



UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP
FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
Y COMERCIAL

TESIS

LA CAPACITACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD
DE SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPRESA PARQUEOS
UNIDOS S.A.C. EN LAS REGIONES ICA - LIMA, AÑO 2020

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
INGENIERO INDUSTRIAL Y COMERCIAL

AUTOR

BACH. VALENCIA PORTUGUEZ JHONNY BERNARDO

LIMA- PERÚ

2020

ASESOR DE TESIS

MG. ING. DANIEL VÍCTOR SURCO SALINAS

JURADO EXAMINADOR

DR. WILLIAM MIGUEL MOGROVEJO COLLANTES

Presidente

MG. JUAN ANTENOR CACEDA CCORILLOCLLA

Secretario

MG. EDWIN HUGO BENAVENTE ORELLANA

Vocal

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación a mi madre con mucho cariño por darme 5 años de estudio y creer en mí, ante todo. Por ser la mujer que tanto amo en la vida.

AGRADECIMIENTO

A Dios: Por darme la fortaleza de seguir adelante para culminar mi trabajo de investigación.

A la Universidad Privada TELESUP: Que ha sido mi casa de estudio que me ha formado de manera eficiente para culminar esta carrera, y los docentes por sus enseñanzas en la teoría y en los valores.

RESUMEN

La presente investigación titulada LA CAPACITACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPRESA PARQUEOS UNIDOS S.A.C. EN LAS REGIONES ICA- LIMA, AÑO 2020. Tuvo como objetivo general Determinar la influencia de la Capacitación en la Calidad de Servicio al Cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020; La investigación fue de tipo básica, de enfoque cuantitativo; con un nivel transversal correlacional- causal; de diseño no experimental de corte transversal. Con una población de 400 trabajadores lo que determinó una muestra de 196 colaboradores realizándose un muestreo no probabilístico por conveniencia. Se determinó la normalidad de los datos por intermedio de la Prueba de Kolgomorov-Smirnov y la prueba de hipótesis con el coeficiente Rho de Spearman, llegándose a las conclusiones siguientes:

Se determinó la influencia de la Capacitación en la Calidad de Servicio al Cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020, el análisis estableció una relación directa baja (0,267), y en la prueba de correlación Rho de Spearman el nivel de significancia es menor que 0,05 ($0,000 < 0,05$) donde se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

Se determinó la influencia de la Transmisión de Conocimientos en la Calidad de Servicio al Cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020 el análisis estableció una relación directa baja (0,219), y en la prueba de correlación Rho de Spearman el nivel de significancia es menor que 0,05 ($0,002 < 0,05$) donde se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis.

Se determinó la influencia del Desarrollo de Actitudes en la Calidad de Servicio al Cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020 el análisis estableció una relación directa muy baja (0,128), y en la prueba de correlación Rho de Spearman el nivel de significancia es menor que 0,05 ($0,043 < 0,05$) donde se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis.

Palabras claves: Capacitación, Calidad de Servicio.

ABSTRACT

This research entitled CAPACITATION AND ITS INFLUENCE IN THE QUALITY OF CUSTOMER SERVICE IN THE COMPANY PARQUEOS UNIDOS S.A.C. IN THE ICA- LIMA REGIONS, YEAR 2020. It had as its general objective To determine the influence of The Training on the Quality of Customer Service in the company Parqueos Unidos S.A.C. in the Ica-Lima regions, year 2020; The research was of a basic type, with a quantitative approach; with a correlational-causal cross-sectional level; non-experimental cross-sectional design. With a population of 400 workers, which determined a sample of 196 employees sampling for convenience. The normality of the data was determined through the Kolgomoorov-Smirnov Test and the Spearman Rho coefficient hypothesis test, reaching the following conclusions:

The influence of The Training on the Quality of Customer Service was determined in the company Parqueos Unidos S.A.C. in the Ica-Lima regions, year 2020, the analysis established a low direct relationship (0,267), and in Spearman's Rho correlation test the significance level is less than 0.05 ($0.000 < 0.05$) where the null hypothesis is rejected and the research hypothesis is accepted.

The influence of the Knowledge Transmission on the Quality of Customer Service was determined in Parqueos Unidos S.A.C. in the Ica-Lima regions, year 2020 the analysis established a low direct relationship (0.219), and in Spearman's Rho correlation test the significance level is less than 0.05 ($0.002 < 0.05$) where the null hypothesis is rejected and the research hypothesis is accepted.

The influence of attitude development on the quality of customer service was determined in Parqueos Unidos S.A.C. in the Ica-Lima regions, year 2020 the analysis established a very low direct relationship (0.128), and in Spearman's Rho correlation test the significance level is less than 0.05 ($0.043 < 0.05$) where the null hypothesis is rejected and the research hypothesis is accepted.

Keywords: Training, Quality of Service.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CARÁTULA	i
ASESOR DE TESIS	ii
JURADO EXAMINADOR.....	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
INTRODUCCIÓN.....	xv
I. PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN.....	17
1.1. Planteamiento del problema.....	17
1.2. Formulación del problema	20
1.2.1. Problema general.....	20
1.2.2. Problemas específicos.....	20
1.3. Justificación del estudio	20
1.3.1. Justificación teórica.....	20
1.3.2. Justificación práctica.....	22
1.3.3. Justificación metodológica.....	23
1.4. Objetivo de la investigación.....	23
1.4.1. Objetivo general.....	23
1.4.2. Objetivos específicos.....	24
II. MARCO TEÓRICO.....	25
2.1. Antecedentes de la investigación.....	25
2.1.1. Antecedentes nacionales.....	25
2.1.2. Antecedentes internacionales.....	31
2.2. Bases Teóricas de las variables.....	35
2.2.1. Bases teóricas de la variable 1: Capacitación.....	35
2.2.2. Bases teóricas de la variable 2: Calidad de servicio.....	48
2.3. Definición de términos básicos.....	59
III. MÉTODOS Y MATERIALES.....	61
3.1. Hipótesis de la investigación.....	61

3.1.1.	Hipótesis general.....	61
3.1.2.	Hipótesis específicas.....	61
3.2.	Variables de estudio.....	62
3.2.1.	Definición conceptual.....	62
3.2.2.	Definición operacional.....	62
3.3.	Tipo y nivel de la investigación.....	66
3.3.1.	Tipo de Investigación.....	66
3.3.2.	Nivel de investigación.....	66
3.4.	Diseño de investigación.....	66
3.5.	Población y muestra de estudio.....	67
3.5.1.	Población.....	67
3.5.2.	Muestra.....	67
3.6.	Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	68
3.6.1.	Técnicas de recolección de datos.....	68
3.6.2.	Instrumentos de recolección de datos.....	69
3.7.	Métodos de análisis de datos.....	69
3.8.	Aspectos éticos.....	70
IV.	RESULTADOS.....	71
4.1.	Resultados de la validación del instrumento.....	71
4.1.1.	Validez del instrumento.....	71
4.1.2.	Confiabilidad del instrumento por Alfa de Cronbach.....	71
4.2.	Resultados de la Estadística Descriptiva.....	72
4.2.1.	Estadística descriptiva de la variable 1: Capacitación.....	72
4.2.2.	Estadística descriptiva de la variable 2: Calidad de servicio.....	93
4.3.	Resultados de la Estadística Inferencial para la contrastación de las hipótesis.....	115
4.3.1.	Contrastación de la Hipótesis general.....	115
4.3.2.	Contrastación de las hipótesis específicas.....	116
V.	DISCUSIÓN.....	122
5.1.	Discusión de los resultados de la estadística descriptiva.....	122
5.1.1.	Discusión de resultados estadísticos descriptivos de la variable: Capacitación.....	122
5.1.2.	Discusión de resultados estadísticos descriptivos de la variable: Calidad de servicio...122	122
5.2.	Discusión de los resultados de la estadística inferencial.....	122
5.2.1.	Discusión de la contrastación de la hipótesis general.....	122
5.2.2.	Discusión de la contrastación de la primera hipótesis específica.....	123
5.2.3.	Discusión de la contrastación de la segunda hipótesis específica.....	123
5.2.4.	Discusión de la contrastación de la tercera hipótesis específica.....	124
VI.	CONCLUSIONES.....	125

VII. RECOMENDACIONES.....	126
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	127
ANEXOS.....	131
Anexo 1. Matriz de Consistencia.....	132
Anexo 2. Matriz de Operacionalización de variable.....	134
Anexo 3. Instrumentos.....	135
Anexo 4. Validación de Instrumentos.....	138
Anexo 5: Matriz de datos.....	150
Anexo 6. Propuesta de valor.....	158
Anexo 7. Evidencia de encuestas a trabajadores.....	166

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de operacionalización de las variables.....	64
Tabla 2. Lugares de trabajo para la recolección de datos.....	69
Tabla 3. Resultados de la validación por juicio de expertos.....	71
Tabla 4. Escala de interpretación de la confiabilidad.....	72
Tabla 5. Resultados del Alfa de Cronbach con SPSS.....	72
Tabla 6. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 1.....	73
Tabla 7. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 2.....	74
Tabla 8. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 3.....	75
Tabla 9. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 4.....	76
Tabla 10. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 5.....	77
Tabla 11. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 6.....	78
Tabla 12. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 7.....	79
Tabla 13. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 8.....	80
Tabla 14. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 9.....	81
Tabla 15. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 10.....	82
Tabla 16. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 11.....	83
Tabla 17. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 12.....	84
Tabla 18. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 13.....	85
Tabla 19. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 14.....	86
Tabla 20. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 15.....	87
Tabla 21. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 16.....	88
Tabla 22. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 17.....	89
Tabla 23. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 18.....	90
Tabla 24. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 19.....	91
Tabla 25. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 20.....	92
Tabla 26. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 21.....	93
Tabla 27. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 22.....	94
Tabla 28. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 23.....	95
Tabla 29. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 24.....	96
Tabla 30. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 25.....	97
Tabla 31. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 26.....	98
Tabla 32. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 27.....	99

Tabla 33. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 28.....	100
Tabla 34. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 29.....	101
Tabla 35. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 30.....	102
Tabla 36. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 31.....	103
Tabla 37. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 32.....	104
Tabla 38. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 33.....	105
Tabla 39. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 34.....	106
Tabla 40. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 35.....	107
Tabla 41. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 36.....	108
Tabla 42. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 37.....	109
Tabla 43. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 38.....	110
Tabla 44. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 39.....	111
Tabla 45. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 40.....	112
Tabla 46. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 41.....	113
Tabla 47. Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 42.....	114
Tabla 48. Prueba de Kolmogorov-Smirnov para la evaluar Normalidad de la Hipótesis general.....	115
Tabla 49. Prueba de Rho de Spearman para la contrastación de la hipótesis general.....	116
Tabla 50. Prueba de Kolmogorov-Smirnov para la evaluar Normalidad de la primera Hipótesis específica.....	117
Tabla 51. Prueba de Rho de Spearman para la contrastación de la primera hipótesis específica.....	118
Tabla 52. Prueba de Kolmogorov-Smirnov para la evaluar Normalidad de la segunda Hipótesis específica.....	119
Tabla 53. Prueba de Rho de Spearman para la contrastación de la segunda hipótesis específica.....	119
Tabla 54. Prueba de Kolmogorov-Smirnov para la evaluar Normalidad de la tercera Hipótesis específica.....	120
Tabla 55. Prueba de Rho de Spearman para la contrastación de la tercera hipótesis específica.....	121

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Capacitación y formación empresaria, normas ISO 10015.....	39
Figura 2. Gestión del conocimiento.....	43
Figura 3. Gráfico de los resultados del ítem 1.....	73
Figura 4. Gráfico de los resultados del ítem 2.....	74
Figura 5. Gráfico de los resultados del ítem 3.....	75
Figura 6. Gráfico de los resultados del ítem 4.....	76
Figura 7. Gráfico de los resultados del ítem 5.....	77
Figura 8. Gráfico de los resultados del ítem 6.....	78
Figura 9. Gráfico de los resultados del ítem 7.....	79
Figura 10. Gráfico de los resultados del ítem	80
Figura 11. Gráfico de los resultados del ítem 9.....	81
Figura 12. Gráfico de los resultados del ítem 10.....	82
Figura 13. Gráfico de los resultados del ítem 11.....	83
Figura 14. Gráfico de los resultados del ítem 12.....	84
Figura 15. Gráfico de los resultados del ítem 13.....	85
Figura 16. Gráfico de los resultados del ítem 14.....	86
Figura 17. Gráfico de los resultados del ítem 15.....	87
Figura 18. Gráfico de los resultados del ítem 16.....	88
Figura 19. Gráfico de los resultados del ítem 17.....	89
Figura 20. Gráfico de los resultados del ítem 18.....	90
Figura 21. Gráfico de los resultados del ítem 19.....	91
Figura 22. Gráfico de los resultados del ítem 20.....	92
Figura 23. Gráfico de los resultados del ítem 21.....	93
Figura 24. Gráfico de los resultados del ítem 22.....	94
Figura 25. Gráfico de los resultados del ítem 23.....	95
Figura 26. Gráfico de los resultados del ítem 24.....	96
Figura 27. Gráfico de los resultados del ítem 25.....	97
Figura 28. Gráfico de los resultados del ítem 26.....	98
Figura 29. Gráfico de los resultados del ítem 27.....	99
Figura 30. Gráfico de los resultados del ítem 28.....	100
Figura 31. Gráfico de los resultados del ítem 29.....	101
Figura 32. Gráfico de los resultados del ítem 30.....	102

Figura 33. Gráfico de los resultados del ítem 31.....	103
Figura 34. Gráfico de los resultados del ítem 32.....	104
Figura 35. Gráfico de los resultados del ítem 33.....	105
Figura 36. Gráfico de los resultados del ítem 34.....	106
Figura 37. Gráfico de los resultados del ítem 35.....	107
Figura 38. Gráfico de los resultados del ítem 36.....	108
Figura 39. Gráfico de los resultados del ítem 37.....	109
Figura 40. Gráfico de los resultados del ítem 38.....	110
Figura 41. Gráfico de los resultados del ítem 39.....	111
Figura 42. Gráfico de los resultados del ítem 40.....	112
Figura 43. Gráfico de los resultados del ítem 41.....	113
Figura 44. Gráfico de los resultados del ítem 42.....	114

INTRODUCCIÓN

La presente investigación denominada LA CAPACITACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPRESA PARQUEOS UNIDOS S.A.C. EN LAS REGIONES ICA - LIMA, AÑO 2020; la empresa Parqueos Unidos es una empresa de servicios, que ofrece estacionamiento de vehículos para que el cliente vaya con dirección al establecimiento, el personal es la primera persona que tiene comunicación, y en ese posible dialogo debe ser satisfactorio, como dándole la bienvenida y ofrecer un lugar acogedor. Las visitas de los supervisores con lo observado son mayormente para ver entrega o falta de materiales, etc. No ven cual es la problemática, no se cultiva una cultura de mejora continua y no es porque la empresa no cuenta con filosofía, es porque no reciben capacitaciones., por estas consideraciones se establecieron los objetivos siguientes:

Determinar la influencia de la Capacitación en la Calidad de Servicio al Cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020

Determinar la influencia de la Transmisión de Conocimientos en la Calidad de Servicio al Cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.

Determinar la influencia del desarrollo de habilidades en la Calidad de Servicio al Cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.

Determinar la influencia del Desarrollo de Actitudes en la Calidad de Servicio al Cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.

El contenido del informe está estructurado en capítulos, de la siguiente manera:

CAPÍTULO I. Contiene el planteamiento del problema, abarcando la caracterización de la problemática, formulación del problema, objetivos de la

investigación, justificación e importancia y delimitación del problema de la investigación.

CAPÍTULO II. Guarda relación con el desarrollo del marco teórico, comprendiendo los antecedentes de la investigación, teoría científica que fundamente el estudio, y el marco teórico conceptual.

CAPÍTULO III. Abarca la parte metodológica de la investigación, en la que incluye el tipo y nivel, el método y diseño de investigación, población y muestra, procedimientos de la investigación, técnicas e instrumentos de recolección de datos, técnicas de análisis y procesamiento de datos.

CAPÍTULO IV. Detalla el análisis e interpretación de los resultados las discusiones de Motivación y su relación con el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa comercial Parqueos Unidos.

CAPÍTULO V. Realiza las discusiones de los resultados obtenidos.

Finalmente, en los capítulos VI y VII se han establecido las respectivas conclusiones y recomendaciones.

I. PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

La capacitación es conocida como el medio por el cual las empresas se actualizan y se mantienen vigentes, sin embargo, en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. los colaboradores podrían estar por realizar algunas otras actividades, todos los procesos que se realizan en las empresas tienen un proceso de actualización, estudio y mejora, por eso se considera de suma importancia que los colaboradores mantengan actualizados por medio de capacitación.

En la empresa Parqueos Unidos S.A.C. con respecto al servicio de atención al cliente, tiene como problemática la insatisfacción de determinados clientes, cuando el usuario ingresa y sale con el vehículo del estacionamiento no se siente satisfecho. Es porque le falta saludos de bienvenida, o porque no hay una buena orientación con los determinados usuarios, le falta una buena imagen y también les falta un buen trato a determinados usuarios o típicos errores que se cometen como apartar la vista del cliente, saludo verbal frío, saludo verbal apenas audible y en ocasiones omitir el saludo, dicha manera el cliente no se siente como en su casa o un lugar acogedor.

El servicio de atención al cliente es todo en sí, que abarca desde la imagen del trabajador hasta el trato de las personas que ingresan en dichos vehículos, pero también hay que tomar en cuenta la atención brindada en el centro del establecimiento con los locatarios al darle servicios; en el parqueo es vital tener una buena imagen porque es el primer contacto con los usuarios.

Según Villa (2014), menciona:

El gran reto que tienen hoy en día todas las organizaciones, sean públicas o privadas, es conseguir que el cliente o ciudadano en el caso de las administraciones se sientan satisfecho y que sus necesidades estén cubiertas, máxime si vamos a una sociedad de servicio basada en una nueva dinámica social y económica donde diariamente se producen nuevos retos

y cambios, desde la llegada de las nuevas tecnologías hasta el impacto de nuevas normativas, globalización, clientes y usuarios con más opciones donde elegir e incluso mejor informados y conocedores de sus derechos. (p.22).

De acuerdo a lo que expresa el autor, expone que siempre hay cambios y que la empresa, es como clave de supervivencia y tiene un gran reto que el cliente debe estar satisfecho y que el trabajador debe estar capacitado para adecuarse a los grandes cambios.

Las empresas deben tener capacitaciones contantes, porque las capacitaciones tienen un motivo en sí de seguir mejorando que constituye una de las mejores inversiones que se puede realizar a largo plazo y con mayor rentabilidad en la organización, es una de las principales fuentes de bienestar para el personal y la empresa. Es una herramienta imprescindible de cambio positivo en las organizaciones.

La capacitación al trabajador les agrega un plus no obstante todas las empresas no practican para seguir mejorando, existe la tendencia de que las organizaciones se conviertan en comunidades de aprendizaje que lo generen, lo conserven y lo traduzcan en acciones de valor agregado

El trabajador no tiene capacitaciones constantes y son algunas de las razones es porque el colaborador no mejora en la calidad de servicio en el trato al usuario. La empresa parqueos unidos es una empresa de servicios, que ofrece estacionamiento de vehículos para que el cliente valla con dirección al establecimiento, el personal es la primera persona que tiene comunicación, y en ese posible dialogo debe ser satisfactorio, como dándole la bienvenida y ofrecer un lugar acogedor.

Las visitas de los supervisores con lo observado son mayormente para ver entrega o falta de materiales, etc. No ven cual es la problemática, no se cultiva una cultura de mejora continua y no es porque la empresa no cuenta con filosofía, es

porque no reciben capacitaciones. En algunos momentos es solo comunicación por vía telefónica más no presencialmente con el trabajador.

Es por ello que nace la iniciativa de esta investigación para proponer programas de capacitación con respecto de afianzar los conocimientos del personal sobre Calidad de Servicio, en vista de que la relación de estas es baja.

Existen empresas que ofrecen capacitaciones en Gestión de Proyectos, la oferta de estas empresas es aún insuficiente frente a la alta demanda del mercado. Es por esta razón que la presente tesis tiene como objetivo demostrar la factibilidad de implementar un centro de capacitación en Gestión de Proyectos en Lima Metropolitana. De esta forma se busca formar profesionales competentes en Gestión de Proyectos que difundan las buenas prácticas en este tema . (PAJUELO MONTES, 2017).

De acuerdo a lo que expresa el autor de la tesis, nos refiere a empresas que ofrecen capacitaciones y están insuficientes ante la demanda, pero nos da a conocer la importancia de las capacitaciones en el ámbito laboral, que ingeniero industrial tiene como función.

Castorena (2014, p.1), menciona: “La importancia de la función de un ingeniero industrial en la capacitación del personal de una empresa radica en las necesidades de la mejora continua de la misma para ser competitiva”.

De acuerdo a lo que expresa el autor, expone que la capacitación corresponde a la línea de investigación de la carrera ingeniería industrial donde ayudara abarcar en mi carrera profesional en la mejora continua de una empresa asimismo la capacitación en todo colaborador en la empresa es útil para uno mismo y para la empresa en si en realidad, y mucho más en la empresa Parqueo Unidos S.A.C donde yo personalmente trabajo y se observa esta problemática y me da motivo para seguir con esta investigación, y con la ayuda de los trabajadores y de todo el personal que labora en las operaciones.

1.2. Formulación del problema

Hernández y Mendoza (2018, p.40), menciona: “Un problema correctamente planteado esta parcialmente resuelto; a mayor exactitud corresponden más posibilidades de obtener una solución satisfactoria”.

1.2.1. Problema general.

¿Cómo influye la capacitación en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica - Lima, año 2020?

1.2.2. Problemas específicos.

¿Cómo influye la transmisión de conocimientos en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020?

¿Cómo influye el desarrollo de habilidades en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020?

¿Cómo influye el desarrollo de actitudes en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020?

1.3. Justificación del estudio

Hernández y Mendoza (2018, p.45), menciona: “Justificación de la Investigación Señala el para qué de la investigación exponiendo sus razones. Por medio de la justificación debemos demostrar que el estudio es necesario e importante”.

1.3.1. Justificación teórica.

El presente trabajo está orientado al conocimiento, aprendizajes y técnicas de la capacitación sobre la calidad de servicio. Por tanto, las capacitaciones es el enriquecimiento que recae sobre los trabajadores. La investigación servirá para

poner en conocimiento la capacitación y sus técnicas para lograr el cumplimiento de un buen servicio de atención al cliente también para que el trabajador tenga más orientación los temas que son de importancia en el servicio de atención.

El presente trabajo de investigación tuvo como base teórica los antecedentes y la conceptualización de la variable capacitación y servicio de atención al cliente, las cuales sirvieron como argumento para lo cual se obtuvo una solución oportuna a la problemática. Es decir, sirve como apoyo y base para el desarrollo de la investigación y a la solución del problema planteado en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. también tuvo como base las encuestas que se realizan a los administradores sobre la calidad de servicio que ofrece la empresa Parqueos Unidos S.A.C. Las encuestas mensuales que se hace a los administradores es una base, para centrarnos más en de la variable capacitación y servicio de atención al cliente. Esta base que es muy importante para esta investigación, porque es el servicio que prestamos servicio nos califica de esta manera, con falta de capacitaciones a personal de Parqueos Unidos S.A.C, es por eso que esta investigación es de muy importancia en tanto al trabajo a realizar y el beneficio que ganamos todos en general.

El presente trabajo de investigación es más imprescindible, conocer cuáles son las necesidades de capacitación de cada personal para que pueda brindar a la organización la oportunidad de fijar conceptos más claros sobre aspectos específicos de conocimientos, habilidades, conductas, motivaciones, involucradas directamente en las funciones y tareas que realiza el personal en su trabajo, logrando así obtener resultados concretos a corto y mediano plazo.

En tanto la presente investigación demuestra que el desempeño laboral, de los colaboradores de la empresa Parqueos Unidos S.A.C. mejora con la capacitación.

La investigación permitirá determinar la importancia de la capacitación del trabajador a fin de prestar servicio de calidad, reconociendo a la capacitación como una estrategia para lograr el éxito de los centros comerciales y es de gran ayuda para la fidelización de los clientes. Por otro lado, resaltar que la capacitación debe

ser continua. La globalización y los avances tecnológicos hacen hoy en día que las empresas sean más competitivas buscando la eficiencia y sobre todo la eficacia para llegar a sus clientes. Asimismo, la capacitación es una estrategia que permite mejorar el desempeño de los trabajadores y además contribuye en el crecimiento profesional de cada uno de ellos formación de líderes y en cuanto a los clientes alcanzar su fidelización es un valor competitivo.

1.3.2. Justificación práctica.

La investigación servirá para aplicar una adecuada capacitación a los trabajadores lo cual permitirá encontrar una mejor calidad de servicio de atención para los clientes en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. logrando que el trabajador tenga esa confianza consigo mismo y mucha seguridad en las actividades que realiza, demostrando sus habilidades y actitudes a los clientes, y mejorando la imagen de la empresa.

La investigación servirá para aplicar una adecuada capacitación a los trabajadores lo cual permitirá encontrar una mejor solución a las evaluaciones de desempeño al personal que los administradores de los centros comercial realizan en todas las operaciones, el cual dio como resultado un bajo nivel de desempeño ya que el personal no se encontraba capacitado para poder realizar sus labores y además que el personal se encuentra laborando más de 3 años y no han recibido una adecuada capacitación para mejorar el desempeño laboral; en base a lo indicado se propone esta investigación de capacitación que luego de su proceso, contribuirá a solucionar el problema de desempeño del personal y laboral. Asimismo, el resultado es beneficiosa para la empresa Parqueos Unidos S.A.C. y para los colaboradores.

Por lo anteriormente mencionado, se ha considerado importante investigar la relación de la capacitación con la calidad de servicio, para fortalecer los formativos de inducción, el entrenamiento de las capacitaciones que realiza el asesor a lo largo de su gestión.

1.3.3. Justificación metodológica.

Para alcanzar los objetivos se acudió a la elaboración de un cuestionario para identificar la importancia de la relación de la Capacitación y la Calidad de Servicio al Cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020, y permitirá dar propuesta de capacitaciones basadas en el servicio de atención al cliente, lo que llevará a encontrar las soluciones a la problemática. Un cuestionario es un instrumento donde se identificada la manera en el que el trabajador nos indicara de qué manera está realizando el trabajo establecido de acuerdo a las metas por alcanzar de la organización.

Esta investigación servirá donde se beneficiarían serían los clientes, los cuales tendrán mejor atención al momento de ingresar al centro comerciales en todas las operaciones. El estacionamiento será más agradable y tendrá un personal más capacitado y más informado en las funciones que se realiza al momento de laborar.

El presente trabajo está orientado al conocimiento de las variables que rige el proceso de capacitación sobre la calidad de servicio. Por tanto, la calidad de servicio es el enriquecimiento de un servicio superior en calidad que recae sobre todos, provocando una reacción en cadena de los que se benefician ante el cliente, colaborador, gerentes y administradores provocando el beneficio general y por ende el bienestar de la comunidad. El estudio servirá para poner en conocimiento la capacitación y sus dimensiones en relación a la calidad de servicio

1.4. Objetivo de la investigación

1.4.1. Objetivo general.

Determinar la influencia de la Capacitación en la Calidad de Servicio al Cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020

1.4.2. Objetivos específicos

Determinar la influencia de la Transmisión de Conocimientos en la Calidad de Servicio al Cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.

Determinar la influencia del desarrollo de habilidades en la Calidad de Servicio al Cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.

Determinar la influencia del Desarrollo de Actitudes en la Calidad de Servicio al Cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes nacionales.

Vallejos Monja, V. M. (2018). En la tesis denominada “*Diseño de un sistema de gestión de calidad basado en ISO 9001:2015 para mejorar los procesos administrativos de capacitación y formación continua de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, 2018*”, para optar el grado de Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad en la Universidad Cesar Vallejo. Tarapoto. Perú.

Este trabajo de investigación tuvo como objetivo general Diseñar un Sistema de Gestión de la Calidad basado en ISO 9001:2015, para mejorar los procesos de capacitación y Formación Continua de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto. Además, presentó con respecto a la población para el estudio a los responsables del proceso como el Rector, Vicerrectores, Decanos, Directores de Departamento Académico, Responsables de las comisiones de capacitación y formación continua de las facultades que hacen un total de 33 personas y también a los docentes beneficiarios se ha considerado a todos los docentes ordinarios (Nombrados) que hacen un total de 311 personas y tuvo como muestra de estudio en los responsables del proceso se han considerado 33 personas, y sobre los beneficiarios se está considerando a 75 docentes ordinarios.

Para esta tesis se aplicó el diseño no experimental ya que no se manipuló las variables y la observación se efectuó en su ambiente natural de realidad. Además, se la consideró de carácter transaccional. La investigación es descriptiva propositiva. Se utilizó la técnica de la encuesta y observación, con su instrumento de fichaje y cuestionario.

El proceso de capacitación y formación continua de la Universidad, obtuvo mayor porcentaje entre los niveles de deficiente y regular con 44.0% y 34.7% respectivamente, identificando la desarticulación de las áreas estratégicas, operativas y que brindan soporte, determinando que escasea de lineamientos

adecuados que permitan un eficiente desarrollo del proceso. El grado para implementar un SGC en el marco a los requerimientos que exige la normativa ISO 9001:2015, se plasma como deficiente en las diversas escalas de responsabilidad, concordando con los mayores niveles obtenidos siendo deficiente y regular con 57.33% y 32.00% respectivamente, la validación a los aspectos del modelo por parte de los expertos en el tema de investigación determina por unanimidad que es aplicable para la gestión universitaria.

Castillo Lara, M. L. (2018). En la tesis denominada “*Dirección y capacitación en la calidad de servicios del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables 2018*”, para optar el grado académico de Doctora en Gestión Pública y Gobernabilidad en la Universidad Cesar Vallejo. Lima. Perú.

Este trabajo de investigación tuvo como objetivo general Demostrar la influencia entre Dirección y capacitación en la calidad de servicios del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables 2018. Además, presentó con respecto a La población todo el personal del Ministerio de la mujer y poblaciones vulnerables, siendo una población total de 600 personas. Y tuvo como muestra investigación a 254 personas.

Para esta tesis se aplicó el diseño no experimental y transversal o transeccional. Se utilizó la técnica de la encuesta y el cuestionario, ambos instrumentos son de la escala de Likert.

La dirección y capacitación no influyen en los elementos tangibles de acuerdo con la estadística de 0.705, la fiabilidad con la estadística de 0.0173, la capacidad de respuesta de acuerdo con la estadística de 0.562, la seguridad de acuerdo con la estadística de 0.339, la empatía, de acuerdo con la significatividad estadística de 0.180, del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables 2018.

Aguilar Zapana, J. y Marlo León, O. G. (2015). En la tesis denominada “*Plan de capacitación para mejorar el desempeño laboral de los trabajadores del hospital regional Lambayeque 2015*”, para optar el título profesional de Licenciado

en Administración Pública en la Universidad Señor de Sipán, Pimentel-Lambayeque. Perú.

Este trabajo de investigación tuvo como objetivo general Diseñar un plan de capacitación para mejorar el desempeño laboral de los trabajadores del Hospital Regional Lambayeque 2015. Además, presentó con respecto a La población a 946 Trabajadores de Hospital Regional Lambayeque 2015. Y tuvo como muestra investigación a 141 empleados encuestados para recopilar la información necesaria que se requiere en la investigación.

Para esta tesis se aplicó el diseño no experimental y. Además, se la consideró de carácter transversal. El tipo de investigación fue aplicada y Descriptivo Propositivo. Se utilizó la técnica de análisis de datos o documentos y encuestas, con su instrumento de cuestionario.

Se concluye que según aplicación de encuestas en relación a las características del plan de capacitación cumpliendo con el objetivo específico 1 que el 32,6% de los encuestados indicó que si existe y conoce los planes de capacitación del HRL; mientras que el 67,4% de los encuestados indico que no existe o no conoce. En la tabla 08; se observa que el 32,6% de los encuestados indicó que si tiene conocimiento del plan de capacitación; mientras que el 67,4% de los encuestados indicó que no tiene conocimiento del plan de capacitación. Con respecto al objetivo 2 en la tabla 05 se observa que el 61,0% de los encuestados está totalmente en desacuerdo ya que no sabe las funciones de su puesto de trabajo; mientras que el 31,9% de los encuestados está en desacuerdo, 7,1% de los encuestados esta ni de acuerdo ni en desacuerdo. Con respecto al objetivo 3 en la tabla 04 se observa el 61,0% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con respecto a que si existe personal poco calificado para realizar sus funciones en el HRL; mientras que el 31,9% de los encuestados está en desacuerdo, el 7,1% de los encuestados esta ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Pajuelo Montes, E. A. (2017). En la tesis denominada "*Estudio de prefactibilidad para la implementación de un centro de capacitación en Gestión de*

Proyectos en Lima Metropolitana”, para optar el título profesional de Ingeniería Industrial en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima. Perú.

Este trabajo de investigación tuvo como objetivo general Demostrar la factibilidad de la implementación de un centro de capacitación en Gestión de Proyectos en Lima Metropolitana. Además, presentó con respecto a La población a 53 053 personas entre universitarios y egresados de ingeniería de universidades de Lima Metropolitana y tuvo como muestra de investigación a 381 personas encuestadas, siendo un 49% estudiantes universitarios de pregrado y el otro 51% egresados de la universidad (máximo 10 años después de haber egresado).

Para esta tesis se aplicó el diseño no experimental, se obtienen datos reales y se realizan proyecciones en un plazo de 4 años. El tipo de investigación es descriptivo. Se utilizó la técnica de recolección de datos y encuestas, con su instrumento de cuestionario.

Se concluye que la implementación de un centro de capacitación en Gestión de Proyectos en Lima Metropolitana sí es factible, de acuerdo a las condiciones propuestas a lo largo de los capítulos del estudio de prefactibilidad, también que, gracias al estudio de mercado realizado, el proyecto sí cuenta con suficiente demanda como para ser declarado viable, es decir la demanda de centros de capacitación en Gestión de Proyectos en Lima Metropolitana es suficientemente superior a la oferta que existe hasta la fecha también que la implementación de un centro de capacitación en Gestión de Proyectos en Lima Metropolitana sí es factible tanto económica como financieramente, lo cual quedó demostrado ya que tanto el VANE como el VANF son mayores a cero, además el TIRE y el TIRF son mayores a 24.55% que es el costo de oportunidad del capital.

Rosales Urbano, V. G. (2019). En la tesis denominada “*Implementación del programa 5S´s para la mejora de la capacitación en centros de entrenamiento industrial*”, para optar el Grado Académico de Magister en Ingeniería Industrial con mención en Gestión de Producción en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima. Perú.

Este trabajo de investigación tuvo como objetivo general Implementación del programa 5s's para la mejora de la capacitación en centros de entrenamiento. Además, presentó con respecto a la población lo constituyen los centros de entrenamiento industrial, sean públicas o privadas de Lima Metropolitana, Y tuvo como muestra, la constituye el laboratorio de máquinas y herramientas de la facultad de ingeniería industrial, es elegido como centro piloto a juicio del investigador.

El diseño de la investigación corresponde a un diseño experimental, con enfoque cuantitativo, se realizan mediciones 43 periodos establecidos de tiempo, con el fin de analizar las tendencias de las variables en el sistema, con el empleo de gráficos y estadísticos.

Se utilizó la técnica de recolección de datos que son la observación y registro de datos numéricos y con su instrumento de cuestionario organizacional.

La técnica 5S's permite recuperar zonas del área de trabajo que están ocupadas por elementos innecesarios, que son una fuente potencial de riesgos durante la capacitación en los centros de entrenamiento industrial. En el LMH de la FII la ejecución del plan director 5S's permitió la recuperación de 15% del área de trabajo que estuvo ocupada por elementos innecesarios. La pérdida de tiempo en búsqueda de herramientas. equipos e insumos tuvo una reducción del 66% al término de la ejecución del plan director 5S's. El beneficio es mayor cuando se considera el que el personal reduce el desperdicio de tiempo en ubicar elementos necesarios. La disponibilidad del área de trabajo definitivamente aumenta cuando las condiciones de limpieza mejoran, las actividades de capacitación se realizan de manera óptima. La auditoría de limpieza permite cuantificar el nivel de cumplimiento de las reglas de limpieza de uso común. En el LMH de la FII se logró aumentar el puntaje de la calificación en 66% en la auditoria de limpieza, al final del plan director 5S's.

Castilla Mallico, C. A. (2019). En la tesis denominada "*El planeamiento estratégico y su influencia en la rentabilidad del Instituto de Formación y Capacitación Portuaria, periodo 2007 - 2011*", para optar el Grado Académico de

Magister en Administración con mención en Gestión Empresarial en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima. Perú.

Este trabajo de investigación tuvo como objetivo general Formular una propuesta de Planeamiento Estratégico que permita mejorar el nivel de rentabilidad del Instituto de Formación y Capacitación Portuaria. Además, presentó con respecto a la población trabajadores de la Empresa Nacional de Puertos S. A. y de la Comunidad Portuaria Nacional durante los años 2007-2011, Y tuvo como muestra, a 1757 personas capacitadas.

La investigación se basó en un enfoque cuantitativo tipo descriptivo porque se ha efectuado mediciones controladas, cuantificadas y objetivas. Se utilizó como instrumento de recolección de datos para la variable dependiente e independiente: se utilizó la base de datos del Instituto como fuente: primaria, serie histórica, documental nacional e internacional.

El Instituto de la Empresa, ha demostrado ser rentable y ser uno de los pocos centros en Perú que cuenta con infraestructura adecuada para la enseñanza y capacitación especializada en temas portuarios (gestión, seguridad, operaciones portuarias y, sobre todo, equipos de manipulación), sin embargo, actualmente se encuentra sub utilizado. En el Perú existe, déficit de centros especializados en capacitación portuaria debidamente implementados, asimismo expectativa del sector, por las actividades que realice o implemente el Instituto. El Instituto durante el periodo 2007 al 2011 orientó sus servicios principalmente al mercado de Lima y Callao. Debido al trabajo conjunto con el Instituto, la meta impuesta por la Empresa para sus operadores de grúa pórtico de obtener un rendimiento promedio de 20 contenedores por hora se superó toda vez que el promedio obtenido fue 25 contenedores por hora, resaltando picos de hasta 36 contenedores por hora (el día 27 de julio, en la nave MSC TOLEDO). La planificación estratégica constituye una herramienta de gestión muy potente que coadyuva e influye en la consecución de objetivos de toda organización que lo implemente, asimismo minimiza los efectos de eventualidades que puedan presentarse.

2.1.2. Antecedentes internacionales.

Meza Olea, B. R. y Armas Flor, A. G. (2015). En la tesis denominada “*La capacitación orientada a mejorar la atención al cliente en el área administrativa de la clínica de la mujer-QUITO,2015*”, para optar el título profesional de Psicóloga Industrial en la Universidad Central Del Ecuador, Quito. Ecuador.

Este trabajo de investigación tuvo como objetivo general Mejorar la atención al cliente en el área administrativa de la Clínica de la mujer a través de la capacitación para alcanzar acreditación de calidad en el servicio de salud. Además, presentó con respecto a la población trabajadores del Área Administrativa de la Clínica de la Mujer, y tuvo como muestra, a 50 personas capacitadas. Se aplicó el diseño no experimental, debido a que no se manipulará la muestra ni el objeto de investigación. Se utilizó la técnica de la encuesta por lo cual esta encuesta ayudarán a determinar el inicio de la investigación por ende serán el primer paso para la investigación.

En la presente tesis se dio como conclusión que, en base al diagnóstico inicial, se estructuró y ejecutó una estrategia de capacitación, donde la capacitación, ha permitido establecer los conocimientos, reacciones, y capacidades que se requieren para el óptimo desempeño del personal en sus puestos de trabajo asimismo un ambiente cálido buscando establecer un presupuesto de capacitación, y la programación de cada proyecto y sus respectivos costos. La tesista busca implementar presupuesto de capacitación, y programación de plan. Donde efectúa el programa de capacitación para el Área Administrativa, realice conjuntamente con la persona encargada del departamento de Recursos Humanos la detección de necesidades de capacitación, basándose en el diagnóstico inicial, para lo cual elaboró un instrumento tipo encuesta, para obtener la información de las personas que conforman la población en estudio.

Reyes Hernández, S. P. (2014). En la tesis denominada “*Calidad del Servicio para aumentar la Satisfacción del Cliente de la asociación share, sede Huehuetenango, Quetzaltenango 2014*”, para optar el grado académico de

licenciada en administración de empresas en la Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango. Guatemala.

Este trabajo de investigación tuvo como objetivo general Verificar si la calidad del servicio aumenta la satisfacción del cliente en asociación SHARE, sede Huehuetenango. Además, presentó con respecto a la población que está constituida por el personal y clientes de la asociación SHARE sede Huehuetenango y tuvo como muestra a 12 personas, donde 11 se les aplicó encuesta y al coordinador se le realizó entrevista. El procedimiento y diseño el cual fue una investigación experimental y el instrumento que se utilizó para recopilar la información en este caso se utilizaron encuestas y entrevista.

En la tesis se dio como conclusión que es notable que la satisfacción de la calidad del servicio es aceptable en los puntos muy importantes como Instalaciones, limpieza general, capacitación del personal y como consecuencia de la capacitación de calidad del servicio aplicada, la información, parqueo, instalaciones, el aseo general ha sido calificada como exitosa con 71%, y capacitación del personal , ciertos aspectos han disminuido ya que no fueron los mismos sujetos encuestados después del experimento, para verificar con mayor certeza la aplicación del mismo. Es así como se comprueba que la calidad del servicio sí aumenta la satisfacción del cliente en la presente empresa, lo cual ayuda al crecimiento integral de la misma, ya que genera que el colaborador esté atento y brinde un servicio excepcional para que el cliente quede satisfecho.

López Mosquera, D. C. (2018). En su tesis denominada “*Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil, GUAYAQUIL-ECUADOR*”, para optar el grado académico de Maestría en administración de empresas en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador.

Este trabajo de investigación 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. Además, presentó con

respecto a la población a los clientes que consumen en el restaurante Rachy's asisten aproximadamente 7280 clientes por los tres últimos meses en el restaurante Rachy's y tuvo como muestra a 365 clientes en el restaurante Rachy's en la ciudad de Guayaquil. Se aplicó un estudio de investigación con un enfoque mixto, con una investigación cuantitativa y cualitativa. Con un enfoque descriptivo porque se dará a conocer y analizará las variables. Se utilizó la técnica de la encuesta, con su instrumento de cuestionario.

En el presente trabajo de investigación, se ha evidenciado que el servicio al cliente es muy importante en diversas empresas porque para el éxito o el fracaso de la misma. En donde se concluyó que es necesario tener una evaluación de calidad de servicio que permita controlar correctamente las actividades de la empresa. Así como reducir las falencias del servicio para obtener mayores beneficios económicos.

Días Chimba, R. (2011). En la tesis denominada "*Capacitación y desempeño laboral de los empleados de la Comisión federal de electricidad de la zona Montemorelos-linares Nuevo León*", para optar el grado académico de Maestría en Administración en la Universidad de Montemorelos, Nuevo León. México.

Este trabajo de investigación tuvo como objetivo general Conocer si la autoevaluación del nivel de capacitación influye en la autoevaluación del nivel de desempeño laboral de los empleados de la CFE zona Montemorelos-Linares. Además, presentó con respecto a la población para esta investigación estuvo conformada por 141 empleados de oficina y de campo de la CFE zona Montemorelos-Linares, distribuidos de la siguiente manera: Montemorelos 80, Linares 26, Allende 12 y Santiago 23 y tuvo como muestra a 113 empleados.

La investigación fue de tipo descriptiva, correlacional, explicativa, cuantitativa, de campo y transversal. Se utilizó la técnica de la encuesta y observación, con su instrumento de fichaje y cuestionario.

Los resultados de la investigación mostraron que sí existe una influencia lineal, positiva y significativa entre la autoevaluación del nivel de capacitación laboral y desempeño laboral. El estudio también mostró una relación significativa entre el nivel de la autoevaluación del desempeño de los empleados y la edad. La autoevaluación de la capacitación y el desempeño fue muy buena.

Mariño Villafuerte, T. J. (2018). En la tesis denominada “*Diseño de un sistema de capacitación por competencias para mejorar el desempeño laboral*”, para optar el Grado Académico de Magíster en Gestión de Talento Humano en la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.

Tuvo como objetivo general. Determinar el proceso de capacitación por competencias y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Bioalimentar. Además, presentó con respecto a la población a 300 trabajadores que corresponde al capital humano de la empresa Bioalimentar y tuvo como muestra a 172 colaboradores. Se basa en un enfoque cuantitativo y cualitativo, tipo descriptivo, correlacional y exploratoria. Porque se ha efectuado mediciones controladas, cuantificadas y objetivas. Se utilizó la técnica de la encuesta, con su instrumento de cuestionario.

Se ha determinado que el proceso de capacitación por competencias y el manejo gremial de los trabajadores de la organización Bioalimentar, son los principales procedimientos empleados para desarrollar las competencias, siguiendo las recomendaciones de los encuestados, y a la vez teniendo presente que la capacitación es un instrumento solución para la compañía. Logrando mayores índices de rendimiento obtenido en un nivel participativo entre sus miembros, reforzando el trabajo en equipo, así como integrando y comprometiendo al talento humano de los colaboradores de la empresa Bioalimentar en la consecución de los objetivos y la visión empresarial.

Ramírez Amado, A. (2014). En su tesis denominada “*Capacitación y desempeño laboral de los empleados de la universidad linda vista de la unión mexicana de Chiapas*”, para optar el Grado Académico de Maestría en Administración en la Universidad de Morelos, México.

Este trabajo de investigación tuvo como objetivo general. Buscar la predicción de las siguientes variables: capacitación, edad y antigüedad sobre el desempeño laboral. Además, presentó con respecto a la población a 137 trabajadores de la Universidad Linda vista en el estado de Chiapas y tuvo como muestra a 106 trabajadores. La investigación fue de tipo descriptiva, explicativa, cuantitativa, de campo y transversal. Se utilizó la técnica de la encuesta, con su instrumento de cuestionario.

Con los resultados obtenidos del análisis estadístico a los datos de la muestra se pudo concluir que la edad del empleado y la antigüedad en el puesto no tuvieron una influencia significativa en el desempeño laboral. La capacitación laboral si resulto predictora del desempeño laboral; su influencia fue lineal, positiva y significativa. Esto significa que, a mayor nivel de capacitación, mayor puede ser el nivel desempeño laboral.

2.2. Bases Teóricas de las variables

2.2.1. Bases teóricas de la variable 1: Capacitación.

2.2.1.1. *Conceptualización de la variable.*

Según Louffat (2017), menciona:

La capacitación es un proceso de mejoramiento continuo y de aprendizaje, que facilita el desarrollo, tanto de las empresas como de sus trabajadores. Todo aprendizaje organizacional (*organizational learning*) es consecuencia de la sumatoria del aprendizaje de cada uno de los trabajadores (*personal learning*). En ese contexto, si no hubiese capacitación no habría aprendizaje, lo cual redundaría en una entropía y un estancamiento del desarrollo, que al final produciría la debacle institucional, por no adecuarse a los nuevos tiempos y desafíos de una administración moderna. (p.37).

Louffat (2017, p.41), menciona:

La capacitación es fundamental en una organización formal, profesional y técnica, pues establece una estandarización o normalización en el accionar de los trabajadores, que ocupan los diferentes puestos de una estructura orgánica. Es decir, los trabajadores deben adecuarse a las pautas o los criterios que la empresa ha definido acerca de cómo deben realizar su trabajo.

Mejía, Chávez y Montoya (2014, p.14), menciona: “La capacitación hará que el colaborador sea más competente y hábil. Generalmente, es más costoso contratar y capacitar nuevo personal, aun cuando éste tenga los requisitos para la nueva posición, que desarrollar las habilidades del personal existente. Además, al utilizar y desarrollar las habilidades del colaborador, la organización entera se vuelve más fuerte, productiva y rentable”.

Según Grados (2009), menciona:

Cuando hablamos de capacitación, nos referimos a un proceso mediante el cual se busca obtener determinados beneficios que justifican su existencia; por ejemplo, menos accidentes de trabajo, menor rotación, incremento en las actitudes y mayor productividad y eficiencia.

Para que se pueda proporcionar capacitación se debe partir de una necesidad o una carencia, o bien, de una mejora. Lo importante es que exista una razón que le dé vida a la capacitación, pero esta no va a ser detectada fácilmente, puesto que es necesario realizar un estudio o una investigación para conocer a fondo el problema y diseñar el programa idóneo de capacitación. (p.223).

Según Siliceo (2004), menciona:

La capacitación y desarrollo que se aplican en las organizaciones, deben concebirse precisamente como modelos de educación, a través de los cuales es necesario primero, formar una cultura de identidad empresarial, basada en los valores sociales de productividad y calidad en las tareas laborales. Considerar a la capacitación como el aprendizaje de meros instrumentos y el manejo de cifras y sistemas, no es educar, sino robotizar, dándole al empleado no sólo una pobre

concepción del mundo y de su trabajo, sino limitándolo en su creatividad y capacidad de desarrollo y autorrealización. (p.16).

Según Mejía y Montoya (2010), menciona:

La capacitación en cualquier empresa es recíproca, es decir, debe beneficiar a la empresa y debe beneficiar a sus empleados. Y también es muy importante hacer todo lo posible por retener el talento humano dentro de la organización, ya que de nada serviría invertir dinero, tiempo y recursos en una persona que posteriormente salga de la empresa con todo el conocimiento, simplemente porque no se le pagaba bien o a tiempo, o porque se encontraba en malas condiciones laborales, o porque no tenía una seguridad social, o porque el ambiente laboral no era el adecuado, entre otros factores. Por eso el implementar una estrategia integral de capacitación a una pyme cuenta, no sólo con factores operativos sino con toda la administración de la empresa. (p.53).

Según Wasinger (2013), menciona:

Dentro de los problemas recurrentes de las empresas, encontramos con seguridad el cómo incrementar su rendimiento. Se sabe de la importancia y del impacto de la capacitación permanente, pero no parecieran haber demasiadas formas de asegurar la calidad de la misma o de cómo interactúa la capacitación y recursos humanos en el proceso de certificación. Sin embargo, existe un instrumento adecuado para certificar sistemas y productos de entrenamiento, que permite obtener más eficiencia y eficacia, resultando en un mejor rendimiento de la inversión en capacitación y de la organización misma.

La norma ISO 10015: plantea la formación como un proceso en cuatro etapas.

Primera etapa: Definir las necesidades de formación.

Se definen las necesidades de la empresa, se definen por escrito las exigencias de competencias, se efectúa una revisión en todos los documentos identificando las competencias existentes y requeridas, se definen las brechas entre estas, se

identifican las soluciones para reducir dichas brechas, y si se opta por la formación como solución, se especifican las necesidades de formación por escrito.

Segunda etapa: Diseño y planificación de la formación.

Se definen los obstáculos existentes en el proceso de formación, los que se tendrán en cuenta para definir métodos de formación que puedan dar respuesta a las necesidades de la organización, así como criterios para su selección. Se especifica el plan de formación para que queden claros las necesidades de la organización, las necesidades de formación y los objetivos que definen lo que será capaz de hacer el personal luego de la formación. Se selecciona un proveedor de formación.

Tercera etapa: Suministros para la formación.

Es el proveedor de formación el que realiza todas las actividades vinculadas al suministro de formación cumpliendo con lo especificado en el plan de formación. La organización además de dejarle a disposición suministros necesarios al proveedor de formación, puede para encuadrar y facilitar la formación apoyar al formador y al educando, además de llevar la conducción de la calidad de la formación, para ello puede dar un apoyo, antes, durante y después de la acción formativa.

Cuarta etapa: Evaluación de los resultados de la formación del personal.

El objetivo es evaluar si la formación posibilitó alcanzar los objetivos de la organización y los del dispositivo de formación. Se colectan los datos y se prepara el informe de evaluación. Los puntos de no conformidad constatados pueden requerir de acciones correctivas preestablecidas.

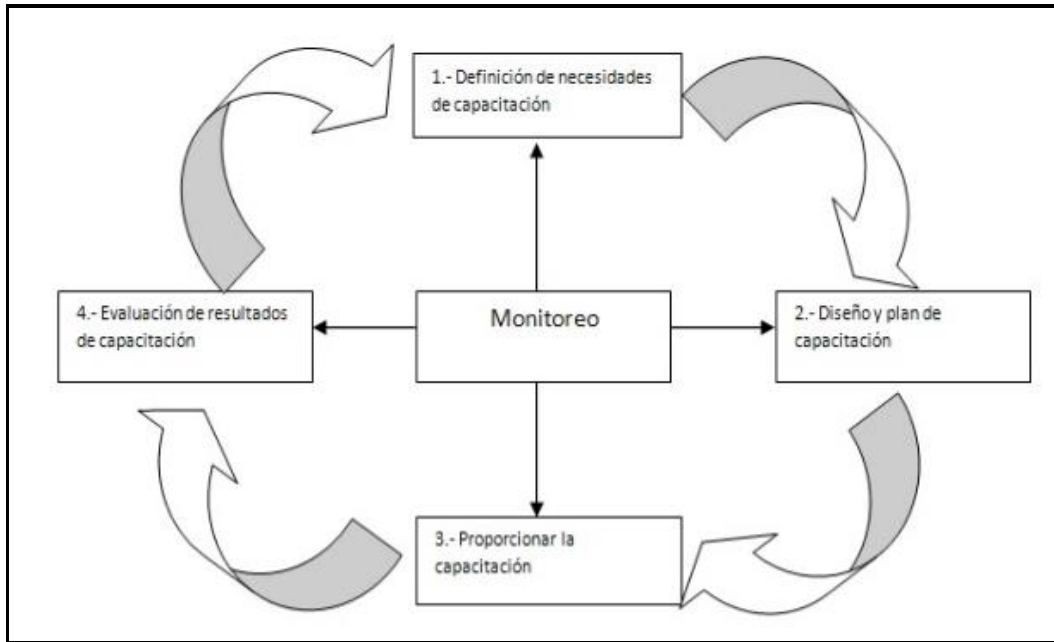


Figura 1. Capacitación y formación empresarial, normas ISO 10015

Tomado de: Capacitación y formación empresarial, normas ISO 10015, por Federico Wasinger.

Según Siliceo (2004), menciona:

Sin pretender ser complejos definiendo la función de capacitación, quiero ofrecer el siguiente concepto: “la capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador”. Del anterior concepto y de algunas otras consideraciones se puede deducir que la función educativa adquiere, y adquirirá, mayor importancia en nuestro medio. El objetivo de un centro de educación en la empresa (capacitación interna) se podría entender de la siguiente manera: Para que el objetivo general de una empresa se logre plenamente, es necesaria la función de capacitación que colabora aportando a la empresa un personal debidamente adiestrado, capacitado y desarrollado para que desempeñe bien sus funciones habiendo previamente descubierto las necesidades reales de la empresa. Por lo anterior, la capacitación es la función educativa de una empresa u organización por la cual se satisfacen necesidades presentes y se prevén necesidades futuras respecto de la preparación y habilidad de los colaboradores. (p.25).

Según Conexión ESAN (2016), menciona:

La capacitación es una de las inversiones más rentables que puede realizar una empresa. Una planificación adecuada del componente humano en una organización requiere de una política de capacitación permanente. Los jefes deben ser los primeros interesados en su propia formación y los primeros responsables en capacitar al personal a su cargo. Así, los equipos de trabajo mejorarán su desempeño.

¿En qué beneficia la capacitación?, se preguntará un incrédulo. Ante ello una amplia lista de respuestas debe dejarlo, por lo menos, pensando.

Para la organización, podemos considerar los siguientes beneficios gracias a la capacitación:

1. Genera un aumento de la productividad y la calidad de trabajo.
2. Incrementa la rentabilidad de la organización.
3. Levanta la moral de los trabajadores.
4. Ayuda a resolver problemas concretos en el día a día.
5. Disminuye la necesidad de supervisión.
6. Contribuye a prevenir los accidentes de trabajo.
7. Mejora la estabilidad de la organización y su flexibilidad.
8. Propende a que el personal se sienta identificado con la empresa.

También beneficia a las organizaciones, pues:

1. Mejora la imagen de la organización.

2. Mejora la relación jefes - subordinados.
3. Coadyuva a la comprensión y adopción de políticas.
4. Ayuda a reducir los costos.

En el campo individual, la capacitación presenta beneficios como los siguientes:

1. Ayuda a las personas a resolver problemas y a tomar decisiones.
2. Forjas líderes y mejora las aptitudes comunicativas de las personas.
3. Permite el logro de metas individuales.
4. Aumenta la confianza en sí mismo, eliminando los temores a la incompetencia o a la ignorancia individual.

Además, la capacitación genera beneficios en las relaciones humanas, relaciones internas y externas y en la adopción de políticas, por lo siguiente:

1. Mejora la comunicación entre grupos y entre individuos.
2. Ayuda en la orientación de nuevos empleados.
3. Proporciona información sobre disposiciones oficiales.
4. Hace viables las políticas de la organización.
5. Alienta la cohesión de grupos.
6. Proporciona una buena atmósfera para el aprendizaje.
7. Convierte a la empresa en un entorno de mejor calidad para trabajar. (p.2).

2.2.1.2. Definiciones de conocimientos.

Según Louffat (2017), menciona:

El conocimiento es una dimensión de las competencias que se preocupa sobre todo por aspectos cognoscitivos del desarrollo humano. Se refiere a la necesidad de que el trabajador aprenda o profundice fundamentos teóricos de su profesión o especialidad, así como temas de otras especialidades e inclusive de cultura general, teniendo en cuenta que, bajo el enfoque de la teoría general de sistemas, los conocimientos no se encuentran aislados y pueden converger de manera integrada. La idea es que siempre se debe estar al día con las innovaciones o mejoras en la tecnología del conocimiento, pues este ofrece mejores contextos para la toma de decisiones. El trabajador que no se actualice está condenado a sufrir de un desempleo tecnológico, es decir, por no conocer las nuevas tendencias en su área laboral de acción, corre el riesgo inminente de ser relegado y eliminado del mercado laboral. (p.103).

Según Romaní (2009), menciona:

En la llamada nueva economía, el papel que desempeñan las instituciones del conocimiento es estratégico, en particular, aquellas entidades dedicadas a la educación, así como otras organizaciones orientadas a impulsar investigación y desarrollo (I+D), innovación, generación e intercambio de conocimiento y nuevas tecnologías. Podría plantearse que las sociedades del conocimiento ya existían desde antes, pero lo que realmente no tiene precedentes es la rapidez y magnitud con la que se generan, difunden y expanden estos conocimientos (Casas y Dettmer, 2004). (p.4).

Según Pereira (2011), menciona:

El conocimiento que es todo el conjunto de cogniciones y habilidades con los cuales los individuos suelen solucionar problemas, comprende tanto la teoría como la práctica, las reglas cotidianas al igual que las instrucciones para la

acción, el conocimiento se basa en datos e información, pero a diferencia de éstos siempre está ligado a las personas; forma parte integral de los individuos y representa las creencias de éstos acerca de las relaciones causales (Probst, Raub y Romhardt, 2001, p. 24). (p.1).

Carrión (2010, p.3), menciona: “El aprendizaje está basado en las experiencias, y varía de persona a persona de acuerdo a la forma como éstas perciben y luego procesan estas experiencias”.

¿Cómo aprenden las personas?

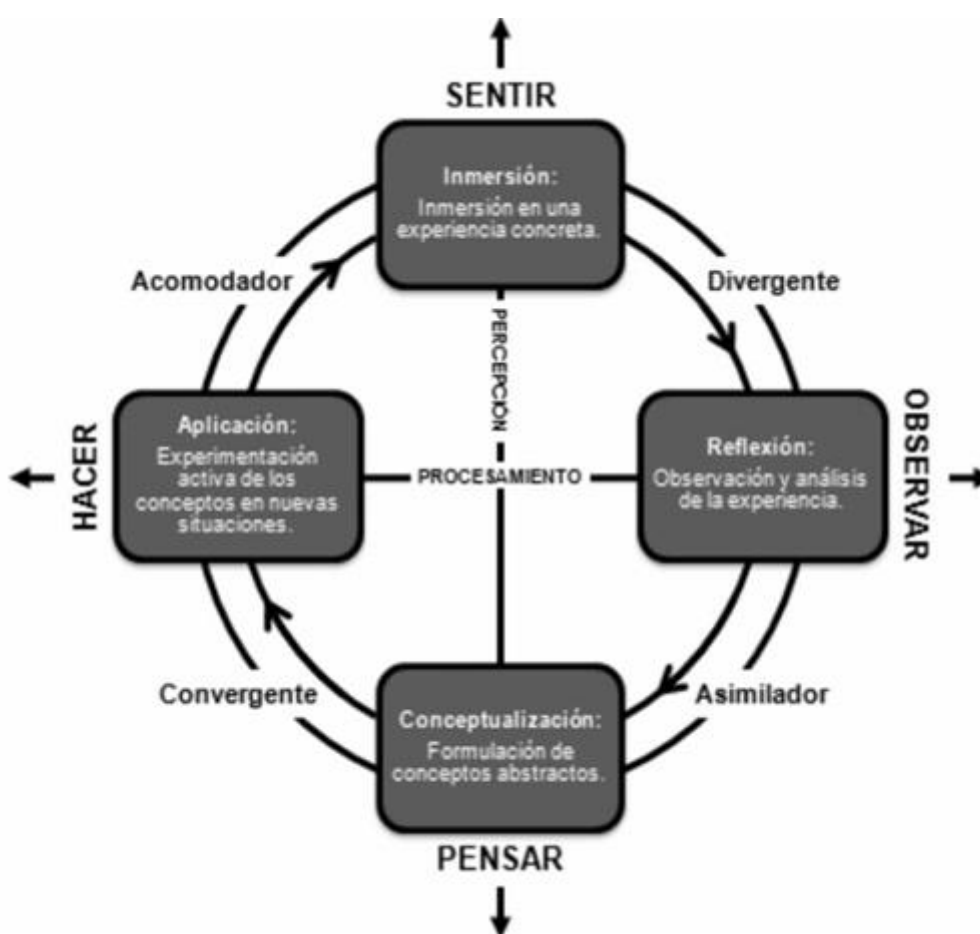


Figura 2. Gestión del conocimiento
Recuperado de: Gestión del conocimiento, por Hugo Carrión G.

Ramírez (2009, p.1), menciona:

El conocimiento es el acto consciente e intencional para aprehender las cualidades del objeto y primariamente es referido al sujeto, el Quién conoce,

pero lo es también a la cosa que es su objeto, el Qué se conoce. Su desarrollo ha ido acorde con la evolución del pensamiento humano.

Arbaiza (2017, p.1), menciona:

El aprendizaje organizacional es un proceso que permite mejorar las acciones de la organización a través del desarrollo de nuevos conocimientos y capacidades. La cultura desarrollada en una organización puede facilitar u obstruir el aprendizaje organizacional. Así, hay empresas que están en constante crecimiento y ello se debe a que son organizaciones que aprenden permanentemente. En cambio, las empresas que quiebran son aquellas que no han sabido desarrollar una cultura de aprendizaje.

2.2.1.3. Definiciones de las habilidades.

Según Louffat (2017), menciona:

La habilidad es otra dimensión de las competencias. Se preocupa sobre todo por aspectos psicomotrices del desarrollo humano y se caracteriza por la aplicación práctica de las teorías que se conocen. Se trata de operacionalizar en la realidad lo que sabe, para lo cual es necesario aplicar metodologías, en las cuales se expliciten, etapa a etapa, las actividades necesarias para ejecutar las acciones previas. Las habilidades representan las destrezas que el trabajador de tener para interactuar y manipular instrumentos, equipos, herramientas, insumos indispensables para el desarrollo de sus funciones y el cumplimiento de sus metas. (p.103).

Según Díaz (1999), menciona:

La habilidad y destrezas motrices básicas derivan de la realización de un esquema motor o de la combinación de varios de ellos y se consiguen a partir del trabajo de diferentes tareas lográndose una automatización con la repetición y la variación cuantitativa y cualitativa. Esta variación en cantidad y calidad de movimiento contribuye a la formación de una base motora en el

individuo, que será adquiridas. Estas habilidades tienen una estructura jerárquica: de simples conductas derivan a estructuras motrices cada vez más complejas y articuladas. Se puede afirmar como principio didáctico que cuando más grande y rico es el repertorio de habilidades motrices básicas, más diferenciadas están las habilidades específicas que se pueden desarrollar después correctamente. Las habilidades básicas son todas aquellas conductas y aprendizaje adquiridos por una persona, estas se caracterizan por su inespecificidad y porque no responden a los modelos concretos y conocidos de movimientos o gestoformas que caracterizan las actividades regladas y estandarizadas. (p.56).

Raffino (2020, p.1), menciona:

Según la Real Academia Española, se entiende la habilidad como la capacidad de alguien para desempeñar de manera correcta y con facilidad una tarea o actividad determinada. De esta manera, se trata de una forma de aptitud específica para una actividad puntual, sea de índole física, mental o social.

Acosta (2018, p.1), menciona:

Podemos decir que las habilidades humanas son un conjunto de atributos que te permiten trabajar con personas, tan simples como el respeto, el autocontrol, saber escuchar, saber expresarse con empatía y elocuencia, ser reflexivo ante los argumentos de otros, y ofrecer una retroalimentación asertiva y oportuna, además de comprender distintos temperamentos y formas de pensar.

Según Portillo (2017), menciona:

La habilidad solo puede ser demostrada en el rendimiento (haciendo algo), mientras que el conocimiento puede obtenerse por medios más abstractos, como la conversación. Por eso, la habilidad se identifica como conocimiento práctico o técnico, la capacidad de aplicar conocimiento teórico en un contexto práctico. Esta forma de entender la habilidad se acerca al concepto de

competencia. Otra forma alternativa de ver las habilidades es la que tiene la Organización Mundial de la Salud (OMS) que las utiliza en un contexto más amplio que el trabajo. Las habilidades para la vida se definen como la capacidad de un comportamiento del individuo positivo y adaptable de forma efectiva a las demandas y retos de todos los días (Who, 1997). (p.56).

2.2.1.4. Definiciones de la actitud.

Según Louffat (2017), menciona:

La actitud es otra dimensión de las competencias. Se preocupa sobre todo por aspectos afectivos del desarrollo humano. Se refiere a la voluntad del trabajador por querer realizar en la práctica actividades que teóricamente conoce con elevada disposición. La actitud se fundamenta en aspectos comportamentales del trabajador. Estos se basan en puntos psicológicos como son las sensaciones & percepciones, las atribuciones, la personalidad, el aprendizaje, la inteligencia, las motivaciones, entre otras. También se basan en puntos sociológicos de integración entre trabajadores como son el trabajo en equipo, los liderazgos, las comunicaciones, las negociaciones de conflictos, entre otras. (p.104).

Según Huerta (2008), menciona:

Digamos, además, que las actitudes no pueden ser medidas directamente. La manera de conocer las actitudes es a través de nuestras opiniones y creencias y, por supuesto, nuestro comportamiento. Las actitudes son formas de motivación que predisponen a la acción de un individuo hacia determinados objetivos o metas. La actitud designa la orientación de las disposiciones más profundas del ser humano ante un objetivo determinado. Existen actitudes personales relacionadas únicamente con el individuo y actitudes sociales que inciden sobre un grupo de personas.

A lo largo de la vida, las personas adquieren experiencias y forman una red u organización de creencias características, entendiendo por creencias la predisposición a la acción.

La actitud engloba un conjunto de creencias, todas ellas relacionadas entre sí y organizadas en torno a un objeto o situación. Las formas que cada persona tiene de reaccionar ante cualquier situación son muy numerosas, pero son las formas comunes y uniformes las que revelan una actitud determinada. (p.7).

Según Gestión (2018), menciona:

La actitud se refiere al comportamiento que tiene una persona para realizar una tarea. La actitud es lo que define a una persona a través de su personalidad o su capacidad para resolver problemas, sus reacciones y cómo enfrenta las adversidades en su ambiente laboral.

Existen muchos trabajadores que tienen una hoja de vida impresionante, con diversos estudios y títulos, pero que se quedan en mitad de la selección de personal por una actitud deficiente. Incluso las personas que tienen una actitud negativa son rápidamente separadas para no tener problemas dentro de un equipo de trabajo. (p.2).

Según Muelas (2019), menciona:

¿Qué son las actitudes? Normalmente, hablamos de actitudes positivas o negativas, buenas o malas. Sin embargo, ni siquiera desde la psicología social se ponen de acuerdo en definir las actitudes. Estas van más allá de ser negativas o positivas y cuentan con distintos componentes cuya relación es ambigua.

En general, se puede decir que las actitudes son evaluaciones que tienen una función: conseguir conocimiento. Así, al conocer a una nueva persona, lo primero que vamos a hacer es evaluarla y desarrollar una actitud hacia ella. En otras palabras, vamos a hacer un juicio de esa persona. La

información emitida a través de ese juicio nos va a permitir simplificar y estructurar el mundo. Por tanto, las actitudes se pueden entender como un conocimiento social construido a partir de experiencias, creencias y sentimientos. (p.2).

Según Chen (2018), menciona:

En psicología, se entiende la actitud como la predisposición de un sujeto para responder ante las situaciones de manera consistente y por ello, se considera una variable importante para predecir conductas. Dicho de otra forma, la actitud puede ser considerada una tendencia o predisposición aprendida y de carácter cognitivo y afectivo ante las circunstancias, personas u objetos que desencadenan una respuesta del sujeto. La actitud tiene sus bases en factores biológicos (respuesta primaria del organismo ante un estímulo), emocionales y del sistema de creencias, y puede accionarse por un estímulo concreto o generalizado. Además, puede reforzarse de manera positiva o negativa, de acuerdo a la experiencia. (p.2).

ESERP (2020, p.1), menciona:

Es la forma con la que haces las cosas y tu predisposición. Es decir, la actitud es el comportamiento que tienes en el trabajo y que forma parte de tu personalidad. Tener buena actitud en el trabajo es importante porque es lo primero que los demás ven de nosotros mismos. De nada sirve tener un CV de 10 si tu actitud no es de matrícula. A las personas con buena actitud todo el mundo las quiere en su equipo.

2.2.2. Bases teóricas de la variable 2: Calidad de servicio.

2.2.2.1. *Conceptualización de la variable.*

Villa (2014, p.80), menciona:

La calidad en el servicio incluye las características de un producto y/o servicio que permiten satisfacer las necesidades del cliente y/o ciudadano. Es la verdadera ventaja competitiva de una organización en la actualidad, ya que refleja el compromiso de quienes integran una institución orientada a prestar un buen servicio al usuario.

Según Ríos (2016), menciona:

Se habla mucho de “calidad de servicio” en estos días. ¿Qué es la calidad en el servicio para el cliente? Hay numerosas definiciones de concepto “calidad”, como la de W. Edward Deming que dice: “Cero defectos”, o la de Philip Crosby: “Conformidad con las especificaciones”. En materia de servicio y atención al cliente, quizás la definición de Walt Disney sea la más ilustrativa. Calidad significativa atención a los detalles y exceder las expectativas del cliente. (p.24).

Según CEUPE (2020), menciona:

La calidad del servicio es muy importante en la actualidad, ya que, los clientes son cada vez más exigentes y están más informados gracias a la tecnología.

En primer lugar, es importante, antes de comenzar con los distintos modelos, revisar los significados que ha ido adquiriendo este término, de acuerdo con Reeves y Bednar (1994, p.419) se podría determinar cuatro perspectivas básicas en el concepto de calidad, coexistiendo en la actualidad, tales como:

- 1) Calidad como excelencia: De acuerdo al término, las organizaciones de servicios deben conseguir el mejor de los resultados, en sentido absoluto. Sin embargo, debido a su subjetividad, es difícil entender qué se considera como excelente, ya que sería necesario marcar unas directrices claras para conseguir ese nivel exigido.

- 2) Calidad como ajuste a las especificaciones: Tras la necesidad de estandarizar y especificar las normas de producción se desarrolló esta nueva perspectiva, desde la que se entiende la calidad como medida para la consecución de objetivos básicos, tales como, poder evaluar la diferencia existente entre la calidad obtenida en distintos períodos, para así poder obtener una base de comparación y determinar las posibles causas halladas bajo su diferencia, con la dificultad que esta evaluación es desde el punto de vista de la organización y no del propio usuario o consumidor.
- 3) Calidad como valor: En este sentido, las organizaciones consideran una eficiencia interna y una efectividad externa, es decir, deben analizar los costes que supone seguir unos criterios de calidad y, al mismo tiempo, satisfacer las expectativas de los consumidores o usuarios, teniendo en cuenta la dificultad existente en valorar estos elementos, ya que son dinámicos, varían con el tiempo. Es difícil identificar qué características son importantes para cada consumidor.
- 4) Calidad como satisfacción de las expectativas de los usuarios o consumidores: Definir la calidad como el grado en que se atienden o no las expectativas de los consumidores o usuarios supone incluir factores subjetivos relacionados con los juicios de las personas que reciben el servicio. Es una definición basada en la percepción de los clientes y en la satisfacción de las expectativas, esto es importante para conocer qué necesitan los usuarios y los consumidores. (p.1).

Según Moya (2019), menciona:

La Calidad en servicio es uno de los aspectos más importantes para asegurar la permanencia de las empresas en el mercado, sin embargo, hoy nos encontramos con gran número de clientes disconformes principalmente con los servicios que se le entregan. Existen muchas formas de buscar la calidad en servicio, incluso realizando ejercicios simples como preguntarse internamente ¿Qué tan confiables somos para nuestros clientes? ¿Contamos

con una velocidad en la entrega de nuestras respuestas acorde con el tiempo que un cliente esperaría? ¿Qué tanto conocemos a nuestros clientes? Pero lo verdaderamente importante es poder medir los niveles de satisfacción con la finalidad de poder obtener datos que le ayuden a la empresa a tomar decisiones orientadas a mejorar la calidad de servicio y de esta forma conseguir un elemento que cree una ventaja por sobre sus competidores. Lamentablemente hoy nos encontramos con un sin número de empresas de servicio que han decidido crear departamentos de atención de clientes, pero en su mayoría, lo que estos departamentos hacen es estandarizar a los clientes, crear procedimientos inflexibles que más allá de conseguir una buena acogida, sólo logran que los clientes se sientan cada vez menos escuchados. (p.1).

Molina (2014, p.1), menciona:

Es importante destacar que cuando en una organización se plantea la visión tomando en cuenta la calidad del servicio que ofrece, debe, antes que nada, entender que un servicio se considera de calidad cuando logra su fin: satisfacer las necesidades de los clientes, en el presente y en el futuro.

Asisge (2019, p.1), menciona:

La calidad de los servicios depende de las actitudes de todo el personal que labora en el negocio. El servicio es, en esencia, el deseo y convicción de ayudar a otra persona en la solución de un problema o en la satisfacción de una necesidad. El personal en todos los niveles y áreas de debe ser consciente de que el éxito de las relaciones entre la empresa y cada uno de los clientes depende de las actitudes y conductas que observen en la atención de las demandas de las personas que son o representan al cliente.

2.2.2.2. Definiciones de la confiabilidad.

Zapata (2011, p.1), menciona: “Confiabilidad es la probabilidad de que un componente o sistema pueda cumplir su función en las condiciones operativas especificadas durante un intervalo de tiempo dado”

Acuña (2003, p.16), menciona: “Se dice que la confiabilidad es la probabilidad de que una unidad de producto se desempeñe satisfactoriamente cumpliendo con su función durante un período de tiempo diseñado y bajo condiciones previamente especificadas”.

Según Ortiz y Rosas (2004), menciona:

En un sentido más amplio, la confiabilidad significa que la organización cumpla sus promesas, es decir que lo convinieron desde el principio el cliente y la organización, se materialice y lograr un buen acuerdo entre los dos. Los clientes siempre van a acudir con una empresa que sepa cumplir con los convenios. Los compromisos deben ser la prioridad, para precisamente, crea una imagen de confiabilidad hacia los clientes. (p.16).

Según Sueiro (2012), menciona:

La Confiabilidad es la "capacidad de un ítem de desempeñar una función requerida, en condiciones establecidas durante un período de tiempo determinado". Es decir, que habremos logrado la Confiabilidad requerida cuando el "ítem" hace lo que queremos que haga y en el momento que queremos que lo haga. Al decir "ítem" podemos referirnos a una máquina, una planta industrial, un sistema y hasta una persona. La Confiabilidad impacta directamente sobre los resultados de la empresa, debiendo aplicarse no sólo a máquinas o equipos aislados sino a la totalidad de los procesos que constituyen la cadena de valor de la organización. (p.1).

Según Pérez (2015), menciona:

El concepto más conocido para definir confiabilidad es: “la probabilidad de que un equipo o sistema opere sin falla por un determinado período de tiempo, bajo unas condiciones de operación previamente establecidas.” Este concepto es utilizado algunas veces de manera equivocada, debido al uso particular que se da a la expresión “falla”; para muchos “falla” significa sólo paros y así construyen complejos modelos matemáticos para calcular la probabilidad de paros, sin tener en cuenta que también hay “falla” cuando se es ineficiente, inseguro, costoso, con alto nivel de rechazos y con aportes a una mala imagen. Otro elemento que debe considerarse son las causas de los paros, que pueden darse por diferentes motivos y debe evitarse mezclar “peras con manzanas” por ejemplo, “paros por lubricación en rodamientos” con “paros por errores en el montaje de rodamientos”. Algunos han acuñado el término confiabilidad operacional como “la capacidad de una instalación o sistema (integrado por procesos, tecnología y personas), para cumplir su función dentro de sus límites de diseño y bajo un contexto operacional específico”. El término operacional no marca un límite muy claro con el concepto de confiabilidad y esto se circunscribe en algunas empresas a sólo medir índices y con eso ya es controlado “la confiabilidad”. (p.3).

Según Abarzúa (2019), menciona:

La confiabilidad de una medición es la propiedad más importante de un test, siendo un requisito para alcanzar los otros dos pilares fundamentales: validez e imparcialidad. Conceptualmente, la confiabilidad se opone al concepto de error de una medición, es decir, una medición que entrega resultados afectados por error de medición no puede ser argumentada como válida ni como imparcial (AERA, APA y NCME, 2014). Los estándares de AERA, APA y NCME (2014) advierten que el término confiabilidad ha sido usado de múltiples maneras, confundiéndose con los distintos procedimientos de estimación que se han desarrollado, y aludiendo a las distintas facetas de la medición en las cuales tal propiedad se puede analizar. Para unificar esta noción, los estándares proponen conceptualizar la confiabilidad como precisión de la medición a nivel de los examinados. Esto enfatiza la noción de

replicabilidad de los puntajes a nivel individual que entrega un determinado instrumento. Así, un buen análisis de confiabilidad permite estudiar las posibles amenazas a la replicabilidad de un test. (p. 7)

Según RELIABILITY (2019), menciona:

Es la probabilidad de que un equipo cumpla una misión específica bajo condiciones de uso determinadas en un período determinado. El estudio de confiabilidad es el estudio de fallos de un equipo o componente. Si se tiene un equipo sin fallo, se dice que el equipo es ciento por ciento confiable o que tiene una probabilidad de supervivencia igual a uno. Al realizar un análisis de confiabilidad a un equipo o sistema, obtenemos información valiosa acerca de la condición del mismo: probabilidad de fallo, tiempo promedio para fallo, etapa de la vida en que se encuentra el equipo. (p. 2)

2.2.2.3. Definiciones de la capacidad de respuesta.

Según Mora (2011), menciona:

Las percepciones de la calidad y los juicios de satisfacción han sido reconocidas como aspectos fundamentales para explicar las conductas deseables del consumidor (Zeithaml et al., 1993). La literatura especializada presenta ciertas diferencias al definir la satisfacción, sin embargo, cabe destacar que se pueden identificar tres componentes generales en la satisfacción: es una respuesta (emocional, cognitiva y/o comportamental); la respuesta se enfoca en un aspecto en determinado (expectativas, producto, experiencia del consumo, etc.); y finalmente, la respuesta se da en un momento particular (después del consumo, después de la elección, basada en la experiencia acumulada, etc.). De allí que se pudiera tener un primer acercamiento al término de satisfacción al entenderla como una respuesta generada en el individuo bajo un contexto determinado en un momento, también, particular. (p.149)

Según Moya (2020), menciona:

La capacidad de respuesta en el servicio al cliente, es la facultad que tiene la empresa para responder a las solicitudes de forma oportuna. Es decir, tomando en consideración el espacio de tiempo desde que inicia la solicitud, hasta que finaliza la atención. Y la respuesta debe ser siempre satisfactoria. Por consiguiente, debes concentrarte tanto en el «tiempo» como en la «solución» de los problemas de tus clientes. Si tu cliente logra comunicarse de forma inmediata con tu negocio, pero no tiene una solución rápida esperándolo, su esfuerzo no servirá de nada. Ante este panorama, debes asegurar que tu capacidad de respuesta se enfoque en tres aspectos principales:

- **Rapidez.** Tienes que dar una respuesta rápida y oportuna.
- **Precisión.** Debes facilitar al cliente exactamente lo que quiere.
- **Empatía.** Comprende a tu cliente, sé cordial, hazle sentir que es importante para la empresa.

Por otra parte, hay que destacar que la capacidad de respuesta debe ser gestionada a través de los canales de atención al cliente. (p. 2)

Según TECH-BLOG (2020), menciona:

La capacidad de respuesta al cliente indica qué tan rápido y eficientemente tu empresa responde a ellos. Desde la perspectiva de la atención al cliente, es el tiempo que tardan los agentes en responder a sus clientes. Es importante tener en cuenta que la capacidad de respuesta al cliente es más que una respuesta rápida. También implica la frecuencia y coherencia en la comunicación hasta la resolución final. Por ejemplo, sería estupendo si pudieras responder a tus clientes inmediatamente después de que se comunican con tu empresa; pero todo se desvanecerá si no reciben una solución rápida a sus consultas. Encontrar el equilibrio perfecto entre velocidad y calidad es un gran desafío para todos los equipos de atención al cliente. Sin embargo, algo muy importante que muchos agentes no hacen es

no comunicar un tiempo aproximado de respuesta y resolución de consultas de antemano. (p. 2)

Mc Gurgan (2020, p.1), menciona: “La capacidad de respuesta al cliente es una prioridad, encontrarás que las oportunidades de servir a tus clientes aumentarán, mientras que los problemas y las cuestiones de servicio disminuirán”.

Según Del Castillo (2007), menciona:

La capacidad de respuesta es la suma de la prontitud y la disposición que ponen los prestadores de servicio en satisfacer una demanda. Por ejemplo, cuando un cliente le llame para solicitarle un servicio de emergencia, porque se ha quedado varado en una calle y requiere que acudan a reparar o remolcar el auto, evaluará cuánto tiempo se tarda en llegar y la manera en que lo hace. Pero la capacidad de respuesta no se mide exclusivamente en situaciones de urgencia, sino día a día en la atención diaria. Desde que el cliente ingresa a su negocio o llama por teléfono, aun inconscientemente evalúa si puede confiar o no en usted. (p.1)

Según Ibarra, Becerril y Demuner (2018), mencionan:

La capacidad de respuesta al entorno tiene que ver con la acción tomada en base al conocimiento adquirido y a las habilidades desarrolladas que potencian a la organización para comprender y actuar efectivamente; se relaciona con el desempeño, la velocidad y la coordinación con que las acciones son implementadas y periódicamente revisadas (Liao et al., 2003). De esta forma las empresas con rápida respuesta tienden a ser competidores superiores reconocidos por su agilidad, ingenio y por su capacidad de aprender de sus errores (Nonaka y Takeuchi, 1995; Jansen et al., 2005).

Desde el aprendizaje organizacional, la capacidad de absorción integra una serie de rutinas necesarias para identificar y utilizar el conocimiento generado en el exterior. Para ello los integrantes de la organización usan su experiencia, habilidades, capacidades de comunicación, el know how que posee la organización

para concretar acciones (Cohen y Levinthal, 1990). De este conocimiento dependerá el asertividad para reconocer nuevo conocimiento del entorno, asimilarlo para explotarlo como respuesta al medio ambiente cambiante y a la solución de los problemas que se presenten. (p. 4)

2.2.2.4. Definiciones de satisfacción del cliente.

Según Dos Santos (2016), menciona:

La satisfacción es una respuesta positiva que resulta del encuentro entre el consumidor con un bien o servicio (Oliver, 1980); se trata de un estado emocional que se produce en respuesta a la evaluación del mismo (Westbrook, 1987). Desde finales de la década de 1960, los investigadores de marketing y de comportamiento del consumidor han mostrado interés en el concepto de satisfacción (Alvarado Herrera y Beltrán Gallego, 2008), aunque hoy no exista un consenso sobre 82 M. Alonso Dos Santos / Revista de la Educación Superior 45(178) (2016) 79–95 su definición o su naturaleza (Bigné, Andreu y Gnoth, 2005). Los investigadores más recientes entienden la satisfacción como una respuesta emocional que proviene del juicio cognitivo (Yu y Dean, 2001), y está demostrado que tiene también una influencia positiva directa sobre la intención de los consumidores y su lealtad conductual (Cronin, Brady y Hult, 2000). Según Casidy (2014), la satisfacción en el área de la educación superior ha sido empleada como una actitud a corto plazo que deriva de una evaluación de la experiencia educativa del estudiante, lo cual coincide con la tendencia actual de la literatura que hace hincapié en la necesidad de considerar el proceso de satisfacción de los consumidores desde una perspectiva global (Wirtz y Bateson, 1999; Bigné et al., 2005). (p.82)

Según Quispe y Ayaviri (2016), menciona:

Definen la satisfacción como un proceso de evaluación de una experiencia de compra de un producto o servicio, donde se comparan aquellas expectativas del cliente con los resultados alcanzados (Westbrook, 1983; Hunt, 1977). En

tanto, que otros autores vinculan la satisfacción a la posible respuesta que pueda obtener el cliente en la experiencia de compra de un producto (Churchill y Surprenant, 1982; Day, 1984); es decir, la satisfacción será el resultado de una experiencia personal del cliente, respecto al consumo de un producto, donde el cliente tiene la ventaja de evaluar de forma cognitiva las siguientes variables: expectativa y resultado, esfuerzo y recompensa, o puede ser afectiva, señala (Giese y Cote, 2000; Eggert y Ulaga, 2002) y, de esta forma, reflejar los sentimientos del cliente (Anderson y Narus, 1984) ante el uso de un determinado servicio. (p.172)

Según Rey (2000), menciona:

La satisfacción del usuario con respecto al funcionamiento y a los atributos de un sistema de información está directamente relacionada con el uso del sistema. Algunos autores sugieren que existe un nivel de satisfacción, por debajo del cual los usuarios dejan de utilizar un sistema de información y buscan fuentes alternativas. Al contrario, también puede afirmarse que el nivel de uso de un sistema de información es un indicativo de la satisfacción de los usuarios con ese sistema, sobre todo, cuando principalmente su uso es opcional y no obligatorio. (p.141)

AEC (2019, p.1), menciona:

La satisfacción del cliente es la base de los sistemas de gestión de la calidad. Los clientes necesitan productos y servicios que satisfagan sus necesidades y expectativas. Los requisitos del cliente pueden estar especificados por el cliente de forma contractual o pueden ser determinados por la propia organización, pero, en cualquier caso, es finalmente el cliente el que determina la aceptabilidad del producto”.

ISOTOOLS (2020, p.1), menciona:

El cliente se ha convertido en el centro del negocio y las decisiones claves están basadas en el deseo fundamental de prestarles un mejor servicio y

ofrecerles un mejor producto. Las organizaciones deben integrar la satisfacción de sus clientes y usuarios dentro de la estrategia gestionando y midiendo de forma adecuada esta satisfacción.

Vivas (2010, p.19), menciona: “La satisfacción del cliente se debe entender como la medida que una empresa ha resuelto Las carencias y/o problemas manifestados”.

2.3. Definición de términos básicos

Cognición. Asencio (2020, p.1), menciona: “La cognición es la habilidad que tenemos para asimilar y procesar los datos que nos llegan de diferentes vías (percepción, experiencia, creencia) para convertirlos en conocimiento. Esta habilidad engloba diferentes procesos cognitivos como el aprendizaje, la atención, la memoria, el lenguaje, el razonamiento, la toma de decisiones, etc. que forman parte del desarrollo intelectual y de la experiencia”.

Cognoscitivo. Significados (2013, p.1), menciona: “Cognoscitivo se refiere a los procesos a través de los cuales los individuos son capaces de generar y asimilar conocimiento”.

Cohesión. RAE (2020, p.1), menciona: “Acción y efecto de reunirse o adherirse las cosas entre sí o la materia de que están formadas”.

Converger. RAE (2020, p.1), menciona: “Dicho de dos o más líneas: Tender a unirse en un punto”.

Entropía. Definiciones.de (2008, p.1), menciona: “La entropía puede ser la magnitud física termodinámica que permite medir la parte no utilizable de la energía contenida en un sistema. Esto quiere decir que dicha parte de la energía no puede usarse para producir un trabajo”.

Inespecificidad. RAE (2020, p.1), menciona: “Cualidad o condición de inespecífico”.

Locatario. Cuidalotuyo (2016, p.1), menciona: “Que el locatario es quien paga el precio para tener derecho a su uso y goce”.

Operación Portuaria. Según Ministerio de Fomento (2007), menciona: La Operación Portuaria es un proceso amplio que engloba aspectos administrativos previos al atraque, procesos que se llevan a cabo en el momento en que el buque arriba al puerto, manipulación de la mercancía, servicios prestados a los pasajeros... En todas estas actividades intervienen una serie de agentes especializados cuya misión será la consecución de la optimización del resultado, intentando lograr el máximo rendimiento al mínimo coste. (p.15)

Prefactibilidad. Pérez y Merino (2015, p.1), menciona: “La prefactibilidad, por lo tanto, supone un análisis preliminar de una idea para determinar si es viable convertirla en un proyecto. El concepto suele emplearse en el ámbito empresarial y comercial”.

Redundaría. RAE (2020, p.1), menciona: “Dicho especialmente de un líquido: Rebosar, salirse de sus límites o bordes por demasiada abundancia”.

III. MÉTODOS Y MATERIALES

3.1. Hipótesis de la investigación

Hernández y Mendoza (2018, p.124), menciona:

Las hipótesis son explicaciones tentativas del fenómeno o problema investigado formuladas como proposiciones y constituyen las guías de un estudio. Indican lo que tratarnos de probar y, por si decirlo, toman la estafeta de parte del planteamiento del problema para determinar el curso de la indagación que habrás de confirmar o no al realizar tu estudio.

3.1.1. Hipótesis general.

Hi: La capacitación influye en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.

3.1.2. Hipótesis específicas.

H1: La transmisión de conocimientos influye en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.

H2: El desarrollo de habilidades influye en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.

H3: El desarrollo de actitudes influye en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.

3.2. Variables de estudio

3.2.1. Definición conceptual.

3.2.1.1. Calidad de servicio.

Hernández y Mendoza (2018, p.136), mencionan: “La definición conceptual es aquella que precisa o indica con otros términos como vamos a entender una variable en el contexto de nuestra investigación. Generalmente se trata de una definición acordada y validada por una comunidad científica o profesional y emana de la revisión de la literatura (presente en diccionarios especializados, páginas web con respaldo institucional y publicaciones como artículos de revistas académicas y libros)”.

3.2.1.2. Capacitación.

Según Louffat (2017), menciona:

La capacitación es un proceso de mejoramiento continuo y de aprendizaje, que facilita el desarrollo, tanto de las empresas como de sus trabajadores. Todo aprendizaje organizacional (*organizational learning*) es consecuencia de la sumatoria del aprendizaje de cada uno de los trabajadores (*personal learning*). En ese contexto, si no hubiese capacitación no habría aprendizaje, lo cual redundaría en una entropía y un estancamiento del desarrollo, que al final produciría la debacle institucional, por no adecuarse a los nuevos tiempos y desafíos de una administración moderna. (p.37).

3.2.2. Definición operacional.

Según Hernández y Mendoza (2018), mencionan:

Una definición operacional consiste en el conjunto de procedimientos, técnicas y métodos para medir una variable en los casos de la investigación. Constituye las actividades que un observador debe realizar para recibir las

impresiones sensoriales que indican la existencia de un concepto teórico en mayor o menor grado (Mac Gregor, 2006; Reynolds, 1986). La definición operacional nos señala: para recoger datos respecto de una variable es necesario hacer esto y aquello, además articula los procesos de un concepto que son precisos para identificar ejemplos de este. (p.137).

En el presente estudio las variables se operacionalizarán a través de una recolección de información por medio de un cuestionario de preguntas cerradas valoradas en escala de Likert, que se detallan en la tabla 1 siguiente

Tabla 1.

Matriz de operacionalización de las variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	
Variable 1: Capacitación	1. Transmisión de conocimientos	1	Tiempo que está trabajando el trabajador. N° 01 N° 02	
		2	Número de trabajadores capacitados. N° 03 N° 04	
		3	Número de horas asistidas del trabajador. N° 05 N° 06	
	2. Desarrollo de habilidades	1	Cantidad de Materiales. N° 07 N° 08	
		2	Trabajo en equipo N° 09 N° 10	
		3	Vocación de servicio N° 11 N° 12	
	3. Desarrollo de actitudes	1	Motivación de los trabajadores. N° 13 N° 14 N° 15 N° 16	
		2	Incentiva su jefe inmediato a su crecimiento profesional N° 17 N° 18	
		3	Seguridad del trabajador. N° 19 N° 20	
	Variable 2: Calidad de servicio	1. Confiabilidad	1	Solución de problemas N° 21 N° 22 N° 23
			2	Cumplir con lo prometido del servicio. N° 24 N° 25
			3	Compromiso N° 26 N° 27 N° 28 N° 29
2. Capacidad de respuesta		1	Seguridad N° 30 N° 31 N° 32	

		2	Conductas amables	N° 33 N° 34
		3	Empatía	N° 35 N° 36
	3. Satisfacción del cliente	1	Nivel de comunicación con el cliente.	N° 37
		2	Porcentaje de satisfacción del trabajador.	N° 38 N° 39 N° 40
		3	Porcentaje de clientes satisfechos.	N° 41 N° 42

3.3. Tipo y nivel de la investigación

3.3.1. Tipo de Investigación.

Muntané (2010, p.221), menciona: “Investigación básica: Se denomina investigación pura, teórica o dogmática. Se caracteriza porque se origina en un marco teórico y permanece en él. El objetivo es incrementar los conocimientos científicos, pero sin contrastarlos con ningún aspecto práctico”.

Gómez (2010, p.15), menciona: “Investigación básica: (también llamada “pura”) cuyo objetivo es acrecentar los conocimientos dentro de un área determinada de la ciencia”.

La presente investigación es de tipo básico con el que se pretende determinar la influencia que existe entre la capacitación y la variable calidad de servicio. Basados desde un enfoque de cuantitativo.

3.3.2. Nivel de investigación.

Hernández y Mendoza (2018, p.178), menciona: “transversal correlacional-causal: Estos diseños son útiles para establecer relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado; a veces, únicamente en términos correlacionales, otras en función de la relación causa-efecto (causales)”.

El nivel de la investigación es transversal correlacional- causal ya que existe relación entre la capacitación y la variable calidad de servicio en un momento determinado.

3.4. Diseño de investigación

Hernández y Mendoza (2018, p.175), menciona: “La investigación no experimental es el estudio que se realizan sin manipulación deliberada de variables

y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos”.

La presente investigación es investigación no experimental, donde se estudia en su estado natural la variable capacitación y calidad de servicio.+

3.5. Población y muestra de estudio

3.5.1. Población.

Hernández y Mendoza (2018, p.199), menciona: “Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”. En este caso la población está constituida por todo el personal de parqueos unidos S.A.C, siendo una población de 400 colaboradores.

3.5.2. Muestra.

Hernández y Mendoza (2018, p.196), menciona:

En la ruta cuantitativa, una muestra es sub grupo de la población o universo que te interesa, sobre la cual se recolectarán los datos pertinentes, y deberá ser representativa de dicha población (de manera probabilística, para que puedas generalizar los resultados encontrados en la muestra a la población).

La muestra a considerada en la presente investigación es de 196 trabajadores. La aproximación del tamaño de la muestra se efectuó mediante la aplicación de la fórmula para poblaciones finitas, la fórmula para la muestra fue la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{(N - 1) \cdot E^2 + Z^2 P Q}$$

En dónde.

n= tamaño de muestra

Z= Valor Z curva normal (1.96)

P= Probabilidad de éxito (0.50)

Q= Probabilidad de fracaso (0.50)

N= Población (400)

E= Error muestral (0.05)

Sustituyendo la fórmula:

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (0.50) \cdot (0.50) \cdot (400)}{(400 - 1) \cdot (0.50)^2 + (1.96)^2 (0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{(3.84) \cdot (0.25) \cdot (400)}{(399) \cdot (0.0025) + (3.84)(0.25)}$$

$$n = \frac{(0.96) \cdot (400)}{(0.9975) + (0.96)}$$

$$n = \frac{384}{1.9575}$$

n= 196.17 trabajadores

n= 196 trabajadores

Muestreo: el muestreo que se aplicará es de no probabilístico por conveniencia

3.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnicas de recolección de datos.

QUESTIONPRO (2021, p.1), menciona:

La encuesta es una técnica que se lleva a cabo mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de personas. Las encuestas proporcionan información

sobre las opiniones, actitudes y comportamientos de los ciudadanos. La encuesta se aplica ante la necesidad de probar una hipótesis o descubrir una solución a un problema, e identificar e interpretar, de la manera más metódica posible, un conjunto de testimonios que puedan cumplir con el propósito establecido.

Para la recolección de información de la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta.

Tabla 2.

Lugares de trabajo para la recolección de datos

Descripción	Lugar de trabajo	Total de población	Muestra
1	Lima- lima	195 trabajadores	94 trabajadores
2	Lima- cañete	7 trabajadores	7 trabajadores
3	Ica	188 trabajadores	85 trabajadores
4	Ica -provincia	10 trabajadores	10 trabajadores
TOTAL		400 trabajadores	196 trabajadores

3.6.2. Instrumentos de recolección de datos

Hernández y Mendoza (2018, p.251), menciona: “El cuestionario consiste en un conjunto de preguntas, respecto de una o más variables a medir”.

El instrumento que se utilizó en la investigación consiste en un cuestionario que contiene preguntas basados en las variables de capacitación y calidad de servicio con sus respectivos indicadores, son basados en la escala de Likert.

Hernández y Mendoza (2018, p.274), menciona: “Escalamiento de Likert: conjunto de Ítems que se presentan en forma de afirmaciones para medir el grado de acuerdo o reacción del respondiente en tres, cinco o siete categorías jerarquizadas de mayor a menor o viceversa. Todos los reactivos o Ítems tienen las mismas opciones de respuesta tanto verbal como numéricamente”.

3.7. Métodos de análisis de datos

Los datos obtenidos en los cuestionarios aplicados a los colaboradores de la empresa Parques Unidos S.A.C. en las regiones Ica - Lima, año 2020 fueron sometidos a procesamiento de datos con los programas SPSS y Excel 2010.

Una vez recolectados los datos, se procedió al análisis estadístico respectivo con los programas antes mencionados. Los resultados están presentados en tablas y gráficos de barras para interpretación de los resultados, a fin de observar de manera rápida las características de la investigación. Para la presentación y análisis de datos se utilizaron estadísticos como:

- Tabla de Frecuencias
- Gráficos de barras
- Porcentaje
- Tablas de Normalidad
- Tablas de Rho de Spearman

3.8. Aspectos éticos

El presente trabajo de investigación se ciñe estrictamente a la Ley N° 29733 (“Ley de Protección de Datos Personales”) que garantiza el anonimato y la confidencialidad de los datos proporcionados por los participantes, quienes no fueron afectados de ninguna forma durante la realización de esta investigación. Los participantes, previo a su participación, fueron debidamente informados, asegurándoseles que su participación es totalmente voluntaria y anónima.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados de la validación del instrumento

4.1.1. Validez del instrumento.

El instrumento sobre la medición en la tesis LA CAPACITACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE EN LA EMPRESA PARQUEOS UNIDOS S.A.C. EN LAS REGIONES ICA- LIMA, AÑO 2020; fue sometido a la validación de contenidos a través del juicio de expertos, utilizándose el formato de evaluación de los ítems en tabla de Evaluación de Instrumentos por expertos, el cual tuvo el resultado que se detalla a continuación.

Los expertos que participaron en la validación de contenidos fueron los profesores: Dr. Ángel Noé Quispe Talla y Mg. Raúl Gualberto Quispe Taya con el siguiente resultado:

Tabla 3.
Resultados de la validación por juicio de expertos

EXPERTO	Institución	Precisar si hay suficiencia
Dr. Ángel Noé Quispe Talla	Universidad Antúnez de Mayolo	Si hay suficiencia
Mg Raúl Gualberto Quispe Taya	Universidad Privada TELESUP	Si hay suficiencia

Fuente: Propia

4.1.2. Confiabilidad del instrumento por Alfa de Cronbach.

Hernández, et al. (2014) plantea que la confiabilidad del instrumento hace referencia al grado en el que, al momento de aplicar el instrumento al individuo, el resultado que produzca sea el mismo.

Asimismo, Hernández (2014) también menciona que la confiabilidad de un instrumento de medición es definida mediante diferentes técnicas (pp. 228 - 229).

Mediante los valores presentados se podrá determinar si el instrumento que es utilizado para la recolección de datos es confiable o no.

Análisis de Fiabilidad

Tabla 4.
Escala de interpretación de la confiabilidad

Interpretación	Escala		
Alta confiabilidad	0.9	a	1
Fuerte confiabilidad	0.76	a	0.89
Moderada confiabilidad	0.5	a	0.75
Baja confiabilidad	0.01	a	0.49
No es confiable	-1	a	0

Tomado de: Pino (1982). Estadística. Lima: INIDE

Tabla 5.
Resultados del Alfa de Cronbach con SPSS

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,815	42

El instrumento utilizado en el análisis de fiabilidad por Alfa de Cronbach dio un resultado de 0,815; el cuál comparándolo con la escala de interpretación de la tabla 4, nos demuestran una fuerte confiabilidad.

4.2. Resultados de la Estadística Descriptiva

4.2.1. Estadística descriptiva de la variable 1: Capacitación.

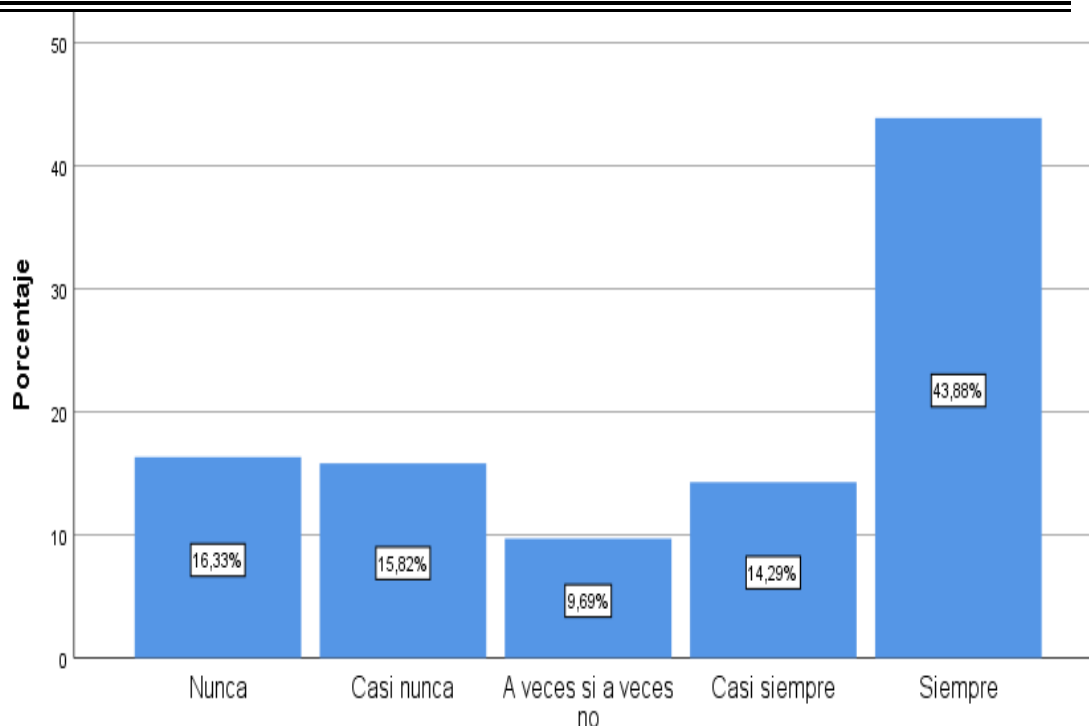
4.2.1.1. Dimensión: La transmisión de conocimientos.

4.2.1.1.1. Indicador: Tiempo que está trabajando el trabajador.

1) ¿Usted en el tiempo que se encuentra trabajando en la empresa ha brindado inducción a los nuevos trabajadores?

Tabla 6.*Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 1***1) ¿Usted en el tiempo que se encuentra laborando en la empresa ha brindado inducción a los nuevos trabajadores?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	32	16,3	16,3	16,3
	Casi nunca	31	15,8	15,8	32,1
	A veces si a veces no	19	9,7	9,7	41,8
	Casi siempre	28	14,3	14,3	56,1
	Siempre	86	43,9	43,9	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



1) ¿Usted en el tiempo que se encuentra laborando en la empresa ha brindado inducción a los nuevos trabajadores?

Figura 3. Gráfico de los resultados del ítem 1

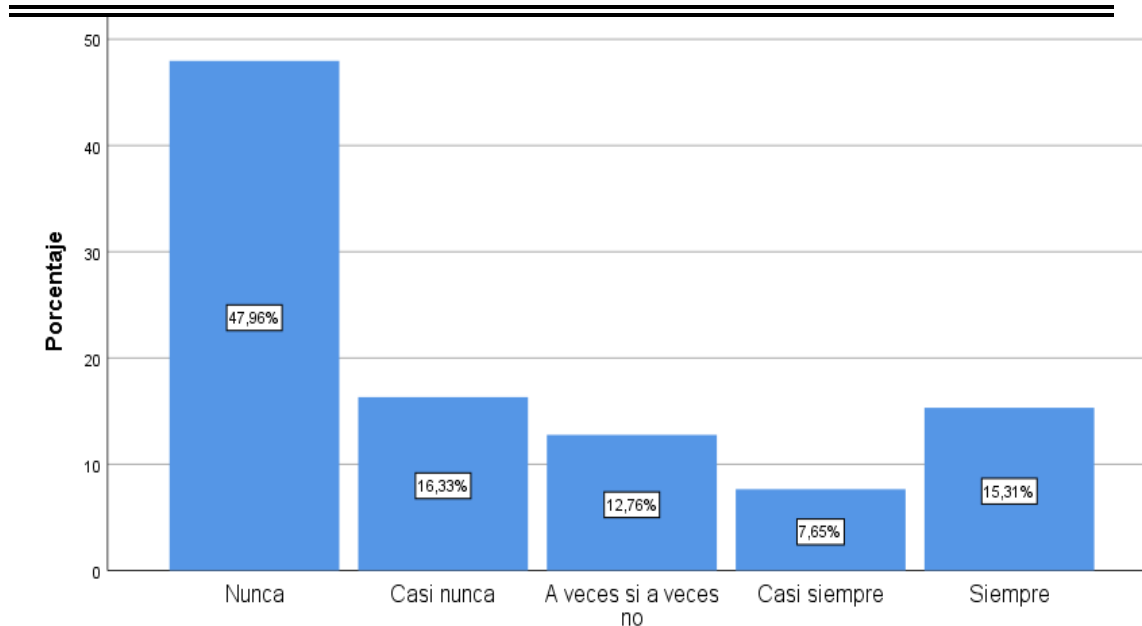
En la tabla 6 y figura 3 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parqueos Unidos, el 49,33% (86) manifiestan que siempre ha brindado inducción a los nuevos trabajadores; 10,8%(32) manifiestan que nunca; 15,82% (31) manifiestan que casi nunca; 14,29% (28) manifiestan que casi siempre y finalmente 9,69% (19) manifiestan que a veces si a veces no.

2) ¿Usted ha tenido problemas con dar inducción a los nuevos trabajadores?

Tabla 7.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 2

2) ¿Usted ha tenido problemas con dar inducción a los nuevos trabajadores?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	94	48,0	48,0	48,0
	Casi nunca	32	16,3	16,3	64,3
	A veces si a veces no	25	12,8	12,8	77,0
	Casi siempre	15	7,7	7,7	84,7
	Siempre	30	15,3	15,3	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



2) ¿Usted ha tenido problemas con dar inducción a los nuevos trabajadores?

Figura 4. Gráfico de los resultados del ítem 2

En la tabla 7 y figura 4 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parqueos Unidos, el 47,96% (94) manifiestan que nunca ha tenido problemas con dar inducción a los nuevos trabajadores; 16,33% (31) manifiestan que casi nunca; 15,3% (30) manifiestan que siempre; 12,76% (25) manifiestan que a veces si a veces no y finalmente 7,65% (19) manifiestan que casi siempre.

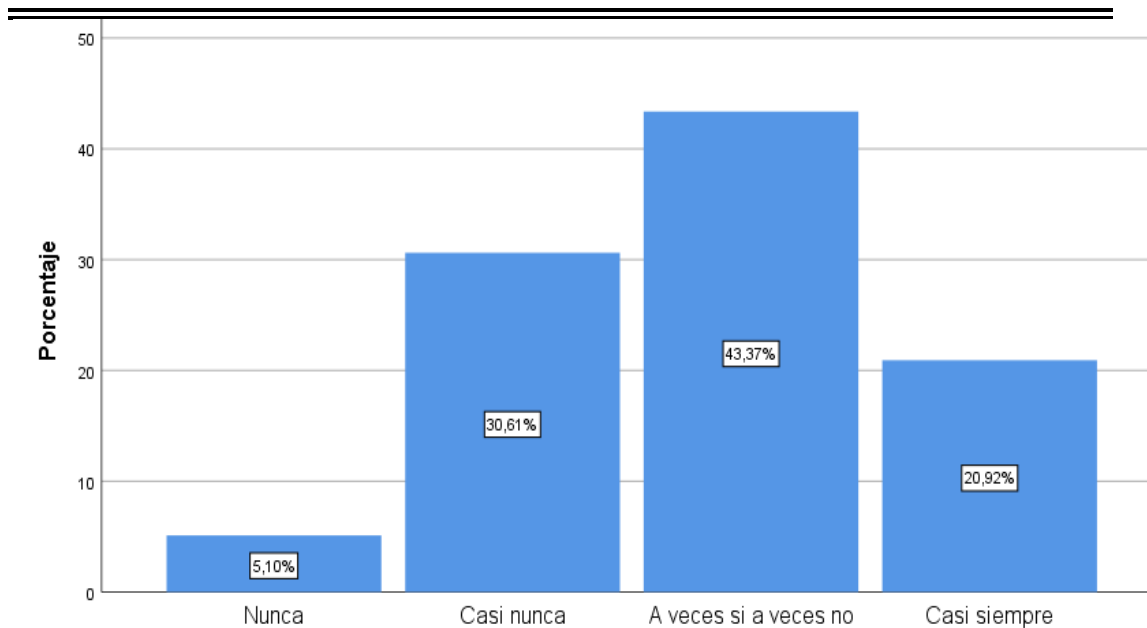
4.2.1.1.2. Indicador: Número de trabajadores capacitados.

3) ¿Usted recibe capacitaciones en su centro de trabajo?

Tabla 8.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 3

		3) ¿Usted recibe capacitaciones en su centro de trabajo?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	10	5,1	5,1	5,1
	Casi nunca	60	30,6	30,6	35,7
	A veces si a veces no	85	43,4	43,4	79,1
	Casi siempre	41	20,9	20,9	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



3) ¿Usted recibe capacitaciones en su centro de trabajo?

Figura 5. Gráfico de los resultados del ítem 3

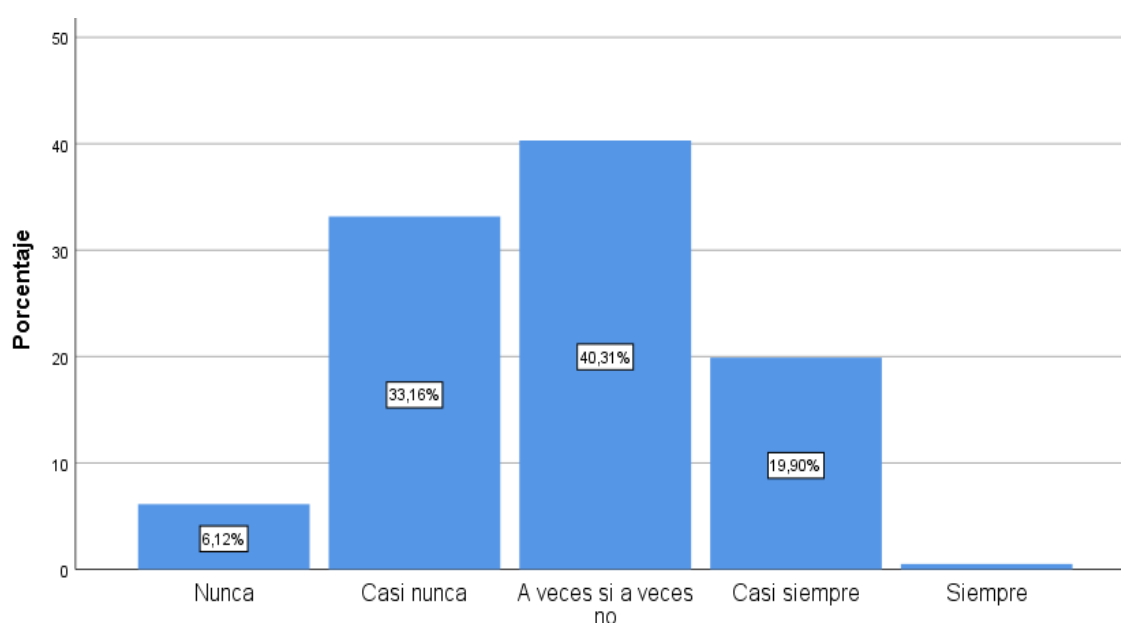
En la tabla 8 y figura 5 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parqueos Unidos, el 43,4% (85) manifiestan que a veces si a veces recibe capacitaciones en su centro de trabajo; 30,6%(60) manifiestan que casi nunca; 20,9% (41) manifiestan que casi siempre; y finalmente 5,1% (10) manifiestan que nunca.

4) ¿El supervisor se preocupa por dar capacitaciones a sus trabajadores?

Tabla 9.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 4

4) ¿El supervisor se preocupa por dar capacitaciones a sus trabajadores?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	12	6,1	6,1	6,1
	Casi nunca	65	33,2	33,2	39,3
	A veces si a veces no	79	40,3	40,3	79,6
	Casi siempre	39	19,9	19,9	99,5
	Siempre	1	,5	,5	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



4) ¿El supervisor se preocupa por dar capacitaciones a sus trabajadores?

Figura 6. Gráfico de los resultados del ítem 4

En la tabla 9 y figura 6 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parqueos Unidos, el 40,3% (79) manifiestan que a veces si a veces el supervisor se preocupa por dar capacitaciones a sus trabajadores; 33,2%(65) manifiestan que casi nunca; 19,9% (39) manifiestan que casi siempre; 6,1% (12) manifiestan que nunca y finalmente 0,5% (1) manifiestan que siempre.

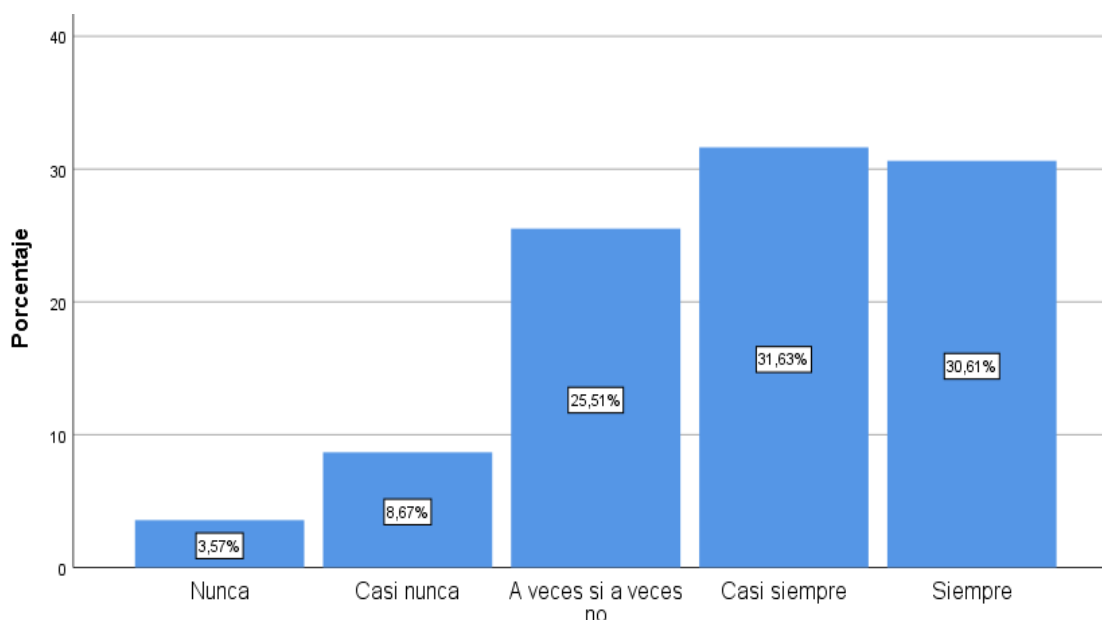
4.2.1.1.3. Indicador: Número de horas asistidas del trabajador.

5) ¿Usted ha asistido a las capacitaciones brindadas por la empresa donde trabaja?

Tabla 10.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 5

5) ¿Usted ha asistido a las capacitaciones brindadas por la empresa donde trabaja?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	3,6	3,6	3,6
	Casi nunca	17	8,7	8,7	12,2
	A veces si a veces no	50	25,5	25,5	37,8
	Casi siempre	62	31,6	31,6	69,4
	Siempre	60	30,6	30,6	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



5) ¿Usted ha asistido a las capacitaciones brindadas por la empresa donde trabaja?

Figura 7. Gráfico de los resultados del ítem 5

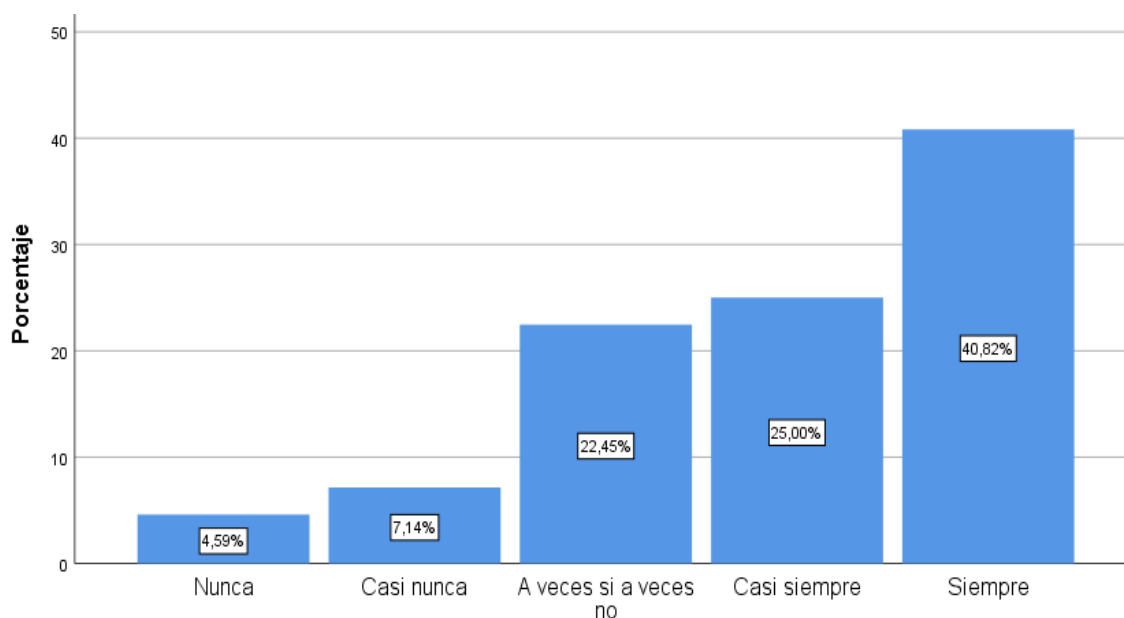
En la tabla 10 y figura 7 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parques Unidos, el 31,6% (62) manifiestan que casi siempre ha asistido a las capacitaciones brindadas por la empresa donde trabaja; 30,6%(32) manifiestan que siempre; 25,5% (50) manifiestan que a veces si a veces no; 8,7% (17) manifiestan que casi nunca y finalmente 3,6% (7) manifiestan que nunca.

6) ¿Usted aplica los conocimientos brindados por la capacitación del supervisor?

Tabla 11.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 6

6) ¿Usted aplica los conocimientos brindados por la capacitación del supervisor?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	9	4,6	4,6	4,6
	Casi nunca	14	7,1	7,1	11,7
	A veces si a veces no	44	22,4	22,4	34,2
	Casi siempre	49	25,0	25,0	59,2
	Siempre	80	40,8	40,8	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



6) ¿Usted aplica los conocimientos brindados por la capacitación del supervisor?

Figura 8. Gráfico de los resultados del ítem 6

En la tabla 11 y figura 8 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parqueos Unidos, el 40,8% (80) manifiestan que siempre aplica los conocimientos brindados por la capacitación del supervisor; 25,0%(49) manifiestan que casi siempre; 22,4% (44) manifiestan que a veces si a veces no; 7,1% (14) manifiestan que casi nunca y finalmente 4,6% (9) manifiestan que nunca.

4.2.1.2. Dimensión: Desarrollo de habilidades.

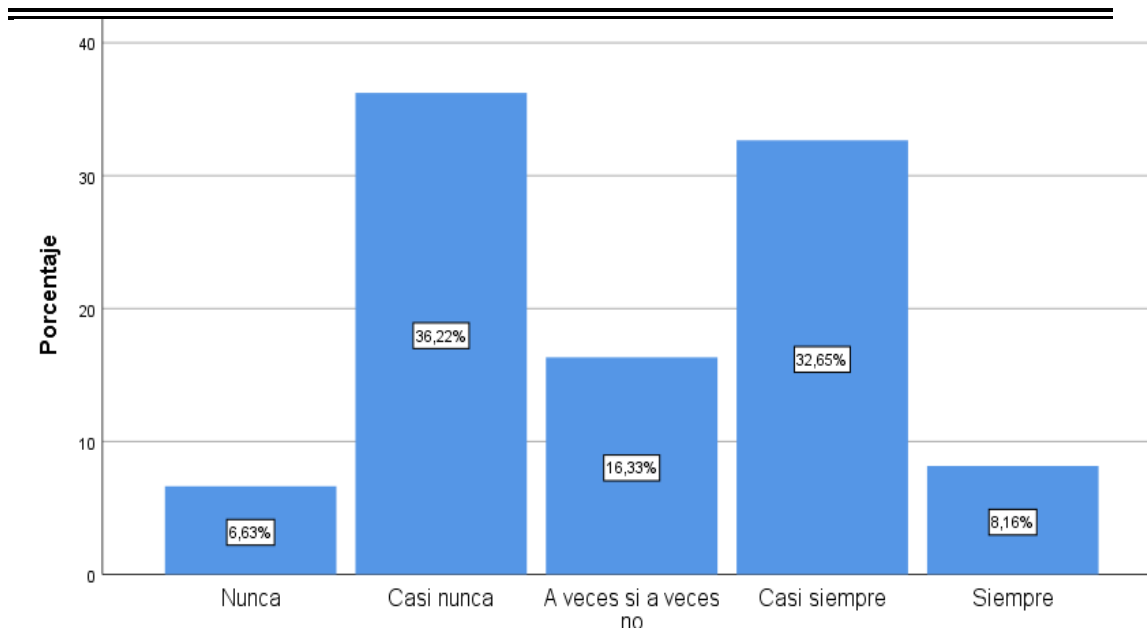
4.2.1.2.1. Indicador: Cantidad de Materiales.

7) ¿La empresa le brinda materiales o implementación necesaria para poder trabajar?

Tabla 12.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 7

7) ¿La empresa le brinda materiales o implementación necesaria para poder trabajar?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	13	6,6	6,6	6,6
	Casi nunca	71	36,2	36,2	42,9
	A veces si a veces no	32	16,3	16,3	59,2
	Casi siempre	64	32,7	32,7	91,8
	Siempre	16	8,2	8,2	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



7) ¿La empresa le brinda materiales o implementación necesaria para poder trabajar?

Figura 9. Gráfico de los resultados del ítem 7

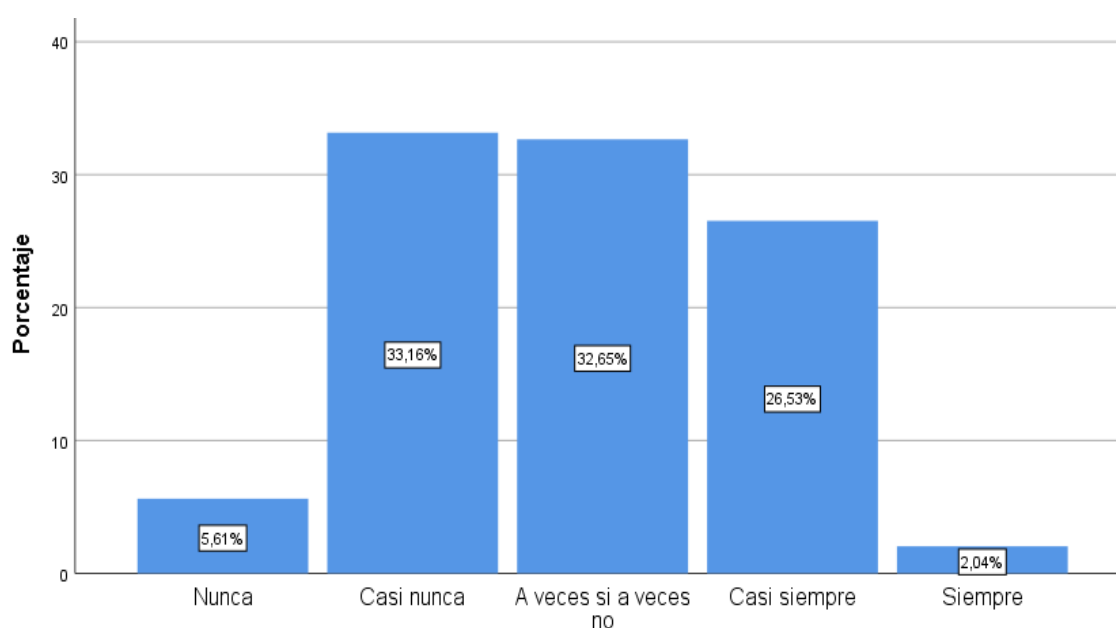
En la tabla 12 y figura 9 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parqueos Unidos, el 36,2% (71) manifiestan que casi nunca La empresa le brinda materiales o implementación necesaria para poder trabajar; 32,7%(64) manifiestan que casi siempre; 16,3% (32) manifiestan que a veces si a veces no; 8,2% (16) manifiestan que siempre y finalmente 6,6% (13) manifiestan que nunca.

8) ¿Se encuentra satisfecho con los materiales que utilizas para trabajar?

Tabla 13.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 8

8) ¿Se encuentra satisfecho con los materiales que utilizas para trabajar?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	5,6	5,6	5,6
	Casi nunca	65	33,2	33,2	38,8
	A veces si a veces no	64	32,7	32,7	71,4
	Casi siempre	52	26,5	26,5	98,0
	Siempre	4	2,0	2,0	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



8) ¿Se encuentra satisfecho con los materiales que utilizas para trabajar?

Figura 10. Gráfico de los resultados del ítem 8

En la tabla 13 y figura 10 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parques Unidos, el 33,2% (65) manifiestan que casi nunca se encuentra satisfecho con los materiales que utilizas para trabajar; 32,7%(64) manifiestan que a veces si a veces no; 26,5% (53) manifiestan que casi siempre; 5,6% (11) manifiestan que nunca y finalmente 2,0% (4) manifiestan que siempre.

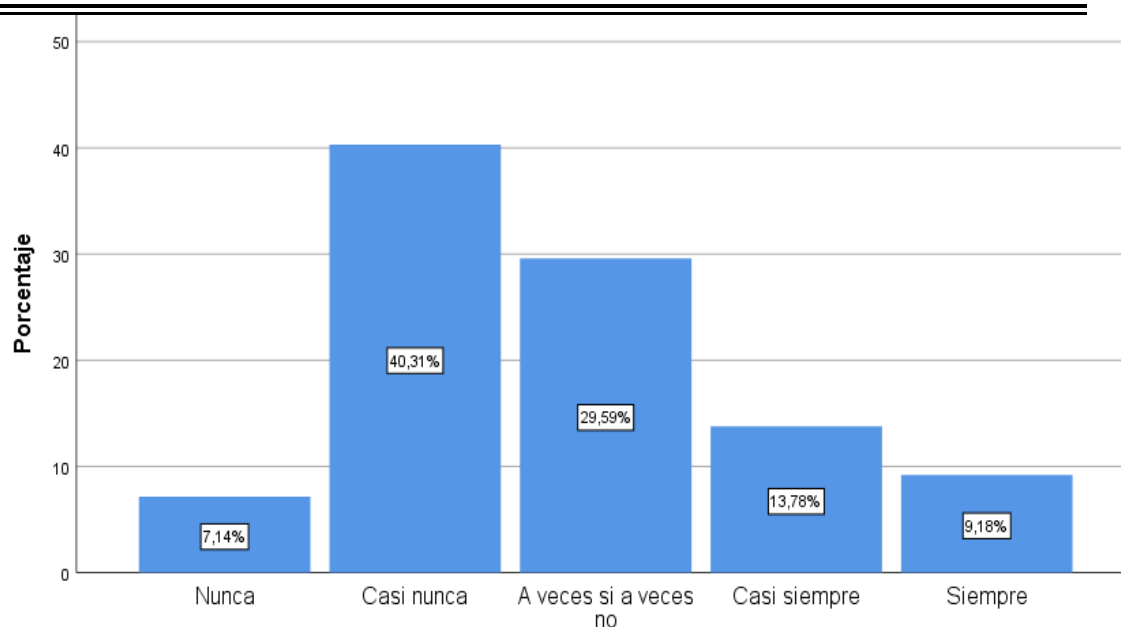
4.2.1.2.2. **Indicador: Trabajo en equipo.**

9) ¿Todas las opiniones y sugerencias cuentan sin importar el cargo de quien las diga?

Tabla 14.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 9

		9) ¿Todas las opiniones y sugerencias cuentan sin importar el cargo de quien las diga?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	14	7,1	7,1	7,1
	Casi nunca	79	40,3	40,3	47,4
	A veces si a veces no	58	29,6	29,6	77,0
	Casi siempre	27	13,8	13,8	90,8
	Siempre	18	9,2	9,2	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



9) ¿Todas las opiniones y sugerencias cuentan sin importar el cargo de quien las diga?

Figura 11. Gráfico de los resultados del ítem 9

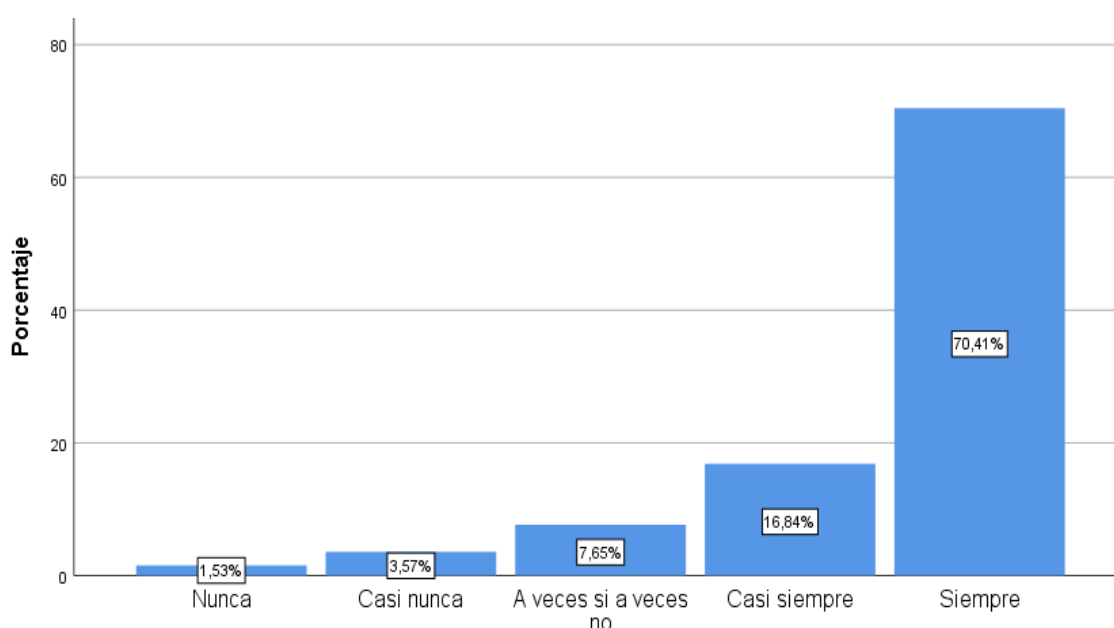
En la tabla 14 y figura 11 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parqueos Unidos, el 40,3% (79) manifiestan que casi nunca las opiniones y sugerencias cuentan sin importar el cargo de quien las diga; 29,6%(58) manifiestan que a veces si a veces no; 13,8% (27) manifiestan que casi siempre; 9,2% (18) manifiestan que siempre y finalmente 7,1% (14) manifiestan que nunca.

10) ¿Cuándo tienen dudas las resuelven consultando unos a otros?

Tabla 15.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 10

10) ¿Cuándo tienen dudas las resuelven consultando unos a otros?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	1,5	1,5	1,5
	Casi nunca	7	3,6	3,6	5,1
	A veces si a veces no	15	7,7	7,7	12,8
	Casi siempre	33	16,8	16,8	29,6
	Siempre	138	70,4	70,4	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



10) ¿Cuándo tienen dudas las resuelven consultando unos a otros?

Figura 12. Gráfico de los resultados del ítem 10

En la tabla 15 y figura 12 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parques Unidos, el 70,4% (138) manifiestan que siempre cuándo tienen dudas las resuelven consultando unos a otros; 16,8%(33) manifiestan que casi siempre; 7,7% (15) manifiestan que a veces si a veces no; 3,6% (7) manifiestan que casi nunca y finalmente 1,5% (3) manifiestan que nunca.

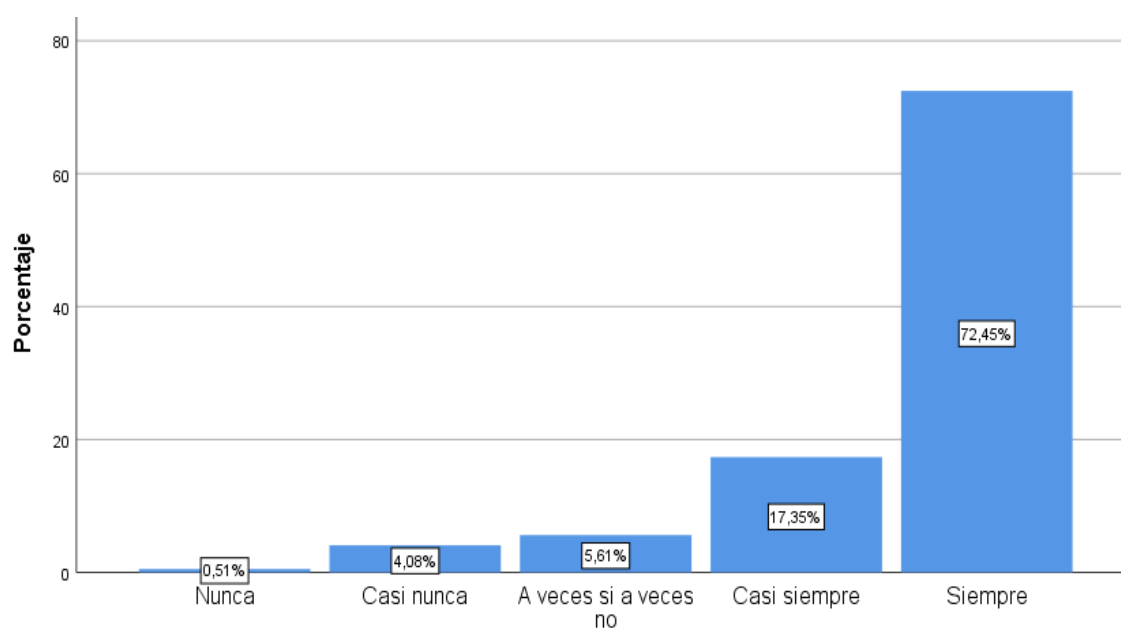
4.2.1.2.3. Indicador: Vocación de servicio.

11) ¿La vocación de servicio debe ser una característica de los trabajadores de la organización?

Tabla 16.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 11

11) ¿La vocación de servicio debe ser una característica de los trabajadores de la organización?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	,5	,5	,5
	Casi nunca	8	4,1	4,1	4,6
	A veces si a veces no	11	5,6	5,6	10,2
	Casi siempre	34	17,3	17,3	27,6
	Siempre	142	72,4	72,4	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



11) ¿La vocación de servicio debe ser una característica de los trabajadores de la organización?

Figura 13. Gráfico de los resultados del ítem 11

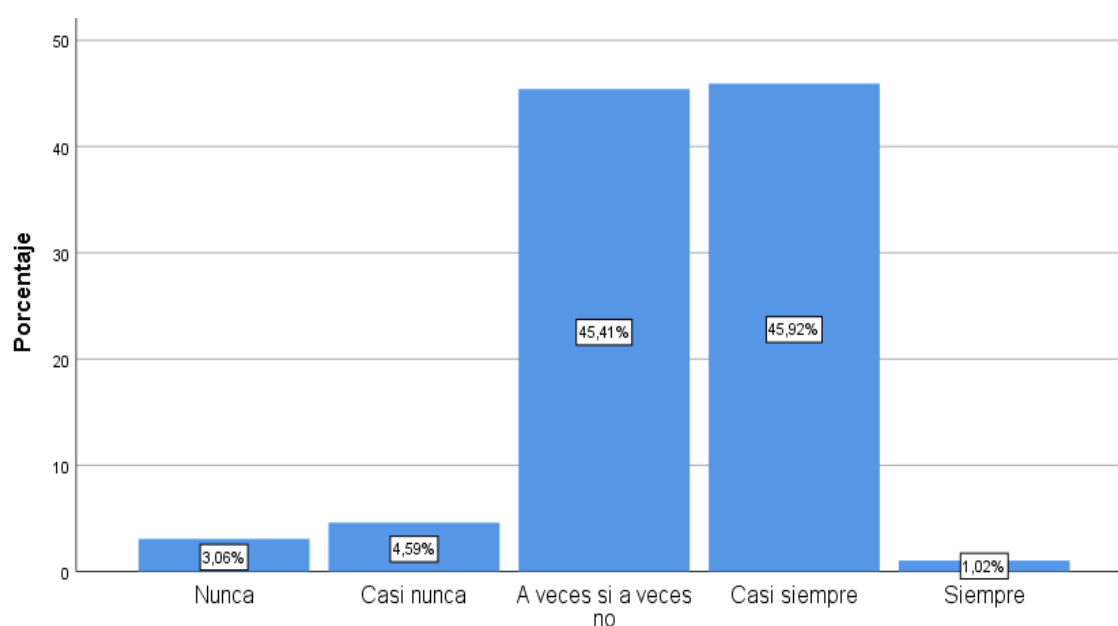
En la tabla 16 y figura 13 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parques Unidos, el 72,4% (142) manifiestan que siempre considera que la vocación de servicio debe ser una característica de los trabajadores de la organización; 17,3%(34) manifiestan que casi siempre; 5,6% (11) manifiestan que a veces si a veces no; 4,1% (8) manifiestan que casi nunca y finalmente 0,5% (1) manifiestan que nunca.

12) ¿La empresa implementa una cultura de servicio que contagie y perdure?

Tabla 17.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 12

12) ¿La empresa implementa una cultura del servicio que contagie, inspire y perdure?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	3,1	3,1	3,1
	Casi nunca	9	4,6	4,6	7,7
	A veces si a veces no	89	45,4	45,4	53,1
	Casi siempre	90	45,9	45,9	99,0
	Siempre	2	1,0	1,0	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



12) ¿La empresa implementa una cultura del servicio que contagie, inspire y perdure?

Figura 14. Gráfico de los resultados del ítem 12

En la tabla 17 y figura 14 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parqueos Unidos, el 45,9% (90) manifiestan que casi siempre la empresa implementa una cultura de servicio que contagie y perdure; 45,4%(89) manifiestan que a veces si a veces no; 4,6% (9) manifiestan que casi nunca; 3,1% (6) manifiestan que nunca y finalmente 1,0% (2) manifiestan que siempre.

4.2.1.3. Dimensión: Desarrollo de actitudes

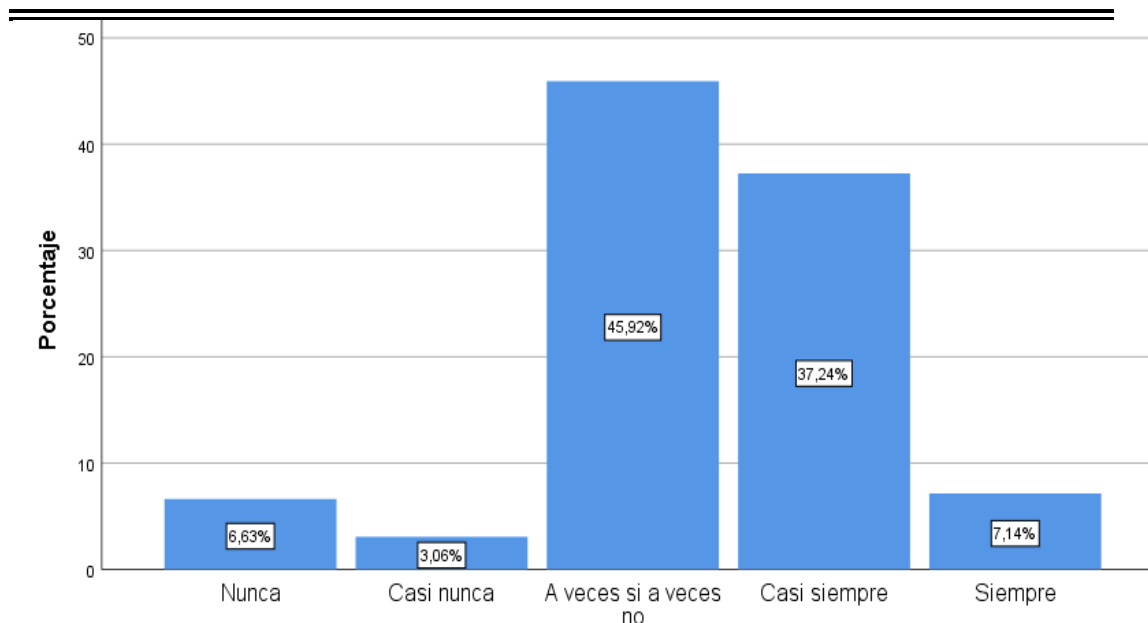
4.2.1.3.1. Indicador: Motivación de los trabajadores.

13) ¿las actividades que realizas te motivan y te permiten desarrollarte en tu centro de trabajo?

Tabla 18.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 13

13) ¿Las actividades que realizas te motivan y te permiten desarrollarte en tu centro de trabajo?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	13	6,6	6,6	6,6
	Casi nunca	6	3,1	3,1	9,7
	A veces si a veces no	90	45,9	45,9	55,6
	Casi siempre	73	37,2	37,2	92,9
	Siempre	14	7,1	7,1	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



13) ¿Las actividades que realizas te motivan y te permiten desarrollarte en tu centro de trabajo?

Figura 15. Gráfico de los resultados del ítem 13

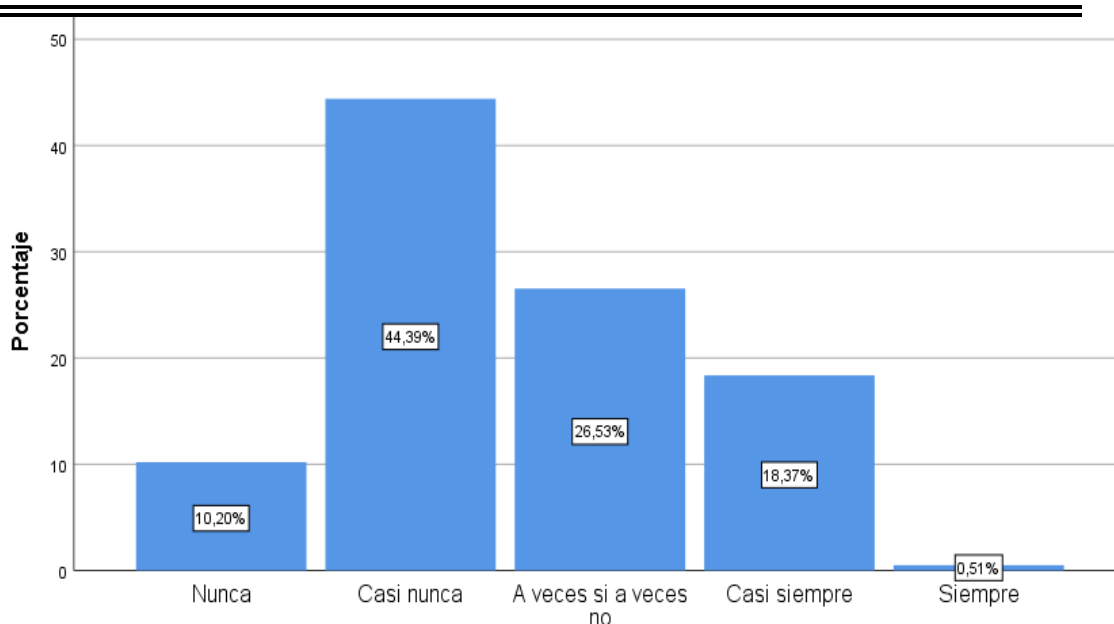
En la tabla 18 y figura 15 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parqueos Unidos, el 45,9% (90) manifiestan que a veces si a veces no las actividades que realizas te motivan y te permiten desarrollarte en tu centro de trabajo; 37,2%(32) manifiestan que casi siempre; 7,1% (14) manifiestan que siempre; 6,6% (13) manifiestan que nunca y finalmente 3,1% (6) manifiestan que casi nunca.

14) ¿la actitud del supervisor te impulsa a trabajar más?

Tabla 19.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 14

14) ¿La actitud del supervisor te impulsa a trabajar más?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	20	10,2	10,2	10,2
	Casi nunca	87	44,4	44,4	54,6
	A veces si a veces no	52	26,5	26,5	81,1
	Casi siempre	36	18,4	18,4	99,5
	Siempre	1	,5	,5	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



14) ¿La actitud del supervisor te impulsa a trabajar más?

Figura 16. Gráfico de los resultados del ítem 14

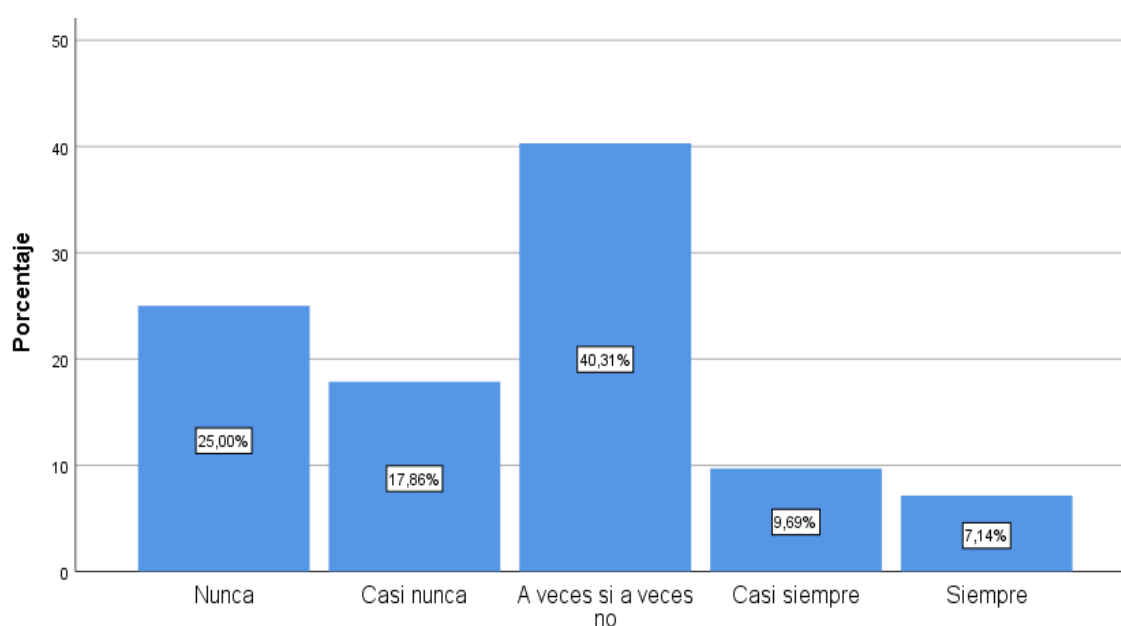
En la tabla 19 y figura 16 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parqueos Unidos, el 44,4% (87) manifiestan que casi nunca la actitud del supervisor te impulsa a trabajar más; 26,5%(52) manifiestan que a veces si a veces no; 18,4% (36) manifiestan que casi siempre; 10,2% (20) manifiestan que nunca y finalmente 0,5% (1) manifiestan que siempre.

15) ¿El ambiente de trabajo me motiva para seguir trabajando?

Tabla 20.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 15

15) ¿El ambiente de trabajo me motiva para seguir trabajando?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	49	25,0	25,0	25,0
	Casi nunca	35	17,9	17,9	42,9
	A veces si a veces no	79	40,3	40,3	83,2
	Casi siempre	19	9,7	9,7	92,9
	Siempre	14	7,1	7,1	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



15) ¿El ambiente de trabajo me motiva para seguir trabajando?

Figura 17. Gráfico de los resultados del ítem 15

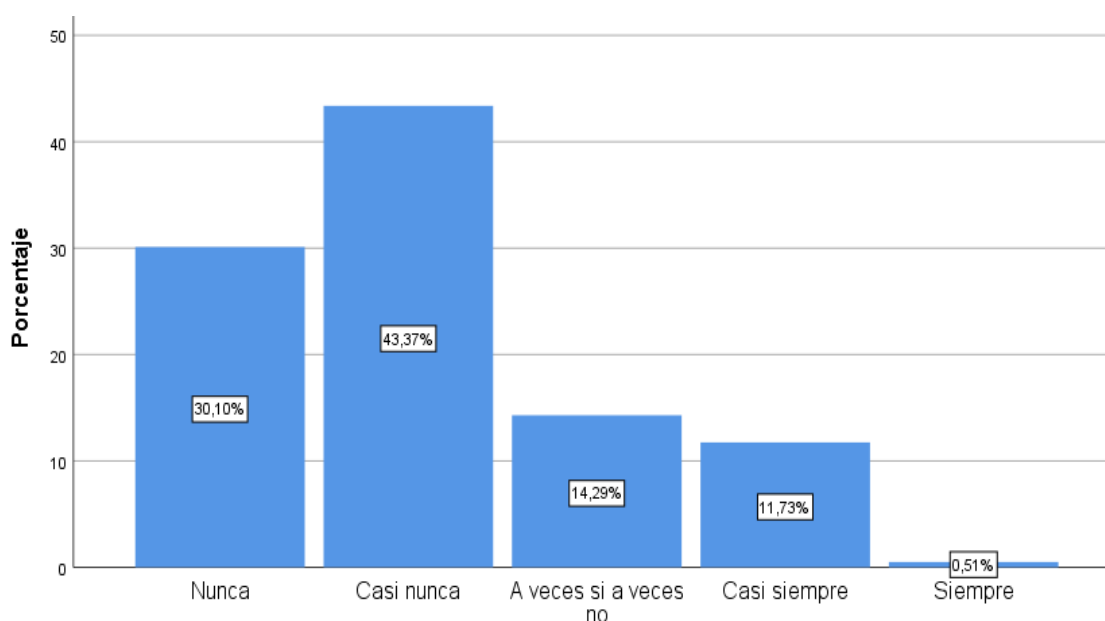
En la tabla 20 y figura 17 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parqueos Unidos, el 40,3% (79) manifiestan que a veces si a veces no el ambiente de trabajo le motiva para seguir trabajando; 25,0%(49) manifiestan que nunca; 17,9% (35) manifiestan que casi nunca; 9.7% (19) manifiestan que casi siempre y finalmente 7,1% (14) manifiestan que siempre.

16) ¿El supervisor se preocupa por la superación de los trabajadores?

Tabla 21.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 16

16) ¿El supervisor se preocupa por la superación laboral de los trabajadores?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	59	30,1	30,1	30,1
	Casi nunca	85	43,4	43,4	73,5
	A veces si a veces no	28	14,3	14,3	87,8
	Casi siempre	23	11,7	11,7	99,5
	Siempre	1	,5	,5	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



16) ¿El supervisor se preocupa por la superación laboral de los trabajadores?

Figura 18. Gráfico de los resultados del ítem 16

En la tabla 21 y figura 18 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parques Unidos, el 43,4% (85) manifiestan que casi nunca el supervisor se preocupa por la superación de los trabajadores; 30,1%(32) manifiestan que nunca; 14,3% (28) manifiestan que a veces si a veces no; 11,7% (23) manifiestan que casi siempre y finalmente 0,5% (1) manifiestan que siempre.

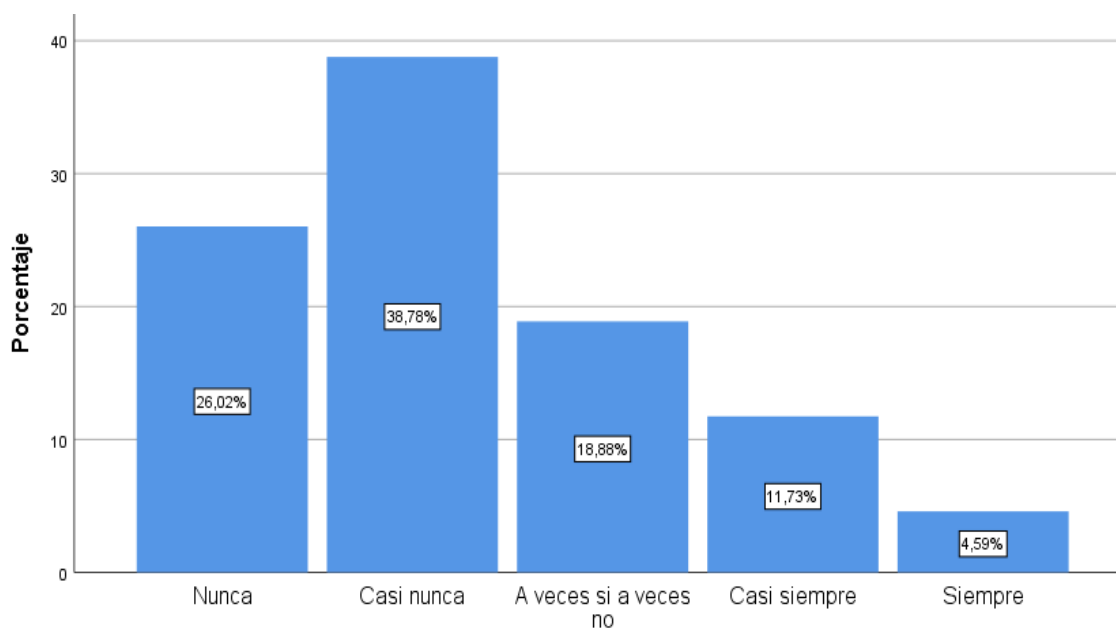
4.2.1.3.2. Indicador: Incentiva su jefe inmediato a su crecimiento profesional.

17) ¿El supervisor apoya para mejorar el desempeño de los trabajadores?

Tabla 22.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 17

		17) ¿El supervisor apoya para mejorar el desempeño de los trabajadores?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	51	26,0	26,0	26,0
	Casi nunca	76	38,8	38,8	64,8
	A veces si a veces no	37	18,9	18,9	83,7
	Casi siempre	23	11,7	11,7	95,4
	Siempre	9	4,6	4,6	100,0
Total		196	100,0	100,0	



17) ¿El supervisor apoya para mejorar el desempeño de los trabajadores?

Figura 19. Gráfico de los resultados del ítem 17

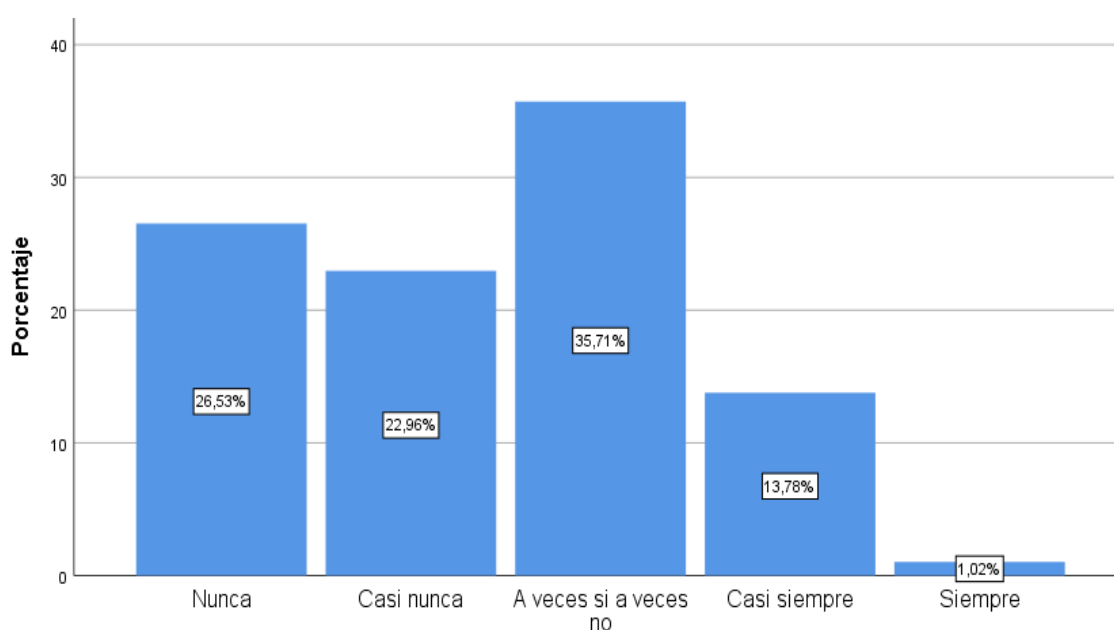
En la tabla 22 y figura 19 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parques Unidos, el 38,8% (76) manifiestan que casi nunca el supervisor apoya para mejorar el desempeño de los trabajadores; 26,0%(51) manifiestan que nunca; 18,9% (37) manifiestan que a veces si a veces no; 11,7% (23) manifiestan que casi siempre y finalmente 4,6% (9) manifiestan que siempre.

18) ¿El supervisor se preocupa por la superación de los trabajadores?

Tabla 23.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 18

18) ¿El supervisor se preocupa por la superación de los trabajadores?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	52	26,5	26,5	26,5
	Casi nunca	45	23,0	23,0	49,5
	A veces si a veces no	70	35,7	35,7	85,2
	Casi siempre	27	13,8	13,8	99,0
	Siempre	2	1,0	1,0	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



18) ¿El supervisor se preocupa por la superación de los trabajadores?

Figura 20. Gráfico de los resultados del ítem 18

En la tabla 23 y figura 20 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parques Unidos, el 35,7% (70) manifiestan que a veces si a veces no El supervisor se preocupa por la superación de los trabajadores; 26,5%(52) manifiestan que nunca; 23,0% (45) manifiestan que casi nunca; 13,8% (27) manifiestan que casi siempre y finalmente 1,0% (2) manifiestan que siempre.

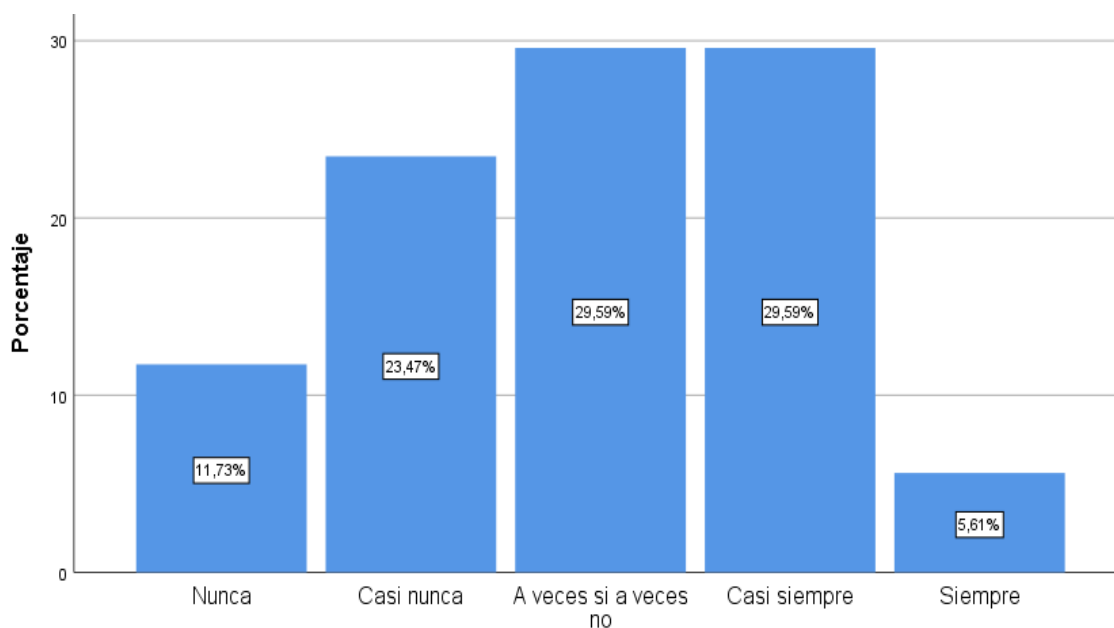
4.2.1.3.3. **Indicador: Seguridad del trabajador.**

19) ¿Se ha desarrollado una política de prevención de riesgos del trabajador en la empresa?

Tabla 24.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 19

19) ¿Se ha desarrollado una política de prevención de riesgos del trabajador en la empresa?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	23	11,7	11,7	11,7
	Casi nunca	46	23,5	23,5	35,2
	A veces si a veces no	58	29,6	29,6	64,8
	Casi siempre	58	29,6	29,6	94,4
	Siempre	11	5,6	5,6	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



19) ¿Se ha desarrollado una política de prevención de riesgos del trabajador en la empresa?

Figura 21. Gráfico de los resultados del ítem 19

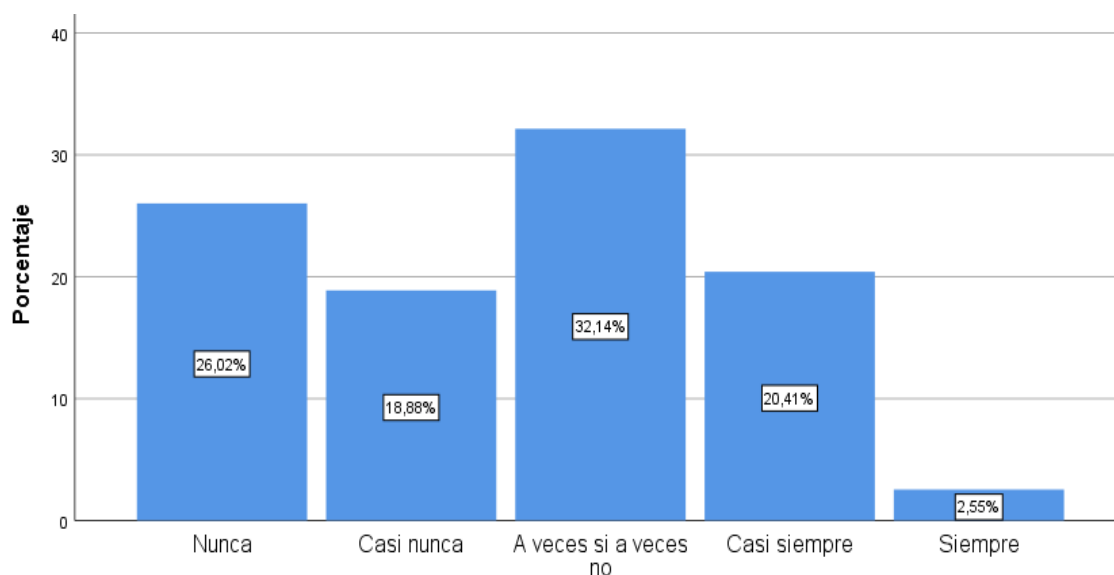
En la tabla 24 y figura 21 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parques Unidos, el 29,6% (58) manifiestan que casi siempre se ha desarrollado una política de prevención de riesgos del trabajador en la empresa; 29,6%(58) manifiestan que a veces si a veces no; 23,5% (46) manifiestan que casi nunca; 11,7% (23) manifiestan que nunca y finalmente 5,6% (11) manifiestan que siempre.

20) ¿Ha recibido visitas de la SUNAFIL para comprobar el cumplimiento de la reglamentación de prevención de riesgos del trabajador?

Tabla 25.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 20

20) ¿Ha recibido visitas de la SUNAFIL para comprobar el cumplimiento de la reglamentación de Prevención de Riesgos del trabajador?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	51	26,0	26,0	26,0
	Casi nunca	37	18,9	18,9	44,9
	A veces si a veces no	63	32,1	32,1	77,0
	Casi siempre	40	20,4	20,4	97,4
	Siempre	5	2,6	2,6	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



20) ¿Ha recibido visitas de la SUNAFIL para comprobar el cumplimiento de la reglamentación de Prevención de Riesgos del trabajador?

Figura 22. Gráfico de los resultados del ítem 20

En la tabla 25 y figura 22 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parques Unidos, el 32,1% (53) manifiestan que a veces si a veces no ha recibido visitas de la SUNAFIL para comprobar el cumplimiento de la reglamentación de prevención de riesgos del trabajador; 26,0%(32) manifiestan que nunca; 20,4% (40) manifiestan que casi siempre; 18,9% (37) manifiestan que casi nunca y finalmente 2,6% (5) manifiestan que siempre.

4.2.2. Estadística descriptiva de la variable 2: Calidad de servicio.

4.2.2.1. Dimensión: Confiabilidad.

4.2.2.1.1. Indicador: Solución de problemas.

21) ¿Mi aportación a la empresa es siempre valiosa?

Tabla 26.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 21

21) ¿Mi aportación a la empresa es siempre valiosa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	73	37,2	37,2	37,2
	Casi nunca	24	12,2	12,2	49,5
	A veces si a veces no	47	24,0	24,0	73,5
	Casi siempre	37	18,9	18,9	92,3
	Siempre	15	7,7	7,7	100,0
	Total	196	100,0	100,0	

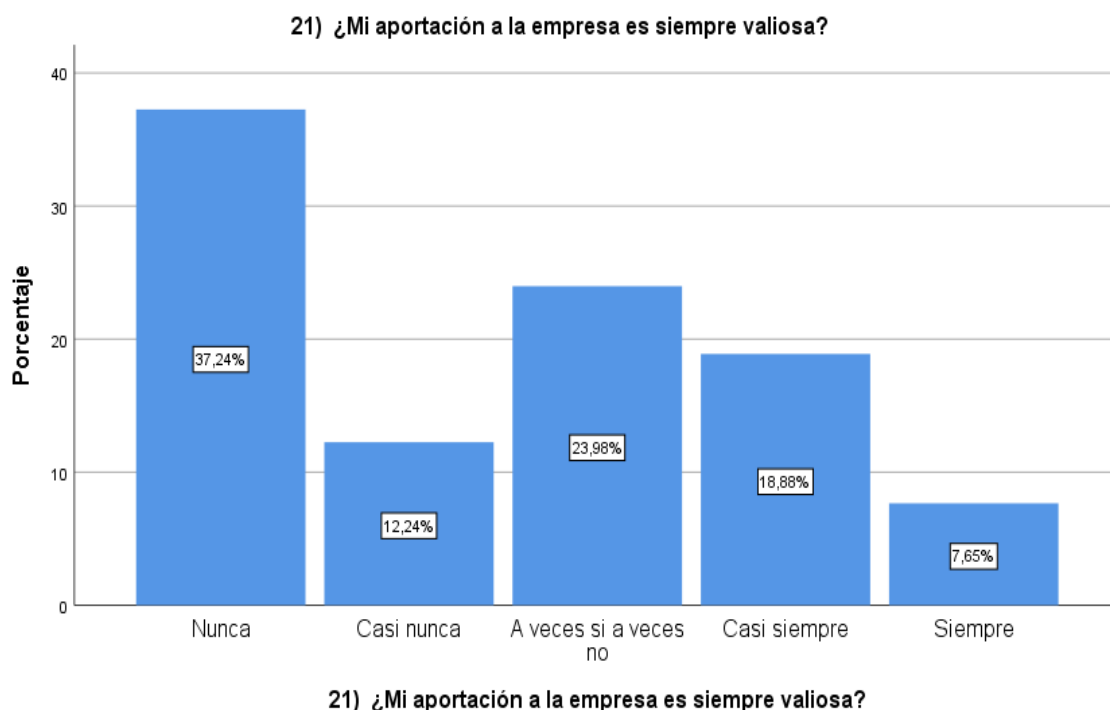


Figura 23. Gráfico de los resultados del ítem 21

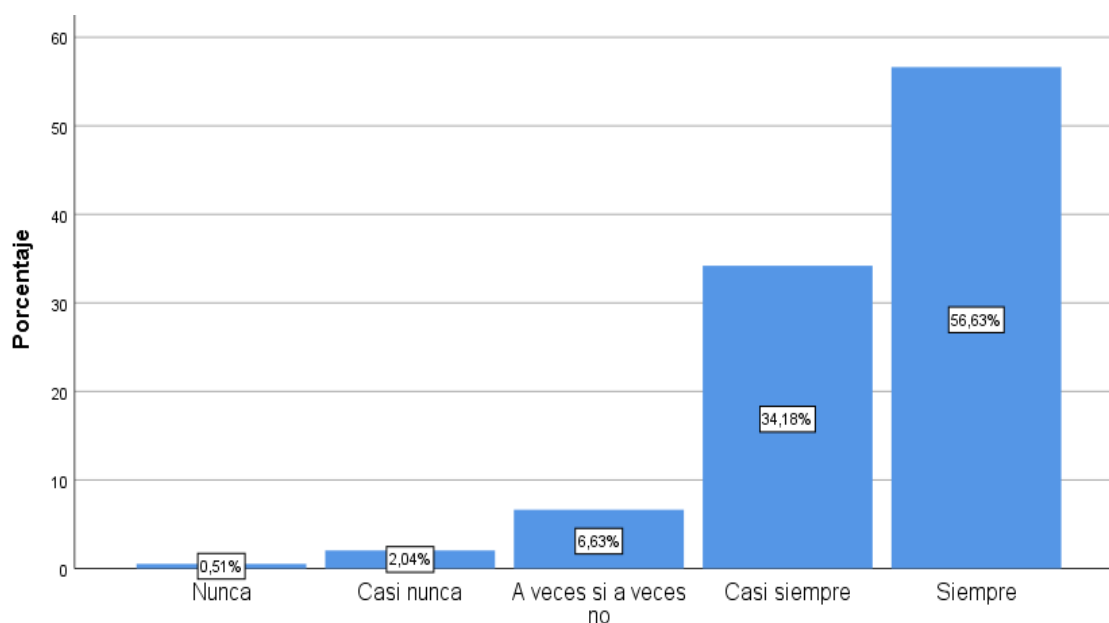
En la tabla 26 y figura 23 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parqueos Unidos, el 37,2% (73) manifiestan que nunca su aportación a la empresa es siempre valiosa; 24,0%(47) manifiestan que a veces si a veces no; 18,9% (37) manifiestan que casi siempre; 12,2% (24) manifiestan que casi nunca y finalmente 7,7% (15) manifiestan que siempre.

22) ¿Usted ha intentado solucionar los problemas que se presentan en la atención al cliente?

Tabla 27.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 22

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	,5	,5	,5
	Casi nunca	4	2,0	2,0	2,6
	A veces si a veces no	13	6,6	6,6	9,2
	Casi siempre	67	34,2	34,2	43,4
	Siempre	111	56,6	56,6	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



22) ¿Usted ha intentado solucionar los problemas que se presentan en la atención al cliente?

Figura 24. Gráfico de los resultados del ítem 22

En la tabla 27 y figura 24 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parqueos Unidos, el 56,6% (111) manifiestan que siempre ha intentado

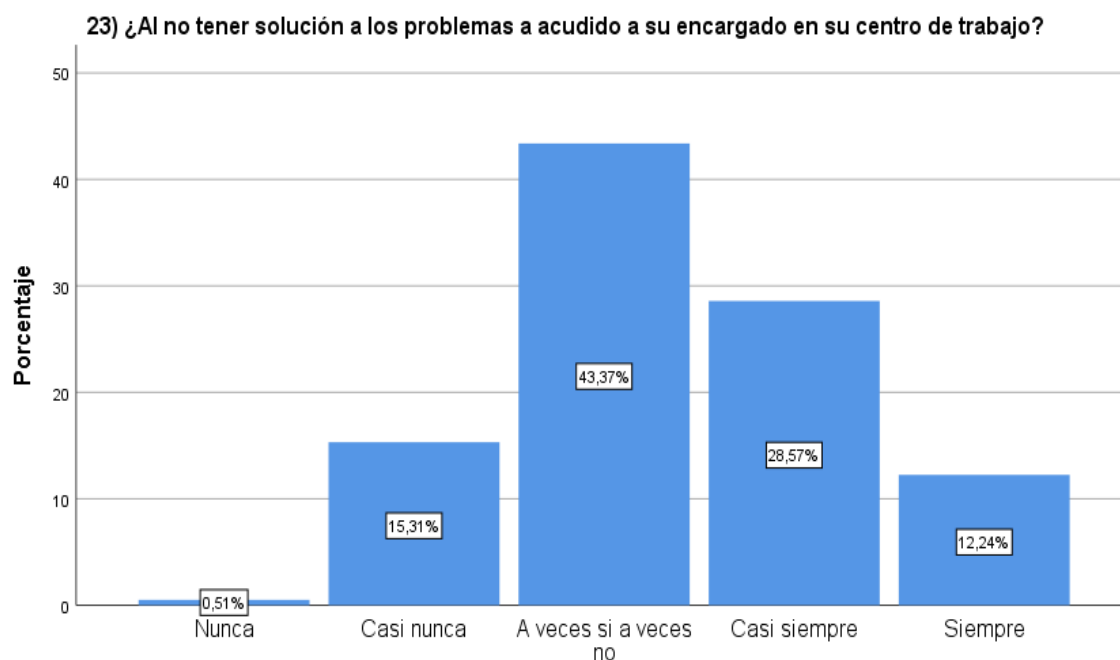
solucionar los problemas que se presentan en la atención al cliente; 34,2%(67) manifiestan que casi siempre; 6,6% (13) manifiestan que a veces si a veces no; 2,0% (4) manifiestan que casi nunca y finalmente 0,5% (1) manifiestan que nunca.

23) ¿Al no tener solución a los problemas a acudido a su encargado en su centro de trabajo?

Tabla 28.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 23

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	,5	,5	,5
	Casi nunca	30	15,3	15,3	15,8
	A veces si a veces no	85	43,4	43,4	59,2
	Casi siempre	56	28,6	28,6	87,8
	Siempre	24	12,2	12,2	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



23) ¿Al no tener solución a los problemas a acudido a su encargado en su centro de trabajo?

Figura 25. Gráfico de los resultados del ítem 23

En la tabla 28 y figura 25 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parqueos Unidos, el 43,4% (856) manifiestan que a veces si a veces no, al no tener solución a los problemas a acudido a su encargado en su centro de

trabajo; 28,6%(56) manifiestan que casi siempre; 15,3% (30) manifiestan que casi nunca; 12,2% (24) manifiestan que siempre y finalmente 0,5% (1) manifiestan que nunca.

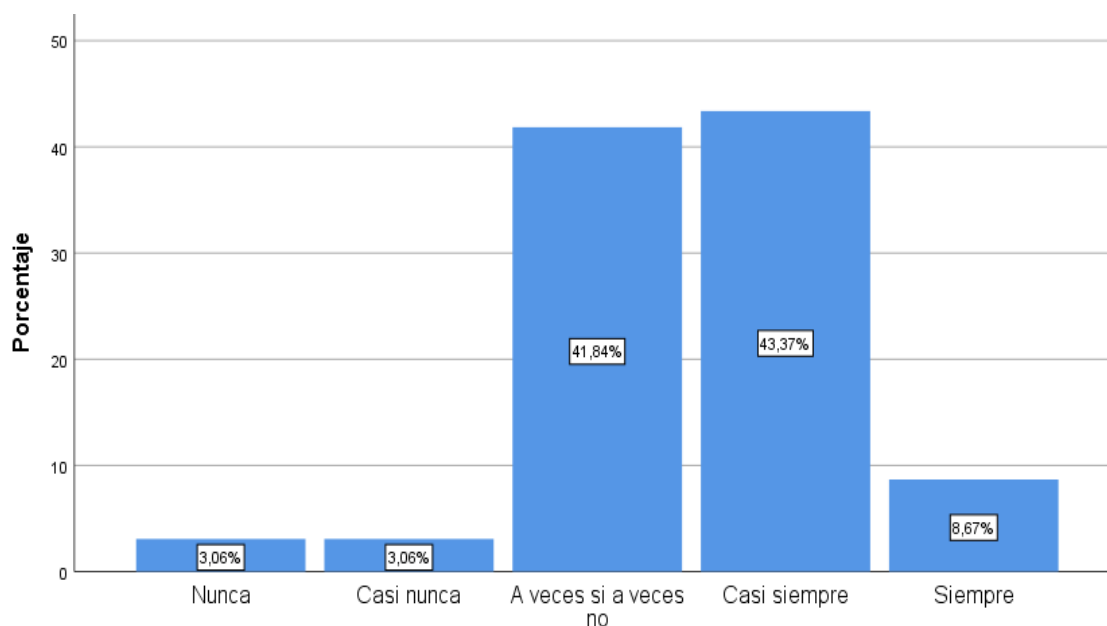
4.2.2.1.2. Indicador: Cumplir con lo prometido del servicio.

24) ¿Se ha cumplido con el objetivo del servicio que brinda la empresa?

Tabla 29.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 24

24) ¿Se ha cumplido con el objetivo del servicio que brinda la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	3,1	3,1	3,1
	Casi nunca	6	3,1	3,1	6,1
	A veces si a veces no	82	41,8	41,8	48,0
	Casi siempre	85	43,4	43,4	91,3
	Siempre	17	8,7	8,7	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



24) ¿Se ha cumplido con el objetivo del servicio que brinda la empresa?

Figura 26. Gráfico de los resultados del ítem 24

En la tabla 29 y figura 26 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parqueos Unidos, el 43,4% (85) manifiestan que casi siempre se ha cumplido con el objetivo del servicio que brinda la empresa; 41,8%(82) manifiestan

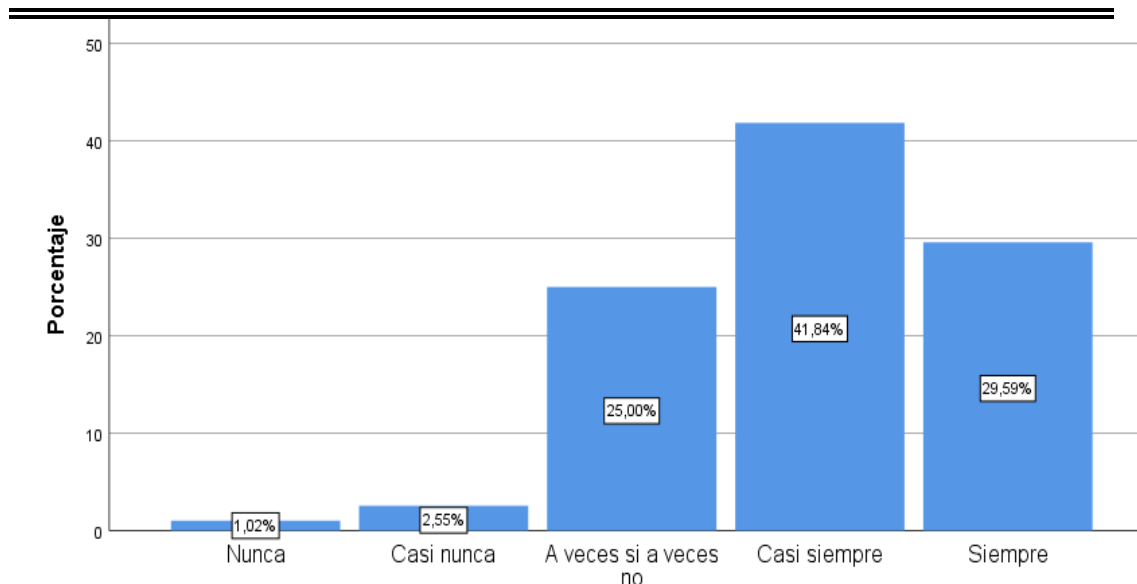
que a veces si a veces no; 8,7% (17) manifiestan que siempre; 3,1% (6) manifiestan que casi nunca y finalmente 3,1% (6) manifiestan que nunca.

25) ¿Usted cumple con los pasos necesarios para dar un buen servicio de atención al cliente impuesto por la empresa?

Tabla 30.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 25

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	1,0	1,0	1,0
	Casi nunca	5	2,6	2,6	3,6
	A veces si a veces no	49	25,0	25,0	28,6
	Casi siempre	82	41,8	41,8	70,4
	Siempre	58	29,6	29,6	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



25) ¿Usted cumple con los pasos necesarios para dar un buen servicio de atención al cliente impuesto por la empresa?

Figura 27. Gráfico de los resultados del ítem 25

En la tabla 30 y figura 27 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parqueos Unidos, el 41,8% (82) manifiestan que casi siempre cumple con los pasos necesarios para dar un buen servicio de atención al cliente impuesto por la empresa; 29,6%(58) manifiestan que siempre; 25,0% (49) manifiestan que a veces si a veces no; 2,6% (5) manifiestan que casi nunca y finalmente 1,0% (2) manifiestan que nunca.

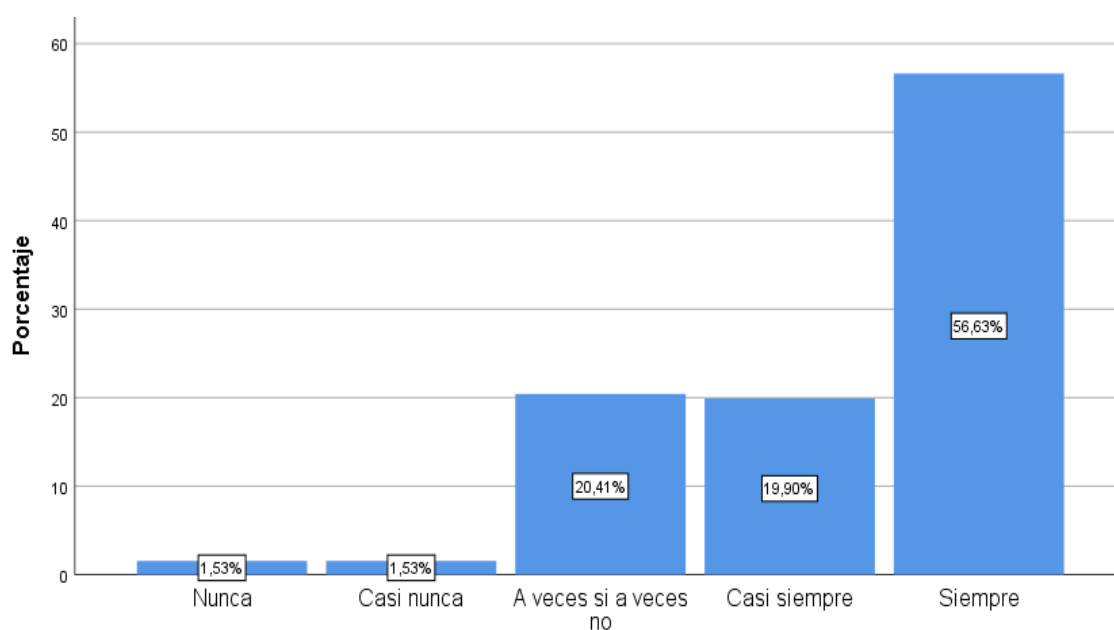
4.2.2.1.3. **Indicador: Compromiso.**

26) ¿Usted se encuentra comprometido con la función que desempeña en su centro de trabajo?

Tabla 31.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 26

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	1,5	1,5	1,5
	Casi nunca	3	1,5	1,5	3,1
	A veces si a veces no	40	20,4	20,4	23,5
	Casi siempre	39	19,9	19,9	43,4
	Siempre	111	56,6	56,6	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



26) ¿Usted se encuentra comprometido con la función que desempeña en su centro de trabajo?

Figura 28. Gráfico de los resultados del ítem 26

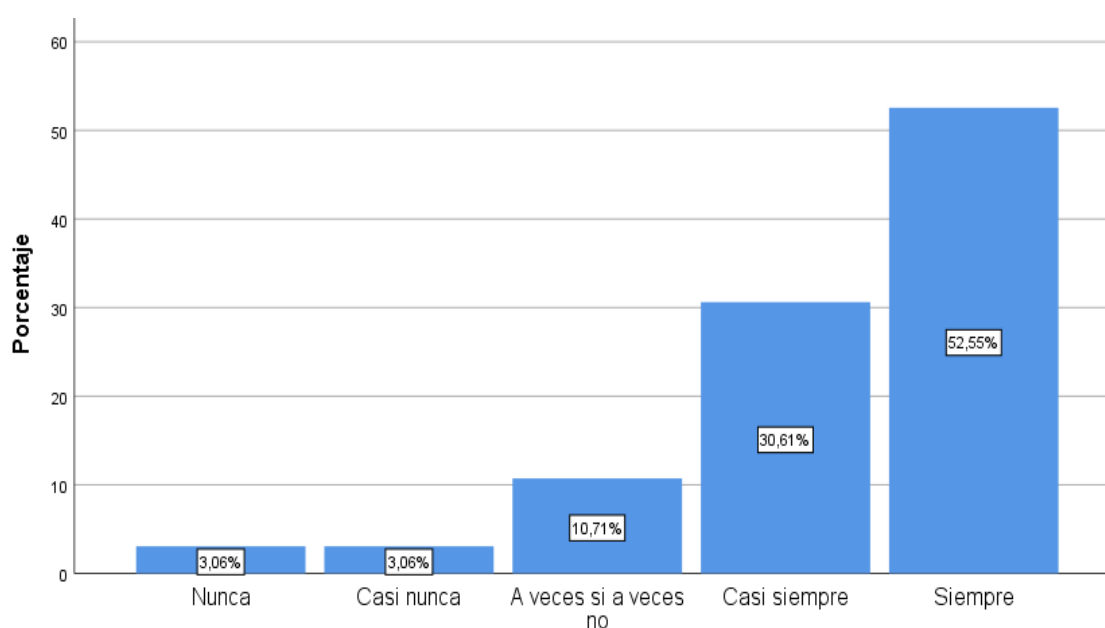
En la tabla 31 y figura 28 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parques Unidos, el 56,6% (111) manifiestan que siempre se encuentra comprometido con la función que desempeña en su centro de trabajo; 20,4%(32) manifiestan que a veces si a veces no; 19,9% (39) manifiestan que casi siempre; 1,5% (3) manifiestan que casi nunca y finalmente 1,5% (3) manifiestan que nunca.

27) ¿Usted se encuentra feliz por la función que realiza en su centro de trabajo?

Tabla 32.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 27

		27) ¿Usted se encuentra feliz por la función que realiza en su centro de trabajo?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	3,1	3,1	3,1
	Casi nunca	6	3,1	3,1	6,1
	A veces si a veces no	21	10,7	10,7	16,8
	Casi siempre	60	30,6	30,6	47,4
	Siempre	103	52,6	52,6	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



27) ¿Usted se encuentra feliz por la función que realiza en su centro de trabajo?

Figura 29. Gráfico de los resultados del ítem 27

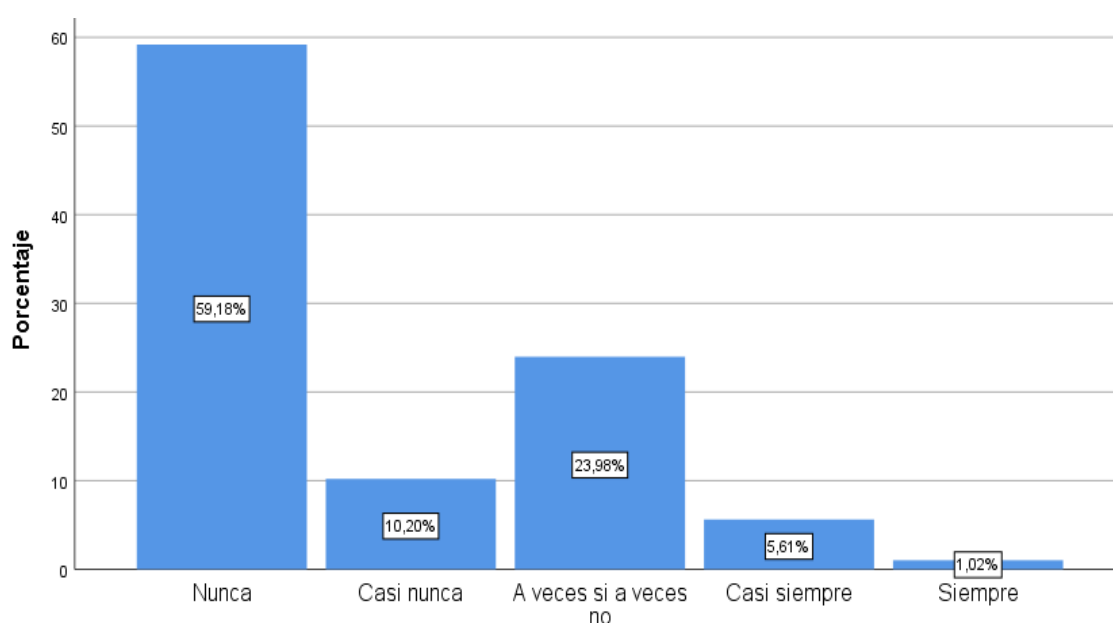
En la tabla 32 y figura 29 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parques Unidos, el 52,6% (103) manifiestan que siempre se encuentra feliz por la función que realiza en su centro de trabajo; 30,6%(60) manifiestan que casi siempre; 10,7% (21) manifiestan que a veces si a veces no; 3,1% (6) manifiestan que casi nunca y finalmente 3,1% (6) manifiestan que nunca.

28) ¿ha recibido reconocimiento por su desempeño en el centro de trabajo?

Tabla 33.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 28

28) ¿Ha recibido reconocimiento por su desempeño en el centro de trabajo?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	116	59,2	59,2	59,2
	Casi nunca	20	10,2	10,2	69,4
	A veces si a veces no	47	24,0	24,0	93,4
	Casi siempre	11	5,6	5,6	99,0
	Siempre	2	1,0	1,0	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



28) ¿Ha recibido reconocimiento por su desempeño en el centro de trabajo?

Figura 30. Gráfico de los resultados del ítem 28

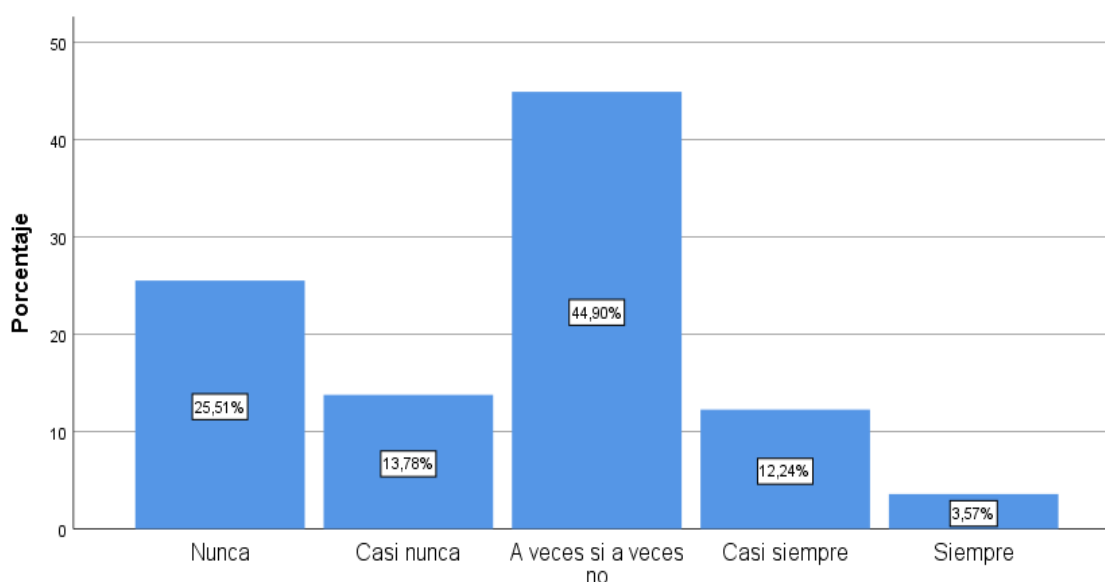
En la tabla 33 y figura 30 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parqueos Unidos, el 59,2% (116) manifiestan que nunca ha recibido reconocimiento por su desempeño en el centro de trabajo; 24,0% (47) manifiestan que a veces si a veces no; 10,2% (20) manifiestan que casi nunca; 5,6% (11) manifiestan que casi siempre y finalmente 1,0% (2) manifiestan que siempre.

29) ¿Recibe su sueldo en la fecha indicada y no ha tenido problemas con los beneficios que ofrece la empresa?

Tabla 34.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 29

29) ¿Recibe su sueldo en la fecha indicada y no ha tenido problemas con los beneficios que ofrece la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	50	25,5	25,5	25,5
	Casi nunca	27	13,8	13,8	39,3
	A veces si a veces no	88	44,9	44,9	84,2
	Casi siempre	24	12,2	12,2	96,4
	Siempre	7	3,6	3,6	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



29) ¿Recibe su sueldo en la fecha indicada y no ha tenido problemas con los beneficios que ofrece la empresa?

Figura 31. Gráfico de los resultados del ítem 29

En la tabla 34 y figura 31 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parques Unidos, el 44,9% (88) manifiestan que a veces si a veces no recibe su sueldo en la fecha indicada y no ha tenido problemas con los beneficios que ofrece la empresa; 25,5% (50) manifiestan que nunca; 13,8% (27) manifiestan que casi nunca; 12,2% (24) manifiestan que casi siempre y finalmente 3,6% (7) manifiestan que siempre.

4.2.2.2. Dimensión: Capacidad de respuesta.

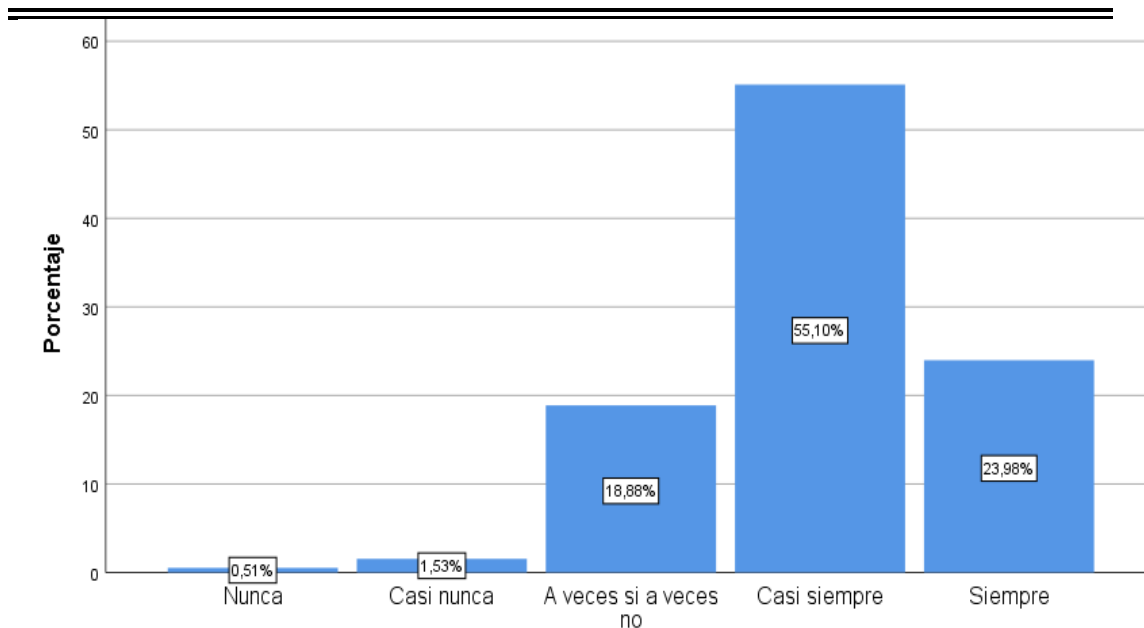
4.2.2.2.1. Indicador: Seguridad.

30) ¿Usted tiene seguridad al expresarse cuando un cliente requiere una respuesta inmediata?

Tabla 35.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 30

30) ¿Usted tiene seguridad al expresarse cuando un cliente requiere una respuesta inmediata?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	,5	,5	,5
	Casi nunca	3	1,5	1,5	2,0
	A veces si a veces no	37	18,9	18,9	20,9
	Casi siempre	108	55,1	55,1	76,0
	Siempre	47	24,0	24,0	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



30) ¿Usted tiene seguridad al expresarse cuando un cliente requiere una respuesta inmediata?

Figura 32. Gráfico de los resultados del ítem 30

En la tabla 35 y figura 32 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parqueos Unidos, el 55,1% (108) manifiestan que casi siempre tiene seguridad al expresarse cuando un cliente requiere una respuesta inmediata; 24,0% (47) manifiestan que siempre; 18,9% (37) manifiestan que a veces si a veces

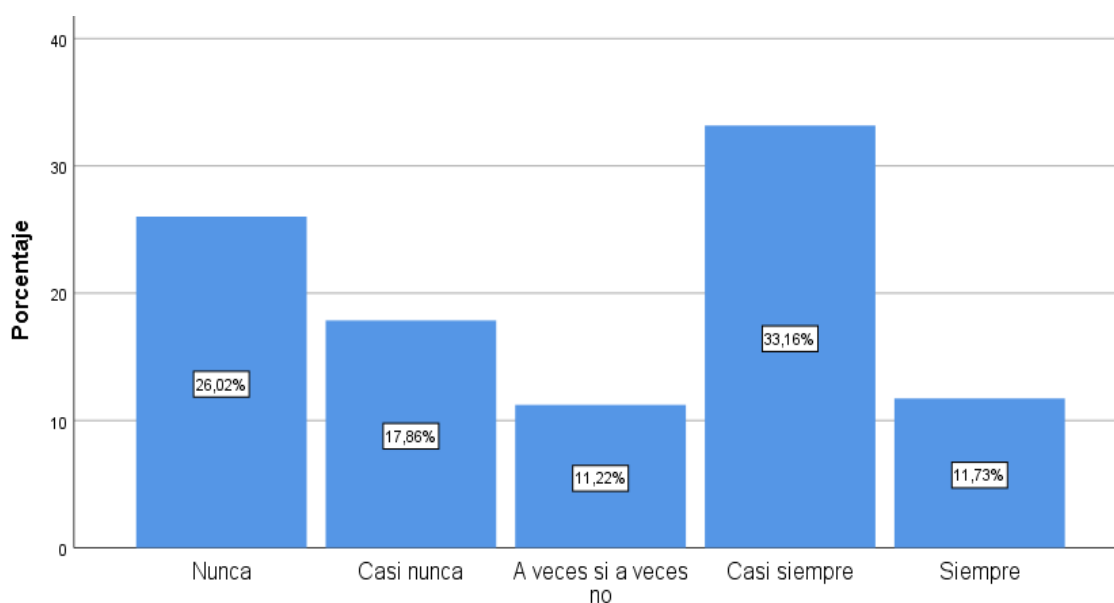
no; 1,5% (3) manifiestan que casi nunca y finalmente 0,5% (1) manifiestan que nunca.

31) ¿Usted como primer encuentro con el cliente, alguna vez ha tenido queja de su forma de comunicación?

Tabla 36.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 31

31) ¿Usted como primer encuentro con el cliente, alguna vez ha tenido queja de su forma de comunicación?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	51	26,0	26,0	26,0
	Casi nunca	35	17,9	17,9	43,9
	A veces si a veces no	22	11,2	11,2	55,1
	Casi siempre	65	33,2	33,2	88,3
	Siempre	23	11,7	11,7	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



31) ¿Usted como primer encuentro con el cliente, alguna vez ha tenido queja de su forma de comunicación?

Figura 33. Gráfico de los resultados del ítem 31

En la tabla 36 y figura 33 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parqueos Unidos, el 33,2% (65) manifiestan que casi siempre como primer encuentro con el cliente, alguna vez ha tenido queja de su forma de comunicación; 26,0% (51) manifiestan que nunca; 17,9% (35) manifiestan que casi

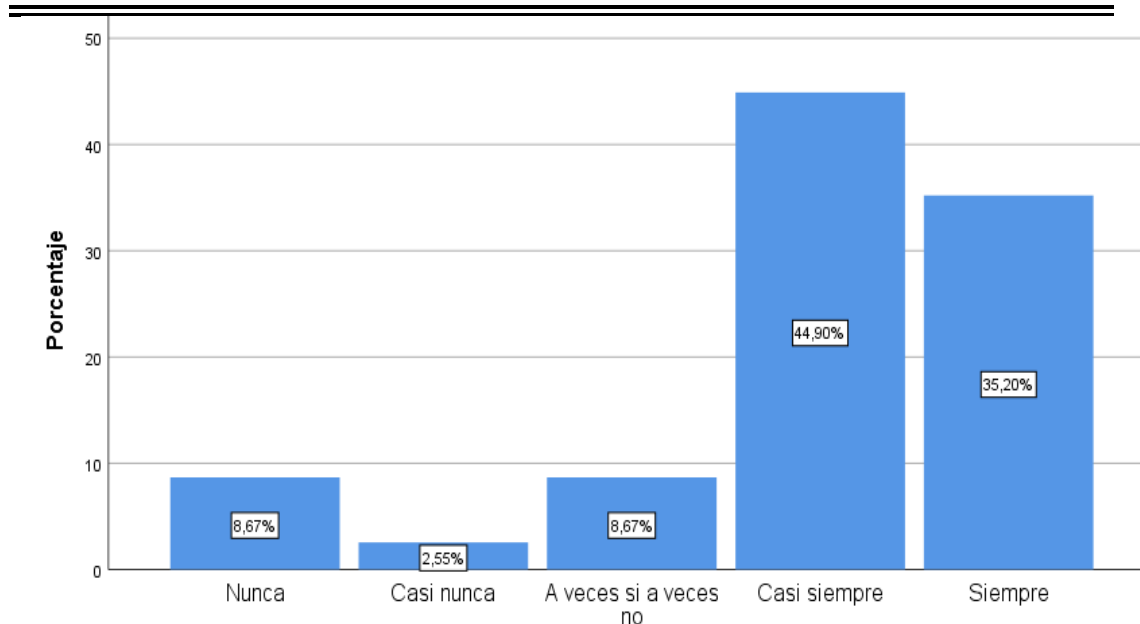
nunca; 11,7% (23) manifiestan que siempre y finalmente 11,2% (22) manifiestan que a veces si a veces no.

32) ¿Su mensaje es claro y preciso cuando el cliente le pregunta sobre el servicio?

Tabla 37.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 32

32) ¿Su mensaje es claro y preciso cuando el cliente le pregunta sobre el servicio?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	17	8,7	8,7	8,7
	Casi nunca	5	2,6	2,6	11,2
	A veces si a veces no	17	8,7	8,7	19,9
	Casi siempre	88	44,9	44,9	64,8
	Siempre	69	35,2	35,2	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



32) ¿Su mensaje es claro y preciso cuando el cliente le pregunta sobre el servicio?

Figura 34. Gráfico de los resultados del ítem 32

En la tabla 37 y figura 34 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parqueos Unidos, el 44,9% (88) manifiestan que casi siempre su mensaje es claro y preciso cuando el cliente le pregunta sobre el servicio; 35,2% (69) manifiestan que siempre; 8,7% (17) manifiestan que a veces si a veces no; 8,7% (17) manifiestan que nunca y finalmente 2,6% (5) manifiestan que casi nunca.

4.2.2.2. **Indicador: Conductas amables.**

33) ¿Usted como trabajador siempre está dispuesto a resolver las preguntas o inquietudes del cliente?

Tabla 38.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 33

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	,5	,5	,5
	Casi nunca	3	1,5	1,5	2,0
	A veces si a veces no	13	6,6	6,6	8,7
	Casi siempre	39	19,9	19,9	28,6
	Siempre	140	71,4	71,4	100,0
	Total	196	100,0	100,0	

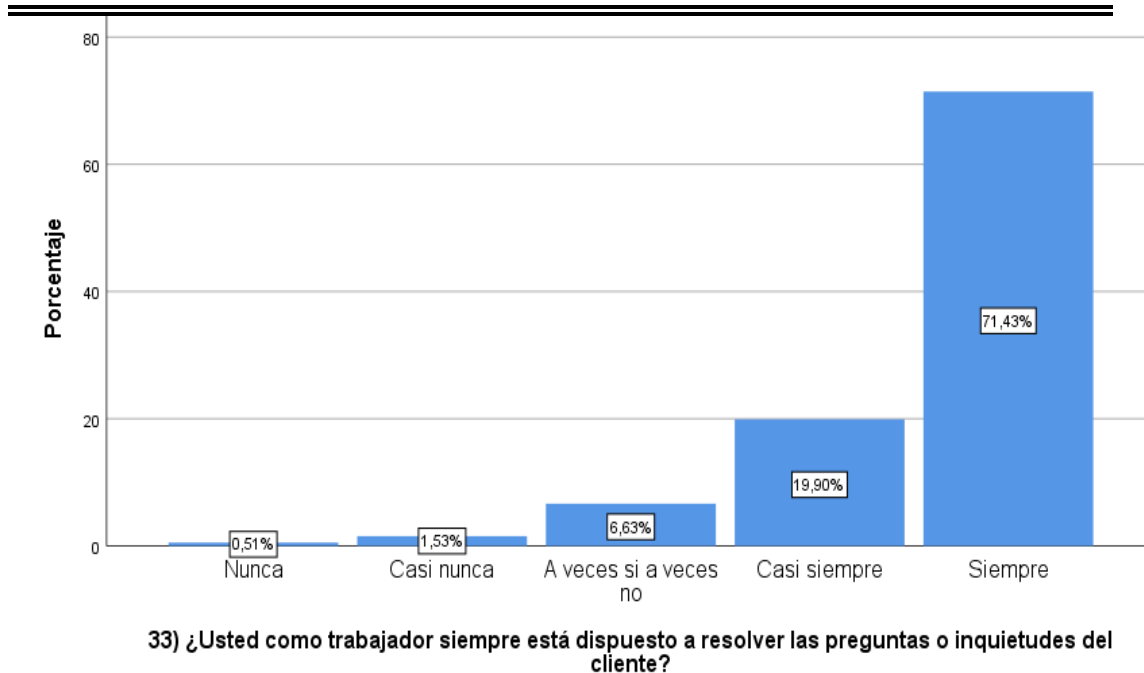


Figura 35. Gráfico de los resultados del ítem 33

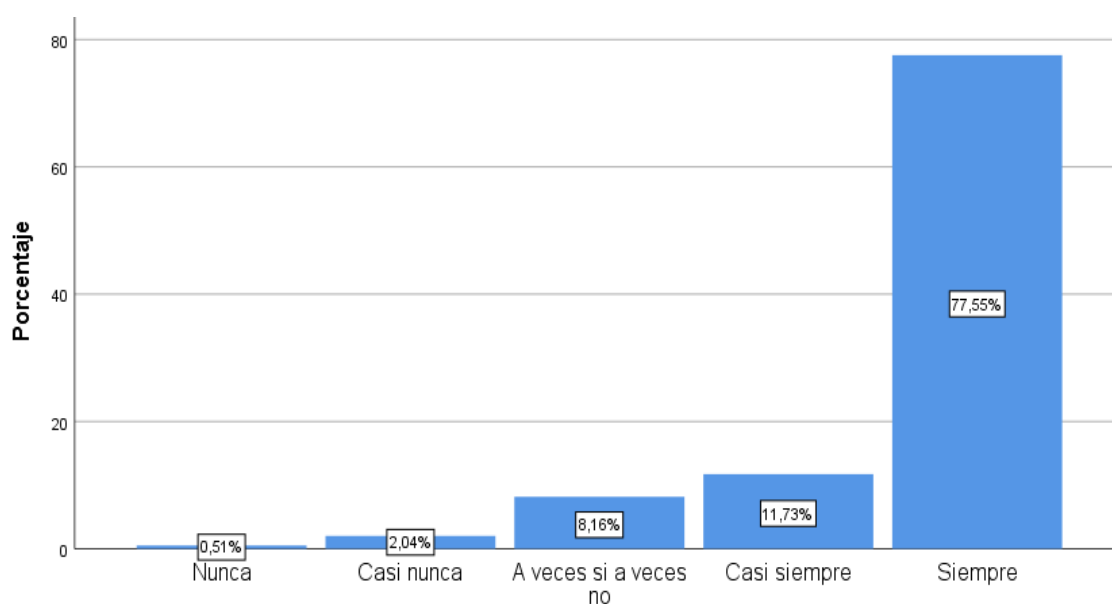
En la tabla 38 y figura 35 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parqueos Unidos, el 71,4% (140) manifiestan que siempre como trabajador siempre está dispuesto a resolver las preguntas o inquietudes del cliente; 19,9% (39) manifiestan que casi siempre; 6,6% (13) manifiestan que a veces si a veces no; 1,5% (3) manifiestan que casi nunca y finalmente 0,5% (1) manifiestan que nunca.

34) ¿Usted trata con mucho respeto a los clientes cuando estos no están satisfechos por la atención?

Tabla 39.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 34

34) ¿Usted trata con mucho respeto a los clientes cuando estos no están satisfechos por la atención?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	,5	,5	,5
	Casi nunca	4	2,0	2,0	2,6
	A veces si a veces no	16	8,2	8,2	10,7
	Casi siempre	23	11,7	11,7	22,4
	Siempre	152	77,6	77,6	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



34) ¿Usted trata con mucho respeto a los clientes cuando estos no están satisfechos por la atención?

Figura 36. Gráfico de los resultados del ítem 34

En la tabla 39 y figura 36 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parques Unidos, el 77,6% (152) manifiestan que siempre trata con mucho respeto a los clientes cuando estos no están satisfechos por la atención; 11,7% (23) manifiestan que casi siempre; 8,2% (16) manifiestan que a veces si a veces no; 2,0% (4) manifiestan que casi nunca y finalmente 0,5% (1) manifiestan que nunca.

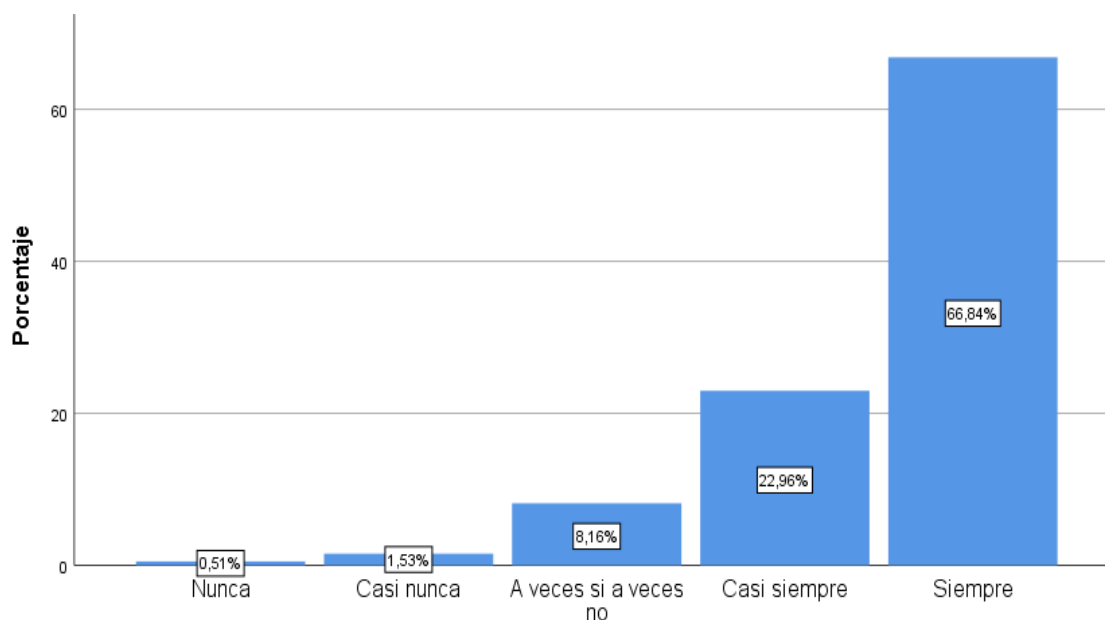
4.2.2.2.3. **Indicador: Empatía.**

35) ¿Usted como trabajador de la empresa brinda una adecuada atención a los clientes?

Tabla 40.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 35

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	,5	,5	,5
	Casi nunca	3	1,5	1,5	2,0
	A veces si a veces no	16	8,2	8,2	10,2
	Casi siempre	45	23,0	23,0	33,2
	Siempre	131	66,8	66,8	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



35) ¿Usted como trabajador de la empresa brinda una adecuada atención a los clientes?

Figura 37. Gráfico de los resultados del ítem 35

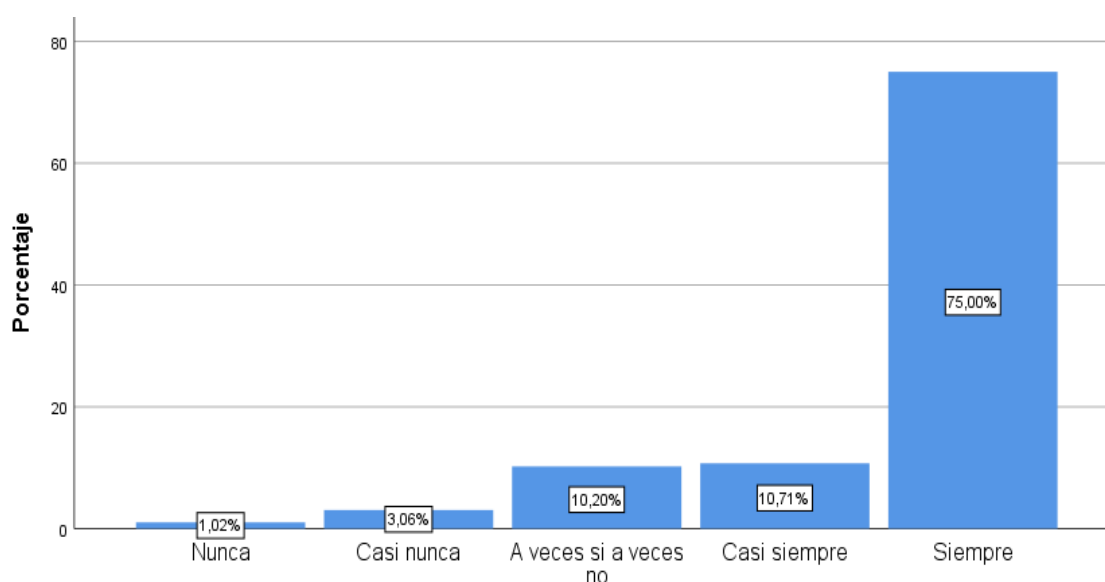
En la tabla 40 y figura 37 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parqueos Unidos, el 66,8% (131) manifiestan que siempre como trabajador de la empresa brinda una adecuada atención a los clientes; 23,0% (45) manifiestan que casi siempre; 8,2% (16) manifiestan que a veces si a veces no; 1,5% (3) manifiestan que casi nunca y finalmente 0,5% (1) manifiestan que nunca.

36) ¿Usted como trabajador de la empresa aplica el respeto y calidad de servicio a los clientes que ingresan al centro comercial donde trabaja?

Tabla 41.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 36

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	1,0	1,0	1,0
	Casi nunca	6	3,1	3,1	4,1
	A veces si a veces no	20	10,2	10,2	14,3
	Casi siempre	21	10,7	10,7	25,0
	Siempre	147	75,0	75,0	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



36) ¿Usted como trabajador de la empresa aplica el respeto y calidad de servicio a los clientes que ingresan al centro comercial donde trabaja?

Figura 38. Gráfico de los resultados del ítem 36

En la tabla 41 y figura 38 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parques Unidos, el 75,0% (147) manifiestan que siempre como trabajador de la empresa aplica el respeto y calidad de servicio a los clientes que ingresan al centro comercial donde trabaja; 10,7% (21) manifiestan que casi siempre; 10,2% (20) manifiestan que a veces si a veces no; 3,1% (6) manifiestan que casi nunca y finalmente 1,0% (2) manifiestan que nunca.

4.2.2.3. Dimensión: Satisfacción del cliente.

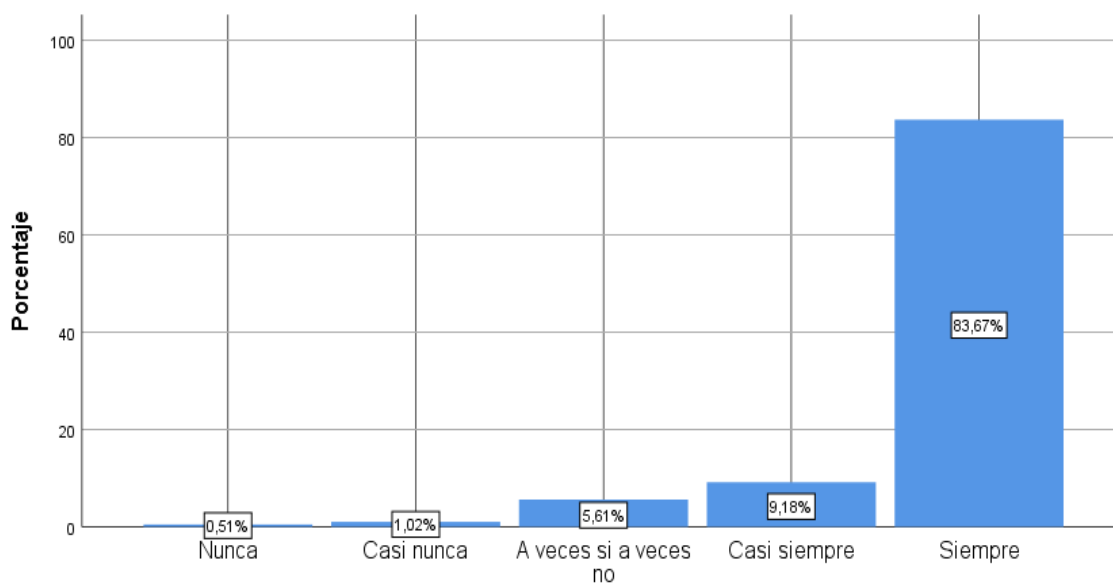
4.2.2.3.1. Indicador: Nivel de comunicación con el cliente.

37) ¿Usted sabe que cuanto mejor sea el servicio que les brinda a sus clientes, mayor será la satisfacción que el cliente tiene con la imagen de la empresa?

Tabla 42.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 37

37) ¿Usted sabe que cuanto mejor sea el servicio que les brinda a sus clientes, mayor será la satisfacción que el cliente tiene con la imagen de la empresa?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	,5	,5	,5
	Casi nunca	2	1,0	1,0	1,5
	A veces si a veces no	11	5,6	5,6	7,1
	Casi siempre	18	9,2	9,2	16,3
	Siempre	164	83,7	83,7	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



37) ¿Usted sabe que cuanto mejor sea el servicio que les brinda a sus clientes, mayor será la satisfacción que el cliente tiene con la imagen de la empresa?

Figura 39. Gráfico de los resultados del ítem 37

En la tabla 42 y figura 39 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parqueos Unidos, el 83,7% (164) manifiestan que siempre sabe que cuanto mejor sea el servicio que les brinda a sus clientes, mayor será la satisfacción que el cliente tiene con la imagen de la empresa; 9,2% (18) manifiestan que casi

siempre; 5,6% (11) manifiestan que a veces si a veces no; 1,0% (2) manifiestan que casi nunca y finalmente 0,5% (1) manifiestan que nunca.

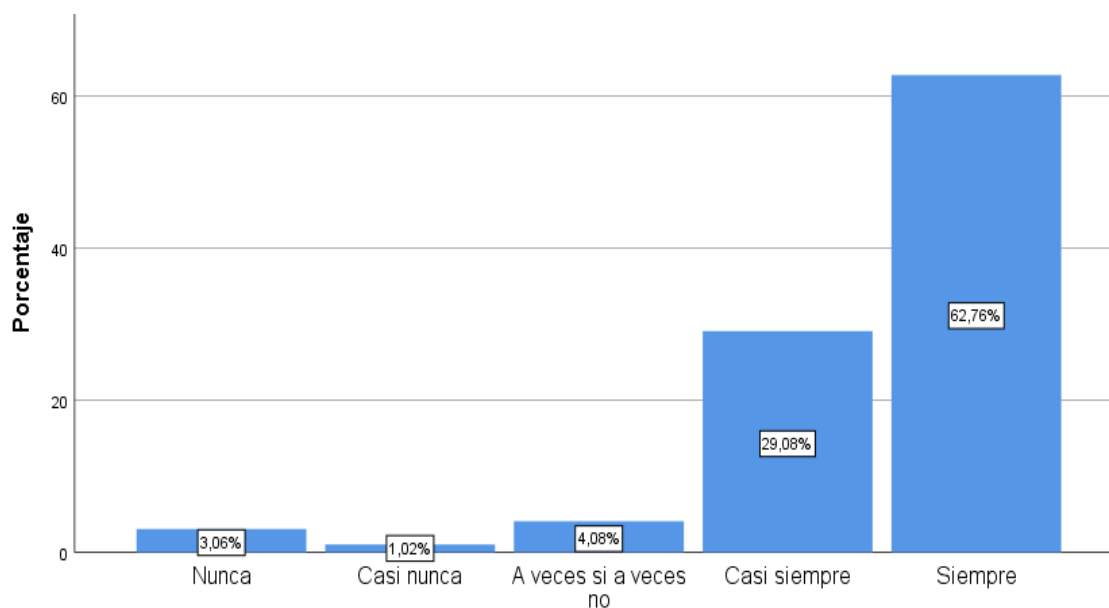
4.2.2.3.2. **Indicador: Porcentaje de satisfacción del trabajador.**

38) ¿Te sentiste satisfecho después de completar el programa de capacitación?

Tabla 43.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 38

38) ¿Te sentiste satisfecho después de completar el programa de capacitación?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	3,1	3,1	3,1
	Casi nunca	2	1,0	1,0	4,1
	A veces si a veces no	8	4,1	4,1	8,2
	Casi siempre	57	29,1	29,1	37,2
	Siempre	123	62,8	62,8	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



38) ¿Te sentiste satisfecho después de completar el programa de capacitación?

Figura 40. Gráfico de los resultados del ítem 38

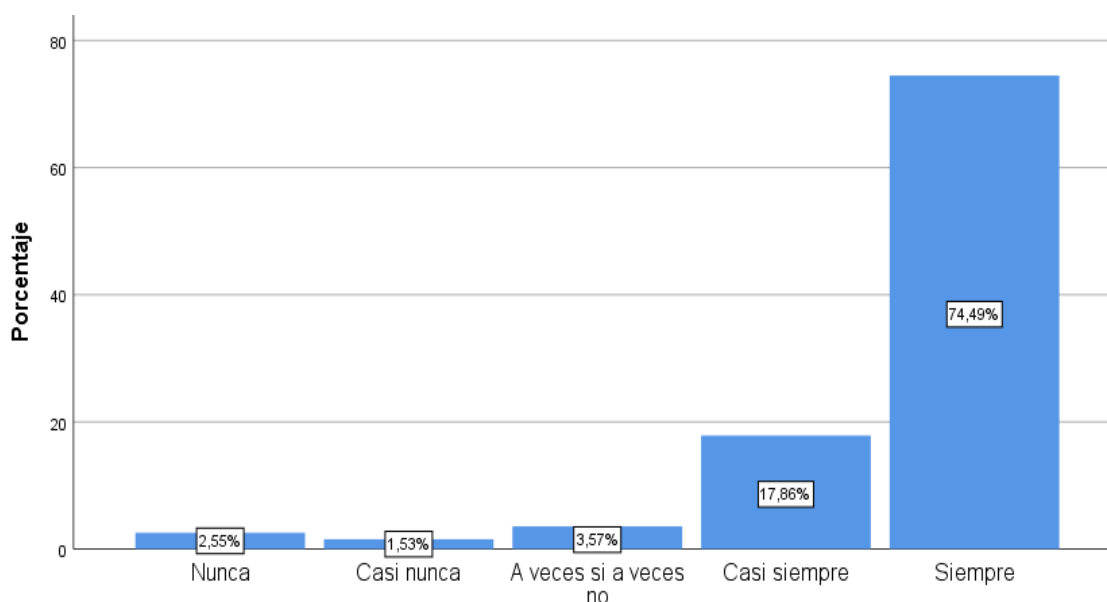
En la tabla 43 y figura 40 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parqueos Unidos, el 62,8% (123) manifiestan que siempre se sienten satisfechos después de completar el programa de capacitación; 29,1% (57) manifiestan que casi siempre; 4,1% (8) manifiestan que a veces si a veces no; 3,1% (6) manifiestan que nunca y finalmente 1,0% (2) manifiestan que casi nunca.

39) ¿El programa de capacitación te proporcionó una buena cantidad de aprendizajes prácticos y teóricos?

Tabla 44.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 39

39) ¿El programa de capacitación te proporcionó una buena cantidad de aprendizajes prácticos y teóricos?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	2,6	2,6	2,6
	Casi nunca	3	1,5	1,5	4,1
	A veces si a veces no	7	3,6	3,6	7,7
	Casi siempre	35	17,9	17,9	25,5
	Siempre	146	74,5	74,5	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



39) ¿El programa de capacitación te proporcionó una buena cantidad de aprendizajes prácticos y teóricos?

Figura 41. Gráfico de los resultados del ítem 39

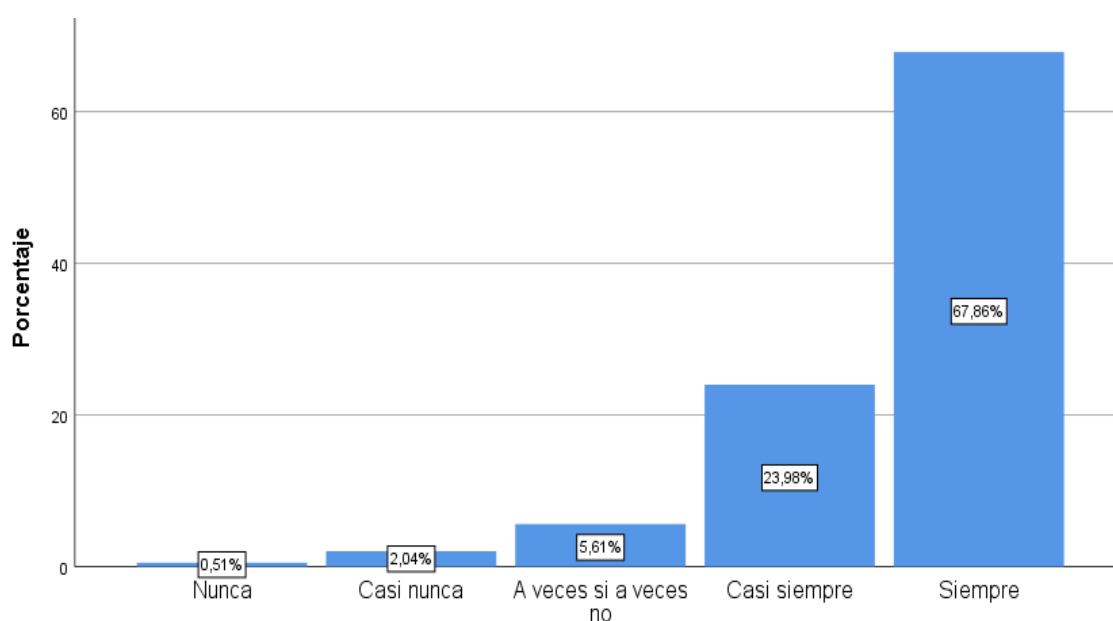
En la tabla 44 y figura 41 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parques Unidos, el 74,5% (146) manifiestan que siempre el programa de capacitación le proporcionó una buena cantidad de aprendizajes prácticos y teóricos; 17,9% (35) manifiestan que casi siempre; 3,6% (7) manifiestan que a veces si a veces no; 2,6% (5) manifiestan que nunca y finalmente 1,5% (3) manifiestan que casi nunca.

40) ¿Tus comentario o sugerencia han ayudado a mejorar el programa?

Tabla 45.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 40

40) ¿Tus comentarios o sugerencias han ayudado a mejorar el programa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	,5	,5	,5
	Casi nunca	4	2,0	2,0	2,6
	A veces si a veces no	11	5,6	5,6	8,2
	Casi siempre	47	24,0	24,0	32,1
	Siempre	133	67,9	67,9	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



40) ¿Tus comentarios o sugerencias han ayudado a mejorar el programa?

Figura 42. Gráfico de los resultados del ítem 40

En la tabla 45 y figura 42 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parqueos Unidos, el 67,9% (133) manifiestan que siempre su comentario o sugerencia han ayudado a mejorar el programa; 24,0% (47) manifiestan que casi siempre; 5,6% (11) manifiestan que a veces si a veces no; 2,0% (4) manifiestan que casi nunca y finalmente 0,5% (1) manifiestan que nunca.

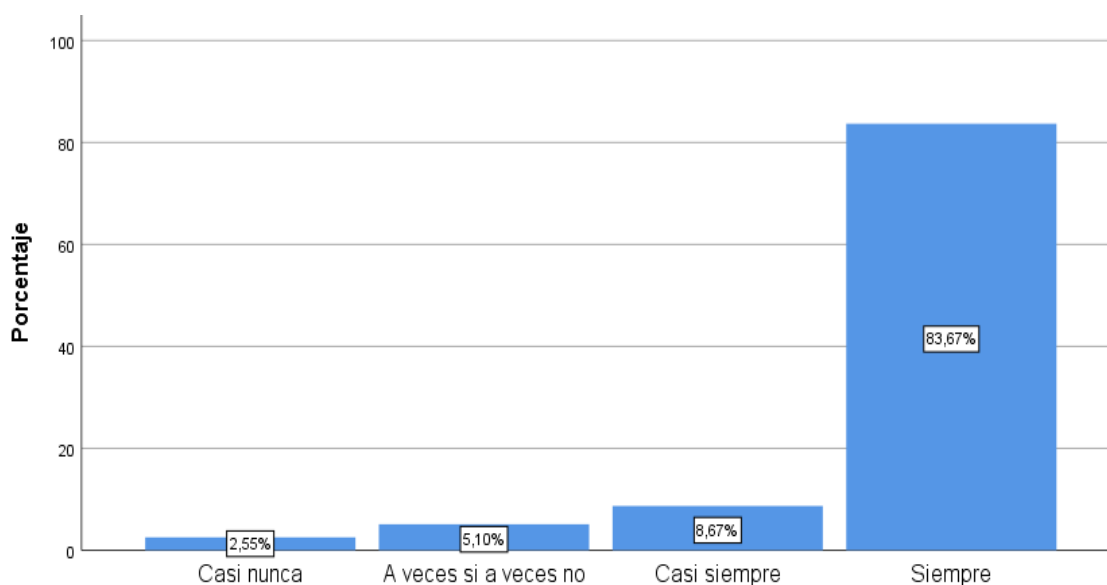
4.2.2.3.3. **Indicador: Porcentaje de clientes satisfechos.**

41) ¿La empresa cuenta con mayor cantidad de clientes después de la capacitación brindada en su centro de trabajo?

Tabla 46.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 41

41) ¿La empresa cuenta con mayor cantidad de clientes después de la capacitación brindada en su centro de trabajo?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	5	2,6	2,6	2,6
	A veces si a veces no	10	5,1	5,1	7,7
	Casi siempre	17	8,7	8,7	16,3
	Siempre	164	83,7	83,7	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



41) ¿La empresa cuenta con mayor cantidad de clientes después de la capacitación brindada en su centro de trabajo?

Figura 43. Gráfico de los resultados del ítem 41

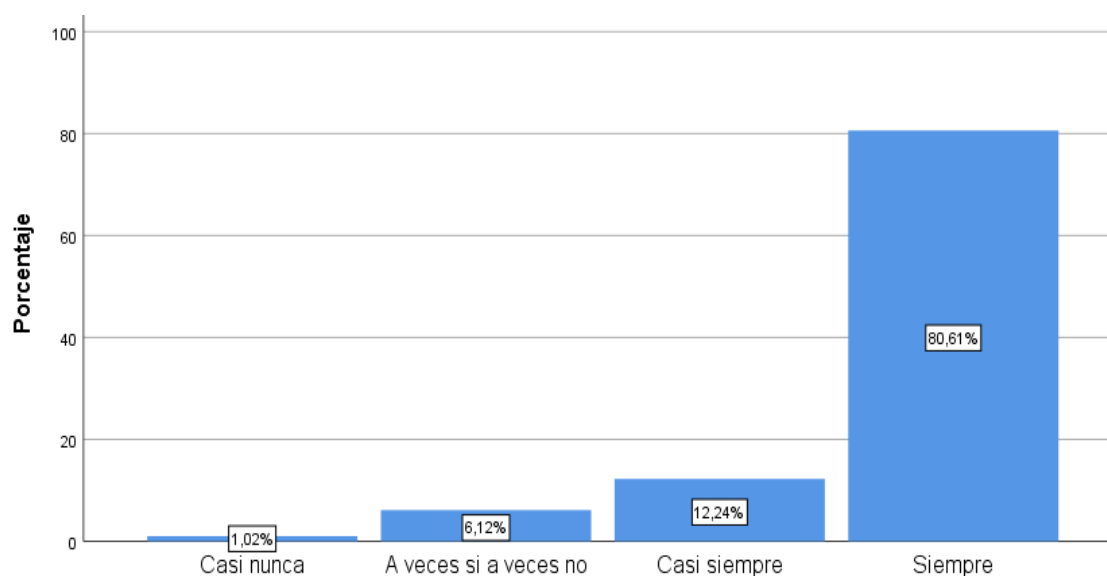
En la tabla 46 y figura 43 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parqueos Unidos, el 83,7% (164) manifiestan que siempre la empresa cuenta con mayor cantidad de clientes después de la capacitación brindada en su centro de trabajo; 8,7% (17) manifiestan que casi siempre; 5,1% (10) manifiestan que a veces si a veces no; y finalmente 2,6% (5) manifiestan que casi nunca.

42) ¿La capacitación brindada en su centro de trabajo ha logrado que disminuya o no exista número de quejas y reclamos por el servicio brindado?

Tabla 47.

Tabla de frecuencia de los resultados del ítem 42

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	1,0	1,0	1,0
	A veces si a veces no	12	6,1	6,1	7,1
	Casi siempre	24	12,2	12,2	19,4
	Siempre	158	80,6	80,6	100,0
	Total	196	100,0	100,0	



42) ¿La capacitación brindada en su centro de trabajo ha logrado que disminuya o no exista número de quejas y reclamos por el servicio brindado?

Figura 44. Gráfico de los resultados del ítem 42

En la tabla 47 y figura 44 se observa que, del personal encuestado de la Empresa Parques Unidos, el 80,6% (158) manifiestan que siempre la capacitación brindada en su centro de trabajo ha logrado que disminuya o no exista número de quejas y reclamos por el servicio brindado; 12,2% (24) manifiestan que casi siempre; 6,1% (12) manifiestan que a veces si a veces no y finalmente 1,0% (2) manifiestan que casi nunca.

4.3. Resultados de la Estadística Inferencial para la contrastación de las hipótesis.

4.3.1. Contrastación de la Hipótesis general.

Hi: La capacitación influye en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.

Ho: La capacitación no influye en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.

4.3.1.1. Prueba de normalidad para la hipótesis general.

Para determinar el comportamiento de los datos recopilados, por tener una muestra mayor a 50 elementos, se utilizó la Prueba de Kolmogorov-Smirnov, los resultados se muestran en la tabla 48.

Tabla 48.

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para la evaluar Normalidad de la Hipótesis general

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Capacitación	,129	196	,000	,966	196	,000
Calidad de Servicio	,206	196	,000	,840	196	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Teniendo en cuenta que:

Ho: Hipótesis nula = Demuestra homegeneidad (datos paramétricos)

Hi: Hipótesis alterna = Demuestra diferencias (datos no paramétricos)

Con un nivel de significancia de 0,05 (5%),

Toma de decisión: Al haberse obtenido un valor de significancia de 0,0 y siendo $p < 0,05$ rechazamos la Ho y aceptamos la Hi; por lo tanto, los datos procesados demuestran una tendencia no paramétrica.

4.3.1.2. Prueba de Rho de Spearman para la Hipótesis general.

Al haberse demostrado que los datos son no paramétricos, nos permite utilizar la prueba de correlación de Rho de Spearman, cuyos resultados se presentan en la tabla 49 siguiente.

Tabla 49.
Prueba de Rho de Spearman para la contrastación de la hipótesis general

Correlaciones				
			Capacitación	Calidad de Servicio
Rho de Spearman	Capacitación	Coeficiente de correlación	1,000	,267**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	196	196
	Calidad de Servicio	Coeficiente de correlación	,267**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	196	196

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Los resultados nos permiten afirmar que existe relación entre las variables Capacitación y Calidad de servicio, siendo el valor de 0,267 que nos indica una relación directa baja.

Decisión estadística:

Al tener un valor de significancia de 0,00 siendo éste valor menor que 0,05 ($p < 0,05$) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación:

Hi: La capacitación influye en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.

4.3.2. Contrastación de las hipótesis específicas.

4.3.2.1. Contrastación de la primera hipótesis específica.

H1: La transmisión de conocimientos influye en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.

Ho: La transmisión de conocimientos no influye en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.

4.3.2.1.1. Prueba de normalidad para la primera hipótesis específica.

Para determinar el comportamiento de los datos recopilados, por tener una muestra mayor a 50 elementos, se utilizó la Prueba de Kolmogorov-Smirnov, los resultados se muestran en la tabla 50.

Tabla 50.

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para la evaluar Normalidad de la primera Hipótesis específica

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
La trasmisión del conocimiento	,104	196	,000	,959	196	,000
Calidad de Servicio	,206	196	,000	,840	196	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Teniendo en cuenta que:

Ho: Hipótesis nula = Demuestra homegeneidad (datos paramétricos)

Hi: Hipótesis alterna = Demuestra diferencias (datos no paramétricos)

Con un nivel de significancia de 0,05 (5%),

Toma de decisión: Al haberse obtenido un valor de significancia de 0,0 y siendo $p < 0,05$ rechazamos la Ho y aceptamos la H1; por lo tanto, los datos procesados demuestran una tendencia no paramétrica.

4.3.2.1.2. Prueba de Rho de Spearman para la primera Hipótesis específica.

Al haberse demostrado que los datos son no paramétricos, nos permite utilizar la prueba de correlación de Rho de Spearman, cuyos resultados se presentan en la tabla 51 siguiente.

Tabla 51.*Prueba de Rho de Spearman para la contrastación de la primera hipótesis específica*

Correlaciones				
			La trasmisión del conocimiento	Calidad de Servicio
Rho de Spearman	La trasmisión del conocimiento	Coefficiente de correlación	1,000	,219**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	196	196
	Calidad de Servicio	Coefficiente de correlación	,219**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	196	196

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Los resultados nos permiten afirmar que existe relación entre la dimensión La trasmisión del conocimiento y la variable Calidad de servicio, siendo el valor de 0,219 que nos indica una relación directa baja.

Decisión estadística:

Al tener un valor de significancia de 0,002 siendo éste valor menor que 0,05 ($p < 0,05$) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación:

H1: La transmisión de conocimientos influye en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.

4.3.2.2. Contrastación de la segunda hipótesis específica.

H2: El Desarrollo de habilidades influye en la Calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.

Ho: El Desarrollo de habilidades no influye en la Calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.

4.3.2.2.1. Prueba de normalidad para la segunda hipótesis específica.

Para determinar el comportamiento de los datos recopilados, por tener una muestra mayor a 50 elementos, se utilizó la Prueba de Kolgomorov-Smirnov, los resultados se muestran en la tabla 52.

Tabla 52.*Prueba de Kolmogorov-Smirnov para la evaluar Normalidad de la segunda Hipótesis específica*

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Desarrollo de habilidades	,133	196	,000	,942	196	,000
Calidad de Servicio	,206	196	,000	,840	196	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Teniendo en cuenta que:

Ho: Hipótesis nula = Demuestra homegeneidad (datos paramétricos)

Hi: Hipótesis alterna = Demuestra diferencias (datos no paramétricos)

Con un nivel de significancia de 0,05 (5%),

Toma de decisión: Al haberse obtenido un valor de significancia de 0,0 y siendo $p < 0,05$ rechazamos la Ho y aceptamos la H2; por lo tanto, los datos procesados demuestran una tendencia no paramétrica.

4.3.2.2. **Prueba de Rho de Spearman para la segunda Hipótesis específica.**

Al haberse demostrado que los datos son no paramétricos, nos permite utilizar la prueba de correlación de Rho de Spearman, cuyos resultados se presentan en la tabla 53 siguiente.

Tabla 53.*Prueba de Rho de Spearman para la contrastación de la segunda hipótesis específica*

Correlaciones				
			Desarrollo de habilidades	Calidad de Servicio
Rho de Spearman	Desarrollo de habilidades	Coeficiente de correlación	1,000	,401**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	196	196
Rho de Spearman	Calidad de Servicio	Coeficiente de correlación	,401**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	196	196

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Los resultados nos permiten afirmar que existe relación entre la dimensión Desarrollo de habilidades y la variable Calidad de servicio, siendo el valor de 0,401 que nos indica una relación directa moderada.

Decisión estadística:

Al tener un valor de significancia de 0,00 siendo éste valor menor que 0,05 ($p < 0,05$) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación:

H2: El desarrollo de habilidades influye en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.

4.3.2.3. Contrastación de la tercera hipótesis específica.

H3: El desarrollo de actitudes influye en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.

Ho: El desarrollo de actitudes no influye en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.

4.3.2.3.1. Prueba de normalidad para la tercera hipótesis específica.

Para determinar el comportamiento de los datos recopilados, por tener una muestra mayor a 50 elementos, se utilizó la Prueba de Kolmogorov-Smirnov, los resultados se muestran en la tabla 54.

Tabla 54.

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para la evaluar Normalidad de la tercera Hipótesis específica
Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Desarrollo de actitudes	,201	196	,000	,939	196	,000
Calidad de Servicio	,206	196	,000	,840	196	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Teniendo en cuenta que:

Ho: Hipótesis nula = Demuestra homegeneidad (datos paramétricos)

Hi: Hipótesis alterna = Demuestra diferencias (datos no paramétricos)

Con un nivel de significancia de 0,05 (5%),

Toma de decisión: Al haberse obtenido un valor de significancia de 0,0 y siendo $p < 0,05$ rechazamos la H_0 y aceptamos la H_3 ; por lo tanto, los datos procesados demuestran una tendencia no paramétrica.

4.3.2.3.2. Prueba de Rho de Spearman para la tercera Hipótesis específica.

Al haberse demostrado que los datos son no paramétricos, nos permite utilizar la prueba de correlación de Rho de Spearman, cuyos resultados se presentan en la tabla 55 siguiente.

Tabla 55.

Prueba de Rho de Spearman para la contrastación de la tercera hipótesis específica

Correlaciones				
			Desarrollo de actitudes	Calidad de Servicio
Rho de Spearman	Desarrollo de actitudes	Coeficiente de correlación	1,000	,128
		Sig. (bilateral)	.	,043
		N	196	196
	Calidad de Servicio	Coeficiente de correlación	,128	1,000
		Sig. (bilateral)	,043	.
		N	196	196

Los resultados nos permiten afirmar que existe relación entre la dimensión Desarrollo de actitudes y la variable Calidad de servicio, siendo el valor de 0,128 que nos indica una relación directa muy baja.

Decisión estadística:

Al tener un valor de significancia de 0,043 siendo éste valor menor que 0,05 ($p < 0,05$) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación:

H3: El desarrollo de actitudes influye en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.

V. DISCUSIÓN

5.1. Discusión de los resultados de la estadística descriptiva

5.1.1. Discusión de los resultados estadísticos descriptivos de la variable: Capacitación.

Los resultados permitieron evaluar a la variable Capacitación por intermedio de sus dimensiones: Trasmisión de conocimientos, Desarrollo de habilidades y Desarrollo de actitudes; y éstos en función de sus respectivos indicadores, obteniéndose datos que muestran una tendencia coincidente con las que reportan las investigaciones de Castillo Lara, M. L. (2018), Aguilar Zapana, J. y Marlo León, O. G. (2015) y Meza Olea, B. R.; Días Chimba, R. (2011). y Armas Flor, A. G. (2015).

5.1.2. Discusión de los resultados estadísticos descriptivos de la variable: Calidad de servicio.

Los resultados permitieron evaluar a la variable Calidad de servicio por intermedio de sus dimensiones: Confiabilidad, Capacidad de respuesta y Satisfacción del cliente; y éstos en función de sus respectivos indicadores, obteniéndose información que muestran una tendencia coincidente con las que reportan las investigaciones de Reyes Hernández, S. P. (2014) y López Mosquera, D. C. (2018).

5.2. Discusión de los resultados de la estadística inferencial

5.2.1. Discusión de la contrastación de la hipótesis general.

La validez de la hipótesis general donde se demuestra la influencia de la Capacitación con la Calidad de Servicio, por intermedio de la Prueba de Correlación Rho de Spearman donde se obtiene un valor de correlación 0,267 que nos determina una relación directa baja. Y con un valor de significancia de 0,000 menor para el alfa 0,05 ($p < 0,05$) se rechaza la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis

alterna. Coincidentes en la tendencia con las investigaciones de Vallejos Monja, V. M. (2018), Castillo Lara, M. L. (2018) y Meza Olea, B. R. y Armas Flor, A. G. (2015); y a nivel estadístico los resultados siguen las tendencias como lo indican los autores metodólogos Iglesias (2015) y Pino (2017).

5.2.2. Discusión de la contrastación de la primera hipótesis específica.

La validez de la primera hipótesis específica donde se demuestra la influencia de la Transmisión de Conocimientos con la Calidad de Servicio, por intermedio de la Prueba de Correlación Rho de Spearman donde se obtiene un valor de correlación 0,219 que nos determina una relación directa baja. Y con un valor de significancia de 0,002 menor para el alfa 0,05 ($p < 0,05$) se rechaza la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna. Coincidentes en la tendencia con las investigaciones de Vallejos Monja, V. M. (2018); Castillo Lara, M. L. (2018) y Meza Olea, B. R. y Armas Flor, A. G. (2015); a nivel estadístico los resultados siguen las tendencias como lo indican los autores metodólogos Iglesias (2015) y Pino (2017).

5.2.3. Discusión de la contrastación de la segunda hipótesis específica.

La validez de la segunda hipótesis específica donde se demuestra la influencia del Desarrollo de habilidades con la Calidad de Servicio, por intermedio de la Prueba de Correlación Rho de Spearman donde se obtiene un valor de correlación 0,401 que nos determina una relación directa moderada. Y con un valor de significancia de 0,000 menor para el alfa 0,05 ($p < 0,05$) se rechaza la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna. Coincidentes en la tendencia con las investigaciones de Días Chimba, R. (2011), López Mosquera, D. C. (2018) y Reyes Hernández, S. P. (2014); a nivel estadístico los resultados siguen las tendencias como lo indican los autores metodólogos Iglesias (2015) y Pino (2017).

5.2.4. Discusión de la contrastación de la tercera hipótesis específica.

La validez de la tercera hipótesis específica donde se demuestra la influencia del Desarrollo de Actitudes con la Calidad de Servicio, por intermedio de la Prueba de Correlación Rho de Spearman donde se obtiene un valor de correlación 0,128 que nos determina una relación directa muy baja. Y con un valor de significancia de 0,043 menor para el alfa 0,05 ($p < 0,05$) se rechaza la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna. Coincidentes en la tendencia con las investigaciones de Ramírez Amado, A. (2014); a nivel estadístico los resultados siguen las tendencias como lo indican los autores metodólogos Iglesias (2015) y Pino (2017).

VI. CONCLUSIONES

Se determinó la influencia de la Capacitación en la Calidad de Servicio al Cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020, el análisis estableció una relación directa baja (0,267), y en la prueba de correlación Rho de Spearman el nivel de significancia es menor que 0,05 ($0,000 < 0,05$) donde se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

Se determinó la influencia de la Transmisión de Conocimientos en la Calidad de Servicio al Cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020 el análisis estableció una relación directa baja (0,219), y en la prueba de correlación Rho de Spearman el nivel de significancia es menor que 0,05 ($0,002 < 0,05$) donde se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

Se determinó la influencia del Desarrollo de habilidades en la Calidad de Servicio al Cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020 el análisis estableció una relación directa moderada (0,401), y en la prueba de correlación Rho de Spearman el nivel de significancia es menor que 0,05 ($0,000 < 0,05$) donde se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

Se determinó la influencia del Desarrollo de Actitudes en la Calidad de Servicio al Cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020 el análisis estableció una relación directa muy baja (0,128), y en la prueba de correlación Rho de Spearman el nivel de significancia es menor que 0,05 ($0,043 < 0,05$) donde se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

VII. RECOMENDACIONES

Implementar programas de capacitación con respecto de afianzar los conocimientos del personal sobre Calidad de Servicio, en vista de que la relación de estas en baja.

Complementar con programas y actividades para mejorar la trasmisión de los conocimientos adquiridos en las capacitaciones, ya que la propuesta de la investigación demuestra que falta afianzar este punto.

Realizar evaluaciones periódicas al personal, con la finalidad de ponderar la trasmisión de las habilidades adquiridas y que sean puestas en ejecución con la finalidad de mejorar la calidad de Servicio propuesto en sus objetivos.

Supervisar el comportamiento del personal en relación de la interacción con los clientes, para tener puntos de apoyo para gestionar las acciones correctivas a fin de mejorarla.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- ESERP. (2020). *Actitud y aptitud en el trabajo*. Escuela de Negocios en Madrid.
- Abarzúa , A. (2019). *Confiabilidad, validez e imparcialidad en evaluación educativa*. Centro de Medición MIDE UC.
- Acosta, N. (2018). *La importancia de las habilidades humanas en la administración*. Obtenido de <https://www.cuidatudinero.com/13128483/la-importancia-de-las-habilidades-humanas-en-la-administracion>
- Acuña, J. (2003). *Ingeniería de confiabilidad*. Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica S.A.
- AEC. (2019). *Satisfacción del cliente*. Asociación Española para la Calidad.
- Aguilar, J., & Marlo, O. *Plan de capacitación para mejorar el desempeño laboral de los trabajadores del hospital regional Lambayeque 2015 (Tesis de Pregrado)*. Universidad Señor de Sipán, Lambayeque, Perú.
- Arbaiza, L. (2017). *Gestión*. Obtenido de ¿En qué consiste el aprendizaje organizacional?: <https://gestion.pe/economia/management-empleo/consiste-aprendizaje-organizacional-222286-noticia/?ref=gesr>
- Armas , A. *La capacitación orientada a mejorar la atención al cliente en el área administrativa de la clínica de la mujer (Tesis de Pregrado)*. Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador.
- Asensio, D. (2020). *¿Qué es la cognición? Significado y definición*. Cognifit.
- ASISGE. (2019). *Calidad en el Servicio*. Asistencia Gerencial Estratégica.
- Carrión, H. (2010). *Gestión del conocimiento*. Obtenido de https://www.academia.edu/37761374/Gesti%C3%B3n_del_conocimiento_Conceptos
- Castilla, C. *El planeamiento estratégico y su influencia en la rentabilidad del Instituto de Formación y Capacitación Portuaria, periodo 2007 - 2011 (Tesis de Posgrado)*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Castillo, M. *Dirección y capacitación en la calidad de servicios del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables 2018 (Tesis de Posgrado)*. Universidad César Vallejo, Perú.
- Castonera Machuca, J. M. (21 de julio de 2014). (©. M. S.A., Editor) Obtenido de ITSLP, Depto. De Ing. Industrial: <https://www.monografias.com/trabajos101/importancia-funcion-ingeniero-industrial-sistema-capacitacion/importancia-funcion-ingeniero-industrial-sistema-capacitacion.shtml>
- CEUPE. (2020). *¿Qué es la calidad de servicio?*. Centro Europeo de Postgrado.
- Chen, C. (2018). *Actitud y aptitud*. Diferenciador.

- Cobo Romaní, J. C. *El concepto de tecnologías de la información. Benchmarking sobre las definiciones de las TIC en la sociedad del conocimiento.*
- Cobo, J. (2009). *El concepto de tecnologías de la información. Benchmarking sobre las definiciones de las TIC en la sociedad del conocimiento.* Obtenido de <https://addi.ehu.es/handle/10810/40999>
- CONEXIONESAN. (2016). *La importancia de la capacitación en la Empresa.* Universidad ESAN
- CUIDALOTUYO. (2016). *Locación.* Campaña de Servicio y Orientación a la Comunidad.
- Definiciones.de. (2008). *Definición de Entropía.*
- Del Castillo, P. (2007). *Capacidad de Respuesta.* Alianza Automotiz. Alianza Editores SA.
- Días , R. *Capacitación y desempeño laboral de los empleados de la comisión federal de electricidad zona montemorelos-linares, nuevo león (Tesis de Maestría).* Universidad de Montemorelos, Nuevo León, México.
- Díaz, J. (1999). *La enseñanza y aprendizaje de las habilidades y destrezas motrices básicas.* Barcelona, España: Inde publicaciones.
- Dos Santos, M. (2016). *Calidad y satisfacción: el caso de la Universidad de Jaén.* Revista de la Educación Superior.
- GESTIÓN. (2018). *¿Cuál es la diferencia entre actitud y aptitud?* Redacción Gestión.
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la Metodología de la investigación Científica.* Córdoba: Brujas.
- Grados, J. (2009). *Capacitación y desarrollo de personal.* México: Trillas S.A.
- HERNÁNDEZ, Roberto; MENDOZA, Christian;. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta.* México: MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Huerta, J. (2008). *Actitudes Humanas; Actitudes Sociales.* Universidad de Mayores de Experiencia Recíproca, Madrid.
- Ibarra , M., Becerril , O., & Demuner , M. (2018). *Capacidad de respuesta y capacidad de absorción. Estudio de empresas manufactureras en México.* Nóesis.
- ISOTOOLS. (2020). *Satisfacción de Clientes.* Plataforma Tecnológica para la gestión de la excelencia.
- López , D. *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil (Tesis de Posgrado).* Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.
- Louffat, E. (2017). *Capacitando al personal.* Lima, Perú: Pearson Educación de Perú S.A.

- Mariño , T. *Diseño de un sistema de capacitación por competencias para mejorar el desempeño laboral (Tesis de Maestría)*. Ambato, Ecuador.
- McGurgan, H. (2020). *¿Qué es la capacidad de respuesta al cliente?* La Voz de Houston.
- Mejía, A., & Montoya, A. (2010). *Capacitación integral del talento humano por competencias, orientada hacia la innovación tecnológica y el mejoramiento productivo*. Cali, Colombia: Universidad de San Buenaventura Cali.
- Mejía, O., Chavez, H., & Montoya, J. (Mayo de 2019). *La capacitación y desarrollo de los recursos humanos de la empresa: " El personal como recurso"*. Obtenido de <https://repositorio.unan.edu.ni/10996/1/19608.pdf>
- Ministerio de fomento. (2007). *Operaciones y servicios portuarios*. Puertos del estado.
- Molina , O. (2014). *Calidad de los servicios*. ECURED.
- Mora , C. (2011). *La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor*. Universidade Nove de Julho.
- Moya, D. (2020). *¿Qué es la capacidad de respuesta en el servicio al cliente?* Gestión fácil.
- Moya, M. (2019). *Estrategia: Calidad de servicio*. LAGISTEC.
- Muelas , R. (2019). *¿Qué son las actitudes?* La Mente es Maravillosa.
- Muntané, J. (2010). *Introducción a la investigación básica*. Revisiones temáticas.
- Ortiz , I., & Rosas , I. (2004). *Análisis de la Calidad en el Servicio del Concesionario Volkswagen "Automóviles de Santa Ana S.A. de C.V."*. Universidad de las Américas de Puebla.
- PAJUELO MONTES, E. A. (2017). *"Estudio de prefactibilidad para la implementación de un centro de capacitación en Gestión de Proyectos en Lima Metropolitana"*. Obtenido de <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/6645>
- Pajuelo, E. *Estudio de prefactibilidad para la implementación de un centro de capacitación en Gestión de Proyectos en Lima Metropolitana (Tesis de Pregrado)*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Pereira , H. (2011). *Centro de Gestión de Conocimiento*. Obtenido de Implementación de la Gestión del Conocimiento en la Empresa: https://www.cegesti.org/exitoempresarial/publicaciones/publicacion_135_310111_es.pdf
- Pérez , C. (2015). *Confiabilidad: Conceptos y tendencias*. Visión industrial.
- Pérez, J., & Merino, M. (2015). *Prefactibilidad*. Definición.de.
- Portillo, M. (2017). Educación por habilidades: Perspectivas y retos para el sistema educativo. *Revista Educación*, 41.
- QUESTIONPRO. (2021). *¿Qué es una encuesta?* Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/una-encuesta.html>

- Quispe , G., & Ayaviri , V. (2016). *Medición de la satisfacción del cliente en organizaciones no lucrativas de cooperación al desarrollo*.
- RAE. (2020). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/redundar?m=form>
- Raffino, M. (2020). *Concepto de Habilidad*. Obtenido de <https://concepto.de/habilidad-2/>
- Ramírez , A. *Capacitación y desempeño laboral de los empleados de la universidad linda vista de la unión Mexicana de Chiapas (Tesis de Maestría)*. Universidad de Morelos, México.
- Ramírez, A. (2009). *La teoría del conocimiento en investigación científica: una visión actual*. Obtenido de <http://www.scielo.org.pe/pdf/afm/v70n3/a11v70n3.pdf>
- Reliability. (2020). *Indicadores de Confiabilidad Propulsores en la Gestion del Mantenimiento*.
- Rey , C. (2000). *La satisfacción del usuario: un concepto en alza*. Universidad de Barcelona.
- Reyes , S. *Calidad de servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación Share, sede Huehuetenango (Tesis de Pregrado)*. Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango, México.
- Ríos, R. (2016). *Manual de Servicio y Atención al Cliente*. Emprendem S.A.C.
- Rosales, V. (2019). *Implementación del programa 5S's para la mejora de la capacitación en centros de entrenamiento industrial (Tesis de Posgrado)*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Significados. (2013). *Qué es Cognoscitivo*.
- Siliceo, A. (2004). *Capacitación y desarrollo de personal*. México: Limusa S.A.
- Sueiro, G. (2012). *¿Qué es la confiabilidad?* Gestión- Tendencias.
- Tech-Blog. (2020). *Capacidad de respuesta al cliente: por qué y cómo puedes mejorarla*. Gb advisors.
- Vallejos, V. *Diseño de un sistema de gestión de calidad basado en ISO 9001:2015 para mejorar los procesos administrativos de capacitación y formación continua de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, 2018 (Tesis de Posgrado)*. Tarapoto, Perú.
- Villa, J. (2014). *Manual de Atención a Clientes y Usuarios*. España: Profit I. SL.
- Vivas, G. (2010). *Satisfacción de los clientes*. Universidad de Belgrano.
- Wasinger, F. (2013). *Recursos Humanos Insight*. Obtenido de Capacitación y Formación empresaria, Normas ISO 10015: <https://capitalhumanoinsight.wordpress.com/2013/06/26/capacitacion-y-formacion-empresaria-normas-iso-10015-por-federico-wasinger/>
- Zapata, C. *Confiabilidad en Ingeniería*. Universidad Tecnológica de Pereira, Colombia.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de Consistencia

TEMA: La capacitación y su influencia en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. En las regiones Ica- Lima, año 2020

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES
<p>Problema general: ¿cómo influye la capacitación en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020?</p>	<p>Objetivo general: Determinar cómo influye la capacitación en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.</p>	<p>Hipótesis principal: La capacitación si influye en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.</p>	<p>Variable Independiente La capacitación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo que está trabajando el trabajador. • Número de trabajadores capacitados. • Número de horas asistidas del trabajador. • Cantidad de Materiales. • Trabajo en equipo • Vocación de servicio • Motivación de los trabajadores. • Incentiva su jefe inmediato a su crecimiento profesional • seguridad del trabajador.
<p>Problema específico 1 ¿Cómo influye la transmisión de conocimientos en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020?</p>	<p>Objetivos específicos 1 Determinar cómo influye la transmisión de conocimientos en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.</p>	<p>Hipótesis específica 1 La transmisión de conocimientos si influye en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.</p>		
<p>Problema específico 2 ¿Cómo influye el desarrollo de habilidades en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020?</p>	<p>Objetivos específicos 2 Determinar como influye el desarrollo de habilidades en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.</p>	<p>Hipótesis específica 2 El desarrollo de habilidades si influye en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.</p>	<p>Variable dependiente Calidad de servicio</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Solución de problemas. • Cumplir con lo prometido del servicio. • Compromiso. • Seguridad. • Conductas amables.

<p>Problema específico 3 ¿Cómo influye el desarrollo de actitudes en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica-Lima, año 2020?</p>	<p>Objetivos específicos 3 Determinar como influye el desarrollo de actitudes en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica-Lima, año 2020.</p>	<p>Hipótesis específica 3 El desarrollo de actitudes si influye en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Empatía. • Nivel de comunicación con el cliente. • Porcentaje de satisfacción del trabajador. • Porcentaje de clientes satisfechos.
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Elaboración propia

Anexo 2. Matriz de Operacionalización de variables

VARIABLES		DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA	INSTRUMENTO
Variable independiente: Capacitación	La transmisión de conocimientos	1. Tiempo que está trabajando el trabajador. 2. Número de trabajadores capacitados. 3. Número de horas asistidas del trabajador.	Encuesta	Cuestionario	
	Desarrollo de habilidades	1. Cantidad de Materiales. 2. Trabajo en equipo 3. Vocación de servicio	Encuesta	Cuestionario	
	Desarrollo de actitudes	1. Motivación de los trabajadores. 2. Incentiva su jefe inmediato a su crecimiento profesional 3. Seguridad del trabajador.	Encuesta	Cuestionario	
Variable dependiente: Calidad de servicio	Confiabilidad	1. Solución de problemas. 2. Cumplir con lo prometido del servicio. 3. Compromiso.	Encuesta	Cuestionario	
	Capacidad de respuesta	1. Seguridad. 2. Conductas amables. 3. Empatía.	Encuesta	Cuestionario	
	Satisfacción del cliente	1. Nivel de comunicación con el cliente. 2. Porcentaje de satisfacción del trabajador. 3. Porcentaje de clientes satisfechos.	Encuesta	Cuestionario	

Anexo 3. Instrumentos

Encuesta a trabajadores

TEMA: La capacitación y su influencia en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parques Unidos S.A.C. En las regiones Ica- Lima, año 2020.

Recomendación: Lea los enunciados detenidamente y marque con una equis (X) en casillero por pregunta.

Cada número equivale a:

5 = Siempre

4 = Casi Siempre

3 = A Veces sí a Veces no

2 = Casi Nunca

1 = Nunca

I. CAPACITACIÓN						
I.1. La transmisión de conocimientos						
N°		5	4	3	2	1
I.1.1. Tiempo que está trabajando el trabajador.						
1	¿Usted en el tiempo que se encuentra trabajando en la empresa ha brindado inducción a los nuevos trabajadores?					
2	¿Usted ha tenido problemas con dar inducción a los nuevos trabajadores?					
I.1.2. Número de trabajadores capacitados.						
3	¿Usted recibe capacitaciones en su centro de trabajo?					
4	¿El supervisor se preocupa por dar capacitaciones a sus trabajadores?					
I.1.3. Número de horas asistidas del trabajador.						
5	¿Usted ha asistido a las capacitaciones brindadas por la empresa donde trabaja?					
6	¿Usted aplica los conocimientos brindados por la capacitación del supervisor ?					
I.2. Desarrollo de habilidades						
N°		5	4	3	2	1
I.2.1. Cantidad de Materiales.						
7	¿La empresa le brinda materiales o implementación necesaria para poder trabajar?					
8	¿Se encuentra satisfecho con los materiales que utilizas para trabajar?					
I.2.2. Trabajo en equipo						
9	¿Todas las opiniones y sugerencias cuentan sin importar el cargo de quien las diga?					
10	¿Cuándo tienen dudas las resuelven consultando unos a otros?					
I.2.3. Vocación de servicio						
11	¿La vocación de servicio debe ser una característica de los trabajadores de la organización?					
12	¿la empresa implementa una cultura de servicio que contagie y perdure?					
I.3. Desarrollo de actitudes						
N°		5	4	3	2	1
I.3.1. Motivación de los trabajadores.						

13	¿las actividades que realizas te motivan y te permiten desarrollarte en tu centro de trabajo?					
14	¿la actitud del supervisor te impulsa a trabajar más?					
15	¿El ambiente de trabajo me motiva para seguir trabajando?					
16	¿El supervisor se preocupa por la superación de los trabajadores?					
I.3.2. Incentiva su jefe inmediato a su crecimiento profesional						
17	¿El supervisor apoya para mejorar el desempeño de los trabajadores?					
18	¿El supervisor se preocupa por la superación de los trabajadores?					
I.3.3. Seguridad del trabajador.						
19	¿Se ha desarrollado una política de prevención de riesgos del trabajador en la empresa?					
20	¿Ha recibido visitas de la sunafil para comprobar el cumplimiento de la reglamentación de prevención de riesgos del trabajador?					

II. CALIDAD DE SERVICIO						
II.1. Confiabilidad						
N°		5	4	3	2	1
II.1.1. Solución de problemas						
21	¿Mi aportación a la empresa es siempre valiosa?					
22	¿Usted ha intentado solucionar los problemas que se presentan en la atención al cliente?					
23	¿Al no tener solución a los problemas acudido a su encargado en su centro de trabajo?					
II.1.2. Cumplir con lo prometido del servicio.						
24	¿Se ha cumplido con el objetivo del servicio que brinda la empresa?					
25	¿Usted cumple con los pasos necesarios para dar un buen servicio de atención al cliente impuesto por la empresa?					
II.1.3. Compromiso						
26	¿Usted se encuentra comprometido con la función que desempeña en su centro de trabajo?					
27	¿Usted se encuentra feliz por la función que realiza en su centro de trabajo?					
28	¿ ha recibido reconocimiento por su desempeño en el centro de trabajo?					
29	¿Recibe su sueldo en la fecha indicada y no ha tenido problemas con los beneficios que ofrece la empresa?					
II.2. Capacidad de respuesta						
N°		5	4	3	2	1
II.2.1. Seguridad						
30	¿Usted tiene seguridad al expresarse cuando un cliente requiere una respuesta inmediata?					
31	¿Usted como primer encuentro con el cliente, alguna vez ha tenido queja de su forma de comunicación?					
32	¿Su mensaje es claro y preciso cuando el cliente le pregunta sobre el servicio?					
II.2.2. Conductas amables						
33	¿Usted como trabajador siempre está dispuesto a resolver las preguntas o inquietudes del cliente?					

34	¿Usted trata con mucho respeto a los clientes cuando estos no están satisfechos por la atención?					
II.2.3. Empatía						
35	¿Usted como trabajador de la empresa brinda una adecuada atención a los clientes?					
36	¿Usted como trabajador de la empresa aplica el respeto y calidad de servicio a los clientes que ingresan al centro comercial donde trabaja?					
II.3. Satisfacción del cliente						
N°		5	4	3	2	1
II.3.1. Nivel de comunicación con el cliente.						
37	¿Usted sabe que cuanto mejor sea el servicio que les brinda a sus clientes, mayor será la satisfacción que el cliente tiene con la imagen de la empresa?					
II.3.2. Porcentaje de satisfacción del trabajador.						
38	¿Te sentiste satisfecho después de completar el programa de capacitación?					
39	¿El programa de capacitación te proporcionó una buena cantidad de aprendizajes prácticos y teóricos?					
40	¿Tus comentario o sugerencia han ayudado a mejorar el programa?					
II.3.2. Porcentaje de clientes satisfechos.						
41	¿La empresa cuenta con mayor cantidad de clientes después de la capacitación brindada en su centro de trabajo?					
42	• ¿La capacitación brindada en su centro de trabajo ha logrado que disminuya o no exista número de quejas y reclamos por el servicio brindado?					

Anexo 4. Validación de Instrumentos

Juicio del experto del temático

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide v1: capacitación por juicio de experto temático.

No.	Dimensiones/ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	VARIABLE 1: CAPACITACIÓN							
	DIMENSIÓN 1: La trasmisión del conocimiento							
	Indicador: Tiempo que está trabajando el trabajador.	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	¿Usted en el tiempo que se encuentra laborando en la empresa ha brindado inducción a los nuevos trabajadores?	X		X		X		
2	¿Usted ha tenido problemas con dar inducción a los nuevos trabajadores?	X		X		X		
	Indicador: Número de trabajadores capacitados							
3	¿Usted recibe capacitaciones en su centro de trabajo?	X		X		X		
4	¿El supervisor se preocupa por dar capacitaciones a sus trabajadores?	X		X		X		
	Indicador: Número de horas asistidas del trabajador							
5	¿Usted ha asistido a las capacitaciones brindadas por la empresa donde trabaja?	X		X		X		
6	¿Usted aplica los conocimientos brindados por la capacitación del supervisor ?	X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Desarrollo de habilidades							
	Indicador: Cantidad de materiales							
7	¿La empresa le brinda materiales o implementación necesaria para poder trabajar?	X		X		X		
8	¿Se encuentra satisfecho con los materiales que utiliza para trabajar?	X		X		X		
	Indicador: Trabajo en equipo							
9	¿Todas las opiniones y sugerencias cuentan sin importar el cargo de quien las diga?	X		X		X		

10	¿Cuándo tienen dudas las resuelven consultando unos a otros?	X		X		X		
Indicador: Vocación de servicio								
11	¿La vocación de servicio debe ser una característica de los trabajadores de la organización?	X		X		X		
12	¿La empresa implementa una cultura del servicio que contagie, inspire y perdure?	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Desarrollo de actitudes								
Indicador: Motivación de los trabajadores								
13	¿Las actividades que realizas te motivan y te permiten desarrollarte en tu centro de trabajo?	X		X		X		
14	¿La actitud del supervisor te impulsa a trabajar más?	X		X		X		
15	¿El ambiente de trabajo me motiva para seguir trabajando?	X		X		X		
16	¿El supervisor se preocupa por la superación laboral de los trabajadores?	X		X		X		
Indicador: Incentiva su jefe inmediato a su crecimiento profesional								
17	¿El supervisor apoya para mejorar el desempeño de los trabajadores?	X		X		X		
18	¿El supervisor se preocupa por la superación de los trabajadores?	X		X		X		
Indicador: Seguridad del trabajador								
19	¿Se ha desarrollado una política de prevención de riesgos del trabajador en la empresa?	X		X		X		
20	¿Ha recibido visitas de la SUNAFIL para comprobar el cumplimiento de la reglamentación de Prevención de Riesgos del trabajador?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia)

.....**SI EXISTE SUFICIENCIA**.....

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador:

.....**Mg. RAÚL GUALBERTO QUISPE TAYA**.....

DNI: **08086028**

Especialidad del validador:**TEMÁTICO**.....

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

26 de diciembre del 2020.



Firma del experto informante

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide v2: calidad de servicio.

No.	Dimensiones/ítems	1		2		3		Sugerencias
		Pertinencia		Relevancia		Claridad		
	VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO							
	DIMENSIÓN 1: Confiabilidad	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Indicador: Solución de problemas							
21	¿Mi aportación a la empresa es siempre valiosa?	X		X		X		
22	¿Usted ha intentado solucionar los problemas que se presentan en la atención al cliente?	X		X		X		
23	¿Al no tener solución a los problemas acudido a su encargado en su centro de trabajo?	X		X		X		
	Indicador: Cumplir con lo prometido del servicio							

24	¿Se ha cumplido con el objetivo del servicio que brinda la empresa?	X		X		X		
25	¿Usted cumple con los pasos necesarios para dar un buen servicio de atención al cliente impuesto por la empresa?	X		X		X		
Indicador: Compromiso								
26	¿Usted se encuentra comprometido con la función que desempeña en su centro de trabajo?	X		X		X		
27	¿Usted se encuentra feliz por la función que realiza en su centro de trabajo?	X		X		X		
28	¿Ha recibido reconocimiento por su desempeño en el centro de trabajo?	X		X		X		
29	¿Recibe su sueldo en la fecha indicada y no ha tenido problemas con los beneficios que ofrece la empresa?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Capacidad de respuesta								
Indicador: Seguridad								
30	¿Usted tiene seguridad al expresarse cuando un cliente requiere una respuesta inmediata?	X		X		X		
31	¿Usted como primer encuentro con el cliente, alguna vez ha tenido queja de su forma de comunicación?	X		X		X		
32	¿Su mensaje es claro y preciso cuando el cliente le pregunta sobre el servicio?	X		X		X		
Indicador: Conductas amables								
33	¿Usted como trabajador siempre está dispuesto a resolver las preguntas o inquietudes del cliente?	X		X		X		

34	¿Usted trata con mucho respeto a los clientes cuando estos no están satisfechos por la atención?	X		X		X		
Indicador: Empatía								
35	¿Usted como trabajador de la empresa brinda una adecuada atención a los clientes?	X		X		X		
36	¿Usted como trabajador de la empresa aplica el respeto y calidad de servicio a los clientes que ingresan al centro comercial donde trabaja?	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Satisfacción del cliente								
Indicador: Nivel de comunicación con el cliente								
37	¿Usted sabe que cuanto mejor sea el servicio que les brinda a sus clientes, mayor será la satisfacción que el cliente tiene con la imagen de la empresa?	X		X		X		
Indicador: Porcentaje de satisfacción del trabajador								
38	¿Te sentiste satisfecho después de completar el programa de capacitación?	X		X		X		
39	¿El programa de capacitación te proporcionó una buena cantidad de aprendizajes prácticos y teóricos?	X		X		X		
40	¿Tus comentarios o sugerencias han ayudado a mejorar el programa?	X		X		X		
Indicador: Porcentaje de clientes satisfechos								

41	¿La empresa cuenta con mayor cantidad de clientes después de la capacitación brindada en su centro de trabajo?	X		X		X		
42	¿La capacitación brindada en su centro de trabajo ha logrado que disminuya o no exista número de quejas y reclamos por el servicio brindado?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia)

.....**SI EXISTE SUFICIENCIA**.....

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador:

.....**Mg. RAÚL GUALBERTO QUISPE TAYA**.....

DNI: **08086028**

Especialidad del validador:**TEMÁTICO**.....

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

26 de diciembre del 2020.



Firma del experto informante

Juicio de experto metodólogo

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide v1: capacitación por juicio de experto metodólogo.

No.	Dimensiones/ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	VARIABLE 1: CAPACITACIÓN							
	DIMENSIÓN 1: La trasmisión del conocimiento							
	Indicador: Tiempo que está trabajando el trabajador.	SI	NO	SI	NO	SI	NO	

1	¿Usted en el tiempo que se encuentra laborando en la empresa ha brindado inducción a los nuevos trabajadores?	X		X		X		
2	¿Usted ha tenido problemas con dar inducción a los nuevos trabajadores?	X		X		X		
Indicador: Número de trabajadores capacitados								
3	¿Usted recibe capacitaciones en su centro de trabajo?	X		X		X		
4	¿El supervisor se preocupa por dar capacitaciones a sus trabajadores?	X		X		X		
Indicador: Número de horas asistidas del trabajador								
5	¿Usted ha asistido a las capacitaciones brindadas por la empresa donde trabaja?	X		X		X		
6	¿Usted aplica los conocimientos brindados por la capacitación del supervisor ?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Desarrollo de habilidades								
Indicador: Cantidad de materiales								
7	¿La empresa le brinda materiales o implementación necesaria para poder trabajar?	X		X		X		
8	¿Se encuentra satisfecho con los materiales que utilizas para trabajar?	X		X		X		
Indicador: Trabajo en equipo								
9	¿Todas las opiniones y sugerencias cuentan sin importar el cargo de quien las diga?	X		X		X		
10	¿Cuándo tienen dudas las resuelven consultando unos a otros?	X		X		X		
Indicador: Vocación de servicio								
11	¿La vocación de servicio debe ser una característica de los trabajadores de la organización?	X		X		X		
12	¿La empresa implementa una cultura del servicio que contagie, inspire y perdure?	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Desarrollo de actitudes								
Indicador: Motivación de los trabajadores								
13	¿Las actividades que realizas te motivan y te permiten desarrollarte en tu centro de trabajo?	X		X		X		
14	¿La actitud del supervisor te impulsa a trabajar más?	X		X		X		

15	¿El ambiente de trabajo me motiva para seguir trabajando?	X		X		X		
16	¿El supervisor se preocupa por la superación laboral de los trabajadores?	X		X		X		
Indicador: Incentiva su jefe inmediato a su crecimiento profesional								
17	¿El supervisor apoya para mejorar el desempeño de los trabajadores?	X		X		X		
18	¿El supervisor se preocupa por la superación de los trabajadores?	X		X		X		
Indicador: Seguridad del trabajador								
19	¿Se ha desarrollado una política de prevención de riesgos del trabajador en la empresa?	X		X		X		
20	¿Ha recibido visitas de la SUNAFIL para comprobar el cumplimiento de la reglamentación de Prevención de Riesgos del trabajador?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia)

.....**SI EXISTE SUFICIENCIA**.....

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable (**X**) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador:

.....Dr. ÁNGEL NOÉ QUISPE TALLA.....

DNI: 31677905

Especialidad del validador:**METODÓLOGO**.....

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

26 de diciembre del 2020.


Firma del experto informante

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide v2: calidad de servicio.

No.	Dimensiones/ítems	1		2		3		Sugerencias
		Pertinencia		Relevancia		Claridad		
	VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO							
	DIMENSIÓN 1: Confiabilidad	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Indicador: Solución de problemas							
21	¿Mi aportación a la empresa es siempre valiosa?	X		X		X		
22	¿Usted ha intentado solucionar los problemas que se presentan en la atención al cliente?	X		X		X		
23	¿Al no tener solución a los problemas a acudido a su encargado en su centro de trabajo?	X		X		X		
	Indicador: Cumplir con lo prometido del servicio							
24	¿Se ha cumplido con el objetivo del servicio que brinda la empresa?	X		X		X		
25	¿Usted cumple con los pasos necesarios para dar un buen servicio de atención al cliente impuesto por la empresa?	X		X		X		
	Indicador: Compromiso							
26	¿Usted se encuentra comprometido con la función que desempeña en su centro de trabajo?	X		X		X		
27	¿Usted se encuentra feliz por la función que realiza en su centro de trabajo?	X		X		X		
28	¿Ha recibido reconocimiento por su desempeño en el centro de trabajo?	X		X		X		
29	¿Recibe su sueldo en la fecha indicada y no ha tenido problemas con los beneficios que ofrece la empresa?	X		X		X		

	DIMENSIÓN 2: Capacidad de respuesta						
	Indicador: Seguridad						
30	¿Usted tiene seguridad al expresarse cuando un cliente requiere una respuesta inmediata?	X		X		X	
31	¿Usted como primer encuentro con el cliente, alguna vez ha tenido queja de su forma de comunicación?	X		X		X	
32	¿Su mensaje es claro y preciso cuando el cliente le pregunta sobre el servicio?	X		X		X	
	Indicador: Conductas amables						
33	¿Usted como trabajador siempre está dispuesto a resolver las preguntas o inquietudes del cliente?	X		X		X	
34	¿Usted trata con mucho respeto a los clientes cuando estos no están satisfechos por la atención?	X		X		X	
	Indicador: Empatía						
35	¿Usted como trabajador de la empresa brinda una adecuada atención a los clientes?	X		X		X	
36	¿Usted como trabajador de la empresa aplica el respeto y calidad de servicio a los clientes que ingresan al centro comercial donde trabaja?	X		X		X	
	DIMENSIÓN 3: Satisfacción del cliente						
	Indicador: Nivel de comunicación con el cliente						

37	¿Usted sabe que cuanto mejor sea el servicio que les brinda a sus clientes, mayor será la satisfacción que el cliente tiene con la imagen de la empresa?	X		X		X		
Indicador: Porcentaje de satisfacción del trabajador								
38	¿Te sentiste satisfecho después de completar el programa de capacitación?	X		X		X		
39	¿El programa de capacitación te proporcionó una buena cantidad de aprendizajes prácticos y teóricos?	X		X		X		
40	¿Tus comentarios o sugerencias han ayudado a mejorar el programa?	X		X		X		
Indicador: Porcentaje de clientes satisfechos								
41	¿La empresa cuenta con mayor cantidad de clientes después de la capacitación brindada en su centro de trabajo?	X		X		X		
42	¿La capacitación brindada en su centro de trabajo ha logrado que disminuya o no exista número de quejas y reclamos por el servicio brindado?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia)

.....**SI EXISTE SUFICIENCIA**.....

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable (**X**) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador:

.....Dr. ÁNGEL NOÉ QUISPE TALLA.....

DNI: 31677905

Especialidad del validador:METODÓLOGO.....

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

02 de enero del 2021.


Firma del experto informante

Anexo 5: Matriz de datos

Variable	CAPACITACION																			
Dimensión	LA TRANSMISIÓN DE CONOCIMIENTOS						DESARROLLO DE HABILIDADES						DESARROLLO DE ACTITUDES							
Ítem	C1	C2	C3	C4	C5	C6	S1	S2	S3	S4	S5	S6	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8
Entrevistado 1	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	3	3	1	2	2	2	4	4
Entrevistado 2	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	3	3	1	2	2	2	4	4
Entrevistado 3	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	3	3	1	2	2	2	4	4
Entrevistado 4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	3	3	1	2	2	2	4	4
Entrevistado 5	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	3	3	1	3	3	3	4	4
Entrevistado 6	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	3	3	1	2	2	2	4	4
Entrevistado 7	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	3	3	1	2	2	2	4	4
Entrevistado 8	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	3	3	1	2	2	2	4	4
Entrevistado 9	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	3	3	1	2	2	2	4	4
Entrevistado 10	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	3	3	1	2	2	2	4	4
Entrevistado 11	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	3	3	1	2	2	2	4	4
Entrevistado 12	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	3	3	1	2	2	2	4	4
Entrevistado 13	4	4	2	2	3	3	3	2	2	5	5	4	4	3	1	1	1	2	3	3
Entrevistado 14	4	2	4	5	2	4	1	1	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3
Entrevistado 15	5	1	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	1
Entrevistado 16	3	3	3	1	4	4	4	4	3	5	5	5	4	3	3	3	3	3	1	1
Entrevistado 17	1	1	1	1	5	1	1	5	5	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Entrevistado 18	1	1	1	1	1	1	5	1	1	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Entrevistado 19	2	3	4	3	4	3	2	3	4	4	4	2	3	2	3	1	3	3	1	1
Entrevistado 20	1	1	2	2	4	4	2	2	2	5	5	3	4	2	2	1	1	1	4	3
Entrevistado 21	2	2	4	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1
Entrevistado 22	2	2	1	1	1	1	1	1	3	2	4	3	3	2	2	2	2	2	1	2
Entrevistado 23	1	1	1	1	1	1	5	1	1	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Entrevistado 24	1	1	1	1	1	1	5	1	1	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Entrevistado 25	3	4	4	4	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	2	3	4	3	3	3
Entrevistado 26	1	1	1	1	5	1	1	5	5	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Entrevistado 27	2	1	2	2	3	2	3	2	2	5	5	4	3	2	1	1	1	1	2	2
Entrevistado 28	2	1	2	2	3	4	3	2	2	5	5	4	3	2	1	1	1	1	2	2
Entrevistado 29	2	1	2	2	3	4	3	2	2	5	5	4	3	2	1	1	1	1	2	2
Entrevistado 30	2	1	2	2	3	4	3	2	2	5	5	4	3	2	1	1	1	1	2	2
Entrevistado 31	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	3	3	1	2	2	2	4	4
Entrevistado 32	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	3	3	1	2	2	2	4	4
Entrevistado 33	5	1	3	3	5	5	4	3	2	5	5	4	3	2	3	2	2	3	3	3
Entrevistado 34	5	1	3	3	5	5	4	3	2	5	5	4	3	2	3	2	2	3	3	3
Entrevistado 35	4	2	1	3	3	3	1	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1
Entrevistado 36	4	4	2	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2
Entrevistado 37	2	4	2	4	2	3	2	2	3	5	5	4	4	2	4	4	4	4	2	1
Entrevistado 38	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2
Entrevistado 39	5	1	3	3	5	5	4	3	2	5	5	4	3	2	3	2	2	3	3	3
Entrevistado 40	5	1	3	3	5	5	4	3	2	5	5	4	3	2	3	2	2	3	3	3
Entrevistado 41	5	1	3	3	5	5	4	3	2	5	5	4	3	2	3	2	2	3	3	3
Entrevistado 42	5	1	3	3	5	5	4	3	2	5	5	4	3	2	3	2	2	3	3	3
Entrevistado 43	5	1	3	3	5	5	4	3	2	5	5	4	3	2	3	2	2	3	3	3
Entrevistado 44	5	1	3	3	5	5	4	3	2	5	5	4	3	2	3	2	2	3	3	3
Entrevistado 45	2	4	3	3	3	3	2	2	1	5	5	4	1	1	1	1	1	1	2	2
Entrevistado 46	2	4	3	3	3	3	2	2	1	5	5	4	1	1	1	1	1	1	2	2
Entrevistado 47	3	2	4	4	3	4	2	3	2	5	5	3	4	3	3	2	4	3	2	2
Entrevistado 48	3	2	3	3	3	4	2	3	2	5	5	3	4	3	3	2	4	3	2	2
Entrevistado 49	5	5	3	3	5	5	4	4	3	5	5	4	4	3	3	1	1	1	5	5
Entrevistado 50	2	3	3	2	4	3	2	3	4	4	4	2	3	2	3	1	3	3	1	1

Entrevistado 51	2	3	3	2	4	3	2	3	4	4	4	2	3	2	3	1	3	3	1	1
Entrevistado 52	2	3	2	2	3	5	2	2	2	5	5	4	3	2	3	2	3	3	2	2
Entrevistado 53	2	1	2	2	3	4	3	2	2	5	5	4	3	2	1	1	1	1	2	2
Entrevistado 54	5	3	3	3	5	5	3	3	5	5	5	4	5	3	3	3	3	3	3	1
Entrevistado 55	5	1	2	3	4	5	5	4	3	5	5	3	4	2	2	2	2	2	3	3
Entrevistado 56	5	5	3	3	5	5	4	3	2	5	5	3	3	2	3	2	2	3	3	3
Entrevistado 57	5	1	3	3	5	5	4	3	2	5	5	4	3	2	3	2	2	3	3	3
Entrevistado 58	5	1	3	3	5	5	4	3	2	5	5	3	3	2	3	2	2	3	3	3
Entrevistado 59	3	2	3	3	3	4	2	3	2	5	5	3	4	3	3	2	4	3	3	35
Entrevistado 60	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	3	3	1	2	2	2	4	4
Entrevistado 61	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	3	3	1	2	2	2	4	4
Entrevistado 62	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	3	3	1	2	2	2	4	4
Entrevistado 63	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	3	3	1	2	2	2	4	4
Entrevistado 64	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	3	3	1	2	2	2	4	4
Entrevistado 65	5	1	3	3	5	5	4	3	2	5	5	4	3	2	3	2	2	3	3	3
Entrevistado 66	5	1	3	3	5	5	4	3	2	5	5	4	3	2	3	2	2	3	3	3
Entrevistado 67	1	1	2	2	4	4	2	2	2	5	5	3	4	2	2	1	1	1	4	3
Entrevistado 68	5	2	3	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
Entrevistado 69	4	2	4	3	3	5	3	2	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3
Entrevistado 70	3	1	3	3	1	3	2	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3	3	1
Entrevistado 71	5	1	2	3	4	3	3	4	3	5	5	4	5	4	3	3	4	3	3	1
Entrevistado 72	2	1	2	2	3	4	3	2	2	5	5	4	3	2	1	1	1	1	3	3
Entrevistado 73	4	1	3	2	4	5	3	3	2	5	5	4	3	3	1	1	1	1	4	4
Entrevistado 74	4	1	3	2	4	5	3	3	2	5	5	4	3	3	1	1	1	1	4	4
Entrevistado 75	2	1	2	2	3	4	3	2	2	5	5	4	3	2	1	1	1	1	2	2
Entrevistado 76	5	3	2	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	2	2	2	2	1
Entrevistado 77	3	2	3	2	2	4	2	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	2	3	2
Entrevistado 78	2	2	2	1	2	5	1	2	2	5	4	3	3	3	3	2	2	2	3	1
Entrevistado 79	2	4	3	3	3	3	2	2	1	5	5	4	1	1	1	1	1	1	2	2
Entrevistado 80	2	4	3	3	3	3	2	2	1	5	5	4	1	1	1	1	1	1	2	2
Entrevistado 81	2	4	3	3	3	3	2	2	1	5	5	4	1	1	1	1	1	1	2	2
Entrevistado 82	5	1	3	3	5	5	4	3	2	5	5	3	3	2	3	2	2	3	3	3
Entrevistado 83	5	1	3	3	5	5	4	3	2	5	5	3	3	2	3	2	2	3	3	3
Entrevistado 84	3	5	2	2	2	3	4	3	3	5	5	3	4	3	3	2	2	2	2	2
Entrevistado 85	5	1	3	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	1
Entrevistado 86	1	1	1	2	3	3	1	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	2	1
Entrevistado 87	5	3	3	3	5	5	3	3	5	5	5	3	5	3	3	3	3	3	3	1
Entrevistado 88	5	2	3	3	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
Entrevistado 89	5	5	1	2	1	5	1	2	5	4	5	3	3	4	3	3	3	3	2	1
Entrevistado 90	2	1	1	2	1	3	2	3	4	5	4	3	3	2	3	4	3	4	3	1
Entrevistado 91	2	2	4	2	4	3	1	1	4	5	4	4	4	4	4	3	3	5	3	1
Entrevistado 92	4	1	3	3	3	3	3	3	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
Entrevistado 93	3	1	2	3	2	3	2	3	3	5	5	4	2	3	3	3	2	3	2	1
Entrevistado 94	5	1	2	3	4	5	5	4	3	5	5	3	4	2	2	2	2	2	3	3
Entrevistado 95	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	3	3	1	2	4	4	4	4
Entrevistado 96	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	3	3	1	3	3	3	4	4
Entrevistado 97	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	3	3	1	2	2	2	4	4
Entrevistado 98	5	1	2	3	4	5	5	4	3	4	4	3	4	2	2	2	2	2	3	3
Entrevistado 99	3	3	3	1	4	4	4	4	3	5	5	5	4	3	3	3	3	3	1	1
Entrevistado 100	5	1	3	3	5	5	4	3	2	5	5	4	3	2	3	2	2	3	3	3

Entrevistado 101	5	1	3	3	5	5	4	3	2	5	5	4	3	2	3	2	2	3	3	3
Entrevistado 102	1	2	2	2	3	3	2	2	3	4	4	4	4	1	3	2	2	2	3	3
Entrevistado 103	3	1	3	4	2	3	2	3	3	5	5	4	2	4	4	4	3	4	2	1
Entrevistado 104	1	1	3	3	2	3	3	3	2	5	5	4	4	3	5	2	2	1	1	1
Entrevistado 105	4	1	3	3	3	3	2	3	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
Entrevistado 106	4	2	4	3	3	5	3	4	3	3	3	4	5	5	5	4	3	3	4	3
Entrevistado 107	1	1	2	2	4	4	2	2	2	5	5	3	4	2	2	1	1	1	4	3
Entrevistado 108	1	1	2	2	4	4	2	2	2	5	5	3	4	2	2	1	1	1	4	3
Entrevistado 109	4	3	3	3	4	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	4	2	2
Entrevistado 110	2	3	3	2	4	3	2	3	4	4	4	2	3	2	3	1	3	3	1	1
Entrevistado 111	1	1	2	2	4	4	2	2	2	4	5	3	4	2	2	1	1	1	4	3
Entrevistado 112	3	2	2	2	2	2	2	1	3	3	3	4	4	3	3	2	3	4	2	2
Entrevistado 113	3	2	2	2	3	4	2	2	5	3	5	3	4	3	2	2	3	2	2	2
Entrevistado 114	1	1	2	2	3	3	2	3	1	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5
Entrevistado 115	4	3	3	4	4	2	2	3	4	4	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3
Entrevistado 116	1	1	2	2	4	4	2	2	2	5	5	3	4	2	2	1	1	1	4	3
Entrevistado 117	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	3	4	3	3	4
Entrevistado 118	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4	5	4	4	4	4	5
Entrevistado 119	4	2	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1
Entrevistado 120	1	1	2	2	4	4	2	2	2	5	5	3	4	2	2	1	1	1	4	3
Entrevistado 121	4	2	3	3	4	2	2	2	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2
Entrevistado 122	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3
Entrevistado 123	5	2	2	1	3	1	3	3	1	5	5	4	4	2	3	1	1	1	1	1
Entrevistado 124	2	2	2	2	3	5	2	2	2	5	5	3	3	2	3	2	3	3	2	2
Entrevistado 125	2	2	2	2	3	5	2	2	2	5	5	3	3	2	3	2	3	3	2	2
Entrevistado 126	2	3	3	2	4	3	2	3	4	4	4	2	3	2	3	1	3	3	1	1
Entrevistado 127	5	3	3	1	3	1	3	3	1	5	5	4	4	2	3	1	1	1	1	1
Entrevistado 128	4	1	3	2	5	3	3	2	5	5	4	3	3	1	1	1	1	4	4	3
Entrevistado 129	5	1	3	3	5	5	4	3	2	5	5	3	3	2	3	2	2	3	3	3
Entrevistado 130	4	1	3	3	3	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	2	5	4	5	4
Entrevistado 131	4	1	3	3	3	3	2	3	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
Entrevistado 132	2	4	3	3	3	3	2	2	1	5	5	4	1	1	1	1	1	1	2	2
Entrevistado 133	2	2	4	2	5	2	2	2	3	3	3	4	4	4	4	3	2	2	1	1
Entrevistado 134	2	3	3	3	3	2	2	2	3	4	3	3	4	3	3	2	2	2	2	1
Entrevistado 135	5	3	3	1	3	1	3	3	5	5	4	4	2	3	1	1	1	1	1	1
Entrevistado 136	4	3	4	3	2	3	2	1	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	1
Entrevistado 137	4	3	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2	4	1	2	2	2	2	2	1
Entrevistado 138	3	2	3	3	4	2	3	2	3	4	2	3	3	4	3	2	3	3	1	2
Entrevistado 139	4	4	2	2	4	2	1	1	4	2	2	3	4	4	2	2	4	4	2	2
Entrevistado 140	3	2	3	3	4	2	1	2	4	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2
Entrevistado 141	5	1	3	3	5	5	4	3	2	5	5	4	3	2	3	2	2	3	3	3
Entrevistado 142	1	2	2	2	3	3	2	2	3	4	4	4	4	1	3	1	1	1	2	2
Entrevistado 143	5	1	4	4	2	3	2	2	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2
Entrevistado 144	1	2	2	2	3	3	2	2	3	4	4	4	4	1	3	1	1	1	2	2
Entrevistado 145	2	4	3	3	3	3	2	2	1	5	5	4	1	1	1	1	1	1	2	2
Entrevistado 146	5	1	3	3	5	5	4	3	2	5	5	4	3	2	3	2	2	3	3	3
Entrevistado 147	5	1	2	3	4	5	5	4	3	5	5	3	4	2	2	2	2	2	3	3
Entrevistado 148	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	1
Entrevistado 149	5	1	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	1
Entrevistado 150	4	1	3	3	3	3	2	3	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4

Entrevistado 151	4	1	3	2	4	5	3	3	3	5	5	4	4	4	1	1	1	1	4	4
Entrevistado 152	5	1	3	3	5	5	4	3	2	5	5	4	3	2	3	2	2	3	3	3
Entrevistado 153	5	1	3	3	5	5	4	3	2	5	5	3	3	2	3	2	2	3	3	3
Entrevistado 154	5	1	3	3	5	5	4	3	2	5	5	4	3	2	3	2	2	3	3	3
Entrevistado 155	4	1	3	2	4	5	3	3	2	5	5	4	3	3	1	1	1	1	4	4
Entrevistado 156	1	1	2	2	4	4	2	2	2	5	5	3	4	2	2	1	1	1	4	3
Entrevistado 157	1	1	2	2	4	4	2	2	2	5	5	3	4	2	2	1	1	1	4	3
Entrevistado 158	1	1	2	2	4	4	2	2	2	5	5	3	4	2	2	1	1	1	4	3
Entrevistado 159	1	1	2	2	4	4	2	2	2	5	5	3	4	2	2	1	4	3	1	1
Entrevistado 160	4	2	4	3	4	3	2	2	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
Entrevistado 161	5	1	3	2	5	5	2	2	2	5	5	4	4	2	1	1	1	1	2	2
Entrevistado 162	5	1	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	1	5	5
Entrevistado 163	5	1	3	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	1
Entrevistado 164	1	1	2	2	4	4	2	2	2	5	5	3	4	2	2	1	1	1	4	3
Entrevistado 165	5	1	3	3	5	5	4	3	2	5	5	3	3	2	3	2	2	3	3	3
Entrevistado 166	5	1	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4		5	4	4	4	1
Entrevistado 167	5	5	2	2	4	4	3	4	2	5	5	4	3	2	4	2	2	2	4	4
Entrevistado 168	5	5	2	2	4	4	3	4	2	5	5	4	3	2	4	2	2	2	4	4
Entrevistado 169	5	5	3	3	4	4	3	4	3	5	5	4	3	2	4	2	2	2	4	4
Entrevistado 170	5	1	2	3	4	5	5	4	3	5	5	3	4	3	2	2	2	2	2	3
Entrevistado 171	5	1	2	3	4	5	5	4	3	5	5	3	4	2	2	2	2	2	3	3
Entrevistado 172	3	2	3	3	3	4	2	3	2	5	5	3	4	3	3	2	4	3	2	2
Entrevistado 173	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	1
Entrevistado 174	5	5	2	2	4	4	3	4	2	5	5	4	3	2	4	2	2	2	4	4
Entrevistado 175	5	1	3	3	5	5	4	3	2	5	5	4	3	2	3	2	2	3	3	3
Entrevistado 176	5	3	2	2	2	4	4	4	3	4	2	2	3	2	3	2	2	2	2	1
Entrevistado 177	5	1	2	3	4	5	5	4	3	5	5	3	4	2	2	2	2	2	3	3
Entrevistado 178	5	1	3	3	5	5	4	3	2	5	5	4	3	2	3	2	2	3	3	3
Entrevistado 179	5	1	3	3	5	5	4	3	2	5	5	4	3	2	3	2	2	3	3	3
Entrevistado 180	5	1	3	3	5	5	4	3	2	5	5	4	3	2	3	2	2	3	3	3
Entrevistado 181	5	1	3	3	5	5	4	3	2	5	5	4	3	2	3	2	2	3	3	3
Entrevistado 182	5	1	3	3	5	5	4	3	2	5	5	4	3	2	3	2	2	3	3	3
Entrevistado 183	5	3	2	2	3	4	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	1
Entrevistado 184	2	3	3	2	4	3	2	3	4	4	4	2	3	2	3	1	3	3	1	1
Entrevistado 185	1	2	2	2	3	3	2	2	3	4	4	4	4	1	3	1	2	2	2	2
Entrevistado 186	1	2	2	2	3	3	2	2	3	3	4	3	4	1	3	1	1	1	2	2
Entrevistado 187	3	1	3	3	2	3	3	5	5	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	1
Entrevistado 188	1	1	2	2	4	4	2	2	2	5	5	3	4	2	2	1	1	1	4	3
Entrevistado 189	1	1	2	2	4	4	2	2	2	5	5	3	4	3	3	1	1	1	4	3
Entrevistado 190	1	1	2	2	4	4	2	2	2	5	5	3	4	2	2	1	1	1	5	4
Entrevistado 191	1	1	2	2	4	4	2	2	2	5	5	3	4	2	2	1	1	1	4	3
Entrevistado 192	1	1	2	2	4	4	2	2	2	5	5	3	4	2	2	1	1	1	4	3
Entrevistado 193	1	1	2	2	4	4	2	2	2	5	5	3	4	2	2	1	1	1	4	3
Entrevistado 194	1	1	2	2	4	4	2	2	2	5	5	3	4	2	2	1	1	1	4	3
Entrevistado 195	4	4	3	3	3	3	1	1	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	1	1
Entrevistado 196	3	3	3	3	3	2	2	2	2	5	5	3	4	4	4	3	2	2	1	1

Variable	CALIDAD DE SERVICIO																						
	Dimensión	CONFIABILIDAD									CAPACIDAD DE RESPUESTA							SATISFACION AL CLIENTE					
		ítem	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	A1	A2	A3	A4	A5
Entrevistado 1	1	4	4	3	4	5	5	1	3	4	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
Entrevistado 2	1	4	4	3	4	5	5	1	3	4	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
Entrevistado 3	1	4	4	3	4	5	5	1	3	4	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
Entrevistado 4	1	4	4	3	4	5	5	1	3	4	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
Entrevistado 5	1	4	4	3	4	5	5	1	3	4	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
Entrevistado 6	1	4	4	3	4	5	5	1	3	4	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
Entrevistado 7	1	4	4	3	4	5	5	1	3	4	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
Entrevistado 8	1	4	4	3	4	5	5	1	3	4	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
Entrevistado 9	1	4	4	3	4	5	5	1	3	4	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
Entrevistado 10	1	4	4	3	4	5	5	1	3	4	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
Entrevistado 11	1	4	4	3	4	5	5	1	3	4	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
Entrevistado 12	1	4	4	3	4	5	5	1	3	4	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
Entrevistado 13	3	5	3	3	5	5	5	1	1	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
Entrevistado 14	4	5	5	5	5	5	4	1	1	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	
Entrevistado 15	1	5	3	5	5	5	5	1	3	3	1	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	
Entrevistado 16	3	4	3	3	4	5	5	1	1	5	1	4	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5	
Entrevistado 17	5	5	5	1	5	5	1	1	1	5	1	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	
Entrevistado 18	5	5	5	1	5	5	1	1	1	5	1	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	
Entrevistado 19	4	5	4	3	5	5	5	1	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	
Entrevistado 20	1	5	2	3	4	5	5	1	4	3	4	1	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	
Entrevistado 21	4	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	5	5	5	5	5	5	
Entrevistado 22	3	3	3	4	1	2	2	1	2	3	2	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	
Entrevistado 23	5	5	5	1	5	5	1	1	1	5	1	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	
Entrevistado 24	5	5	5	1	5	5	1	1	1	5	1	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	
Entrevistado 25	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	3	
Entrevistado 26	5	5	5	1	5	5	1	1	1	5	1	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	
Entrevistado 27	3	5	2	4	4	5	5	1	1	4	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	
Entrevistado 28	3	5	2	4	4	5	5	1	1	4	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	
Entrevistado 29	3	5	2	4	4	5	5	1	1	4	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	
Entrevistado 30	3	5	2	4	4	5	5	1	1	4	1	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	
Entrevistado 31	1	4	4	3	4	5	5	1	3	4	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
Entrevistado 32	1	4	4	3	4	5	5	1	3	4	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
Entrevistado 33	1	5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
Entrevistado 34	1	5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
Entrevistado 35	4	4	4	4	3	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	
Entrevistado 36	3	3	3	3	3	3	3	3	1	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	
Entrevistado 37	4	4	4	4	5	4	4	1	2	4	1	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	
Entrevistado 38	4	4	4	3	4	4	4	2	1	4	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
Entrevistado 39	1	5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
Entrevistado 40	1	5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
Entrevistado 41	1	5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
Entrevistado 42	1	5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
Entrevistado 43	1	5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
Entrevistado 44	1	5	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
Entrevistado 45	2	5	3	4	5	5	5	1	1	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	
Entrevistado 46	2	5	3	4	5	5	5	1	1	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	
Entrevistado 47	5	5	4	4	5	4	5	2	1	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	
Entrevistado 48	5	5	4	4	5	4	5	2	1	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	
Entrevistado 49	4	5	3	4	4	5	5	3	4	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	
Entrevistado 50	4	5	4	3	5	5	5	1	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	

Entrevistado 51	4	5	4	3	5	5	5	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	5	5
Entrevistado 52	4	5	3	4	5	5	5	1	2	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
Entrevistado 53	3	5	2	4	4	5	5	1	1	4	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
Entrevistado 54	2	5	5	3	5	5	3	1	3	3	1	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4
Entrevistado 55	2	5	3	3	3	4	5	1	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 56	1	5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 57	1	5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 58	1	5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 59	5	4	4	5	4	5	2	1	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
Entrevistado 60	1	4	4	3	4	5	5	1	3	4	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 61	1	4	4	3	4	5	5	1	3	4	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 62	1	4	4	3	4	5	5	1	3	4	2	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 63	1	5	4	3	4	5	5	1	3	4	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 64	1	4	4	3	4	5	5	1	3	4	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 65	1	5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 66	1	5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 67	1	5	2	3	4	5	5	1	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
Entrevistado 68	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	1	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4
Entrevistado 69	3	4	5	4	5	5	5	3	1	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	3	2	5
Entrevistado 70	2	2	5	4	4	4	5	1	2	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5
Entrevistado 71	2	5	5	3	5	4	3	1	2	5	1	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4
Entrevistado 72	3	5	2	4	4	5	5	1	1	4	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
Entrevistado 73	3	3	1	1	1	1	4	4	1	4	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
Entrevistado 74	3	4	3	3	3	5	5	1	3	4	1	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 75	3	5	2	4	4	5	5	1	1	4	1	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
Entrevistado 76	3	4	3	3	3	4	4	1	2	4	3	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 77	2	5	5	4	4	4	3	2	1	4	1	5	5	3	4	3	5	4	4	3	3	5
Entrevistado 78	5	4	5	4	5	5	3	2	1	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 79	2	5	3	4	5	5	5	1	1	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5
Entrevistado 80	2	5	3	4	5	5	5	1	1	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
Entrevistado 81	2	5	3	4	5	5	5	1	1	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
Entrevistado 82	1	5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 83	1	5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 84	3	4	3	5	5	5	4	2	4	5	1	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
Entrevistado 85	5	5	5	5	5	5	4	1	5	5	1	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
Entrevistado 86	5	4	4	4	4	5	4	1	1	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
Entrevistado 87	2	5	5	3	5	5	3	1	3	5	1	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4
Entrevistado 88	3	4	3	5	5	5	5	1	3	4	1	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
Entrevistado 89	4	5	4	3	2	5	5	1	1	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
Entrevistado 90	3	5	2	5	5	5	4	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5
Entrevistado 91	4	5	4	3	4	4	4	1	1	5	4	2	5	3	4	4	3	3	3	3	3	3
Entrevistado 92	3	4	3	5	5	5	5	1	3	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 93	4	4	5	3	5	4	4	3	2	4	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 94	2	5	3	4	5	1	5	1	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 95	1	4	4	3	4	5	5	1	3	4	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 96	1	4	4	3	4	5	5	1	3	4	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 97	1	4	4	3	4	5	5	1	3	4	2	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 98	2	5	3	3	3	4	5	1	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 99	3	4	3	3	4	5	5	1	1	5	1	4	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 100	1	5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Entrevistado 101	1	5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 102	2	4	3	3	4	5	4	2	3	3	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 103	4	4	5	3	5	4	4	3	2	4	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 104	3	5	5	4	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 105	4	4	3	5	4	5	5	1	3	4	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 106	3	4	5	4	5	5	5	3	1	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5
Entrevistado 107	1	5	2	3	4	5	5	1	4	3	4	1	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
Entrevistado 108	1	5	2	3	4	5	5	1	4	3	4	1	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
Entrevistado 109	4	4	4	3	3	4	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Entrevistado 110	4	5	4	3	5	5	5	1	1	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
Entrevistado 111	1	5	2	3	4	5	5	1	4	3	4	1	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4
Entrevistado 112	3	4	4	3	3	3	4	2	1	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
Entrevistado 113	3	5	3	4	5	4	4	2	1	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5
Entrevistado 114	5	5	4	5	5	4	5	3	2	4	2	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5
Entrevistado 115	4	3	4	2	2	4	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	4	4	4	2	3	3
Entrevistado 116	1	5	2	3	4	5	5	1	4	3	4	1	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
Entrevistado 117	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	5
Entrevistado 118	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5
Entrevistado 119	3	3	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
Entrevistado 120	1	5	2	3	4	5	5	1	4	3	4	1	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
Entrevistado 121	4	3	4	3	3	4	3	1	2	4	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Entrevistado 122	3	4	4	4	4	4	4	3	2	4	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
Entrevistado 123	4	5	3	4	4	5	5	1	3	4	1	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
Entrevistado 124	4	5	3	4	5	5	5	1	2	4	2	5	5	5	5	5	5	4	5	5		
Entrevistado 125	4	5	3	4	5	5	5	1	2	4	2	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
Entrevistado 126	4	5	4	3	5	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
Entrevistado 127	4	5	3	4	4	5	5	1	3	4	1	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
Entrevistado 128	3	4	3	4	4	5	5	1	3	4	1	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 129	1	5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 130	4	4	3	5	5	5	5	1	3	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 131	3	4	3	5	5	5	5	1	3	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 132	2	5	3	4	5	5	5	1	1	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
Entrevistado 133	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3
Entrevistado 134	4	4	3	3	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Entrevistado 135	4	5	3	4	4	5	5	1	3	4	1	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
Entrevistado 136	3	3	3	4	3	3	3	3	1	3	4	3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	3
Entrevistado 137	3	3	3	2	4	4	4	1	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	5	4	5	3
Entrevistado 138	4	4	3	2	3	4	3	1	1	3	1	4	3	4	4	2	3	3	2	3	2	2
Entrevistado 139	4	3	4	4	4	4	3	2	1	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5
Entrevistado 140	4	3	4	3	3	4	3	2	3	3	1	3	2	3	3	3	3	4	4	3	2	4
Entrevistado 141	11	5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 142	2	4	3	3	4	5	4	2	3	3	2	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
Entrevistado 143	3	4	4	4	4	3	3	2	2	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
Entrevistado 144	2	4	3	4	5	4	2	3	3	2	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
Entrevistado 145	2	5	36	4	5	5	5	1	1	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
Entrevistado 146	1	5	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 147	2	5	3	3	3	4	5	1	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 148	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	4	5	5	5	5	5
Entrevistado 149	1	5	3	5	5	5	5	1	3	4	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 150	3	4	3	5	5	5	5	1	3	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Entrevistado 151	3	4	3	4	4	5	5	1	3	4	1	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 152	1	5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 153	1	5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 154	1	5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 155	3	4	3	4	4	5	5	1	3	4	1	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 156	1	5	2	3	4	5	5	1	4	3	4	1	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5
Entrevistado 157	1	5	2		5	5	1	4	3	4	1	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
Entrevistado 158	1	5	2	3	4	5	5	1	4	3	4	1	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5
Entrevistado 159	1	5	2	3	4	5	5	1	5	3	4		5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
Entrevistado 160	4	4	4	3	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5
Entrevistado 161	4	4	4	4	3	3	3	1	2	3	1	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Entrevistado 162	5	5	5	5	5	4	1	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
Entrevistado 163	5	5	5	5	5	5	4	1	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
Entrevistado 164	1	5	2	3	4	5	5	1	4	3	4	1	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
Entrevistado 165	1	5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 166	1	5	3	5	5	5	5	1	3	4	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 167	3	5	3	4	5	5	5	1	3	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 168	3	5	3	4	5	5	5	1	3	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 169	3	5	3	4	5	5	5	1	3	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 170	3	2	5	3	3	3	4	5	1	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 171	2	5	3	3	3	4	5	1	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 172	5	5	4	4	5	4	5	2	1	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
Entrevistado 173	4	4	5	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 174	3	5	3	4	5	5	5	1	3	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 175	1	5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 176	3	4	3	4	4	4	4	1	2	4	3	3	4	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 177	2	5	3	3	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 178	1	5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 179	1	5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 180	1	5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 181	2	1	5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 182	1	2	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 183	3	4	3	3	3	4	4	1	2	4	3	3	4	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 184	4	5	4	3	4	4	4	1	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
Entrevistado 185	2	4	3	4	5	4	2	3	3	2	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
Entrevistado 186	2	4	3	3	4	5	4	2	3	3	2	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
Entrevistado 187	4	4	5	3	5	4	4	3	2	4	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Entrevistado 188	1	5	2	3	4	5	5	1	3	3	5	1	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
Entrevistado 189	1	5	2	3	4	5	5	1	4	3	4	1	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
Entrevistado 190	1	5	2	3	4	5	5	1	4	3	4	1	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
Entrevistado 191	1	5	2	3	4	5	5	1	4	3	4	1	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
Entrevistado 192	1	5	2	3	4	5	5	1	4	3	4	1	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
Entrevistado 193	1	5	2	3	4	5	5	1	3	3	4	1	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
Entrevistado 194	1	5	2	3	4	5	5	1	4	3	4	1	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
Entrevistado 195	3	3	3	3	3	4	4	3	2	4	3	3	3	3	4	1	3	3	3	2	3	2	2
Entrevistado 196	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	5	5	5	5	5	5	5

Anexo 6. Propuesta de valor.

El presente trabajo buscó determinar la influencia de la capacitación en la calidad de servicio al cliente en la empresa Parqueos Unidos SAC, ya que la mencionada empresa no otorga la importancia relevante en la atención y servicio que brinda a sus clientes.

Si bien es cierto que la Calidad de Servicio al cliente es uno de los factores que define el carácter de una institución, ya que el trato al cliente está en relación directa con el éxito empresarial, debido a las características que presentan, poseen algunas peculiaridades tales como su capacidad de aprender y adaptarse a nuevas situaciones que repercutan en la mejora de su actividad laboral, lo que les permite tener un mejor desempeño laboral y por ende elevar la producción y productividad de la empresa.

Por lo que las conclusiones del estudio y su implementación empírica generan la propuesta de valor mediante las conclusiones y recomendaciones siguientes:

La conclusión general: Se determinó la influencia de la Capacitación en la Calidad de Servicio al Cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020, el análisis estableció una relación directa baja (0,267), y en la prueba de correlación Rho de Spearman el nivel de significancia es menor que 0,05 ($0,000 < 0,05$) donde se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

Recomendación principal: Implementar programas de capacitación con respecto de afianzar los conocimientos del personal sobre Calidad de Servicio, en vista de que la relación de estas en baja.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, el principal objetivo de esta tesis es Determinar la influencia de la Capacitación en la Calidad de Servicio al Cliente en la empresa Parqueos Unidos S.A.C. en las regiones Ica- Lima, año 2020.

Que se puede tomar como una propuesta de valor ya que nos da parámetros para analizar la situación problemática generar planes de mejora y así permita incrementar los beneficios de la Empresa Parqueos Unidos S.A.C.

Por lo tanto, de forma general, este trabajo de investigación podrá ser empleado como un referente necesario para el estudio y profundización acerca de las dos variables analizadas, como son la capacitación y calidad de servicio. Resulta evidente que la información recopilada servirá en gran manera a la empresa Parqueos Unidos S.A.C y a cualquier otra empresa que se encuentre en la búsqueda de identificar adecuadamente los aspectos más relevantes sobre ambas variables, además de aplicar posibles soluciones en el área administrativa, considerando como punto de partida el presente estudio.

Gracias a la premisa analizada en esta investigación será posible entonces, propiciar las acciones requeridas necesarias para observar el progreso en materia administrativa, considerando a la capacitación y su relación directa con la calidad de servicio.

La labor del área administrativa es la de manejar aquellos temas en los que no se están aplicando correctamente las estrategias de capacitación para todos los miembros de la empresa, pues se suele asumir que son solo necesarias a nivel gerencial y administrativo; sin embargo, para tener una mejor calidad de servicio se debe realizar a todos los niveles en la empresa.

El simple conocimiento de las metas de la empresa no es suficiente para que el personal se comprometa a realizarlas, el involucramiento del personal en cambio, si puede ayudar a garantizar su participación para beneficio de todos los colaboradores y, por lo tanto, contribuyendo al logro de los objetivos de la empresa.

Todo esto conlleva a que el trabajador se sienta importante, satisfecho y comprometido con la empresa generando valor y un mayor rendimiento en sus actividades, en este caso dando una atención al cliente de calidad. Este será el punto clave para marcar la diferencia con respecto a la competencia, ya que el cliente al notar que está en una instalación donde recibirá una atención de calidad,

hará que prefiera optar por consumir los servicios de la empresa Empresa Parques Unidos S.A.C antes que a la competencia.

Equipos y materiales para la implementación del programa de capacitación:

- I. Artículos de páginas web, video.
- II. Programa zoom
- III. Materiales de primeros auxilios
- IV. Materiales de emergencia
- V. Materiales para actividades mecánicas
- VI. Materiales operación y útiles de escritorio

La propuesta de valor para la empresa Empresa Parques Unidos S.A.C, es la implementación de programas de capacitación donde se detallara a continuación:

1.- APRENDIZAJE				
Semana	Contenidos conceptuales	Contenidos procedimentales	Contenidos Actitudinales	Estrategias
1	Programa zoom	Información sobre el programa zoom y sus beneficio. Y la forma como se va a manejar y bienvenida al personal.	Explicación de las principales herramientas del programa zoom y detallar los temas a realizar.	Exposición vía zoom, con apoyo de audiovisual de PowerPoint.
2	Saludo de bienvenida y cumplimento de protocolo de bioseguridad	Se define y detalla la forma adecuada de interactuar al cliente y el cumplimento adecuado de bioseguridad.	Explicación como interactuar con el cliente y también reforzar los protocolos de bioseguridad.	Dar ejemplo casos y también que el trabajador de práctica de lo aprendido, Exposición dialogada con apoyo audiovisual de PowerPoint

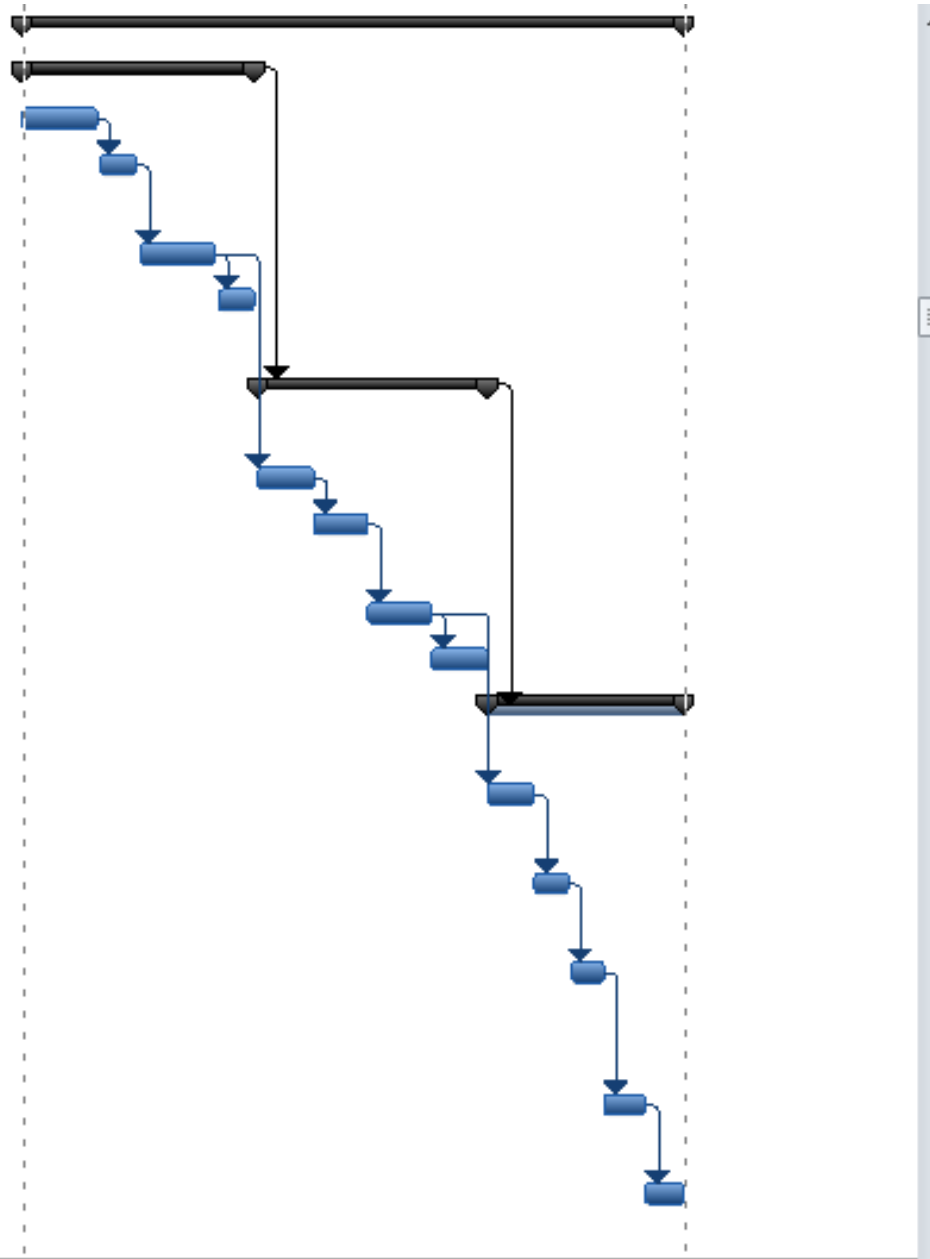
3	Trabajo en equipo y manejo de emociones	Dar a conocer que reunir a un grupo, con capacidades se logra tareas de manera más rápida.	Define las principales habilidades que puedes lograr un trabajador para lograr las tareas más rápidas	Exposición dialogada con apoyo de audiovisual de PowerPoint
4	Genera un código QR para la que los clientes califiquen su atención.	Evalúa la atención brindada por el trabajador y realiza comentarios a mejorar.	Contiene los comentarios buenos y malos a mejoras.	Recopilar la información
2.- REFORZAMIENTO DEL APRENDIZAJE CONTINUAMENTE				
5	Detallar la recopilación de la información.	Ver los comentarios buenos o malos de los clientes.	Dar a conocer los respetivos errores y felicitar las posibles mejoras obtenidas.	Observar los puntos a mejorar, Exposición dialogada con apoyo audiovisual de PowerPoint
6	Reforzar los temas anteriores, subsanar los puntos observados	Resumen de los temas anteriores y subsanar los puntos observados.	Explicación qué medidas tomar.	Exposición dialogada con apoyo de audiovisual de PowerPoint, también interacción con el trabajador
7	Habilidades blandas.	Habilidades sociales y de comunicación, aptitudes y capacidad de relacionarse con los demás.	Explicación de cómo relacionarse con los demás logrando las tareas más rápidas.	Exposición dialogada con apoyo audiovisual de PowerPoint

8	Seguridad en las playas y medidas a tomar	Define los el protocolo a seguir o medidas a tomar ante un suceso dado en las playas.	A medidas de seguridad ante robo o hurto en las playas de estacionamiento.	dialogada con apoyo de audiovisual de PowerPoint Lectura, revisión y análisis de casos, artículos y videos
3.- AGREGANDO NUEVOS TEMAS Y VERIFICANDO LOS INDICADORES				
9	Capacitar al personal en actividades mecánicas básicas	Formar al personal adecuado para estas actividades inesperados sobre mecánica básicas.	Dar a conocer las actividades a realizar	Exposición dialogada con apoyo de audiovisual de PowerPoint, Trabajo de aplicación practico en los vehículos
10	Capacitar a los trabajadores en caso de emergencia y primeros auxilios	Aprendizaje sobre primeros auxilio y casos de emergencia.	Medirás a tomar ante una emergencia de incendio o temblores en el lugar de trabajo, también aprendizaje de primeros auxilio en el cliente.	Exposición dialogada con apoyo audiovisual de PowerPoint, y aplicación práctica.
11	Detallar la información del código QR sobre	Ver los comentarios buenos o malos de los clientes en las	Dar a conocer los respetivos errores y	Exposición dialogada con apoyo

	servicio de atención al cliente, verificando los indicadores por cada operación.	diferentes operaciones.	felicitar las posibles mejoras obtenidas	audiovisual de PowerPoint
12	Reforzar los temas anteriores, subsanar los puntos observados corrigiendo de raíz	Resumen de los temas anteriores y subsanar los puntos observados y corrigiendo de raíz	Corrigiendo puntos observados y puntos de raíz, reforzando los temas anteriores.	Exposición dialogada con apoyo audiovisual de PowerPoint
13	Seguir todas las semanas con temas nuevos al personal.	Continuar con temas nuevos al personal	El supervisor continuara con temas nuevos y verificara los comentarios de los clientes en el código QR junto con el personal.	Exposición dialogada con apoyo audiovisual de PowerPoint

Elaboración propia

Figura. flujograma del tiempo del proyecto.



Elaboración propia

Figura. Costo del plan de capacitación.

	Nombre del recurso	Tipo	Etiqueta de material	Inicial: Grupo	Capacidad máxima	Tasa estándar	Tasa horas extra	Costo/Usos	Acumular
1	artículos de página web	Trabajo		a	100%	0.00/hora	00/hora	S/ 240.00	Prorratio
	programa zoom	Trabajo		p	100%	0.00/hora	00/hora	S/ 300.00	Prorratio
	Materiales de primeros auxilios	Trabajo		M	100%	0.00/hora	S/ 00/hora	S/ 1,200.00	Prorratio
	Materiales de emergencia	Trabajo		M	100%	0.00/hora	S/ 00/hora	S/ 1,500.00	Prorratio
	Materiales para actividades mecánicas	Trabajo		M	100%	0.00/hora	S/ 00/hora	S/ 500.00	Prorratio
	Materiales operación y útiles de escritorio	Trabajo		M	100%	0.00/hora	S/ 00/hora	S/ 1,000.00	Prorratio

Elaboración propia

Anexo 7. Evidencia de encuestas a trabajadores.

