas_alva_ylder_heli.pdf?sequence=1&isallowed=y

http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/348/1/pintado_mirian_propuesta_servicio_cliente.pdf

http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/unitru/2934/rodriguez_handy.pdf?sequence=1&isallowed=y

<http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/610/1/unesum-ecu-ecot-2015-02.pdf>

<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/4723/1/unach-ec-fcp-ing-com-2018-0012.pdf>

<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/18910/1/Madeleine%20Yasmina%20Palacios%20Cueva.pdf>

<https://www.ceoe.es/es/contenido/actualidad/noticias/las-mipymes-generan-el-28-del-pib-en-latinoamerica-pero-carecen-aun-del-impulso-necesario>

<http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2011/mec/Importancia%20de%20las%20PyMES.htm>

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/pbi_departamental2018.pdf

<https://www.ceoe.es/es/contenido/actualidad/noticias/las-mipymes-generan-el-28-del-pib-en-latinoamerica-pero-carecen-aun-del-impulso-necesario>

<https://larepublica.pe/economia/880684-mypes-generan-un-mayor-empleo-en-america-latina/>

<https://www.20minutos.es/noticia/3382959/0/pymes-microempresas-onu-economia-empleo/>

<https://gestion.pe/blog/el-arte-de-emprender-y-fallar/2019/01/el-futuro-de-las-mypes.html/>

?ref=gesr

file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-LasPymeEnAmericaLatinaJaponLaUnionEuropea

EstadosUn-6403408.pdf

[https://andina.pe/agencia/noticia-produce-micro-y-pequenas-empresas-aportan-24-al-pbi-](https://andina.pe/agencia/noticia-produce-micro-y-pequenas-empresas-aportan-24-al-pbi-nacional-711589.aspx)

nacional-711589.aspx

[https://www.produce.gob.pe/documentos/estadisticas/anuarios/anuario-estadistico-mype-2015.](https://www.produce.gob.pe/documentos/estadisticas/anuarios/anuario-estadistico-mype-2015.pdf)

pdf

[http://www.tmt.gob.pe/descargar.php?cod=a04f76b201ea9419ff314242d8ccf12a&proy=proy&](http://www.tmt.gob.pe/descargar.php?cod=a04f76b201ea9419ff314242d8ccf12a&proy=proy&file=Pacto_por_la_movilidad.pdf)

file=Pacto_por_la_movilidad.pdf

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/15262> - Chunga

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/15502> - Saavedra

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/14678> – Celis

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10558/capacitacion_competitivida

d_zapata_carre% c3% 91o_dannitza_rubid.pdf?sequence=1&isallowed=y

ANEXOS

ANEXOS N° 01

Cronograma de Actividades

ACTIVIDADES	M E S E S									
	Nov	Diciembre				Enero				Feb
	SEMANAS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Presentación del Proyecto	X									
Trabajo de campo, en relación a ajustes estadísticos: Tabulación, análisis de resultados y conclusiones.		X								
Presentación de resultados en el informe final			X							
Presentación del informe final al Asesor				X	X					
Presentación del informe final a la comisión						X				
Presentación del informe a la Pre Banca							X			
Pre Banca								X		
Sustentación										X

ANEXO N° 02

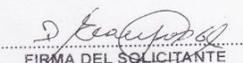
Presupuesto

CONCEPTO	VALOR
BIENES	
• Lapiceros	3.00
• Folder Manilas	3.00
SERVICIOS	
• Encuestadores (01)	30.00
• Fotocopias	15.00
• Pasajes	20.00
• Internet	25.00
• Impresiones	45.00
• Empastados	250.00
• Grabación de CDs	15.00
• Otros	100.00
TOTAL	536.00

NOTA: Los encuestadores se les pagó S/30.00, por día, lo cual encuestaron dos días, cada uno.

ANEXO N° 03

Se adjunta documentos donde demuestro de donde conseguí la información correspondiente.

	SOLICITUD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA (TEXTO ÚNICO ordenado de la Ley N°27806, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, aprobado por Decreto Supremo N°043-2003-pcm)		MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE TRUJILLO Oficina Registro y Trámite Documentario MESA DE PARTES 26 JUN. 2017 Expediente: 13321-17						
	I. FUNCIONARIO RESPONSABLE DE ENTREGAR LA INFORMACIÓN: Sr. Responsable del acceso a la información pública de la Municipalidad Provincial de Trujillo		Folios: JORGE LUIS SANCHEZ CASTILLO						
II. DATOS DEL SOLICITANTE:									
APELLIDOS Y NOMBRES / RAZÓN SOCIAL CAMPOS GARCIA DONADO PAUL			DOCUMENTO DE IDENTIDAD D.N.I. / L.M. / C.E. / OTRO 19259192						
DOMICILIO									
Av. / Calle / Jr. / Psj. Mz "F" Lt "8"			N° / Dpto. / Int.						
URBANIZACIÓN COVICORTI		DISTRITO TRUJILLO	PROVINCIA TRUJILLO						
CORREO ELECTRÓNICO donaldoraul.campos@gmail.com			TELÉFONO 949664361						
III. INFORMACIÓN SOLICITADA: Solicito saber cuantos empresarios de taxis se encuentran registrado en la Municipalidad Provincial de Trujillo, así como también cuantos vehículos se encuentran registrados formalmente y también los informales, ya que me es importante para un estudio que estoy realizando.									
IV. DEPENDENCIA DE LA CUAL SE REQUIERE LA INFORMACIÓN:									
V. FORMA DE ENTREGA DE LA INFORMACIÓN (Marcar con un X):									
COPIA SIMPLE	<input checked="" type="checkbox"/>	DISKETTE	<input type="checkbox"/>	CD	<input type="checkbox"/>	Correo Electrónico	<input type="checkbox"/>	OTRO	<input type="checkbox"/>
Para el efecto me comprometo a cubrir los costos que demande reproducir la información que solicito									
VI. DECLARACIÓN JURADA En mi condición de solicitante DECLARO BAJO JURAMENTO, que todos los datos consignados en la presente solicitud son verdaderos, asumiendo toda la responsabilidad por su veracidad y contenido.									
APELLIDOS Y NOMBRES: CAMPOS GARCIA DONADO PAUL					FECHA HORA DE RECEPCIÓN:				
FIRMA DEL SOLICITANTE 					Huella Dig.				
VII. OBSERVACIONES									



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE TRUJILLO

GERENCIA DE TRANSPORTES, TRANSITO Y SEGURIDAD VIAL

DIRECTORIO DE OPERADORES DE TRANSPORTES DE TAXIS DE LA PROVINCIA DE TRUJILLO

	EMPRESA / ASOCIACIÓN DE TRANSPORTE	Representante Legal / Presidente	Dirección	RUC
1	Empresa de Taxis Censer Comunicaciones SAC	CUEVA YARLEQUE ANA SOFIA	CAL. JUAN DE CUELLAR NRO. 1040 - URB. MIRAFLORES	20132065625
2	Empresa de Taxi Open Plaza Los Jardines SAC	GUTIERREZ GUTIERREZ LUIS ALBERTO	CALLE LUCIO SENECA N° 550 URB. RAZURI II ETAPA	20482257641
3	Empresa de Taxi Sonrisas Premium SAC	RAMOS SUSUKI JORGE ANTONIO	LOS RUBIES N° 457 - URB. SANTA INES - TRUJILLO	20482360492
4	Empresa de Taxi Mall Service SAC	BACILIO GARCIA SEGUNDO ROMAN	AV. JESUS DE NAZARETH MZ. U LT. 07 - COVICORTI - TRUJILLO	20482033611
5	Nuevo New Taxi Real Plazz SAC	DOMINGUEZ TAFUR SANTIAGO RICHARD	AMERICA OESTE MZ. R LT. 6 NATACHA ALTA	20482146652
6	Multiservicios Mall Gran Marquez Open Plaza EIRL	HERRERA DIAZ JOSE MANUEL	JOSÉ MARTI N° 2853 - LA ESPERANZA PARTE ALTA	20482227733
7	Asociación de Taxi Luis Albrecht	RABANAL PECORI ALEX MAXIMO	AV. ESPAÑA 1500-1506 3ER PISO - URB. CENTRO CIVICO - TRUJILLO	20482411402
8	EMPRESA CONSORCIO FAQUIAN S.A.C.	QUIPUZCO ANTICONA FABIOLA BERVELI	CALLE COLLASUYO N° 564 - EL PORVENIR	20482431004
9	Empresa de Taxi: Taxi Club SAC	JUANA HORTENCIA MORI GARCIA	AV. 28 DE JULIO N° 629 - HUAMÁ	20440312561
10	Empresa de Transportes Tele Taxi SAC	ORTIZ SANCHEZ TANIA ELIZABETH	MZ. D1 LT. 20 - URB. SAN ISIDRO 1 PISO	20482285695
11	Empresa de Taxi Nuevo Taxi Tour Evaristo EIRL	CASTILLO EUSTAQUIO ANGELA NATIVIDAD	MZ. 69 LT. 6 URB. LA RINCONADA	20481369666
12	Empresa de Taxi Especial América EIRL	GAMBOA CASTILLO ZACARIAS ALBERTO	CALLE UNIÓN N° 771 LA INTENDENCIA - TRUJILLO	20439324971
13	Empresa de Taxi Ets Service SRL	ZULOAGA SILVA ROCIO	AV. PERU N° 1014 URB. LA INTENDENCIA - PISO 1	20355691897
14	Asociación de Taxistas Turismo Plaza	VICTOR DANIEL LINARES LEZAMA	MZ. C LT. 16 URB. LOS ROSALES DE SAN ISIDRO	20482400206
15	Empresa de Taxi Nuevo Mundo SRL	FIGUEROA NORIEGA OSCAR ALBERTO	MZ. X LT. 4 URB. COVICORTI-TRUJILLO	20481196621
16	Empresa de Taxi Service Luis Albrecht EIRL	GUERRA ALVA CARLOS MANUEL	JR. FAUSTINO SARMIENTO N°538 - URB. LAS QUINTANAS	20482321161
17	Empresa de Taxi Tico Taxi SAC	LANDAZURI CHAVEZ ALFONSO ENRIQUE	AV. LARCO N°1213 URB. LA MERCED - TRUJILLO	20482302964
18	Empresa de Taxi Ejecutivos del Golf SAC	NOVOA AZAÑERO ALICIA ADELAIDA	CALLE GARCILAZO DE LA VEGA N° 371 INT.1 - VISTA ALEGRE - VICTOR LARCO	20481365831
19	Empresa de Taxi Tours Aquarelas EIRL	CESY REINE PEREZ ROSADO	ALEXANDER FLEMING N° 348 URB. DANIEL HOYLE	20482217851
20	Empresa de Taxis Multiservis Casa Blanca EIRL	ZAVALETA HARO DIANITT GENEVEVA	AV. RICARDO PALMA N° 1094 INT. B - TRUJILLO	20481364435
21	Empresa de Taxi Servicios Ejecutivos Cadillac EIRL	VASQUEZ RODRIGUEZ BERTHA	JR. JOSE SANTOS CHOCANO N° 534 - URB. PALERMO	20482308903
22	Asociación de Taxis Óvalo La Marina	JOSE ORLANDO SILVA AZABACHE	AV. PROL. C. VALLEJO N°1561 URB. RAZURI	20482464867
23	Empresa de Taxis Inversiones y Turismo El Americano EIRL	NUÑEZ RODRIGUEZ GUILLERMO DELFIN	MZ B LOTE 5 - URB. SEMI RUSTICA SANTO TOMAS - HUANCHACO	20481354804
24	Empresa de Servicio La Libertad E.I.R.L.	ISABEL LEONILA GODOY VEGA	PROLONGACION SANTA N° 1557 - URB. PAY PAY-TRUJILLO	20482004602
25	Empresa de Transportes New Eiti Taxi SRL	VILLANUEVA QUISPE JORGE OSWALDO	AV. MIRAFLORES N° 535,537,539 - URB. EL MOLINO - TRUJILLO	20481612196
26	Empresa de Taxi: Taxi Turismo SRL	AVALOS GARCIA ADOLFO FLORENTINO	MZ. F LT.3 URB. SANTA SOFIA - TRUJILLO	20132352012
27	Servicio Múltiples Nuevo Sonrisas EIRL	AMAYA CABRERA ROSA MARCELA	AV. LA MARINA N° 189 - URB. SANTA MARIA	20481386595
28	Empresa de Taxi Royal Car SRL	BECERRA QUEIPO ERNESTO	PROLG. UNION N° 2075 - URB. CHIMU-TRUJILLO	20398018096
29	Empresa de Transportes y Servicios Generales Turismo Moche SRL	CARLOS ROMERO LUIS ALBERTO	CALLE MIGUEL GRAU N° 410 - MOCHE	20482377034
30	Empresa de Taxi Tour California EIRL	COTRINA ALVA MANUEL ALEJANDRO	AA.HH. PUEBLO DEL SOL MZ. 06 LT. 03 - LA ESPERANZA	20482342087
31	Empresa de Taxi Tour San Antonio SAC	FRANCO JOEL VALQUI CASTILLO	CALLE LOS LIBERTADORES # 261 EL CORTIJO - TRUJILLO	20482306951
32	Empresa de Taxi Inversiones Centauro SAC	LONGA LEON ROGER JAVIER	AV. AMERICA OESTE N° 330 - URB. LOS CEDROS	20481173095
33	Empresa de Taxi Alo Taxi Trujillo SAC	LEON ROMERO NERY LUZ	JR. JUNIN N° 288 - LA ESPERANZA - TRUJILLO	20482360221
34	Empresa de Taxi Turismo Trujillo SAC	VELASQUEZ MAMANI ANDREA AVELINA	JR. JOSÉ CARLOS MARÍA DE ALBEAR 1639 Y 1645 - LA ESPERANZA	20481836892
35	Multiservis Kunturwasssi EIRL	VILCHEZ LAVADO MARIA ELENA	JR. JOSE MARTI N° 911 - LA ESPERANZA	20481401063
36	Empresa de Transporte y Taxi El Paraiso EIRL	JULCA ARTEAGA LUCRESIA LUCILA	CALLE 25 DE DICIEMBRE N° 1454 - FLORENCIA DE MORA	20482416625
37	Asociación de Taxi UCV	SILVA ARAMBULO VICTOR MANUEL	CALLE LA PAZ N° 170 - URB. SANCHEZ CARRION - TRUJILLO	20482411151
38	Multiservicios Security SAC	VIOLETA DEL PILAR GRAUS ROSALES	AV. PABLO CASALS MZ. B LT.16 - URB. LOS CEDROS - TRUJILLO	20482320270
39	Empresa de Transportistas Independientes SRL	VILLANUEVA ORTIZ JOSE MIGUEL	JR. ESTETE N°333 CERC. TRUJILLO	20481627975
40	Empresa de Transporte Público y de Servicio Libertad City SRL	DE LA CRUZ ROSAS VICTOR ROBERTT	MZ. M LT. 4 - URB. LIBERTAD	20482601368
41	Empresa de Taxi Las Américas Mundo Taxi	JORGE ANTONIO DOMINGUEZ SOSA	JR. LEONARDO DA VINCI 683 - 2DO PISO URB. SANTO DOMINGUITO	20439489112
42	Empresa de Taxi ETADC A-1-Elegant Socios del Futuro SAC	ZAVALETA ACOSTA EDUARDO FAUSTO	CALLE PUERTO RICO # 381 URB. MONSERRATE - TRUJILLO	20482427317
43	Empresa de Taxi Tour Perú Express EIRL	AVILA GONZALES ROOSVELT ALEXANDER	AV. 28 DE JULIO N° 655 HUAMAN - VICTOR LARCO	20440303901
44	Asociación de Taxi Aventura Service	MOISES ELIAS CORCUERA UCEDA	PEDRO MUÑIZ N° 958 URB. SANTA ISABEL - PISO 1	20482404961
45	Empresa de Transportes Clase A SAC	QUISPE VASQUEZ PANFILO JULIO	MZ. 32 LT. 44 AA.HH. NUEVO PORVENIR - EL PORVENIR	20482364561

46	Empresa de Transportes Service Estrella SRL	CABRERA VERGARA VICTOR RAUL	PJ. LAS POMAS MZ.69 LT.22 URB. LA RINCONADA	20482535471
47	Empresa de Transportes y Servicios City Tours SAC	MIRANDA CORDOVA ALMAQUIO SILBERIO	AV. FEDERICO VILLAREAL N° 2042 - TRUJILLO	20482410856
48	Empresa de Taxi Service Hospital Regional SAC	RIVAS VARAS MARCELINO	JR. RIVADAVIA # 373 - LA ESPERANZA - TRUJILLO	20482792104
49	Empresa de Taxi Inversiones y Negocio Virgen del Carmen SAC	JOSE WILSON ZELADA CASTRO	AV. TUPAC AMARU MZ. B LT. 29 URB. ALTO MOCHICA - TRUJILLO	20482358757
50	Empresa de Transportes Felices Siempre Amigos SRL	PEREDA OLIVARES PABLO ROLANDO	CALLE REPUBLICA DE PANAMA N° 398 URB. TORRES ARAUJO - TRUJILLO	20482405771
51	Asociación de Taxistas Santa Cruz	ALTAMIRANO RUIZ VICENTE ANASTACIO	MZ K LT 13 URB. LOS PORTALES - TRUJILLO	20482390308
52	Empresa de Taxi Tours Thalia EIRL	VILLENA FLORES CARLA PAOLA	CALLE URUBAMBA # 214 - LA INTENDENCIA - TRUJILLO	20481377332
53	Taxi Tour Nuevo Nazareno SAC	PALERMO OSMAN ZAVALA LOYOLA	CALLE ZARUMILLA N° 119 - URB. ANDRES RAZURI	20482278729
54	Empresa de Taxi Service Virgen de la Puerta S.R.L.	SAMANA RAMOS JOSÉ BENITO	CALLE CIRO ALEGRÍA # 871 - URB. LAS QUINTANAS	20482271805
55	Taxi servis Exclusivo s.a.	AYLAS DIAZ JHON CESAR	AV. JUAN PABLO II MZ 39 LT 23 MIRAMAR - MOCHE	20482450726
56	Empresa de Transportes Internacional EIRL	KELLY SHIRLY VEGA GODOY	AV. PERÚ N° 1404 - URB. DANIEL HOYLE - TRUJILLO	20482260439
57	Empresa Tours Trujillo SAC	VALENTIN GERONIMO PAREDES SALAS	CALLE LOS JASPES MZ B LT. 24-27 - URB. EL HUERTO-LA RINCONADA	20440477055
58	Empresa de Transporte Turismo Aeropuerto SA	MANENCIO ELOY FERNANDEZ VILLACORTA	AV. AVIACIÓN S/N OFICINA #06 - TRUJILLO - HUANCHACO	20481828792
59	Taxi Service Angeles del Golf SAC	RODRIGUEZ AGUIRRE JAMES JOVANY	MZ B LT.23 URB.20 DE ABRIL - TRUJILLO	20481863784
60	Empresa de Taxi San Juan 3:16 SAC	ORSON DARWIN GARCIA CAMACHO	CALLE TUMBES N° 232 - URB. ARANJUEZ - TRUJILLO	20482585061
61	Asociación de Taxis Express América	JIOVANI CRUZ ASMAT	CALLE LEONCIO PRADO N° 726 - MOCHE	20482550194
62	Empresa de Taxi Tour Bendiciones EIRL	AGUILAR AREDO WILMER RENE	CALLE JOSE CARLOS MAREATEGUI I-23, HUAMAN-TUPAC AMARU, DISTRITO DE VICTOR LARCO HERRERA	20481969345
63	Nuevo Taxi Service Alegría SAC	DEYSI MARISEL BLAS PECHE	AV. JESUS DE NAZARETH N°108 -ALTO MOCHICA II	20482341862
64	Empresa Inversión Primavera SRL	MALPARTIDA HERRERA DIANA LESLIE	PASAJE INAMBARI N°291 - URB. MIRAFLORES	20482423834
65	Asociación de Taxis Tours Línea	SALVATIERRA SALINAS ARMANDO	JR. JOHN F. KENNEDY N° 495 URB. LA PERLA - TRUJILLO	20482433554
66	Asociación de Taxistas Emergencia Hospital Lazarte	CARRANZA ESCALANTE REGIS FREDDY	CALLE LOS DIAMANTES MZ.12 LT.20 URB. LA RINCONADA	20482529152
67	Grupo New Sudamerica S.R.L.	ARASELI FIDELINA DIONICIO ALVA	CALLE FRANCISCO DE PAULA QUIROZ 171-A - EL PORVENIR	20481360367
68	Empresa de Taxi Agape Clave 4 SAC	SAGASTEGUI BACA CINTIA LUZ	AV. CÉSAR VALLEJO N° 1602 - URB. RÁZURI	20482482091
69	Multiservis Amigos por Siempre Santos SAC	BASILIO CIUDAD JUAN MOISES	MZ. C LT. 28 URB. LIBERTAD - TRUJILLO	20482523626
70	Empresa de Taxi Jhonatan y Jordan EIRL	CAPA LOPEZ SONIA DEL ROCIO	CA. MIGUEL ANGEL N°403 - URB. SANTO. DOMINGUITO	20482389555
71	Empresa de Taxis Libero SRL	CASTRO CASTILLO NATALI BENIGNA	CALLE ORO MZ. G LT. 5 URB. SAN ISIDRO-TRUJILLO-I ETAPA	20482550437
72	Empresa de Transportes Las Quintanas SAC	MALPICA VASQUEZ LUIS ALBERTO	JR. MAURICIO SIMOMS N° 506 URB. LAS QUINTANAS - TRUJILLO	20482557521
73	Asociación de Taxis Emtrafesa	ADOLFO ELIAS GONZALES RAMOS	AV. COSTA RICA MZ F2 BLOCK 02 DPTO.401 URB. MONSERRATE V ETAPA	20482596003
74	Empresa de Transportes y Servicios Múltiples Inkawork SAC	AUDY RENE YUPANQUI CHARCAPE	JR. MANUEL CEDEÑO N°454-BELLA VISTA - LA ESPERANZA	20482487051
75	Nuevos Amigos Transportista Mall Aventura Plaza SA	GUEVARA MENDEZ GREGORIO APARICIO	AV. LARCO 710 - VISTA ALEGRE - VICTOR LARCO HERRERA	20482252410
76	Taxi Especial Santa Clara Premium SAC	MILAGROS PAMELA CAMPOS COTRINA	BALTAZAR GAVILAN MZ LL LOTE 1 - URB. SANTO DOMINGUITO	20482327797
77	Servicios Empresariales El Golf de Trujillo SAC	LILY FABIOLA DURAN CASTRO	MZ. J LT. 18 URB. LIBERACION SOCIAL - VICTOR LARCO HERRERA	20481383146
78	Empresa de Comercialización, Transporte y Servicio Lenin S.R.L.	BLAS REYES LEONCIO	CAL. RAMON CASTILLA N°289-EL PORVENIR	20440297740
79	Empresa de Transporte Guiame Señor de la Misericordia SRL	SANTOS HERMOGENES HUANGAL CRUZADO	URB. MANUEL AREVALO III ETAPA MZ. A-79 LT 1A	20482322647
80	Taxi Tours Nuevo Sol del Golf EIRL	GAMBOA CHAVEZ JESUS MAGALY	AV. TUPAC AMARU N° 1700 - A - ALTO MOCHICA	20482245472
81	Empresa de Transporte, Turismo, Taxi y Servicio El Empresario S.A.C.	VILCHEZ CASAMAYOR JUAN CARLOS	CALLE 8 DE SETIEMBRE N° 463- FLORENCIA DE MORA	20482342320
82	Empresa de Taxi Tour Los Jardines EIRL	AMAYA FERNANDEZ LUIS ALBERTO	MERCEDES DE CARBONERA 1268 - URB. LOS JARDINES	20481731446
83	Empresa de Taxi El Countri S.A.C.	MARCO ANTONIO MARQUINA CERNA	CALLE CIRO ALEGRIA N°140 - VICTOR LARCO	20481605149
84	Empresa de Taxi Trujillo Service EIRL	CUYUCHI CUEVA SANTOS ANTONIO	JIRÓN ESPAÑA N°399 BUENOS AIRES CENTRO -VICTOR LARCO HERRERA / RECEPCION DE DOCUMENTOS EN JR. CHIRIBOGA (costado del portón)	20482227652
85	Empresa de Taxi Resomag Service SAC	JOHN ROBERT REYES VEGA	CALLE PAZ SOLDÁN N° 126 URB. LOS JARDINES - TRUJILLO	20482389636
86	Empresa de Taxi Radio Taxi On line SAC	GAMBOA MENGOLE CARLOS CESAR	AV.28 DE JULIO N°645 SECTOR HUAMAN- VICTOR LARCO	20482499148
87	Asociación de Taxistas Víctor Lazarte Echegaray	NOE FUSTAMANTE BUSTAMANTE	JR. OSWALDO HERCELLES N°407 - URB. LOS GRANADOS	20482565469
88	Empresa Tours Chan Chan EIRL	MENDOZA RODRIGUEZ JOSE ALFONSO	JR. JOSE DE LA RIVA AGUERO N° 1077 - EL PORVENIR	20482356207
89	EMPRESA TAXI DIGITAL TRUJILLO S.A.	SANTILLAN MILLA ADALBERTO GERARDO	AV. AMERICA NORTE N° 1256 INT. 556 2° PISO - TRUJILLO	20560185228
90	Asociación de Taxis "TURISMO SETIT"	QUIPUZCO ANTICONA FABIOLA BERVELI	CALLE COLLASUYO N° 579 - EL PORVENIR - TRUJILLO	20560197315
91	Asociación de Taxis ASETIT N° 4 JUAN PABLO II	MALLQUI ALAYO PEDRO	JR. GAMARRA N° 306 OFICINA 403 - TRUJILLO	-
92	Asociación de Taxistas SETIT N° 2 CHACARERO	BENITES NARCIZO HERNAN	CALLE GABRIEL AGUILAR N° 1230 - EL PORVENIR - TRUJILLO	-



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE TRUJILLO
GERENCIA DE TRANSPORTE, TRANSITO Y SEGURIDAD VIAL
SUB GERENCIA DE TRANSPORTE

CANTIDAD DE UNIDADES VEHICULARES REGISTRADOS EN LA MODALIDAD DE TAXI METROPOLITANO

#	Operador de Transporte	Flota Operativa
1	AGAPE CLAVE 4 S.A.C	5
2	ALO TAXI TRUJILLO S.A.C.	5
3	ASOC. DE TAXISTAS EMERGENCIA HOSPITAL LAZARTE	20
4	ASOC. DE TAXISTAS VICTOR LAZARTE ECHEGARAY	4
5	ASOCIACIÓN DE TAXIS AVENTURA SERVICE	41
6	ASOCIACION DE TAXIS EMTRAFESA	24
7	ASOCIACION DE TAXIS EXPRES AMERICA	6
8	ASOCIACION DE TAXIS UCV	6
9	ASOCIACION DE TAXISTAS LUIS ALBRECHT	25
10	ASOCIACION DE TAXISTAS OVALO LA MARINA	3
11	ASOCIACION DE TAXISTAS SANTA CRUZ	5
12	ASOCIACION DE TAXISTAS TURISMO PLAZA	5
13	ASOCIACION TAXIS TOURS LINEA	15
14	CENSER COMUNICACIONES S.A.C	5
15	E.T. PUBLICO, TURISTICO Y DE SERVICIOS LIBERTAD CITY S.R.L	16
16	E.T. TURISMO, TAXI Y SERV. EL EMPRESARIO S.A.C	26
17	EJECUTIVOS DEL GOLF S.A.C.	43
18	EL COUNTRI S.A.C	273
19	EMP. DE COMERCIO TRANSP. Y SERVICIO LENIN S.R.L	6
20	EMP. DE TRANSP. TAXI EL PARAISO E.I.R.L	9
21	EMP. DE TRANSP. Y SERV. GEN. TURISMO MOCHE S.R.L.	2
22	EMP. TRANSP. GUIAME SR. DE LA MISERICORDIA S.R.L.	7
23	EMPR. DE TRANS. Y SERV. MULT. INKA WORK S.A.C.	19
24	EMPRESA CONSORCIO FAQUIAN S.A.C.	7
25	EMPRESA DE SERVICIOS LA LIBERTAD E.I.R.L.	116
26	EMPRESA DE TAXI SERVIS HOSPITAL REGIONAL S.A.C	13
27	EMPRESA DE TAXI TOURS THALIA E.I.R.L.	84
28	EMPRESA DE TAXIS LIBERO S.R.L.	16
29	EMPRESA DE TAXIS OPEN PLAZA LOS JARDINES S.A.C.	15
30	EMPRESA DE TRANS. CLASE A S.A.C.	19
31	EMPRESA DE TRANS. FELICES SIEMPRE AMIGOS SRL	3
32	EMPRESA DE TRANSPORTES ETIS SERVICE S.R.L	15
33	EMPRESA DE TRANSPORTES LAS QUINTANAS S.A.C.	12
34	EMPRESA DE TRANSPORTES TAXI SERVICE ESTRELLA S.R.L.	17
35	EMPRESA DE TRANSPORTES Y SERVICIOS CITY TOURS S.A.C.	16
36	EMPRESA DE TRANSPORTISTAS INDEPENDIENTES S.R.L	45
37	EMPRESA INVERSION PRIMAVERA S.R.L	32
38	EMPRESA ROYAL CAR S.R.L.	59
39	EMPRESA TAXI SERVIS EXCLUSIVO S.A.	28
40	EMPRESA TAXI TOURS SAN ANTONIO S.A.C.	8
41	EMPRESA TOURS TRUJILLO S.A.C.	43
42	ETADC A-1 ELEGANT SOCIOS DEL FUTURO S.A.C	5
43	GRUPO NEW SUDAMERICA S.R.L	18
44	INVERSIONES CENTAURO S.A.C.	13
45	INVERSIONES Y TURISMO EL AMERICANO E.I.R.L.	25
46	JHONATAN & JORDAN E.I.R.L.	16
47	LAS AMERICAS MUNDO TAXI E.I.R.L.	66
48	MULTISERVICIOS MALL GRAN MARQUEZ OPEN PLAZA E.I.R.L.	96
49	MULTISERVICIOS SECURITY S.A.C.	14
50	MULTISERVIS AMIGOS X 100PRE SANTOS S.A.C.	12
51	MULTISERVIS CASA BLANCA E.I.R.L.	65
52	NUEVO TAXI SERVICE ALEGRIA S.A.C.	5
53	NUEVO TAXI TOURS EVARISTO E.I.R.L.	54
54	NUEVOS AMIGOS TRAN.MALL AVENTURA PLAZA SA	18
55	RADIO TAXI ON LINE S.A.C.	14
56	RESOMAG SERVIS S.A.	33
57	SERVICIOS EJECUTIVOS CADILAC E.I.R.L.	42
58	SERVICIOS EMPRESARIALES EL GOLF DE TRUJILLO S.A.C.	36
59	SERVICIOS MULTIPLES NUEVO SONRISAS E.I.R.L.	23
60	TAXI CLUB S.A.C.	5
61	TAXI ESPECIAL AMERICA E.I.R.L.	10
62	TAXI MULTISERVIS KUNTUR WASSI E.I.R.L.	18
63	TAXI NUEVO MUNDO S.R.L.	28
64	TAXI SAN JUAN 3:16 S.A.C	1
65	TAXI SERVICE ANGELES DEL GOLF S.A.C.	10
66	TAXI SERVICE LUIS ALBRECHT E.I.R.L	13
67	TAXI SERVIS VIRGEN DE LA PUERTA S.R.L.	42
68	TAXI SONRISAS PREMIUN S.A.C.	20
69	TAXI TOURS AQUARELAS E.I.R.L.	24

70	TAXI TOURS BENDICIONES E.I.R.L.	25
71	TAXI TOURS CALIFORNIA E.I.R.L.	9
72	TAXI TOURS CHAN CHAN NUEVA GENERACIÓN E.I.R.L.	9
73	TAXI TOURS LOS JARDINES E.I.R.L.	9
74	TAXI TOURS NUEVO NAZARENO S.A.C.	33
75	TAXI TOURS NUEVO SOL DEL GOLF E.I.R.L	36
76	TAXI TURISMO S.R.L.	14
77	TAXI TURISMO TRUJILLO S.A.C.	40
78	TICO TAXI S.A.C.	73
79	TOUR PERU EXPRESS E.I.R.L.	7
80	TRANSPORTE INTERNACIONAL E.I.R.L	51
	TOTAL DE VEHICULOS METROPOLITANOS	2150



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE TRUJILLO
GERENCIA DE TRANSPORTE, TRANSITO Y SEGURIDAD VIAL
SUB GERENCIA DE TRANSPORTE

CANTIDAD DE UNIDADES VEHICULARES REGISTRADOS EN LA MODALIDAD DE TAXI ESPECIAL

#	Operador de Transporte	Flota Operativa
1	AGAPE CLAVE 4 S.A.C.	88
2	ALO TAXI TRUJILLO S.A.C.	43
3	ASOC. DE TAXISTAS EMERGENCIA HOSPITAL LAZARTE	15
4	ASOCIACIÓN DE TAXIS AVENTURA SERVICE	87
5	ASOCIACION DE TAXIS EMTRAFESA	21
6	ASOCIACION DE TAXISTAS LUIS ALBRECHT	16
7	ASOCIACION DE TAXISTAS TURISMO PLAZA	16
8	ASOCIACION TAXIS TOURS LINEA	6
9	CENSER COMUNICACIONES S.A.C.	263
10	EJECUTIVOS DEL GOLF S.A.C.	457
11	EL COUNTRI S.A.C	376
12	EM. TRANSPORTES TURISMO AEROPUERTO S.A.	26
13	EMP. DE COMERC. TRANSP. Y SERVICIO LENIN S.R.L.	74
14	EMP. DE TRANSP. TAXI TOURS EL PARAISO E.I.R.L.	16
15	EMP. DE TRANSP. Y SERV. GEN. TURISMO MOCHÉ S.R.L.	113
16	EMP. TRANSP. GUIAME SR. DE LA MISERICORDIA S.R.L.	96
17	EMPR. DE TRANS. Y SERV. MULT. INKA WORK S.A.C.	70
18	EMPRESA DE SERVICIOS LA LIBERTAD E.I.R.L.	612
19	EMPRESA DE TAXI CONSORCIO FAQUIAN S.A.C.	32
20	EMPRESA DE TAXI SERVIS HOSPITAL REGIONAL S.A.C.	35
21	EMPRESA DE TAXI TOURS THALIA E.I.R.L.	255
22	EMPRESA DE TAXIS LIBERO S.R.L.	22
23	EMPRESA DE TAXIS OPEN PLAZA LOS JARDINES S.A.C.	88
24	EMPRESA DE TRANS. CLASE A S.A.C.	165
25	EMPRESA DE TRANS. FELICES SIEMPRE AMIGOS S.R.L.	33
26	EMPRESA DE TRANSPORTE INTERNACIONAL E.I.R.L.	553
27	EMPRESA DE TRANSPORTES ETIS SERVICE S.R.L	79
28	EMPRESA DE TRANSPORTES LAS QUINTANAS S.A.C.	23
29	EMPRESA DE TRANSPORTES NEW TAXI S.R.L	813
30	EMPRESA DE TRANSPORTES TAXI SERVICE ESTRELLA S.R.L.	28
31	EMPRESA DE TRANSPORTES TELE TAXI SAC.	184
32	EMPRESA DE TRANSPORTES Y SERVICIOS CITY TOURS S.A.C.	19
33	EMPRESA DE TRANSPORTISTAS INDEPENDIENTES S.R.L	380
34	EMPRESA INVERSION PRIMAVERA S.R.L	74
35	EMPRESA ROYAL CAR S.R.L.	24
36	EMPRESA TAXI SERVIS EXCLUSIVO S.A	94
37	EMPRESA TAXI TOURS SAN ANTONIO S.A.C.	67
38	EMPRESA TOURS TRUJILLO S.A.C.	108
39	ET. TURISMO, TAXI Y SERV. EL EMPRESARIO S.A.C	82
40	ETADC A-1 ELEGANT SOCIOS DEL FUTURO S.A.C.	139
41	GRUPO NEW SUDAMERICA S.R.L	171
42	INVER. Y NEGOCIOS VIRGEN DEL CARMEN DE TRUJILLO TOURS S.A.C.	28
43	INVERSIONES CENTAURO S.A.C.	12
44	INVERSIONES Y TURISMO EL AMERICANO E.I.R.L.	171
45	JHONATAN & JORDAN E.I.R.L.	203
46	LAS AMERICAS MUNDO TAXI E.I.R.L	325
47	MALL SERVICE S.A.C	178
48	MULTISERVICIOS MALL GRAN MARQUEZ OPEN PLAZA E.I.R.L.	442
49	MULTISERVICIOS SECURITY S.A.C.	288
50	MULTISERVIS AMIGOS X 100PRE SANTOS S.A.C.	41
51	MULTISERVIS CASA BLANCA E.I.R.L.	234
52	NUEVO NEW TAXI REAL PLAZZ SAC	178
53	NUEVO TAXI SERVICE ALEGRIA S.A.C.	62
54	NUEVO TAXI TOURS EVARISTO E.I.R.L.	290
55	NUEVOS AMIGOS TRAN.MALL AVENTURA PLAZA SA	55
56	RADIO TAXI ON LINE S.A.C.	113
57	SERVICIOS EJECUTIVOS CADILAC E.I.R.L.	198
58	SERVICIOS EMPRESARIALES EL GOLF DE TRUJILLO S.A.C	144
59	SERVICIOS MULTIPLES NUEVO SONRISAS E.I.R.L.	66
60	TAXI CLUB S.A.C.	80
61	TAXI ESPECIAL AMERICA E.I.R.L.	527
62	TAXI ESPECIAL SANTA CLARA PREMIUM S.A.C.	94
63	TAXI MULTISERVIS KUNTUR WASSI E.I.R.L.	41
64	TAXI NUEVO MUNDO S.R.L.	120
65	TAXI SAN JUAN 3:16 S.A.C	51
66	TAXI SERVICE ANGELES DEL GOLF S.A.C.	79
67	TAXI SERVICE LUIS ALBRECHT E.I.R.L	113
68	TAXI SERVIS VIRGEN DE LA PUERTA S.R.L.	102
69	TAXI SONRISAS PREMIUN S.A.C.	553
70	TAXI TOURS AQUARELAS E.I.R.L	195
71	TAXI TOURS BENDICIONES E.I.R.L.	122
72	TAXI TOURS CALIFORNIA E.I.R.L.	91
73	TAXI TOURS CHAN CHAN NUEVA GENERACIÓN E.I.R.L.	138
74	TAXI TOURS LOS JARDINES E.I.R.L.	55

75	TAXI TOURS NUEVO NAZARENO S.A.C.	88
76	TAXI TOURS NUEVO SOL DEL GOLF E.I.R.L.	145
77	TAXI TRUJILLO SERVICE E.I.R.L.	92
78	TAXI TURISMO S.R.L.	50
79	TAXI TURISMO TRUJILLO S.A.C.	109
80	TICO TAXI S.A.C	470
81	TOUR PERU EXPRESS E.I.R.L.	145
TOTAL DE VEHICULOS TAXI ESPECIAL		12351



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE TRUJILLO

GERENCIA DE TRANSPORTE, TRANSITO Y SEGURIDAD VIAL

SUB GERENCIA DE TRANSPORTE

CANTIDAD DE UNIDADES VEHICULARES REGISTRADOS EN LA MODALIDAD DE SETIT - ASOCIACION Y SETIT INDIVIDUAL

#	Operados de Transporte	Flota Operativa
1	ASOC.DE TAXISTAS VICTOR LAZARTE ECHEGARAY	33
2	ASOCIACION DE TAXIS "TURISMO SETIT"	10
3	ASOCIACION DE TAXIS EXPRES AMERICA	45
4	ASOCIACION DE TAXIS SETIT N° 4 - JUAN PABLO II	10
5	ASOCIACION DE TAXIS UCV	47
6	ASOCIACION DE TAXISTAS OVALO LA MARINA	30
7	ASOCIACION DE TAXISTAS SANTA CRUZ	24
8	ASOCIACION DE TAXISTAS SETIT N° 2 CHACARERO	9
9	ASOCIACION DE TAXISTAS TURISMO PLAZA	41
10	ASOCIACION TAXIS TOURS LINEA	10
11	EMPRESA TAXI DIGITAL TRUJILLO S.A.	46
TOTAL DE VEHICULOS SETIT - ASOCIACION		305

	Flota Opera.
TOTAL DE VEHICULOS SETIT INDIVIDUAL	2374

Registros de la Empresas Mypes, que participaron de los estudios

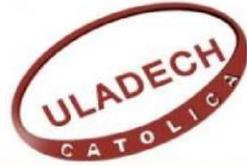
EMPRESAS Y FLOTA MODALIDAD TAXI EMPRESA

#	Razón Social	Flota Operativa
1	AGAPE CLAVE 4 S.A.C.	16
2	ALO TAXI TRUJILLO S.A.C.	8
3	ASOC. DE TAXISTAS EMERGENCIA HOSPITAL LAZARTE	2
4	ASOC.DE TAXISTAS VICTOR LAZARTE ECHEGARAY	2
5	ASOCIACION DE TAXIS EMTRAFESA	9
6	ASOCIACION DE TAXIS EXPRES AMERICA	16
7	ASOCIACION DE TAXIS UCV	15
8	ASOCIACION DE TAXISTAS LUIS ALBRECHT	8
9	ASOCIACION DE TAXISTAS OVALO LA MARINA	7
10	ASOCIACION DE TAXISTAS SANTA CRUZ	21
11	ASOCIACION DE TAXISTAS SETIT N° 2 CHACARERO	7
12	ASOCIACION DE TAXISTAS TURISMO PLAZA	24
13	ASOCIACION TAXIS TOURS LINEA	2
14	CENSER COMUNICACIONES S.A.C.	41
15	E.T. TURISMO, TAXI Y SERV. EL EMPRESARIO S.A.C.	37
16	EJECUTIVOS DEL GOLF S.A.C.	79
17	EMP. DE COMERCIO TRANSP. Y SERVICIO LENIN S.R.L.	21
18	EMP. DE TRANSP. TAXI EL PARAISO E.I.R.L	6
19	EMP. DE TRANSP. Y SERV. GEN. TURISMO MOCHE S.R.L.	20
20	EMP. TRANSP. GUIAME SR. DE LA MISERICORDIA S.R.L.	23
21	EMPR. DE TRANS.Y SERV. MULT. INKA WORK S.A.C.	39
22	EMPRESA CONSORCIO FAQUIAN S.A.C.	1
23	EMPRESA DE SERVICIOS LA LIBERTAD E.I.R.L.	93
24	EMPRESA DE TAXI SERVIS HOSPITAL REGIONAL S.A.C.	17
25	EMPRESA DE TAXI TOURS THALIA E.I.R.L.	22
26	EMPRESA DE TAXIS LIBERO S.R.L.	4
27	EMPRESA DE TAXIS OPEN PLAZA LOS JARDINES S.A.C.	21
28	EMPRESA DE TRANS. CLASE A S.A.C.	28
29	EMPRESA DE TRANS. FELICES SIEMPRE AMIGOS S.R.L.	8
30	EMPRESA DE TRANSPORTES ETIS SERVICE S.R.L	9
31	EMPRESA DE TRANSPORTES LAS QUINTANAS S.A.C.	15
32	EMPRESA DE TRANSPORTES TAXI SERVICE ESTRELLA S.R.L.	8
33	EMPRESA DE TRANSPORTES TELE TAXI SAC.	30
34	EMPRESA DE TRANSPORTES Y SERVICIOS CITY TOURS S.A.C.	1
35	EMPRESA DE TRANSPORTISTAS INDEPENDIENTES S.R.L	80

36	EMPRESA INVERSION PRIMAVERA S.R.L	11
37	EMPRESA ROYAL CAR S.R.L.	50
38	EMPRESA TAXI DIGITAL TRUJILLO S.A.	9
39	EMPRESA TAXI SERVIS EXCLUSIVO S.A	27
40	EMPRESA TAXI TOURS SAN ANTONIO S.A.C.	13
41	EMPRESA TOURS TRUJILLO S.A.C.	4
42	ETADC A-1 ELEGANT SOCIOS DEL FUTURO S.A.C.	11
43	GRUPO NEW SUDAMERICA S.R.L.	45
44	INVER. Y NEG. VIRGEN DEL CARMEN DE TRUJILLO TOURS S.A.C	8
45	INVERSIONES CENTAURO S.A.C.	3
46	INVERSIONES Y TURISMO EL AMERICANO E.I.R.L.	24
47	JHONATAN & JORDAN E.I.R.L.	34
48	LAS AMERICAS MUNDO TAXI E.I.R.L.	68
49	MALL SERVICE S.A.C	46
50	MULTISERVICIOS SECURITY S.A.C.	36
51	MULTISERVIS AMIGOS X 100PRE SANTOS S.A.C.	10
52	MULTISERVIS CASA BLANCA E.I.R.L.	42
53	NUEVA ASOCIACION DE TAXIS AVENTURA SERVICE	6
54	NUEVO NEW TAXI REAL PLAZZ SAC	16
55	NUEVO TAXI SERVICE ALEGRIA S.A.C.	3
56	NUEVO TAXI TOURS EVARISTO E.I.R.L.	97
57	NUEVOS AMIGOS TRAN.MALL AVENTURA PLAZA S.A.	42
58	RADIO TAXI ON LINE S.A.C.	33
59	SERVICIOS EMPRESARIALES EL GOLF DE TRUJILLO S.A.C.	27
60	SERVICIOS MULTIPLES NUEVO SONRISAS E.I.R.L.	28
61	TAXI CLUB S.A.C.	54
62	TAXI ESPECIAL AMERICA E.I.R.L.	49
63	TAXI ESPECIAL SANTA CLARA PREMIUM S.A.C.	21
64	TAXI MULTISERVIS KUNTUR WASSI E.I.R.L.	18
65	TAXI NUEVO MUNDO S.R.L.	28
66	TAXI SAN JUAN 3:16 S.A.C	52
67	TAXI SERVICE ANGELES DEL GOLF S.A.C.	30
68	TAXI SERVICE LUIS ALBRECHT E.I.R.L	20
69	TAXI SERVIS VIRGEN DE LA PUERTA S.R.L.	9
70	TAXI TOURS AQUARELAS E.I.R.L.	74
71	TAXI TOURS BENDICIONES E.I.R.L.	23
72	TAXI TOURS CALIFORNIA S.A.C	49
73	TAXI TOURS CHAN CHAN NUEVA GENERACIÓN E.I.R.L.	58
74	TAXI TOURS LOS JARDINES E.I.R.L.	15

75	TAXI TOURS NUEVO NAZARENO S.A.C.	43
76	TAXI TOURS NUEVO SOL DEL GOLF E.I.R.L.	30
77	TAXI TRUJILLO SERVICE E.I.R.L.	12
78	TAXI TURISMO S.R.L.	5
79	TAXI TURISMO TRUJILLO S.A.C.	40
80	TOUR PERU EXPRESS E.I.R.L.	31
81	TOURS SAGITARIO SERVICIOS VIP S.A.C.	5
TOTAL DE UNIDADES		2099

ANEXO N° 04



UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

ENCUESTA

El presente cuestionario se aplicará a los Representantes de las empresas Mypes, con la finalidad de recabar información, ya que es muy importante para mi trabajo de investigación que lleva por título: **La Gestión Bajo el Enfoque en la Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas, en el Sector Transporte Urbano de Pasajeros, Rubro Servicio de Taxis, en el Distrito de Trujillo, 2017.**

La información que usted proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación. Agradeciéndole anticipadamente.

INSTRUCCIONES: Marque con una X la respuesta que crea conveniente, de acuerdo a su percepción, en cada uno de los enunciados:

DATOS GENERALES:

I. DATOS DEL REPRESENTANTE DE LA EMPRESA REPRESENTANTE DE LA EMPRESA

1.- ¿Edad del Propietario y/o Representante Legal de la empresa?

- a) De 18 a 30 años
- b) De 31 a 50 años
- c) De 51 a más

2.- ¿Género del Propietario y/o Representante Legal de la empresa?

- a) Masculino
- b) Femenino

3.- ¿Grado de Instrucción del Propietario y/o Representante Legal de la empresa?

- a) Educación Secundaria
- b) Educación Técnica
- c) Educación Universitaria
- d) Otros Estudios

II. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE GESTIÓN

4.- ¿Cuenta con Misión y Visión su empresa?

- a) SI
- b) NO

5.- ¿Tiene conocimiento de lo que es gestión?

- a) SI
- b) NO

6.- ¿Cree usted que una buena gestión va a mejorar la rentabilidad de su empresa?

- a) Siempre
- b) Casi Siempre
- c) Nunca

7.- ¿Conoce las técnicas modernas de gestión?

- a) Benchmarking
- b) Marketing
- c) Las 5 C
- d) Otras Técnicas

8.- ¿Dificultades de los representantes para la implementación de la gestión?

- a) Poca Iniciativa
- b) Aprendizaje lento
- c) No se adaptan al cambio
- d) Otros

9.- ¿Al momento de elegir a un conductor le realiza algún tipo de evaluación?

- a) Siempre
- b) Casi Siempre
- c) Nunca

10.- ¿Su representada cuenta con los recursos de innovación tecnológica que le permita a los conductores mejorar sus ingresos económicos?

- a) SI
- b) NO

III. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES

11.- ¿Conoce el término de atención al cliente?

- a) SI
- b) NO

12.- ¿La buena atención brindada al cliente, es fundamental para conservarla?

- a) SI
- b) NO

13.- ¿La atención que ofrece a los clientes es?

- a) Buena
- b) Regular
- c) Mala

14.- ¿Por qué cree usted que los Clientes los prefieren a ustedes y no a su competencia?

- a) Honestos
- b) Puntuales
- c) Responsables
- d) Otros

15.- ¿Resultados de una buena atención al cliente?

- a) Clientes satisfechos
- b) Fidelización de los clientes
- c) Posicionamiento de la empresa
- d) Otros

16.- ¿Se ha capacitado en los últimos años?

- a) SI
- b) NO

17.- ¿En la actualidad cuenta con algún plan de capacitación para sus conductores?

- a) SI
- b) NO

18.- ¿Cómo considera Usted, a la capacitación?

- a) Un Gasto
- b) Una Inversión
- c) Otros

19.- ¿Las capacitaciones con qué frecuencia se deben dictar?

- a) Anual
- b) Cada 6 meses.
- c) Cada 3 meses

20.- ¿Considera que la empresa transmite confianza y seguridad en el servicio?

- a) Siempre
- b) Casi Siempre
- c) Nunca

ANEXO N° 05

Hoja de Trabajo para la tabulación de las encuestas

De los Representantes Legales		CRITERIOS DE EVALUACIÓN				TOTAL
1	¿Edad del Propietario y/o Representante Legal de la Empresa?	De 18 a 30 años	De 31 a 50 años	De 51 a mas		
		2	34	31		67
2	¿Género del Propietario y/o Representante Legal de la Empresa?	Masculino	Femenino			
		58	9			67
3	¿Grado de Instrucción del Propietario y/o Representante Legal de la empresa?	Educación Secundaria	Educación Técnica	Estudios Universitarios	Otros Estudios	
		12	19	26	10	67
4	¿Cuenta con Misión y Visión su empresa?	SI	NO			
		61	6			67
5	¿Tiene conocimiento de lo que es gestión?	SI	NO			
		62	5			67
6	¿Cree usted que una buena gestión va a mejorar la rentabilidad de su empresa?	Siempre	Casi Siempre	Nunca		
		35	28	4		67
7	¿Conoce las técnicas modernas de gestión?	Benchmarking	Marketing	Las 5 C	Otras Técnicas	
		9	15	16	27	67

8	¿Dificultades de los representantes para la implementación de la gestión?	Poca Iniciativa	Aprendizaje Lento	No se adapta al cambio	Otros	
		29	20	12	6	67
9	¿Al momento de elegir a un conductor le realiza algún tipo de evaluación?	Siempre	Casi Siempre	Nunca		
		35	21	11		67
10	¿Su representada cuenta con los recursos de innovación tecnológica que les permita a los conductores mejorar sus ingresos económicos?	SI	NO			
		59	8			67
11	¿Conoce el término de atención al cliente?	SI	NO			
		59	8			67
12	¿La buena atención brindada al cliente, es fundamental para conservarla?	SI	NO			
		51	16			67
13	¿La atención que ofrece a los clientes es?	Buena	Regular	Mala		
		51	12	4		67
14	¿Por qué cree usted que los Clientes los prefieren a ustedes y no a su competencia?	Honestos	Puntuales	Responsables	Otros	
		19	11	22	15	67

15	¿Resultados de una buena atención al cliente?	Cientes satisfechos	Fidelización de los Clientes	Posicionamiento de la Empresa	Otros	
		29	15	12	11	67
16	¿Se ha capacitado en los últimos años?	SI	NO			
		16	51			67
17	¿En la actualidad cuenta con algún plan de capacitación para sus conductores?	SI	NO			
		38	29			67
18	¿Cómo considera Usted., a la capacitación?	Un gasto	Una inversión	Otros		
		31	25	11		67
19	¿Las capacitaciones con qué frecuencia se deben dictar?	Anual	Cada 6 Meses	Cada 3 Meses		
		33	23	11		67
20	¿Considera que la empresa transmite confianza y seguridad en el servicio?	Siempre	Casi Siempre	Nunca		
		37	29	1		67

ANEXO N° 06

Características de los representantes legales de las Mypes

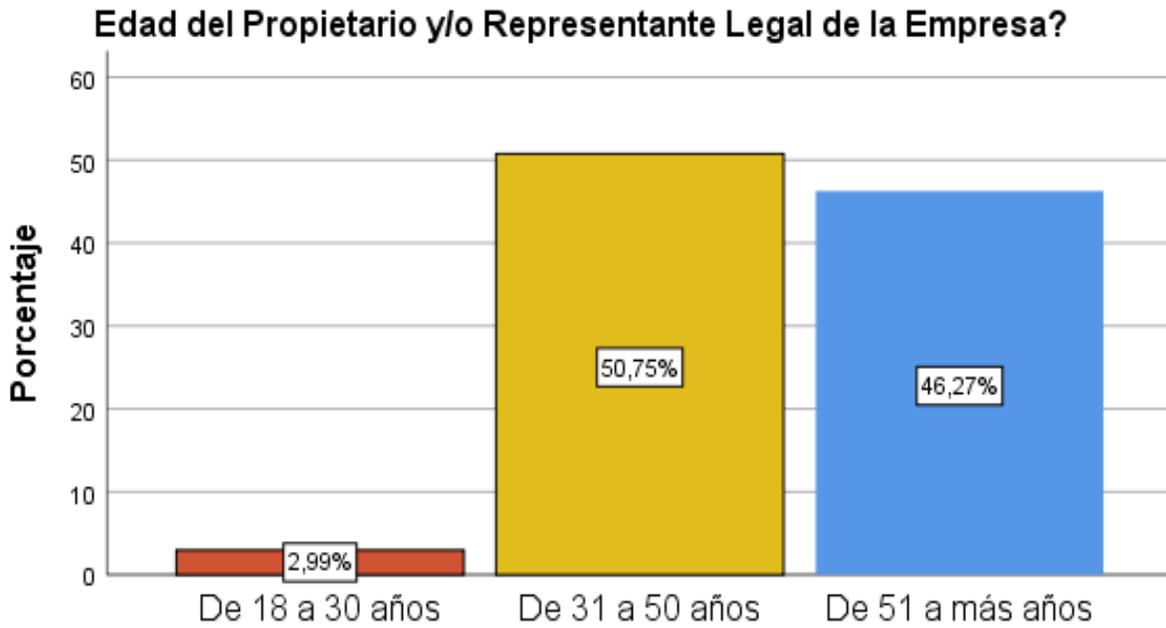


Gráfico 01 : Edad
Fuente : Tabla 01

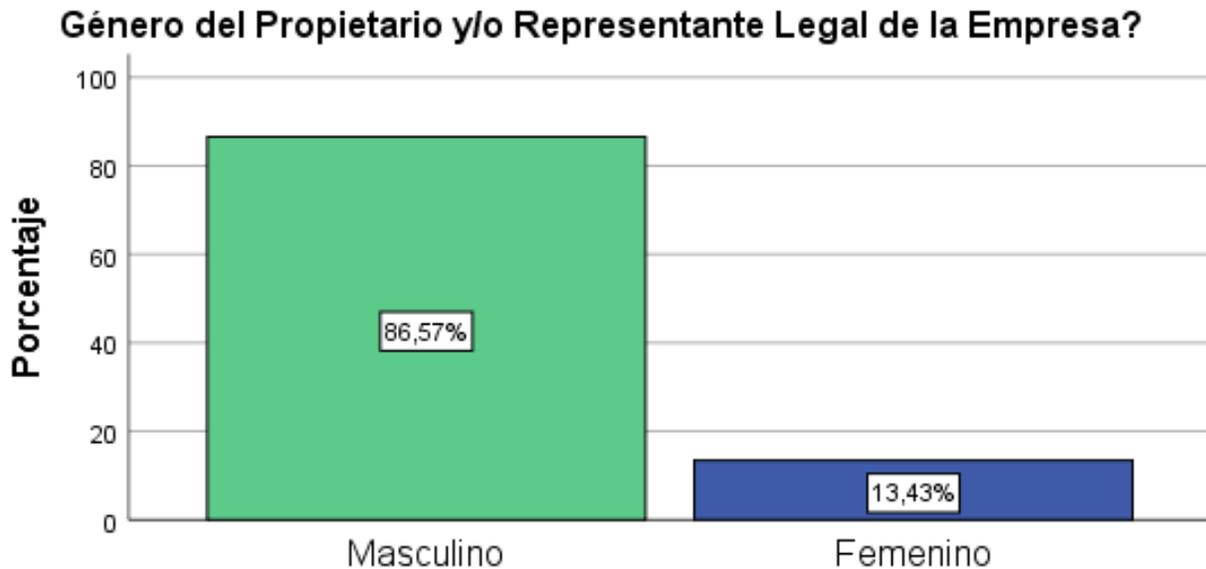


Gráfico 02 : Género
Fuente : Tabla 01

Grado de Instrucción del Propietario y/o Representante Legal de la empresa?

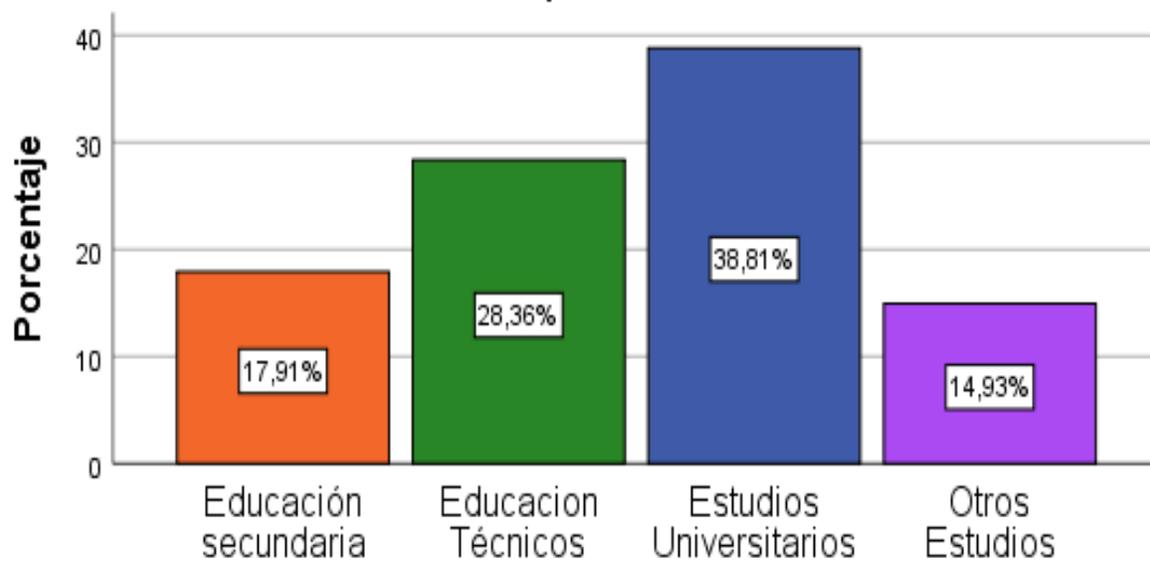


Gráfico 03 : Grado
Fuente : Tabla 01

Cuenta con Misión y Visión su empresa?

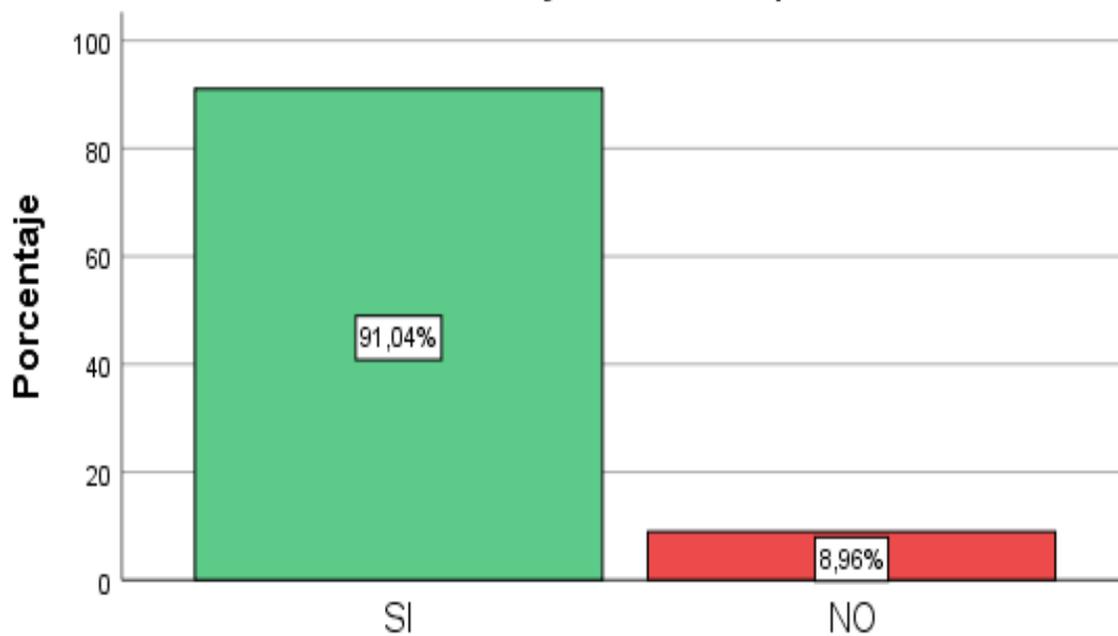


Gráfico 04: Misión y Visión
Fuente : Tabla 02

Tiene conocimiento de lo que es gestión?

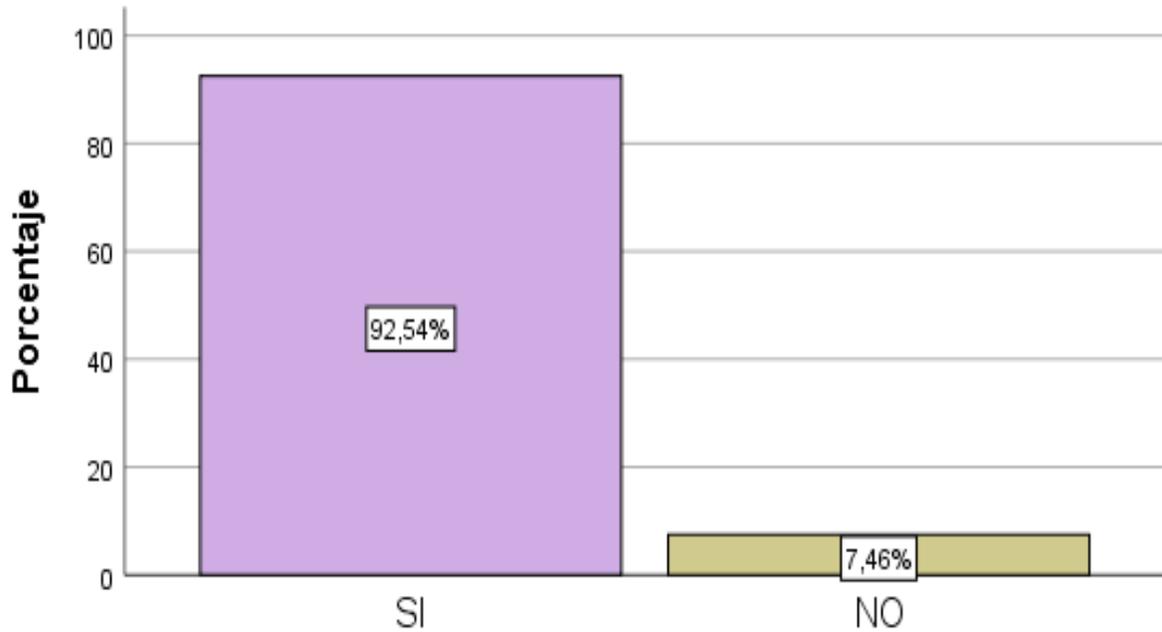


Gráfico 05 : Gestión
Fuente : Tabla 02

Cree Usted, que una buena gestión va a mejorar la rentabilidad de su empresa?

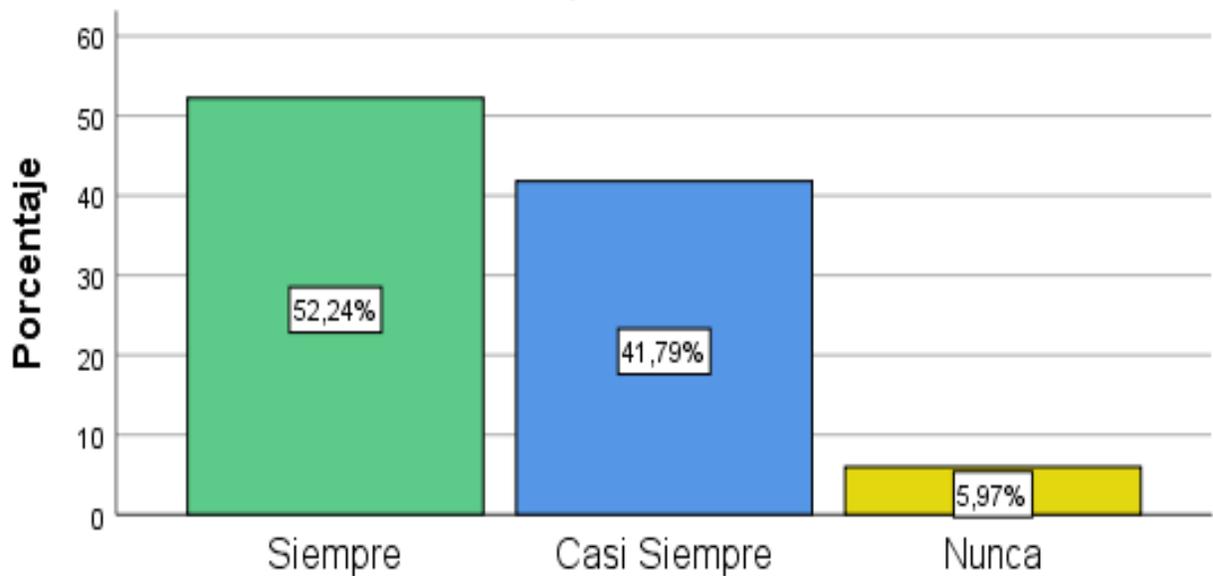


Gráfico 06 : Rentabilidad
Fuente : Tabla 02

Conoce las técnicas modernas de gestión?

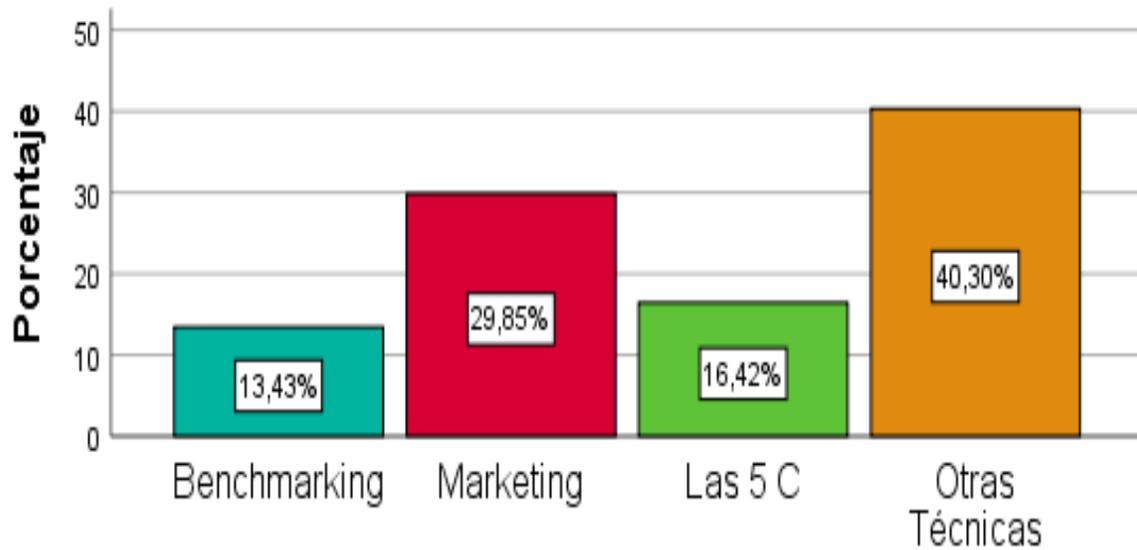


Gráfico 07 : Técnicas
Fuente : Tabla 02

Dificultades de los representantes para la implementación de la gestión?

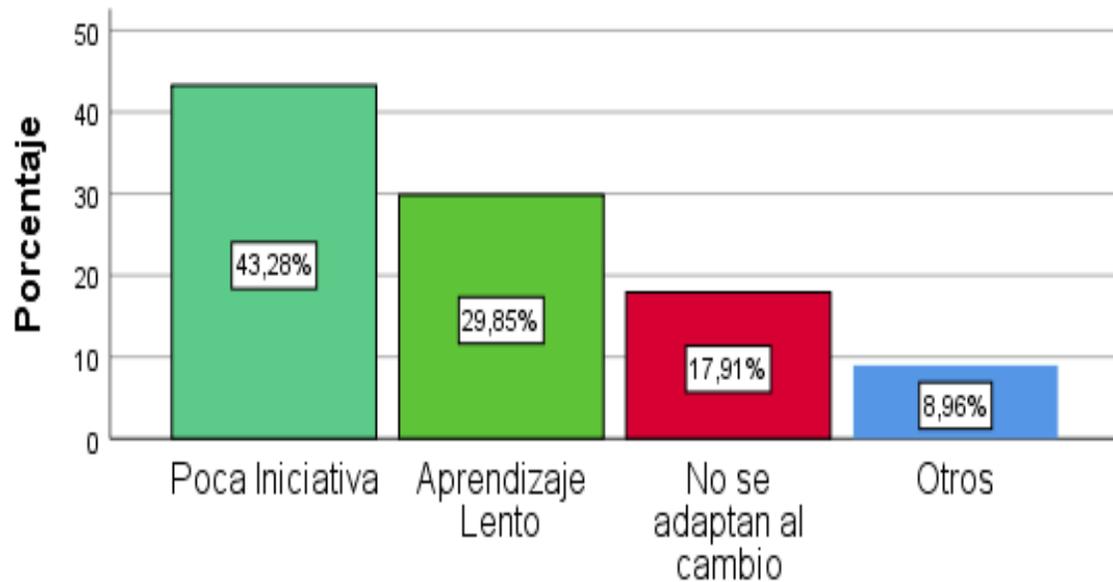


Gráfico 08 : Implementación
Fuente : Tabla 02

Al momento de elegir a un conductor le realiza algún tipo de evaluación?

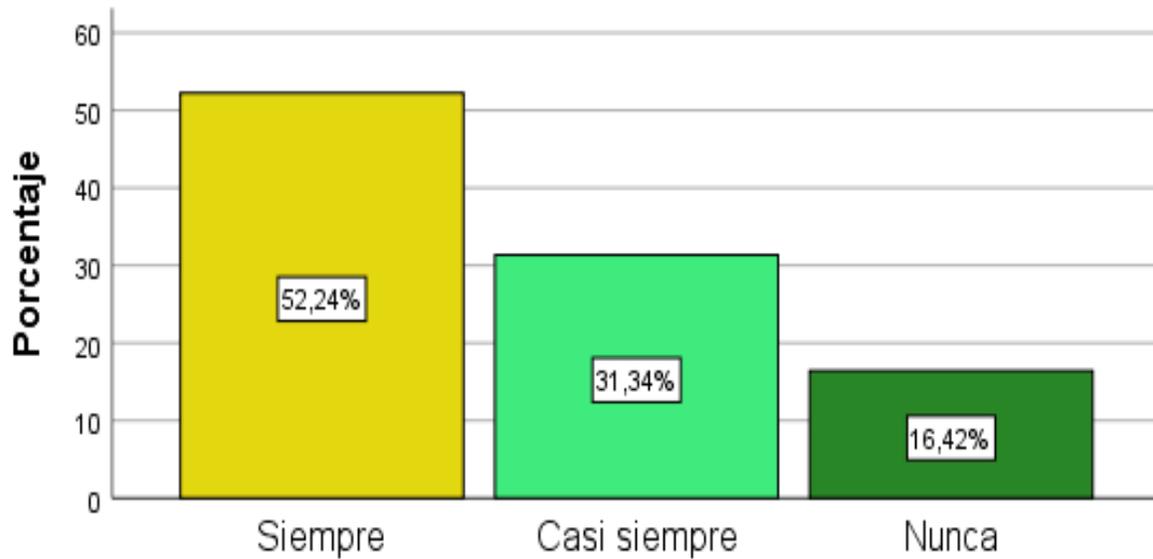


Gráfico 09 : Evaluación

Fuente : Tabla 02

Su representada cuenta con los recursos de innovación tecnológica que les permita a los conductores mejorar sus ingresos económicos?

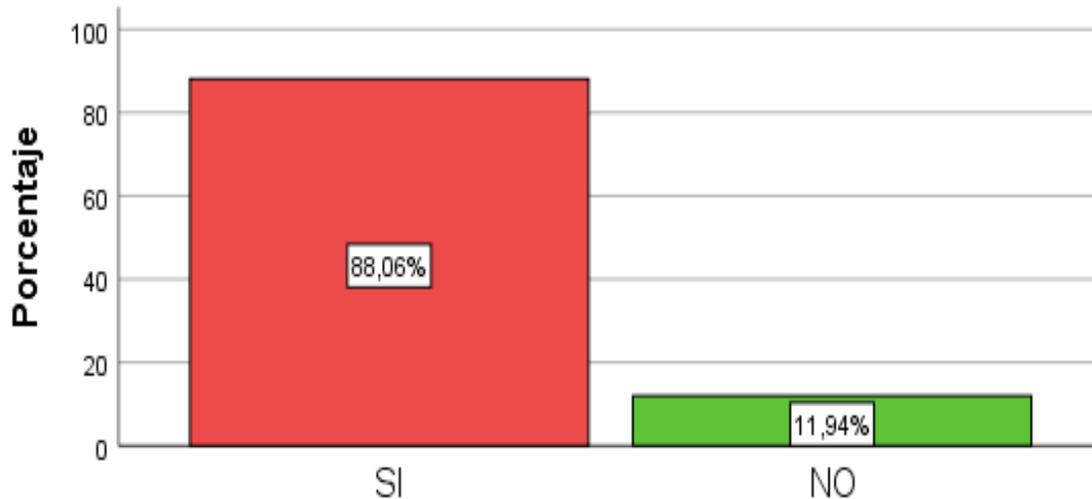


Gráfico 10 : Recursos de Innovación

Fuente : Tabla 02

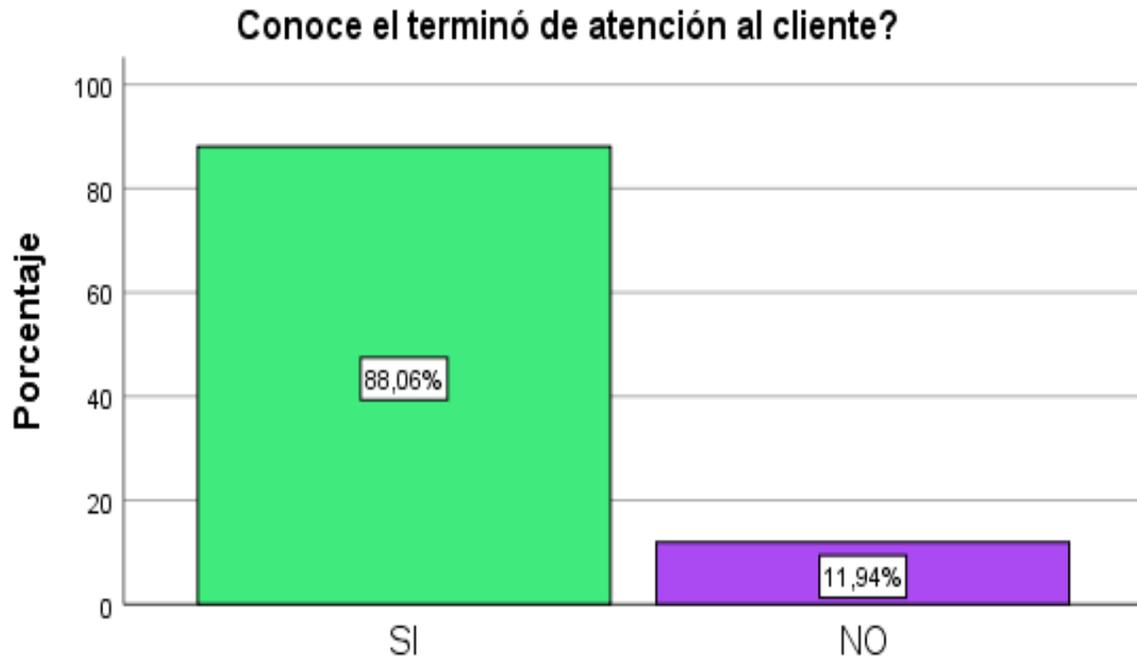


Gráfico 11 : Atención
Fuente : Tabla 03

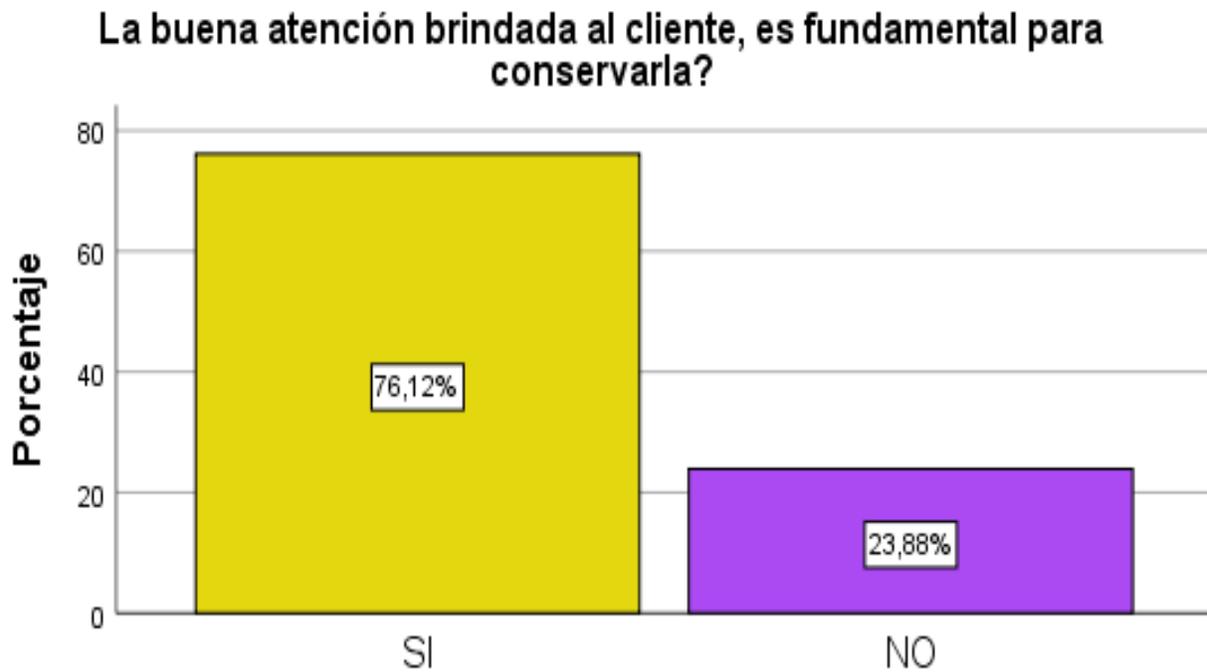


Gráfico 12 : Conservarla
Fuente : Tabla 03

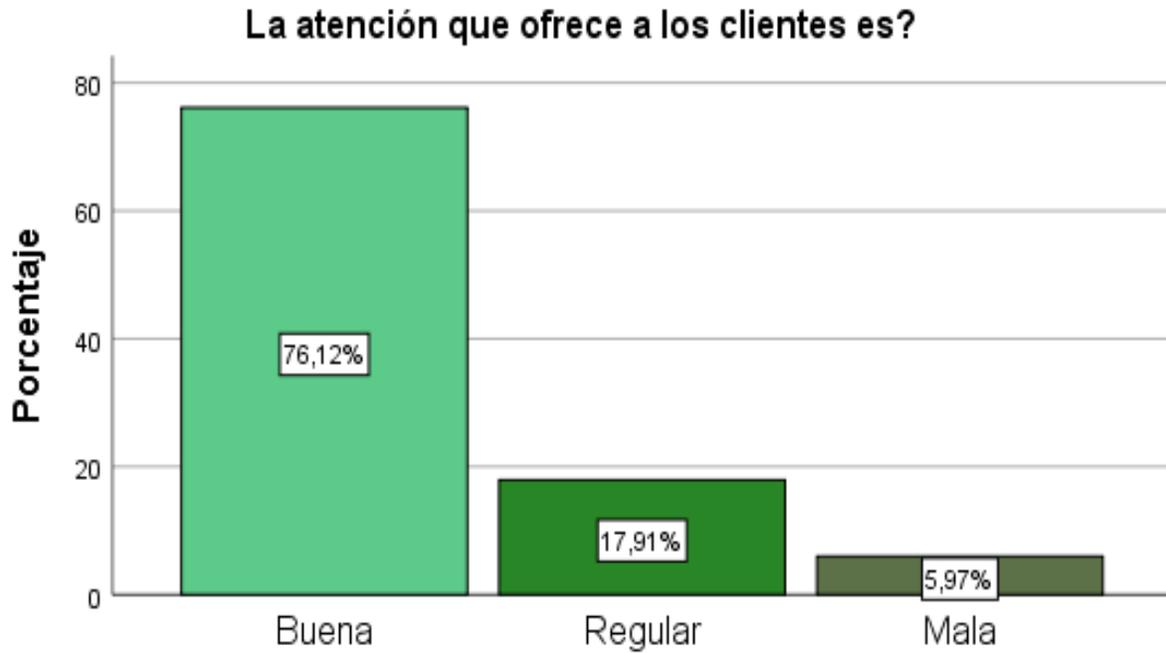


Gráfico 13 : Ofrece
Fuente : Tabla 03

Por qué cree usted que los Clientes los prefieren a ustedes y no a su competencia?

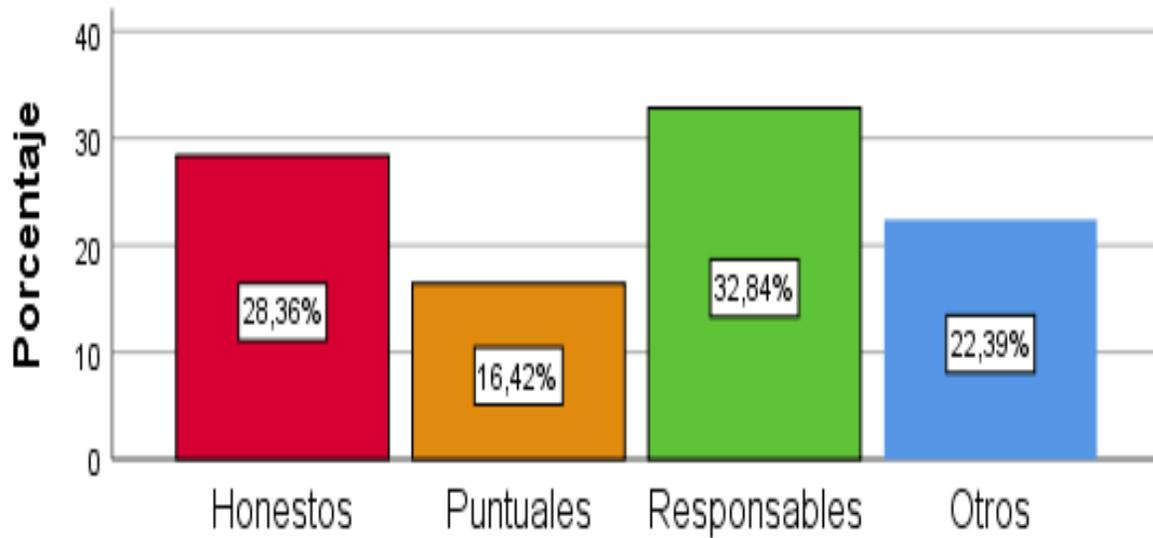


Gráfico 14 : Preferencia
Fuente : Tabla 03

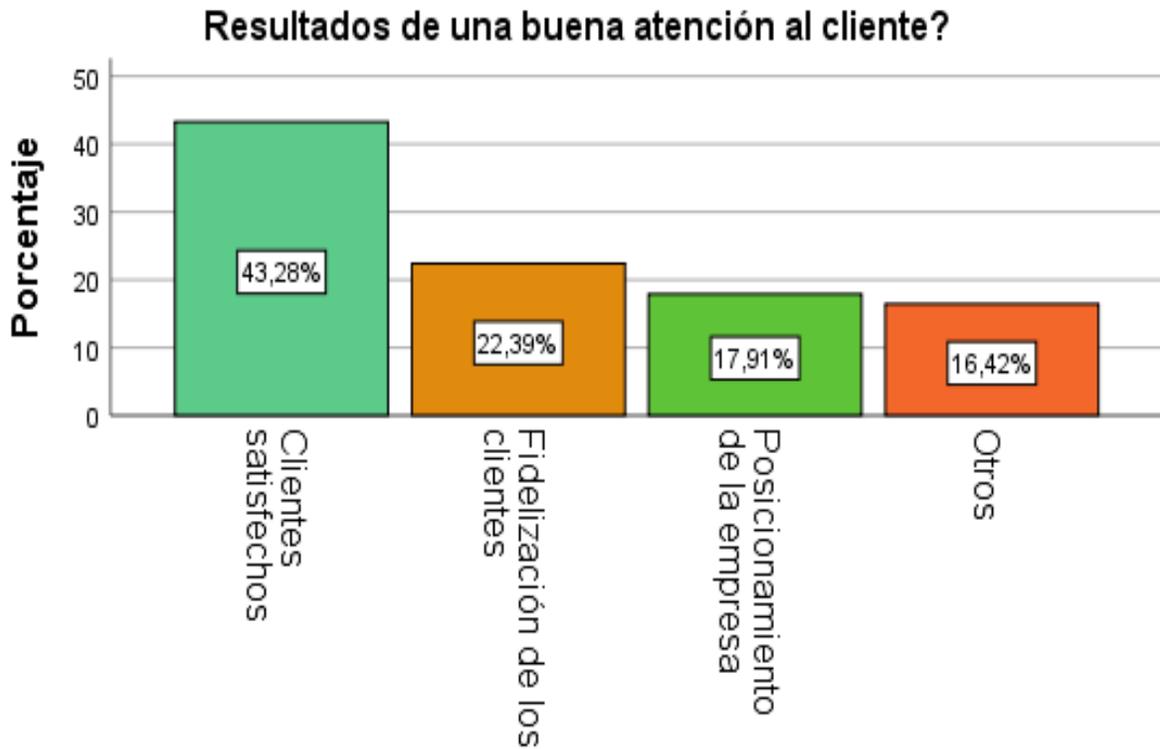


Gráfico 15 : Resultados
Fuente : Tabla 03

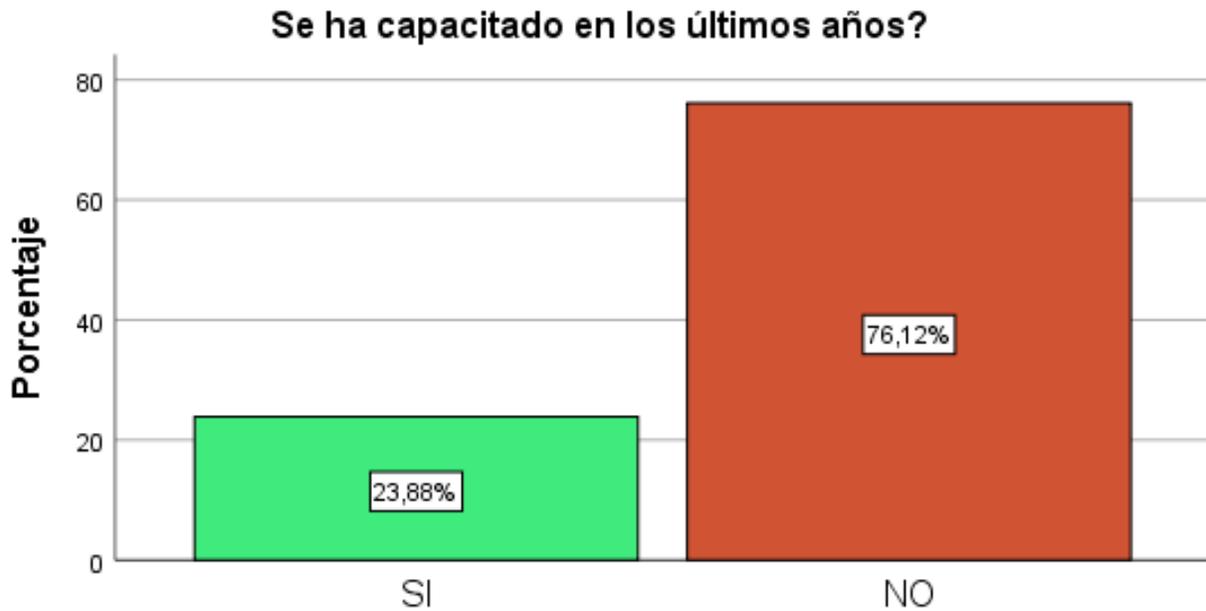


Gráfico 16 : Capacitado
Fuente : Tabla 03

En la actualidad cuenta con algún plan de capacitación para sus conductores?

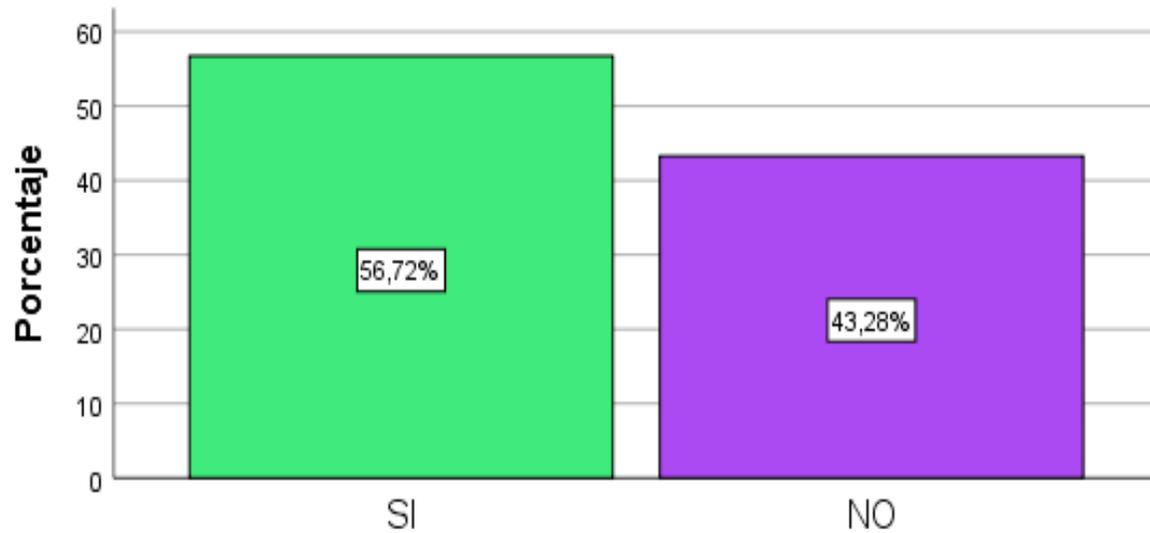


Gráfico 17 : Plan

Fuente : Tabla 03

Cómo considera Usted., a la capacitación?

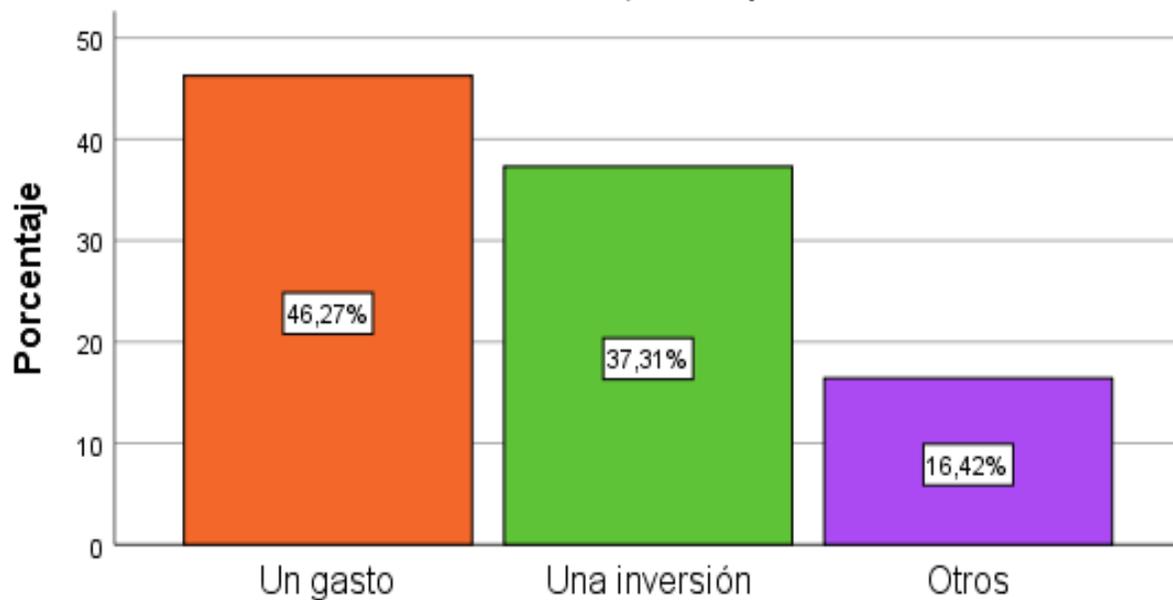


Gráfico 18 : Considera

Fuente : Tabla 03

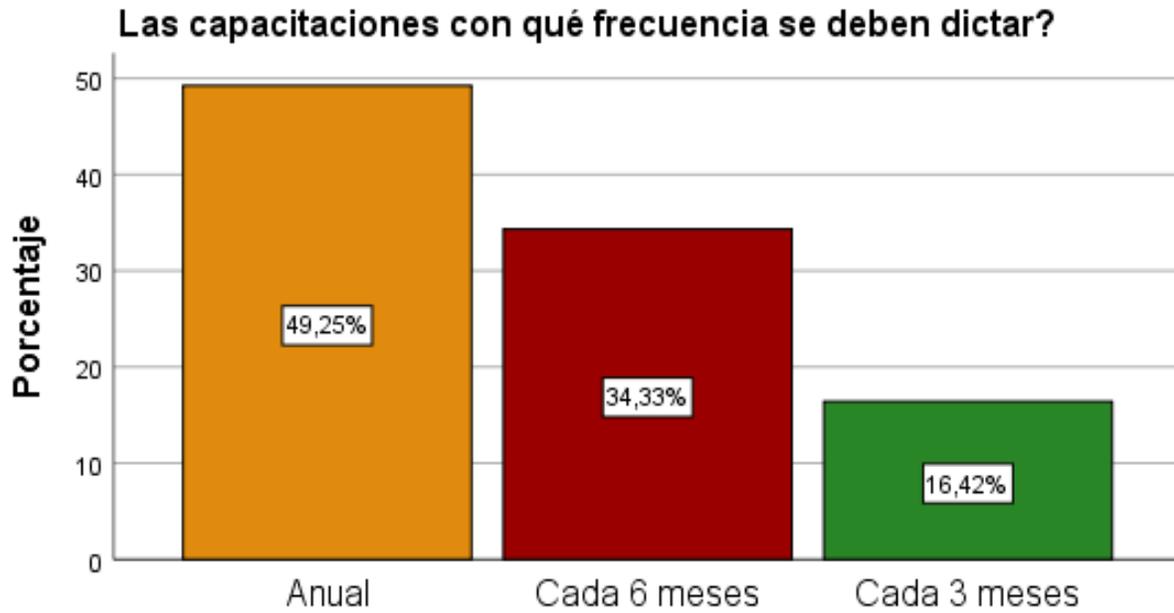


Gráfico 19 : Frecuencia
Fuente : Tabla 03

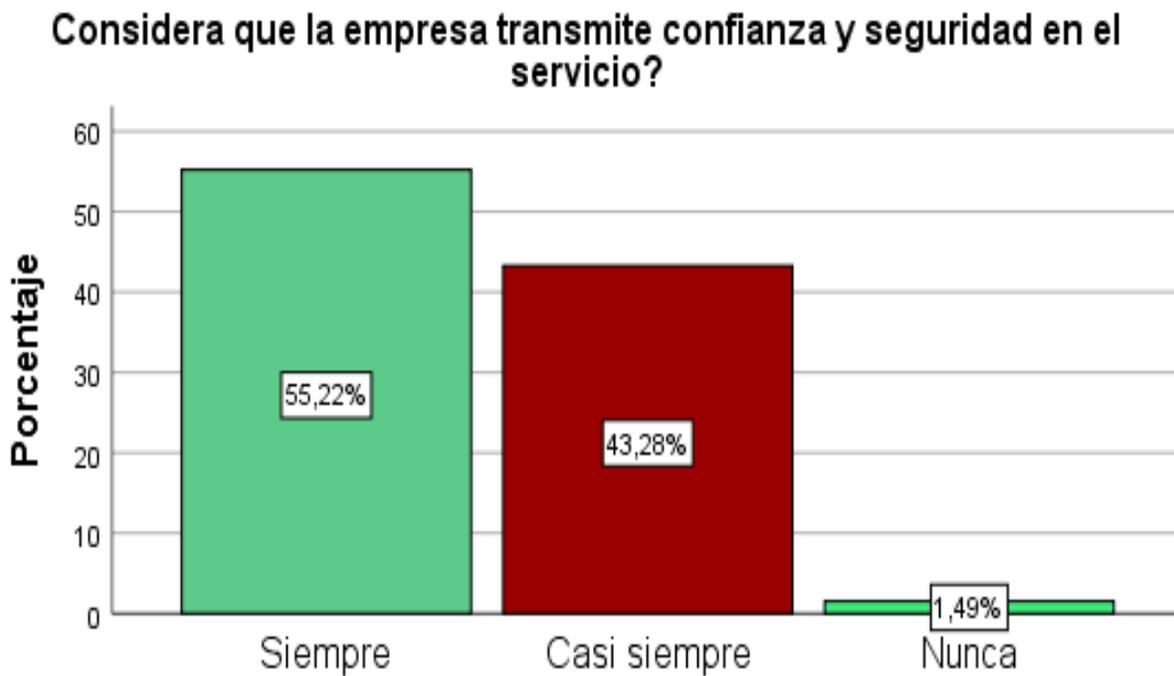


Gráfico 20 : Confianza
Fuente : Tabla 03

ÍNDICE DE SIMILITUD

TITULACION

INFORME DE ORIGINALIDAD

0% 0%

INDICE DE SIMILITUD FUENTES DE
INTERNET

0% %

PUBLICACIONES TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía Activo
