

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



TESIS

**“Capacitación del colaborador y la calidad de servicio de la
empresa de transporte Turismo Real, Huánuco 2022”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORA: Masgo Castro, Keyli Karen

ASESOR: Linares Beraún, Willian Giovanni

HUÁNUCO – PERÚ

2023

U

TIPO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:

- Tesis (X)
- Trabajo de Suficiencia Profesional()
- Trabajo de Investigación ()
- Trabajo Académico ()

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN: Gestión Administrativa
AÑO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN (2020)

CAMPO DE CONOCIMIENTO OCDE:

Área: Ciencias sociales

Sub área: Economía, Negocios

Disciplina: Negocios, Administración

DATOS DEL PROGRAMA:

Nombre del Grado/Título a recibir: Título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas

Código del Programa: P13

Tipo de Financiamiento:

- Propio (X)
- UDH ()
- Fondos Concursables ()

DATOS DEL AUTOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 47727121

DATOS DEL ASESOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 07750878

Grado/Título: Maestro en gestión pública para el desarrollo social

Código ORCID: 0000-0002-4305-7758

DATOS DE LOS JURADOS:

Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	GRADO	DNI	Código ORCID
1	Anibal Rivero, Rafael Antonio	Doctor en gestión empresarial	41693326	0000-0003-1423-2737
2	Gonzales Acuña, Martin Moises	Maestro en ciencias administrativas con mención en: gestión pública	22512599	0000-0002-6062-6705
3	Huerto Orizano, Diana	Maestro en gestión y negocios, mención en gestión de proyectos	40530605	0000-0003-1634-6674

D

H

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, siendo las **09:00 horas del día 07 del mes de diciembre del año 2023**, en el cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunieron la sustentante y el Jurado Calificador, integrado por los docentes:

Dr. Rafael Antonio Anibal Rivero	(Presidente)
Mtro. Martin Moises Gonzales Acuña	(Secretario)
Mtra. Diana Huerto Orizano	(Vocal)

Nombrados mediante la **RESOLUCIÓN N.º 1842-2023-D-FCOMP-PAAE-UDH** para evaluar la Tesis intitulada "**CAPACITACIÓN DEL COLABORADOR Y LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE TURISMO REAL, HUÁNUCO 2022**", presentada por la Bachiller, **MASGO CASTRO, Keyli Karen**, para optar el título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas.

Dicho acto de sustentación se desarrolló en dos etapas: exposición y absolución de preguntas; procediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del Jurado.

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándola APROBADA con el calificativo cuantitativo de 15 QUINCE y cualitativo de BUENO (Art. 47 - Reglamento General de Grados y Títulos).

Siendo las 10:20 horas del día **07 del mes de diciembre del año 2023**, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.



Dr. Rafael Antonio Anibal Rivero
N° DNI 41693326
Código ORCID: 0000-0003-1423-2737
PRESIDENTE



Mtro. Martin Moises Gonzales Acuña
N° DNI 22512599
Código ORCID: 0000-0002-6062-6705
SECRETARIO



Mtra. Diana Huerto Orizano
N° DNI 40530605
Código ORCID: 0000-0003-1634-6674
VOCAL



DIRECTIVA N° 006- 2020- VRI-UDH PARA EL USO DEL SOFTWARE TURNITIN DE LA UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO Resolución N° 018-2020-VRI-UDH 03JUL20 y modificatoria R. N° 046-2020-VRI-UDH, 19OCT20

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

Yo, WILLIAM GIOVANNI LINARES BERAÚN, asesor(a) del PA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS y designado(a) mediante resolución **No 016-2023-D-FCOMP-PAAE-UDH** de la estudiante(s) MA S G O CASTRO KEYLI KAREN , de la investigación titulada:

“ CAPACITACION DEL COLABORADOR Y LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE TURISMO REAL, HUÁNUCO 2022”

Puedo constar que la misma tiene un índice de similitud del 23 % verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el Software Turnitin.

Por lo que concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con todas las normas de la Universidad de Huánuco.

Se expide la presente, a solicitud de la interesada para los fines que estime conveniente.

Huánuco 28 de febrero de 2024

Linares Beraún William Giovanni

DNI 07750878

Codigo Orcid: N° 0000-0002-4305-7758

CAPACITACIÓN DEL COLABORADOR Y LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE TURISMO REAL, HUÁNUCO 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

23% INDICE DE SIMILITUD	23% FUENTES DE INTERNET	8% PUBLICACIONES	12% TRABAJOS DEL ESTUDIANTE
-----------------------------------	-----------------------------------	----------------------------	---------------------------------------

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.udh.edu.pe Fuente de Internet	5%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	3%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	distancia.udh.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.ulasamericas.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.unu.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	repositorio.unheval.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	repositorio.ucsg.edu.ec Fuente de Internet	1%



Linares Beraún William Giovanni

DNI 07750878

Código ORCID: 0000-0002-4305-7758

DEDICATORIA

Esta investigación está dedicada a Dios, que me proporciona la guía y la salud que me permiten perseguir mis aspiraciones. Además, extendiendo mi gratitud a mis tías por su inquebrantable apoyo y a mis seres queridos como colectivo por inspirarme a mejorar día a día.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a la Universidad de Huánuco, por permitirme tener una grata experiencia, llenándome de muchos conocimientos, aprendizajes y lecciones; sobre todo porque este lugar me permitió convertirme en un gran profesional. Quiero agradecer al programa académico de Administración de Empresas por sus cursos innovadores y prácticos.

Gracias a cada uno de los Docentes que conocí en mis años universitarios, por estar siempre presentes en mi crecimiento y en mi proceso integral de mi formación así mismo agradecer cada uno por sus sabios consejos que me brindaron para ser cada día mejor profesional. A mi asesor Linares Beraún Willian Giovani, por ser un excelente profesional brindándome siempre la mejor orientación y sus sabias palabras para la ejecución de mi tesis.

De igual forma a mis tias por estar siempre brindándome el soporte, a mis colegas por todo el tiempo compartido, las anécdotas vividas, gracias por los grupos formados de constante estudio y por la gran familia que hicimos entre compañeros.

ÍNDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
ÍNDICE.....	IV
ÍNDICE DE TABLAS.....	VII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VIII
RESUMEN.....	IX
ABSTRACT.....	X
INTRODUCCIÓN.....	XI
CAPÍTULO I.....	12
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.1. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA	12
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	13
1.2.1. PROBLEMA GENERAL	13
1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS	13
1.3. OBJETIVO	14
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	14
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
1.4. JUSTIFICACIÓN	14
1.4.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA	14
1.4.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA	14
1.4.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.....	15
1.5. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
CAPÍTULO II.....	16
MARCO TEÓRICO	16
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES	16
2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES	18
2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES.....	20
2.2. BASES TEÓRICAS.....	22
2.2.1. CAPACITACIÓN.....	22
2.2.2. CALIDAD DE SERVICIO.....	27
2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES.....	33

2.4. VARIABLES	34
2.4.1. VARIABLE INDEPENDIENTE.....	34
2.4.2. VARIABLE DEPENDIENTE	34
2.5. HIPÓTESIS.....	34
2.5.1. HIPÓTESIS GENERAL	34
2.5.2. HIPÓTESIS ESPECIFICAS.....	34
2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	35
CAPÍTULO III.....	38
METODOLOGÍA.....	38
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	38
3.1.1. ENFOQUE	38
3.1.2. ALCANCE O NIVEL	38
3.1.3. DISEÑO	38
3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	39
3.2.1. POBLACIÓN.....	39
3.2.2. MUESTRA	40
3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS ...	41
3.3.1. TÉCNICA	41
3.3.2. INSTRUMENTO	41
3.4. TÉCNICAS PARA LA PRESENTACIÓN DE DATOS	41
3.5. TÉCNICAS PARA EL ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS	41
3.6. ASPECTOS ÉTICOS	41
CAPÍTULO IV	42
RESULTADOS	42
4.1. RESULTADOS DESCRIPTIVOS.....	42
4.2. RESULTADOS INFERENCIALES.....	52
4.2.1. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS GENERAL.....	52
4.2.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS ESPECIFICA	53
CAPÍTULO V.....	56
DISCUSIÓN DE RESULTADOS	56
CONCLUSIONES	59
RECOMENDACIONES.....	61
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	63

ANEXOS 68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables	35
Tabla 2 Población de estudio 1	39
Tabla 2 Población de estudio 2	39
Tabla 4 Capacitación del colaborador	42
Tabla 5 Capacitación en el puesto	43
Tabla 6 Capacitación por aprendizaje	44
Tabla 7 Capacitación por instrucción en el puesto	45
Tabla 8 Calidad de servicio	46
Tabla 9 Tangibilidad	47
Tabla 10 Fiabilidad	48
Tabla 11 Capacidad de respuesta.....	49
Tabla 12 Seguridad	50
Tabla 13 Empatía	51
Tabla 14 Prueba de normalidad	52
Tabla 15 Correlación de Spearman – Hipótesis General.....	52
Tabla 16 Correlación de Spearman – Hipótesis Especifica 1	53
Tabla 17 Correlación de Spearman – Hipótesis Especifica 2	54
Tabla 18 Correlación de Spearman – Hipótesis Especifica 3	55

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Capacitación del colaborador.....	42
Figura 2 Capacitación en el puesto	43
Figura 3 Capacitación por aprendizaje.....	44
Figura 4 Capacitación por instrucción en el puesto	45
Figura 5 Calidad de servicio	46
Figura 6 Tangibilidad	47
Figura 7 Fiabilidad	48
Figura 8 Capacidad de respuesta	49
Figura 9 Seguridad	50
Figura 10 Empatía	51

RESUMEN

La presente investigación se titula “Capacitación del colaborador y la calidad de servicio de la empresa de transporte Turismo Real, Huánuco 2022”, el cual tuvo como objetivo principal determinar la relación de la capacitación del colaborador y la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022. El estudio fue elaborado con un diseño no experimental y un enfoque cuantitativo, descriptivo-correlacional, la investigación se elaboró utilizando una metodología aplicada. La muestra estuvo conformada por 25 trabajadores y 374 clientes definidos por muestreo probabilístico, a los cuales se le aplicó un cuestionario como instrumento compuesto por 26 ítems. La investigación concluye determinando que la capacitación del colaborador se relaciona de manera significativa con la calidad del servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022, cuyo coeficiente de correlación de Spearman fue de 0,932 con un nivel de significancia de $p < 0,05$, el cual da como resultado una correlación positiva muy alta, ósea a mayor capacitación de los colaboradores, mejora la calidad del servicio.

Palabras claves: aprendizaje, calidad de servicio, capacitación, colaborador, instrucción.

ABSTRACT

The present research is entitled "Employer training and service quality of the transporte Turismo Real, Huánuco 2022 company", whose main objective was to determine the relationship between employee training and service quality of the Transporte Turismo Real, Huánuco 2022 company. The study was elaborated with a non-experimental design and a quantitative, descriptive-correlational approach, the research was elaborated using an applied methodology. The sample consisted of 25 workers and 374 customers defined by probabilistic sampling, to whom a questionnaire was applied as an instrument composed of 26 items. The research concludes by determining that employee training is significantly related to the quality of service of the company Transporte Turismo Real, Huánuco 2022, whose Spearman correlation coefficient was 0.932 with a significance level of $p < 0.05$, which results in a very high positive correlation, i.e. the better the training of employees, the better the quality of service.

Key words: Learning, quality of service, training, collaborator, instruction.

INTRODUCCIÓN

Algunas empresas de nuestro país siguen sin dar una gran prioridad a la capacitación de sus empleados, a pesar de que el mercado es extremadamente volátil y, por tanto, es necesario proporcionarles información actualizada sobre cómo mejorar la calidad del servicio, permitiéndoles desempeñar sus funciones diarias con mayor eficacia.

Es así que la presente investigación titulada: Capacitación del colaborador y la calidad de servicio de la empresa de transporte Turismo Real, Huánuco 2022, parte desde la siguiente interrogante: ¿De qué manera la capacitación del colaborador se relaciona con la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022? Teniendo como objetivo principal determinar la relación de la capacitación del colaborador y la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022.

El primer capítulo de esta investigación describe el tema del estudio e identifica las variables que se investigarán, teniendo en cuenta sus límites y viabilidad. También se presentan las justificaciones teóricas, metodológicas y prácticas del propósito de este estudio.

La estructura teórica, que se fundamenta en antecedentes globales, nacionales y locales, además de la descripción teórica y la operacionalización de cada variable de estudio, se abordan extensamente en el Capítulo II.

El capítulo III presenta la metodología del estudio, que se formuló mediante un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental. También describe los instrumentos y procedimientos utilizados para el análisis de datos, utilizando el cuestionario como herramienta y la encuesta como técnica de análisis.

Por último, en el capítulo IV se presentan los datos recogidos en la bibliografía utilizada en esta investigación, junto con las conclusiones, recomendaciones y resultados obtenidos tras la aplicación de las encuestas mediante cuadros y gráficos.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Las organizaciones deben comprender ahora lo decisivo que es elevar el nivel de conocimientos profesionales de su planilla y prestar servicios de alta calidad, ya que se exponen al riesgo de estancarse y desarrollarse inadecuadamente en los tiempos actuales de alta competitividad. Por eso es vital seguir capacitando a sus trabajadores.

Según Paz (2021), el 56% de los mexicanos cree que su empresa recortó las posibilidades de capacitación a causa del brote de COVID-19. Los programas de capacitación y desarrollo de talento que se quedan cortos no sólo perjudican a los empleados, sino que también ponen en riesgo las operaciones de la empresa. A pesar de existir un mercado muy dinámico y digitalizado, la empresa puede sufrir si no se desarrolla un programa de talento dentro de la organización, 6 de cada 10 personas a nivel mundial identifican que la pandemia ha permitido la necesidad de adquirir nuevas habilidades a gran velocidad. Se predice que las habilidades laborales actuales de las personas quedarán obsoletas en sólo cinco años. El bienestar tanto de los empleados como de los consumidores aumentará si el equipo está mejor equipado para afrontar los cambios.

Algunas empresas de nuestro país siguen sin dar una gran prioridad a la capacitación de sus empleados, a pesar de que el mercado es extremadamente volátil y, por tanto, es necesario proporcionarles información actualizada sobre cómo mejorar la calidad del servicio, permitiéndoles desempeñar sus funciones diarias con mayor eficacia.

Como afirma Astete (2014) a nivel nacional, las empresas significativas invierten entre el 1% y el 2% de la retribución de su planilla a actividades como la capacitación. Sin tomar en cuenta que algunas pequeñas y medianas empresas no destinan fondos para este tipo de actividades, no le dan mucha prioridad. Según el informe, las empresas peruanas no gastan en la capacitación de sus empleados, lo que se traduce en un déficit en la calidad del servicio prestado por algunas de ellas.

Velázquez (2021) reportó que el número total de empresas de transporte que operan entre la zona de Huánuco y Lima en el 2019 asciende a 16. La intensificación de la competencia entre las organizaciones de transporte las ha llevado a diseñar estrategias orientadas a obtener ventajas a través de la distinción positiva, el reconocimiento y la lealtad de los clientes. Estas estrategias abarcan diversos aspectos de la atención al cliente y la calidad del servicio, que son cruciales para lograr la competencia en una industria que plantea crecientes desafíos en la captación de clientes.

En ese sentido, la presente investigación busca el poder conocer cual es el comportamiento de la calidad del servicio en la empresa Turismo Real, asimismo pretendiendo conocer como se viene dando la capacitación a los colaboradores, queriendo determinar la asociación que existe entre ambas variables.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. PROBLEMA GENERAL

¿De qué manera la capacitación del colaborador se relaciona con la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022?

1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

- a) ¿Cuál es la relación de la capacitación en el puesto y la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022?
- b) ¿Cuál es la relación de la capacitación por aprendizaje y la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022?
- c) ¿Cuál es la relación de la capacitación por instrucción en el puesto y la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022?

1.3. OBJETIVO

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la relación de la capacitación del colaborador y la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Determinar la relación de la capacitación en el puesto y la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022.
- b) Determinar la relación de la capacitación por aprendizaje y la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022.
- c) Determinar la relación de la capacitación por instrucción en el puesto y la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022.

1.4. JUSTIFICACIÓN

1.4.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

El estudio fue de gran relevancia por las ideas, conceptualizaciones y conclusiones que se determinaron en este tipo de investigación, ya que anteriormente no se habían realizado investigaciones similares a la población de estudio.

La investigadora preciso la reflexión y el debate académico sobre conocimientos ya existentes, confrontar teorías, contrastar resultados y establecer nuevas explicaciones para conocimientos que ya existen. (Bernal, 2012)

1.4.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

La base de esta investigación fue comprender la relación entre la formación de los empleados y la calidad del servicio a través de las percepciones de los trabajadores. A continuación, la organización puede evaluar estas conclusiones y tenerlas en cuenta para mejorar la gestión de la atención según sea necesario.

1.4.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

La operacionalización de las variables de la investigación y la obtención de respuestas de la población estudiada se llevaron a cabo en este estudio mediante el uso de técnicas metodológicas, a saber, el instrumento del cuestionario y la metodología de la encuesta. Además de proporcionar el marco para futuras investigaciones, este estudio también sirve de base para otras investigaciones descriptivas.

1.5. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

La principal limitación fue el tiempo de los trabajadores de la empresa, sobre todo de los conductores y terramozas, ya que ellos tienen salidas diarias, en ese sentido se buscó el momento preciso para poder realizar la ejecución del instrumento de estudio.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Ríos (2020) en investigación que lleva como título: *Evaluación de resultados de capacitación del personal en indicadores de gestión de calidad del servicio al cliente de la empresa sistema de emisoras Atalaya S.A*, tuvo por objetivo principal la evaluación del impacto de la capacitación del talento humano que forma parte del área de ventas en los indicadores de gestión de calidad del servicio al cliente, en la empresa Sistema de Emisoras Atalaya S.A, en el periodo 2019. Utilizo una metodología cuantitativa según su diseño y de tipo descriptiva. Como técnica de investigación se utilizó la encuesta mediante el modelo SERVPERF, el cual midió el impacto de la capacitación del talento humano en la calidad de servicio; este modelo se utilizó en una población de 50 clientes, los cuales fueron atendidos por el personal de ventas; por otro lado, su muestra de estudio tiene la misma cantidad que en la población. El autor fue capaz de sacar la conclusión de que existe una conexión entre el desarrollo del capital humano y la supervisión de la calidad del servicio al cliente. También se observó que la formación de los empleados es crucial para que los directivos de la empresa garanticen la plena satisfacción de sus clientes. Del mismo modo, la evaluación de la calidad del servicio de Atalaya Broadcasting System recibió una puntuación inferior a 65, lo que indica un grado de satisfacción moderado. En consecuencia, para aumentar tanto la satisfacción de los clientes como la calidad del servicio, es necesario mejorar la formación del talento humano.

Yuqui y García (2020), en investigación titulada: *Evaluación de la calidad del servicio de transporte urbano mediante el modelo Servperf: Caso Megaservitron, La Troncal – Ecuador*, tuvo por objetivo primordial evaluar la calidad de servicio de la empresa Megaservitron aplicando las cinco dimensiones del modelo Servperf evaluando su influencia en

la satisfacción del usuario. La metodología de estudio es no experimental, transversal, de tipo correlacional causal, se utilizó como técnica de medición a la encuesta y el cuestionario como instrumento, el cual incluyó 34 preguntas, esto fue dirigido a una población y muestra de 300 personas en modo aleatorio. Como conclusión, el autor determinó que la población del estudio valora más el servicio de la empresa por las siguientes razones: su ubicación conveniente, su personal amable y bien informado, su capacidad de prestar el servicio tal como se anuncia (fiabilidad) y su compromiso de ofrecer un servicio personalizado, también las instalaciones físicas y la reputación de los empleados (elementos tangibles); la precisión y coherencia con que se presta el servicio (fiabilidad); y la atención personalizada con que se trata a los clientes (empatía). Además, se identificó entre los resultados una aparente falta de interés por parte de los consumidores tanto en el deseo de la empresa de ayudar y prestar un servicio rápido (capacidad de respuesta) como en el nivel de felicidad de los clientes. No obstante, también se detectó una probable falta de preocupación por la confianza y seguridad que sienten los trabajadores (seguridad). Los resultados mencionados no deben animar a la empresa a subestimar estas respuestas, sino más bien considerarlas como posibilidades para superar las expectativas de sus clientes y de su personal.

López y Tigrero (2022), en investigación titulada: *Análisis de la calidad del servicio aplicando el modelo SERVQUAL en las operadoras de transporte interprovincial de la región litoral del Ecuador*, tuvo por objetivo principal analizar la calidad del servicio del transporte interprovincial de la región Litoral del Ecuador, haciendo uso del modelo SERVQUAL. La metodología de estudio se basó en un enfoque cuantitativo, con alcance descriptivo y diseño no experimental; la población estuvo compuesta por 8 631 699 habitantes de la región litoral del Ecuador y su muestra de acuerdo a una fórmula de población finita fue de 385 usuarios. Se utilizó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento de recolección. El autor llegó a la conclusión de que las probables razones que influyen en la calidad del

servicio de transporte se reflejan en el grado de desacuerdo juzgado por los encuestados mediante una escala de Likert, en la que seis de las veinticinco preguntas obtuvieron las medias más bajas. Los usuarios creen que los transportistas, en particular, carecen de los recursos necesarios para hacer frente a incidentes imprevistos como robos, incendios y problemas médicos, ya que no siguen las normas de bioseguridad y las pocas cámaras de vigilancia instaladas en las unidades no son muy capaces. El documento también hace hincapié en la importancia de reconocer que la planificación de la respuesta de emergencia debe formar parte de la arquitectura operativa de los sistemas de tránsito. Por lo tanto, tiene sentido que se adhieran al plan de mejora recomendado, que les ayudará a evaluar, registrar y mejorar sus competencias. Además, facilitará la coordinación de estos esfuerzos con los organismos de respuesta a emergencias, mejorando la seguridad tanto de los viajeros como de la comunidad de respuesta a catástrofes.

2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES

Calderón (2022), en su investigación que lleva como título: *Capacitación al personal administrativo de la municipalidad distrital del Parco, Bagua y la calidad del servicio al usuario 2016 – 2018*, tuvo por objetivo primordial determinar la incidencia en la capacitación al personal administrativo de la municipalidad distrital de El Parco, Bagua y la calidad de los servicios a los usuarios en el periodo 2016 – 2018. La metodología de estudio es de tipo correlacional, ya que ambas variables se relacionan, también es estadístico descriptivo y de diseño no experimental. La población y muestra de estudio estuvo constituida por 10 trabajadores administrativos que pertenecen a la Municipalidad distrital de El Parco, Bagua. La técnica que se utilizó fue la encuesta y el instrumento un cuestionario que contiene 23 ítems, los cuales se dividen en 11 ítems y 12 ítems, para la primera y segunda variable respectivamente. El autor concluyó que los trabajadores del MDEP, al ser debidamente capacitados y hayan completado con éxito la formación; permitió a los trabajadores desempeñar sus funciones con

mayor eficacia y eficiencia; la evolución de los procedimientos administrativos eficientes; y la ejecución de los gastos necesarios. Además, de acuerdo al objetivo general, se concluyó que con un coeficiente de Pearson de -0,62, podemos inferir que existe una conexión negativa pero no fuerte entre estos dos factores.

Salazar (2021), en su investigación titulada: *La capacitación y su incidencia en la mejora de la calidad de servicio del Hospital Naylamp, Chiclayo, Lambayeque, 2019*, cuyo objetivo principal fue determinar los efectos del programa de capacitación en la mejora de la calidad de servicio del Hospital Naylamp I de ESSALUD de Chiclayo – Lambayeque, 2019. La metodología de estudio fue de tipo aplicada y el diseño de estudio fue pre experimental con pre y post test a un solo grupo de estudio, el cual estuvo conformado por 2080 usuarios y la muestra de estudio por 71 usuarios. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario de Calidad de servicio. El autor concluyó la evaluación previa de la calidad del servicio revela que el 45,07% de los consumidores están descontentos con la experiencia hasta el momento; esto indica que el nivel bajo de la calidad de servicio es significativo. A la luz de los resultados de la evaluación de la calidad del servicio, es imperativo que el personal médico del Hospital Naylamp participe en un programa de formación. Posteriormente, al aplicar este programa de capacitación, aproximadamente el 39% de los empleados se han mostrado satisfechos con la formación recibida hasta el momento y las quejas de los clientes sobre la calidad del servicio disminuyeron drásticamente. Se produjo un descenso significativo de la insatisfacción de los clientes con la calidad del servicio, que pasó de un nivel alto a un nivel moderado, esto al comparar los resultados antes y después de la implantación del programa de formación.

Correa (2020), en su investigación titulada: *Capacitación laboral y su relación con la calidad de servicio en la empresa Turismo CIVA S.A.C., Lima – 2020*, cuyo objetivo primordial fue determinar cómo se relaciona la capacitación laboral y la calidad de servicio en la empresa Turismo CIVA S.A.C., Lima - 2020. La metodología de estudio fue de

tipo activa o dinámica, el enfoque cuantitativo, de un nivel descriptivo correlacional, con diseño no experimental y transversal. La población de estudio estuvo conformada por 120 trabajadores de la empresa Turismo CIVA S.A.C y la muestra estuvo conformada por 92 trabajadores de la misma empresa, del área de administrativa y de servicios. La técnica de estudio fue la encuesta y el instrumento el cuestionario. El autor concluyó que existe una fuerte correlación positiva entre la calidad del servicio prestado por sus empleados y el nivel de educación y formación que han recibido, con un estadístico Rho de Spearman que asciende a 0,690, a un nivel de significancia $p=0,000$ que es menor al 0,05; esta correlación positiva es atribuible en gran medida al hecho de que Turismo CIVA SAC aplica una buena capacitación en la formación técnica de los trabajadores.

2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES

Alvarado (2021), en su investigación que se titula: “Administración de recursos humanos y calidad de los servicios de la Municipalidad Provincial de Ambo, 2021”, tuvo por objetivo principal determinar la relación existente entre la administración de recursos humanos y la calidad de los servicios de la Municipalidad Provincial de Ambo, 2021.

La metodología de estudio es de tipo básica, descriptiva, cuantitativa, de diseño no experimental; la población estuvo conformada por 219 trabajadores de las distintas áreas de la Municipalidad de Ambo y la muestra de estudio fue no probabilístico con criterios de inclusión y exclusión; por lo tanto, fue un total de 60 trabajadores. La técnica de estudio fue la encuesta y el instrumento de estudio fueron los cuestionarios. La elevadísima cifra de 0,936 muestra que el autor llegó a la conclusión de que la gestión de los recursos humanos y la calidad del servicio están estrechamente relacionadas. entre lo buenos que son los servicios y lo que la gente piensa que valen. Por ello, el crecimiento o la mejora de uno dependerá en gran medida del otro. Existe un fuerte vínculo entre ambos factores, como demuestra el coeficiente de elección (r^2), que = 0,968. La calidad de los servicios depende en un 96,8% de cómo se gestionan los recursos

humanos en la agencia local. Asimismo, el proceso de asociación estadística mostró que existía un fuerte vínculo (0,840) entre la variable formación del personal y la variable nivel de los servicios.

Alvarado (2020), en su investigación titulada: “La capacitación y su relación con la gestión de calidad de la empresa Alvi Security SCRL. Huánuco, 2020”, tuvo como propósito principal establecer de qué manera la capacitación se relaciona con la gestión de calidad de la empresa ALVI Security SCRL. Huánuco, 2020. La metodología que se empleó fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo, de diseño descriptivo correlacional, la población está conformado por 45 empleados de la empresa en estudio y la muestra de estudio estuvo conformada por la misma cantidad. La técnica de estudio fue la encuesta y el instrumento el cuestionario. El autor llegó a la conclusión de que la hipótesis general ha sido validada, afirmando que existe una correlación positiva entre la capacitación y la gestión de calidad de ALVI Security SCRL. Huánuco, 2020. Esta conclusión fue sustentada por métodos estadísticos entre ellos la aplicación del Chi cuadrado de Pearson.

Mauricio (2022), en su investigación titulada: “Gestión de recursos humanos y la calidad de servicio al ciudadano, en la municipalidad distrital de Amarilis – 2020”, cuyo objetivo principal fue el determinar la relación que existe entre la gestión de recursos humanos y la calidad de servicio al ciudadano en la Municipalidad Distrital de Amarilis – Huánuco, 2020. Se trata de un estudio con una metodología de tipo básica, con un nivel correlacional, diseño no experimental y de corte transversal. La población de estudio está dividida en 02 grupos, la primera está constituida por los colaboradores de la MDA, de las distintas áreas que contiene, siendo un total de 221; por otro lado, la segunda está representada por la población que realiza tramites en las áreas diversas de la municipalidad, siendo un total de 296 personas. La muestra de estudio fue por conveniencia, siendo 29 los servidores públicos y 42 los usuarios que realizan tramites, se les realizo la técnica de la encuesta y un cuestionario como instrumento. El autor ha

podido concluir que, como resultado de la investigación realizada, se ha establecido el grado de relación entre la gestión de los recursos humanos y la calidad del servicio al ciudadano en la municipalidad distrital de Amarilis. Existe una fuerte relación entre ambas variables ($r=0,454$, $p0,00005$). En general, los empleados están insatisfechos con la gestión de los recursos (69%), mientras que los clientes están insatisfechos con la calidad de los servicios prestados (59%), por lo tanto, la Municipalidad Distrital de Amarilis debería preocuparse por capacitar y motivar al personal y a los contratistas, a fin de garantizar un servicio óptimo a los ciudadanos.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. CAPACITACIÓN

Según Chiavenato (2009), "la capacitación es el proceso educativo a corto plazo, realizado de forma sistemática y estructurada, mediante el cual los individuos aprenden información, desarrollan habilidades y competencias de acuerdo con objetivos predeterminados." (p. 386).

Según lo informado por Robbins y Decenzo (2019) la capacitación ofrece una oportunidad de aprendizaje, ya que su objetivo es lograr un cambio en el individuo que sea razonablemente permanente y que conduzca a una mejora de la capacidad de dicho individuo para realizar un trabajo.

Guglielmetti (2002) expresa que dado que la capacitación es tan crucial para el desarrollo y la gestión de los empleados, debe funcionar en tándem con los demás aspectos de este sistema. Ello exige un conocimiento global de la gestión y el desarrollo humanos, en el que diversas actividades, incluida la formación, interactúan para impulsar tanto el rendimiento individual como la eficacia de la organización.

Según Chiavenato (2002), la capacitación es una forma de potenciar las cualidades prácticas de las personas con el fin de mejorar su productividad, sean más inventivas y capaces de contribuir con éxito a los objetivos de la empresa.

En ese sentido, la capacitación logra la transferencia de información relacionada con el trabajo y una actitud positiva hacia la ejecución de su tarea, lo que ayudará al crecimiento de sus capacidades de acuerdo con los objetivos predeterminados.

Según Dolan et al. (2003), la capacitación de los empleados consiste en una serie de acciones destinadas a mejorar sus capacidades cognitivas y prácticas, además de sus actitudes con el objetivo de mejorar su rendimiento a lo largo del tiempo.

La capacitación de los empleados es un aspecto integral de la cultura de cualquier empresa de éxito, ya que dota a los empleados de los conocimientos necesarios para hacer bien su trabajo. Que los empleados creen que son miembros que contribuyen a la empresa y que la dirección invierte en su desarrollo profesional también contribuye a crear un entorno de trabajo más positivo (Molina, 2017).

La capacitación del trabajador es uno de los medios por los cuales los empleados desarrollan un mayor crecimiento en la productividad de la empresa, ya que son motivados a ser más eficientes para no perder su empleo. Las empresas que ponen un mayor énfasis en la formación de su potencial humano probablemente se vuelvan mucho más productivas (Chacaltana, y Garcia, 2001).

2.2.1.1. OBJETIVOS DE LA CAPACITACIÓN

El objetivo de la capacitación como cultura empresarial es evitar fallos en los múltiples procedimientos que se desarrollan empresarialmente (Mirabal, 2017). Dado que la capacitación es un proceso continuo que pretende potenciar la producción a través de la eficiencia, se erige como uno de los elementos más cruciales dentro de la empresa.

En consecuencia, toda planificación de la capacitación en una organización implica tomar las decisiones correctas en áreas importantes. Debido a la fuerte correlación entre los niveles de ingreso y la dotación inicial, Castañeda, Hernández y Ramos

(2016) sostienen que la capacitación es un componente crucial del crecimiento económico.

2.2.1.2. IMPORTANCIA DE LA CAPACITACIÓN

Según Meja (2017), es absolutamente necesario que las empresas inviertan en formación personal, y el propósito de esta formación es facilitar el aprendizaje colaborativo como recurso para obtener resultados superiores. Para ello, es necesario dotar a los trabajadores de la información adecuada para satisfacer las necesidades de la organización como las del mercado. Por lo tanto, las organizaciones no deben dejar nada al azar mientras participan en cualquier empresa que requiera un compromiso de dinero o recursos.

Por otro lado, Rodríguez (2008) sostiene que el valor de la capacitación reside en la forma en que beneficia a la organización al aumentar la rentabilidad de la empresa, al individuo al fomentar un sentimiento de identidad, crecimiento y avance profesional, y al equipo de trabajo al fomentar una mejor comunicación entre los compañeros.

Según Robbins (2001), la capacitación hace que una persona sea más productiva porque se siente competente y capaz de manejar las tareas que se le asignan en el trabajo.

Según Siliceo (2006), los principales beneficios de la formación son los siguientes: i) garantizar la sostenibilidad de los cambios; ii) aumentar la productividad; iii) mejorar la calidad del rendimiento; iv) disminuir el absentismo; v) reducir los accidentes laborales; vi) mitigar la rotación de personal; y vii) fomentar y mejorar la cultura organizativa.

2.2.1.3. DIMENSIONES DE LA CAPACITACIÓN

Los autores Dessler y Varela (2017) sugieren las siguientes dimensiones de la capacitación:

Capacitación en el puesto: Una persona aprende un trabajo mientras lo ejecuta. Cuando se incorporan a una empresa, todos los empleados, desde el puesto más bajo hasta el director o gerente, deben recibir formación en el puesto que laboran. El enfoque del trabajador sustituto, es decir a través de la rotación es el tipo más frecuente de capacitación en el puesto de trabajo, en el que el jefe directo imparte la instrucción. La rotación de puestos es otra forma de formación en el puesto en la que un empleado (a menudo un directivo en prácticas) pasa de una labor a otro a intervalos predeterminados. Las misiones especiales proporcionan a los directivos de menor rango experimentar en la resolución de problemáticas reales (p. 162).

- **Inducción en el puesto de trabajo:** La inducción es el proceso formal utilizado por las organizaciones para facilitar la asimilación de los trabajadores recién contratados en el lugar de trabajo, permitiéndoles integrarse eficazmente en la cultura organizativa y comenzar sus tareas laborales de forma productiva. (Coulter y Robbins, 2014)
- **Cursos de capacitación para el trabajo:** La incorporación abarca una secuencia de acciones encaminadas a facilitar la asimilación de un candidato a su función designada, su equipo, su supervisor y la organización en su conjunto. (Coulter y Robbins, 2014)
- **Rotación del puesto:** Este método de organización del trabajo implica a un grupo de trabajadores que participan en bolsas de trabajo periódicas. (Coulter y Robbins, 2014)

Capacitación por aprendizaje: el aprendizaje impartido es el resultado de un proceso que produce un trabajador calificado a corto, y largo plazo, asimismo es una especie de combinación de

estudios formales en una clase convencional y una capacitación en el puesto con la práctica rutinaria del trabajo (p. 163).

- **Aprendizaje formal:** Los talleres o cursos se organizan para atender las necesidades específicas de una organización y pueden tener una duración prolongada, a menudo de varias horas. La adquisición de nuevos conocimientos puede referirse a la comprensión de un nuevo servicio o al establecimiento de nuevos marcos organizativos. (Dessler y Varela, 2017)
- **Soporte del jefe directo en el trabajo:** El apoyo directivo se refiere a la ayuda que presta un directivo en el desempeño de sus funciones, con el objetivo de facilitar la adquisición de información y la generación de ideas que promuevan un crecimiento óptimo entre los miembros de su equipo. (Dessler y Varela, 2017)

Capacitación por instrucción en el puesto: La capacitación a través de la experiencia en el puesto de trabajo consiste en una técnica básica de aprendizaje en varias tareas (o partes de tareas), contiene conferencias. El objetivo primordial de este enfoque es proporcionar orientación y capacitación a las personas con ciertas habilidades o destrezas, permitiéndoles desempeñar eficazmente las responsabilidades asociadas con el puesto designado. Por lo tanto, como práctica general, este tipo de formación se lleva a cabo antes de la integración de un individuo en una organización, su avance dentro de la jerarquía, o en el caso de cualquier modificación de los requisitos de un papel particular (p. 163).

- **Manual de procedimiento para cada trabajador:** Los procesos de trabajo incluyen la determinación de sus características y alcance, así como la descripción de

sus actividades secuenciales. (Coulter y Robbins, 2014)

- **Reuniones de capacitación para el colaborador:** se refiere al proceso de mejorar la habilidad, tanto a nivel individual como colectivo, para adquirir información, habilidades y actitudes que faciliten un rendimiento laboral óptimo y la consecución de los objetivos de la organización. (Coulter y Robbins, 2014)

2.2.2. CALIDAD DE SERVICIO

Según Berry (2004) la comunicación eficaz con el cliente es la piedra angular del concepto de calidad de servicio, que se basa en principios de liderazgo y en una cultura de servicio compartido; en otras palabras, ha evolucionado hasta convertirse en el elemento fundamental para retener a los clientes y garantizar que se quedan con las empresas que ofrecen servicios que cumplan los estamentos de calidad. En ese sentido de esta estrategia, la empresa debe realizar importantes esfuerzos para comprender los deseos y expectativas del usuario con el fin de lograr su felicidad integral y plena.

Según Guatzozón et. al (2018) la calidad en el servicio debe ser el procedimiento operativo estándar de una organización para comprender mejor las necesidades y requisitos de los clientes y proporcionarles servicios que satisfagan o superen sus expectativas. Desde este punto de vista, podemos discutir la importancia de la eficiencia y la eficacia de la empresa con el fin del mantenimiento de sus ventajas competitivas y fomentar la lealtad de los clientes.

Ibarra et. al (2017) argumentan que la medición de la calidad del servicio en el transporte es una cuestión apremiante porque las percepciones diarias de los clientes dejan claro que existe una brecha significativa entre el grado de satisfacción de la gente con el servicio y cómo se mide.

En ese sentido, Villarroel (2018) explica que la calidad la proporciona un proveedor de servicios a través de un modelo de distribución en el que los requisitos clave se satisfacen en una interfaz. En consecuencia, los servicios de transporte deficientes tienen un impacto perjudicial en el bienestar humano y cuestan dinero a las empresas.

Según Galviz (2011) el éxito de la gestión de la calidad en el sector servicios reduce gastos y aumenta la cuota de mercado, consigue consumidores satisfechos y fieles, y reconoce que la calidad del servicio es algo más que cumplir las expectativas del cliente.

Al determinar la calidad de un servicio, los clientes comparan sus expectativas con lo que creen haber recibido de una determinada fuente. Cuando se satisfacen o superan las necesidades del cliente, éste percibe que ha recibido un servicio de alta calidad. Cuando la relación calidad-precio es razonable y otras circunstancias y preferencias individuales son propicias, es más probable que los clientes queden satisfechos y, en consecuencia, realicen compras adicionales y permanezcan fieles a ese proveedor (Lovelock y Wirtz, 2009).

2.2.2.1. IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DE SERVICIO

Con la presión constante para aumentar la productividad en todo el mundo, la calidad como garantía se ha convertido en un aspecto integral de las empresas actuales (Evans y Lindsay, 2014).

Los problemas con la calidad del servicio tienen mayor impacto en la mente del cliente que las cosas en sí mismas, debido a la penetración de la cultura, que se suma al desarrollo de una imagen en torno al servidor, que se convierte en reputación (Cantú, 2011).

Prieto (2014) afirma que la capacidad de una empresa para satisfacer las demandas de sus clientes frecuentes determina su rendimiento, independientemente del tipo de negocio en el que

opere: industrial, comercial o de servicios. En un esfuerzo por conquistar a los clientes, los rivales en la industria ofrecen soluciones únicas a las necesidades que han sido reconocidas.

Algunos factores que impulsan la transformación empresarial y la mejora de los servicios son:

- La competencia del mercado.
- Clientes exigentes.
- Conservar es más valioso que conseguir.
- Treinta clientes se van por un cliente descontento.
- Los errores salen caros.
- Vida de la empresa.
- Desarrollo personal.
- Mayores beneficios.
- Supervivencia empresarial.

2.2.2.2. LOS PRINCIPIOS DE LA CALIDAD DE SERVICIO

Según Velazco (2011, p. 246), una serie de principios rectores deben ser la base de todo servicio de alta calidad, entre ellos:

- Recuerde que la calidad de su servicio la determinan en última instancia sus clientes, y tenga siempre en cuenta sus comentarios.
- Puesto que el cliente es quien elige el grado de calidad, siempre es vital ofrecer más en la prestación de servicios, ya que siempre quiere más.
- Si una empresa quiere destacar entre la multitud en cuanto a servicio al cliente, tiene que hacer afirmaciones que la diferencien de la competencia sin dejar de satisfacer las necesidades de los clientes.
- A la hora de prestar servicios, las empresas deben equilibrar lo que desean sus clientes con lo que razonablemente pueden esperar obtener.

- La calidad de los servicios impide definir normas y objetivos, aunque se trate de un bien intangible y, por tanto, pueda considerarse subjetivo.
- No existe un servicio a medias. Se requiere un servicio excelente.

2.2.2.3. CARACTERÍSTICAS DE LA CALIDAD DE SERVICIO

Es importante señalar los siguientes rasgos distintivos entre ellos: intangibilidad, heterogeneidad e inseparabilidad; se tratarán en mayor profundidad a continuación:

- **Intangibilidad:** Al ser reacciones, los servicios son fundamentalmente inmateriales (Lovelock, 1983). Por ello, la mayoría de los servicios no pueden compararse con productos físicos en cuanto a su atractivo estético o sus características descriptibles. Debido a la naturaleza intangible de sus ofertas, los proveedores de servicios suelen tener dificultades para evaluar con precisión la satisfacción del cliente (Zeithaml, 1981). La valoración que un cliente haga de un servicio dependerá de su experiencia con él, así como de sus expectativas al respecto
- **Heterogeneidad:** En el sentido de que las respuestas del servicio dependen de factores como el entorno y las personas implicadas, los servicios más amplios se caracterizan por su heterogeneidad. Es difícil hacer una afirmación de calidad, ya que el producto o servicio debe ser tan excepcional que supere las expectativas del cliente. (Cantú, 2011).
- **Inseparabilidad:** La creación y el consumo de servicios van de la mano (Grönroos, 1978). Los servicios de las personas muestran a menudo una conexión cliente-servidor. En consecuencia, la calidad del análisis está en peligro.

2.2.2.4. DIMENSIONES DE LA CALIDAD DE SERVICIO

Parasuraman et al. (1985) utilizaron estadísticas para llevar a cabo su investigación, y sus conclusiones indicaron una conexión entre los factores, lo que les permitió centrarse en sólo cinco características clave: capacidad de respuesta, garantía, tangibilidad, empatía y fiabilidad.

Capacidad de respuesta: en un ensayo de Meehan y Dawson (2002) señalaron que una empresa debe responder de una manera precisa y ágil.

- Disposición para ayudar: En este contexto, el individuo demuestra dedicación al sostener la creencia de que posee una responsabilidad moral para comportarse de una manera que ejemplifique lealtad y obligación en circunstancias sociales que considera importantes. En consecuencia, interiorizan influencias normativas que les impulsan a actuar en consonancia con los intereses de la organización. (Cohen, 2007)
- Prestarle un servicio rápido: La velocidad del servicio tiene una relevancia significativa, ya que sirve como métrica para evaluar la eficacia y el afán del personal de una empresa por satisfacer los requisitos de los clientes. (Díaz et al., 2021)

Fiabilidad: Según Kleine (2015) para que un sistema o componente se considere fiable, debe ser capaz de llevar a cabo sus tareas especificadas dentro de los parámetros y plazos previstos.

- Habilidad para ejecutar lo prometido: La capacidad de ejecutar de forma coherente y meticulosa el servicio comprometido. Respetar sistemáticamente los compromisos y cumplir las obligaciones contraídas. (Díaz et al., 2021)
- Cuidados: refiere a la prestación de un servicio que sea a la vez emocionalmente impactante, lo que se

traduce en una disminución de la probabilidad de insatisfacción del cliente. (Cohen, 2007)

Tangibilidad: el servicio intangible puede complementarse con elementos concretos, como edificios, personal, maquinaria y material promocional (Moyano, 2011).

- Apariencia de las instalaciones: El aspecto físico de las instalaciones sirve como manifestación visual o representación del servicio, que los clientes, especialmente los nuevos, utilizan para evaluar su calidad. (Zeithaml y Bitner, 2001)
- Apariencia de los equipos: refiere a los atributos y cualidades de los materiales o equipos. Garantizar el buen funcionamiento y la funcionalidad de los equipos es un aspecto crucial. (Zeithaml y Bitner, 2001)

Empatía: según Begazo (2015) cuando un consumidor es capaz de identificarse con su situación, usted siente empatía por él y, por tanto, puede relacionarse con sus pensamientos, sentimientos y emociones.

- Comunicación: Permite alcanzar los objetivos previstos a través de los mensajes transmitidos, facilitando así un discurso exitoso (Zeithaml y Bitner, 2001)
- Comprensión al usuario: refiere a saber quiénes son sus consumidores, cuáles son sus deseos y exigencias, cómo actúan y qué les inspira, qué disfrutan, cómo compran. (Cohen, 2007)

Seguridad: Según Berry et al. (1989) es crucial que los empleados tengan la experiencia pertinente, presten mucha atención a los detalles y sean capaces de infundir confianza a los clientes.

- Seguridad y conocimiento de atención: cualidades técnicas y comerciales inherentes al servicio para satisfacer las expectativas del consumidor, necesidades de regulación y control. (Zeithaml y Bitner, 2001)
- Confianza y credibilidad: El resultado se deriva de la aplicación de métodos que dan prioridad a generar una asociación comercial sostenible. Cuando un individuo confía en tu marca. (Zeithaml y Bitner, 2001)
- Profesionalismo: El conjunto de información, habilidades, actitudes y comportamientos que posee un individuo son integrales para facilitar su desempeño eficaz de una tarea determinada. (Zeithaml y Bitner, 2001)

2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES

- Calidad:** Las características que definen un objeto y determinan su valor en comparación con otros similares. (Berry, 2004)
- Ciente:** Se refiere al individuo que obtiene acceso a un producto o servicio mediante un pago o un beneficio predeterminado. (Thompson, 2009)
- Servicio:** Las necesidades de un cliente se satisfacen mediante la prestación de una serie de acciones conocidas como servicio (Sandhusen, 2002).
- Inducción:** Proceso utilizado por la organización para integrar a los recién contratados al lugar de trabajo y garantizar que tengan un primer día fructífero. (Chiavenato, 2002)
- Aprendizaje:** Método por el que se inicia o evoluciona una actividad en respuesta a una circunstancia. (Dessler y Varela, 2017)
- Credibilidad:** La característica que se atribuye a una fuente o comunicación determina la probabilidad de que el receptor crea las afirmaciones que se le han hecho. (Begazo, 2015)

- g. Beneficios:** Satisfacer las necesidades específicas de las personas y proporcionarles una vida laboral y familiar más tranquila y eficaz es lo que se entiende por prestaciones. (Chiavenato, 2002)
- h. Cargo laboral:** El cargo, que ocupa un puesto en la empresa, es una descripción de todas las tareas que realiza el individuo que lo ocupa, combinadas en un todo cohesionado. (Chiavenato, 2002)

2.4. VARIABLES

2.4.1. VARIABLE INDEPENDIENTE

Capacitación

2.4.2. VARIABLE DEPENDIENTE

Calidad de servicio

2.5. HIPÓTESIS

2.5.1. HIPÓTESIS GENERAL

La capacitación del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022.

2.5.2. HIPÓTESIS ESPECIFICAS

- a) La capacitación en el puesto se relaciona significativamente con la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022.
- b) La capacitación por aprendizaje se relaciona significativamente con la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022.
- c) La capacitación por instrucción en el puesto se relaciona significativamente con la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022.

2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1

Operacionalización de variables

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Instrumento
Capacitación	Capacitación en el puesto	Inducción en el puesto de trabajo	¿Usted recibió capacitación del puesto de trabajo cuando ingreso a la empresa Turismo Real? ¿Existe una política de capacitación a través de la inducción en la empresa Turismo Real?	Siempre (5) Casi siempre (4) A veces (3) Casi nunca (2) Nunca (1)	Cuestionario para medir la capacitación y la calidad de servicio
		Cursos de capacitación para el trabajo	¿La empresa Turismo Real cuenta con programas trimestrales, semestrales o anuales de capacitación?		
Capacitación aprendizaje	por	Rotación del puesto	¿Se toma como técnica de capacitación la rotación de puesto, donde el colaborador pasa de un puesto a otro en un periodo de tiempo?		
		Aprendizaje formal	¿Consideras que la combinación de un aprendizaje formal y una capacitación en el puesto es decir en la práctica mejora su aprendizaje a largo plazo? ¿Con el aprendizaje formal que le brinda la empresa Turismo Real mejora sus habilidades y conocimientos en su puesto de trabajo?		
		Soporte del jefe directo en el	¿Su jefe directo le indica las funciones que debe hacer en su		

Calidad de servicio	Capacitación por instrucción en el puesto	Manual de trabajo	¿La capacitación en la práctica durante el proceso de la función es buena en la empresa Turismo Real?
		Manual de procedimiento para cada trabajador.	¿Se le brinda un manual de procedimientos por cada trabajador en la empresa Turismo Real?
			¿Se actualiza continuamente las funciones de cada trabajador en la empresa Turismo Real?
		Reuniones de capacitación para el colaborador	¿Los temas de capacitación se le brinda a todo el personal?
	Tangibilidad	Apariencia de las instalaciones	¿Consideras que los temas de capacitación en la empresa Turismo Real deben ser más específicos según sea la necesidad de cada trabajador?
		Apariencia de los equipos	¿Considera usted que las instalaciones con las que cuenta la empresa Turismo Real son las más adecuadas?
	Fiabilidad	Habilidad para ejecutar lo prometido	¿Los materiales y equipos con los que cuenta la empresa Turismo Real se encuentran en buen estado?
		Cuidados	¿Consideras que los colaboradores tienen todos los conocimientos para poder responder a todas sus responsabilidades?
	Capacidad respuesta	Disposición para ayudar a los pasajeros	¿Se realizan acuerdos objetivos con los clientes?
			¿Consideras que se realizan horas extras con la finalidad de poder cumplir con los clientes?

Seguridad	Prestarle un servicio rápido	¿Se responde de manera rápida las necesidades de los clientes?
	Seguridad y conocimiento de atención	¿Se brinda respuestas satisfactorias y objetivas para satisfacción del cliente? ¿Consideras que los colaboradores de la empresa Turismo Real tienen conocimientos suficientes para responder a todas las preguntas de los clientes?
	Confianza y credibilidad	¿Consideras que el comportamiento de los colaboradores transmite confianza y credibilidad a los clientes? La forma en la que se entrega una respuesta ante una duda, ¿Es bien vista por los clientes?
Empatía	Profesionalismo	¿Con que frecuencia observa que el colaborador atiende de manera cortés a los clientes? ¿Ha observado que el cliente cataloga al colaborador como responsable?
	Comunicación	¿Consideras los colaboradores se comunican de manera adecuada con los clientes?
	Comprensión al usuario	¿Consideras que en la empresa Turismo real todos los colaboradores comprenden las diferentes opiniones de sus clientes?

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación entra en la categoría del tipo de estudio aplicado, es decir se realiza para el entendimiento netamente sobre cuestiones o circunstancias concretas (Huairé, 2019).

3.1.1. ENFOQUE

Dado que se examinaron variables, propiedades y fenómenos cuantitativos, se asume una metodología cuantitativa para este estudio. Para establecer los parámetros se utilizan análisis de tipo exploratorio, descriptivo, inferencial, multivariante, de modelización y de comparación (Hernández et al., 2014).

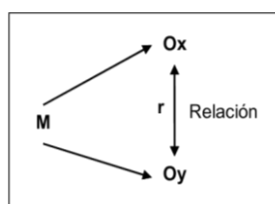
3.1.2. ALCANCE O NIVEL

El alcance o nivel del presente estudio corresponde al descriptivo - correlacional, respecto al descriptivo pretende ofrecer una descripción precisa de una variable mediante un relato detallado del fenómeno o la situación es cuestión de igual manera correlacional, pues mide el grado de asociación que ente dos variables de estudio (Hernández et al., 2014).

3.1.3. DISEÑO

No experimental

Hernández et al. (2014) definen una investigación correlacional no experimental como la observación de sucesos en su entorno natural y su evaluación a partir de los datos existentes sin manipular intencionadamente ningún elemento.



Dónde:

M: Muestra de estudio.

- Ox: Capacitación
 Oy: Calidad de servicio
 r: Relación que existe entre variables.

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1. POBLACIÓN

Todos los elementos, en este caso humanos, que intervienen en los fenómenos establecidos y acotados por el estudio constituyen la población (Arias, 2012).

Población 1: 25 personas, todas ellas empleadas de Turismo Real, constituyen la población de este estudio.

Tabla 2

Población de estudio 1

Área	Cantidad
Área comercial	6
Área administrativa	4
Jefatura de operaciones	1
Área de equipaje y custodia	6
Choferes	4
Terramozas	4
Total	25

Población 2: La segunda población de estudio estuvo determinada por las ventas realizadas por la empresa Turismo Real, 2022.

Tabla 3

Población de estudio 2

Meses	Numero de ventas
Enero y Febrero	3070
Marzo y Abril	2600
Mayo y Junio	2710
Julio y Agosto	3300
Septiembre	2130
Total	13810

La segunda población de estudio estuvo determinada por los clientes de la empresa Turismo Real, la empresa tiene dos horarios de salida de buses el de 8:00 pm y 8:30 pm de lunes a domingo, la cantidad de numero de ventas estuvo conformada por los meses de enero a septiembre del año 2022 se tuvo un total de 13810 ventas.

3.2.2. MUESTRA

Una muestra es una sección estadísticamente válida y estratégicamente elegida de una población estadística. En otras palabras, representa un subconjunto de las personas estudiadas. Por lo tanto, es crucial aseverar de que las unidades de la muestra reflejan convenientemente a la población en general (López, 2004).

Muestra 1: Como hay menos de cincuenta personas en la población, se empleó un método de muestreo no probabilístico, en el que el tamaño de la muestra se decidió en función de toda la población.

Muestra 2: La muestra de estudio está determinada por un muestreo probabilístico, en nuestro caso, la muestra se determinó empleando una fórmula de cálculo del tamaño de muestras en poblaciones finitas. Cuya formula es la siguiente:

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

Dónde:

N = 13810

n = Tamaño de la muestra

p = Probabilidad de éxito (0.5)

q = Probabilidad de fracaso (0.5)

e = Nivel de precisión 5%

z = Limite de confianza 1.96

n = 373.78

n = 374 clientes

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.3.1. TÉCNICA

La encuesta: Es un método de investigación que se lleva a cabo sobre una muestra de entidades que pretende ser representativa de un grupo más amplio. Este método garantiza la exactitud de la información facilitada, ya que se lleva a cabo con una muestra de entidades que pretende ser representativa (Alvira, 2011).

3.3.2. INSTRUMENTO

Cuestionario: La fase de recopilación de datos consiste en responder a una serie de preguntas sobre nuestra muestra de población, y este instrumento nos permitirá hacerlo. (Arribas, 2004)

3.4. TÉCNICAS PARA LA PRESENTACIÓN DE DATOS

Es decir, se empleó el enfoque de medición estadística para el tratamiento de los datos, y los gráficos y las tablas estadísticas sirvieron de instrumento.

3.5. TÉCNICAS PARA EL ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS

Para la realización del análisis e interpretación de los resultados se efectuó la aplicación a través de la redacción del informe: Microsoft Word.

3.6. ASPECTOS ÉTICOS

Sánchez et al. (2018) afirman que la ética en el campo de la ciencia implica adherirse a un conjunto de comportamientos deseados mientras se utiliza el conocimiento científico. En este contexto, los componentes éticos de la investigación incluyen la defensa del ideal de respeto a la dignidad humana, así como la garantía del derecho al anonimato y al secreto.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. RESULTADOS DESCRIPTIVOS

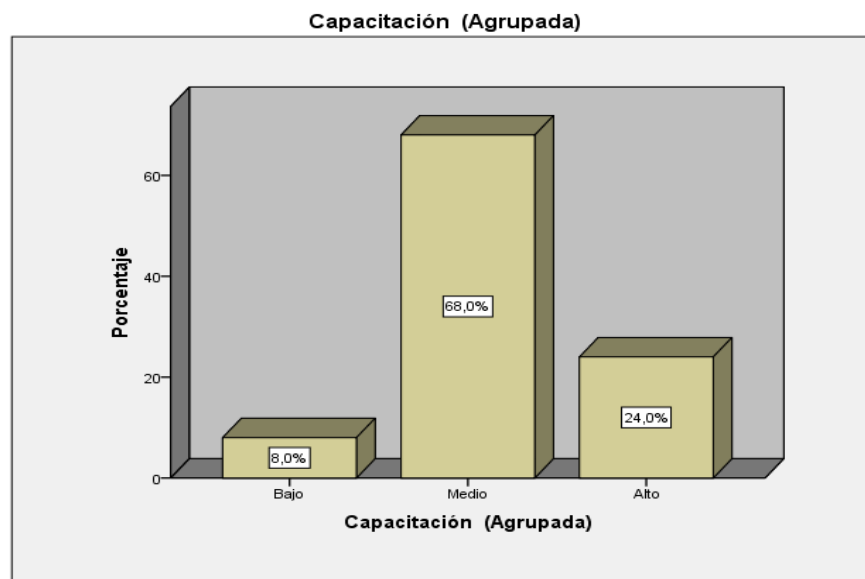
Tabla 4

Capacitación del colaborador

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	8,0	8,0	8,0
	Medio	17	68,0	68,0	76,0
	Alto	6	24,0	24,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Figura 1

Capacitación del colaborador



Interpretación

De acuerdo con la tabla 4 y figura 1 adjuntada, podemos apreciar los resultados respecto al nivel de capacitación del colaborador cuyos porcentajes son los siguientes: Donde el 8,0% se encuentran en un nivel bajo, el 68,0% en un nivel medio y el restante 24,0% en un nivel alto de capacitación. De acuerdo con lo mostrado podemos apreciar que los niveles de capacitación no son suficientes, debido que, para alcanzar un servicio de calidad, todo el personal debe contar con buenos niveles de capacitación.

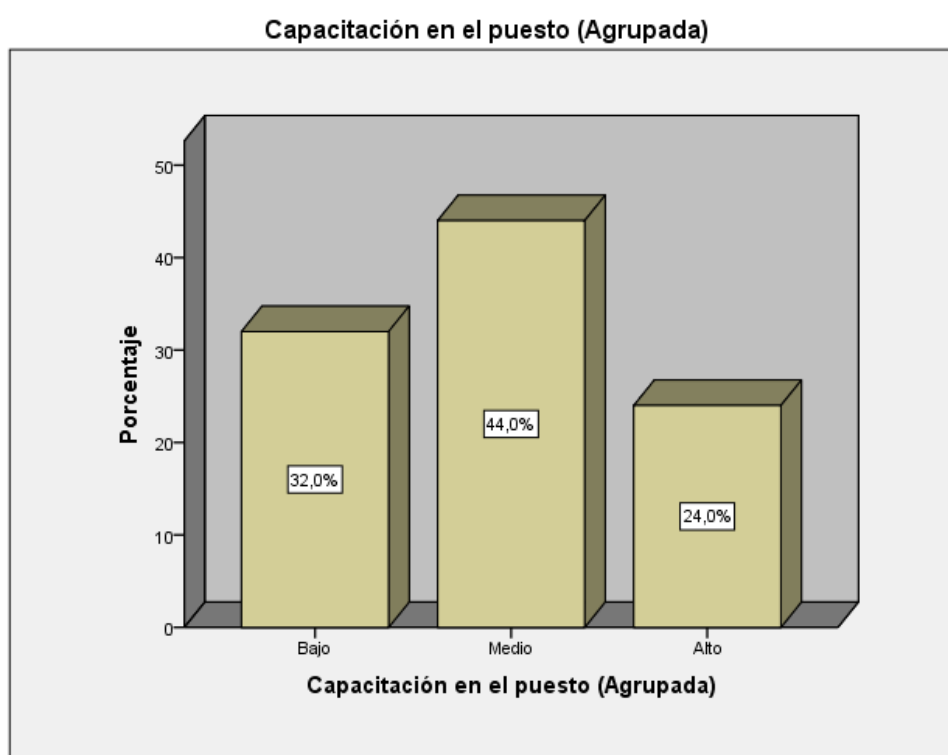
Tabla 5

Capacitación en el puesto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	8	32,0	32,0	32,0
	Medio	11	44,0	44,0	76,0
	Alto	6	24,0	24,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Figura 2

Capacitación en el puesto



Interpretación

Respecto a los niveles de la dimensión capacitación en el puesto, cuyos resultados se adjuntan en la tabla 5 y figura 2, podemos apreciar que el 32,0% de los encuestados se encuentran en un nivel bajo, el 44,0% en un nivel medio y el 24% en un nivel alto de capacitación en el puesto.

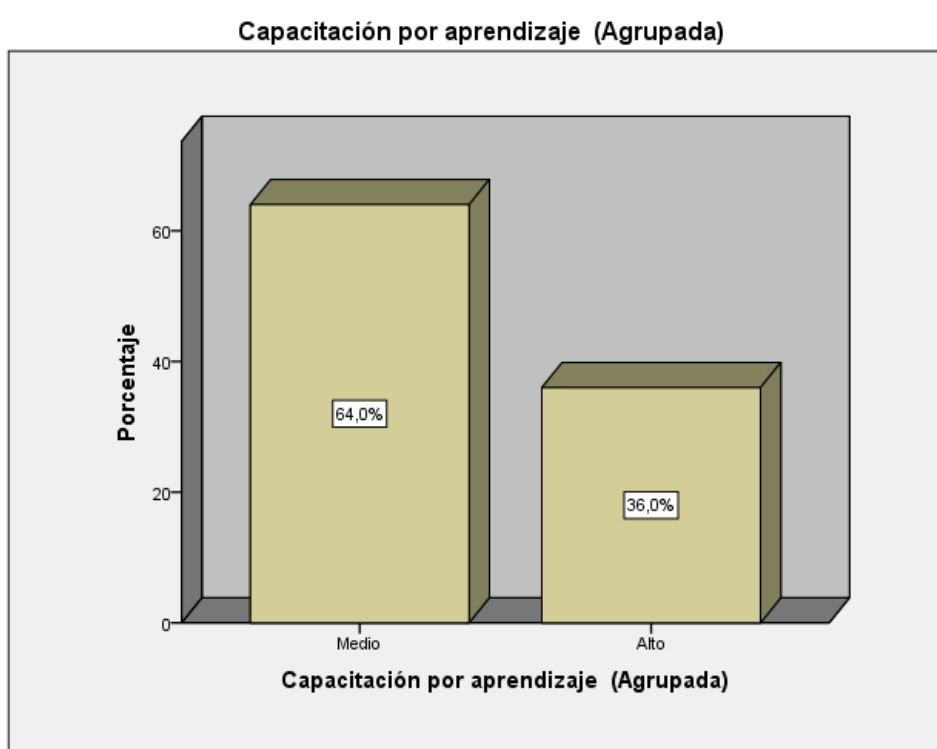
Tabla 6

Capacitación por aprendizaje

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	16	64,0	64,0	64,0
	Alto	9	36,0	36,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Figura 3

Capacitación por aprendizaje



Interpretación

Respecto a los niveles de la dimensión capacitación por aprendizaje, cuyos resultados se adjuntan en la tabla 6 y figura 3, podemos apreciar que el 64,0% de los encuestados se encuentran en un nivel medio, y el restante 36,0% en un nivel alto.

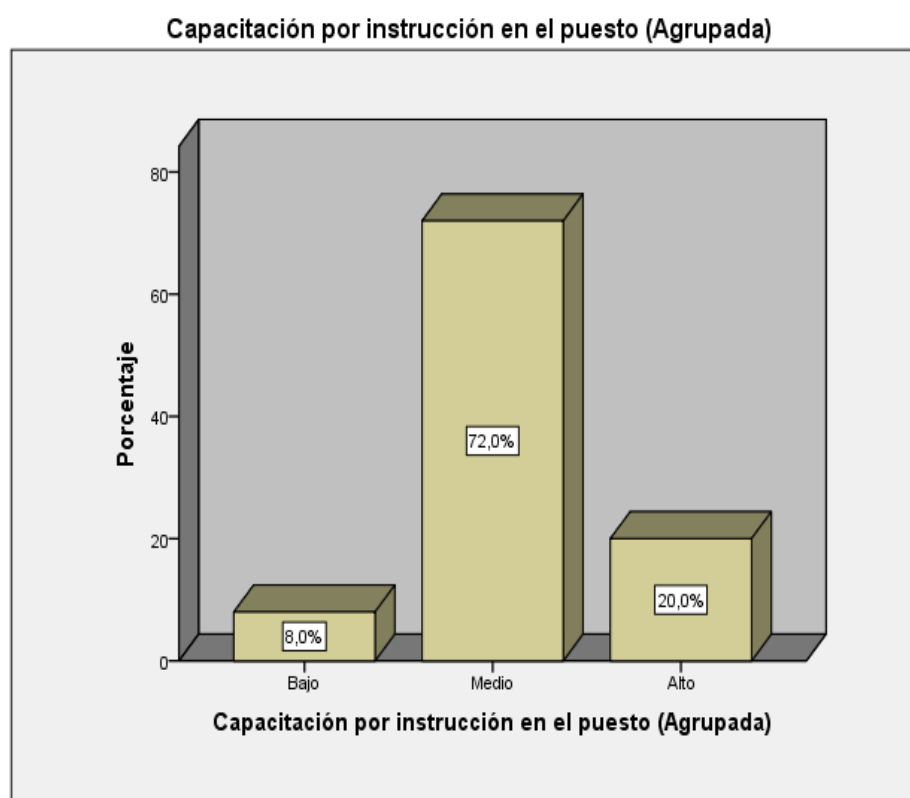
Tabla 7

Capacitación por instrucción en el puesto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	8,0	8,0	8,0
	Medio	18	72,0	72,0	80,0
	Alto	5	20,0	20,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Figura 4

Capacitación por instrucción en el puesto



Interpretación

De acuerdo con la tabla 7 y figura 4 que se adjunta, podemos apreciar los resultados respecto al nivel de la dimensión capacitación por instrucción en el puesto, cuyos porcentajes son los siguientes: Donde el 8,0% se encuentran en un nivel bajo, el 72,0% en un nivel medio y el restante 20,0% en un nivel alto.

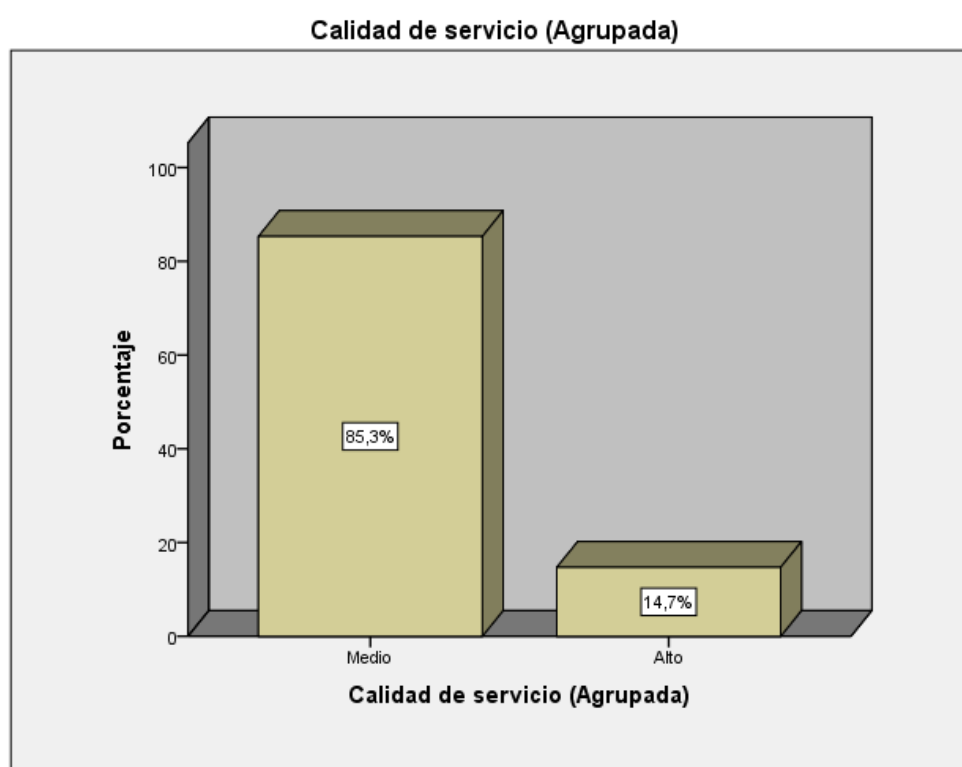
Tabla 8

Calidad de servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	319	85,3	85,3	85,3
	Alto	55	14,7	14,7	100,0
	Total	374	100,0	100,0	

Figura 5

Calidad de servicio



Interpretación

De acuerdo con la tabla 8 y figura 5 que adjuntamos, los resultados que podemos apreciar nos indican que el 85,3% de los encuestados manifiestan una calidad de servicio media por parte de la empresa, mientras que el 14,7% mencionan una calidad de servicio alta.

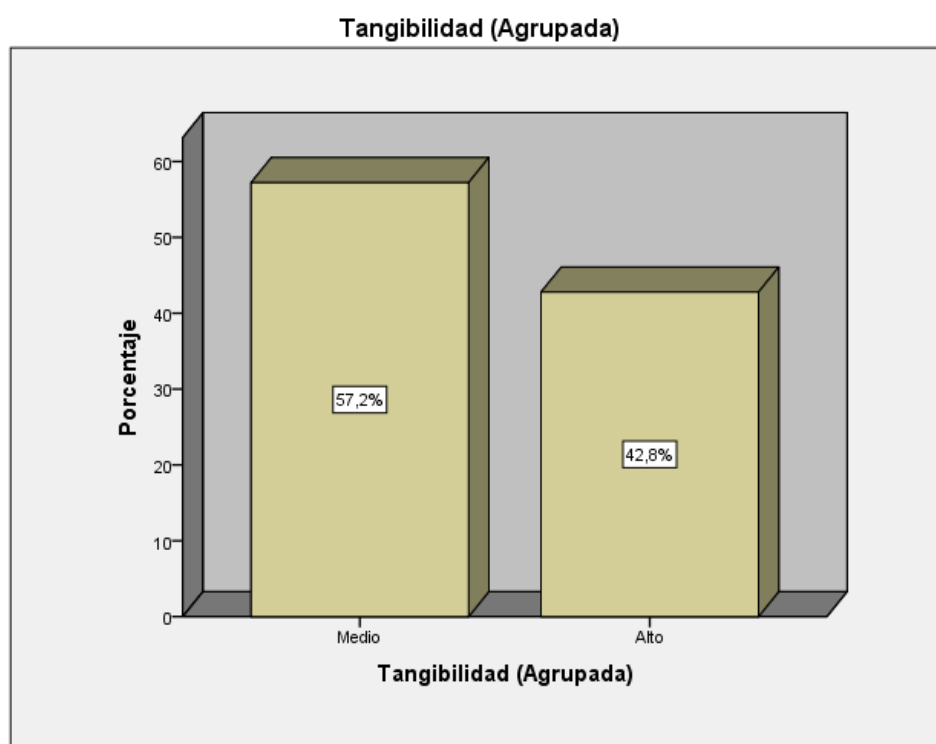
Tabla 9

Tangibilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	214	57,2	57,2	57,2
	Alto	160	42,8	42,8	100,0
	Total	374	100,0	100,0	

Figura 6

Tangibilidad



Interpretación

De acuerdo con la tabla 9 y figura 6 que adjuntamos, los resultados que podemos apreciar señalan que el nivel de la dimensión tangibilidad percibido por los encuestados es del 57,2% en un nivel medio y del 42,8% en un nivel alto.

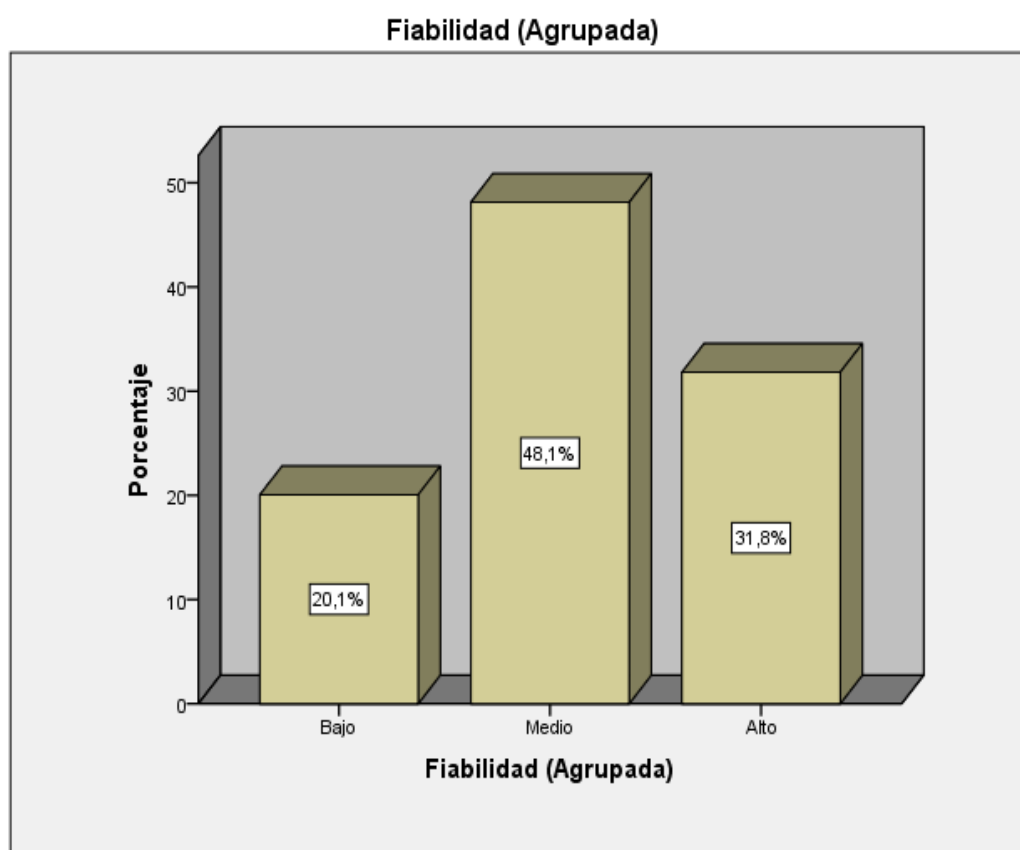
Tabla 10

Fiabilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	75	20,1	20,1	20,1
	Medio	180	48,1	48,1	68,2
	Alto	119	31,8	31,8	100,0
	Total	374	100,0	100,0	

Figura 7

Fiabilidad



Interpretación

De acuerdo con los resultados adjuntados en la tabla 10 y figura 7 que presentamos, los porcentajes que podemos apreciar señalan que el nivel de la dimensión fiabilidad percibido por los encuestados es del 20,1% en un nivel bajo, del 48,1% en un nivel medio y del 31,8% en un nivel alto.

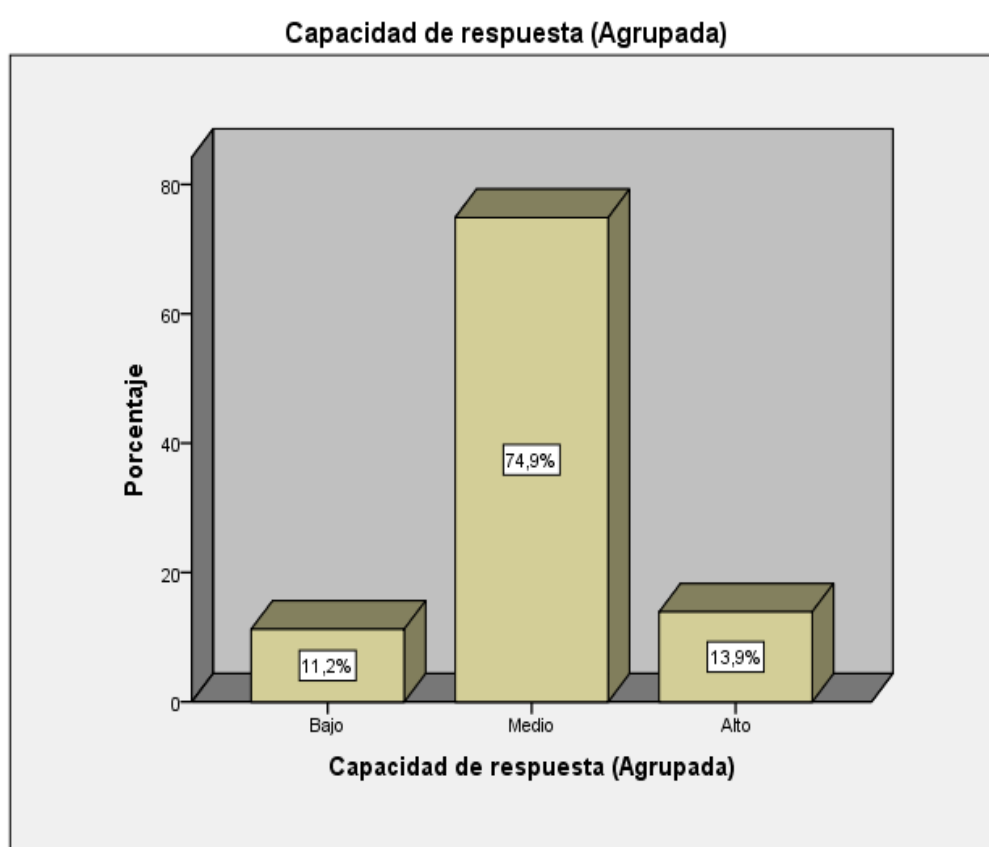
Tabla 11

Capacidad de respuesta

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	42	11,2	11,2	11,2
	Medio	280	74,9	74,9	86,1
	Alto	52	13,9	13,9	100,0
	Total	374	100,0	100,0	

Figura 8

Capacidad de respuesta



Interpretación

De acuerdo con los resultados adjuntados en la tabla 11 y figura 8 que presentamos, los porcentajes que podemos apreciar señalan que el nivel de la dimensión capacidad de respuesta percibido por los encuestados es del 11,2% en un nivel bajo, del 74,9% en un nivel medio y del 13,9% en un nivel alto.

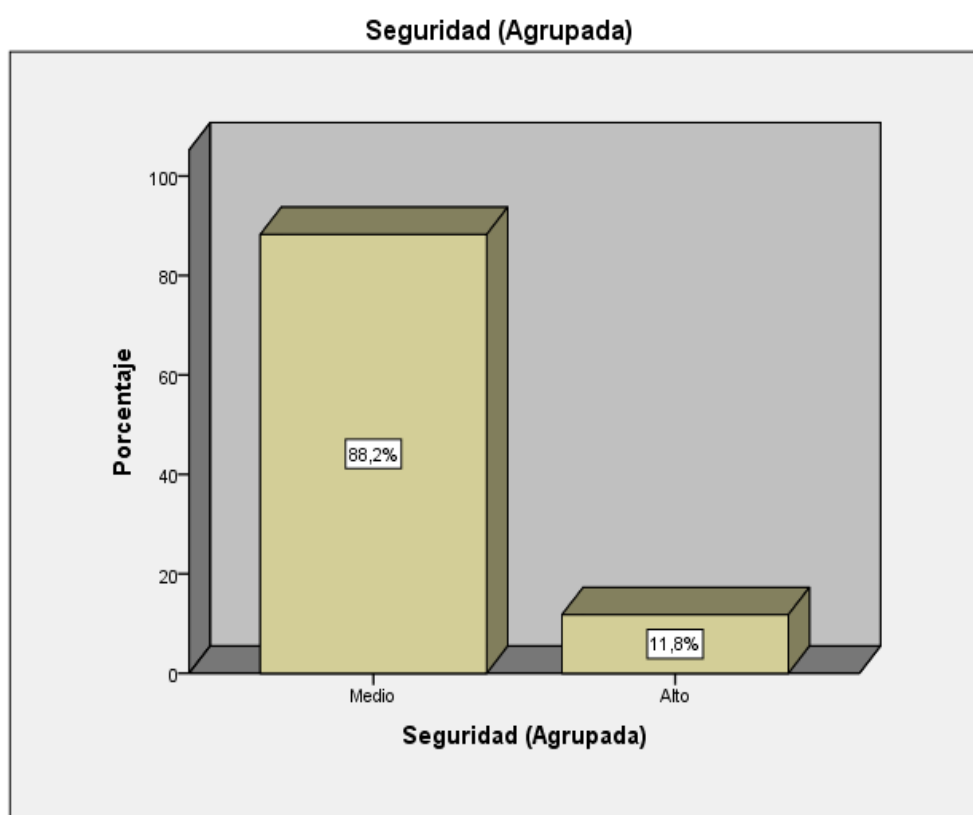
Tabla 12

Seguridad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	330	88,2	88,2	88,2
	Alto	44	11,8	11,8	100,0
	Total	374	100,0	100,0	

Figura 9

Seguridad



Interpretación

De acuerdo con los resultados adjuntados en la tabla 12 y figura 9 que presentamos, los porcentajes que podemos apreciar señalan que la dimensión seguridad percibido por los encuestados es de nivel medio en un 88,2%, y de un nivel alto en un 11,8%.

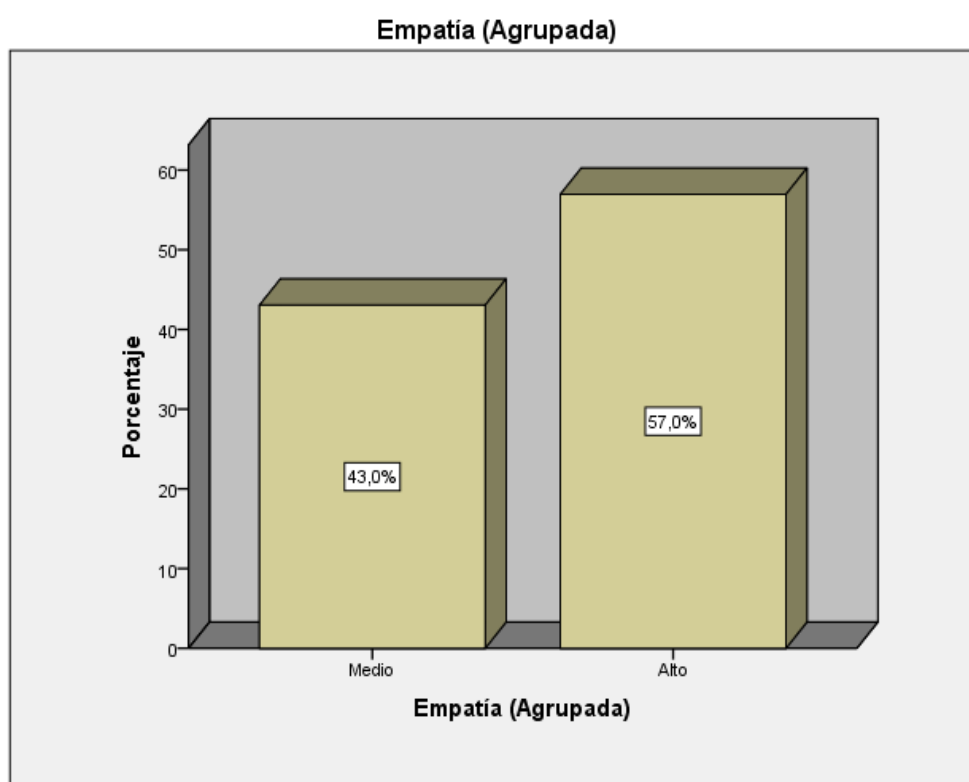
Tabla 13

Empatía

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	161	43,0	43,0	43,0
	Alto	213	57,0	57,0	100,0
Total		374	100,0	100,0	

Figura 10

Empatía



Interpretación

De acuerdo con los resultados adjuntados en la tabla 13 y figura 10 que presentamos, los porcentajes que podemos apreciar señalan que la dimensión empatía percibido por los encuestados es de nivel medio en un 43,0%, y de un nivel alto en un 57,0%.

4.2. RESULTADOS INFERENCIALES

Tabla 14

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Capacitación	,143	25	,000	,903	25	,012
Calidad de servicio	,124	374	,000	,941	374	,000

Para realizar el análisis inferencial, era imprescindible ajustarse a los criterios de las medidas paramétricas. Se observó que ninguna de las distribuciones de contraste arrojaba resultados significativos a un nivel de significación de $p < 0,05$, lo que indica que pueden clasificarse como distribuciones no normales. En consecuencia, se emplearon pruebas no paramétricas, como la Rho de Spearman, para la comprobación de hipótesis en estos casos.

4.2.1. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS GENERAL

Ho: La capacitación del colaborador no se relaciona significativamente con la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022.

Hg: La capacitación del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022.

Tabla 15

Correlación de Spearman – Hipótesis General

		Capacitación	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Capacitación	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	25
	Calidad de servicio	Coefficiente de correlación	,932**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	374

Interpretación: Según los resultados que figuran en el cuadro 15, es posible observar que existe una correlación estadísticamente significativa entre los factores investigados. El coeficiente de correlación de Spearman, que es de 0,932, muestra una correlación positiva muy fuerte. El umbral de significación de p es inferior a 0,05, lo que lleva a respaldar la hipótesis alternativa o a rechazar la teoría nula. En consecuencia, existe una relación considerable entre la capacitación de los empleados y la calidad del servicio que brinda la empresa Transportes Turismo Real, Huánuco 2022.

4.2.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS ESPECIFICA

Hipótesis específica 1

Ho: La capacitación en el puesto no se relaciona significativamente con la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022.

He1: La capacitación en el puesto se relaciona significativamente con la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022.

Tabla 16

Correlación de Spearman – Hipótesis Específica 1

			Capacitación en el puesto	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Capacitación en el puesto	Coeficiente de correlación	1,000	,937**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	25	25
	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	,937**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	25	374

Interpretación: Según los resultados que figuran en el cuadro 16, es posible observar que existe una correlación estadísticamente significativa entre los factores investigados. El coeficiente de correlación de Spearman, que es de 0,937, muestra una correlación positiva muy fuerte. El umbral de significación de p es inferior a 0,05, lo

que lleva a respaldar la hipótesis alternativa o a rechazar la teoría nula. En consecuencia, existe una relación considerable entre la capacitación en el puesto y la calidad del servicio que brinda la empresa Transportes Turismo Real, Huánuco 2022.

Hipótesis específica 2

Ho: La capacitación por aprendizaje no se relaciona significativamente con la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022.

He2: La capacitación por aprendizaje se relaciona significativamente con la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022.

Tabla 17

Correlación de Spearman – Hipótesis Especifica 2

			Capacitación por aprendizaje	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Capacitación por aprendizaje	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000	,873**
		N	25	25
	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,873**	1,000
		N	25	374

Interpretación: Según los resultados que figuran en el cuadro 17, es posible observar que existe una correlación estadísticamente significativa entre los factores investigados. El coeficiente de correlación de Spearman, que es de 0,873, muestra una correlación positiva muy fuerte. El umbral de significación de p es inferior a 0,05, lo que lleva a respaldar la hipótesis alternativa o a rechazar la teoría nula. En consecuencia, existe una relación considerable entre la capacitación por aprendizaje y la calidad del servicio que brinda la empresa Transportes Turismo Real, Huánuco 2022.

Hipótesis específica 3

Ho: La capacitación por instrucción en el puesto no se relaciona significativamente con la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022.

He3: La capacitación por instrucción en el puesto se relaciona significativamente con la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022.

Tabla 18

Correlación de Spearman – Hipótesis Específica 3

			Capacitación por instrucción en el puesto	Calidad de servicio
Rho de Spearman	Capacitación por instrucción en el puesto	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000	,939**
		N	25	25
	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,939**	1,000
		N	25	374

Interpretación: Según los resultados que figuran en el cuadro 18, es posible observar que existe una correlación estadísticamente significativa entre los factores investigados. El coeficiente de correlación de Spearman, que es de 0,939, muestra una correlación positiva muy fuerte. El umbral de significación de p es inferior a 0,05, lo que lleva a respaldar la hipótesis alternativa o a rechazar la teoría nula. En consecuencia, existe una relación considerable entre la capacitación por instrucción en el puesto y la calidad del servicio que brinda la empresa Transportes Turismo Real, Huánuco 2022.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Una vez efectuada la aplicación de nuestro instrumento evaluativo y haber obtenido los resultados de la misma, contrastamos dichos resultados con las conclusiones de los antecedentes y las bases teóricas que tenemos como sustento.

Con respecto a la hipótesis general: Se logró evidenciar la relación existente entre la capacitación del colaborador y la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022, según lo expresado en la correlación de Spearman cuyo valor es de 0,932 indicando una correlación positiva muy alta. Por lo expuesto, dichos resultados se constatan con los hallazgos descritos en la tabla 3 y figura 1, donde se aprecia que el nivel de capacitación del colaborador se encuentra para el 68,0% en niveles medios y para el 24,0% en niveles altos; en conjunto los niveles de calidad de servicio para el 85,3% está en un nivel medio y para el 14,7% en un nivel alto. En esa misma línea se vincula con las conclusiones de Correa (2020) quien determinó una fuerte correlación positiva entre la calidad del servicio prestado por sus empleados y el nivel de educación y formación que han recibido, con un estadístico Rho de Spearman que asciende a 0,690, a un nivel de significancia $p=0,000$ que es menor al 0,05; esta correlación positiva puede atribuirse principalmente a la aplicación efectiva de una amplia capacitación técnica de los trabajadores de una empresa de transportes. Asimismo, coincide con los hallazgos de Alvarado (2021) quienes concluyeron en una relación alta de 0,840 entre la capacitación del personal y la calidad de los servicios prestados por una entidad pública.

Con respecto a la hipótesis específica 1: Se logró evidenciar la relación existente entre la capacitación en el puesto y la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022, según lo expresado en la correlación de Spearman cuyo valor es de 0,937 indicando una correlación positiva muy alta. Por lo expuesto, dichos resultados se constatan con los hallazgos descritos en la tabla 4 y figura 2 cuyos

resultados describen que el 44,0% se encuentran en un nivel medio de capacitación en el puesto, mientras que el 24,0% en un nivel alto. Estos hallazgos se complementan con las conclusiones de Calderón (2022) quien concluyó que los trabajadores al ser debidamente capacitados y completado con éxitos su proceso de formación les permitió desempeñar sus funciones con mayor eficacia y eficiencia. Asimismo, estos resultados se examinan a la luz de la investigación de Salazar (2021), que destaca el impacto positivo de la aplicación de un programa de capacitación para los empleados, su estudio reveló que los empleados se mostraron satisfechos con la capacitación recibida en sus respectivas funciones, lo que condujo a una notable reducción de las quejas de los clientes en relación con la calidad del servicio. En consecuencia, la insatisfacción de los clientes con la calidad del servicio experimentó un descenso significativo, pasando de un nivel alto a un nivel moderado.

Con respecto a la hipótesis específica 2: Se logró evidenciar la relación existente entre la capacitación por aprendizaje y la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022, según lo expresado en la correlación de Spearman cuyo valor es de 0,873 indicando una correlación positiva alta. Por lo expuesto, dichos resultados se constatan con los hallazgos descritos en la tabla 5 y figura 3 cuyos resultados describen que el 64,0% se encuentran en un nivel medio de capacitación por aprendizaje, mientras que el 36,0% en un nivel alto. Estos hallazgos concuerdan con las conclusiones de Correa (2020), que indican una correlación positiva significativa entre el nivel de educación y capacitación recibido por los empleados y la calidad del servicio que prestan. El estadístico Rho de Spearman arrojó un valor de 0,690, lo que indica una fuerte relación positiva. Esta correlación resultó ser estadísticamente significativa con un valor p de 0,000, que está por debajo del umbral convencional de 0,05. La asociación positiva puede atribuirse en gran medida a la aplicación eficaz de programas de capacitación exhaustivos por parte de Turismo CIVA SAC con el fin de mejorar las competencias técnicas de su mano de obra.

Con respecto a la hipótesis específica 3: Se logró determinar la relación existente entre la capacitación por instrucción en el puesto y la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022, según lo expresado en la correlación de Spearman cuyo valor es de 0,939 indicando una correlación positiva muy alta. Dichos resultados se complementan con los hallazgos descritos en la tabla 6 y figura 4 cuyos resultados describen que el 72,0% se encuentran en un nivel medio de capacitación por instrucción en el puesto, mientras que el 20,0% se encuentran en un nivel alto. Estos hallazgos se discuten con las conclusiones de López y Tigrero (2022) quienes, en respuesta de sus usuarios, definieron que los transportistas de las operadoras de transporte interprovincial de la región litoral del Ecuador carecen de recursos técnicos para atender eficazmente imprevistos como emergencias médicas, incendios y robos debido al incumplimiento y desconocimiento de normas de bioseguridad, relacionadas a su instrucción en el puesto.

CONCLUSIONES

1. Se pudo determinar que la capacitación del colaborador se relaciona significativamente con la calidad del servicio de la empresa de Transportes Turismo Real, Huánuco 2022, cuyo coeficiente de correlación de Spearman se evidencia en la tabla 14, dando un valor de 0,932 correspondiente a una correlación positiva muy alta y con un nivel de significancia de $p < 0,05$. Dado los hallazgos encontrados en la tabla 3, se puede deducir que los niveles de capacitación no son los mejores, puesto que, para brindar un servicio de calidad, es necesario que la totalidad de los trabajadores, sean capacitados y den buenos resultados. Esta premisa anterior, se confirma con los resultados expuestos en la tabla 7, donde indica que la mayoría de encuestados manifiestan que la empresa tiene una calidad de servicio media. Por consiguiente, se concluye que, a mayor capacitación de los colaboradores, es posible que mejore la calidad del servicio.
2. Se pudo determinar que la dimensión capacitación en el puesto se relaciona significativamente con la calidad del servicio de la empresa de Transportes Turismo Real, Huánuco 2022, cuyo coeficiente de correlación de Spearman se evidencia en la tabla 15, dando un valor de 0,937 correspondiente a una correlación positiva muy alta y con un nivel de significancia de $p < 0,05$. Dado los hallazgos encontrados en la tabla 4, se puede deducir, que una parte de los colaboradores tienen niveles bajos de capacitación en su puesto, lo que significa que las herramientas, habilidades y actitudes que maneja el personal, no están completamente desarrolladas; esto incita a una rotación constante del personal y gastos en reclutamiento de nuevos colaboradores. Dichos resultados, permiten concluir que a medida que mejoren los niveles de capacitación en el puesto, es posible que la calidad de servicio mejore.
3. Se determinó que la dimensión capacitación por aprendizaje se relaciona significativamente con la calidad del servicio de la empresa de Transportes Turismo Real, Huánuco 2022, cuyo coeficiente de

correlación de Spearman se evidencia en la tabla 16, dando un valor de 0,873 correspondiente a una correlación positiva alta y con un nivel de significancia de $p < 0,05$. Dado los hallazgos encontrados en la tabla 5, se puede deducir, que más de la mitad de los encuestados, tienen un nivel medio de capacitación en conocimientos, lo que pone en desventaja a la empresa, debido que un personal sin nuevos aprendizajes, es aquel que no tiene un buen desempeño, no está motivado y no alcanza los objetivos institucionales. Por tanto, se concluye que a medida que mejore la capacitación por aprendizaje, es posible que la calidad de servicio mejore.

4. Se determinó que la dimensión capacitación por instrucción en el puesto se relaciona significativamente con la calidad del servicio de la empresa de Transportes Turismo Real, Huánuco 2022, cuyo coeficiente de correlación de Spearman se evidencia en la tabla 17, dando un valor de 0,939 correspondiente a una correlación positiva muy alta y con un nivel de significancia de $p < 0,05$. Dado los hallazgos encontrados en la tabla 6, se puede deducir, que la mayoría de encuestados tienen niveles medios de capacitación por instrucción en el puesto; estos resultados señalan que antes que el personal sea colocado en el puesto ideal, su capacitación no es completa. Esta antesala es un augurio que las tareas designadas al personal, no serán resueltas o peor aún, ante posibles problemas, es probable que no sepa cómo reaccionar y brinde una mala imagen de la empresa. Actuales resultados, permiten concluir que, a mayor capacitación por instrucción en el puesto, es posible que la calidad de servicio mejore.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda al Gerente de la empresa de Transportes Turismo Real, Huánuco 2022, tener presente, dentro del plan anual, capacitaciones en determinadas fechas del año, donde estén a cargo personas que tengan experiencia en el campo laboral de transporte. Además, es ideal que los procesos de capacitación, tengan un orden de ejecución y puedan mejorar en cuanto a estrategias, metodologías y actividades didácticas. Posterior a ello, visualizando la problemática de la institución, luego de una sesión de capacitación; es importante recoger las dudas del personal y evaluar en qué situación se encuentran, para que seguidamente se planteen objetivos de mejora.
2. Se recomienda al gerente y jefe de recursos humanos de la Empresa de Transportes Turismo Real, Huánuco 2022, definir estrategias de capacitación en el puesto de trabajo; es decir, brindar capacitaciones, donde se enseñe a los colaboradores a manejar óptimamente las herramientas de su área de trabajo, mejorar sus habilidades para solucionar problemas, enseñarles a gestionar los procesos y sus tiempos e incorporar tecnología que los ayude a desarrollar sus tareas.
3. Se recomienda al gerente y jefe de recursos humanos de la Empresa de Transportes Turismo Real, Huánuco 2022, identificar a sus colaboradores con niveles bajos de capacitación por aprendizaje, de modo que se definan estrategias acordes a la realidad visible de cada trabajador y se de soporte por parte de los jefes inmediatos. Además, es importante certificar las capacitaciones, premiar al colaborador que tenga el mejor desempeño, brindarle beneficios y oportunidades para que siga aprendiendo, como libros gratis, viajes de capacitaciones, subir de puesto de trabajo, entre otros.
4. Finalmente, se recomienda al gerente y jefe de la oficina de Recursos Humanos de la Empresa de Transportes Turismo Real, Huánuco 2022, definir procesos vinculantes de capacitación por instrucción en el

puesto, brindando manuales de procedimientos actualizados y especificando en las necesidades problemáticas de cada trabajador. Adicional, es importante que se realicen inducciones previas al primer día del trabajo, donde se solucionen dudas, inquietudes y se reciban sugerencias o quejas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarado, M. (2020). La capacitación y su relación con la gestión de calidad de la empresa Alvi Security SCRL. Huánuco, 2020. https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/19344/CAPACITACION_GESTION_ALVARADO_ORTEGA_MARIA_VICKY.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Alvarado, M. (2021). Administración de recursos humanos y calidad de los servicios de la Municipalidad Provincial de Ambo, 2021. <https://repositorio.unheval.edu.pe/handle/20.500.13080/7585>
- Alvira, F. (2011). La encuesta: una perspectiva general metodológica. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. Cuadernos metodológicos, 35.
- Arias, F. (2012). El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica. 6ta. Fidas G. Arias Odón.
- Arribas, M. (2004). Diseño y validación de cuestionarios. Matronas profesión, 5(17), 23-29.
- Astete, N. E. (2014). ¿Cuánto invierten las empresas locales en capacitación laboral? El comercio. R
- Begazo, L. (2015). El Marketing de Servicios. <https://www.merk2.com/blog/el-marketing-de-servicios/>
- Berry, L. (2004). Un buen servicio ya no basta. España: Ediciones DEUSTO.
- Berry, L., Bennett, D. y Carter W. (1989). Calidad de servicio, Una ventaja estratégica para instituciones financieras. Editorial: Díaz de Santos. (2da. Edición). España.
- Calderon, C. (2022). Capacitación al personal administrativo de la municipalidad distrital del Parco – Bagua y la calidad del servicio al usuario 2016 – 2018. <https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/19528/Caldero>

n%20Villegas%2c%20Carlos%20Alberto.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Cantú, H. (2011). Desarrollo de una cultura de calidad. Mexico: Mcgraw-Hill.
- Castañeda, M., Hernández, L., & Ramos, J. (2016). Una práctica innovadora en la capacitación empresarial. Revista Cubana de Educación Superior, 35(3), 4-14.
- Chacaltana, J., & García, N. (2001). Reforma laboral, capacitación y productividad. documento de trabajo, (139).
- Chiavenato, A (2002). Administración de Recursos Humanos. Colombia: Editorial McGraw Hill.
- Chiavenato, I. (2009). Administración de Recursos Humanos. Novena edición. Rio de Janeiro: Elsevier Editora. ISBN: 978-607-15-0560-6.
- Cohen, A. (2007). Compromiso antes y después: una evaluación y reconceptualización del compromiso organizacional. Revisión de la gestión de recursos humanos, 17 (3), 336-354.
- Correa, L. (2020). Capacitación laboral y su relación con la calidad de servicio en la empresa Turismo CIVA S.A.C., Lima – 2020. <http://190.119.244.198/bitstream/handle/upa/1133/CORREA%20A%203%91AZCO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Coulter, M., & Robbins, S. (2014). Administración. Pearson educación.
- Dessler, G., y Varela, R. (2017). Administración de recursos humanos (6 ed.). México: Pearson educación.
- Diaz, R., Cajún, J & Gomez, G. (2021). Rapidez en el servicio, creando una imagen a tus clientes. 93 Digital Publisher CEIT, 6(6), 264-277.
- Dolan, S., Valle, R. Jackson, S. y Schuler, R. (2003). La gestión de los recursos humanos (pp. 299-315). Ed. McGraw-Hill, Colombia.
- Evans, J. R., & Lindsay, W. M. (2014). Administración y control de calidad novena edición. México: Cengage Learning.

- Galviz, I. (2011). *Calidad en la Gestión de Servicios*. Venezuela: Biblioteca Vereda del Lago.
- Guatzozón, M., Canto, A., y Pereyra, A. (2018). Calidad en el servicio en micronegocios del sector artesanal de madera en una comisaría de Mérida, México. *Ingeniare. Revista Chilena de Ingeniería*, 28(1), 120–132.
- Guglielmetti, P. (2002). *La gestión de la capacitación en las organizaciones. Pautas Metodológicas*. Perú: Ministerio de Salud de Lima.
- Hernández, R; Fernández, C; Baptista, L. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc GrawHill.
- Huaire, E. (2019). Tesis Fácil. <https://www.aacademica.org/edson.jorge.huaire.inacio/79.pdf>
- Ibarra, M., Romero, V., y Paredes, Z. (2017). La calidad del servicio en el sistema de transporte público y su impacto en la satisfacción del usuario. *Innovaciones de Negocios*, 14(28), 263–286.
- Kleine, D. (2015). *Fiabilidad. Normas ISO 25000*. Recuperado de página web: <https://bit.ly/3dRXkQD>
- Lopez, O. y Tigrero, K. (2022). Análisis de la calidad del servicio aplicando el modelo SERVQUAL en las operadoras de transporte interprovincial de la región litoral del Ecuador. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/18193/1/T-UCSG-PRE-ECO-MD-ADM-130.pdf>
- López, P. (2004). Población muestra y muestreo. *Punto cero*, 9(08), 69-74.
- Lovelock, C., y Wirtz, J. (2009). *Marketing de servicios, personal, tecnología y estrategia*. Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación.
- Mauricio, J. (2022). *Gestión de recursos humanos y la calidad de servicio al ciudadano, en la municipalidad distrital de Amarilis – 2020*. <https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/7136/PMGP00079M29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Meehan, S. y Dawson, Ch. (2002). Capacidad de respuesta. Business Strategy Review.
- Mejía, M. (2017). Integración, gestión y capacitación del recurso humano en las MIPYMES turísticas en la ciudad de Guanajuato. El periplo sustentable (32),
- Mirabal, A. (2017). La capacitación cross-cultural como fuente de ventaja competitiva. Forum Empresarial, 22(2), 31-57.
- Moyano Fuentes, J. (2011). Gestión de la calidad en empresas tecnológicas. Bogotá: StarBook Editorial.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1985). SERVQUAL: Un múltiplo – Artículo Escala para Medir la Percepción del Consumidor sobre la Calidad del Servicio.
- Paz, I. (2021). ¿Qué tanto se ha visto afectada la capacitación en las empresas por la pandemia? AMEDIRH.
- Prieto, J. (2014). Gerencia del servicio. Bogotá: ECOE ediciones.
- Rios, V. (2020). Evaluación de resultados de capacitación del personal en indicadores de gestión de calidad del servicio al cliente de la empresa sistema de emisoras Atalaya S.A.
- Robbins, S. (2001). Comportamiento Organizacional. (8ava Edición) México: Prentice Hall.
- Robbins, S. y Decenzo, D. (2019). Fundamentos de la gestión, libro electrónico. Pearson Higher Ed.
- Rodríguez N. (2008). Capacitación. y desarrollo de los recursos humanos. Tomo I.
- Salazar, M. (2021). La capacitación y su incidencia en la mejora de la calidad de servicio del Hospital Naylamp, Chiclayo, Lambayeque, 2019. http://190.223.55.253/bitstream/UDCH/1410/1/T044_45250949_T.pdf
- Sandhusen, R. L. (2002). Mercadotecnia/por Richard L. Sandhusen (No. 658.8 S35y.).

- Siliceo, A. (2006). Capacitación y desarrollo de personal. Editorial Limusa.
- Tamayo, M. (2007). Metodología de la Investigación. México: Limusa.
- Thompson, I. (2009). Definición de producto. Sin marketing.
- Velazco Sánchez, J. (2011). Gestión de la calidad: mejora continua y sistemas de gestión. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Velázquez, B. (2021). Calidad de servicio y competitividad de la empresa de Transporte Turismo Brizas SA Huánuco–2019.
- Villarroel Barreno, G. J. (2018). Análisis de la calidad de servicio del transporte público urbano y su mejora continua a través de la Norma UNE-EN 13816 en el cantón Pastaza, provincia de Pastaza.
- Yuqui, J. y Garcia, L. (2020). Evaluación de la calidad del servicio de transporte urbano mediante el modelo Servperf: Caso Megaservitron, La Troncal – Ecuador.
<https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/53521>
- Zeithaml, V. & Bitner, M. (2001). Marketing de Servicios. Segunda Edición. México:Editorial Mc Graw Hill

COMO CITAR ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

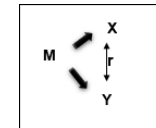
Masgo Castro, K. (2024). *Capacitación del colaborador y la calidad de servicio de la empresa de transporte Turismo Real, Huánuco 2022* [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio Institucional UDH. <http://...>

ANEXOS

ANEXO 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>Problema general ¿De qué manera la capacitación del colaborador se relaciona con la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022?</p>	<p>Objetivo general Determinar la relación de la capacitación del colaborador y la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022.</p>	<p>Hipótesis General La capacitación del colaborador se relaciona significativamente con la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022.</p>	<p>Variable Independiente: Capacitación</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacitación en el puesto - Capacitación por aprendizaje - Capacitación por instrucción en el puesto 	<p>Tipo: Aplicada</p> <p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Alcance: Descriptivo-Correlacional</p> <p>Diseño:</p>
<p>Problemas específicos ¿Cuál es la relación de la capacitación en el puesto y la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022?</p>	<p>Objetivos específicos Determinar la relación de la capacitación en el puesto y la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022.</p>	<p>Hipótesis Específicas La capacitación en el puesto se relaciona significativamente con la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022.</p>	<p>Variable Dependiente: Calidad de servicio</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tangibilidad - Fiabilidad - Capacidad de respuesta - Seguridad - Empatía 	<p>Población: La población para este trabajo de investigación estuvo conformada por 25 trabajadores y 374 clientes.</p> <p>Muestra: El tipo de muestro a utilizar será el no probabilístico, por lo cual la muestra estará conformada por los 25 trabajadores y 374 clientes.</p>
<p>¿Cuál es la relación de la capacitación por aprendizaje y la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022?</p>	<p>Determinar la relación de la capacitación por aprendizaje y la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022.</p>	<p>La capacitación por aprendizaje se relaciona significativamente con la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022.</p>		
<p>¿Cuál es la relación de la capacitación por instrucción en el puesto y la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022?</p>	<p>Determinar la relación de la capacitación por instrucción en el puesto y la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022.</p>	<p>La capacitación por instrucción en el puesto se relaciona significativamente con la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022.</p>		



ANEXO 2

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS



UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

La presente encuesta tiene fines académicos, cuyos resultados serán expuestos como fundamento para sustentar una tesis respecto a la “CAPACITACIÓN DEL COLABORADOR Y LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE TURISMO REAL, HUÁNUCO 2022”

Marca con una (X), según corresponda o sea conveniente:

- a. Siempre (5)
- b. Casi siempre (4)
- c. A veces (3)
- d. Casi nunca (2)
- e. Nunca (1)

	ITEMS	1	2	3	4	5
	Capacitación					
1	¿Usted recibió capacitación del puesto de trabajo cuando ingreso a la empresa Turismo Real?					
2	¿Existe una política de capacitación a través de la inducción en la empresa Turismo Real?					
3	¿La empresa Turismo Real cuenta con programas trimestrales, semestrales o anuales de capacitación?					
4	¿Se toma como técnica de capacitación la rotación de puesto, donde el colaborador pasa de un puesto a otro en un periodo de tiempo?					
5	¿Consideras que la combinación de un aprendizaje formal y una capacitación en el puesto es decir en la práctica mejora su aprendizaje a largo plazo?					
6	¿Con el aprendizaje formal que le brinda la empresa Turismo Real mejora sus habilidades y conocimientos en su puesto de trabajo?					
7	¿Su jefe directo le indica las funciones que debe hacer en su puesto de trabajo?					
8	¿La capacitación en la práctica durante el proceso de la					

	función es buena en la empresa Turismo Real?					
9	¿Se le brinda un manual de procedimientos por cada trabajador en la empresa Turismo Real?					
10	¿Se actualiza continuamente las funciones de cada trabajador en la empresa Turismo Real?					
11	¿Los temas de capacitación se le brinda a todo el personal?					
12	¿Consideras que los temas de capacitación en la empresa Turismo Real deben ser más específicos según sea la necesidad de cada trabajador?					
Calidad de servicio						
13	¿Considera usted que las instalaciones con las que cuenta la empresa Turismo Real son las más adecuadas?					
14	¿Los materiales y equipos con los que cuenta la empresa Turismo Real se encuentran en buen estado?					
15	¿Consideras que los colaboradores tienen todos los conocimientos para poder responder a todas sus responsabilidades?					
16	¿Se realizan acuerdos objetivos con los clientes?					
17	¿Consideras que se realizan horas extras con la finalidad de poder cumplir con los clientes?					
18	¿Se responde de manera rápida las necesidades de los clientes?					
19	¿Se brinda respuestas satisfactorias y objetivas para satisfacción del cliente?					
20	La forma en la que se entrega una respuesta ante una duda, ¿Es bien vista por los clientes?					
21	¿Ha observado que el cliente cataloga al colaborador como responsable?					
22	¿Consideras que los colaboradores de la empresa Turismo Real tienen conocimientos suficientes para responder a todas las preguntas de los clientes?					
23	¿Consideras que el comportamiento de los colaboradores transmite confianza y credibilidad a los clientes?					
24	¿Con que frecuencia observa que el colaborador atiende de manera cortés a los clientes?					
25	¿Consideras que en la empresa Turismo real todos los colaboradores comprenden las diferentes opiniones de sus clientes?					
26	¿Consideras los colaboradores se comunican de manera adecuada con los clientes?					

Gracias

ANEXO 3

CONSENTIMIENTO INFORMADO

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA INVESTIGACIÓN:

ADMINISTRADOR DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE TURISMO REAL - HUÁNUCO

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer al encargado la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco, una explicación de la naturaleza de esta investigación, así como de su rol en ella como administrador de la empresa.

La presente investigación es conducida por la tesista: Masgo Castro, Keyli Karen Bachiller de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Escuela Académica Profesional de Administración de empresas de la Universidad de Huánuco. La meta de este estudio es determinar la relación de la capacitación del colaborador y la calidad de servicio de la empresa de Transporte Turismo Real, Huánuco 2022.

Si usted accede a autorizar la realización del estudio, se le pedirá poderse aplicar un cuestionario de evaluación a sus colaboradores. Esto tomara aproximadamente 25 minutos de su tiempo.

La participación de este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usara para ningún otro propósito fuera de lo de esta investigación. Las respuestas dadas en el cuestionario serán codificadas usando un número de identificación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando este haya concluido. Para este puede contactarme al correo. 2012210219@udh.edu.pe

Miércoles, 29 de mayo del 2023

EMPRESA DE TRANSPORTES
Real Buss E.I.R.L.

DANTE A. MENDOZA CASTRO
ADMINISTRADOR

22507470

Administrador

ANEXO 4 EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS



