



**UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**TESIS**

**CAPACITACIÓN Y CALIDAD DE SERVICIO DE LAS  
GUÍAS ESPECIALIZADAS DE LOS ATRACTIVOS  
TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE HUAMBO, AREQUIPA  
2019.**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:  
MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA**

**AUTOR**

**Bach. CASTILLO SANCHEZ CESAR AMARU**

**LIMA-PERÚ**

**2019**

## **ASESOR DE TESIS**

---

**DR. VASQUEZ ESPINOZA JUAN MANUEL**

# **JURADO EXAMINADOR**

---

**DRA. FLOR DE MARIA SISNIEGAS LINARES**

**PRESIDENTE**

---

**DR. JUAN HUMBERTO QUIROZ ROSAS**

**SECRETARIO**

---

**MG. FRANCISCO EDUARDO DIAZ ZARATE**

**VOCAL**

## **DEDICATORIA**

A Dios por darme la vida y salud, así mismo a mis padres por el cariño y apoyo brindado para continuar con mi carrera profesional.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por permitirnos la vida y llegar a cumplir con nuestras metas como profesionales.

A nuestros padres por su apoyo incondicional, sus buenos consejos y por estar siempre con nosotros.

A nuestros profesores y especialmente a nuestro asesor de doctorado, el Dr. Juan M. Vásquez por su paciencia y compartir sus conocimientos.

## RESUMEN

El objetivo de la disertación fue determinar la relación entre educación y calidad de servicio de los guías especializados de los atractivos turísticos del distrito de Huambo, Arequipa 2019. Las teorías que apoyan son; Según Siliceo (2016), definió la formación como aquella formación que consiste en actividades planificadas en función de las necesidades de una organización y orientadas a transformar las habilidades y conocimientos de los empleados. Por otro lado, según Álvarez (2017), la calidad del servicio indica que es el proceso de satisfacer plenamente las demandas y necesidades de los usuarios, la calidad de un bien o servicio en particular es lo que el consumidor percibe en él. Se aplicó el tipo de investigación, el enfoque cuantitativo, el diseño transversal no experimental, el nivel correlativo de descripción, la población se conformó a partir de los 59 guías especializados de los atractivos turísticos del distrito de Huambo, y la muestra fue un censo que incluye: a los 59 guías turísticos especializados de los atractivos turísticos del distrito de Huambo. La técnica utilizada fue la encuesta y la herramienta para la recolección de los datos fue el cuestionario Likert, el cual consta de 20 preguntas, en función de los resultados y el correspondiente análisis descriptivo e inferencial, se concluye que la capacitación está relacionada con la calidad del servicio.

**Palabras claves:** capacitación, calidad de servicio, programas de capacitación.

## ABSTRACT

The objective of the dissertation was to determine the relationship between education and quality of service of the specialized guides of the tourist attractions of the Huambo district, Arequipa 2019. The theories that support are; According to Siliceo (2016), he defined training as training that consists of activities planned based on the needs of an organization and aimed at transforming the skills and knowledge of employees. On the other hand, according to Álvarez (2017), the quality of the service indicates that it is the process of fully satisfying the demands and needs of users, the quality of a particular good or service is what the consumer perceives in it. The type of research, the quantitative approach, the non-experimental cross-sectional design, the correlative level of description were applied, the population was formed from the 59 specialized guides of the tourist attractions of the Huambo district, and the sample was a census that includes: the 59 specialized tour guides of the tourist attractions of the Huambo district. The technique used was the survey and the data collection tool was the Likert questionnaire, which consists of 20 questions, depending on the results and the corresponding descriptive and inferential analysis, it is concluded that the training is related to quality from service

**Key words:** training, quality of service, training programs.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARATULA.....	i
ASESOR DE TESIS.....	ii
JURADO EXAMINADOR.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
INTRODUCCIÓN.....	xii
I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	14
1.1. Planteamiento del problema.....	14
1.2. Formulación del problema.....	16
1.2.1. Problema general.....	16
1.2.2. Problemas específicos.....	16
1.3. Justificación del estudio.....	16
1.3.1. Justificación Teórica.....	16
1.3.2. Justificación Práctica.....	16
1.3.3. Justificación Metodológica.....	17
1.3.4. Justificación Social.....	17
1.4. Objetivos de la investigación.....	17
1.4.1. Objetivo general.....	17
1.4.2. Objetivos específicos.....	18
II. MARCO TEÓRICO.....	19
2.1. Antecedentes de la investigación.....	19
2.1.1. Antecedentes nacionales.....	19
2.1.2. Antecedentes Internacionales.....	21
2.2. Bases teóricas de las variables.....	23
2.3. Definición de términos básicos.....	46
III. MÉTODOS Y MATERIALES.....	50
3.1. Hipótesis de la Investigación.....	50

3.1.1.	Hipótesis general.....	50
3.1.2.	Hipótesis específicas.....	50
3.2.	Variables de estudio.....	50
3.2.1.	Definición conceptual.....	50
3.2.2.	Definición operacional.....	51
3.3.	Tipo y nivel de la investigación.....	51
3.4.	Diseño de la Investigación.....	51
3.5.	Población y muestra de estudio.....	52
3.5.1.	Población.....	52
3.5.2.	Muestra.....	52
3.6.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	52
3.6.1.	Técnicas de recolección de datos.....	52
3.6.2.	Instrumentos de recolección de datos.....	52
3.7.	Métodos de análisis de datos.....	55
3.8.	Aspectos Éticos.....	55
IV.	RESULTADOS.....	56
V.	DISCUSION.....	64
VI.	PROPUESTA.....	67
VII.	CONCLUSIONES.....	69
VIII.	RECOMENDACIONES.....	70
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	71
	Anexo 1: Matriz de Consistencia.....	75
	Anexo 2: Matriz de Operacionalización.....	76
	Anexo 3: Instrumento.....	77
	Anexo 4. VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS.....	78
	Anexo 5: Matriz de datos.....	83

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Validación de Instrumento por expertos .....	53
Tabla 2 Valores Alpha de Cronbach.....	54
Tabla 3 Confiabilidad de la variable Capacitación.....	54
Tabla 4 Confiabilidad de la variable Calidad de Servicio .....	54
Tabla 5 Confiabilidad del instrumento por alfa de combrach para capacitación..	56
Tabla 6 Confiabilidad del instrumento por alfa de combrach para calidad de servicio .....	57
Tabla 7 Prueba de normalidad HO los datos tiene una distribución normal.....	57
Tabla 8 capacitación calidad de servicio .....	58
Tabla 9 capacitación expectativa del cliente .....	58
Tabla 10 Capacitación Necesidades Del Cliente.....	59
Tabla 11 capacitación satisfacción del cliente.....	59
Tabla 12 Análisis bidimensional capacitación y calidad de servicio .....	60
Tabla 13 Análisis bidimensional capacitación y expectativa del cliente .....	61
Tabla 14 Análisis bidimensional capacitación y necesidades del cliente .....	62
Tabla 15 Análisis bidimensional capacitación y satisfacción del cliente .....	63

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Análisis bidimensional capacitación y calidad de servicio .....	60
Figura 2 Análisis bidimensional capacitación y expectativa del cliente .....	61
Figura 3 Análisis bidimensional capacitación y necesidades del cliente .....	62
Figura 4 Análisis bidimensional capacitación y satisfacción del cliente.....	63

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación nos da a conocer sobre Capacitación y Calidad de Servicio de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.

En primer lugar, hay que recordar que el escaso uso de los recursos turísticos se debe, entre otras cosas, a la falta de capacidad y recursos logísticos de los promotores que desarrollan sus actividades de forma planificada para afrontar el reto de duplicar el número de visitas turísticas a nuestro sitio. El desarrollo no estratégico y no táctico de nuestros promotores, con el fin de atraer un mayor flujo de turistas, darles la atención suficiente y generar un círculo virtuoso de marketing por iniciativa propia de quienes nos visitan. La existencia de pequeñas unidades publicitarias y guías turísticas, con altos costos operativos, sobrecostos por mala formación de grupos turísticos, poco o ningún conocimiento del servicio ofrecido, entre otros aspectos que limitan la mayor recepción de turistas, no permite al sector para ganar velocidad como se esperaba con tantos recursos en el campo.

Huambo no cuenta con guías capacitados para dicha tarea, para poder realizar un guiado respectivo de sus atractivos naturales, culturales, religiosos y arqueológicos que posee este distrito y pasa desapercibida por ejemplo en el anexo de Huambo (Cancu), se encuentra situado al pie del Río Colca que es visitado por viajeros o turistas que practican el deporte de aventura (Cayac y Canotaje) sobre todo en el mes de Agosto, donde es el aniversario del departamento de Arequipa y de Huambo, donde se evidencia la falta de los guías capacitados que puedan dar información acertada y poder promocionar estos atractivos más allá de los turistas nacionales, lo cual hace que tanto turistas nacionales o extranjeros no reciban buena información.

Todas estas características evidencian una baja calidad de los servicios turísticos, los cuales deben ser evaluados y probados científicamente, lo que

será sugerido en esta investigación. Además, se puede constatar que esta tabla constituye una mala percepción del conjunto de los usuarios de los servicios turísticos, aun cuando la calidad de los recursos sea evidente. El hecho de que se muestren incorrectamente, incorrectamente, de forma deshonesta, hace que no se capten los grandes y magníficos destinos turísticos del distrito de Huambo.

La construcción de una percepción adecuada de estos servicios y por ende de los productos turísticos permitirá a los visitantes convertirse en embajadores de nuestros recursos y promoverlos gracias a la satisfacción de sus visitas.

Por lo tanto, trataremos de encontrar la conexión entre educación y calidad de servicio en guías especializados para los atractivos turísticos del distrito de Huambo, razón por la cual nos expresaremos en detalle en cada capítulo de la investigación para su respectivo desarrollo:

Capítulo I: Consiste en planteamiento del problema, formulación del problema, motivación del problema, objetivos de la investigación.

Capítulo II: Consta de los antecedentes de la investigación, fundamentos teóricos de las variables y la definición de los términos básicos.

Capítulo III: Consta de hipótesis de investigación, Variables de estudio, tipo y alcance de la investigación, diseño de la investigación, población de estudio y muestra, técnicas y herramientas de recopilación de datos, métodos de análisis de datos y cuestiones éticas.

Capítulo IV: Consta de los resultados.

Capítulo V: Discusión.

Capítulo VI: Propuesta.

Capítulo VII: Conclusiones.

Capítulo VIII: Recomendaciones.

Capítulo IX: Referencias Bibliográficas.

Capítulo X: Anexos.

# **I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

## **1.1. Planteamiento del problema**

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) de las Naciones Unidas, la trascendencia e importancia del turismo es fundamental para el desarrollo sostenible, ya que esta industria proporciona ingresos a un gran número de familias en todo el mundo y divisas a los países que lo promueven, sin perjudicar al medio ambiente, o daños a los recursos o al consumo de materias primas que perjudican a las economías emergentes. El turismo proporciona alrededor del 9,8% del empleo en el mundo y puede alcanzar fácilmente el 11,4%, dependiendo de cómo se mida (OMT, 2017). Genera recursos para el 10,4% del PIB mundial y promueve el desarrollo horizontal e inclusivo, pero la informalidad sigue siendo un mal a escala global que está afectando seriamente a este sector. En los países desarrollados, la informalidad en este sector alcanza el 35%, mientras que en los países en desarrollo supera el 60% (OMT, 2016). Los grados de informalidad en Perú marcan más del 78% de las empresas según estudios publicados por CENTRUM (2016). En la misma referencia se hace referencia a que el 64% de ellos corresponden a medianas, pequeñas o microempresas. El 14% restante corresponde a grandes empresas, que operan con poco o ningún sentido de formalidad, y toman decisiones muchas veces inapropiadas por su urgencia, pequeña organización y poca planificación.

Un informe de la Cámara de Comercio y Turismo de La Libertad (2016) encontró que el servicio de guía turístico fue insatisfactorio para el 67% de los pasajeros e inseguro para más del 51,5% de los usuarios. Algunas de las debilidades en los servicios de guías turísticos y operadores turísticos identificadas por turistas y / o usuarios en diversos estudios y publicaciones apuntan a inseguridad (51,5%), informalidad (67,8%) (Diario La Industria, 2016), falta de lenguaje ( 61,1%, divulgación incompleta (45,2%), falta de uniformidad de los servicios (49,8%), inconsistencia con información oficial (38,1%) (Cámara de Comercio y Turismo Las Libertad, 2017), mala calidad del tráfico (39,3%) ) (DRIT, 2015-2017) entre otros problemas presentados. Todas estas deficiencias son recurrentes y causan disgusto e incomodidad entre los visitantes o turistas. El número de operadores y guías ofrecidos también es insuficiente, y debido al

carácter informal de la actividad. integra actores con poco o ningún conocimiento de la actividad turística adecuadamente promovida y bien gestionada (Isla, 2016).

Los nuevos equipos de guías turísticos están alerta y ofrecen tantas alternativas como sea posible para caminatas y visitas guiadas con poca profesionalidad y muchas deficiencias. Se estima que estos promotores suelen ofrecer información contradictoria del sitio web oficial o citan la literatura de cada lugar. No se integró un plan de trabajo conjunto para homogeneizar, informar y formar a estos promotores turísticos y así mejorar la actividad. La explotación de los recursos turísticos tampoco está planificada estratégicamente, a partir de la cual es posible un adecuado servicio de guía turístico y estos servicios pueden mejorarse significativamente.

A nivel local en el Distrito de Huambo, ubicado en la parte baja del valle del Colca, Provincia de Caylloma, Departamento de Arequipa se puede observar la falta de capacitación de guías capacitados en el servicio que puedan brindar para una buena información de estos mismos, esto es muy importante ya que ellos son clave fundamental, y a la vez ellos son los que tienen contacto directo con el turista, pero, donde lamentablemente encontramos personas que no están capacitados para la atención de información correcta de los atractivos turísticos del distrito de Huambo - Arequipa.

Los que brindan información son los mismos pobladores del lugar, no encontramos servicio de guía donde puedan detallar con exactitud y coherencia sobre la evolución histórica de la provincia de Huambo y consecuentemente la de sus atractivos.

La falta de capacitación de guías se debe a la deficiencia de los gobiernos tanto municipales y regionales al no invertir en talleres, programas de capacitación para guías, al no gestionar ningún proyecto a las entidades correspondientes para que puedan tomar cartas en el asunto, esto es de vital importancia, ya que gracias al turismo podemos tener ingresos económicos y contribuir al desarrollo de la provincia de Huambo. Además, aportan que el gobierno regional de Arequipa no aporta al presupuesto turístico del distrito de Huambo.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿Cuál es la relación entre Capacitación y Calidad de Servicio de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019?

### **1.2.2. Problemas específicos**

¿Cuál es la relación entre la Capacitación y las Expectativas de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019?

¿Cuál es la relación entre la Capacitación y las Necesidades de los Clientes de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019?

¿Cuál es la relación entre la capacitación y la satisfacción de los clientes de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019?

## **1.3. Justificación del estudio**

### **1.3.1. Justificación Teórica**

En la investigación orienta sobre la capacitación aplica el horizonte de estudio pues propone puntos de vista, definiciones relacionadas a la función principal de las teorías, es explicar el porqué, como, con quien, cuando, donde ocurre el fenómeno. La tesis podrá ser de ayuda para investigaciones en el futuro, debido a que tuvo diferentes opiniones y teorías con relación al tema. Asimismo, también servirá de trabajo informativo para todas las organizaciones que quieran mejorar el desempeño de sus colaboradores y brindar calidad de servicio a sus clientes.

### **1.3.2. Justificación Práctica**

Esta tesis brindó apoyo informativo al Distrito de Huambo, Arequipa para generar programas de capacitación en la Calidad de Servicio con la finalidad de

mejorar el servicio a los clientes. Pues la investigación aplicó conocimientos obtenidos a la realidad, para mejorar la situación problemática de los usuarios, y la sociedad en general. El objetivo fue ofrecer soluciones a la problemática presentada, y buscar la relación existente entre la Capacitación y la Calidad de Servicio, analizando tácticas para aumentar los conocimientos y destrezas de los colaboradores, orientados a los objetivos de la organización.

### **1.3.3. Justificación Metodológica**

La investigación genera meditación y discusión académica sobre los conocimientos existentes para confrontar teorías, analizar problemas y generar resultados haciendo epistemología.

El tipo de estudio fue aplicado debido a que se realizó la aceptación de la variable Capacitación y Calidad de Servicio, de nivel descriptivo ya que se presentó un detalle específico y claro de los datos; correlacional porque se buscó determinar la relación de nuestras variables; el diseño usado fue no experimental transversal debido a que no manipulamos las variables y los datos recaudados se usaron en un determinado momento.

### **1.3.4. Justificación Social**

El trabajo de investigación persigue y sostiene una serie de preceptos con el fin de permitir que el Distrito de Huambo busque alternativas de apoyo, implementen Calidad de Servicio en capacitación, para generar mayores puestos de trabajo en la localidad, disminución del subempleo, disminución de la informalidad, mayor crecimiento de las aptitudes, y sobre todo combatir la pobreza, para incrementar la calidad de vida de los grupos de interés dentro del contexto en que se suscita la investigación.

## **1.4. Objetivos de la investigación**

### **1.4.1. Objetivo general**

Determinar la relación entre Capacitación y Calidad de Servicio de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.

#### **1.4.2. Objetivos específicos**

Determinar la relación entre la Capacitación y las Expectativas de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.

Determinar la relación entre la Capacitación y las Necesidades de los Clientes de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.

Determinar la relación entre la Capacitación y la satisfacción de los clientes de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes de la investigación

#### 2.1.1. Antecedentes nacionales

**Guillen (2016)** en su tesis denominada: “Conciencia turística de la Comunidad Local Espíritu Santo en el Distrito de Antioquia, Provincia Huarochirí, 2016”, tuvo como general determinar el nivel de conciencia turística en la población Espíritu Santo en el distrito de Antioquia, provincia Huarochirí, 2016. La metodología empleada en la mencionada investigación estuvo relacionada a un enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo, diseño no experimental ya que no se manipulo datos. La investigación concluye que existe un nivel medio en la conciencia turística de la comunidad local espíritu en el distrito de Antioquia, provincia Huarochirí, 2016; ya que brinda diversas informaciones mediante la interacción del turista y a su vez se llega a la conclusión que la capacitación para un personal turístico es de suma importancia ya que permite la conservación de los bienes turísticos y una actitud frente al turista.

**Beingolea y Gonzales (2018)** en su tesis de grado denominada: “Influencia de las Capacitaciones en el desarrollo de la actividad turística en la Ciudad de Puerto Maldonado - 2016”, de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios – Puerto Maldonado, tuvo como objetivo general determinar la influencia de las la capacitaciones de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo en el desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Puerto Maldonado, para lo cual la mencionada investigación tuvo un carácter descriptivo, exploratorio y correlacional, con un diseño no experimental – transversal, concluyendo que el turismo se ha transformado en uno de los fenómenos económicos y sociales más destacados en los últimos años de la misma manera la tendencia del turismo va cambiando y por ello su personal debe estar actualizado en temas de interés acorde a su perfil profesional con el fin de que contribuyan en su desempeño laboral, de los prestadores de servicios turísticos existe un porcentaje mínimo que manifiestan

que las capacitaciones son poco importante debido a que los temas son repetitivos y generales.

**Martínez (2017)** en su tesis titulada “Calidad de Servicio de los Guías Oficiales de Turismo desde la perspectiva del turista nacional, Centro Histórico de Lima 2017”, de la Universidad Cesar Vallejo, tuvo como propósito describir la calidad de servicio de los guías oficiales de turismo desde la perspectiva del turista nacional, Centro Histórico de Lima 2017. El tipo de investigación es aplicada, con un nivel descriptivo de diseño no experimental de corte transversal. Los resultados obtenidos dieron a conocer que el 96% de los turistas nacionales percibió una buena calidad en el servicio que brindaron los guías oficiales de turismo. Este resultado refleja que los guías oficiales de turismo se han preocupado por satisfacer las necesidades de los clientes, han trabajado en equipo, mostraron actitud, liderazgo y puntualidad.

**Guzmán (2018)** tuvo en su trabajo de investigación titulado "Calidad del servicio de las unidades promotoras turísticas desde la percepción del usuario, Trujillo, 2018" el objetivo general, el nivel de calidad de servicio de las unidades promotoras turísticas desde la percepción del usuario, Trujillo, 2018. La metodología utilizada indica un diseño transversal no experimental como variables descriptivas. Por tanto, el autor concluye que el 66,4% de los resultados obtenidos califica el servicio como de baja calidad y el 29,4% como de calidad media. Es solo un 1% de altísima calidad y un 2,3% de alta calidad, lo que demuestra que aún queda mucho por hacer en materia turística en nuestra ciudad. La situación más crítica se ve en términos de la relación costo-beneficio, que indica un servicio muy costoso y desproporcionado a su calidad y utilidad. Por lo tanto, estos servicios deben ser monitoreados por la autoridad regional y local competente con el fin de mejorarlos y garantizar el mejor servicio posible para los turistas.

**Romani (2017)** en su tesis titulada “Calidad turística y buenas prácticas de servicios turísticos en Lima Metropolitana, 2016”, tuvo como objetivo general Identificar la relación entre calidad turística y las buenas prácticas de servicios turísticos en Lima Metropolitana, en el año 2016. Respecto a la metodología empleada, la investigación es de tipo básica de diseño no experimental

correlacional de corte transversal; puesto que no se alteraron las variables para su estudio y el instrumento elaborado para recoger los datos necesarios se aplicó por única vez. Los resultados de dicha investigación demostraron una relación significativa entre la calidad turística y las buenas prácticas de servicios turísticos en Lima Metropolitana, obteniendo una correlación positiva débil entre ambas variables (Rho de Spearman = 0.277\*\*) lo cual se puede afirmar que se percibe buena calidad turística cuando se implementan buenas prácticas de servicios turísticos.

### **2.1.2 Antecedentes Internacionales**

**Chiliquinga (2016)** en su estudio llamado “Formación Profesional de los Guías de turismo y su Incidencia en el desarrollo Turístico del Cantón Atacames de la Provincia de Esmeraldas” de la Universidad Técnica de Ambato, presenta como objetivo principal determinar la influencia de la formación profesional de guías de turismo en el desarrollo turístico del cantón Atacames de la provincia de Esmeraldas. La tesis en mención es de tipo exploratorio, descriptivo, explicativo y asociación de variables. Se llegó a la conclusión que la formación profesional de guías de turismo es muy importante puesto que, si estos mejoran sus conocimientos técnicos, teóricos y prácticos brindarían un mejor servicio. Finalmente, al capacitar a los guías de turismo con la ayuda del Gad de Atacames, proporcionara conocimientos en atención al cliente, primeros auxilios y manejo de equipo, para así mejorar el desarrollo turístico del cantón Atacames y la calidad de vida de sus habitantes.

**Cabrera (2016)** en su tesis titulada “Programa de mejora turístico en la Comunidad Bajo Grande, Parroquia El Anegado Provincia de Manabí” de la Universidad de Guayaquil, Ecuador, sostiene como objetivo diseñar una propuesta de capacitación turística para los prestadores de servicios en la comunidad Bajo Grande. El tipo de investigación que se realizó fue descriptivo con un enfoque mixto. La conclusión a la que se llegó es que la capacitación a los servidores turísticos (guías) es una nueva alternativa para aumentar el número de visitantes en el

recurso, preparándolos para mejorar su servicio con puntos estratégicos al momento de tratar al cliente.

**Hilari (2015)** en su trabajo de investigación titulada “Programa de capacitación y sensibilización turística para las autoridades y población del Municipio de Carabuco” de la Universidad Mayor de San Andrés, tuvo como objetivo general desarrollar un programa de capacitación y sensibilización turística para incentivar a la población del municipio de Carabuco a participar en la actividad turística. Es de tipo exploratorio y descriptivo cualitativo, teniendo como conclusión que un escaso conocimiento de los alcances del turismo en Municipios impacta negativamente para un desarrollo de la actividad turística, se debe involucrar a la comunidad para generar una responsabilidad compartida y así generar benéficos mutuamente.

**Macías (2017)** en su tesis titulada “Servicios turísticos y su incidencia en la satisfacción del turista que visita El Recinto Puerto El Morro, Provincia Del Guayas Año 2017” de la Universidad Estatal Península de Santa Elena– Ecuador, presenta como objetivo general determinar la incidencia que tienen los servicios turísticos sobre la satisfacción del turista que visita Puerto el Morro. El proceso metodológico que se utilizó fue correlacional con un enfoque analítico – deductivo, llegando a la conclusión que los aspectos que tienen que ver con los servicios turísticos se relacionan directamente con la satisfacción del turista; en este caso con alojamiento y guianza ya que permiten alargar su estadía en Puerto el Morro, a la vez adquiriendo experiencias mediante la calidad, la autenticidad y la variedad, sin embargo, el precio es un factor de mucha importancia que determina el grado de satisfacción del turista.

**López (2018)** en su tesis titulada “Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil” de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, tuvo como objetivo general determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente. De acuerdo a los

resultados obtenidos en dicha tesis se pudo evidenciar que existe una correlación positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Se realizó un estudio cualitativo mediante entrevistas en profundidad para conocer mejor las variables de estudio y se pudo evidenciar una falta de formación y motivación de la empresa hacia los empleados. Si se conocen los hallazgos esenciales, se proponen programas de capacitación y calidad para el personal de servicio, creando así una ventaja competitiva en la empresa.

## **2.2. Bases teóricas de las variables**

### **Variable: Capacitación**

La capacitación del personal está enfocada a cubrir las necesidades donde las empresas deben tomar en cuenta los saberes, capacidades, talentos y comportamientos de sus colaboradores, como parte del proceso de adaptación a nuevas situaciones dentro y fuera de la Empresa.

Siliceo (2016) definió que la capacitación consiste en actividades programadas que se fundamentan en necesidades de una organización y generada hacia una transformación en las habilidades y conocimientos de los empleados. También lo define como toda actividad realizada en una organización que busca la mejor actitud, habilidades, conocimiento, o conductas de su personal respondiendo a sus necesidades. Intenta perfeccionar a sus colaboradores en sus puestos de trabajo en base a sus metas definidas a las funciones de la empresa.

Por su parte Kofman (2011) citado por Meza (2016) mencionó que adquirir nuevos conocimientos es incrementar la capacidad para llegar a los resultados que uno quiere.

Así como también Chiavenato (2007) quien nos dice que la capacitación profundiza la influencia de conocimientos relevantes, comportamientos frente a los

aspectos de la Empresa, de las actividades y del entorno, así como el crecimiento de habilidades y conocimientos. Capacitar a los empleados son fases que se vinculan con la mejoría e incremento de las aptitudes de los equipos en el interior de la empresa. Al aprender, la persona se beneficia así mismo, aumenta su capacidad. La importancia de la capacitación no se puede subestimar.

Por otro lado, la Organización Internacional del Trabajo (2008) citado por Meza (2016) expresaba que la mencionada variable no es un propósito, sino que es una forma de reforzar las características profesionales del colaborador considerando sus oportunidades de empleo y de accederle a aplicar sus habilidades, mientras más favorezca a los propósitos de la organización, esta debería reforzar también la personalidad, más aún si se trata de adolescentes.

Hace unos años atrás se tenía en cuenta que la capacitación estaba ligado a dispositivo que autorizaba un adecuado recurso en las áreas de trabajo para poder tener un mejor desenvolvimiento. A pesar de eso, vemos que actualmente la idea de capacitación es más contaste para poder realizar las labores, incluso sirve como un desarrollo que ayuda a tener un mejor desempeño en su centro de trabajo por intermedio de crecimiento de sus capacidades del individuo – entendimiento, capacidad y actitud con el motivo que sean provechoso e innovador para el resultado de las metas institucionales. (Chiavenato, 2009).

Chiavenato (2009) nos menciona que la formación es un conjunto de información en el corto plazo, esto es aplicable de fase sistémica y orgánica, en la corporación hay operarios que adquieren las competencias, posiciones y jurisdicciones para poder determinar métodos laborales. De este modo se necesita una formación con técnica que constituye las siguientes capacidades: ejecución, diseño, necesidades, valoración del trabajo.

Necesidades de capacitación, siguiente fase con requerimiento del aprendizaje orientada al crecimiento en los operarios refieren a las carencias que tienen el recurso humano en su preparación profesional; por tal motivo comprende

un periodo donde se revela una idea que el operario tiene que conocer y ejecutar (Chiavenato, 2009). Para resolver urgencias en aprendizaje será inconsciente confirmar los subsiguientes indicativos: Organización: simiente al crecimiento por Chiavenato (2009), debemos aludir que la identificación de los recursos tiene que ser preciso tener una evaluación estructurada y metas claras en el aspecto laboral. Personal: es el rasgo del trabajador con la cual se determinó mediante el talento, la conducta, la razón con efectividades (Chiavenato, 2009). Cargos: muestra remisión para reconocer las peticiones y precisiones de las áreas de trajín para resolver las solturas, posiciones, conocimiento y las competencias necesarias.

Diseño de la capacitación, recurso del aprendizaje para realizar por completo las actividades necesarias para el aprendizaje las propuestas que se tiene como metas permanentes hasta su término; en otras palabras, explicar porque se considera los requisitos del aprendizaje que estuvo observado en el antecedente anterior (Chiavenato, 2009). Por esta razón, se precisa la extensión, esquema de enseñanza los siguientes exponentes: trabajador a habituarse: es la parte de la identificación de todos operarios con la finalidad de estar listos para realizar sus tareas (Chiavenato, 2009). Procedimientos de capacitación: da referencia a habilidades, métodos de formación idóneas al desarrollo con la mayor importancia para el operario (Chiavenato, 2009). Capacidad de aprendizaje: está formado por asuntos o temas a la capacitación el cual suele cambiar dependiendo de la superficie realizada del recurso (Chiavenato, 2009).

Delegado para enseñar: cuenta con especialistas y habilidades del instructor o experto en el tema (Chiavenato, 2009). Centro de enseñanza: narración utilizable es adonde ejecutara la enseñanza, dentro de las instalaciones (Chiavenato, 2009). Indicador de aprendizaje: son la disponibilidad de los tiempos que hay para adecuar a los operarios (Chiavenato, 2009). Método: se cuenta la manera como se realiza las operaciones de aprendizaje.

Ejecución de la capacitación, método que tiene Chiavenato es la diferencia del desarrollo sistemático de la enseñanza. De acuerdo con lo explicado Chiavenato, nos muestra una época donde la narración da una formación y sus

estructuras, así mismo nos muestra que el pedagogo o los expertos mencionaran la enunciación, saberes, las maestrías y la tentativa obligatoria para perfeccionar de suerte capaz y efectiva un grupo determinado de labores que hicieron el lucro de las metas pactadas. Con la finalidad decidir la amplitud efectuación de la formación será maquina descifrar los subsiguientes exponentes: Modelos para aprendizaje: las enseñanzas deben efectuarse de acuerdo con las celeridades con anterioridad mostradas con los recursos en los operarios en sus jornadas y desenvolvimiento definitiva, el aprendizaje es un puesto de cometido, por calañas, por un receptor o la procesadora (Chiavenato, 2009). Métodos en aprendizaje: una organización o modo en que se extiende el aprendizaje puede ser: apreciación, ciencias planteadas, en ralea afuera del paraje laboral, (adiestramiento en redes), (Chiavenato, 2009).

Evaluación de la capacitación, Las organizaciones muestran un reconocido sentido, para medir la espesura tasación para una enseñanza instintiva con los subsiguientes indicativos: Repulsión del deportista: Chiavenato muestra un manotear expone al ras de tranquilidad para los trabajadores al obtener enseñanzas. Enseñanza obtenida: señala el grado de cualidades alcanzadas por las enseñanzas; en otras palabras, la disposición, los conceptos son experiencias alcanzadas por un aprendizaje (Chiavenato, 2009). Recuperar: Variación establecidas por una formación universal de emprendedor en impacto de formación; en otras palabras, se mejora el expediente bondadoso del cometido (Chiavenato, 2009). Consecuencia: ideado por Chiavenato (2009), es perentorio medir el aprendizaje en géneros afirmativos producido por la filial, equiparable, disminución de importes, inflación de rentas o clasificada por alternativas. Rentabilidad de inversión: muestra el importe una suma a la enseñanza basada en ratio sobre productividad de ganancias.

Grados (2009), expresa el prototipo en enseñanza manifestando en un progreso practico que enseñara al operario recaudar conocimientos que le ayudara a desenvolverse, destrezas a ejecutar una ocupación superior en una administración para poder bastar las metas como estructura. Por eso la enseñanza, del aprendizaje en las empresas muestra las siguientes dimensiones:

Necesidad de capacitación, el trabajo realizado por Grados (2009), la detección de las necesidades de capacitación es la primera etapa del proceso, en ella nos explica cómo se efectúa las ubicaciones dentro de las tareas en la pauta de calcular lo establecido. El escritor recalca la vitalidad de identificar los subsiguientes indicativos para valorar el acto del autor: sitios de enseñanza: indica el sitio escogido por la empresa para enseñar un aprendizaje del empleado pueda desempeñar perfectamente (Grados, 2009). Plantilla para preparar: alusión establecida al personal habituado (Grados, 2009). Profundidad y dominio: noticia que adquiere un trabajador desarrollado por sus conocimientos, experiencias o disposiciones. Tiempo y escena: ejecutar la instrucción parcializada y sitios establecidos.

Progreso de la capacitación, Grados (2009), opina que la preparación, compuesto por una planificación aprobando la disposición de los operarios, así como situar el costo de ordenación y gestión para vestir fin lo expuesto para el desenvolvimiento. De esta manera el creador destaca la corpulencia de los siguientes indicadores: diseño: refiere a las actividades que se llevaran a cabo, presupuesto: resuelve los desembolsos llevados a ajusticiar la formación de los operarios.

Propósito de aprendizaje, informado por Grados (2009), se afirma el establecimiento grado del juicio de enseñanza y refiere a especificar el fin correspondiente al actuar el juicio de aprendizaje. El autor dispone evaluar los subsiguientes indicativos: idea universal: noticia pautada genéricamente en preparar trabajadores, formando el momento apropiado para efectuar. Propósito para ejecutar: muestra un desglose para cada actividad.

Resultados de la capacitación, sostiene que el objetivo de la enseñanza refiere a la cuarta distancia del cambio de aprendizaje y comprende como la época en la que se aplican los dispositivos proporcionados a inspeccionar las enseñanzas. El autor formula llevar a cabo los subsiguientes indicativos: Pretest: circunscribir el ras de nuevos conocimientos a través del aprendizaje. Evaluación durante el desarrollo: reconoce el escalón de ideas percepciones adquiridas. La proclamación

de conceptos establecidos para ser efectivos, así encontrar las metas organizacionales.

Siliceo (2004) indica que el aprendizaje es un avance didáctico adonde es accesible asegurar una enseñanza como un proceso lógico de acciones planeadas cuyas bases están organizadas de acuerdo con las necesidades de una empresa, la cual está llevada a gestar un crecimiento en los ideales, gracias y talentos de los diligentes. Por eso el aprendizaje comprende los subsiguientes indicadores: filiación del uso receptor, exigencias y demande laborioso, cometida del enjuiciamiento de enseñanza, asentamiento de ideales y despacho de widgets.

Identificación del sistema receptor, temporada del enjuiciamiento implícito de aprendizaje desarrollada por Siliceo (2004). En él hace remisión a que los encargados de la formación obteniendo una revelación extensiva, afectuoso correspondiente a índices, de confeccionar rasgos de la localidad formada (Siliceo, 2004): distinción de colección. Balance de recursos. Análisis de puestos. Organización prudente. Especificación dependiente. Indigencia desarrollada de la administración.

Necesidades y requerimientos del personal, juicio de capacitación, época el factor hace noticia a la profundización de requisitos y necesidades de aprendizaje personal; en otras palabras, requisitos de formación para seguir un conjunto de ocupaciones que lleguen al lucro de las metas de la oficina. El autor sugiere identificar el subsiguiente exponente para resolver la calidad condiciones requisitorios del operario: requisitos de exposición y conceptos para efectuar una ocupación. Requerimiento de experiencia para hacer una ocupación.

Misión del proceso de capacitación, fase del sumario de aprendizaje, conformada por revelaciones en un recorrido establecimiento con luz y equidad la ocupación que tendrá la formación en referencia a los problemas a tratar. Por eso plantea los subsiguientes exponentes a fin de contribuir sumario de formación: metas genéricas estratégicas. Filosofía empresarial. Valores empresariales.

Establecimiento de metas, desarrollo encubierto de aprendizaje, remisión establecida dando enseñanzas, deben resolver las intenciones permitidas, la ocupación de instrucción; todavía, afirma que las puertas de ilustración están obligadas las subsiguientes propiedades: cuantificables, realistas y adecuadas.

Establecimiento de programas, sumario deductivo de preparación sostenido por Siliceo (2004), reseña que los esquemas compuestos de aclimataciones que permitirán acaparar las conclusiones de aprendizaje. A fin de detallar esta dimensión muestra los subsiguientes índices: Nivel de conceptos y pericia cometido a proceder. Habilidades verificar términos del diseño de enseñanza. Recursos necesarios.

### **El proceso de sistemas de capacitación**

Aparte de ofrecer la capacitación necesaria para el desempeño adecuado de las actividades, los jefes deben ofrecer capacitación en áreas como el desarrollo personal y el bienestar.

Con el propósito de contar con programas de capacitación beneficiosas que influyan en el desempeño personal y grupal, se sugiere utilizar el enfoque sistemático con una secuencia de las siguientes fases:

- Identificación de necesidades.
- Creación de programas.
- Instrumentación.
- Análisis o evaluación.

### **FASE 1: Detectar necesidades de capacitación (Evaluación de Necesidades)**

La búsqueda de carencias de capacitación es la evaluación de las demandas educativas de las actividades relevantes de la organización. Los jefes y los encargados de recursos humanos deben estar atentos a los modos de capacitación que se necesitan, cuando y quien lo requiere y que formas son las más adecuadas para influir saberes, habilidades y capacidades en los colaboradores. Para contar con una capacitación pertinente y que esté basada en las características

principales, los jefes tienen que emplear el análisis de las necesidades de forma ordenada usando tres formas de evaluación:

- Organizacional, se refiere a analizar el entorno, las estrategias y los recursos de la empresa para deducir actividades en las que deben desarrollarse la capacitación, accede a un análisis de problemáticas actuales y de retos de contexto, que se requiere enfrentarse.
- De tareas, se refiere a conocer los temas que se desarrollaran en la capacitación, dicho de otro modo, conocer los saberes y características de desempeño que se necesitan, enfocado en la investigación de las labores del puesto. Se debe resaltar lo principal en el futuro para que el colaborador se desempeñe adecuadamente en sus labores.
- De personas, este punto se conoce si las actividades que se realizan son adecuadas y cuáles son los atributos que presentan los empleados que participan de la capacitación.

La necesidad del desarrollo capacitaciones es una responsabilidad de línea y una función de staff, pues el jefe de línea debe hacerse cargo por las perspectivas de las problemáticas ocasionados por la falta de capacitación.

Los métodos más usados para detectar las necesidades de la capacitación son: análisis de desempeño; observación; cuestionarios; requerimiento de supervisores y gerentes; entrevistas con supervisores y gerentes; juntas interdepartamentales; evaluación de empleados; actualización de trabajo; entrevista de salida; estudio de puestos, aparte de los mencionados existen otros medios para analizar la variable. Estos medios son de utilidad para conocer sucesos que ocasionan futuras necesidades de capacitación, así como indicadores a priori o indicadores a posteriori.

**Indicadores a priori se basa en:** actualización de maquinarias y equipos; desarrollo y ventas de nuevos productos o servicios; crecimiento del negocio y acceso de nuevos colaboradores; disminución de personal.

**Indicadores a posteriori son, por ejemplo:** producción con mala calidad; productividad deficiente; interacción de los individuos deficiente; gran cantidad de quejas o reclamos.

## **FASE 2: Diseño del programa de capacitación**

En la variable se debe empelar los siguientes conocimientos, para la creación del programa de capacitación:

- ¿Qué se debe enseñar?
- ¿Quién aprenderá?
- ¿En qué momento se debe enseñar?
- ¿En qué lugar debe enseñarse?
- ¿De qué forma debe enseñarse?
- ¿Quién es el responsable que enseñara?

El programa que se creará debe realizarse de acuerdo con los cambios que se encuentren y que estos no resulten ser violentos en la ejecución, pues esto produciría una falta de adaptación en el colaborador y un cambio drástico de actitud acerca de lo que está realizando.

Los especialistas dicen que la capacitación debe centrarse en cuatro aspectos:

- Propósitos de capacitación.
- Deseo y motivación del individuo.
- Principios de aprendizaje.
- Características de los instructivos.

### **Objetivos de Capacitación:**

Un buen análisis de la variable encamina al planteamiento de propósitos de capacitación y estos se basan en las respuestas requeridas del programa de capacitación. Los propósitos de capacitación bien planteados forman una base muy firme para clasificar las herramientas y para la elección de los medios que se consideraran para calificar si la ejecución tuvo éxito.

## **Disposición y motivación de la persona:**

Se presentan dos factores que generan éxito en los individuos que participen de la capacitación. La buena disposición, la experiencia de capacitaciones anteriores. La otra es la motivación, se debe conocer las necesidades o capacidades nuevas para una mejor adquisición de conocimientos, es decir tener la necesidad de querer adquirir saberes en el desarrollo de la capacitación. Las siguientes seis estrategias pueden ser importante:

- Usar el refuerzo adecuado.
- Radicar amenazas y castigos.
- Ser flexible.
- Generar que los colaboradores se planteen objetivos individuales.
- Crear un programa interesante.
- Suprimir dificultades físicos y psicológicos de aprendizaje

## **Principios de aprendizaje**

Aquí se plantean los manuales del desarrollo en la que los individuos aprenden rápidamente. El éxito o fracaso del plan tienen a conectarse con mencionados principios. Algunos de estos son: participación, repetición, retroalimentación, etc.

Es relevante el empleo de los métodos que se usaran en el Plan de Capacitación con el propósito de aumentar el aprendizaje. Estas pueden ser:

- Métodos empleados en el lugar de trabajo
- Métodos empleados fuera del área de trabajo

## **Características de los instructores**

El éxito de un Plan de Capacitación será gracias a las enseñanzas de los instructores. Estos encargados, son individuos posicionados en cualquier área de la jerarquía, pues se especializan en el desarrollo de sus actividades ya que lo realizan de manera sistemática. Los instructores deben ser líderes, dicho de otro modo, que cuenten con la habilidad de dirigir a un equipo, que genere en el

participante el deseo de superación, guías que muestren el camino adecuado que se debe seguir.

Los atributos principales y adecuados con las que debe contar el maestro son: dominio del tema, adaptabilidad, habilidad para interactuar con las personas, honestidad, sentido del humor, interés, entusiasmo, capacidades didácticas, instrucciones claras, asistencia individual, entre otras.

Es claro que seleccionar a un buen instructor es relevante, los que volverán a ser elegidos diferentes puestos de la organización. Mientras más sea el nivel en que el maestro cuente con aquellos atributos, más se desempeñará en sus funciones.

### **FASE 3: Implementar el programa de capacitación (Instrumentación)**

Existen muchas formas de capacitar a colaboradores que no ocupan cargos jerárquicos. Una de las formas más usadas es la capacitación en las áreas de labores, porque permite adquirir experiencia de forma directa, así como de interactuar entre el jefe y subordinado. Es un medio por la que el empleado se capacita vía voz por su jefe u otro capacitador. En la capacitación de practicantes, los individuos que se implementan en la compañía adquieren instrucciones hasta con los más mínimos detalles, de los aspectos teóricos y prácticos del trabajo.

A continuación, se mencionará algunos puntos de la capacitación:

- La capacitación de inducción inicia y se desarrolla en el periodo en que un colaborador trabaja para la Empresa. Al ser partícipes de un plan adecuado de capacitación, los empleados reciben información que complementa a sus habilidades lo que nos asegura gran parte de éxito.
- La capacitación en habilidades, las capacitaciones grupales tienen un rol importante hoy en día en las empresas.
- La capacitación combinada se trata de dos métodos de capacitación, en las que se fusionan la experiencia laboral con la formación educativa.

- Los programas de internado resaltan por permitir adquisición de conocimientos vivenciales dentro y fuera de sus puestos.

#### **FASE 4: Evaluación del Programa de Capacitación**

Parte final del programa de capacitación, es el análisis de las respuestas adquiridas, en donde se trata de contestar interrogantes como: ¿Qué obtenemos con el Plan de Capacitación? ¿Estamos utilizando productivamente nuestro tiempo y dinero? ¿Existe alguna forma de dar a conocer que la información que brindamos es la adecuada? La capacitación debe analizarse para conocer su éxito. La experiencia demuestra que esta, varias veces no resulta como lo imaginan los involucrados. Los costos de esta variable siempre son elevados. Las respuestas, por el contrario, tienden a ser ambiguo, calmosos y en oportunidades nada creíble.

La variable tiene que tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Conocer hasta que limite el Plan de Capacitación cumplió con los cambios requeridos en el desenvolvimiento de los colaboradores.
- Dar a conocer si los resultados del plan tienen relación con los propósitos de la organización.

Es esta parte se presencian varios diseños, quienes ya han sido detalladas antes, para analizar que el plan de capacitación aporta en la mejora del aprendizaje, influyen en la productividad de la empresa. Pero lamentablemente escasas empresas estudian a detalle sus planes de capacitación.

La aplicación de la variable en el centro de labor es necesario para incrementar la productividad. Este es el medio por donde se obtiene informaciones técnicos y prácticos que incrementaran el desempeño de los trabajadores.

Una buena ejecución del plan puede adquirir ventajas a las empresas mejorando su prestigio y el vínculo con sus trabajadores, a parte puede incrementar la productividad y la calidad del bien. Para los trabajadores, también tiene ventajas como el incremento de conformidad en sus labores y el desarrollo progresivo.

## **Dimensiones**

### **Dimensión 1: Programas de capacitación**

Los planes y programas de capacitación son el grupo de actividades específicas que nos permite brindar atención a las necesidades de aprendizaje y crecimiento de los colaboradores, con el objetivo de brindarle herramientas, entrenarlos, prevenir riesgos, mejora en la productividad y mejorar el comportamiento de colaborador.

#### **Indicador: Conocimientos**

El conocimiento, y en específico el conocimiento complejo y tácito, crea atributos competitivos perdurables debido a que no son fáciles de copiar, por lo que es importante que los colaboradores adquieran conocimientos ya que ayuda a la organización a generar ventajas frente a los competidores.

### **Dimensión 2: Evaluación de desempeño**

Evaluar el desempeño se basa en estimar la efectividad con la que el colaborador realiza su trabajo en un tiempo determinado, a su vez la evaluación del desempeño es una estimación de sistemas de valorización que una persona muestra, por sus actitudes y conocimientos y por sus colaboraciones con la organización de la cual es parte.

#### **Indicador: Eficiencia**

La eficiencia puede utilizarse en unidades organizativas, así como en varios centros de labores que conforman una empresa. El ser eficiente es lograr las metas trazadas gastando el mínimo de los recursos.

#### **Indicador: Eficacia**

Es el talento de lograr el resultado que uno quiere y anhela.

### **Indicador: Rendimiento**

La evaluación del desempeño tiene influencia en el rendimiento laboral, ya que no solamente es el inicio para tomar decisiones acerca de los colaboradores, sino que influye en la motivación de los colaboradores.

### **Dimensión 3: Control de resultados**

Se trata de medir los resultados vigentes y anteriores en concordancia con lo planeado, sea de manera completa o incompleta, con la finalidad de modificar, subsanar y crear mejores planes.

### **Indicador: Evaluación**

Este indicador el reto de la capacitación, muchas empresas no evalúan las capacitaciones de sus colaboradores sólo se encuentran de acuerdo con los resultados. Una táctica de evaluación debe estudiar todos los datos posibles para ganar información importante con la finalidad de tomar decisiones, por ello se debe hacer evaluaciones a los colaboradores cuando terminen sus capacitaciones para analizar el costo beneficio y tener la información necesaria para decidir de manera correcta.

### **2da. Variable Calidad de servicio**

La calidad de servicio se define en cómo la empresa se adapta a las necesidades del cliente para satisfacerlo; a mayor adaptación, la satisfacción del cliente y la calidad de servicio es mejor.

Según Álvarez (2017) indica que es el proceso de la satisfacción total de los requerimientos y necesidades de los usuarios, la calidad de un bien o servicio particular es lo que el consumidor percibe que es. La empresa fabrica el bien o presta un servicio con la calidad necesaria que intenta satisfacer las necesidades del cliente, pero el cliente tiene unos deseos y expectativas propias sobre el servicio

que va a recibir y cuando recibe le bien o servicio prestado tiene su propia percepción de la calidad.

Según Editorial ELearning (2008) citado por Maguiña (2018), menciona a la calidad como el conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes (necesidades que no han sido atendidas por ninguna empresa pero que son demandadas por el público) de los clientes.

Así mismo también Pérez (1994) define a la calidad de servicio como “el existente entre las necesidades y expectativas del cliente y su percepción del servicio recibido”. (p.94). Además, menciona que existen tres tipos de calidad de acuerdo con la percepción que el cliente tenga sobre la satisfacción de cada una de ellas:

- Calidad requerida: nivel de cumplimiento de las especificaciones del servicio
- Calidad esperada: satisfacción de los aspectos no especificados o implícitos.
- Calidad subyacente: relacionada con la satisfacción de las expectativas no explicitadas que todo cliente tiene.

## **Características**

López (2013) citado por Maguiña (2018), menciona que algunas de las características que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad, son las siguientes:

- Debe cumplir sus objetivos
- Debe servir para lo que se diseñó
- Debe ser adecuado para el uso
- Debe solucionar las necesidades
- Debe proporcionar resultados (p. 7)

La evaluación de calidad de servicio se realizará evaluando sus componentes, sugeridos por Christian Grönroos (1994), en su libro titulado —Marketing y gestión de los serviciosll, en donde plantea que la calidad de servicio

percibida depende de la comparación del servicio esperado con el servicio percibido; al igual que Rust y Oliver (1994), los juicios de satisfacción son el resultado de la diferencia percibida por el consumidor entre sus expectativas y la percepción del resultado.

## **Calidad Técnica**

Para hablar de calidad técnica o también llamada la dimensión del diseño del servicio, vemos por conveniente mencionar a la escuela nórdica, en donde el principal representante es Grönroos, quien, en 1982, plantea que la calidad técnica es lo que implica valorar correctamente lo que esperan los clientes y esta a su vez influye en la imagen corporativa.

La calidad técnica se orienta a brindar servicio que cuente con todas las herramientas técnicas, para así alcanzar un resultado aceptable, es decir, es la dimensión que se ocupa de todo lo referente a materiales y equipos, tecnología, organización, soporte físico, es lo que Grönroos denomina la dimensión del qué se da.

## **Calidad Funcional**

Grönroos (1994), define la calidad funcional como la realización del mismo, es decir, cómo se da, cómo se ofrece el servicio, encontrando así algunos factores que intervienen o actúan en ella como la accesibilidad, apariencia, actitudes, contacto con el cliente, relaciones internas y comportamientos.

Para Duque (2015), La calidad funcional es responsable de cómo se trata al consumidor en el desarrollo del proceso productivo del servicio. Cómo el consumidor recibe el servicio.

## **Evaluación de la variable Calidad de Servicio**

Para evaluar la calidad de servicio existen diferentes modelos que a través del tiempo se han ido desarrollando y que a continuación describiremos.

En 1978, Sasser, Olsen y Wyckoff desarrollaron un modelo basado en los atributos del servicio base como también los servicios periféricos, es decir, para evaluar la calidad de servicio, el consumidor puede elegir una cualidad o característica del producto o servicio como referencia, también puede elegir una característica que haga que los demás requerimientos alcancen una satisfacción minúscula y también puede darse que el cliente opte por obtener una mayor cantidad de una o unas características a cambio de otras en menor cantidad.

La constante en todos los modelos que pretenden medir la calidad de servicio es que la definen como una variable multidimensional desde la óptica de quien consume el servicio. Debido a la confusión que rodea a las definiciones de calidad y satisfacción.

En las últimas décadas advertimos que han emergido múltiples investigaciones referentes a la calidad del servicio, las cuales tienen su origen en dos modelos, por una parte, el modelo de la calidad percibida (Perceived Service Quality model o PSQM por sus siglas en inglés) de Grönroos (1984) y por la otra, el Modelo del Análisis de Brechas del Servicio (SERVQUAL) de Parasuraman et. al. (1985).

El modelo PSQM, conocido también como el modelo de la imagen, ya que la evaluación del servicio evidencia las diferencias que existen en el consumidor entre sus expectativas y sus experiencias.

En conclusión, este modelo revela que la calidad de servicio percibida por el consumidor se debe a la imagen generada por el proveedor del servicio y la realidad.

El modelo SERVQUAL, en inglés SERVICE QUALITY, desarrollado por Parasuraman en 1985, que tiene su enfoque principal en la brecha del cliente (5ta brecha), buscando la diferencia entre las expectativas y las percepciones del consumidor. Como se puede apreciar en la siguiente ilustración.

Por otro lado, el modelo Servqual, creado por Parasuraman et al. (1988), se centra e identifica en cinco dimensiones o componentes: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y aspectos tangibles, y se encuentra representado por un cuestionario de 22 preguntas. Es así como en 1998 el modelo es redefinido y es cuando adopta el nombre SERVQUAL, sus autores le dan una connotación abstracta, intangible, heterogénea e inseparable.

El modelo Servperf de Cronin y Taylor (1992, 1994) critica el modelo SERVQUAL. Esta discrepancia se centra, básicamente, en las expectativas del cliente para medir la calidad del servicio, el cual no considera el concepto de las expectativas del cliente, sino, por el contrario, se enfoca en el resultado o en las percepciones del cliente, sin embargo, considera la intención de compra del consumidor, la que es influenciada por la calidad con la que se da el servicio y la satisfacción que se produce en el consumidor.

### **Modelo Teórico**

El modelo teórico de la calidad de servicio es la base de la investigación, propuesto por el Ing. Christian Grönroos (1988). Christian Grönroos es considerado el padre de la escuela de la comercialización del servicio y la gestión que, a nivel internacional, se ha denominado la Escuela Nórdica de Pensamiento.

Es desde 1999 catedrático de Servicio y Marketing Relacional en Hanken, la Escuela de Economía de Finlandia, y el iniciador y expresidente de la junta directiva de la investigación y el conocimiento, además, profesor honorario de la Universidad de Nankai y Universidad Normal de Tianjin, República Popular de China, así como en Oslo School of Management, Noruega.

Él es un pionero y experto líder en el desarrollo de servicios de marketing moderno y lógica de servicio, así como el marketing relacional y gestión de relaciones con los clientes, y uno de los primeros defensores de la gestión del servicio, término para describir la gestión orientada al cliente y al mercado, basada en una lógica de servicio en las empresas que brindan servicios y manufactura.

En un inicio el modelo de la percepción de la calidad de servicio propone que la calidad de servicio es el resultado de la integración de la calidad total, pero en tres dimensiones, definiendo la calidad como imagen corporativa. Este modelo se centra en que al hablar de calidad de servicio es ineludible hablar de las dos dimensiones: la dimensión técnica, y la dimensión funcional, ya que estas van a influir en la imagen corporativa de la empresa, y va a tener una gran influencia en calidad de servicio percibida por el consumidor.

Después de las consideraciones anteriores, Grönroos establece que existen diferentes factores que afectan las dimensiones de su modelo. Para la dimensión funcional: la apariencia, relaciones internas, accesibilidad, vocación de servicio y el contacto con el cliente, mientras que para la dimensión técnica: la tecnología, la informática, el conocimiento y las destrezas técnicas de los empleados.

En 1987, este modelo es revisado por Grönroos y Gummesson, llegando a fusionar las dimensiones técnica y funcional de Grönroos con las 4Q de Gummesson, que son calidad de diseño, calidad de producción, calidad en la prestación y calidad relacional, en donde como conclusión se expone que para lograr la calidad se necesita la especialización e integración.

En ese mismo sentido, Rust y Oliver (1994) obtienen un modelo, agregando a las dimensiones que han sido señaladas en el párrafo anterior, el entorno del servicio, es decir, un modelo de calidad de servicio en donde intervienen tres dimensiones.

En este mismo orden y dirección, Brady y Cronin (2001) consideran que la percepción global de la calidad de servicio se fundamente en la evaluación por parte del cliente de tres dimensiones, que a su vez tienen subdimensiones:

- i) Interacción empleada/cliente, que es la calidad funcional, integrada por la actitud, el comportamiento y/o la experiencia del personal,
- ii) El entorno del servicio, el cual se encuentra limitado por las condiciones ambientales, el diseño y distribución física de las instalaciones y los factores sociales, y

- iii) El resultado del servicio o calidad técnica se conforma mediante la agregación del tiempo de espera, las evidencias tangibles del servicio y su evaluación global.

### **Teoría de Edwards Deming**

Evans y Lindsay (2005) citado por Maguiña (2018), menciona que Deming afirmó que un producto o servicio tiene calidad si ayuda a alguien y goza de un mercado sustentable, la variación es la principal culpable de la mala calidad. En los ensambles mecánicos, por ejemplo, las variaciones en las especificaciones de las dimensiones de las partes dan lugar a un desempeño inconsistente y desgaste y fallas prematuras. De manera similar, las inconsistencias en el comportamiento humano en los servicios frustran a los clientes y afectan la reputación en las empresas. Para lograr una reducción en la variación, Deming recurrió a un ciclo permanente que consta de: diseño del producto o servicio, manufactura o prestación del servicio, pruebas y ventas, seguido por estudios de mercado y luego rediseño y mejora.

Los 14 puntos de Deming según Giugnip (2009) son:

1. Cree una constancia del propósito para el mejoramiento del producto y del servicio
2. Adopte la nueva filosofía
3. Deje de depender de la inspección para lograr calidad
4. Minimice el coste total operando con un solo proveedor; termine con la práctica de asignar operaciones sólo sobre la base del precio
5. Mejore constantemente y para siempre cada proceso
6. Instituya la capacitación en la función
7. Adopte e instituya el liderazgo
8. Elimine el temor

9. Derribe las barreras entre las áreas del personal
10. Elimine los eslóganes, las exhortaciones y los objetivos para la plantilla
11. Elimine las cuotas numéricas para los trabajadores y las metas numéricas para la dirección
12. Elimine las barreras que impiden que el personal experimente orgullo por la tarea. Elimine el sistema de calificación anual
13. Instituya un vigoroso programa de capacitación y auto superación para todo el personal
14. Haga trabajar a todo el personal de la compañía para lograr la transformación (p.2).

### **Teoría de Karl Albrecht**

Albrecht y Bradford (2001) citado por Maguiña (2018), menciona que la excelencia del servicio presenta 7 principios para definir al cliente:

- • Un cliente es la persona más importante en cualquier empresa.
- • Un cliente no depende de nosotros. Dependemos de ello.
- • Un cliente no es una interrupción en nuestro trabajo. Es una meta.
- • Un cliente nos hace un favor a su llegada. Le estamos haciendo un flaco favor sirviéndole.
- • Un cliente es una parte integral de nuestro negocio; no es un extraño.
- • Un cliente no es solo dinero en caja. Es una persona con sentimientos y merece ser tratado con respeto.
- • Un cliente merece la atención más mesurada que podamos brindar. Es el elemento vital de toda empresa (p.6).

### **El Triángulo del Servicio**

Albrecht y Bradford también ilustraron la filosofía de servicio como un triángulo y definieron cada uno de sus componentes:

1. El cliente: Es la persona que compra los bienes o servicios que vendemos y como tal necesitamos identificarlos y conocerlos.
2. La estrategia: Tan pronto como el cliente está en su demografía (dónde está, qué hace, con quién vive, nivel de ingresos y producto o servicio) se determina la estrategia. La estrategia tiene dos direcciones: una interna que tiene que ver con el servicio y una externa que corresponde a la PROMESA DEL SERVICIO que se ofrece a los clientes. Esta promesa hecha al cliente debe ser monitoreada, debe medirse el grado de su cumplimiento; Esto se conoce como ACUERDO DE NIVEL DE SERVICIO, que se especifica más adelante al final de los componentes del triángulo de servicio.
3. Personas: Es el grupo de todas las personas que trabajan para la empresa, desde el presidente hasta la persona que realiza la limpieza. Las personas necesitan conocer, comprender y comprometerse con la estrategia y especialmente con la propuesta de valor.
4. Sistema: la empresa define y establece formas o sistemas para hacer funcionar el negocio. Algunos sistemas están destinados a coordinar a todo el personal que trabaja en la empresa. Otros sistemas están diseñados para que el cliente interactúe con la empresa y viceversa. Finalmente, otros sistemas están vinculados a la estrategia de servicio, porque en la medida en que la estrategia esté enfocada al servicio al cliente, afectará a los sistemas para que también se enfoquen en el cliente. Hay cuatro tipos de sistemas disponibles en cada organización:
  - El sistema de gestión: Está formado por el equipo directivo, son los que controlan la organización a medio y largo plazo a través de decisiones y planes estratégicos. Los propietarios, gerentes y ejecutivos son parte de este sistema.
  - El sistema de estándares y procedimientos: Consiste en los lineamientos tanto para empleados como para clientes. Indican cómo actuar e interactuar en la venta de bienes y servicios, que generalmente se incluyen en los manuales de procesos y procedimientos.
  - El sistema técnico: Consiste en los elementos o herramientas que se utilizan para la producción y entrega de los bienes y servicios que son objeto del

negocio: software, hardware, mecanismos de comunicación, plantas de ensamblaje, entre otros.

- El sistema humano: Está formado por las personas, las personas que forman parte de la organización y cómo interactúan entre sí, si trabajan en equipo o de forma aislada, si hay cooperación y la forma en que se resuelven los problemas (p. .9-10).

## **Dimensiones**

### **Dimensión 1: Expectativas**

Las expectativas de los clientes conducen a las tácticas de las organizaciones con relación a la elaboración de productos o servicios que ofrecen.

#### **Indicador: Servicio**

El servicio al cliente no es una determinación opcional sino es una parte indispensable para la subsistencia de las organizaciones e influye en el medio de interés principal. Asimismo, el servicio es la clave del triunfo o del hundimiento de las empresas.

### **Dimensión 2: Necesidad de los clientes**

La forma de ser más competitivos consiste en identificar las necesidades de los clientes al menor coste posible. Para conseguirlo es necesario suprimir todos aquellos procesos y trabajos que no aportan valor añadido al producto o servicio, así como reducir al máximo los costes de la no calidad. De esta forma la competitividad da como resultado una mejora continua de la calidad y de la innovación.

#### **Indicador: Bienestar**

Es considerada como la creación y manejo de un conjunto de servicios que la empresa coloca a disposición del trabajador y público con el propósito de satisfacer sus necesidades básicas.

**Indicador: Comodidad**

Comprende que al momento de utilizar el servicio sentirse cómodos, por la calidad brindada, por la satisfacción.

**Dimensión 3: Satisfacción de los clientes**

Es el resultante de un proceso que se inicia en el servicio, es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento del percibido del servicio.

**Indicador: Innovación**

Se define como la transformación de una idea en un producto o equipo vendible, nuevo o mejorado; en un proceso operativo en la industria o el comercio, o en una nueva metodología para la organización social. Cubre todas las etapas científicas, técnicas, comerciales y financieras, necesarias para el desarrollo y comercialización exitosa del nuevo o mejorado producto, proceso o servicio social.

**Indicador: Amabilidad**

La amabilidad es una virtud que facilita de tal modo las relaciones interpersonales, que cuando ella está presente todo se hace fácil, grato. La amabilidad es fruto de una buena educación, que consigue con el tiempo moldear el carácter haciéndolo sin aristas, capaz de conciliar lo que se le presenta.

**2.3. Definición de términos básicos****● Eficacia**

Es hacer lo necesario para alcanzar o lograr los objetivos deseados o propuestos.

**● Servicio**

Se refiere a la cadena de actividades orientadas a la satisfacción de las ventas, que en general inician con el ingreso del pedido y finalizan con la entrega de productos al cliente.

**● Calidad**

La calidad representa la satisfacción plena de los clientes sobre su necesidad, esto significa, brindar servicios y producir bienes de calidad.

- **La Satisfacción del Cliente**

Es el resultado alcanzado cuando las características del producto responde a las necesidades del cliente.

- **Competencia Profesional**

Conjunto de elementos de competencia y de criterios de actuación asociados que forman una actividad dotada de significado y de valor independientes.

- **Eficiencia**

Utilización de los recursos de la sociedad de la manera más eficaz posible para satisfacer las necesidades y los deseos de los individuos

- **Éxito con el Cliente**

Resultado, en especial feliz, de una empresa o acción emprendida, o de un suceso percibida por los clientes.

- **Recursos**

Son los distintos medios o ayuda que se utiliza para conseguir un fin o satisfacer una necesidad.

- **Empatía**

Habilidades para inspirar credibilidad y confianza.

- **Servicio Rápido**

Capacidad de respuesta como contestar de inmediato las llamadas telefónicas de los clientes, flexibilidad para adecuarse a las necesidades de los clientes, enviar de inmediato la información solicitada por los clientes.

- **Seguridad**

Conocimiento y atención mostrados por los empleados.

- **Comportamiento**

El comportamiento es el ámbito fundamental sobre el que se aplica la evaluación ética, técnica y estética, como aplicación de los sistemas culturales vigentes en determinada comunidad.

- **Cliente**

Es alguien que elige y compra algo, así como también es cualquier persona que recibe el producto o que es afectado por el producto o el proceso.

- **Aptitudes**

Se entiende por aptitud a la disposición innata del individuo para realizar determinada función o actividad. El desarrollo de las aptitudes, mediante la formación y experiencia, desemboca en la capacidad, que permite al sujeto alcanzar rendimiento, gracias precisamente al saber o hacer, adquirido gracias al aprendizaje.

- **Vocación de Servicio**

Reconocernos como miembros de una organización respetada socialmente, amar el debate, la innovación, los argumentos, la transparencia, apreciar el trabajo, de otros, no emprender proyecto sin conocer el estado del arte, despreciar la autoridad y la envidia.

- **Colaboración**

Competencia realizada por el recurso humano, para gestionar con distintos grupos, personas, delimitando puntos con destreza alcanzada.

- **Orientación al Cliente**

Muestra la destreza para meditar los trabajos delegados cumpliendo un lugar persona - cliente.

- **Liderazgo**

Superficie objetivo para transferir la misión, visión, la cooperación entre los trabajadores orientados a entrar a metas propuestas y ser un modelo a seguir para otros trabajadores.

- **Delegación**

Destreza para delegar las funciones, mostrado educadores de crecimiento ocupacionales y mejorando continuamente el trabajo de sus empleadores.

- **Comunicación**

Referencia a la transmisión de manera acertada, competente necesaria para perfeccionar su trabajo.

- **Ductilidad**

Preparación del trabajador para establecer con precisión conformada en conjunto ante las posiciones de altibajo que enfrenta.

- **Trabajo en Equipo**

Competencia para apostar en primer sitio lo que necesita tender el personal y secundarlo con los afanes unipersonales mediante un grupo, compromete una ocupación laboral.

- **Toma de Decisión**

Potencial de jornaleros para preferir la disyuntiva perfecta a resolver el problema, consecuentes a responsables tomas.

- **Organización**

Espaciosidad del productor para verificar realizar la planificación y coordinación de sus labores.

### **III. MÉTODOS Y MATERIALES**

#### **3.1. Hipótesis de la Investigación**

##### **3.1.1. Hipótesis general**

Existe relación entre la Capacitación y Calidad de Servicio de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.

##### **3.1.2. Hipótesis específicas**

Existe relación entre la Capacitación y las Expectativas de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.

Existe relación entre la Capacitación y las Necesidades de los Clientes de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.

Existe relación entre la Capacitación y la Satisfacción de los Clientes de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.

#### **3.2. Variables de estudio**

##### **3.2.1. Definición conceptual**

###### **Variable 1. Capacitación**

Siliceo (2016) definió que la capacitación consiste en actividades programadas que se fundamentan en necesidades de una organización y generada hacia una transformación en las habilidades y conocimientos de los empleados. También lo define como toda actividad realizada en una organización que busca la mejor actitud, habilidades, conocimiento, o conductas de su personal respondiendo a sus necesidades. Intenta perfeccionar a sus colaboradores en sus puestos de trabajo en base a sus metas definidas a las funciones de la empresa.

###### **Variable 2. Calidad de Servicio**

Según Álvarez (2017) definió como que es el proceso de la satisfacción total de los requerimientos y necesidades de estos, la calidad de un bien o servicio particular es lo que el consumidor percibe que es. La empresa fabrica el bien o presta un servicio con la calidad necesaria que intenta satisfacer las necesidades del cliente,

pero el cliente tiene unos deseos y expectativas propias sobre el servicio que va a recibir y cuando recibe el bien o servicio prestado tiene su propia percepción de la calidad.

### **3.2.2. Definición operacional**

#### **Variable 1 Capacitación**

La variable capacitación fue medida por medio de 3 dimensiones: Programas de Capacitación, Evaluación de Desempeño y Control de Resultados; con 5 indicadores, los cuales permitieron la elaboración del cuestionario para la recopilación de datos.

#### **Variable 2 Calidad de Servicio**

La variable calidad de servicio fue medida por medio de 3 dimensiones: Expectativas, Necesidad de los Clientes y Satisfacción de los Clientes; con 5 indicadores, los cuales permitieron la elaboración del cuestionario para la recopilación de datos.

### **3.3. Tipo y nivel de la investigación**

#### **Tipo de investigación**

La investigación se refiere al tipo de estudio científico que se enfoca en resolver problemas de la vida cotidiana o controlar situaciones prácticas.

#### **Etapas de investigación**

El estado de la investigación en el presente trabajo es descriptivo con respecto a la correlación, como lo mencionan Hernández, Fernández y Baptista (2014), sugiere que los estudios de correlación tienen como objetivo responder preguntas de investigación. El propósito de este tipo de estudios es conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías, variables o una muestra en particular.

### **3.4. Diseño de la Investigación**

El diseño no es experimental porque las variables no se manipulan. Hernández, Fernández, Baptista (2010) nos hablan de investigaciones no experimentales que

se realizan sin manipulación de variables independientes, se basan en variables que ya han ocurrido o han ocurrido en la realidad, pero sin la intervención del investigador. .

Sampieri, Callado y Lucio (2010) No definir experimental como un estudio realizado sin cambiar las variables ya que solo se observará en su formato original para el análisis del investigador ya que estos estudios ya han sido realizados.

### **3.5. Población y muestra de estudio**

#### **3.5.1. Población**

Según Cuesta y Herrero (2000) definir la población como un conjunto de elementos, finitos o infinitos, definidos por una o más propiedades, tiene todos los elementos que lo componen. Es importante mirar el universo entero y debe estar bien definido para que siempre se sepa de qué elementos está compuesto. (Página 10) En esta investigación se consideran como población los 59 guías especializados a los atractivos turísticos del Distrito de Huambo.

#### **3.5.2. Muestra**

Hernández, Fernández y Baptista (2010) definen que la selección de los elementos en muestras no probabilísticas no depende probabilidad, pero causas relacionadas con las características de la encuesta por muestreo. (Pág.242).

Esto quiere decir que la muestra es un censo y se considera que la población total son los 59 guías especializados en los atractivos turísticos del Distrito de Huambo.

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

#### **3.6.1. Técnicas de recolección de datos**

Para fines de investigación, la tecnología utilizada en la encuesta fue, según la explicación:

Carrasco (2005), "La topografía es una tecnología para la investigación social por excelencia, por su utilidad, versatilidad, sencillez y objetividad de los datos obtenidos con él ". (pág.314).

#### **3.6.2. Instrumentos de recolección de datos**

El cuestionario sirvió como herramienta de recopilación de datos:

Según Arias y Barreto (2014) se define por lo que es: “Es una serie de preguntas prediseñadas que se utilizan de forma oral o escrita para recoger datos sobre hechos que ya han ocurrido, d situaciones”. (Pág. 40).

Para la presente encuesta, el cuestionario sirvió como un instrumento compuesto por 20 preguntas, compuesto por 10 preguntas sobre la variable educación y 10 preguntas sobre la variable calidad de servicio, lo que nos permitió analizar la relación entre ellas.

### **Validez del Instrumento**

Según Gómez (2016), la validez "se refiere a la medida en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir" (p. 119). Los instrumentos fueron evaluados por 3 expertos con grado de doctorado y maestría. Por lo tanto, los expertos, a su sola discreción, examinaron cuidadosamente el instrumento y acordaron que si cumplía con todos los puntos planteados.

Tabla 1 Validación de Instrumento por expertos

<b>Técnica de validación</b>		
<b>Docentes</b>	<b>Calificación</b>	<b>del instrumento</b>
Dr. Vásquez Espinoza Juan M.	Si cumple	
Mg. Madrid Cisneros Juan F.	Si cumple	
Mg. Quintanilla De La Cruz Eduardo.	Si cumple	

Fuente: Propia

### **Confiabilidad del Instrumento**

La confiabilidad del instrumento se determinó con la estadística alfa de Cronbach y el procesamiento de datos en el programa SPSS 24 con un coeficiente de 0.879, que se considera de muy alta confiabilidad según la escala de coeficientes alfa de Cronbach, utilizando los resultados de una encuesta como base de datos. pequeña

muestra de la población que asciende a 10 personas del personal de guía turístico de otra empresa.

Tabla 2 Valores Alpha de Cronbach

Valores	Nivel
De -1 a 0	No es confiable
De 0,01 a 0,49	Baja confiabilidad
De 0,5 a 0,75	Moderada confiabilidad
De 0,76 a 0,89	Fuerte confiabilidad
De 0,9 a 1	Alta confiabilidad

**Fuente:** Elaborado por George y Mallery (2003).

Tabla 3 Confiabilidad de la variable Capacitación

Alpha de Cronbach	Nro. de elementos
,823	10

Fuente: Propia

Interpretación: De acuerdo con los resultados, la aplicación de las estadísticas de confiabilidad alfa de Cronbach muestra que el resultado ha sido 0.823, tiene una confiabilidad fuerte.

Tabla 4 Confiabilidad de la variable Calidad de Servicio

Alpha de Cronbach	Nro. de elementos
,788	10

Fuente: Propia

Interpretación: De acuerdo con los resultados, la aplicación de las estadísticas de confiabilidad Alpha de Cronbach muestra que el resultado ha sido 0.788, tiene una confiabilidad fuerte.

### **3.7. Métodos de análisis de datos**

La investigación es descriptiva, correlativa y cuantitativa, la recolección de datos en la encuesta se procesa a través del programa estadístico SPSS 24, donde se aplicará Alfa de Cronbach, la prueba de normalidad y Rho de Spearman.

### **3.8. Aspectos Éticos**

La investigación se realiza bajo la propiedad intelectual de los autores consultados.

El objetivo de esta investigación es identificar la relación entre las dos variables de estudio: educación y calidad de servicio de guías especializados de atractivos turísticos en el distrito de Huambo, Arequipa 2019. Ellos son quienes hicieron la investigación, ya que esto nos permitió estudiar la situación real de cada una de las variables del Conocimiento respetando la parte intelectual de cada uno de los autores mencionados en el desarrollo de este trabajo. ; también teniendo en cuenta la correcta aplicación de las pautas de citas e información bibliográfica establecidas en el estándar APA.

## IV. RESULTADOS

### VALIDEZ DEL INSTRUMENTO POR JUECES DE EXPERTOS CON LA PRUEBA BINOMIAL

		SI	NO
1	La formulación del problema es suficiente		
2	El instrumento facilitaría la consecución de los objetivos de la investigación.		
3	Los instrumentos se relacionan con las variables de estudio		
4	El número de elementos del instrumento es suficiente.		
5	La redacción de los elementos del instrumento es correcta		
6	El diseño del instrumento facilitaría el análisis y procesamiento de datos.		
7	Quitaría algunos elementos del instrumento		
8	Agregaría algunos elementos en el instrumento		
9	El diseño del instrumento será accesible al público en general.		
10	La redacción es clara, sencilla y precisa		

X = 0 = NO

X = 1 = SI

$$P = \frac{\sum P}{10} = \frac{7.52}{10} = 0.752$$

PORQUE EL PROMEDIO DE POSIBILIDADES ES MAYOR A 0,60, ENTONCES CONCLUYE QUE EL INSTRUMENTO ES APLICABLE A PROFESIONALES.

Tabla 5 Confiabilidad del instrumento por alfa de combrach para capacitación

Alfa de Cronbach	N de elementos
,840	10

**Fuente : Propia**

SI EL VALOR DE CRONBACH ALPHA ES SUPERIOR A 0,6 ENTONCES SE PUEDE DICHO QUE EL INSTRUMENTO ES FIABLE

Tabla 6 Confiabilidad del instrumento por alfa de combrach para calidad de servicio

Alfa de Cronbach	N de elementos
,784	10

**Fuente: Propia**

DADO QUE EL VALOR DE CRONBACH ALPHA ES SUPERIOR A 0,6, SE PUEDE DECIR QUE EL INSTRUMENTO ES FIABLE

Tabla 7 Prueba de normalidad HO los datos tiene una distribución normal

<b>Pruebas de normalidad</b>			
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
CAPACITACION	,072	59	,200*
CALIDAD DE SERVICIO	,075	59	,200*
EXPECTATIVA DEL CLIENTE	,113	59	,057
NECECIDADES DEL CLIENTE	,089	59	,200*
SATISFACION DEL CLIENTE	,121	59	,062

**Fuente: Propia**

Como el P valor (sig.) es mayor que 0.05 entonces no se rechaza la hipótesis nula y se concluye que los datos tienen distribución normal y por lo tanto se utilizara las prueba paramétrica correlación de Pearson

## PRUEBA DE HIPOTESIS

Existe relación entre la Capacitación y Calidad de Servicio de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.

HO: No existe relación entre la Capacitación y Calidad de Servicio de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.

Tabla 8 capacitación calidad de servicio

<b>Correlaciones</b>		CAPACITACION	CALIDAD DE SERVICIO
CAPACITACION	Correlación de Pearson	1	,404
	Sig. (bilateral)		,002
	N	59	59
CALIDAD DE SERVICIO	Correlación de Pearson	,404	1
	Sig. (bilateral)	,002	
	N	59	59

Fuente: Propia

Como el p valor es menor que 0.05 entonces se rechaza la hipótesis nula y se concluye que Existe relación entre la Capacitación y Calidad de Servicio de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.

Existe relación entre la Capacitación y las Expectativas de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.

HO: No existe relación entre la Capacitación y las Expectativas de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.

Tabla 9 capacitación expectativa del cliente

<b>Correlaciones</b>		CAPACITACION	EXPECTATIVA DEL CLIENTE
CAPACITACION	Correlación de Pearson	1	,535
	Sig. (bilateral)		,000
	N	59	59
EXPECTATIVA DEL CLIENTE	Correlación de Pearson	,535	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	59	59

Fuente: Propia

Como el p valor es menor que 0.05 entonces se rechaza la hipótesis nula y se concluye que Existe relación entre la Capacitación y las Expectativas de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.

Existe relación entre la Capacitación y las Necesidades de los Clientes de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.

HO: No existe relación entre la Capacitación y las Necesidades de los Clientes de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.

Tabla 10 Capacitación Necesidades Del Cliente

<b>Correlaciones</b>		CAPACITACION	NECESIDADES DEL CLIENTE
CAPACITACION	Correlación de Pearson	1	,233
	Sig. (bilateral)		,036
	N	59	59
NECESIDADES DEL CLIENTE	Correlación de Pearson	,233	1
	Sig. (bilateral)	,036	
	N	59	59

Fuente: Propia

Como el p valor es menor que 0.05 entonces se rechaza la hipótesis nula y se concluye que Existe relación entre la Capacitación y las Necesidades de los Clientes de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.

Existe relación entre la Capacitación y la Satisfacción de los Clientes de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.

HO: No existe relación entre la Capacitación y la Satisfacción de los Clientes de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.

Tabla 11 capacitación satisfacción del cliente

<b>Correlaciones</b>		CAPACITACION	SATISFACION DEL CLIENTE
CAPACITACION	Correlación de Pearson	1	,070
	Sig. (bilateral)		,009
	N	59	59
SATISFACION DEL CLIENTE	Correlación de Pearson	,070	1
	Sig. (bilateral)	,009	
	N	59	59

Fuente: Propia

Como el p valor es menor que 0.05 entonces se rechaza la hipótesis nula y se concluye que Existe relación entre la Capacitación y la Satisfacción de los Clientes de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.

### ANALISIS BIDIMENSIONAL

Tabla 12 Análisis bidimensional capacitación y calidad de servicio

	CAPACITACION							
	MALO		REGULAR		BUENO		TOTAL	
	f	%	f	%	f	%	f	%
MALO	1	2	2	3	0	0	3	5
REGULAR	4	7	18	31	13	22	35	59
BUENO	0	0	10	17	11	19	21	36

Fuente: Propia

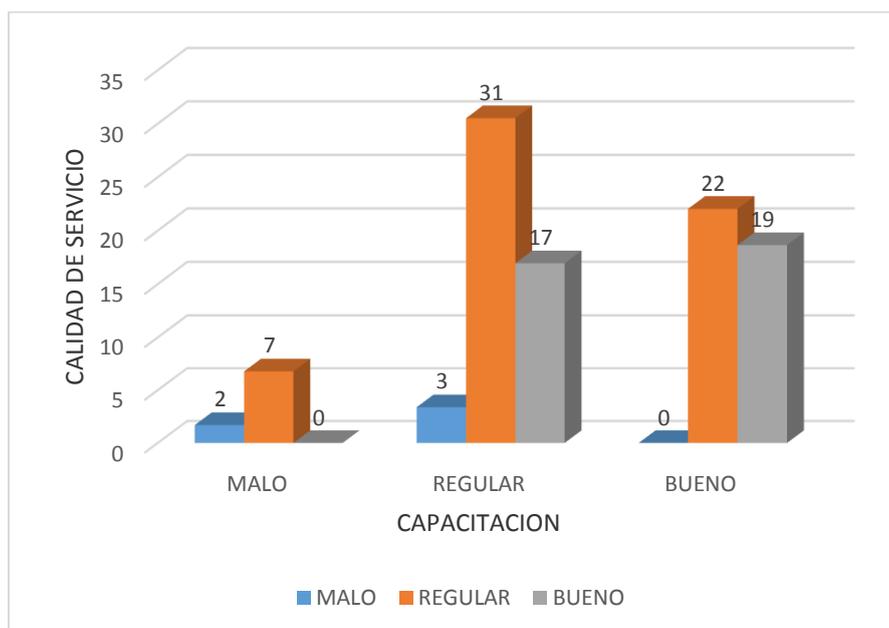


Figura 1 Análisis bidimensional capacitación y calidad de servicio

Fuente: Propia

El 31% de los encuestados calificaron como regular la capacitación y calidad de servicio

Tabla 13 Análisis bidimensional capacitación y expectativa del cliente

		CAPACITACION							
		MALO		REGULAR		BUENO		TOTAL	
		f	%	f	%	f	%	f	%
MALO		5	8	9	15	1	2	15	25
REGULAR		0	0	11	19	10	17	21	36
BUENO		0	0	10	17	13	22	23	39

Fuente: propia

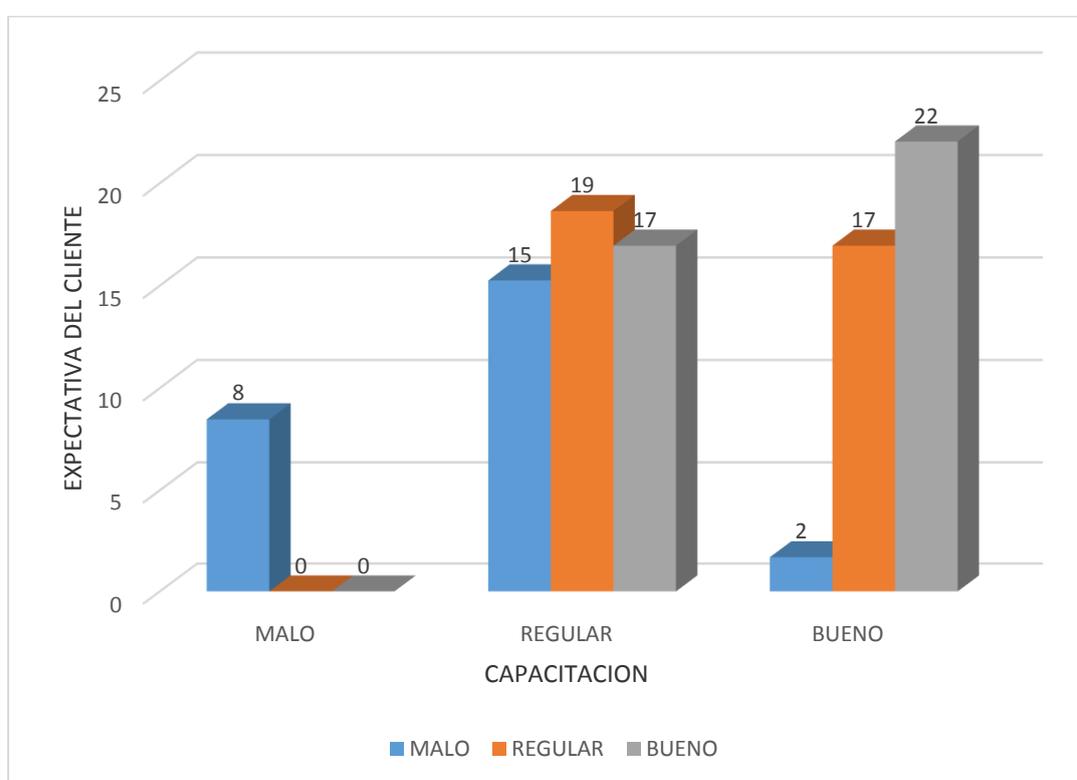


Figura 2 Análisis bidimensional capacitación y expectativa del cliente

Fuente: Propia

El 19% de los encuestados calificaron como regular la capacitación y expectativa del cliente.

Tabla 14 Análisis bidimensional capacitación y necesidades del cliente

	CAPACITACION							
	MALO		REGULAR		BUENO		TOTAL	
	f	%	f	%	f	%	f	%
MALO	1	2	4	7	5	8	10	17
REGULAR	4	7	18	31	9	15	31	53
BUENO	0	0	8	14	10	17	18	31

Fuente: Propia

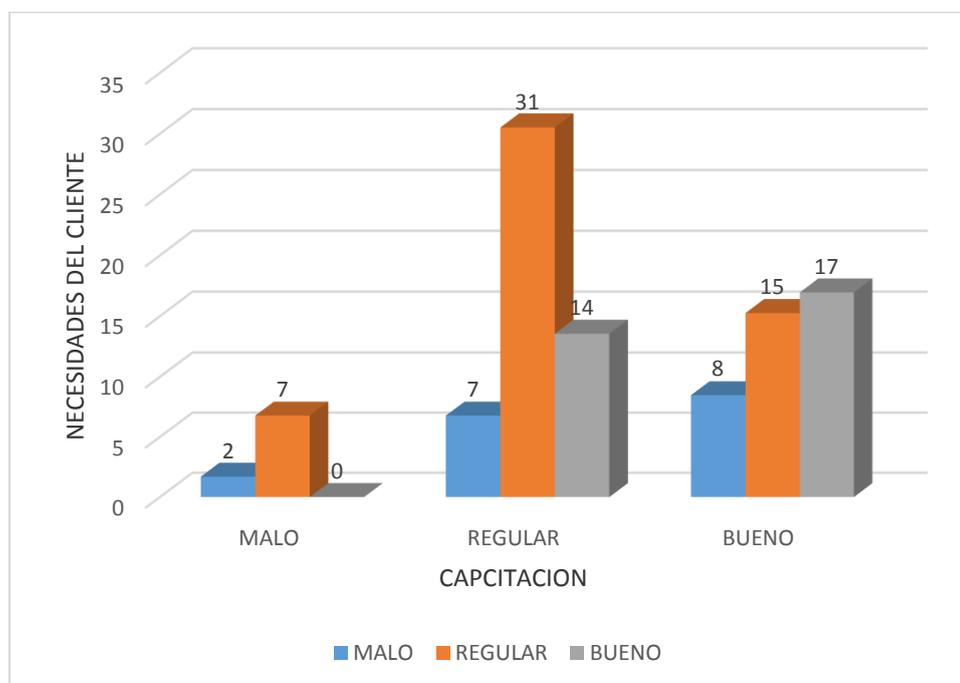


Figura 3 Análisis bidimensional capacitación y necesidades del cliente

Fuente: Propia

El 31% de los encuestados calificaron como regular la capacitación y necesidades del cliente.

Tabla 15 Análisis bidimensional capacitación y satisfacción del cliente

		CAPACITACION							
		MALO		REGULAR		BUENO		TOTAL	
		f	%	f	%	f	%	f	%
MALO		0	0	2	3	0	0	2	3
REGULAR		3	5	10	17	4	7	17	29
BUENO		2	3	18	31	20	34	40	68

Fuente: Propia

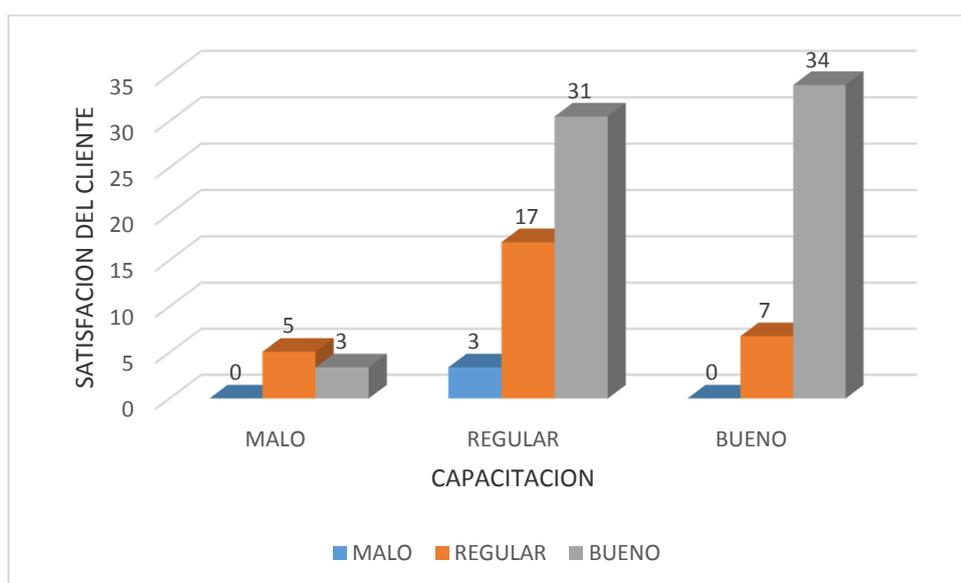


Figura 4 Análisis bidimensional capacitación y satisfacción del cliente

El 17% de los encuestados calificaron como regular la capacitación y satisfacción del cliente.

## V. DISCUSION

El objetivo general es determinar la relación entre la capacitación y la calidad de servicio de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019. De la teoría la calidad de servicio se define en cómo la empresa se adapta a las necesidades del cliente para satisfacerlo; a mayor adaptación, la satisfacción del cliente y la calidad de servicio es mejor. Según Martínez (2017) tuvo como propósito describir la calidad de servicio de los guías oficiales de turismo desde la perspectiva del turista nacional, Centro Histórico de Lima 2017. Este resultado refleja que los guías oficiales de turismo se han preocupado por satisfacer las necesidades de los clientes, han trabajado en equipo, mostraron actitud, liderazgo y puntualidad. Del análisis bidimensional El 31% de los encuestados calificaron como regular la capacitación y calidad de servicio. De la prueba de hipótesis Como el p valor es menor que 0.05 entonces se rechaza la hipótesis nula y se concluye que Existe relación entre la Capacitación y Calidad de Servicio de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.

El primer objetivo específico es determinar la relación entre la capacitación y las expectativas de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019. De la teoría Las expectativas de los clientes conducen a las tácticas de las organizaciones con relación a la elaboración de productos o servicios que ofrecen. Según Guzmán (2018) tuvo como objetivo general Determinar el nivel de la calidad del servicio brindado por las unidades promotoras de turismo desde la percepción del usuario, Trujillo, 2018. Por lo que el autor llega a la siguiente conclusión según los resultados obtenidos el 66.4% de considera el servicio de baja calidad y el 29,4% de calidad media. Únicamente para el 1% es de calidad muy alta y para el 2,3% de alta calidad, dejando la evidencia que hay aún mucho por hacer en cuanto a la oferta de los servicios turísticos en nuestra ciudad. La situación más crítica observada se aprecia en cuanto a la relación costo-beneficio, que indica un servicio muy costoso y desproporcionado para la calidad y beneficios que ofrece, por lo que se deben monitorear estos

servicios por la autoridad competente, regional y municipal, para mejorarlos y asegurar la mejor atención posible a los turistas. Del análisis bidimensional El 19% de los encuestados calificaron como regular la capacitación y expectativa del cliente. De la prueba de hipótesis Como el p valor es menor que 0.05 entonces se rechaza la hipótesis nula y se concluye que Existe relación entre la Capacitación y las Expectativas de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.

El segundo objetivo específico es determinar r la relación entre la capacitación y las necesidades de los clientes de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019. De la teoría identificar las necesidades de los clientes al menor coste posible. Para conseguirlo es necesario suprimir todos aquellos procesos y trabajos que no aportan valor añadido al producto o servicio, así como reducir al máximo los costes de la no calidad. De esta forma la competitividad da como resultado una mejora continua de la calidad y de la innovación. Según Chilibingua (2016) presenta como objetivo principal determinar la influencia de la formación profesional de guías de turismo en el desarrollo turístico del cantón Atacames de la provincia de Esmeraldas. Se llegó a la conclusión que la formación profesional de guías de turismo es muy importante puesto que, si estos mejoran sus conocimientos técnicos, teóricos y prácticos brindarían un mejor servicio. Finalmente, al capacitar a los guías de turismo con la ayuda del Gad de Atacames, proporcionara conocimientos en atención al cliente, primeros auxilios y manejo de equipo, para así mejorar el desarrollo turístico del cantón Atacames y la calidad de vida de sus habitantes. Del análisis bidimensional El 31% de los encuestados calificaron como regular la capacitación y necesidades del cliente. De la prueba de hipótesis Como el p valor es menor que 0.05 entonces se rechaza la hipótesis nula y se concluye que Existe relación entre la Capacitación y las Necesidades de los Clientes de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.

El tercer objetivo específico es determinar la relación entre la capacitación y la satisfacción de los clientes de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019. De la teoría es el resultante de un

proceso que se inicia en el servicio, es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento del percibido del servicio. Según López (2018) tuvo como objetivo general determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente. Se realizó una investigación cualitativa por medio de entrevistas a profundidad para tener un mayor conocimiento de las variables de estudio y se pudo evidenciar falta de capacitación y motivación de parte de la empresa hacia el personal. Una vez conocido los hallazgos principales, se propone programas de capacitación y de calidad dirigidas al personal de servicio y con esto crear una ventaja competitiva dentro de la empresa. Del análisis bidimensional El 17% de los encuestados calificaron como regular la capacitación y satisfacción del cliente. De la prueba de hipótesis Como el p valor es menor que 0.05 entonces se rechaza la hipótesis nula y se concluye que Existe relación entre la Capacitación y la Satisfacción de los Clientes de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.

## VI. PROPUESTA

Mi propuesta es muy importante, porque en términos prácticos ayuda a dar a conocer la problemática de la falta de capacitación de guías especializados en los atractivos turísticos de la provincia de Huambo es importante porque nos permite conocer las causas del problema y sugerir alternativas de solución para mejorar la calidad de guiado especializado, de esta manera se podrá llamar la atención y corregir la falta de participación que existe por parte de las instituciones correspondientes, ya sea municipalidades, gobiernos locales y regionales.

Huambo es una síntesis turística, lo podríamos considerar así, porque posee a lo largo del territorio nacional cultura, historia, religión, arqueología, costumbres, danzas, ecología, así lo definen los visitantes a esta provincia que no es ajena de atractivos turísticos muy vendidos. Considerado una provincia turística actualmente de gran importancia de nuestra serranía costeña.

Este estudio nos permitirá ayudar a la problemática de la falta de capacitación de guías, no solo con respecto a la provincia de 'Huambo, sino con todas las provincias de nuestro país.

La capacitación del personal es importante y necesario que realicen las empresas, ya que de ello depende el éxito que puedan lograr, es tal sentido en propongo que se establezca un programa de formación de guías de turismo en el lugar. Siendo un objetivo primordial evaluar la capacitación personal de las guías de turismo, para la evaluación de dicha variable fue posible establecer dimensiones e indicadores, ello gracias a la teoría de (Chiavenato, 2007), obteniendo como resultado que la adquisición de conocimientos y actitudes se encuentran bien relacionadas, ya que los encuestados refieren que no se los capacita de forma frecuente en temas relacionados con la atención adecuada y eficiente de los clientes, y por el hecho de que se ven en la necesidad de informarse y actualizarse de los cambios en su entorno de forma personal. Lo

mencionado guarda una ligera relación con el trabajo de (Vaca, 2009), quien encontró que el personal que labora en el área de guías de turismo en la ciudad blanca no está debidamente capacitado, ya que no se tienen un control de lo que conocen bien, donde el personal no sabe bien sobre los manejos y trato hacia los clientes, esta premisa llevo al autor desarrollar una propuesta de capacitación, incluyendo las tecnologías apropiadas.

## VII. CONCLUSIONES

- a) El objetivo general es determinar la relación entre la capacitación y la calidad de servicio de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019. Según el resultado de la hipótesis se concluye que Existe relación entre la Capacitación y Calidad de Servicio de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.
- b) El primer objetivo específico es determinar la relación entre la capacitación y las expectativas de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019. Según el resultado de la hipótesis se concluye que Existe relación entre la Capacitación y las Expectativas de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.
- c) El segundo objetivo específico es determinar r la relación entre la capacitación y las necesidades de los clientes de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019. Según el resultado de la hipótesis se concluye que Existe relación entre la Capacitación y las Necesidades de los Clientes de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.
- d) El tercer objetivo específico es determinar la relación entre la capacitación y la satisfacción de los clientes de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019. Según el resultado se concluye que Existe relación entre la Capacitación y la Satisfacción de los Clientes de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.

## VIII. RECOMENDACIONES

- a) Se recomienda que la empresa se preocupe en brindar una buena calidad de servicio porque de esa manera va lograr obtener la satisfacción del cliente y por lo tanto su lealtad.
- b) Se recomienda conocer las expectativas de los clientes porque conducen a las tácticas de las organizaciones con relación a la elaboración de productos o servicios que ofrecen.
- c) Se recomienda identificar las necesidades de los clientes al menor coste posible. Para conseguirlo es necesario suprimir todos aquellos procesos y trabajos que no aportan valor añadido al producto o servicio, así como reducir al máximo los costes de la no calidad. De esta forma la competitividad da como resultado una mejora continua de la calidad y de la innovación.
- d) Se recomienda satisfacer siempre al cliente midiendo su percepción lo cual servirá para mejorar el proceso y tomar las mejores decisiones.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, G. (2017). Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales. Caracas: Tesis Universidad Católica Andrés Bello.
- Arias D.C. y Barreto D.P. (2014). Estrategias didácticas para desarrollar la habilidad oral en el aprendizaje de FLE de las estudiantes de nivel A1 del Liceo femenino Mercedes Nariño. Universidad de La Salle. Bogotá D.C. Recuperado de [http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/17293/T26.14%20A41 e.pdf?sequence=1](http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/17293/T26.14%20A41%20e.pdf?sequence=1)
- Beingolea, K. y Gonzales, M. (2018). Influencia de las Capacitaciones en el desarrollo de la actividad turística en la Ciudad de Puerto Maldonado – 2016. (Tesis de Pregrado). Recuperado de <http://repositorio.unamad.edu.pe/bitstream/handle/UNAMAD/371/004-3-12-031.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cabrera, M. (2016). Programa de mejora turístico en la Comunidad Bajo Grande, Parroquia El Anegado Provincia de Manabí. (Tesis para obtener el título). Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/14124/1/tesis%20de%20maria%20cabrera.pdf>
- CENTRUM, (2016) Estudios de la realidad peruana: A propósito de la informalidad en el Perú. Recopilación de varios autores
- Chiliuinga, M. (2016). Formación Profesional de los Guías de turismo y su Incidencia en el desarrollo Turístico del Cantón Atacames de la Provincia de Esmeraldas. (Tesis para obtener el título). Recuperado de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/23261/1/Tesis%20Final-Mayra%20Chiliuinga.pdf>
- Contreras, A. (2018). Calidad del servicio de unidades promotoras de turismo a partir de la percepción del usuario, Trujillo, 2018. (Tesis de pregrado). Recuperado de

[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23932/contreras\\_ga.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23932/contreras_ga.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Dirección Regional de Industria y Turismo-DRIT (2017) Información relevante para el turismo en la región La Libertad. Folleto informativo. Trujillo, Perú.
- Guillen, a. (2016). Conciencia turística de la Comunidad Local Espíritu Santo en el Distrito de Antioquia, Provincia Huarochirí, 2016. (Tesis de Pregrado). Recuperado de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/2264/Guillen\\_PAG.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/2264/Guillen_PAG.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Hernández, R. (2014) “Metodología de la Investigación “(6ta. Ed) México D.F. McGraw-Hill/ Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación. 5ta edición, Mc GrawHill, Buenos Aires.
- Hilari, G. (2015). Programa de capacitación y sensibilización turística para las autoridades y población del Municipio de Carabuco. (Tesis para obtener el título). <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/13977/P-G-3572.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Isla (2016) La actividad turística emergente en Latinoamérica. Ediciones América. Santiago de Chile.
- López, D. (2018). Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil. (Tesis de Maestría). Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- Macías, S. (2017). Servicios turísticos y su incidencia en la satisfacción del turista que visita El Recinto Puerto El Morro, Provincia Del Guayas Año 2017. (Tesis para obtener el título). Recuperado de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/4135/1/UPSE-THT-2017-0009.pdf>
- Maguiña, M. (2018) Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en el BBVA Continental de Los Olivos, Lima 2018. (Tesis de Pregrado).

- Recuperado de  
[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/24956/Magui%  
c3%b1a\\_GMJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/24956/Magui%c3%b1a_GMJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Martínez, Y. (2017). Calidad de Servicio de los Guías Oficiales de turismo desde la perspectiva del turista nacional, Centro Histórico de Lima 2017. (Tesis de pregrado). Recuperado de  
<http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/6972/Martinez%20-%20AY..pdf?sequence=1>
- Meza, A. (2016). Capacitación de personal y Calidad de servicio de los colaboradores de la Empresa Financiera Crediscotia Periodo 2015. (Tesis de Pregrado). Recuperado de  
[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/14610/Meza\\_YA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/14610/Meza_YA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Portales (2015) Operadores turísticos. Estudios de la realidad del turismo en Latinoamérica. Ediciones Paulina. D.F. México
- Romani, M. (2017). Calidad turística y buenas prácticas de servicios turísticos en Lima Metropolitana, 2016. (Tesis de Maestría). Recuperado de  
[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/9084/Romani\\_NML.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/9084/Romani_NML.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Siliceo, A. (2016). Capacitación y desarrollo de personal. (4°ed), México: Limusa Editorial.

## **ANEXOS**

## Anexo 1: Matriz de Consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGIA
<p><u>GENERAL</u> ¿Cuál es la relación entre capacitación y calidad de servicio de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019?</p>	<p><u>GENERAL</u> Determinar la relación entre capacitación y calidad de servicio de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.</p>	<p><u>GENERAL</u> Existe relación entre capacitación y calidad de servicio de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.</p>	<p><b>Capacitación</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimientos</li> <li>- Eficiencia</li> <li>- Eficacia</li> <li>- Rendimiento</li> <li>- Evaluación</li> </ul>	<p><b>1. TIPO DE ESTUDIO</b></p> <p>El tipo de estudio a realizar es descriptivo-correlacional porque describe cada una de las variables, y correlativo porque explica la relación entre la variable 1 y la variable 2.</p> <p><b>2. DISEÑO DE ESTUDIO</b></p> <p>El tipo de proyecto a realizar es no experimental, ya que no manipularemos las variables</p> <p><b>POBLACIÓN</b></p> <p><b>3. TIPO DE MUESTRA</b></p> <p>Se utilizará la prueba del censo, un subgrupo de la población donde todos los elementos de esta tienen la oportunidad de ser elegidos.</p> <p><b>4. TAMAÑO DE MUESTRA</b></p> <p>La muestra es el censo. La unidad de análisis para el estudio es la población total</p> <p><b>5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS</b></p> <p><b>Variable 1: Capacitación</b></p> <p><b>Técnica:</b> La técnica a utilizar es la encuesta.</p> <p><b>Instrumento:</b> El instrumento será el cuestionario de elaboración propia.</p> <p><b>Variable 2: Calidad de Servicio</b></p> <p><b>Técnica:</b> La técnica a utilizar será la encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> El instrumento será el cuestionario de elaboración propia.</p>
<p><u>ESPECIFICO</u> ¿Cuál es la relación entre la capacitación y las expectativas de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019?</p>	<p><u>ESPECIFICO</u> Determinar la relación entre la capacitación y las expectativas de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.</p>	<p><u>ESPECIFICO</u> Existe relación entre la capacitación y las expectativas de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.</p>			
<p><u>ESPECIFICO</u> ¿Cuál es la relación entre la capacitación y las necesidades de los clientes de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019?</p>	<p><u>ESPECIFICO</u> Determinar la relación entre la capacitación y las necesidades de los clientes de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.</p>	<p><u>ESPECIFICO</u> Existe relación entre la capacitación y las necesidades de los clientes de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.</p>			
<p><u>ESPECIFICO</u> ¿Cuál es la relación entre la capacitación y la satisfacción de los clientes de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019?</p>	<p><u>ESPECIFICO</u> Determinar la relación entre la capacitación y la satisfacción de los clientes de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.</p>	<p><u>ESPECIFICO</u> Existe relación entre la capacitación y la satisfacción de los clientes de las Guías Especializadas de los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.</p>	<p><b>Calidad de Servicio</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Servicio</li> <li>- Bienestar</li> <li>- Comodidad</li> <li>- Innovación</li> <li>- Amabilidad</li> </ul>	

## Anexo 2: Matriz de Operacionalización

TESIS	VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION	ITEMS	ESCALA DE LIKERT				
CAPACITACIÓN Y CALIDAD DE SERVICIO DE LAS GUÍAS ESPECIALIZADOS EN LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE HUAMBO, AREQUIPA 2019	CAPACITACIÓN	Siliceo (2016), definió que "la capacitación consiste en actividades programadas que se fundamentan en necesidades de una organización y generada hacia una transformación en las habilidades y conocimientos de los empleados. También lo define como toda actividad realizada en una organización que busca la mejor actitud, habilidades, conocimiento, o conductas de su personal respondiendo a sus necesidades. Intenta perfeccionar a sus colaboradores en sus puestos de trabajo en base a sus metas definidas a las funciones de la empresa.	La variable capacitación fue medida por medio de 3 dimensiones: Programas de capacitación, Evaluación de desempeño y Control de resultados; 5 indicadores, los cuales permitieron la elaboración del cuestionario para la recopilación de datos.	Programas de capacitación	Conocimientos	Escala ordinal	1-2	TD= Total Desacuerdo D = Desacuerdo I = Ni Desacuerdo Ni de Acuerdo A = Acuerdo TA= Total Acuerdo				
				Evaluación de desempeño	Eficiencia		3-4					
					Eficacia		5-6					
					Rendimiento		7-8					
	Control de resultados			Evaluación	9-10							
	CALIDAD DE SERVICIO			Según Álvarez (2017) Es el proceso de la satisfacción total de los requerimientos y necesidades de los mismos, la calidad de un bien o servicio particular es lo que el consumidor percibe que es. La empresa fabrica el bien o presta un servicio con la calidad necesaria que intenta satisfacer las necesidades del cliente, pero el cliente tiene unos deseos y expectativas propias sobre el servicio que va a recibir y cuando recibe le bien o servicio prestado tiene su propia percepción de la calidad	La variable calidad de servicio fue medida por medio de 3 dimensiones: Expectativas, Necesidad de los clientes y Satisfacción de los clientes; 5 indicadores, los cuales permitieron la elaboración del cuestionario para la recopilación de datos.		Expectativas		Servicio	Escala ordinal	11-12	TD= Total Desacuerdo D = Desacuerdo I = Ni Desacuerdo Ni de Acuerdo A = Acuerdo TA= Total Acuerdo
							Necesidades de los clientes		Bienestar		13-14	
									Comodidad		15-16	
							Satisfacción de los clientes		Innovación		17-18	
									Amabilidad		19-20	

### Anexo 3: Instrumento

## “CAPACITACIÓN Y CALIDAD DE SERVICIO DE LAS GUÍAS ESPECIALIZADAS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE HUAMBO, AREQUIPA 2019”

**OBJETIVO:** Determinar la relación entre capacitación y calidad de servicio de los Guías Especializados de la Atractivos Turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.

**INSTRUCCIONES:** Marque con una X la opción que considere válida según el punto en los siguientes campos:

TOTAL DESACUERDO	DESACUERDO	NI DESACUERDO NI DE ACUERDO	ACUERDO	TOTAL ACUERDO
TD	D	I	A	TA

ITEM	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
		<b>CAPACITACION</b>				
1	Los cursos virtuales recibidos en el Distrito de Huambo son beneficiosos para desarrollar sus conocimientos					
2	Los conocimientos adquiridos en el Distrito de Huambo son suficientes para brindaron buen servicio.					
3	Los colaboradores del Distrito de Huambo son eficientes en el proceso de capacitaciones.					
4	Los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas.					
5	Las capacitaciones recibidas fueron eficaces para la realización de su trabajo					
6	Considero formales y profesionales al personal que brinda las capacitaciones.					
7	Su estado de ánimo afecta su desempeño laboral.					
8	Las capacitaciones a sus superiores generan en ellos un adecuado estilo de liderazgo.					
9	Conoce todos los beneficios del producto (servicio) que se ofrece.					
10	El trabajador es capacitado para el puesto de forma simultánea.					
<b>CALIDAD DE SERVICIO</b>						
11	Se esmera en dar un trato excelente a su cliente.					
12	Considera usted que los clientes se sienten satisfechos con la atención recibida por las guías turísticas en los atractivos turísticos del distrito de Huambo, Arequipa.					
13	El distrito de Huambo toma acciones correctivas para mejorar la calidad de Servicio.					
14	Los clientes se encuentran complacidos con el servicio de los guías turísticos.					
15	La infraestructura de los establecimientos es cómoda para los clientes.					
16	La empresa se encuentra plenamente preparado para ofrecer buena calidad de servicio al cliente y/o consumidor.					
17	Es importe que los jefes evalúen a los colaboradores para analizar los resultados después de recibir capacitaciones.					
18	La medición de desempeño que usa su jefe se encuentra relacionado con los indicadores de cumplimiento.					
19	El distrito de Huambo brinda un servicio de calidad a sus clientes.					
20	La atención rápida es importante para satisfacer a los clientes.					

Gracias por su colaboración

## Anexo 4. VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Título de la investigación: “CAPACITACIÓN Y CALIDAD DE SERVICIO DE LAS GUÍAS ESPECIALIZADAS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE HUAMBO, AREQUIPA 2019”							
Apellidos y nombres del investigador: CASTILLO SANCHEZ CESAR							
Apellidos y nombres del experto:							
ASPECTO POR EVALUAR						OPINIÓN DEL EXPERTO	
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
CAPACITACION	PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN	Conocimientos	Los cursos virtuales recibidos en el Distrito de Huambo son beneficiosos para desarrollar sus conocimientos	TD=Total Desacuerdo D = Desacuerdo I = Ni Desacuerdo Ni de acuerdo A =Acuerdo TA= Total Acuerdo			
			Los conocimientos adquiridos en el Distrito de Huambo son suficientes para brindaron buen servicio.				
	EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO	Eficiencia	Los colaboradores del Distrito de Huambo son eficientes en el proceso de capacitaciones.				
			Los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas.				
		Eficacia	Las capacitaciones recibidas fueron eficaces para la realización de su trabajo.				
			Considero formales y profesionales al personal que brinda las capacitaciones.				
	Rendimiento	Su estado de ánimo afecta su desempeño laboral.					
		Las capacitaciones a sus superiores generan en ellos un adecuado estilo de liderazgo.					
	CONTROL DE RESULTADOS	Evaluación	Conoce todos los beneficios del producto (servicio) que se ofrece.				
			El trabajador es capacitado para el puesto de forma simultánea.				
CALIDAD DE SERVICIO	EXPECTATIVAS	Servicio	Se esmera en dar un trato excelente a su cliente				
			Considera usted que los clientes se sienten satisfechos con la atención recibida por las guías turísticas en los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa				
	NECESIDADES DE LOS CLIENTES	Bienestar	El Distrito de Huambo toma acciones correctivas para mejorar la calidad de Servicio				
			Los clientes se encuentran complacidos con el servicio de los guías turísticos.				
		Comodidad	La infraestructura de los establecimientos es cómoda para los clientes.				
			La empresa se encuentra plenamente preparado para ofrecer buena calidad de servicio al cliente y/o consumidor				
	SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES	Innovación	Es importe que los jefes evalúen a los colaboradores para analizar los resultados después de recibir capacitaciones				
			La Medición de Desempeño que usa su jefe se encuentran relacionado con los indicadores de cumplimiento.				
		Amabilidad	El Distrito de Huambo brinda un servicio de calidad a sus clientes				
			La atención rápida es importante para satisfacer a los clientes				
Firma del experto:			Fecha ___/___/___				

ta: DIMENSIONES e INDICADORES, solo si aplica, dependiendo de la naturaleza de la investigación y las variables

**“CAPACITACIÓN Y CALIDAD DE SERVICIO DE LAS GUÍAS  
ESPECIALIZADAS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE  
HUAMBO, AREQUIPA 2019”**

**OBJETIVO:** Determinar la relación entre capacitación y calidad de servicio de los Guías Especializados de la Atractivos Turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.

**INSTRUCCIONES:** Marque con una X la opción que considere válida según el punto en los siguientes campos:

TOTAL DESACUERDO	DESACUERDO	NI DESACUERDO NI DE ACUERDO	ACUERDO	TOTAL ACUERDO
TD	D	I	A	TA

ITEM	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
		<b>CAPACITACION</b>				
1	Los cursos virtuales recibidos en el Distrito de Huambo son beneficiosos para desarrollar sus conocimientos					X
2	Los conocimientos adquiridos en el Distrito de Huambo son suficientes para brindaron buen servicio.					X
3	Los colaboradores del Distrito de Huambo son eficientes en el proceso de capacitaciones.					X
4	Los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas.					X
5	Las capacitaciones recibidas fueron eficaces para la realización de su trabajo					X
6	Considero formales y profesionales al personal que brinda las capacitaciones.					X
7	Su estado de ánimo afecta su desempeño laboral.					X
8	Las capacitaciones a sus superiores generan en ellos un adecuado estilo de liderazgo.					X
9	Conoce todos los beneficios del producto (servicio) que se ofrece.					X
10	El trabajador es capacitado para el puesto de forma simultánea.					X
	<b>CALIDAD DE SERVICIO</b>					X
11	Se esmera en dar un trato excelente a su cliente.					X
12	Considera usted que los clientes se sienten satisfechos con la atención recibida por las guías turísticas en los atractivos turísticos del distrito de Huambo, Arequipa.					X
13	El distrito de Huambo toma acciones correctivas para mejorar la calidad de Servicio.					X
14	Los clientes se encuentran complacidos con el servicio de los guías turísticos.					X
15	La infraestructura de los establecimientos es cómoda para los clientes.					X
16	La empresa se encuentra plenamente preparado para ofrecer buena calidad de servicio al cliente y/o consumidor.					X
17	Es importe que los jefes evalúen a los colaboradores para analizar los resultados después de recibir capacitaciones.					X
18	La medición de desempeño que usa su jefe se encuentra relacionado con los indicadores de cumplimiento.					X
19	El distrito de Huambo brinda un servicio de calidad a sus clientes.					X
20	La atención rápida es importante para satisfacer a los clientes.					X

**Gracias por su colaboración**

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS**

Título de la investigación: "CAPACITACIÓN Y CALIDAD DE SERVICIO DE LAS GUÍAS ESPECIALIZADAS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE HUAMBO, AREQUIPA 2019"								
Apellidos y nombres del investigador: CASTILLO SANCHEZ CESAR								
Apellidos y nombres del experto: DR. VASQUEZ ESPINOZA JUAN MANUEL								
ASPECTO POR EVALUAR							OPINIÓN DEL EXPERTO	
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS	
CAPACITACION	PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN	Conocimientos	Los cursos virtuales recibidos en el Distrito de Huambo son beneficiosos para desarrollar sus conocimientos	TD=Total Desacuerdo D = Desacuerdo I = Ni Desacuerdo A =Acuerdo TA= Total Acuerdo	X			
			Los conocimientos adquiridos en el Distrito de Huambo son suficientes para brindaron buen servicio.		X			
	EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO	Eficiencia	Los colaboradores del Distrito de Huambo son eficientes en el proceso de capacitaciones.					
			Los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas.		X			
		Eficacia	Las capacitaciones recibidas fueron eficaces para la realización de su trabajo.				X	
			Considero formales y profesionales al personal que brinda las capacitaciones.					
	Rendimiento	Su estado de ánimo afecta su desempeño laboral.				X		
		Las capacitaciones a sus superiores generan en ellos un adecuado estilo de liderazgo.						
	CONTROL DE RESULTADOS	Evaluación	Conoce todos los beneficios del producto (servicio) que se ofrece.			X		
			El trabajador es capacitado para el puesto de forma simultánea.			X		
CALIDAD DE SERVICIO	EXPECTATIVAS	Servicio	Se esmera en dar un trato excelente a su cliente		X			
			Considera usted que los clientes se sienten satisfechos con la atención recibida por las guías turísticas en los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa		X			
	NECESIDADES DE LOS CLIENTES	Bienestar	El Distrito de Huambo toma acciones correctivas para mejorar la calidad de Servicio		X			
			Los clientes se encuentran complacidos con el servicio de los guías turísticos.					
		Comodidad	La infraestructura de los establecimientos es cómoda para los clientes.			X		
			La empresa se encuentra plenamente preparado para ofrecer buena calidad de servicio al cliente y/o consumidor					
	SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES	Innovación	Es importe que los jefes evalúen a los colaboradores para analizar los resultados después de recibir capacitaciones			X		
			La Medición de Desempeño que usa su jefe se encuentran relacionado con los indicadores de cumplimiento.					
		Amabilidad	El Distrito de Huambo brinda un servicio de calidad a sus clientes			X		
			La atención rápida es importante para satisfacer a los clientes					
Firma del experto:			Fecha <u>10</u> / <u>02</u> / 2021					
 Dr. Vasquez E. Juan M.								

Nota: DIMENSIONES e INDICADORES, solo si aplica, dependiendo de la naturaleza de la investigación y la variable

**“CAPACITACIÓN Y CALIDAD DE SERVICIO DE LAS GUÍAS ESPECIALIZADAS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE HUAMBO, AREQUIPA 2019”**

**OBJETIVO:** Determinar la relación entre capacitación y calidad de servicio de los Guías Especializados de la Atractivos Turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa 2019.

**INSTRUCCIONES:** Marque con una X la opción que considere válida según el punto en los siguientes campos:

TOTAL DESACUERDO	DESACUERDO	NI DESACUERDO NI DE ACUERDO	ACUERDO	TOTAL ACUERDO
TD	D	I	A	TA

ITEM	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
		<b>CAPACITACION</b>				
1	Los cursos virtuales recibidos en el Distrito de Huambo son beneficiosos para desarrollar sus conocimientos					X
2	Los conocimientos adquiridos en el Distrito de Huambo son suficientes para brindaron buen servicio.					X
3	Los colaboradores del Distrito de Huambo son eficientes en el proceso de capacitaciones.					X
4	Los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas.					X
5	Las capacitaciones recibidas fueron eficaces para la realización de su trabajo					X
6	Considero formales y profesionales al personal que brinda las capacitaciones.					X
7	Su estado de ánimo afecta su desempeño laboral.					X
8	Las capacitaciones a sus superiores generan en ellos un adecuado estilo de liderazgo.					X
9	Conoce todos los beneficios del producto (servicio) que se ofrece.					X
10	El trabajador es capacitado para el puesto de forma simultánea.					X
	<b>CALIDAD DE SERVICIO</b>					X
11	Se esmera en dar un trato excelente a su cliente.					X
12	Considera usted que los clientes se sienten satisfechos con la atención recibida por las guías turísticas en los atractivos turísticos del distrito de Huambo, Arequipa.					X
13	El distrito de Huambo toma acciones correctivas para mejorar la calidad de Servicio.					X
14	Los clientes se encuentran complacidos con el servicio de los guías turísticos.					X
15	La infraestructura de los establecimientos es cómoda para los clientes.					X
16	La empresa se encuentra plenamente preparado para ofrecer buena calidad de servicio al cliente y/o consumidor.					X
17	Es importe que los jefes evalúen a los colaboradores para analizar los resultados después de recibir capacitaciones.					X
18	La medición de desempeño que usa su jefe se encuentra relacionado con los indicadores de cumplimiento.					X
19	El distrito de Huambo brinda un servicio de calidad a sus clientes.					X
20	La atención rápida es importante para satisfacer a los clientes.					X

**Gracias por su colaboración**

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS**

Título de la investigación: "CAPACITACIÓN Y CALIDAD DE SERVICIO DE LAS GUÍAS ESPECIALIZADAS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE HUAMBO, AREQUIPA 2019"							
Apellidos y nombres del investigador: CASTILLO SANCHEZ CESAR							
Apellidos y nombres del experto: DR. VASQUEZ ESPINOZA JUAN MANUEL							
ASPECTO POR EVALUAR							OPINIÓN DEL EXPERTO
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
CAPACITACION	PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN	Conocimientos	Los cursos virtuales recibidos en el Distrito de Huambo son beneficiosos para desarrollar sus conocimientos	TD=Total Desacuerdo D = Desacuerdo I = Ni Desacuerdo Ni de acuerdo A =Acuerdo TA= Total Acuerdo	X		
			Los conocimientos adquiridos en el Distrito de Huambo son suficientes para brindaron buen servicio.		X		
	EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO	Eficiencia	Los colaboradores del Distrito de Huambo son eficientes en el proceso de capacitaciones.		X		
			Los empleados demuestran estar capacitados para responder a sus preguntas.		X		
		Eficacia	Las capacitaciones recibidas fueron eficaces para la realización de su trabajo.		X		
			Considero formales y profesionales al personal que brinda las capacitaciones.		X		
	Rendimiento	Su estado de ánimo afecta su desempeño laboral.	X				
		Las capacitaciones a sus superiores generan en ellos un adecuado estilo de liderazgo.	X				
	CONTROL DE RESULTADOS	Evaluación	Conoce todos los beneficios del producto (servicio) que se ofrece.		X		
			El trabajador es capacitado para el puesto de forma simultánea.		X		
CALIDAD DE SERVICIO	EXPECTATIVAS	Servicio	Se esmera en dar un trato excelente a su cliente	TA= Total Acuerdo	X		
			Considera usted que los clientes se sienten satisfechos con la atención recibida por las guías turísticas en los atractivos turísticos del Distrito de Huambo, Arequipa		X		
	NECESIDADES DE LOS CLIENTES	Bienestar	El Distrito de Huambo toma acciones correctivas para mejorar la calidad de Servicio		X		
			Los clientes se encuentran complacidos con el servicio de los guías turísticos.		X		
		Comodidad	La infraestructura de los establecimientos es cómoda para los clientes.		X		
			La empresa se encuentra plenamente preparado para ofrecer buena calidad de servicio al cliente y/o consumidor		X		
	SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES	Innovación	Es importe que los jefes evalúen a los colaboradores para analizar los resultados después de recibir capacitaciones		X		
			La Medición de Desempeño que usa su jefe se encuentran relacionado con los indicadores de cumplimiento.		X		
		Amabilidad	El Distrito de Huambo brinda un servicio de calidad a sus clientes		X		
			La atención rápida es importante para satisfacer a los clientes		X		
Firma del experto:			Fecha 10 / 02 / 2021				

Nota: DIMENSIONES e INDICADORES, solo si aplica, dependiendo de la naturaleza de la investigación y la variable

### Anexo 5: Matriz de datos

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19P	P20	
1	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2
2	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3
3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2
4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	2	2	2
5	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4
6	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4
7	4	3	4	4	3	4	2	1	2	4	3	2	2	2	1	2	4	3	2	3	4
8	2	4	2	4	3	2	4	3	3	4	2	2	4	3	3	4	2	2	3	4	4
9	3	3	4	3	3	4	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3
10	3	3	3	3	3	3	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	4
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4
13	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	4
14	2	2	2	3	3	3	3	1	4	4	3	1	1	1	4	4	3	1	1	2	3
15	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3
16	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4
17	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	1	4	4	4
18	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	1	2	1	3	3	3	4	4	4	2	2
19	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4
20	2	4	2	4	3	2	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4
21	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	1	2	3	2	2
22	3	3	3	3	3	3	2	4	3	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
23	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3
24	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	2	3	2	3	3
25	3	2	2	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	2	2	2
26	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	2	3	2	3	2	2	3	3
27	2	1	2	4	3	2	2	3	3	3	1	2	1	4	4	4	4	3	3	3	3
28	4	3	3	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2
29	3	2	2	2	3	2	1	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2
30	1	1	1	2	2	2	1	3	4	3	2	1	1	3	4	3	4	4	3	3	3
31	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	1	1	1	1	2	1	1
32	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3
33	3	3	3	3	1	2	1	3	3	3	4	4	4	2	4	3	4	3	3	3	4
34	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3
35	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3
36	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	1	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3
37	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4
38	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	1	4	4	4	3	2	4	3	4	4
39	3	3	3	3	1	2	1	3	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	2	4	2
40	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4
41	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
42	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	1	2	3	2	4	4	3	4	4	4	4
43	2	4	3	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3
44	4	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	1	2	4	3	2	2	2
45	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	4	2	2	2	2
46	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	2	2	2	3	4	3	4	3	3
47	3	3	4	4	4	4	4	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3
48	2	3	3	3	1	2	1	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
49	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	4	4	3	4	3	4	4
50	4	3	3	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4
51	3	3	3	3	3	3	2	4	3	2	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3
53	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	2	3	2	3	3
54	3	2	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	2	2	2
55	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	2	3	2	3	2	2	3	3
56	2	1	2	4	3	2	2	3	3	3	1	2	1	4	4	4	4	3	3	3	3
57	4	3	3	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2
58	3	2	2	2	3	2	1	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2
59	1	1	1	2	2	2	1	3	4	3	2	1	1	3	4	3	4	3	3	3	3