



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

Escuela Profesional de Administración de Empresas

**PROCESO DE CAPACITACIÓN Y CALIDAD DE SERVICIO EN
LA EMPRESA DE TRANSPORTE PÚBLICO URBANO “JOSÉ
MARÍA ARGUEDAS” ANDAHUAYLAS 2015**

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en
Administración de Empresas

NELLY VANESSA LUQUE MAMANI

Asesor:

Lic. Adm. Edwin Mescoco Cáceres

Andahuaylas, Perú

2015



Universidad Nacional José María Arguedas

Identidad y Excelencia para el Trabajo Productivo y el Desarrollo

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

Escuela Profesional de Administración de Empresas



ACTA DE SUSTENTACIÓN

Título

Bachiller

LOS JURADOS EVALUADORES DEL TRABAJO TITULADO:

*Proceso de capacitación y calidad de servicios
en la Empresa de Transporte públicos
"José María Arguedas" Andahuaylas 2016.*

HACEN CONSTAR:

Que siendo las 15:06 pm del día 26 del mes de mayo de 2016,
realizó la sustentación el (la) Bachiller:

Nelly Vanessa Luzue Yanez

OBTENIENDO LA CALIFICACIÓN: Catorce (14)
(En letras) (En número)

APROBADO

DESAPROBADO

CON LA SIGUIENTE MENCIÓN:

SOBRESALIENTE

MUY BUENO

BUENO

Para constancia se firma en San Jerónimo, Andahuaylas, a los 26 días del
mes de mayo de 2016.

PRESIDENTE

Nombre: Felipe Rafael Valle Díaz

MIEMBRO

Nombre: Simón José Cerna Flores

MIEMBRO

Nombre: Julio C. Nambaca M.

DEDICATORIA

A ti mi Dios, que me diste la oportunidad de vivir y de regalarme una familia maravillosa, gracias por tu infinito amor.

A mis padres: Juan y Luci quienes con su ternura y apoyo incondicional han sabido direccionar mi vida, para alcanzar las metas deseadas y convertirme en una gran persona.

A ti J. A. que a lo largo de mi vida me das consejos y palabras de aliento para ser una persona cada día mejor. Gracias por los momentos maravillosos, te quiero.

Y por último dedicar este momento tan especial e inolvidable, a mí misma, por no dejarme vencerme por los obstáculos, durante este largo camino. .

A mis abuelos que desde el más allá guiaron mis pasos para lograr todas mis metas, gracias por sus sabios consejos siempre estarán en mi corazón.

A mis hermanos Emerson y Jimy Duvan quienes con mucho amor me ayudaron a levantarme en mis momentos difíciles, gracias por compartir este momento tan importante que es para mí.

A mis mejores amigas Maribel, Edith y Julia quienes siempre estuvieron ahí para apoyarme y en especial apoyar todas mis locuras.

AGRADECIMIENTO

A mis padres quienes a lo largo de este camino me han apoyado y motivado la formación académica adquirida, creyendo en mí en todo momento.

A todo el personal de la empresa de transporte “José María Arguedas” que hicieron posible la realización exitosa de esta investigación.

A los docentes de la Universidad Nacional José María Arguedas, que nos dio la oportunidad de compartir experiencias y contar con herramientas irremplazables que nos acompañarán a lo largo de nuestra vida profesional.

A los miembros del jurado, por las observaciones y sugerencias oportunas, que permitieron alcanzar y lograr los objetivos del trabajo.

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

Es un honor, presentar ante ustedes, la tesis titulada: Proceso de capacitación y calidad de servicio en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas 2015, tiene como finalidad determinar la relación que existe entre el proceso de capacitación y la calidad de servicio.

En la elaboración de este trabajo, se ha tomado en cuenta los pasos y procedimientos que comprenden el proceso de la investigación; en tal sentido, se espera haber cumplido con el reglamento de grados y títulos de la Universidad Nacional José María Arguedas de la ciudad de Andahuaylas y el reglamento para la elaboración y sustentación de tesis de la Escuela Profesional de Administración de Empresas, para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Empresas.

La presente tesis ha sido elaborada en base al esfuerzo y dedicación de acuerdo a los conocimientos teóricos-prácticos adquiridos a través de la formación profesional, las cuales han sido aplicadas para la presente investigación.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iv
PRESENTACIÓN	v
ÍNDICE DE CUADROS	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	ix
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE ANEXOS	xi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
INTRODUCCIÓN	14
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	15
1.1. Planteamiento del problema.....	15
1.2. Formulación del problema	18
1.2.1. Problema general.....	18
1.2.2. Problemas específicos	18
1.3. Delimitación del problema	19
1.4. Justificación	20
1.5. Objetivos	21
1.5.1. Objetivo general.....	21
1.5.2. Objetivo específicos	21
CAPÍTULO II: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACION	23
2.1. Antecedentes de la investigación	23
2.2. Marco teórico	25
2.3. Marco conceptual.....	46
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	48
3.1. Hipótesis	48
3.1.1. Hipótesis general	48

3.1.2. Hipótesis específicas.....	48
3.2. Variables.....	49
3.3. Operacionalización de variables.....	51
3.4. Metodología.....	52
3.5. Población y muestra.....	53
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	54
3.7. Métodos del análisis de datos.....	54
CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	56
4.1. Resultado de la investigación.....	56
4.2. Discusión.....	79
CONCLUSIONES.....	80
SUGERENCIAS.....	83
BIBLIOGRAFÍA.....	84
ANEXOS.....	87

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro N° 1: Etapas del proceso de capacitación	35
Cuadro N° 2: Significado de las dimensiones del modelo SERVIQUAL	45
Cuadro N° 3: Técnicas e instrumentos utilizados en la investigación	54
Cuadro N° 4: Escala All Variables	56
Cuadro N° 5: Estadísticos de fiabilidad	56

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico N° 1: Modelo conceptual de la calidad percibida total de Grönroos	41
Gráfico N° 2: Modelo Parasuraman, Zeithmal y Berry	42
Gráfico N° 3: Modelo ampliado de la calidad de servicio	43
Gráfico N° 4: Sexo del personal (choferes y cobradores)	57
Gráfico N° 5: Edades del personal (cobradores y choferes)	58
Gráfico N° 6: Nivel de estudio del personal (choferes y cobradores)	59
Gráfico N° 7: Resultado del proceso de capacitación	60
Gráfico N° 8: Resultado de la variable de calidad de servicio	61
Gráfico N° 9: Resultado de la dimensión transmisión de información	62
Gráfico N° 10: Resultado de la dimensión desarrollo de habilidades	63
Gráfico N° 11: Resultado de la dimensión de desarrollo de actitudes	64
Gráfico N° 12: Resultado de la dimensión de la confiabilidad	65
Gráfico N° 13: Resultado de la dimensión de capacidad de respuesta	66
Gráfico N° 14: Resultado de la dimensión de empatía	67

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla N° 1: Rango de confiabilidad	57
Tabla N° 2: Resultado de proceso de capacitación	60
Tabla N° 3: Resultado de la variable de calidad de servicio	61
Tabla N° 4: Resultado de la dimensión transmisión de información	62
Tabla N° 5: Resultado de la dimensión de desarrollo de habilidades	63
Tabla N° 6: Resultado de la dimensión de desarrollo de actitudes	64
Tabla N° 7: Resultado de la dimensión de la confiabilidad	65
Tabla N° 8: Resultado de la dimensión de capacidad de respuesta	66
Tabla N° 9: Resultado de la dimensión de empatía.....	67
Tabla N° 10: correlación entre la variable 01 y variable 02.....	68
Tabla N° 11: correlación entre transmisión de información y confiabilidad	69
Tabla N° 12: Correlación entre desarrollo de habilidades y confiabilidad	70
Tabla N° 13: Correlación entre desarrollo de actitudes y confiabilidad	71
Tabla N° 14: correlación entre transmisión de información y capacidad.....	72
Tabla N° 15: Correlación entre desarrollo de habilidades y capacidad.....	73
Tabla N° 16: Correlación entre desarrollo de actitudes y capacidad.....	74
Tabla N° 17: Correlación entre transmisión de información y empatía	75
Tabla N° 18: Correlación entre el desarrollo de habilidades y empatía	76
Tabla N° 19: Correlación entre desarrollo de actitudes y empatía	77
Tabla N° 20: Nivel de significancia	78

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Instrumento de recolección de datos

Anexo 2: Ficha de validación de expertos

Anexo 3: Matriz de consistencia

RESUMEN

El trabajo de investigación lleva como título: Proceso de capacitación y calidad de servicio en la empresa de transporte público “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015. Su finalidad es determinar la relación que existe entre el proceso de capacitación y calidad de servicio. La metodología que se aplica es cuantitativa, el tipo de estudio es No experimental – sustancial y el diseño de investigación es no experimental, de tipo transeccional correlacional.

El tipo de muestreo es el no probabilístico, para la obtención de la información se aplicó una encuesta de opinión sobre la capacitación y calidad de servicio al personal que labora en dicha empresa, se tomó en cuenta a los 70 trabajadores entre ellos conductores y cobradores. En relación al instrumento de recolección de datos, se aplicó un cuestionario para las dos variables, el cual estuvo compuesta por 20 preguntas con una amplitud de escala de cinco categorías (totalmente de acuerdo, de acuerdo, medianamente de acuerdo, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo).

A sí mismo, para el procesamiento y análisis se usó el método del spss llegando a determinar que la empresa requiere de una propuesta capacitación para mejorar la calidad de servicio, posicionarse en el mercado y aumentar su rentabilidad.

Palabras clave: calidad, servicio, transporte público y capacitación

ABSTRACT

This research was conducted in the carrier Jose Maria Arguedas Andahuaylas, is a company dedicated to urban public transport, where we find there, lack of training, characteristics that allowed formulating the research question, referred to Bad service and bad customer service that led to the deficiency in the organization of the company. It is a quantitative study correlational approach that had as main objective to determine the relationship between training and quality of service.

To obtain information an opinion survey on quality training and service staff working in the company is applied, it took into account the 70 workers including drivers and conductors. In relation to the instrument of data collection, a questionnaire for the two variables, which consisted of 20 questions with a range of five-category scale (strongly agree, agree, moderately agree, disagree and fully applied in disagreement).

To himself , for processing and analysis method SPSS coming to determine that the company requires a given training to improve service quality , market positioning and increase profitability used .

Keywords: quality, service, transport and training

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación denominado: Proceso de capacitación y calidad de servicio en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas 2015, es una propuesta de mejora para la actual administración, que debe ponerse en marcha, mejorará significativamente la actual gestión.

Con la presente investigación se busca la relación que tiene el proceso de capacitación con la calidad de servicio, y el problema que se plantea es ¿De qué manera el proceso de capacitación se relaciona con la calidad de servicio en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015? En tal sentido la presente investigación aborda los siguientes capítulos:

En el primer capítulo, se presenta el planteamiento del problema de investigación, en referencia al proceso de capacitación y calidad de servicio, formulación del problema, delimitación, justificación y los objetivos de la investigación.

En el segundo capítulo, se desarrolla la fundamentación teórica de la investigación, que consta de los antecedentes, marco teórico y conceptual.

En el tercer capítulo, se desarrolla la metodología de la investigación, que consta de hipótesis, variables, operacionalización de variables, enfoque, tipo de estudio y diseño de investigación, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos y métodos de análisis de datos.

En el cuarto capítulo, presentación de resultados, a través de los análisis e interpretaciones realizadas, se presenta también la discusión como una forma de precisar el logro de los objetivos formulados.

Por último se da a conocer las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y los anexos correspondientes.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

A lo largo de la historia se ha logrado ver una gran evolución en cuanto al término de calidad y capacitación, esto a causa de la globalización ya que hoy en día las personas tienen acceso a la información y observar distintas situaciones que ocurren a nuestro alrededor. La calidad siempre preocupa a la humanidad, el hombre en su condición siempre ha buscado mejorar su entorno. La calidad, perfección y la mejora son ideales que han existido en todas las culturas a lo largo de la historia.

La capacitación y calidad de servicio toma una gran importancia en todos los negocios. Por el simple hecho de que los clientes exigen siempre lo mejor. Antes, el mercado era un poco más limitado, pero con el desarrollo de los mercados y productos llegaron al cliente, una impresionante escala de productos y marcas equivalentes, con una saturación de diversos elementos de diferenciación.

La calidad en el servicio empezó a tomar fuerza y a ser considerada un elemento principal y darle un valor agregado a las empresas, ya que antes, podían existir negocios que llevaban algún tiempo operando pero como todo marchaba “bien” no era tan importante la atención al cliente. No se tenía totalmente considerada la calidad en obtener y satisfacer en su totalidad al cliente por encima de sus expectativas.

El cliente empieza a dudar en la compra de producto o servicio debido a la gran elección de productos y servicios. La competencia ha alcanzado un nivel técnico tan alto que el cliente ya no se va a focalizar tanto en la calidad del producto ya que casi todas las marcas le garantizan, sino en lo que lo rodean. Se va a dirigir hacia la marca que lo propone valorarlo más como individuo y la que va a estar más pendiente de sus actitudes, emociones y necesidades.

La calidad del servicio es utilizada en las organizaciones como una herramienta de diferenciación. Sin embargo, hoy en día muchas empresas saben que no están dando el 100 % que se podría dar, esto es reflejo de los directivos o dueños, ya que suelen caer en el conformismo, sin embargo, si este elemento se aplicara, el cliente se da cuenta, lo aplica y regresa a consumir o seguir utilizando el servicio.

Es por eso que la calidad en el servicio al cliente puede ser de gran utilidad para las empresas quienes aún no creen en el valor de este concepto. Los empleados son y serán un factor clave para el éxito de la empresa. Particularmente se menciona porque al interactuar empleado-cliente y la necesidad del cliente no se satisface, automáticamente le damos fuerza a la competencia.

Una persona satisfecha compartirá su satisfacción con sus familiares, vecinos y amigos, esto es conocida como la publicidad de boca en boca. De lo contrario una persona desilusionada por una marca, producto o servicio puede traducir la pérdida de clientes potenciales. Es aquí donde aparece la importancia de la calidad en el servicio, porque la relación humana entre el empleado o cliente, o sea entre la empresa y el consumidor, es la única que puede compensar una falta de producto o servicio. Es por eso que el cliente compensado, atendido más allá de lo que esperaba, desarrolla una lealtad profundo al producto o servicio que lo satisfaga y le trae nuevos clientes. Ahí está uno de los secretos del crecimiento, beneficio utilidades y prestigios de la empresa.

Hoy en día en el mercado no solo existe calidad en los productos, precios bajos o tecnología, sino que también en la calidad del servicio y es un requisito fundamental para el éxito. Desafortunadamente solo algunos empresarios se están dando cuenta de su importancia observando como la competencia crece con una importante estabilidad en el mercado. Se sabe que el contacto directo con el cliente es fundamental, la actitud es determinante y la eficiencia con la que se hagan las cosas son parte de un buen servicio. Se puede ser la mejor empresa manufacturera de autos de lujos pero si el vendedor no presenta esta intimidad acogedora al cliente, no va a servir de nada el auto. No es necesario regalar algo al cliente, el simple trato humano crea la diferencia necesaria para acceder las expectativas y necesidades del cliente las cuales preverán un plus, una lealtad a la marca y ese prestigio establecido desde la visión de la organización.

Relacionándole ya a nuestro tema podemos indicar que el problema del transporte de pasajeros es sin duda uno de los factores que más impacta en la economía y la calidad de vida, entendiéndolo por tal la expresión objetiva y cotidiana de un conjunto de valores sobre los cuales el sistema de transporte tiene incidencia. Entre estos valores se destacan: movilidad, seguridad vial, comodidad, accesibilidad, inclusión social, sustentabilidad ambiental. Las necesidades del transporte son ante todo necesidades de personas que requieren de seguridad en su movilización.

La calidad del servicio de transporte público urbano tiene problemas los cuales son percibidas por el usuario final (pasajero), el cual ante la inoperancia de las autoridades pone sus propios criterios sobre el tema de calidad, desconociendo que existen normas relacionadas al tema el cual las instituciones relacionados con el tema no hacen lo posible por hacer cumplir las normas vigentes sobre el tema.

Es por eso que la calidad de servicio del transporte público urbano en la localidad de Andahuaylas, se ha caracterizado en los últimos años por un decrecimiento de la calidad del transporte público. Esta situación es de muy fácil entendimiento para los usuarios ya que son los que directamente viven el drama diario de unidades de transporte público que propician un verdadero caos.

Es importante mencionar que la capacitación, motivación e incentivos hacia el empleado juegan un rol de suma importancia que cumplirá con la calidad en el servicio, ya que los empleados forman parte de los activos más importantes de una organización. Son la cara de una empresa ante los clientes, va crear esa impresión la cual podrá ser determinante en la compra o decisión del consumidor.

Es importante reconocer actualmente el valor al cual están vinculadas sus necesidades, como podría ser las características psicológicas, los factores externos como la economía los cuales podrían ser un obstáculo. Por consiguiente la finalidad de este proyecto de tesis es realizar capacitaciones, talleres para así de esta manera mejorar la calidad de servicio en la empresa de transporte “José María Arguedas”.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿De qué manera el proceso de capacitación se relaciona con la calidad de servicio en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015?

1.2.2. Problemas específicos

PE1 ¿De qué manera la transmisión de información se relaciona con la confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015?

PE2 ¿De qué manera el desarrollo de habilidades se relaciona con la confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015?

PE3 ¿De qué manera el desarrollo de actitudes se relaciona con la confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015?

PE4 ¿De qué manera la transmisión de información se relaciona con la capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015?

PE5 ¿De qué manera el desarrollo de habilidades se relaciona con la capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015?

PE6 ¿De qué manera el desarrollo de actitudes se relaciona con la capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015?

PE7 ¿De qué manera la transmisión de información se relaciona con la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015?

PE8 ¿De qué manera el desarrollo de habilidades se relaciona con la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015?

PE9 ¿De qué manera el desarrollo de actitudes se relaciona con la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015?

1.3. Delimitación del problema

1.3.1. Delimitación espacial o institucional

El ámbito donde se desarrolla la investigación es en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” de la provincia de Andahuaylas.

1.3.2. Delimitación temporal

La presente investigación abarca desde el mes junio 2015 a diciembre del 2015.

1.3.3. Delimitación social

El presente trabajo de investigación se ubica en el distrito de Andahuaylas de la provincia de Andahuaylas, comprende a los conductores, cobradores y comité de la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas”.

1.3.4. Delimitación conceptual

Esta investigación abarca dos conceptos fundamentales el proceso de capacitación, la calidad de servicio y sus respectivas dimensiones.

a. Capacitación

(Dessler G. , 1996). Sostiene que la capacitación es un proceso de enseñanza de las aptitudes básicas que los nuevos empleados necesitan para realizar su trabajo.

Las dimensiones del proceso de capacitación son:

- ✓ Transmisión de información.
- ✓ Desarrollo de habilidades.

- ✓ Desarrollo de actitudes.

b. Calidad de servicio

(Juran , 1993) Plantea que la calidad de un producto o servicio es: “adecuación para el uso, satisfaciendo las necesidades del cliente”.

Las dimensiones de la calidad de servicio son:

- ✓ Confiabilidad.
- ✓ Capacidad de respuesta
- ✓ Empatía.

1.4. Justificación

El presente trabajo de investigación surge de una preocupación por comprender la problemática del servicio público de transporte de pasajeros en la provincia de Andahuaylas desde una perspectiva poca estudiada y busca demostrar el impacto positivo que genera la capacitación en la empresa de transportes público urbano “José María Arguedas”.

1.4.1. Justificación teórica

La presente investigación permitirá encontrar estrategias que nos proporcionen ideas críticas en la calidad de servicio; para así establecer dichas soluciones a los distintos problemas que abordan por la inexistencia de una calidad de servicio de transporte y atención al usuario en la provincia de Andahuaylas.

1.4.2. Justificación metodológica

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 consumidor, empleados, gerentes y accionistas 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.

1.4.3. Justificación practica

La información servirá para aplicar una adecuada capacitación lo cual nos permita brindar una mejor calidad de servicio en los trabajadores de la empresa de transportes público urbano “José María Arguedas”.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Demostrar la relación entre el proceso de capacitación y la calidad de servicio en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.

1.5.2. Objetivo específicos

OE1: Demostrar la relación entre la transmisión de información y la confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.

OE2: Demostrar la relación entre el desarrollo de habilidades y la confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.

OE3: Demostrar la relación entre el desarrollo de actitudes y la confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.

OE4: Demostrar la relación entre la transmisión de información y la capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.

OE5: Demostrar la relación entre el desarrollo de habilidad y la capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.

OE6: Demostrar la relación entre el desarrollo de actitudes y la capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.

OE7: Demostrar la relación entre la transmisión de información y la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.

OE8: Demostrar la relación entre el desarrollo de habilidad y la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.

OE9: Demostrar la relación entre el desarrollo de actitudes y la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACION

2.1. Antecedentes de la investigación

En la presente investigación se muestra los antecedentes sobre el proceso de capacitación y la calidad de servicio, de esta manera nos permite conocer con mayor profundidad el propósito de las cosas. A continuación tenemos referencia de los siguientes autores:

a. En el plano latinoamericano

El transporte público ha sido clasificado como un tema de calidad de vida con niveles de prioridad social alta-intermedia e intermedia. (Montesinos, 2002).

El servicio de transporte público, debe contar con un modelo teórico de estructura empresarial, involucrando los aspectos técnicos, administrativos, organizacionales y financieros, tomando como base las condiciones legales y operativas. (Moncada, 2005).

Que la calidad del servicio de transporte público se define a través del comportamiento de las relaciones entre las principales variables que componen un sistema de transporte público de pasajeros (STPP). (Viloria, 2005).

b. En el plano nacional

La calidad del servicio de transporte público se basa en lo informal y para solucionar el problema se sugiere el mejoramiento de la estructura vial y del Transporte. (Bonilla , 2006).

Proyecto integrador, aplicación del enfoque sistémico para mejorar el nivel de servicio de atención que brinda la empresa de Transportes California S.A. "Las capacitaciones al personal de la empresa se deben efectuar con más frecuencia y tratar temas de educación vial, educación ambiental, atención al Cliente, etc.; propuestas por la misma empresa coordinándolas con otras instituciones." (Campos, 2010).

Tesis, políticas de comunicación y los derechos laborales de los trabajadores del transporte público en Trujillo - Perú. Los autores concluyen: “Se observa que dentro de las empresas de transporte público legalmente constituidas opera un sistema de trabajo informal y dependiente, donde se establece un contrato por derecho de uso de la ruta con los propietarios, pero persiste una relación ilegal entre los últimos y los cobradores y chóferes, es decir entre empleador y trabajador, situación que continúa sin despertar el interés de autoridades municipales, gremios y empresas.” (Mendoza & Benítez, 2012).

El autor concluye: “Existe informalidad por parte de los tres componentes del servicio de transporte público, por un lado, las empresas de transporte no llevan un control sobre las unidades que administran; por otro lado, los usuarios, quienes por falta de educación vial contribuyen con el desorden imperante al subir y bajar de las unidades de transporte público donde es más conveniente para ellos. (Benito, 2006).

c. En el plano local

La investigación “Marketing relacional y calidad de servicio en la empresa de transporte de pasajeros en la ruta Andahuaylas - Lima viceversa, 2014” Siendo el objetivo general determinar el grado de relación entre el marketing relacional y la calidad de servicio en la empresa de transporte de pasajeros en la ruta Andahuaylas- Lima viceversa. No existe relación significativa entre estas dos variables. Al respecto utilizando el coeficiente de Pearson se observa una correlación de 0,069 lo que significa una correlación positiva muy baja. (Ortíz, 2014).

“Gestión de la motivación del personal y calidad de servicio del centro de salud de San Jerónimo, 2014. (Altamirano , 2014).

“Planificación estratégica y su relación con la calidad de servicio en los hoteles de tres estrellas del distrito de Andahuaylas, 2014. (Mendoza V. , 2014)

2.2. Marco teórico

2.2.1. Definición de proceso

Es el conjunto de pasos o etapas necesarios para llevar a cabo una actividad o lograr un objetivo. (Stoner, 1994).

Es la combinación de personas, información, máquinas y materiales a través de una serie de actividades (Carl Duisberg Gesellschaft, 1995).

En conclusión se puede definir cómo el conjunto de métodos, materias primas, personas, maquinas, medio ambiente, recursos que cómo resultado de su interacción generaran valor agregado y transformación lo que se crean productos y servicios para los clientes.

Estas definiciones de procesos nos permiten apoyar, diseñar y operacionalizar los procesos requeridos para la implementación de un sistema de gestión de la calidad con base a la norma ISO 9001 en las diferentes organizaciones.

2.2.2. Capacitación

La capacitación es una parte de la administración de recursos humanos que ha cobrado gran importancia, y debido a esto cada vez más empresas pagan la enseñanza de la gente para que adquieran nuevas habilidades.

En el siglo actual se requieren una serie de competencias que son el conjunto de conocimientos, experiencia, habilidades, valores y actitudes que facultan a una persona para lograr un alto desempeño en el trabajo, o en una acción. Acerca de la capacitación y de acuerdo a diferentes actores tenemos los siguientes conceptos de capacitación.

La capacitación es una técnica de formación que se le brinda a una persona o individuo en donde este puede desarrollar sus conocimientos y habilidades de manera más eficaz. Esta consiste en un conjunto de actividades cuyo propósito es mejorar su rendimiento presente o futuro, aumentando su capacidad a través de la mejora de sus conocimientos,

habilidades y actitudes. (Chiavenato, Administración de recursos humanos, 1999).

La capacitación como los métodos que utilizan para dar a los trabajadores nuevos o actuales las habilidades que necesitan para realizar sus labores. (Dessler & Juarez, 2011)

(Chiavenato, Gestión del talento humano, 2009). Es el proceso de modificar, sistemáticamente, el comportamiento de los empleados con el propósito de que alcancen los objetivos de la organización.

La capacitación de los empleados es una actividad muy importante. Conforme los empleados exigen cambios, las destrezas de estos se deben modificar y actualizar. Los gerentes, por su puesto, tienen la responsabilidad de decidir qué tipo de capacitación necesitan los empleados cuando las requieren y como debe ser la capacitación. (Robbins, 2005).

La capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos. (Chiavenato, Idalberto, 2007).

Sostiene que 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 (Siliceo, 2004).

Menciona que la capacitación es el proceso para proporcionar competencias para un trabajo, mientras que el desarrollo, consiste en el proceso para acentuar o adquirir valores, estilo, trabajo en equipo y entre otras facetas. (Arias, 2000).

Los fines básicos de la administración de personal es obtener un desarrollo mayor de la capacidad del personal, al mismo tiempo que los trabajadores obtienen un beneficio personal, pues obtienen mayores posibilidades de ascender, de mejorar su salario, de elevar su cultura, de acrecentar sus conocimientos tecnológicos, etc., lo cual constituye un bien inapreciable. (Reyes, 2003).

Sacando las conclusiones podemos definir que la Capacitación “es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos (Chiavenato, Idalberto, 2007).

a. Objetivos de la capacitación

(Pinto & Roberto, 2000) Indica que la capacitación cuenta con objetivos muy claros, entre los cuales se mencionan:

- ✓ Conducir a la empresa a una mayor rentabilidad y a los empleados a tener una actitud más positiva.
- ✓ Obtener una mejor imagen.
- ✓ Fomentar la autenticidad, la apertura y la confianza.
- ✓ Agilizar la toma de decisiones y la solución de problemas.
- ✓ Contribuir a la formación de líderes dirigentes.

b. Beneficios de la capacitación

(Pinto & Roberto, 2000) Nos menciona los beneficios que posee la capacitación son los siguientes:

- ✓ Ayuda al individuo para la toma de decisiones y solución de problemas.
- ✓ Alimenta la confianza, la posición asertiva y el desarrollo.
- ✓ Forja líderes y mejora las aptitudes comunicativas.
- ✓ Permite el logro de metas individuales.
- ✓ Desarrolla un sentido de progreso en muchos campos.
- ✓ Elimina los temores a la incompetencia o la ignorancia individual.

c. Importancia de la capacitación

En la actualidad la capacitación de los recursos humanos es la respuesta a la necesidad que tienen las empresas o instituciones de contar con un personal calificado y productivo. Para las empresas y organizaciones esta debe ser vital porque contribuye al desarrollo personal y profesional de los individuos a la vez que redundando en beneficios para la empresa.

d. Pasos de la capacitación

(Chiavenato, Administración de recursos humanos, 1999). Nos menciona los siguientes:

- ✓ Análisis de las necesidades.
- ✓ Diseño de Instrucción.
- ✓ Validación.
- ✓ Aplicación.
- ✓ Evaluación y Seguimiento.

e. Programa de capacitación

(Pinto & Roberto, 2000) Un programa de capacitación implica brindar conocimientos que luego permitan al trabajador desarrollar su labor y sea capaz de resolver los problemas que se le presenten durante su desempeño. Esta repercute en el individuo de dos maneras:

- ✓ Eleva su nivel de vida.
- ✓ Eleva su productividad.

f. Tipos de capacitación

Cuando las organizaciones invierten en la capacitación de los empleados, ¿Qué están ofreciendo? La capacitación en destrezas interpersonales es una prioridad para muchas organizaciones.

A continuación se describen los principales tipos de capacitación que proporcionan las organizaciones:

- ✓ **Destrezas interpersonales:** incluye liderazgo, entrenamiento, destrezas de comunicación, resolución de conflictos, creación de equipos, servicio al cliente, conciencia cultural y de la diversidad, otras destrezas interpersonales.
- ✓ **Técnica:** capacitación y conocimiento de productos, proceso de ventas, tecnologías de la información, aplicaciones de cómputo, otras destrezas técnicas necesarias para realizar un trabajo en particular.

- ✓ **Empresarial:** finanzas, marketing, optimización, de procesos, calidad, planeación estratégica y cultura organizacional.
- ✓ **Obligatoria:** seguridad, salud, acoso sexual y otras disposiciones sexuales.
- ✓ **Gestión del desempeño:** cualquier capacitación que ayude a un empleado a mejorar su desempeño laboral.
- ✓ **Solución de problemas y toma de decisiones:** definición de problemas, evaluación de las causas, creatividad en el desarrollo de alternativas, análisis de alternativas y selección de soluciones.
- ✓ **Personal:** planeación de carreras, administración del tiempo, bienestar, administración del dinero y como hablar en público.

g. Métodos de la capacitación

La capacitación de empleados se puede proporcionar en dos formas:

a. métodos tradicionales de capacitación

- ✓ **En el trabajo:** los empleados aprenden a realizar tareas simples al realizarla, por lo general después de una instrucción inicial de tareas.
- ✓ **Rotación de empleados:** los empleados llevan a cabo diferentes trabajos, en una área particular, siendo expuestos a diversas tareas.
- ✓ **Enseña y capacitación:** los empleados trabajan con alguien experimentado que proporciona información, apoyo y ánimo.
- ✓ **Ejercicios de experiencia:** los empleados participan en representaciones de roles, simulaciones u otros tipos de capacitación de frente a frente.

- ✓ **Cuadernos de ejercicios y manuales:** los empleados utilizan cuadernos de ejercicios y manuales para obtener información.

b. Métodos de capacitación basado en la tecnología

- ✓ **CD-ROM, DVD, cintas de video, cintas de audio:** los empleados escuchan o ven medios seleccionados que transmiten información o demuestran ciertas técnicas.
- ✓ **Videoconferencias, tele conferencias, televisión por satélite:** los empleados escuchan o participan conforme la información que se transmiten o demuestran ciertas técnicas.
- ✓ **E-aprendizaje:** aprendizaje en base al internet donde los empleados participan en simulaciones de módulos interactivos.

h. Diagnóstico de las necesidades de la capacitación

Debido al costo de capacitación, y para obtener un rendimiento máximo de esta inversión (Werther, W;, 1995) recomienda evaluar las necesidades de capacitación, la cual “permita establecer un diagnósticos de los problemas actuales y los desafíos ambientales que es necesario enfrentar”.

Así, una vez que se detectan las necesidades de capacitación, se pueden determinar los objetivos, estos serán de acuerdo con los logros que se deseen en los empleados y los recursos con los cuales disponen la organización.

Pero, ¿Qué es el diagnostico de las necesidades de la capacitación?, según (Cornejo, 2001) es un proceso que permite identificar las carencias y deficiencias cuantificables o mensurables existentes en los conocimientos, habilidades y actitudes del trabajador en relación con los objetivos de su puesto o de otro diferente a lo suyo.

Según (Cornejo, 2001) existen tres niveles de necesidades:

- ✓ **Necesidades de nivel organizacional:** son las limitaciones o problemas generales que presentan la empresa como organización.

- ✓ **Necesidades de nivel ocupacional / operacional:** son las restricciones en conocimientos, habilidades y actitudes de un grupo de personas en determinados puestos.

- ✓ **Necesidades de nivel individual / humano:** son las diferencias particulares que presenta un trabajador con respecto a la descripción de su puesto.

Con la estrategia de diagnóstico de las necesidades de capacitación, se pueden detectar varios aspectos, que en algún momento puedan ver afectado el buen funcionamiento de la organización

i. Evaluación de la capacitación

Medir el impacto de la capacitación en la empresa es uno de los aspectos más críticos de dicho proceso, le permite evaluar su tarea para que la organización reconozca su contribución al proyecto empresarial. Además de la función de información a los involucrados de las actividades realizadas, la evaluación sirve también para mejorar las acciones de capacitación, ya que se produce una retroalimentación.

"Normalmente, la satisfacción expresada por los participantes inmediatamente después del curso, con la evaluación de reacción, resulta insuficiente y surge la necesidad de realizar una evaluación posterior en el lugar de trabajo para verificar los resultados de la capacitación. Dicha necesidad se completa con la evaluación del aprendizaje y transferencia. Por último se debe realizar la evaluación de resultados, para demostrar a nivel organizacional dicho impacto."

j. Modelo de capacitación sistemática

Este tipo de modelo lo propone (Silíceo, 1996), con el cual asegura: "lograr el compromiso profundo de que el personal haga las cosas bien, desde el principio, es una de las metas de las estrategias

educativas en la organización. La capacitación es un concepto más amplio tiene una influencia decisiva en el ambiente, integración y actitud de los individuos y de los grupos en el trabajo”.

La capacitación y el desarrollo personal son responsabilidad de la empresa a través de cada directivo; este es el responsable de asegurar que se lleve a cabo dicho programas y se obtengan los resultados esperados.

2.2.3. Entrenamiento

(Chiavenato, Idalberto, 2002) El entrenamiento es un medio para desarrollar competencias en las personas para que sean más productivas, creativas e innovadoras, puedan contribuir mejor a los objetivos organizacionales y sean cada vez más valiosas.

a. Importancia del entrenamiento

El entrenamiento puede ser esencial para asegurar una ejecución satisfactoria del trabajo, e igualmente constituye una herramienta fundamental para efectuar los planes de carrera, transferencias, promociones y cambios originados por nuevas tecnologías.

b. Beneficios del entrenamiento

- ✓ Mejorar los sistemas y métodos de trabajo
- ✓ Reducir los rechazos y desperdicios en la producción y/o servicios
- ✓ Reducir costos por mantenimiento de las maquinarias, equipos, etc.
- ✓ Reducir el tiempo de aprendizaje

c. Proceso de entrenamiento

El entrenamiento es un proceso cíclico y continuo compuesto de cuatro etapas las cuales se detallan a continuación:

- ✓ **Diagnóstico:** se realiza un inventario de necesidades de entrenamiento que se deben satisfacer.
- ✓ **Diseño:** Se elabora un programa de entrenamiento para satisfacer las necesidades diagnosticadas.

- ✓ **Implementación:** Aplicación y conducción del programa de entrenamiento.
- ✓ **Evaluación:** Verificación de los resultados de entrenamiento.

2.2.4. Adiestramiento

(Canonici, 1988) Es un proceso continuo, sistemático y organizado que permite desarrollar en el individuo los conocimientos, habilidades y destrezas requeridas para desempeñar eficientemente el puesto de trabajo.

Es un proceso sistemático que permite desarrollar en el individuo conocimientos y destrezas. Por esto, surge la necesidad de implantar programas de adiestramiento que le permita desarrollar, capacitar y actualizar a su personal.

a. Objetivos del adiestramiento

- ✓ Incrementar la productividad.
- ✓ Promover la eficiencia del trabajador.
- ✓ Ayudar a desarrollar condiciones de trabajo más satisfactorias.
- ✓ Promover el mejoramiento de los sistemas y procedimientos.

b. Variables importantes del adiestramiento

- ✓ **Nivel de aspiración:** Cuanto más claros están los objetivos que una persona se propone y más clara la relación existente entre sus efectivas posibilidades y aquello a lo que aspira, más fácil podrá darse una coincidencia entre sus expectativas individuales y las expectativas implícitas en el aprendizaje.
- ✓ **El esfuerzo:** Cuanto más informado esté el sujeto acerca del éxito o del fracaso de un determinado esfuerzo, tanto más se tiene la posibilidad de encauzar las propias energías de modo conforme a las exigencias de la realidad.
- ✓ **Aprender a discriminar:** La capacidad de reaccionar de modo diferente ante situaciones diferentes, así como la capacidad de extraer un provecho de la experiencia mediante la generalización.

2.2.5. Dimensiones de la capacitación

a. Transmisión de información

Es el elemento esencial de muchos programas de capacitación, es decir, la información que se imparte entre los educandos en forma de un conjunto de conocimientos. La información es preferentemente sobre el trabajo, como información respecto a la empresa, sus productos y servicios, su organización y políticas, las reglas y los reglamentos.

Indicadores

- ✓ Logro de metas.
- ✓ Respeto.

b. Desarrollo de habilidades

Son todas las habilidades, las destrezas y los conocimientos que están directamente relacionados con el desempeño del puesto presente o de posibles funciones futuras. Se trata de una capacitación orientada directamente hacia las tareas y las operaciones que serán realizadas.

Indicadores

- ✓ conocimiento
- ✓ desarrollo de tareas

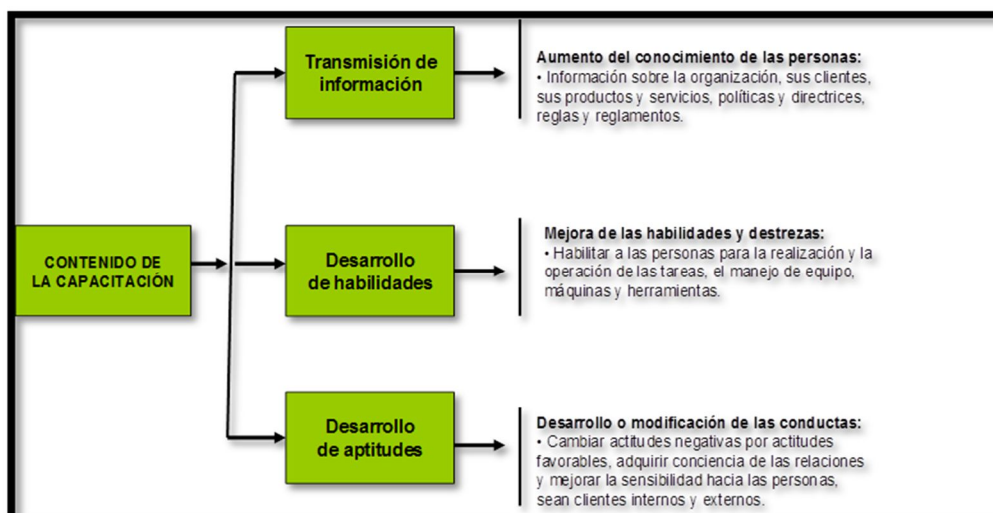
c. Desarrollo de actitudes

Se busca generalmente la modificación de actitudes negativas de los trabajadores para convertirlas en otras más favorables, como aumentar la motivación o desarrollar la sensibilidad del personal de gerencia y de supervisión en cuanto a los sentimientos y las reacciones de las personas.

Indicadores

- ✓ Actitudes

Cuadro N° 1: Etapas del proceso de capacitación



Fuente: Idalberto Chiavenato *Administración de recursos humanos: El capital humano de las organizaciones*.

2.2.6. Calidad

Se considera a “la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que permite apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie” (Miranda Chamorro & Rubio S, 2007).

(Dávila, 1995) “calidad es satisfacer al cliente. ¿Cómo?, cumpliendo con los requerimientos y prestando un buen servicio. ¿Hasta dónde?, hasta donde la acción tomada ayude a la permanencia de la empresa en el mercado, ese es el límite”.

Según UNE-EN ISO 9000 (2000) calidad es: “grado en que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos”.

(Alcalde, 2007) Considera que un producto o servicio es de calidad si se cumple con las especificaciones que han fijado de antemano sus diseñadores. Por último se podría decir que la calidad es satisfacer las necesidades de los usuarios e incluso superar las expectativas que estos tienen puestas sobre el producto o servicio.

Según (Evans, J & Lindsay, W, 2008) la calidad se ha definido, tomando en cuenta varios criterios:

- ✓ **Criterios basados en el juicio:** se toma a la calidad como sinónimo de superioridad o excelencia.
- ✓ **Criterios basados en el producto:** la calidad es función de una variable específica y medible, y las diferencias en calidad reflejan diferencias en el valor de algún atributo del producto.
- ✓ **Criterios basados en los usuarios:** aquí la calidad es determinada por lo que desea el usuario; es decir, dependiendo de que tan bien se comporta el producto o servicio al llevar a cabo su función.
- ✓ **Criterios basados en la manufactura:** la calidad es el resultado deseable de una práctica de ingeniería y de manufactura.

a. Medidas de la calidad

(Puig J & Duran F, 2006) Mencionan que para medir la calidad en los servicios es necesario determinar unas exigencias detectables y medibles, por lo tanto evaluables y controlables, las cuales se clasifican en dos tipos:

- ✓ **Cuantitativas:** Retrasos, tiempos de espera, número de llamadas, visitas o entrevistas para solucionar problemas, tiempos de entrega, exactitud de la facturación y grado de cumplimiento de lo pactado u ofrecido.
- ✓ **Cualitativas:** Sabor, estética, temperatura, clima, cortesía, amabilidad, confort, simpatía en el trato, seguridad del producto o servicio, mejora de la calidad de vida, confianza, seguridad, higiene del producto o del ambiente.

2.2.7. Servicios

(Harrington H & Harrington J, 1997) Sostiene que el servicio es una contribución al bienestar de los demás y mano de obra útil que nos proporciona un bien tangible.

(Stanton, 1997) Definen los servicios "como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades".

En esta economía donde predominan los servicios, todas las organizaciones líderes están obsesionadas con la excelencia del servicio, utilizan el servicio de diferentes formas; para aumentar su productividad; para ganar la lealtad y confianza del consumidor; utilizan el servicio de calidad como una opción alternativa ante la competencia de precios y para que las experiencias positivas de los clientes sean transmitidas de boca en boca como parte de la estrategia publicitaria (Zeithalman, 2004).

En la Norma ISO 9000:2000 comenta que "un servicio es el resultado de llevar a cabo necesariamente al menos una actividad en la interfaz entre el proveedor y el cliente, generalmente es intangible. La prestación de un servicio puede implicar, por ejemplo:

- ✓ La entrega de un producto intangible (por ejemplo, la entrega de información en el contexto de la transmisión de conocimiento).

- ✓ La creación de una ambientación para el cliente (por ejemplo, en hoteles y restaurantes)"

En resumen el servicio es el conjunto de actividades que se relacionan entre si y de actitudes que se diseñan para satisfacer las necesidades de los usuarios, el servicio viene del verbo servir que se encuentra el encontrarse a disposición del otro, también el servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente. Se define un marco en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de éstas La presentación de un servicio no resulta en posesión, y así es como un servicio se diferencia de proveer un bien físico. Al proveer algún nivel de habilidad, ingenio y experiencia, los proveedores de un servicio participan en una economía sin las restricciones de llevar inventario pesado o preocuparse por voluminosas materias primas. Por otro lado, su inversión en experiencia requiere constante inversión en mercadotecnia y actualización de cara a la competencia, la cual tiene igualmente pocas restricciones físicas.

(Berry, Bennet & Brown, 1991) Detallan que el servicio tiene cuatro características:

- ✓ **Intangibilidad:** Los servicios son intangibles, al contrario de los artículos, no se le puede tocar, probar, oler o ver. Los consumidores que van a comprar servicios, generalmente no tienen nada tangible que colocar en la bolsa de la compra.
- ✓ **Heterogeneidad:** Los servicios varían, al tratarse de una actuación – normalmente llevada a cabo por seres humanos – los servicios son difíciles de generalizar, incluso los cajeros más corteses y competentes pueden tener días malos por muchas razones, e inadvertidamente pasar malas vibraciones al cliente o cometer errores.
- ✓ **Inseparabilidad de producción y consumo:** Un servicio generalmente se consume mientras se realiza, con el cliente implicado a menudo en el proceso. Una deliciosa comida de restaurante puede estropearla un servicio lento o malhumorado, y una transacción financiera rutinaria puede echarse a perder por una cola de espera inacabable o un personal sin preparación.
- ✓ **Caducidad:** La mayoría de los servicios no se pueden almacenar. Si un servicio no se usa cuando está disponible, la capacidad del servicio se pierde.

2.2.8. Calidad de servicio

La calidad de servicio se percibirá de forma diferente según el cliente, ya usuarios del mismo. (Horovitz, 1991).

(Berry & Parasuraman, 1991) Sostienen que el enriquecimiento de un servicio superior en calidad recae sobre todos provocando una reacción en cadena de los que se benefician ante él; consumidores, empleados, gerentes y accionistas, provocando el beneficio general y por ende el bienestar de la comunidad.

La actitud del cliente respecto a la calidad del servicio cambia a medida que se va conociendo mejor el producto y mejora su nivel de vida. En un

principio, el cliente suele contentarse con el producto base, sin servicios, y por lo tanto, el más económico. (Horovitz, 1991).

(Llorens & Fuentes, 2006) Consideran que la noción de calidad de servicio, desde la óptica de los clientes, es el resultado de un proceso de evaluación, donde el consumidor compara sus expectativas con la percepción del servicio que ha recibido. La calidad en el servicio es muy diferente a la calidad del producto, ya que son de vital importancia las actitudes, la comunicación, forma de trato, garantías, comportamientos, percepciones, etc., provenientes de las distintas personas que tratan con el cliente.

(Camisón, Cruz & González, 2007) Señalan que: “La calidad de servicio viene dada por la proximidad del servicio esperado y el servicio percibido. Mide el grado en que los requisitos deseados por el cliente son percibidos por él tras forjarse una impresión del servicio recibido”

(Puig & Duran, 2006) Consideran que la calidad en los servicios es un concepto abstracto y complejo, difícil de definir y medir. Un servicio es un proceso que consta de actividades regidas por la conducta y las actitudes de las personas implicadas. A diferencia de un producto, un servicio es difícil de probar, es una experiencia y tiene vida limitada

a. Características de la calidad de servicio

(Larrea, 1991) Comenta acerca de las características que tiene la calidad del servicio al cliente.

- ✓ **Conocimiento de las necesidades y expectativas del cliente:** Antes de diseñar cualquier política de atención al cliente es necesario conocer a profundidad las necesidades de los diferentes segmentos de clientes para poder satisfacer sus expectativas.
- ✓ **Flexibilidad y mejora continua:** Las empresas han de estar preparadas para adaptarse a posibles cambios en su sector y a las necesidades crecientes de los clientes.
- ✓ **Orientación al trabajo y al cliente:** Los trabajos que implican atención directa al cliente integran dos componentes: el técnico propio

del trabajo desempeñado y el humano, derivado del trato directo con personas.

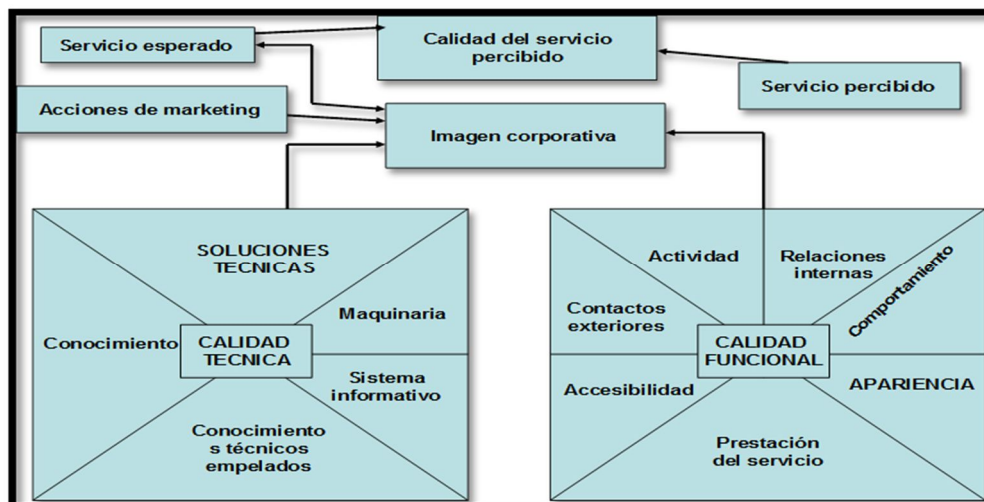
- ✓ **Es subjetiva:** Al cliente le mueven las razones y las emociones al mismo tiempo, por lo que la atención al cliente ha de ser cerebral y emocional.
- ✓ **No es fácilmente modificable:** Para conseguir un cambio de actitud en un cliente son necesarias sucesivas experiencias que el cliente perciba como exitosas.

b. Modelos de la calidad

- ✓ **Modelo de Grönroos**

(Gronroos, 1994) Los servicios “son básicamente procesos más o menos intangibles y experimentados de manera subjetiva, en los que las actividades de producción y consumo se realizan de forma simultánea. Se producen interacciones que incluyen una serie de “momentos de verdad” entre el cliente y el proveedor del servicio. Lo que sucede en estas interacciones comprador – vendedor tiene un efecto fundamental en el servicio percibido”. De acuerdo a su tradición europea, sostiene que es importante diferenciar entre la calidad técnica (que se da), la calidad funcional (cómo se da) y la imagen corporativa para evaluar la calidad de los servicios (Veliz & Villanueva, 2013).

Gráfico N° 1: Modelo conceptual de la calidad percibida total de Grönroos

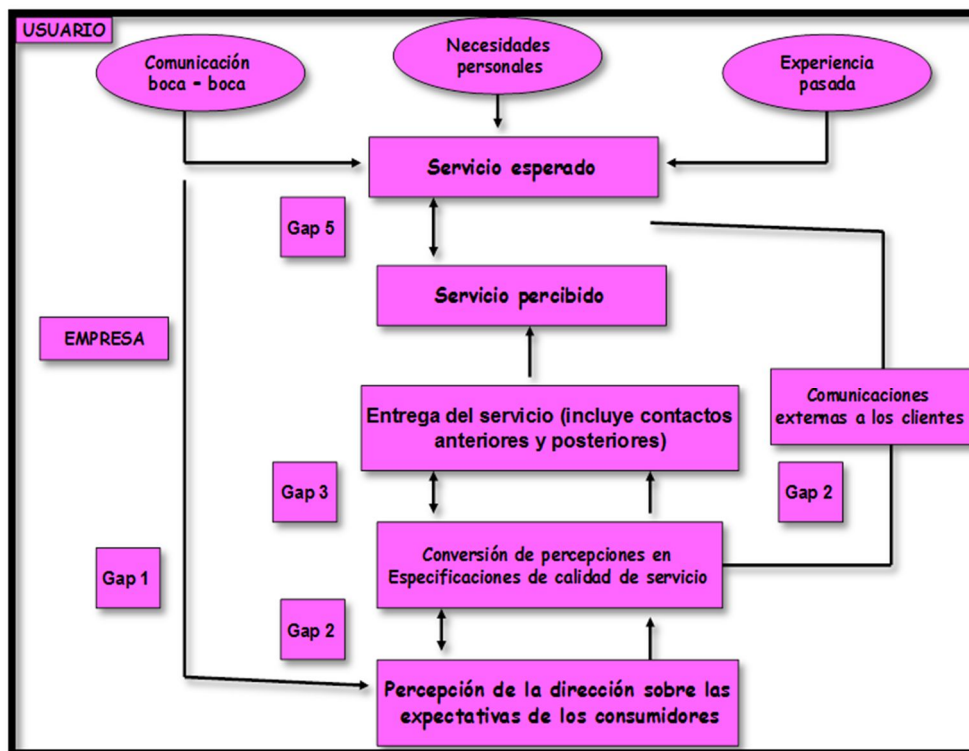


Fuente: Veliz Rojas, M. y Villanueva Aparco, R. (2013).

✓ **Modelo de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985)**

Tomando como referencia el modelo de (Gronroos, 1994) (Berry & Parasuraman, 1991) quienes realizaron sus investigaciones, y bajo la tradición norteamericana formularon su modelo conceptual denominado “el Modelo de los Cinco Gaps” o “Modelo de las Discrepancias”. Presenta cinco gaps o desajustes identificados que serían el origen de las fallas de las políticas de calidad, que en palabras de los autores dice: “Una serie de discrepancias o deficiencias existen respecto a las percepciones de la calidad del servicio de los ejecutivos y las tareas asociadas con el servicio que se presta a los consumidores, estas deficiencias son los factores que afectan a la posibilidad de ofrecer un servicio que sea percibido por los clientes como de alta calidad. (Citado en Veliz Rojas, M. y Villanueva Aparco, R. (2013).

Gráfico N° 2: Modelo Parasuraman, Zeithmal y Berry



Fuente: Veliz Rojas, M. y Villanueva Aparco, R. (2013).

✓ El modelo Servqual

Tras una investigación (Berry & Parasuraman, 1991) bajo el concepto de calidad percibida, desarrollaron un instrumento de medida llamado SERVQUAL (palabra conjunta que se derivan de la palabra Service Quality) que permite evaluar por separado las expectativas y percepciones del cliente a partir de cinco categorías (producto de la correlación las diez dimensiones que identificaron para medir la calidad del servicio) (Citado en Veliz Rojas, M. y Villanueva Aparco, R. (2013).

Elementos tangibles: referido a la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

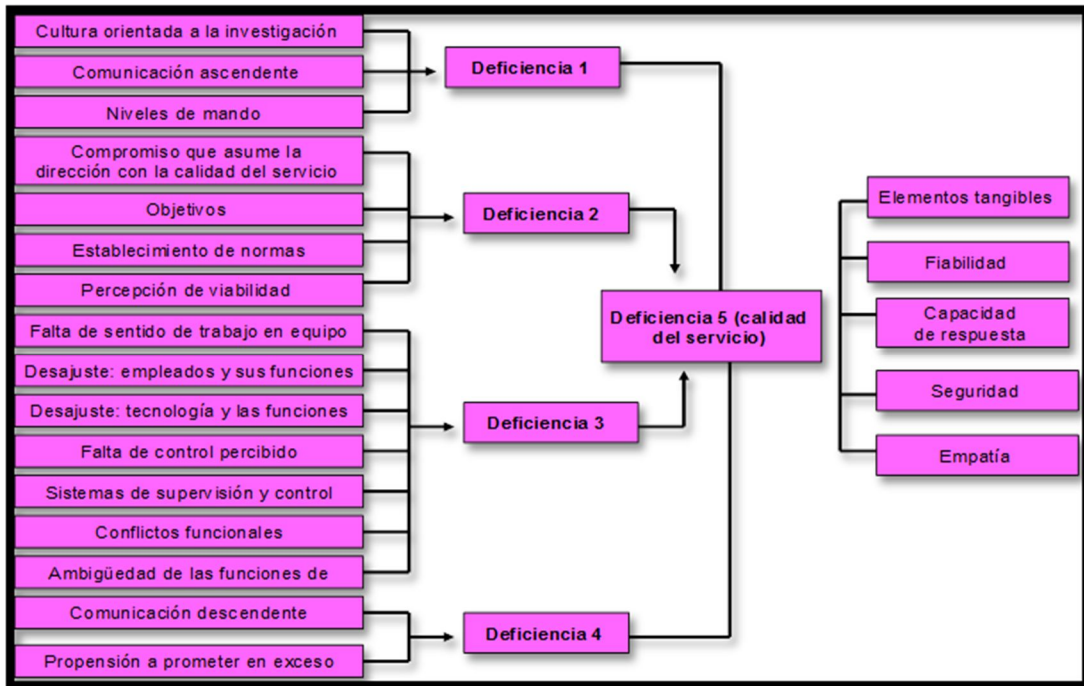
Fiabilidad: habilidad relacionada con la prestación del servicio prometido de modo fiable y cuidadoso.

Capacidad de respuesta: referida a la disposición del personal para ayudar a los usuarios y proveerlos de un servicio rápido.

Seguridad: conocimiento y atención y habilidades mostradas por los empleados para inspirar credibilidad y confianza.

Empatía: esfuerzo por entender la perspectiva del usuario mediante la atención individualizada.

Gráfico N° 3: Modelo ampliado de la calidad de servicio



Fuente: Veliz Rojas, M. y Villanueva Aparco, R. (2013).

2.2.9. Dimensiones de la calidad

a. Confiabilidad

Para la Real Academia Española (RAE) es la “Cualidad de fiable (seguridad y buenos resultados), probabilidad del buen funcionamiento de algo”.

(Bitner, 2002) La confiabilidad es: “Capacidad para desempeñar el servicio que se promete de manera segura y precisa”.

Indicadores

- ✓ Solución de problemas
- ✓ Cumplir con lo prometido del servicio.

b. Capacidad de respuesta

Disposición y voluntad de los empleados para ayudar al cliente y proporcionar el servicio.

Indicadores

- ✓ Seguridad.
- ✓ Conductas amables.

c. Empatía

Según (Bitner, 2002), empatía es “Brindar a los clientes atención individualizada y cuidadosa”.

La empatía es una habilidad propia del ser humano, nos permite entender a los demás, poniéndonos en su lugar para poder entender su forma de pensar así como comprender y experimentar su punto de vista mejorando las relaciones interpersonales que permiten la buena comunicación, generando sentimientos de simpatía, comprensión y ternura.

Para que esta habilidad pueda desarrollarse de la mejor manera se deben tomar en consideración algunas capacidades del comportamiento tales como: la calidad de interrelación, el desarrollo moral, buena comunicación y el altruismo (generosidad). También debemos tener en cuenta las respuestas emocionales, el bienestar que orientamos hacia las otras personas y algunos sentimientos empáticos (simpatía, compasión y ternura).

Indicadores

- ✓ Calidad de la información brindada.
- ✓ Relación empática.

Cuadro N° 2: Significado de las dimensiones del modelo SERVIQUAL

Dimensiones	Significado
Confiabilidad	Habilidad de prestar el servicio prometido de forma precisa.
Capacidad de respuesta	Deseo de ayudar a los clientes y de servirles de forma rápida.
Empatía	Ponerse en el lugar de otro.

Fuente: Elaboración propia

2.2.10. El transporte

Transporte, medio de traslado de personas o bienes desde un lugar hasta otro. El transporte comercial moderno está al servicio del interés público e incluye todos los medios e infraestructuras implicadas en el movimiento de las personas o bienes, así como los servicios de recepción, entrega y manipulación de tales bienes. El transporte comercial de personas se clasifica como servicio de pasajeros y el de bienes como servicio de mercancías. Como en todo el mundo, el transporte es y ha sido en Latinoamérica un elemento central para el progreso o el atraso de las distintas civilizaciones y culturas.

2.2.11. El transporte público

El hombre toma conciencia que el transporte público es parte fundamental del desarrollo de los pueblos y realiza grandes esfuerzos para estudiar, planificar, diseñar e implementar sistemas de transporte que sean eficientes, que mejoren la calidad de vida y que se adapten constantemente a los constantes cambios de modernización y desarrollo de las ciudades.

Las ciudades crecen vertiginosamente y particularmente las ecuatorianas, de ahí la necesidad de implantar sistemas de transporte público organizados, eficientes, permanentes en el tiempo, ajustados a las condiciones y culturas, con firme convicción de un progreso y mejora de la calidad de vida de la sociedad. El transporte público puede influir mucho en los patrones de viaje, ya que puede trasladar grandes volúmenes de personas ocupando un pequeño espacio vial.

Este es un servicio prestado a la comunidad otorgando la oportunidad a aquellos que no poseen medios de transporte propios para satisfacer sus necesidades laborales, sociales y recreacionales.

2.2.12. Sistema de transporte público (STP)

Comprende los medios de transporte en que los usuarios o pasajeros son servidos por terceros, esta prestación puede ser por parte de empresas públicas, privadas o mixtas; un sistema de transporte público está compuesto por una serie de variables de índole humana, legislativo, material e infraestructura, que en interrelación actúan y hacen posible el servicio del transporte público a una determinada sociedad, de estas variables depende la calidad de prestación.

2.2.13. Calidad de servicio del transporte público

La calidad de transporte público urbano debe ser contemplada con una visión general, esto es, debe considerarse el nivel de satisfacción de todos los actores directa o indirectamente inmersos en el sistema: usuarios, comunidad, gobierno, trabajadores del sector y empresarios del ramo del transporte.

Para tener una calidad global en el transporte público urbano es fundamental que cada uno de los actores tenga sus objetivos bien definidos, que conozca todos sus derechos y obligaciones y sepa realizar con eficiencia y calidad todas sus tareas y actividades.

También es vital que todos los actores conozcan los objetivos, los derechos y obligaciones de los demás, y que haya un permanente intercambio de ideas entre ellos, a fin de que los problemas sean resueltos con la participación de todos. Esto corresponde a la Democracia del sistema

2.3. Marco conceptual

- ✓ **Calidad:** Grado en que el conjunto que características inherentes cumple con los requisitos.
- ✓ **Requisito:** necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria.

- ✓ **satisfacción del cliente:** percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos.
- ✓ **Capacidad:** aptitud de una organización, sistema o proceso para realizar un producto que cumple con los requisitos para ese producto.
- ✓ **Administración:** manera de integrar las organizaciones o parte de ellas, proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos organizacionales.
- ✓ **Competitividad:** capacidad de una organización para ofrecer productos, servicios mejores y más baratos.
- ✓ **Eficacia:** alcanzar objetivos y resultados, un trabajo eficaz es provecho y exitoso.
- ✓ **Correlacionar:** investigación donde se mide el grado de relación de dos variables.
- ✓ **Competencia:** El término competencia hace referencia a características de personalidad, devenidas, comportamientos que generan un desempeño exitoso en un puesto de trabajo. Cada puesto de trabajo puede tener diferentes características en empresas y/o mercados distintos.
- ✓ **Gestión:** Este término hace referencia a la administración de recursos, sea dentro de una institución estatal o privada, para alcanzar los objetivos propuestos por la misma. Para ello uno o más individuos dirigen los proyectos laborales de otras personas para poder mejorar los resultados, que de otra manera no podrían ser obtenidos.
- ✓ **Capital Intelectual:** El concepto de Capital Intelectual se ha incorporado en los últimos años tanto al mundo académico como empresarial para definir el conjunto de aportaciones no materiales que en la era de la información se entienden como el principal activo de las empresas del tercer milenio.
- ✓ **Fiabilidad:** es la habilidad para desempeñar el servicio prometida de manera precisa y fiable.
- ✓ **Calidad de servicio:** conjunto de características y cualidades mínimas en la prestación de servicio.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis general

El proceso de capacitación se relaciona significativamente con la calidad de servicio de la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.

3.1.2. Hipótesis específicas

HE1: La transmisión de información se relaciona directamente con la confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.

HE2: El desarrollo de habilidades se relaciona directamente con la confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.

HE3: El desarrollo de actitudes se relaciona significativamente con la confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.

HE4: La transmisión de información se relaciona directamente con la capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.

HE5: El desarrollo de habilidades se relaciona directamente con la capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.

HE6: El desarrollo de actitudes se relaciona significativamente con la capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.

HE7: La transmisión de información se relaciona directamente con la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.

HE8: El desarrollo de habilidades se relaciona directamente con la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.

HE9: El desarrollo de actitudes se relaciona significativamente con la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.

3.1.3. Hipótesis nula:

Existe suficiente evidencia estadística para rechazar la relación cuando $p\text{-valor} > 0,05$

3.1.4. Hipótesis alterna:

No existe suficiente evidencia estadística para rechazar la relación cuando $p\text{-valor} < 0,0$

3.2. Variables

(Carrasco, 2006) Menciona que las variables pueden definirse como aspectos de los problemas de investigación que expresan un conjunto de propiedades, cualidades y características observables de las unidades de análisis, tales como individuos, grupos sociales, hechos, procesos y fenómenos sociales y naturales. Es cualquier característica, cualidad o propiedad de un fenómeno o hecho que tiende a variar y que es susceptible de ser modificado o evaluado.

3.2.1. Variable 01: Proceso de capacitación

Dimensiones:

- ✓ **Transmisión de información:** es generalmente el trabajo, como información respecto a la empresa, sus productos y servicios, su organización y políticas, las reglas y los reglamentos.
- ✓ **Desarrollo de habilidades:** están directamente relacionados con el desempeño del puesto presente o de posibles funciones futuras.
- ✓ **Desarrollo de actitudes:** la modificación de actitudes negativas de los trabajadores para convertirlas en otras más favorables.

3.2.2. Variable 02: Calidad de servicio

Dimensiones:

- ✓ **Confiabilidad:** habilidad para realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
- ✓ **Capacidad de respuesta:** disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.
- ✓ **Empatía:** atención individualizada que ofrecen las empresas a sus consumidores.

3.3. Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Variable 01: Proceso de capacitación	Proceso: Conjunto de pasos o etapas necesarios para llevar a cabo una actividad. Capacitación: Es el medio que enseña y desarrolla sistemáticamente, y coloca en circunstancias de competencias y competitividad a cualquier persona.	Es aquella actividad sistemática, planificada y permanente cuyo propósito general es preparar, desarrollar e integrar a los recursos humanos al proceso productivo, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño de todos los trabajadores.	Transmisión de información	✓ Respeto. ✓ Logro de metas.
			Desarrollo de habilidades	✓ Conocimiento. ✓ Desarrollo de tareas
			Desarrollo de actitudes	✓ Actitudes
Variable 02: Calidad de servicios	Calidad: conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que permite apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie” Servicios: Sostiene que el servicio es una contribución al bienestar de los demás y mano de obra útil que nos proporciona un bien tangible.	Grado de satisfacción que experimenta el cliente por todas las acciones brindadas por la empresa n sus diferentes niveles	Confiabilidad	✓ Solución de los problemas. ✓ Cumplir con lo prometido.
			Capacidad de respuesta	✓ Seguridad. ✓ Conductas amables.
			Empatía	✓ Relación empática. ✓ Calidad de información brindada

3.4. Metodología

3.4.1. Enfoque

En el presente trabajo de investigación se encuentra circunscrito dentro del enfoque cuantitativo porque permite examinar los datos de manera científica, o más específicamente en forma numérica, generalmente con ayuda de herramientas del campo de la estadística.

Por otro lado (Hernández Fernández & Baptista, 2006) refiere que “el enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”.

3.4.2. Tipo de estudio

La investigación es no experimental-sustancial.

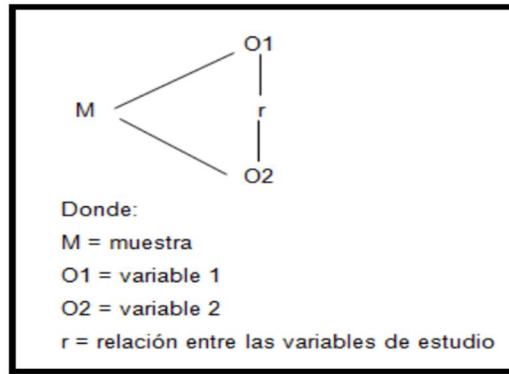
No experimental, por es una investigación donde las variables no se manipulan. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos y evaluarlos.

Sustancial, porque está orientada al estudio de los fenómenos tal y como se presentan en la realidad, caracterizándolos (Sánchez y Reyes, 2006).

3.4.3. Diseño de la investigación

El diseño de que se utilizó en la presente investigación fue de tipo no experimental, correlacional; no experimental porque se observaron situaciones existentes dentro de la empresa de transporte “José María Arguedas; las cuales no fueron provocadas intencionalmente y correlacional, porque se determina la relación entre el proceso de capacitación y la calidad de servicio. Porque en este tipo de diseño no experimental, el propósito es describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (Hernández Fernández & Baptista, 2006).

El diseño de investigación no experimental, correlacional, tiene la siguiente estructura:



3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

(Díaz, 2005) Conjunto de todos los elementos que forma parte del espacio territorial al que pertenece el problema de investigación y posee características.

La población en estudio está constituida por 70 personales que trabajan en la empresa de transportes “José María Arguedas” entre ellos; conductores y cobradores.

n=70

3.5.2. Muestra

El muestreo no probabilístico es una técnica donde las muestras se recogen en un proceso que brinda a todos los individuos de la población y de iguales oportunidades de ser seleccionado. No probabilístico.

(Montero, 1993) Sostiene que ante el escaso número de sujetos no será necesario extraer una muestra, se trabajara con el 100% de la población representada, una muestra tipo censal.

Así mismo es oportuno aclarar que la población es accesible para el investigador por lo que no se considera necesario la técnica de muestreo por considerarse una población finita.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnica: Dentro del desarrollo de investigación tomaremos una sola técnica.

- ✓ **La encuesta:** Esta técnica se aplica a la empresa de transporte “José María Arguedas” escogida por la muestra, a fin de obtener información sobre todos los aspectos relacionados con la investigación. Esta técnica permitirá la comunicación bidireccional-oral del personal responsable de las unidades de transporte urbano.

3.6.2. Instrumentos:

- ✓ **Cuestionario de encuesta:** Los instrumentos que se utilizó en la empresa de transporte “José María Arguedas”, están relacionados con las técnicas antes mencionadas, del siguiente modo:

Cuadro N° 3: Técnicas e instrumentos utilizados en la investigación

Técnicas	Instrumentos
Encuesta	Cuestionario estructurado

Fuente: Elaboración propia

3.7. Métodos del análisis de datos

Para el análisis de los resultados del presente trabajo de investigación, se utilizó la estadística descriptiva, ya que está se dedica a analizar y representar los datos por medio de tablas, gráficos y/o medidas de resumen.

- ✓ Para hallar el nivel de significatividad se somete la base a una prueba de correlación a todos los ítems o preguntas en general.
- ✓ Posteriormente las preguntas se recodifican según cada dimensión luego se somete al coeficiente de correlación de Spearman para así hallar la relación entre las dimensiones.
- ✓ Finalmente las dimensiones las recodifican en una variable, es decir; D1D2D3=V1, D1D2D3=V2; una vez integradas o recodificadas se someten la

variables al coeficiente de correlación de Spearman, para así hallar la relación entre las dos variables.

Para el procesamiento de nuestros datos a nivel descriptivos se utilizó tablas y gráficos propios de la estadística descriptiva, los cuales fueron procesados con el programa de Excel 2010 (tabla de frecuencias, gráficos de barras, coeficiente de Pearson) y para la contratación de hipótesis se utilizó el coeficiente de correlación (nivel de significancia) y su procesamiento se realizó en el programa estadístico SPSS 22.

Posteriormente, se realizó el análisis e interpretación y descripción de los resultados. Para la validación de los instrumentos, se utilizó el juicio de expertos, donde, se distribuyó a tres profesionales de la especialidad, quienes emitieron su opinión respecto a la redacción y contenido del cuestionario, quienes indicaron que el instrumento es aplicable a las unidades de estudio.

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

En este cuarto capítulo se presenta los resultados obtenidos, en dos niveles, en primer lugar el análisis es descriptivo de los datos generales y en segundo lugar el análisis es inferencial realizado mediante el programa SPSS 22.

4.1. Resultado de la investigación

El resultado de la confiabilidad de la consistencia interna del cuestionario se hizo con la prueba del coeficiente alfa de Cronbach. En general, el resultado de fiabilidad del instrumento según Alfa de Cronbach, para el cuestionario del proceso de capacitación y calidad de servicio, arrojó un valor de 0,954 como se muestra en el cuadro 5; por lo tanto, el instrumento es de excelente confiabilidad.

Cuadro N° 4: Escala All Variables

	N	%
Válido	70	100,0
Excluido	0	,0
Casos Total	70	100,0

Cuadro N° 5: Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N° de elementos
,954	,954	20

Según la tabla de Kuder Richardson, citado por (Mejía, 1994) este resultado de confiabilidad se ubica en el rango de 0,72 a 0,99, siendo de excelente confiabilidad la aplicación del instrumento. La tabla planteada por Richardson es la siguiente:

Tabla N° 1: Rango de confiabilidad

0,53 a menos	Nula confiabilidad
0,54 a 0,59	Baja confiabilidad
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy confiable
0,72 a 0,99	Excelente confiabilidad
1,00	Perfecta confiabilidad

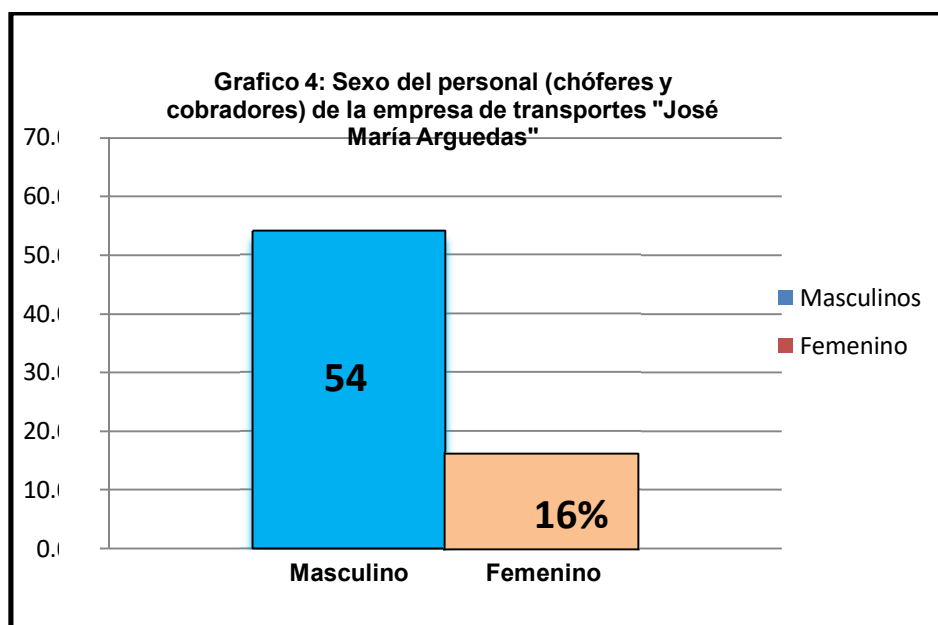
Fuente: Mejía, E. (1994). Técnicas de investigación educativa

4.1.1. Resultado de encuesta al personal (choferes y cobradores)

a. Datos generales: Sexo

En este acápite mostramos los resultados de la encuesta aplicada al personal de la empresa de transporte “José María Arguedas”, se presenta en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 4: Sexo del personal (choferes y cobradores



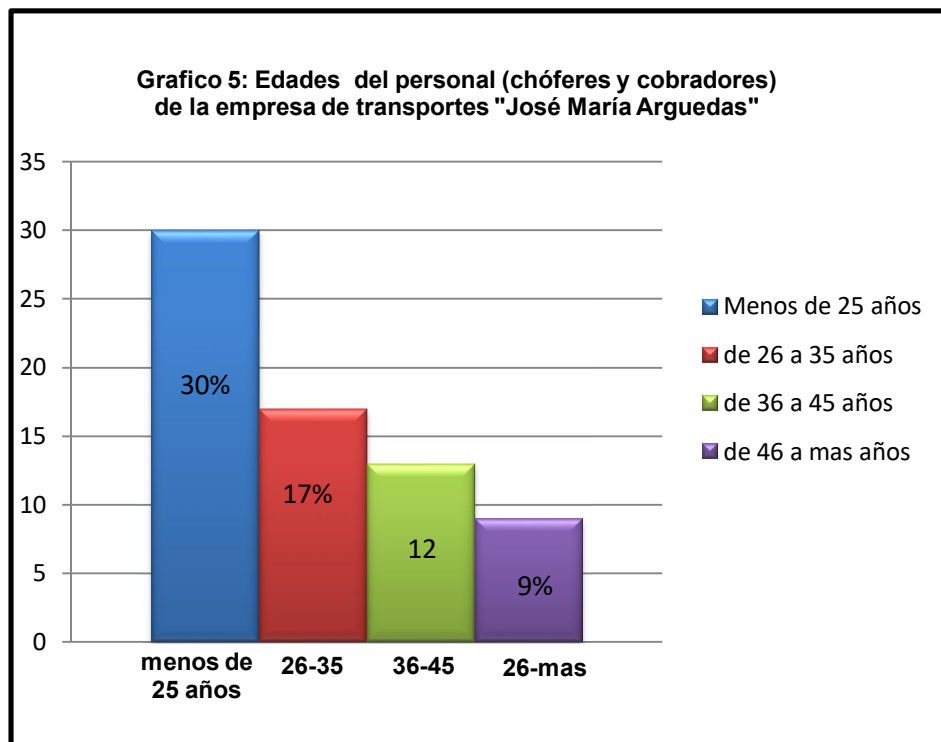
Fuente: elaboración propia; Matriz de tabulación de encuesta dirigida al personal de la empresa "José María Arguedas" Noviembre 2015

De la totalidad del personal encuestado en la empresa “José María Arguedas”, el 54% representa al sexo masculino, mientras que el 16% al sexo femenino.

Se puede observar en el gráfico N° 04, que la gran mayoría del personal es de sexo masculino. Ello se explica, porque se trata de trabajo de chóferes, que es asumido generalmente por hombres, en nuestro medio.

b. Datos generales: Edad

Gráfico N° 5: Edades del personal (cobradores y chóferes)

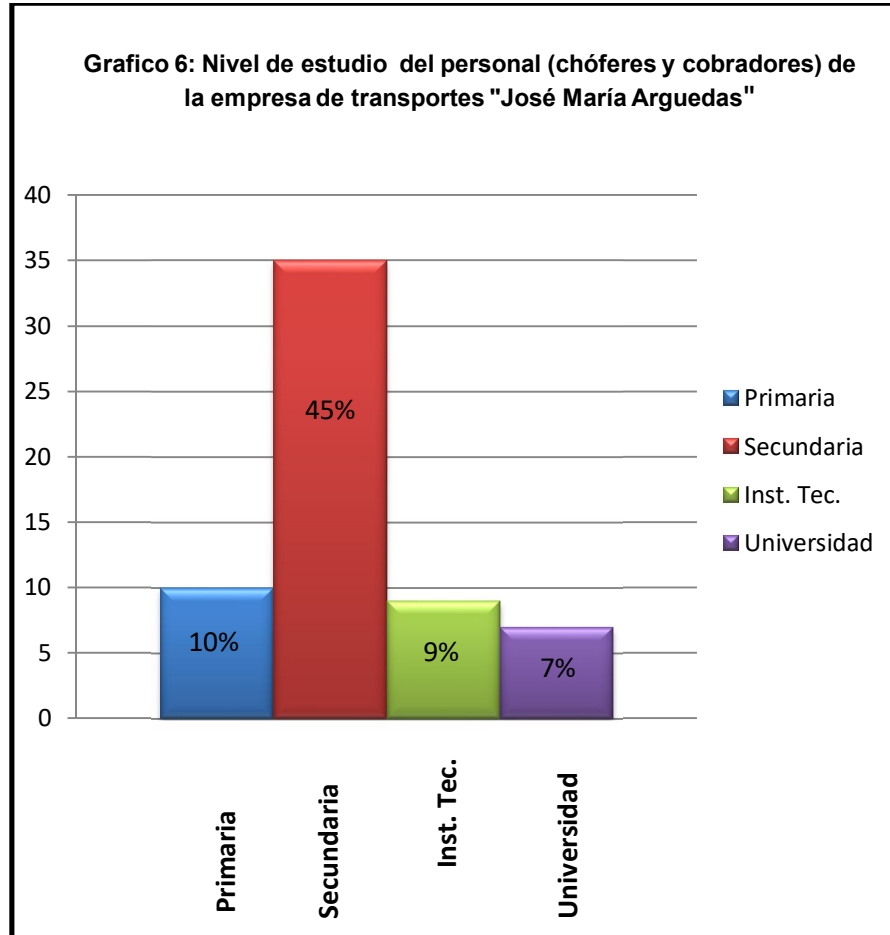


Fuente: elaboración propia; Matriz de tabulación de encuesta dirigida al personal de la empresa "José María Arguedas" Noviembre 2015

Del gráfico N° 5, se puede decir, que el 30% del personal de la empresa “José María Arguedas”, son menos de 25 años de edad.

C. Datos generales: Nivel de estudio

Gráfico N° 6: Nivel de estudio del personal (choferes y cobradores)



Fuente: elaboración propia; Matriz de tabulación de encuesta dirigida al personal de la empresa "José María Arguedas" Noviembre 2015

De la totalidad del personal encuestado en la empresa "José María Arguedas", se puede observar que en el gráfico N° 6 que un 45% del personal ha concluido sus estudios secundarios, los de educación primaria está en 10 % mientras de institutos tecnológicos vemos un 9%, y en 7% estas los universitarios.

4.1.2. Resultados de porcentajes de las variables y dimensiones

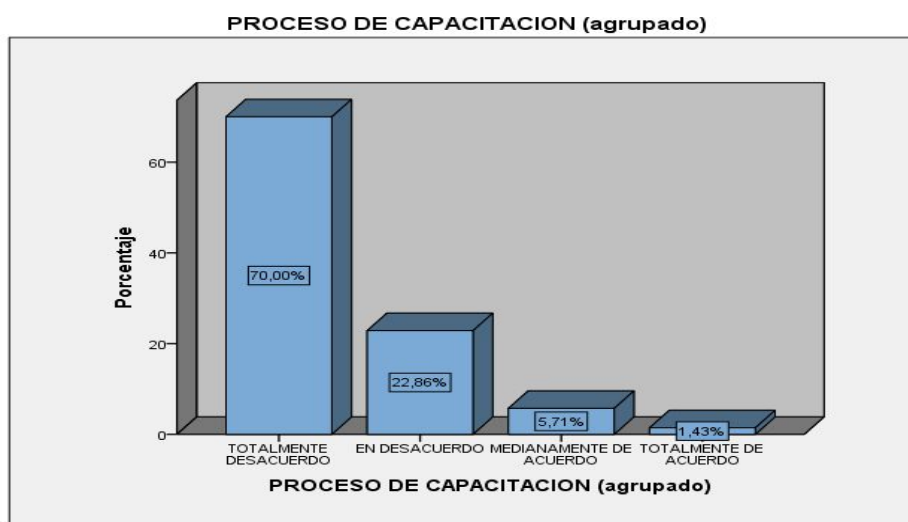
a. Variable 01: Proceso de capacitación

Tabla N° 2: Resultado de proceso de capacitación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	totalmente desacuerdo	49	70,0	70,0	70,0
	en desacuerdo	16	22,9	22,9	92,9
	medianamente de acuerdo	4	5,7	5,7	98,6
	totalmente de acuerdo	1	1,4	1,4	100,0
	total	70	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico N° 7: Resultado del proceso de capacitación



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica se aprecia que el 70% de los encuestados opinan que están totalmente desacuerdo que exista una capacitación en la empresa de transportes “José María Arguedas”, un 22.86% en desacuerdo que exista una capacitación, un 5.71% medianamente de acuerdo que exista una capacitación y 1.43% totalmente de acuerdo que si existe una capacitación al personal.

b. Variable 02: Calidad de servicio

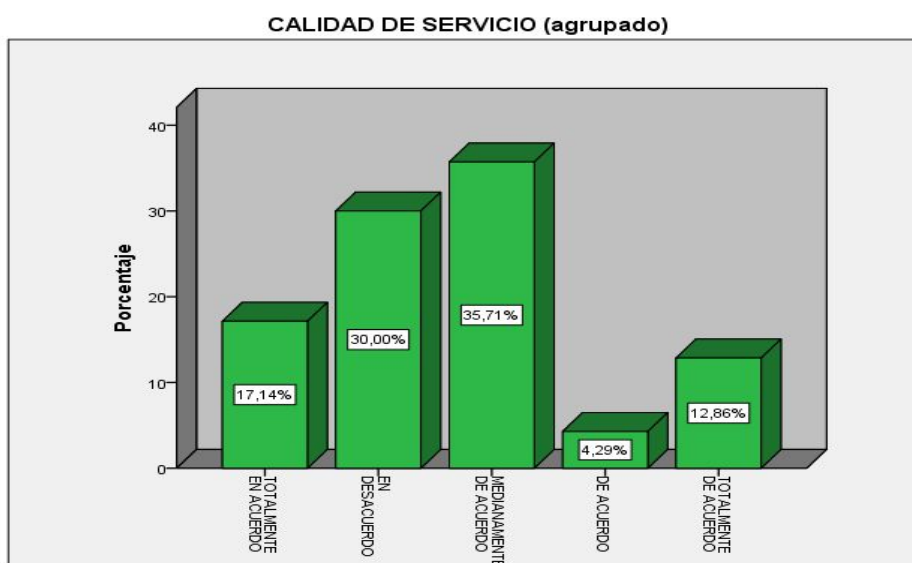
Tabla N° 3: Resultado de la variable de calidad de servicio

CALIDAD DE SERVICIO (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	totalmente en desacuerdo	12	17,1	17,1	17,1
	en desacuerdo	21	30,0	30,0	47,1
	medianamente de acuerdo	25	35,7	35,7	82,9
	de acuerdo	3	4,3	4,3	87,1
	totalmente de acuerdo	9	12,9	12,9	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 8: Resultado de la variable de calidad de servicio



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica se visualiza que del total de los encuestados el 17.14% están totalmente desacuerdos con la calidad de servicio que brindan, seguido de un 30% opinan que están en desacuerdo con la calidad de servicio, un 35.71% opinan que están medianamente de acuerdo con la calidad de servicio, un 4.29% de acuerdo con la calidad de servicio y por últimos se visualiza que un 12,86% están totalmente de acuerdo con la calidad de servicio.

c. Dimensión: Transmisión de información

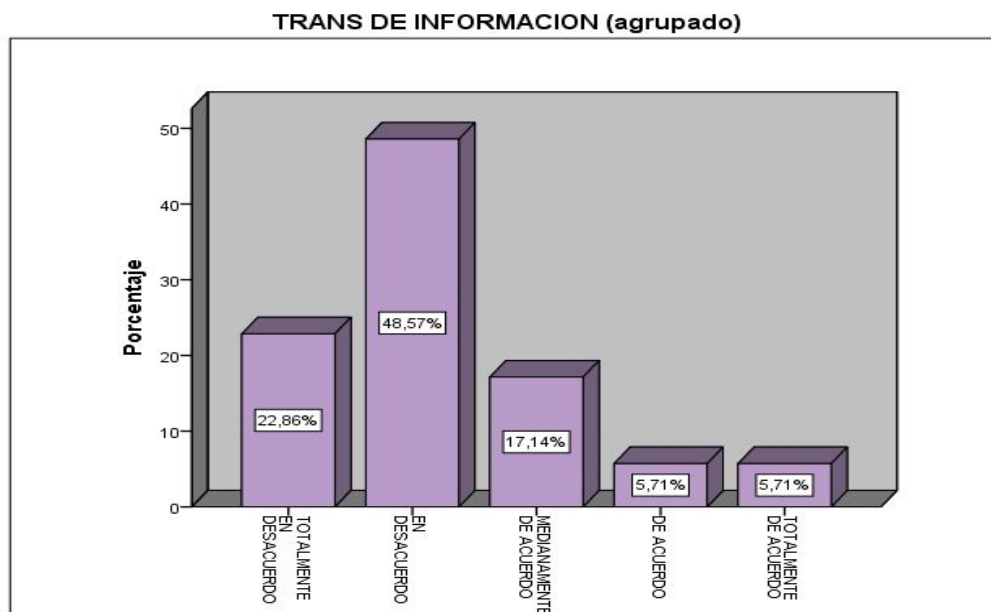
Tabla N° 4: Resultado de la dimensión transmisión de información

Transmisión de información

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	16	22,9	22,9	22,9
En desacuerdo	34	48,6	48,6	71,4
Medianamente de acuerdo	12	17,1	17,1	88,6
De acuerdo	4	5,7	5,7	94,3
Totalmente de acuerdo	4	5,7	5,7	100,0
Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 9: Resultado de la dimensión transmisión de información



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica nos indica que en las preguntas relacionadas a la dimensión de transmisión de información un 22.86% están totalmente en desacuerdos, un 48.57% en desacuerdo, un 17,14% medianamente de acuerdo, un 5.71% de acuerdo y 5.71% totalmente de acuerdo.

d. Dimensión: Desarrollo de habilidades

Tabla N° 5: Resultado de la dimensión de desarrollo de habilidades

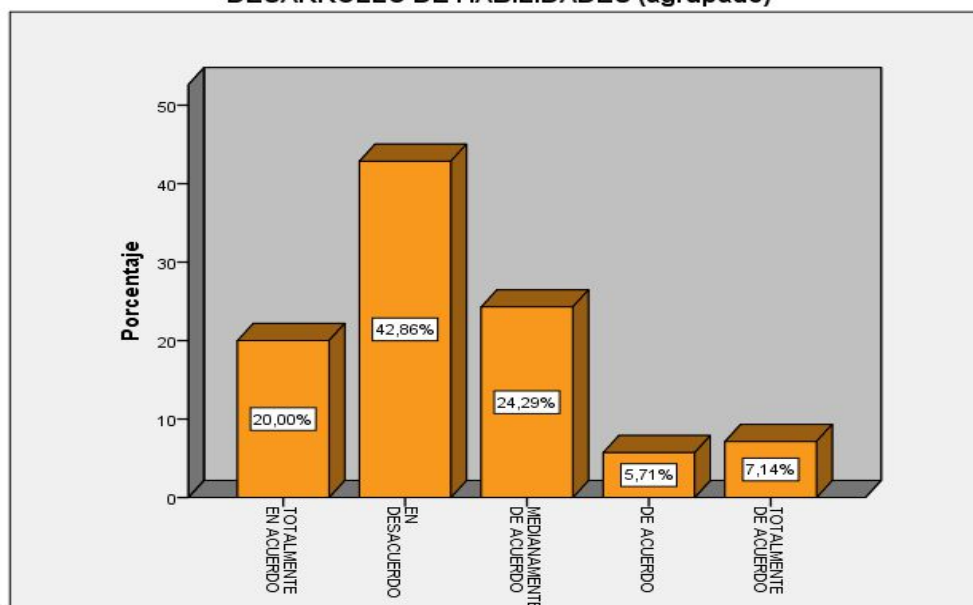
DESARROLLO DE HABILIDADES

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido totalmente en desacuerdo	14	20,0	20,0	20,0
en desacuerdo	30	42,9	42,9	62,9
medianamente de acuerdo	17	24,3	24,3	87,1
de acuerdo	4	5,7	5,7	92,9
totalmente de acuerdo	5	7,1	7,1	100,0
total	70	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 10: Resultado de la dimensión desarrollo de habilidades

DESARROLLO DE HABILIDADES (agrupado)



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica nos indica que en las preguntas relacionadas a la dimensión de desarrollo de habilidades un 20% están desacuerdos, un 42.86% en desacuerdo, un 24.29% medianamente de acuerdo, un 5.71% de acuerdo y 7.14% totalmente de acuerdo.

e. Dimensión: Desarrollo de actitudes

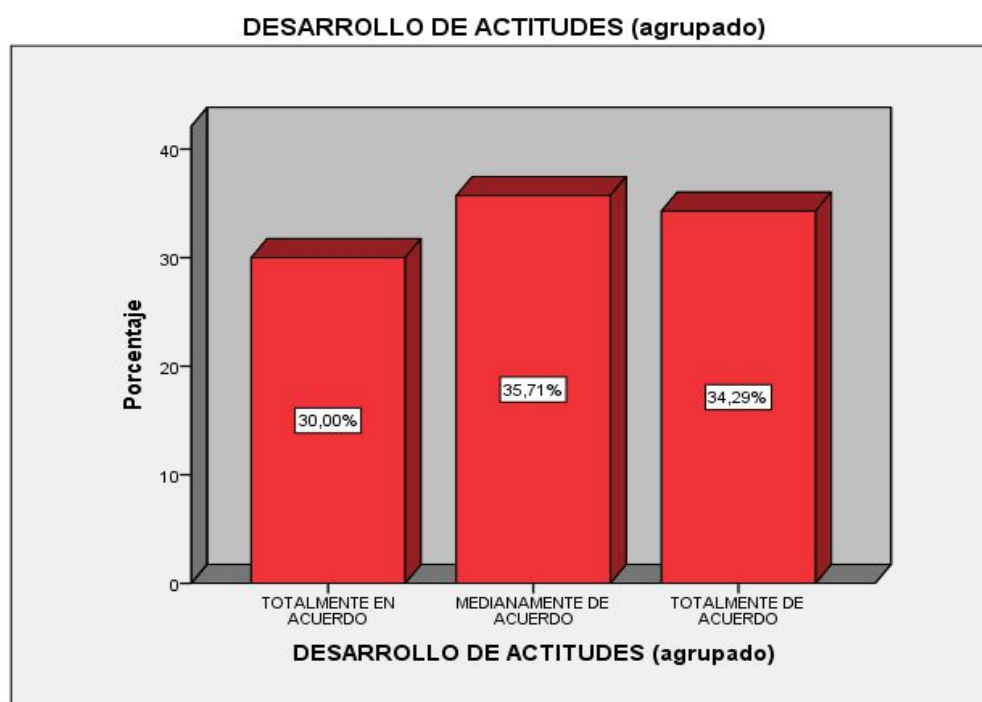
Tabla N° 6: Resultado de la dimensión de desarrollo de actitudes

DESARROLLO DE ACTITUDES (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	totalmente en acuerdo	21	30,0	30,0	30,0
	medianamente de acuerdo	25	35,7	35,7	65,7
	totalmente de acuerdo	24	34,3	34,3	100,0
	total	70	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 11: Resultado de la dimensión de desarrollo de actitudes



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica nos indica que en las preguntas relacionadas a la dimensión de desarrollo de actitudes un 30% totalmente desacuerdo, un 35.71% medianamente de acuerdo, un 34.29% totalmente de acuerdo.

f. Dimensión: Confiabilidad

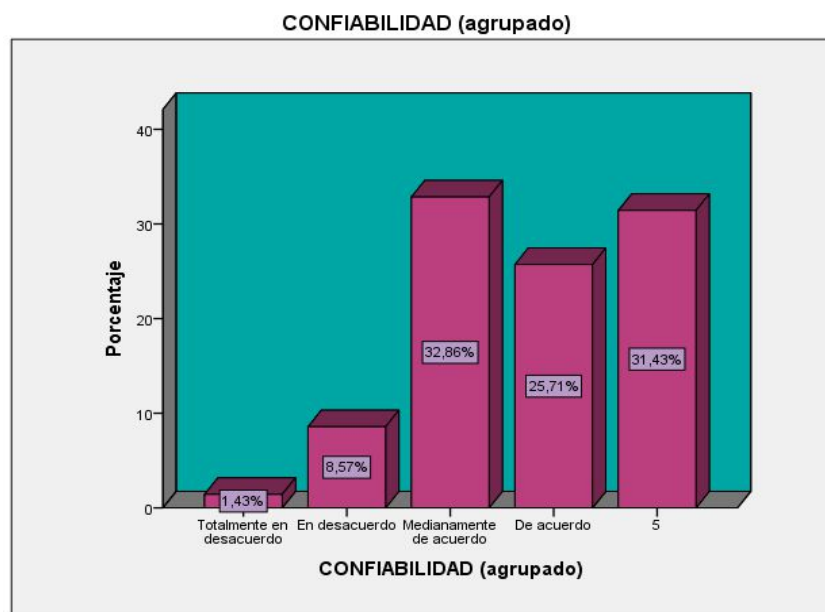
Tabla N° 7: Resultado de la dimensión de la confiabilidad

CONFIABILIDAD (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	38	54,3	54,3	54,3
	En desacuerdo	23	32,9	32,9	87,1
	Medianamente de acuerdo	8	11,4	11,4	98,6
	De acuerdo	1	1,4	1,4	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 12: Resultado de la dimensión de la confiabilidad



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica nos indica que en las preguntas relacionadas a la confiabilidad un 32,86% medianamente de acuerdo, un 31,43% totalmente de acuerdo, un 25,71% totalmente de acuerdo, un 8,57% en desacuerdo y un 1,43% totalmente en desacuerdo.

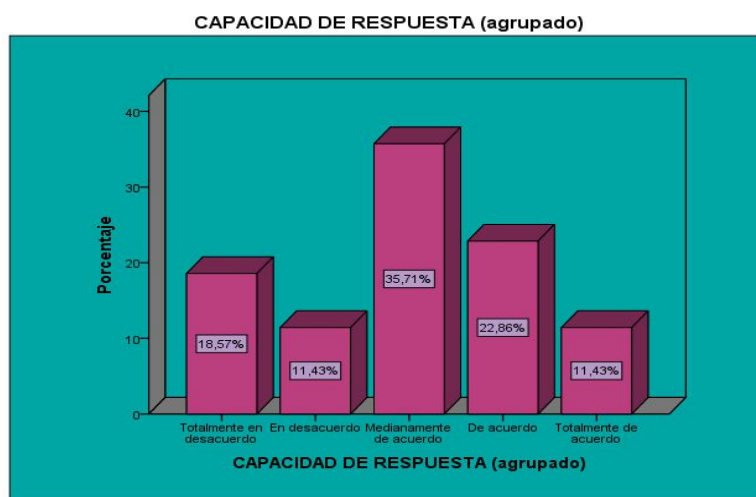
g. Dimensión: Capacidad de respuesta

Tabla N° 8: Resultado de la dimensión de capacidad de respuesta

		CAPACIDAD DE RESPUESTA (agrupado)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Totalmente en desacuerdo	13	18,6	18,6	18,6
	En desacuerdo	8	11,4	11,4	30,0
	Medianamente de acuerdo	25	35,7	35,7	65,7
	De acuerdo	16	22,9	22,9	88,6
	Totalmente de acuerdo	8	11,4	11,4	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 13: Resultado de la dimensión de capacidad de respuesta



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica nos indica que en las preguntas relacionadas a la capacidad de respuesta un 35,71% medianamente de acuerdo, un 22,86% de acuerdo, un 18,57% totalmente en desacuerdo, un 11,43% totalmente de acuerdo y un 11,43% en desacuerdo.

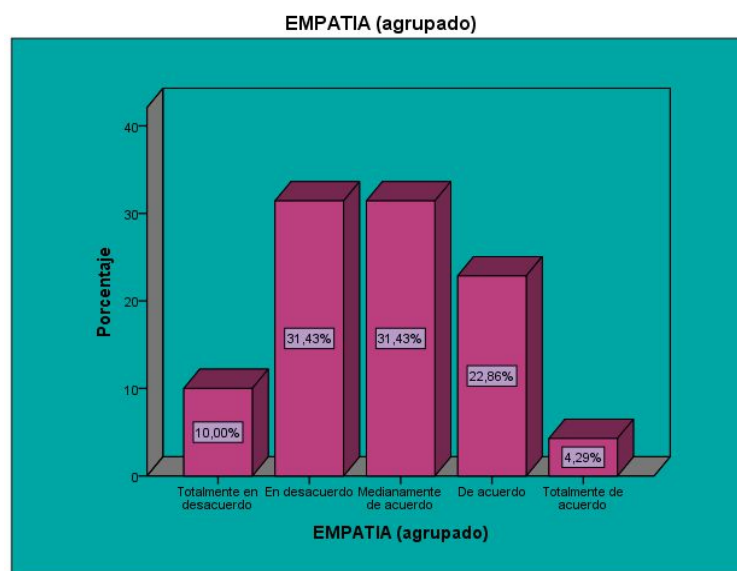
h. Dimensión: Empatía

Tabla N° 9: Resultado de la dimensión de empatía

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	7	10,0	10,0	10,0
En desacuerdo	22	31,4	31,4	41,4
Medianamente de acuerdo	22	31,4	31,4	72,9
De acuerdo	16	22,9	22,9	95,7
Totalmente de acuerdo	3	4,3	4,3	100,0
Total	70	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 14: Resultado de la dimensión de empatía



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica nos indica que en las preguntas relacionadas a la empatía un 31,43% medianamente de acuerdo, un 31,43% en desacuerdo, un 22,86% de acuerdo, un 10% totalmente en desacuerdo y un 4,29% totalmente de desacuerdo.

4.1.3. Resultados de la relación entre variables y dimensiones

Tabla N° 10: correlación entre la variable 01 y variable 02

Siendo el objetivo general demostrar la relación entre el proceso de capacitación y la calidad de servicio en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, se plantearon las siguientes hipótesis:

Ho: No existe relación entre el proceso de capacitación y la calidad de servicio en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas”.

H1: Existe relación entre el proceso de capacitación y la calidad de servicio en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas”.

Correlaciones

		PROCESO DE CAPACITACION (agrupado)	CALIDAD DE SERVICIO (agrupado)
Rho de Spearman			
Proceso de capacitación (agrupado)	Coefficiente de correlación	1000	,0747**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	70	70
calidad de servicio (agrupado)	Coefficiente de correlación	,0747**	1000
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	70	70

Fuente: Elaboración propia

Como se aprecia en la en la tabla N° 10. El Valor de “sig”, es de 0,000 que es menor al nivel de significancia 0.05. Entonces se rechaza la hipótesis nula (Ho), y se acepta la hipótesis alterna (H1), por lo tanto se puede afirmar con un nivel de confianza del 90% que si existe relación entre el proceso de capacitación y la calidad de servicio en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.

Así mismo se puede precisar que el valor de correlación que existe entre el proceso de capacitación y la calidad de servicio, utilizando el coeficiente de Spearman es de 0,747 que significa que existe una relación positiva alta.

Tabla N° 11: correlación entre transmisión de información y confiabilidad

Siendo el primer objetivo específico demostrar la relación entre la transmisión de información y la confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, se plantearon las siguientes hipótesis:

Ho: No existe relación entre la transmisión de información y confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas”.

H1: Existe relación entre la transmisión de información y confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas”.

Correlaciones

		transmisión de información (agrupado)	confiabilidad (agrupado)
Rho de spearman transmisión de información (agrupado)	coeficiente de correlación	1000	,517**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	70	70
confiabilidad (agrupado)	coeficiente de correlación	,517**	1000
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	70	70

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la En la tabla N° 11. El Valor de “sig”, es de 0,000 que es menor al nivel de significancia 0.05. Entonces se rechaza la hipótesis nula (Ho), y se acepta la hipótesis alterna (H1); por lo tanto se puede afirmar con un nivel de confianza de 90% que si existe relación directa moderada entre la dimensión de transmisión de información y la confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.

Así mismo se puede precisar que el valor de correlación que existe entre la dimensión transmisión de información y la confiabilidad, utilizando el coeficiente de Spearman es de 0,517 que significa que existe una correlación positiva moderada.

Tabla N° 12: Correlación entre desarrollo de habilidades y confiabilidad

Siendo el segundo objetivo específico demostrar la relación entre el desarrollo de habilidad y la confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, se plantearon las siguientes hipótesis:

Ho: No existe relación entre el desarrollo de habilidades y confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas”.

H1: Existe relación entre el desarrollo de habilidades y confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas”.

Correlaciones

		DESARROLLO DE HABILIDADES (agrupado)	CONFIABILIDAD (agrupado)
Rho de spearman	coeficiente de correlación	1000	,247
	Sig. (bilateral)		.038
	N	70	70
Desarrollo de habilidades (agrupado)	coeficiente de correlación	,247	1000
	Sig. (bilateral)	.038	
	N	70	70

Fuente: Elaboración propia

Como se aprecia en la Tabla N° 12, el valor “sig.” es de 0.038, que es menor al nivel de significancia de 0.05, entonces se rechaza la hipótesis nula (Ho); y se acepta la hipótesis alterna (H1); por lo tanto se puede afirmar con un nivel de confianza de 90% que si existe relación significativa entre la dimensión desarrollo de habilidades y la confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.

Asimismo se puede precisar que el valor de correlación que existe entre la dimensión desarrollo de habilidades y la confiabilidad, utilizando el coeficiente de Spearman, es de 0,247 que significa que existe una correlación positiva baja.

Tabla N° 13: Correlación entre desarrollo de actitudes y confiabilidad

Siendo el tercer objetivo específico demostrar la relación entre el desarrollo de actitudes y la confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, se plantearon las siguientes hipótesis:

Ho: No existe relación entre el desarrollo de actitudes y confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas”.

H1: Existe relación entre el desarrollo de actitudes y confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas”.

Correlaciones

		DESARROLLO DE ACTITUDES (agrupado)	CONFIABILIDAD (agrupado)
Rho de spearman	coeficiente de correlación	1000	,410**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	70	70
Desarrollo de actitudes (agrupado)	coeficiente de correlación	,410**	1000
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	70	70
Confiabilidad (agrupado)	coeficiente de correlación	1000	,410**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	70	70

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la en la tabla N° 13. El Valor de “sig”, es de 0,000 que es menor al nivel de significancia 0.05. Entonces se rechaza la hipótesis nula (Ho), por lo tanto se puede afirmar con un nivel de confianza de 90% que si existe relación directa moderada entre la dimensión desarrollo de actitudes y la confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015

Así mismo se puede precisar que el valor de correlación que existe entre la dimensión desarrollo de actitudes y la confiabilidad, utilizando el coeficiente de Spearman es de 0,410 que significa que existe una correlación positiva moderada.

Tabla N° 14: correlación entre transmisión de información y capacidad de respuesta

Siendo el cuarto objetivo específico demostrar la relación entre la transmisión de información y la capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, se plantearon las siguientes hipótesis:

Ho: No existe relación entre la transmisión de información y la capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas”.

H1: Existe relación entre la transmisión de información y la capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas”.

Correlaciones

		TRANSMISION DE INFORMACIÓN (agrupado)	CAPACIDAD DE RESPUESTA (agrupado)
Rho de spearman	coeficiente de correlación	1000	,0589**
Transmisión de información (agrupado)	Sig. (bilateral) N	70	,000 70
Capacidad de respuesta (agrupado)	coeficiente de correlación	,0589**	1000
	Sig. (bilateral) N	,000 70	70

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la en la tabla N° 14. El Valor de “sig.”, es de 0,000 que es menor al nivel de significancia 0.05. Entonces se rechaza la hipótesis nula (Ho), por lo tanto se puede afirmar con un nivel de confianza de 90% que si existe relación directa moderada entre la dimensión transmisión de información y la capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015

Así mismo se puede precisar que el valor de correlación que existe entre la transmisión de información y la capacidad de respuesta, utilizando el coeficiente de Spearman es de 0,589 que significa que existe una correlación positiva moderada.

Tabla N° 15: Correlación entre desarrollo de habilidades y capacidad de respuesta

Siendo el quinto objetivo específico demostrar la relación entre el desarrollo de habilidad y la capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015 se plantearon las siguientes hipótesis:

Ho: No existe relación entre el desarrollo de habilidad y la capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas”.

H1: Existe relación entre el desarrollo de habilidad y la capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas”.

Correlaciones

		DESARROLLO DE HABILIDADES (agrupado)	CAPACIADAD DE RESPUESTA (agrupado)
Rho de spearman	coeficiente de correlación	1000	,611**
Desarrollo de habilidades (agrupado)	Sig. (bilateral)		,000
	N	70	70
Capacidad de respuesta (agrupado)	coeficiente de correlación	,611**	1000
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	70	70

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la en la tabla N° 15. El Valor de “sig.”, es de 0,000 que es menor al nivel de significancia 0.05. Entonces se rechaza la hipótesis nula (Ho), por lo tanto se puede afirmar con un nivel de confianza de 90% que si existe relación directa moderada entre la dimensión el desarrollo de habilidad y la capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.

Así mismo se puede precisar que el valor de correlación que existe entre la dimensión desarrollo de habilidades y la capacidad de respuesta, utilizando el coeficiente de Spearman es de 0,611 que significa que si existe una correlación positiva moderada

Tabla N° 16: Correlación entre desarrollo de actitudes y capacidad de respuesta

Siendo el sexto objetivo específico demostrar la relación entre el desarrollo de actitudes y la capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, se plantearon las siguientes hipótesis:

Ho: No existe relación entre el desarrollo de actitudes y la capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas”.

H1: Existe relación entre el desarrollo de actitudes y la capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas”.

Correlaciones

		DESARROLLO DE ACTITUDES (agrupado)	CAPACIADAD DE RESPUESTA (agrupado)
Rho de spearman	coeficiente de correlación	1000	,0521
Desarrollo de actitudes (agrupado)	Sig. (bilateral)		,000
	N	70	70
Capacidad de respuesta (agrupado)	coeficiente de correlación	,0521	1000
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	70	70

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la en la tabla N° 16. El Valor de “sig.”, es de 0,000 que es menor al nivel de significancia 0.05. Entonces se rechaza la hipótesis nula (Ho), por lo tanto se puede afirmar con un nivel de confianza de 90% que si existe relación directa moderada entre la dimensión el desarrollo de actitudes y la capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.

Así mismo se puede precisar que el valor de correlación que existe entre la dimensión desarrollo de actitudes y la capacidad de respuesta, utilizando el coeficiente de Spearman es de 0,521 que significa que existe una correlación positiva moderada.

Tabla N° 17: Correlación entre transmisión de información y empatía

Siendo el séptimo objetivo específico demostrar la relación entre la transmisión de información y la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015 se plantearon las siguientes hipótesis:

Ho: No existe relación entre la transmisión de información y la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas”.

H1: Existe relación entre la transmisión de información y la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas”.

Correlaciones

		TRANSMISION DE INFORMACION (agrupado)	EMPATIA (agrupado)
Rho de spearman	coeficiente de correlación	1000	,697
Transmisión de información (agrupado)	Sig. (bilateral)		,000
	N	70	70
Empatía (agrupado)	coeficiente de correlación	,697	1000
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	70	70

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la En la tabla N° 17. El Valor de “sig”, es de 0.000 que es menor al nivel de significancia 0.05. Entonces se rechaza la hipótesis nula (Ho), y se acepta la hipótesis alterna (H1), por lo tanto se afirma que no existe relación directa moderada entre la dimensión transmisión de información y la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.

Así mismo se puede precisar que el valor de correlación que existe entre la dimensión transmisión de información y la empatía, utilizando el coeficiente de Spearman es de 0,697 que significa que si existe una correlación positiva moderada.

Tabla N° 18: Correlación entre el desarrollo de habilidades y empatía

Siendo el octavo objetivo específico demostrar la relación entre el desarrollo de habilidad y la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, se plantearon las siguientes hipótesis:

Ho: No existe relación entre el desarrollo de habilidad y la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas”.

H1: Existe relación entre el desarrollo de habilidad y la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas”.

Correlaciones

		DESARROLLO DE HABILIDADES (agrupado)	EMPATIA (agrupado)
Rho de spearman	coeficiente de correlación	1000	,517**
Desarrollo de habilidades (agrupado)	Sig. (bilateral)		,000
	N	70	70
	coeficiente de correlación	,517**	1000
Empatía (agrupado)	Sig. (bilateral)	,000	
	N	70	70

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la En la tabla N°18. El Valor de “sig”, es de 0,000 que es menor al nivel de significancia 0.05. Entonces se rechaza la hipótesis nula (Ho), y se acepta la hipótesis alterna (H1); por lo tanto se puede afirmar con un nivel de confianza de 90% que si existe relación directa moderada el desarrollo de habilidad y la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.

Así mismo se puede precisar que el valor de correlación que existe entre la dimensión del desarrollo de habilidad y la empatía, utilizando el coeficiente de Spearman es de 0,517 que significa que existe una correlación positiva moderada.

Tabla N° 19: Correlación entre desarrollo de actitudes y empatía

Siendo el noveno objetivo específico demostrar la relación entre el desarrollo de actitudes y la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015 se plantearon las siguientes hipótesis:

Ho: No existe relación entre el desarrollo de actitudes y la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas”.

H1: Existe relación entre el desarrollo de actitudes y la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas”.

Correlaciones

		DESARROLLO DE ACTITUDES (agrupado)	EMPATIA (agrupado)
Rho de spearman	coeficiente de correlación	1000	,495**
Desarrollo de actitudes (agrupado)	Sig. (bilateral)		,000
	N	70	70
Empatía (agrupado)	coeficiente de correlación	,495**	1000
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	70	70

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la en la tabla N° 19. El Valor de “sig”, es de 0,000 que es menor al nivel de significancia 0.05. Entonces se rechaza la hipótesis nula (Ho), por lo tanto se puede afirmar con un nivel de confianza de 90% que si existe relación directa moderada entre la dimensión del desarrollo de actitudes y la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015

Así mismo se puede precisar que el valor de correlación que existe entre la dimensión desarrollo de actitudes y la empatía, utilizando el coeficiente de Spearman es de 0,495 que significa que existe una correlación positiva moderada.

Para calificar la escala de correlación se basó en el siguiente cuadro:

Tabla N° 20: Nivel de significancia

Valor	Significancia
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,07 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

4.2. Discusión

Los resultados de la presente investigación, fueron obtenidos a través de encuesta en el ámbito de estudio, quedando mencionadas por medio de cuestionario estructurado.

Después del análisis de los datos aportados en la investigación efectuada se obtuvieron los siguientes resultados que se ponen a discusión:

Es importante, resaltar la metodología empleada en el estudio, en la cual se consideró a toda la población de la empresa de transportes “José María Arguedas” , lo que permitió reflejar el proceso de capacitación y su relación con la calidad de servicio , de manera que analizando las variables proceso de capacitación y calidad de servicio arrojó un valor r igual a 0,755 lo cual resulta ser una relación Positiva Considerable, por lo que se afirma que a medida, que mejora el proceso de capacitación, mejora correlativamente la calidad de servicio de la empresa de transporte “José María Arguedas” Andahuaylas. Esto se explica en base a (Campos, 2010). Proyecto integrador, aplicación del enfoque sistémico que para mejorar el nivel de servicio de atención que brinda la empresa de Transportes California S.A. “Las capacitaciones al personal de la empresa se deben efectuar con más frecuencia y tratar temas de educación vial, educación ambiental, atención al Cliente, etc.; propuestas por la misma empresa coordinándolas con otras instituciones.” este argumento teórico da un soporte teórico a la formulación de la hipótesis.

Guerrero Y Rodríguez (2012) tesis, políticas de comunicación y los derechos laborales de los trabajadores del transporte público en Trujillo, Perú. Indican las conclusiones de la tesis que están referida a los contratos por usos de ruta y a la no formalización de la relación laboral entre el empleador y trabajador sin abordar la incidencia que esto tiene en la seguridad social de los trabajadores y sus familias, así como tampoco dicho trabajo no especifica el impacto que ello genera en la no recaudación de ingresos tributarios y también como la no inclusión o medición de dichos conceptos en el producto bruto interno de la provincia de Trujillo.

CONCLUSIONES

1. Finalmente con relación al objetivo general: Determinar la relación entre el proceso de capacitación y la calidad de servicio la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015. El valor de “sig.” es de 0.000 que es menor a 0.05 nivel de significancia, entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0); y se acepta la hipótesis alterna (H_1) por lo tanto, se puede afirmar con un nivel de confianza del 90 % que existe relación. Asimismo la correlación de Spearman arrojó un resultado de 0,747, entonces se concluye que si existe una relación positiva alta entre estas dos variables.
2. Con relación al primer objetivo específico: Demostrar la relación entre la transmisión de información y la confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015. el valor de “sig” es de 0,000 que es menor al nivel de significancia 0.05. Entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0), y se acepta la hipótesis alterna (H_1); por lo tanto se afirma con un nivel de confianza de 90% que existe relación. Así mismo la correlación de Spearman arrojó un resultado de 0,517, entonces se concluye que si existe una relación positiva moderada entre estas dos dimensiones.
3. Con relación al segundo objetivo específico: Demostrar la relación entre el desarrollo de habilidad y la confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015. el valor de “sig” es de 0,000 que es menor al nivel de significancia 0.05. Entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0), y se acepta la hipótesis alterna (H_1); por lo tanto se afirma con un nivel de confianza de 90% que existe relación. Así mismo la correlación de Spearman arrojó un resultado de 0,247 entonces se concluye que si existe una relación positiva baja entre estas dos dimensiones.
4. Con relación al tercer objetivo específico, .demostrar la relación entre el desarrollo de actitudes y la confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015. El Valor de “sig”, es de 0,000 que es menor al nivel de significancia 0.05. Entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0), por lo tanto se puede afirmar con un nivel de confianza de 90% que si existe relación directa moderada entre las dos dimensión. Así mismo la correlación de Spearman

arrojo un resultado de 0,410 que significa que existe una correlación positiva moderada.

5. Con relación al cuarto objetivo específico: demostrar la relación entre la transmisión de información y la capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015. El Valor de “sig.”, es de 0,000 que es menor al nivel de significancia 0.05. Entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0), por lo tanto se puede afirmar con un nivel de confianza de 90% que si existe relación directa moderada. Así mismo la correlación de Spearman arrojó un resultado de 0,589 que significa que existe una correlación positiva moderada.
6. Con relación al quinto objetivo específico: demostrar la relación entre el desarrollo de habilidad y la capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015. El Valor de “sig.”, es de 0,000 que es menor al nivel de significancia 0.05. Entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0), por lo tanto se puede afirmar con un nivel de confianza de 90% que si existe relación directa moderada entre las dimensiones. Así mismo la correlación de Spearman arrojó un resultado de 0,611 que significa que existe una correlación positiva moderada.
7. Con relación al sexto objetivo específico: demostrar la relación entre el desarrollo de actitudes y la capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015. El Valor de “sig.”, es de 0,000 que es menor al nivel de significancia 0.05. Entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0), por lo tanto se puede afirmar con un nivel de confianza de 90% que si existe relación directa moderada entre las dimensiones. Así mismo la correlación de Spearman arrojó un resultado de 0,521, entonces se concluye que si existe una relación positiva moderada entre estas dos dimensiones.
8. Con relación al séptimo objetivo específico: demostrar la relación entre la transmisión de información y la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015. El Valor de “sig.”, es de 0.000 que es menor al nivel de significancia 0.05. Entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0), y se acepta la hipótesis alterna (H_1), por lo tanto se afirma que no existe relación directa moderada entre las dimensiones. Así mismo la correlación de Spearman arrojó un resultado de 0,697, entonces se concluye que si existe una relación positiva moderada entre estas dos dimensiones.

9. Con relación al octavo objetivo específico: demostrar la relación entre el desarrollo de habilidad y la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015. El Valor de “sig”, es de 0,000 que es menor al nivel de significancia 0.05. Entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0), y se acepta la hipótesis alterna (H_1); por lo tanto se puede afirmar con un nivel de confianza de 90% que si existe relación directa entre las dos dimensiones. Así mismo la correlación de Spearman arrojó un resultado de 0,517, entonces se concluye que si existe una relación positiva moderada entre estas dos dimensiones.

10. Con relación al noveno objetivo específico: demostrar la relación entre el desarrollo de actitudes y la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015 El Valor de “sig”, es de 0,000 que es menor al nivel de significancia 0.05. Entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0), y se acepta la hipótesis alterna (H_1); por lo tanto se puede afirmar con un nivel de confianza de 90% que si existe relación directa entre las dos dimensiones. . Así mismo la correlación de Spearman arrojó un resultado de 0,495, entonces se concluye que si existe una relación positiva moderada entre estas dos dimensiones.

SUGERENCIAS

- 1.** Fomentar un plan para motivar e incentivar y capacitar al personal de la empresa, la cual permita mejorar la calidad de servicio que brinda al usuario y con ello generar una buena imagen y posición en el mercado.
- 2.** Fortalecer óptimas relaciones entre el personal de la empresa y los usuarios a fin de afianzar el compromiso institucional y desarrollar labores que fortalezcan las relaciones interpersonales, es necesario fomentar reuniones permanentes, charlas y talleres con el propósito de intercambiar experiencias entre trabajadores, buscando mantener una buena comunicación, motivación, confianza y participación.
- 3.** Se debe generar una comunicación asertiva, ya que de esta manera puede mejorar la relación entre el usuario y el personal.
- 4.** Elaborar planes de supervisión periódicas y ejecutar programas o talleres de evaluación de desempeño, para lograr detectar errores y tomar los correctivos necesarios.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcalde. (2007). *Calidad*. España: Thomson - Paraninfo.
- Altamirano , A. (2014). *“Gestión de la motivación del personal y calidad de servicio del centro de salud de San Jerónimo*. Apurimac.
- Arias. (2000). *Administración de recursos humanos* (5 ed.). México : Trillas.
- Benito, B. (2006). *Análisis del sistema de transporte público*. Huancayo, Perú.
- Berry & Parasuraman. (1991). *Marketing en la calidad de servicio*. México: Norma.
- Berry, Bennet , & Brown. (1991). *Marketing en los servicios de calidad*. México: Norma.
- Bitner. (2002). *Marketing de servicios* (2 ed.). México : McGraw-Hill.
- Bonilla , B. (2006). *Análisis del sistema del transporte público*. Huancayo, Perú.
- Camisón, Cruz, & González. (2007). *Gestión de la calidad. Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: Pearson Educación.
- Campos, B. (2010). *Aplicacion del enfoque sistémico para mejorar el nivel de servicio de atención que brinda la empresa de transporte*. California .
- Canonici. (1988). *Adiestramiento y formacion del personal* (1 ed.). España: Deusto.
- Carrasco. (2006). *Metodología de la investigacion científica*, Perú: San marcos.
- Chiavenato, I. (1999). *Administración de recursos humanos* (5 ed.). Bogotá: McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano* (3 ed.). McGraw-Hill.
- Chiavenato, Idalberto. (2002). *Gestión del talento humano*. Bogotá, Colombia: McGraw-Hill.
- Chiavenato, Idalberto. (2007). *Administración de recursos humanos: El capital humno de las organizaciones* (8 ed.). México: McGraw-Hill.
- Cornejo, G. (2001). *Como diagnosticar necesidades de capacitacion*.
- Dávila, C. (1995). *Administracion para la calidad*. México : Panorama.
- Dessler, & Juarez. (2011). *Administración de recursos humanos* (5 ed.). México: Pearsón.
- Dessler, G. (1996). *Administración del personal* (6 ed.). México: Prentice-Hall-Hispanoamericano.
- Díaz, C. (2005). *Metodología de la investigación* (1 ed.). Lima, Peú.
- Evans, J, & Lindsay, W. (2008). *Administración y control de la calidad* (7 ed.). México: Cengage Learning.
- Gronroos. (1994). *Marketing y gestion de servicios*. Diaz de santos.

- Harrington H & Harrington J. (1997). *Administración total del mejoramiento*. Bogotá: McGraw-Hill.
- Hernández Fernández & Baptista. (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Horovitz. (1991). *Calidad de servicio*. McGraw-Hill.
- Juran . (1993). *Planificación de la calidad*. México.
- Larrea. (1991). *Calidad de servicio- del marketing a la estrategia*. Madrid, España: Díaz de santos.
- Llorens, & Fuentes. (2006). *Gestión de la calidad empresarial. fundamentos e implementacion*. España: Pirámide.
- Mejía. (1994). *Técnicas de investigación educativa*. Lima, Perú: Cenit.
- Mendoza, & Benítez. (2012). *Políticas de comunicación y los derechos laborales de los trabajadores de la empresa de transporte público*. Huancayo, Perú.
- Mendoza, V. (2014). *"Planificación y su relación con la calidad de servicio en los hoteles tres estrellas del distrito de andahuaylas, 2014*. Perú.
- Miranda Chamorro & Rubio S. (2007). *Introduccion a la gestion de la calidad*. Madrid, España: Delta.
- Moncada, A. C. (2005). *Modelo de estructura empresarial para el transporte público colectivo*. Bogotá, Colombia.
- Montero. (1993). *Metodología de la investigación*.
- Montesinos. (2002). *Calidad de vida y transporte público en la región metropolitana de santiago. Chile*. Chile.
- Ortíz, G. M. (2014). *"Marketing relacional y calidad de servicio en la empresa de transporte de pasajeros en la ruta Andahuaylas - Lima viceversa*. Lima, Perú.
- Pinto, V., & Roberto. (2000). *Planeación estratégica de capacitación empresarial (1 ed.)*. México: McGraw-Hill.
- Puig J & Duran F. (2006). *Certificación y modelos de calidad*. Madrid: Díaz de santos .
- Puig, J., & Duran, F. (2006). *Certificación y modelos de calidad*. Madrid : Díaz de santos.
- Reyes. (2003). *Administración del personal, relaciones humanas*. México limusa.
- Robbins. (2005). *Administración (8 ed.)*. México: Pearsón.
- Silíceo. (1996). *Capacitación y desarrollo peronal*. México: Limusa.
- Siliceo. (2004). *Capacitación y desarrollo del personal (4 ed.)*. México : Limusa.
- Stanton. (1997). *Mejoramiento de los procesos de la empresa*. Colombia: McGraw-Hill.

Stoner, J. W. (1994). *Administración* (5 ed.). México: Prentice .

Veliz, R., & Villanueva, A. (2013). *Calidad percibida por los usuarios externos e internos*. Perú.

Viloria, J. (2005). *Uso de la lógica difusa para la evaluación del impacto trolmérica en la calidad de transporte público*. Venezuela.

Werther, W;. (1995). *Administración de personal y recursos humanos*. México: McGraw-Hill.

Zeithalman. (2004). *De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente*. Madrid: Esic.

ANEXOS

Anexo 1: Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGUEDAS
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESAS
Escuela Profesional de Administración de Empresas



CUESTIONARIO

Estimado Señor (a):

Le agradecemos anticipadamente por su colaboración, dar su opinión sobre la empresa de transporte José María Arguedas, para el trabajo de investigación titulado: **Proceso de capacitación y calidad de servicio en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas 2015**, por favor no escriba su nombre, es anónimo y confidencial.

Responda las alternativas de respuesta según corresponda. Marque con una “X” la alternativa de respuesta que se adecue a su criterio.

I. DATOS GENERALES:

1.1. Género:

a) Femenino () Masculino ()

1.2. Edad:

a) Menos de 25 años ()

b) de 26 a 35 años ()

c) de 36 a 45 años ()

d) de 46 a más ()

1.3. Usted qué nivel de estudio ha alcanzado:

a) Primaria ()

b) Secundaria ()

c) Instituto tecnológico ()

d) Universidad ()

Para evaluar las variables, marcar una “X” en el casillero de su preferencia del ítem correspondiente, utilice la siguiente escala:

A	B	C	D	E
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Medianamente de acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

Nº	ITEMS	A	B	C	D	E
	DIMENSIÓN: TRASMISIÓN DE INFORMACION					
1	Está usted de acuerdo que el logro de metas se mejoraría a través de una buena capacitación del personal.					
2	Considera usted que en la empresa de transportes José María Arguedas se deben trazar metas y objetivos.					
3	Considera usted que en la empresa transportes José María Arguedas, se debe poner en práctica los valores institucionales.					
4	Considera usted que en la empresa transportes José María Arguedas, es tratado con amabilidad y respeto					
	DIMENSIÓN: DESARROLLO DE HABILIDADES	A	B	C	D	E
5	Usted como personal de la empresa de transporte José María Arguedas, tiene conocimiento de las actividades que se realiza.					
6	Considera usted que en la empresa transporte José María Arguedas, debe brindarle una capacitación sobre los deberes, responsabilidades y temas de seguridad					
7	Usted como personal de la empresa de transporte José María Arguedas, tiene conocimiento sobre las leyes y normas nacionales del transporte.					
8	Usted como personal de la empresa José María Arguedas, cumple sus tareas y obligaciones con responsabilidad.					
9	Considera usted que recibiendo una capacitación, podrá desempeñar satisfactoriamente sus tareas.					
	DIMENSIÓN: DESARROLLO DE ACTITUDES	A	B	C	D	E
10	Usted como personal de la empresa de transporte José María Arguedas, genera una relación positiva con sus pasajeros.					
11	Considera Usted que las relaciones positivas, ayudan a mejorar el servicio.					
	DIMENSIÓN: CONFIABILIDAD:	A	B	C	D	E
12	Cuando un cliente tiene algún inconveniente usted como personal de apoyo de la empresa José María Arguedas, mostraría un interés por ayudarlo.					
13	Usted cree que la empresa José María Arguedas, se enfatiza en resolver problemas anticipadamente.					
14	Considera usted que ante una queja de los vehículos en mal estado, la empresa trata de solucionarlo rápidamente.					
	DIMENSIÓN: CAPACIDAD DE RESPUESTA	A	B	C	D	E
15	Usted como personal de la empresa de transporte José María Arguedas, transmite confianza a los pasajeros.					
16	Considera usted que al brindar una buena seguridad a los pasajeros, obtendrán más usuarios.					
	DIMENSIÓN: EMPATIA	A	B	C	D	E
17	Considera usted que la empresa de transporte José María Arguedas tiene horarios de trabajo convenientes, para todos sus usuarios.					
18	Considera Usted que La empresa de transporte José María Arguedas, se preocupa por los mejores intereses de sus usuarios					
19	Considera usted que La empresa de transporte José María Arguedas, comprende las necesidades específicas de sus clientes.					
20	Usted como personal de la empresa José María Arguedas se considera muy cortés con sus usuarios					

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2: Ficha de validación de expertos

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

I. GENERALIDADES:

Nombres y Apellidos: Henry W. Agreda Cerna
Grado Académico: Magister en Administración de Empresas
Fecha: 15 / 11 / 2015

II. OBSERVACIONES:

FORMA:

.....
.....
.....

ESTRUCTURA: (Referido a la coherencia, dimensión, indicadores e ítems)

.....
.....
.....

CONTENIDO: (Referido a la presentación de los reactivos, al grupo muestral)

.....
.....
.....

III. VALIDACIÓN:

Luego de evaluado el instrumento **Procede** **No Procede** para su aplicación.

.....
.....



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ MARÍA ARGÜESO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA
DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Henry W. Agreda Cerna
DOCENTE

Sello y Firma del Evaluador
DNI: 18142262

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

I. GENERALIDADES:

Nombres y Apellidos: AHIDA CCORIMANYA GUIZADO

Grado Académico: LIC.

Fecha: 12, 11, 2015

II. OBSERVACIONES:

FORMA:

[Redacted]

ESTRUCTURA: (Referido a la coherencia, dimensión, indicadores e ítems)

[Redacted]

CONTENIDO: (Referido a la presentación de los reactivos, al grupo muestral)

[Redacted]

III. VALIDACIÓN:

Luego de evaluado el instrumento **Procede** **No Procede** para su aplicación.

[Redacted]

Lic. Adm. Ahida Ccorimanya G.
ASISTENTE DE OPERACIONES
CAJA PIURA

Sello y Firma del Evaluador
DNI: 48592308

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO

I. GENERALIDADES:

Nombres y Apellidos: VICTOR RAÚL GÁRATE LUQUE
lic. Administración

Fecha: 14.11.15

II. OBSERVACIONES:

FORMA:

VI VO Autores
Revisar y Adeuar

ESTRUCTURA: (Referido a la coherencia, dimensión, indicadores e items)

Mejorar el Marco teorico de acuerdo
de las variables y dimensiones de la
investigación

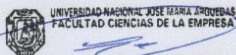
CONTENIDO: (Referido a la presentación de los reactivos, al grupo muestral)

utilizar los gráficos y las tablas
en los resultados

III. VALIDACIÓN:

Luego de evaluado el instrumento **Procede** **No Procede** para su aplicación.

Levantar las observaciones



Lic. Adm. Victor Raúl Gárate Luque
DOCENTE ORDINARIO
CLAP 1996

Sello y Firma del Evaluador

DNI: 21439606

Anexo 3: Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: PROCESO DE CAPACITACION Y CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA DE TRANSPORTE PUBLICO URBANO “JOSE MARIA ARGUEDAS” ANDAHUAYLAS 2015

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES y DIMENSIONES
<p>PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿De qué manera el proceso de capacitación se relaciona con la calidad de servicio en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015?</p> <p>PROBLEMA ESPECIFICO</p> <p>PE1 ¿De qué manera la transmisión de información se relaciona con la confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015?</p> <p>PE2 ¿De qué manera el desarrollo de habilidad es relaciona con la confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015?</p> <p>PE3 ¿De qué manera el desarrollo de actitudes se relaciona con la confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015?</p> <p>PE4 ¿De qué manera la transmisión de información se relaciona con la capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015?</p> <p>PE5 ¿De qué manera el desarrollo de habilidad es relaciona con la capacidad de</p>	<p>OBJETIVOS GENERAL</p> <p>Demostrar la relación entre el proceso de capacitación y la calidad de servicio en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.</p> <p>OBJETIVO ESPECIFICOS</p> <p>OE1: Demostrar la relación entre la transmisión de información y la confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015</p> <p>OE2: Demostrar la relación entre el desarrollo de habilidad y la confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015</p> <p>OE3: Demostrar la relación entre el desarrollo de actitudes y la confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015</p> <p>OE4: Demostrar la relación entre la transmisión de información y la capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015</p> <p>OE5: Demostrar la relación entre el desarrollo de habilidad y la capacidad de respuesta en la</p>	<p>HIPOTESIS GENERAL</p> <p>El proceso de capacitación se relaciona significativamente con la calidad de servicio de la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.</p> <p>HIPOTESIS ESPECIFICOS</p> <p>HE1: La transmisión de información se relaciona directamente con la confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015</p> <p>HE2: El desarrollo de habilidad se relaciona directamente con la confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.</p> <p>HE3: El desarrollo de actitudes se relaciona significativamente con la confiabilidad en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015?</p> <p>HE4: La transmisión de información se relaciona directamente con la Capacidad de respuesta en la empresa de</p>	<p>Variable 01: Proceso De Capacitación</p> <p>Dimensiones: Transmisión de información Desarrollo de habilidades Desarrollo de actitudes</p> <p>Variable 02: Calidad De Servicio</p> <p>Dimensiones: Confiabilidad Capacidad de respuesta Empatía</p>

<p>respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015?</p> <p>PE6 ¿De qué manera el desarrollo de actitudes se relaciona con la capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015?</p> <p>PE7 ¿De qué manera la transmisión de información se relaciona con la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015?</p> <p>PE8 ¿De qué manera el desarrollo de habilidad es relaciona con la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015?</p> <p>PE9 ¿De qué manera el desarrollo de actitudes se relaciona con la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015?</p>	<p>empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015</p> <p>OE6: Demostrar la relación entre el desarrollo de actitudes y la capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015</p> <p>OE7: Demostrar la relación entre la transmisión de información y la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015</p> <p>OE8: Demostrar la relación entre el desarrollo de habilidad y la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015</p> <p>OE9 Demostrar la relación entre el desarrollo de actitudes y la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015</p>	<p>transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015</p> <p>HE5: El desarrollo de habilidad se relaciona directamente con la Capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.</p> <p>HE6: El desarrollo de actitudes se relaciona significativamente con la Capacidad de respuesta en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015?</p> <p>HE7: La transmisión de información se relaciona directamente con la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015</p> <p>HE8: El desarrollo de habilidad se relaciona directamente con la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015.</p> <p>HE9: El desarrollo de actitudes se relaciona significativamente con la empatía en la empresa de transporte público urbano “José María Arguedas” Andahuaylas, 2015?</p>	
<p>METODO Y DISEÑO</p>	<p>POBLACION Y MUESTRA</p>	<p>TECNICAS E INSTRUMENTOS</p>	
<p>Método: Correlacional Tipo de investigación: Básica o pura Diseño: No Experimental</p>	<p>-Población: trabajadores de la empresa de transporte José maría Arguedas. N=70 -Muestra: número total de trabajadores (comité, conductores y cobradores)</p>	<p>Técnicas: Encuestas Instrumentos: Cuestionario</p>	