



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS EN LAS MYPE,
EMPRESA DE TRANSPORTES TERRESTRE PEDRO
VILCAPAZA EN LA PROVINCIA DE AZÁNGARO – 2018**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO
ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

AUTOR:

SAMUEL PONCE LUQUE

CÓDIGO ORSID

ASESOR:

Mg. DIVÁN YURI CARI CONDORI

JULIACA – PERÚ

2019

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación va dedicado a Dios, por brindarme una buena salud para continuar con mis estudios y así cumplir mis metas y todas las personas que estuvieron siempre brindándome su apoyo para salir adelante.

AGRADECIMIENTO

Expreso mi más sincero agradecimiento a mis padres quienes estuvieron conmigo en los buenos y malos momentos de mi vida, a los profesores de la Universidad La Católica Los Ángeles de Chimbote por haberme impartido sus conocimientos en formación personal y profesional.

EQUIPO DE TRABAJO

.....
Mgt. Juan Mauricio Pilco Churata
Residente

.....
Mg. Alvares Gallegos Aurelio.
Secretario

.....
M Lic. Constantino Paricahua Condori.
Miembro

.....
Mg. Diván Yuri Cari Condori
Asesor

RESUMEN

Para el estudio de la presente investigación, se toma en cuenta los lineamientos de la universidad uladech. Por consiguiente Se planteó como **problema general** ¿Cuales son las características de la capacitación y atención al cliente en la mype, Empresa de transportes terrestre Pedro Vilcapaza en la provincia de Azángaro 2018?, y como **objetivo general** es Determinar las Características de la capacitación y atención al cliente en la mype, Empresa de transportes terrestre Pedro Vilcapaza en la Provincia de Azángaro 2018?. **la metodología** de tipo descriptiva de **nivel** cuantitativo y un **diseño** no experimental, se utilizó la **técnica** de la encuesta y el **instrumento** el cuestionario. De un total de 2790 pasajeros se aplicó la técnica de muestreo los cuales determinan la cantidad de 34 pasajeros a encuestar con 4 preguntas en los cuales se obtienen las siguientes conclusiones; del grafico N° 1. Los encuestados afirman que 82.35% es regular la atención al cliente mientras tanto el 2.94% afirma que es mala. Grafico N° 2. Los encuestados 85.29 % afirman que el trato que recibe es pésimo. Grafico N° 3. Los encuestados, el 73.53% afirma que los asientos de las unidades están en un estado regular. Grafitico N° 4. Los encuestados, el 73 % afirma que los conductores son de temperamento fuerte. Mientras tanto el 26.47% afirma que son pésimos. El buen trato a los clientes debe ser una herramienta fundamental para el éxito de la empresa que supere las expectativas de los clientes. Se basan en la atención al cliente que brindan, es por ello que han tomado la decisión de embarcarse en un proceso de mejora continua.

Palabras Clave: Capacitación Y Atención Al Cliente

APSTRAC

For the study of this research, the guidelines of the Uladech University are taken into account. The general objective of this work is to see how training influences in relation to customer service, therefore it was raised as a general problem How does training and its relationship with customer service influence the land transport company “Pedro Vilcapaza” - Azángaro 2018 ?, the descriptive type methodology of quantitative level and a non-experimental design was used, the survey technique was used and the questionnaire instrument was used. From a total of 2,790 passengers, the sampling technique was applied, which determines the number of 34 passengers to be surveyed with 4 questions in which the following conclusions are obtained; of graph No. 1. Respondents state that 82.35% is regulating customer service, while 2.94% affirms that it is bad. Graph No. 2. Respondents 85.29% affirm that the treatment they receive is appalling. Graph No. 3. Respondents, 73.53% affirm that the seats of the units are in a regular state. Graffiti No. 4. Respondents, 73% say that drivers are strong tempers. Meanwhile, 26.47% say they are bad. Good customer service should be a fundamental tool for the success of the company that exceeds customer expectations. They are based on the customer service they provide, which is why they have made the decision to embark on a process of continuous improvement.

Keywords: Training and Customer Service

CONTENIDO

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iii
EQUIPO DE TRABAJO.....	iv
RESUMEN.....	v
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	4
2.1. ANTECEDENTES.....	4
2.2. MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN	6
III. HIPÓTESIS	25
IV. METODOLOGÍA	26
4.1 Diseño de la investigación	26
4.2 Población y muestra	27
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores	28
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	29
4.5 Plan de análisis.....	29
4.6 Matriz de consistencia.....	30
4.7 Principios éticos	31
IV. RESULTADOS	32
5.1 Resultados	32
5.2 Análisis de resultados.....	47
V. CONCLUSIONES	50
Aspectos complementarios.....	51
Referencias bibliográficas.....	53
Bibliografía	53
Anexos	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 0.1 ¿Cómo califica la actitud del personal?	33
TABLA 0.2 ¿Cómo califica el desempeño de nivel de capacitación de del personal?	35
Tabla 0.3¿Cómo califica él desempeño del personal?.....	37
Tabla 0.4¿Cómo califica Ud. La cortesía de los conductores en la empresa de transporte Pedro vilcapaza - Azángaro?	39
Tabla 0.5¿Cómo califica Ud. El profesionalismo del personal de la Empresa de Transporte Pedro vilcapaza - Azángaro?	41
Tabla 0.6 ¿Cómo califica Ud. La seguridad que brinda la Empresa Pedro vilcapaza - Azángaro?.....	43
Tabla 0.7¿Cómo califica Ud. La cordialidad del personal de la empresa de transporte Pedro vilcapaza - Azángaro?	45

ÍNDICE DE GRAFICO

GRAFICO 1 Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa de transportes pedro vil capaza.....	33
GRAFICO 2 Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa de transportes pedro vilcapaza	35
GRAFICO 3 Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa de transportes pedro vilcapaza	37
GRAFICO 4 Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa de transportes pedro vil capaza.....	39
GRAFICO 5 Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa de transportes pedro vilcapaza	41
GRAFICO 6 Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa de transportes pedro vilcapaza	43
GRAFICO 7 Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa de transportes pedro vilcapaza	45

I. INTRODUCCIÓN

El informe de que se presenta como estudio que describe la relación que existe entre la capacitación y cómo afecta a la atención al cliente en dicha empresa de transportes. (Pedro Vilcapza) comienza a desarrollarse con una introducción sobre cuán importante es una buena atención al cliente en el mundo tan globalizado como en el que vivimos en la actualidad. Para poder entender en qué consiste la atención al cliente, primero debemos saber a qué se dedica la empresa, que vende y de qué manera va a llegar a su público, en este tiempo competitivo, los gerentes de las empresas tienen que ser mucho más inteligentes. Es por lo tanto deberían tener personal capacitado en todas las áreas a desarrollarse y capacitarlos constantemente para la mejora continua de la misma. Un trabajador con los conocimientos adquiridos para desempeñar su trabajo de hecho que traerá frutos, porque sabe cómo dar el trato adecuado a cada uno de los clientes que se le presente, porque hoy en día existen clientes poco comprensibles con poca cultura que a veces no entienden lo que se les explica; aquí entra a tallar el trato la manera como le hablas al cliente la expresión, el carisma si uno le demuestra una sonrisa hasta el cliente descontento sale satisfecho y hasta te ofrece disculpas por su mal comportamiento. Entonces desde el punto de vista de la rentabilidad es importante saber qué temporada se pueden manejar, por ejemplo, en el día de la Madre y, en fiestas patrias, todos los Santos, Navidad ni que hablar del año nuevo. En estas fechas existen mayor concurrencia a la empresa de transporte, es aquí lo que tiene que primar la atención al cliente, partirá de ello que el cliente pueda quedar satisfecho con el trato que se le ha brindado y retomada en su próximo viaje que vaya a realizar.

Me planteo el problema general ¿Cuales son las características de la capacitación y atención al cliente en la mype, Empresa de transportes terrestre Pedro Vilcapaza en la provincia de Azángaro 2018?

El problema general **Variables La variable independiente:** capacitación **variables dependiente:** atención al cliente. Para responder a este problema tenemos que formular el objetivo general, **Evidenciar la importancia de la capacitación y la buena atención al cliente, en la empresa de transportes Pedro Vilcapaza Azángaro 2018.** En cuanto a los objetivos específicos a) Determinar en qué medida influye la capacitación y la atención al cliente la Empresa Pedro Vilcapaza Azángaro 2018. b) Determinar qué beneficios trae la capacitación y atención al cliente en la empresa de transportes Pedro Vilcapaza Azángaro. “El trabajo se justifica de la siguiente manera 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 lujo pero si el vendedor no presenta esa intimidad acogedora al cliente, no va a servir de nada el auto. No es necesario regalarle algo al cliente, el simple trato humano crea la diferencia necesaria para exceder las expectativas y necesidades del cliente las cuales proveerán un plus, una lealtad a la marca y ese prestigio establecido desde la visión de la organización.

El objetivo general es Evidenciar la importancia de la atención al cliente, en la empresa Pedro Vilcapaza - Azángaro y la rentabilidad.

Justificación de la investigación: En el Perú las Mypes conforman el grueso del tejido empresarial, dado que, de las empresas existentes en el país, el 98,4% son Mypes; las

mismas que aproximadamente generan el 42% de la producción nacional, proporcionando el 88% del empleo privado del país (5). Estos datos estarían implicando que, los rendimientos y/o productividad de las Mypes son bajos, en contraposición a las medianas y grandes empresas, ya que sólo el 1.6% (que representan dichas empresas) y que emplea solo al 12% de la PEA, estarían generando el 58% de la producción nacional. Por lo tanto, es importante conocer a qué se debe la baja productividad de las Mypes. Será por la falta de financiamiento, por la falta de capacitación, etc.

Asimismo, la investigación se **justifica** porque permitirá conocer las principales características de la capacitación y la atención al cliente de las (MIPE) de ámbito de estudio.

Finalmente, el trabajo de investigación se justifica porque servirá de base para realizar otros estudios similares en otros sectores; ya sean productivas o de servicio de la provincia de Azángaro y de otros ámbitos geográficos de la región y del país.

Delimitación de la investigación.

El de estudio de esta investigación está dirigido a las Empresa de transportistas que está ubicado en la provincia de Azángaro-puno-Perú. La investigación se llevara a cabo en 2018, la investigación se orienta en conocer las características del personal y cuanto describir y conocer la atencion al cliente.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES

Las autoras, (Suarez, 2014) en su trabajo de investigación titulado: “las estrategias de ventas”, en el periodo 2014; la universidad Herminio valdizan, llegaron a las siguientes conclusiones.

“En lo que se refiere en la aplicación de estrategias de ventas un han comprobado que la empresa de transporte caracol se aplican estrategias de atención al cliente en formas empírica y rudimentaria, porque no cuenta, conocimiento científico y teórico requerido, lo que se ve reflejado en la atención al cliente y volúmenes de venta.

En cuanto a las herramientas de marketing, los clientes perciben que no se aplican herramientas promocionales, la publicidad, los descuentos y otros, por lo que concluimos destacando la ex jefe de estos puntos.”

El autor: (Carvajal); en su trabajo de investigación titulado:

“diseño de estrategias para el posicionamiento de la universidad católica los ángeles de Chimbote en la ciudad de Huaraz; tesis desarrollada para optar el título profesional de Licenciado en administración. “Universidad católica los ángeles de Chimbote de Huraz. Llegó a la siguiente conclusión”

(berrios, 2014) “La estrategia de posicionamiento es sin duda una herramienta básica para sobrevivir en este mundo globalizado e informado, donde los cambios se hacen que el ejecutivo de negocios personales al máximo para que su negocio salga adelante, trabajando por una mejor participación en el mercado y mayor aprovechamiento en las

diferentes coyunturas ya sean políticas, económicas y o sociales a las cuales estamos todos sometidos.”

Por esa razón es que brilla esta estrategia en el mundo de los negocios para que perdure la relación cliente empresa gloria gallo, en su libro posicionamiento: el caso latinoamericano: nos comenta que el posicionamiento nunca se va originar en la mente del dueño, publicista o mercadología, sino que se origina en la mente del cliente, comprador, consumidor o usuario, es decir, en el mercado.

- fue sin duda este punto de vista, el motivo por el cual nos embarcamos en este camino y técnica de mercadotecnia

- la naciente universidad católica” los ángeles de Chimbote” en de cuya sede principal se encuentra en la ciudad de Huaraz(anchas), es una gran entidad generadora de conocimientos, que en estos momentos necesita darse a conocer más ampliamente al mundo estudiantil universitario, lo cual le obliga a promocionar sus carreras profesionales y otros servicios que brinda.

El autor; Rodríguez, M. En su trabajo de investigación. Titulado: “calidad en el servicio de atención al cliente en una empresa química industrial” en el periodo 2014 de la universidad Veracruz de Minatitlán llegó a las siguientes conclusiones

Se puede consumir este trabajo, mencionando algo nada espectacular en el que todos sabemos que la calidad en servicio los clientes es indispensable y es necesario medirla, ya que lo que no se puede medir, no se puede controlar, también es imprescindible recalcar que la calidad si bien no es fácil obtenerla tampoco es difícil, y que ciertamente el no tenerla es pérdida cuantiosa de dinero, y obviamente esto va en contra de los objetivos de cualquier organización.

Los cuestionarios se aplican actualmente de forma anual, lo cual parece que es un tiempo muy espaciado, por lo tanto se sugiere realizarlas cada mes para evitar acumular problemas y detectarlos a tiempo de forma rápida y oportuna, como cumpliendo con los lineamientos de la mejora continua.

Aplicarlos de una forma personal, ya que en dos departamentos (compras, llenado y embarques) se envían por e-mail y esto no permite tener un control de respuesta. Además, en el departamento de producción son aplicados cada vez que se realizan cursos de calidad, lo cual no permite medir de forma consistente las evaluaciones.

Los jefes de departamento deben tomar conciencia para fomentar la ética y profesionalismo en el momento de contestar los cuestionarios, para evitar el involucramiento en de motivos personales que solo distorsionan las respuestas.

2.2. MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

A) Teoría de La Capacitación

Obregón, M. Díaz, V. Pérez, N. (2008), identifica la Capacitación como el conjunto de acciones de preparación que desarrollan las entidades, dirigidas a mejorar las competencias, calificaciones y recalificaciones para cumplir con calidad las funciones del puesto de trabajo y alcanzar los máximos resultados productivos o de servicios. Desarrollo es el proceso continuo y simultáneo a la capacitación, dirigido a alcanzar multihabilidades, destrezas y valores en los trabajadores, que les permiten desempeñar puestos de perfil amplio, con las competencias para un desempeño satisfactorio.

Ayala Villegas, S. (2004), la capacitación es la adquisición de conocimientos, principalmente de carácter técnico, científico y administrativo. Es decir, es la

preparación teórica que se les da al personal (nivel administrativo) con el objeto de que cuente con los conocimientos adecuados para cubrir el puesto con toda la eficiencia.

También se puede definir a la capacitación como el proceso de aprendizaje al que se somete una persona a fin de obtener y desarrollar la concepción de ideas abstractas mediante la ampliación de procesos mentales y de la teoría para tomar decisiones no programadas. Así también otras teorías manifiestan que la capacitación es el conjunto de conocimientos sobre el puesto que se debe desempeñar de manera eficiente y eficaz (Ayala Villegas, S, 2004)

Vizcarra (2009), la función de capacitación es una técnica de formación, que se le brinda a una persona o individuo para que desarrolle sus conocimientos, habilidades y actitudes, de manera más eficaz a fin de mejorar su rendimiento presente o futuro. Un programa de capacitación implica brindar conocimientos, que luego permitan al empresario en la medida necesaria desarrollar su labor y sea capaz de resolver los problemas que se le presenten durante su desempeño, de manera sistemática y organizada en función de objetivos definidos.

En cualquier institución importante, sea empresa, organismo estatal o cualquier otra, la capacitación y desarrollo de su potencial humano es una tarea a la cual los mejores dirigentes han de dedicar enorme tiempo y atención" (Caicedo Bustamante, V. 2013). Hay muchas razones por las cuales una organización debe capacitar a su personal, pero una de las más importantes es el contexto actual. Y con esto me refiero a que vivimos en un contexto sumamente cambiante. Ante esta circunstancia, el comportamiento se modifica y nos enfrenta constantemente a situaciones de ajuste, adaptación,

transformación y desarrollo y por eso que debemos estar siempre actualizados. Por esto la razón fundamental de por qué capacitar a los empleados consiste en darles los conocimientos, actitudes y habilidades que requieren para lograr un desempeño óptimo (Caicedo Bustamante, V. 2013)

La capacitación es una herramienta fundamental para la Administración de Recursos Humanos, es un proceso planificado, sistemático y organizado que busca modificar, mejorar y ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes del personal nuevo o actual, como consecuencia de su natural proceso de cambio, crecimiento y adaptación a nuevas circunstancias internas y externas. Mejora los niveles de desempeño y es considerada como un factor de competitividad en el mercado actual (Caicedo Bustamante, V. 2013)

La capacitación proporciona a los empleados, nuevos o actuales, las habilidades necesarias para desempeñar su trabajo. Es un proceso de enseñanza de las aptitudes básicas que los nuevos empleados necesitan para realizar su trabajo. (Helbherth, 2006).

Se define la capacitación como un proceso continuo de enseñanza y aprendizaje en el que se desarrollan las habilidades y destrezas de las personas, las cuales les permiten un mejor desempeño en sus labores habituales. Desde el punto de vista de las empresas e instituciones, la capacitación debe relacionarse directamente con el puesto que desempeña, y los conocimientos adquiridos deben estar orientados hacia la superación de fallas o carencias observadas durante el proceso de evaluación de sus integrantes (UNMSM, 2005).

Cebrian (2013), para lanzar con éxito un programa de capacitación es sumamente importante determinar las necesidades, ya que este programa se debe enfocar en las competencias o habilidades requeridas. La empresa debe promover una cultura de aprendizaje que permita que los empleados busquen aprender para perfeccionar sus habilidades; solo si los empleados aprenden, la empresa aprende. Otra prioridad es informar el objetivo de la capacitación, ayudar a entender la relación entre la formación y la aplicación de la misma en el trabajo y lograr que las sesiones de entrenamiento no se vean como una pérdida de tiempo valioso; los empleados deben ver la formación como una importante adición a su crecimiento profesional.

Cebrian (2013), la capacitación no debe ser brindada solamente a los nuevos empleados sino que esta debe ser permanente. Los programas de capacitación ayudan a mantener los niveles de habilidad de todos los empleados, y continuamente motivarlos a crecer y mejorar profesionalmente.

En la actualidad la capacitación de los recursos humanos es un tema importante en toda empresa ya que todas desean contar con personal calificado y productivo, siendo ellos la clave del éxito de cualquier organización (Cebrian, 2013)

Para obtener personal altamente calificado en primer lugar es necesario un proceso de reclutamiento y selección orientado al perfil de trabajadores que el negocio requiere, y que acrediten con los certificados o constancias correspondientes las aptitudes, conocimientos y destrezas necesarias para cada puesto de trabajo. Pero esos requisitos no son suficientes ya que para que el personal posea las competencias exactas a las

que el negocio requiere, es necesario adicionalmente brindarles capacitación acorde a las funciones y tareas que desempeñan.(Cebrian, 2013)

Cebrian (2013), la capacitación constituye una de las mejores inversiones en recursos humanos. Sin embargo, al principio puede resultar costosa y demandante pero un plazo no muy largo los resultados se verán reflejados en el crecimiento y desarrollo del personal. Es importante resaltar que la capacitación conduce a una rentabilidad más alta, mejora el conocimiento del puesto a todos los niveles, mejora la relación jefes-subordinados, se promueve la comunicación en toda la organización y se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas.

Por otro lado, la OIT (1993) define la capacitación profesional como el suplemento de conocimientos teóricos y prácticos con el fin de aumentar la versatilidad y movilidad ocupacional del trabajador o mejorar su desempeño en su puesto laboral, pudiendo lograr en ciertos casos la competencia adicional requerida para ejercer otra ocupación afín o complementaria.

La capacitación basada en competencias es el proceso de desarrollo de competencias que ofrece diseños curriculares, procesos pedagógicos y recursos con base en un referencial de ellas. Esta capacitación se estructura modularmente a partir de la identificación de competencias realizadas en los distintos sectores productivos y establece estándares de calidad. Además, a través de metodologías de aprendizaje y estrategias de formación, desafía el logro del perfil de personas formadas integralmente (Sence, 2006).

Lo que marca una diferencia consistente y una ventaja competitiva de un país o región es la actitud y capacidad de aprender. Es decir, no se trata de disponer de un activo,

sino de dar los pasos necesarios para mantenerlo, incrementarlo, potenciarlo y desarrollarlo de manera original (OIT, 2005).

Las empresas que capacitan a su personal generan más de 25% de valor agregado que aquellas que no lo hacen (Chacaltana y García, 2008).

Además, un sistema de capacitación tiene por objeto promover el desarrollo de las competencias laborales de los trabajadores y empresas con el fin de contribuir a un adecuado nivel de empleo, mejorar su productividad, así como la calidad de los procesos y productos (Ley N° 19518, Estatuto de Capacitación y Empleo Chile, 1997).

Según el MTPE, la competitividad de la MYPE se basa en los siguientes tres pilares: acceso al mercado, financiamiento y capacitación (MTPE, 2005). Dado el nuevo entorno internacional de apertura y globalización, se requiere de empresarios preparados, creativos e innovadores, que estén dispuestos a competir con productos y servicios de calidad superior. Sin embargo, este cambio de mentalidad que ha empezado a producirse en el empresariado peruano solo ha llegado a la mediana y gran empresa, y se observa que muchas de las instituciones que trabajan el tema de capacitación y formación de los microempresarios peruanos realizan su labor en forma aislada, priorizando sus objetivos particulares sin una visión articulada del sistema.

La Pontificia Universidad Católica Argentina (2011), considera que la capacitación de los trabajadores es un instrumento con altas potencialidades para elevar los niveles de productividad y competitividad de las empresas. Sin embargo, hay diversos estudios que sugieren que tiene un impacto muy limitado en mejorar las perspectivas de empleo

e ingresos de la población con limitaciones estructurales. En este sentido, ella no sustituye a la necesidad de mejorar la calidad de la educación básica. Para asegurar la pertinencia y calidad de la capacitación es fundamental que exista una estrecha articulación entre las empresas y el Estado.

Además menciona que hay que establecer mecanismos efectivos para que los capacitados se inserten en el mercado laboral formal, para lo cual es necesario dar incentivos apropiados a las empresas y promover la incorporación a la formalidad de las pequeñas empresas. La capacitación para el trabajo sin mecanismos eficaces para la inserción laboral muestra muy baja efectividad.

La Pontificia Universidad Católica Argentina (2011), antes de conocer cómo captar nuevos clientes es necesario recordar que las ventas de una empresa provienen de dos grupos básicos: 1) los clientes actuales y 2) los nuevos clientes. Por tanto, si una empresa desea mantener sus volúmenes de venta debe retener a ambos tipos de clientes. Pero, si desea crecer o incrementar esos volúmenes de venta debe realizar actividades orientadas a la "captación de nuevos clientes".

Por ello, es fundamental que los mercadólogos y en sí, todas aquellas personas que están relacionados con las actividades de mercadotecnia, conozcan cómo se realiza la captación de nuevos clientes considerando el costo que esto implica y el proceso para hacerlo. (Pearson Educación S.A., 2000)

Ayala Villegas, S. (2004), la capacitación no sólo es buena para la empresa, sino que también es un buen negocio. Ya a mediados de los años 50, la mitad de las compañías importantes contaban con algún tipo de programa de capacitación. A finales de los años 70, el 75% de las empresas importantes tenían departamentos independientes

dedicados exclusivamente a ofrecer una gama completa de programas de capacitación. La formación y el perfeccionamiento son áreas en las que ha aumentado el interés en los últimos años. Decidir, diseñar y poner en marcha programas de formación y perfeccionamiento de los empleados, con el objetivo de mejorar sus capacidades, aumentar su rendimiento y hacerlos crecer es una cuestión por la que cada vez hay una mayor preocupación importante por la capacitación.

2.2.1.1 La capacitación es importante, porque permite:

Chiavenato (2009), tenemos: consolidación en la integración de los miembros de la organización, mayor identificación con la cultura organizacional, disposición desinteresada por el logro de la misión empresarial, entrega total de esfuerzo por llegar a cumplir con las tareas y actividades, mayor retorno de la inversión, alta productividad, promueve la creatividad, innovación y disposición para el trabajo, mejora el desempeño de los colaboradores, desarrollo de una mejor comunicación entre los miembros de una organización, reducción de costos, aumento de la armonía, el trabajo en equipo y por ende de la cooperación y coordinación, obtener información de fuente confiable, como son los colaboradores.

2.2.1.2 Modelos para evaluar la capacitación son:

- El enfoque de Parker: Divide la información de los estudios de evaluación en cuatro grupos: desempeño del individuo, desempeño del grupo, satisfacción del participante, conocimiento obtenido por el participante.
- El enfoque de R. Stake: Se lo conoce como modelo de Evaluación Respondiente, consiste en una evaluación que promueve que cada uno de los individuos intervinientes

se mantenga abierto y sensible a los puntos de vista de los otros, y a la vez los cuestione desde su propio punto de vista.

- El enfoque de Bell System: Utiliza los siguientes niveles: Resultados de la reacción, resultados de la capacidad, resultados de la aplicación, resultados del valor.

- El enfoque de Donald Kirkpatrick: Es el más conocido y utilizado, especialmente en su nivel de reacción. Maneja cuatro niveles de medición para determinar qué datos deben recolectarse: reacción, aprendizaje, comportamiento y resultados.

- El enfoque CIRO (Context, Inputs, Reaction, Outputs): Creado por Peter Warr,

Michael Bird y Neil Rackham. Tiene un enfoque más amplio que el de

Kirkpatrick y considera a la evaluación como un proceso continuo, el cual inicia con la identificación de necesidades y termina con el proceso de capacitación. Su idea central es que la capacitación debe ser un sistema auto correctivo, cuya meta es provocar el cambio en la gente. Maneja cuatro categorías de estudios de evaluación: del contexto, de las entradas, de la reacción y de los resultados.

Para Warr, Bird y Rackham es mejor enfocarse en los niveles más bajos de evaluación en términos de esfuerzo/recompensa, de manera que, si posteriormente se lleva a cabo una medición adecuada del contexto, las entradas, la reacción y la evaluación de resultados inmediatos, será muy probable que los resultados intermedios y últimos sean exitosos (Chiavenato, 2009)

La limitación de evaluar reacciones o juicios es que no se puede establecer correlación entre el grado de satisfacción con una experiencia de aprendizaje y el uso real de las habilidades en el trabajo; este tipo de evaluación no puede utilizarse para medir otros

resultados. La medición del aprendizaje (Nivel de resultados inmediatos del modelo de Warr, Bird y Rackham; nivel 2 de Kirkpatrick) proporciona información más objetiva: determina si el empleado adquirió los conocimientos que le fueron transmitidos (Chiavenato, 2009)

El nivel de conocimientos, operaciones transformacionales y habilidades adquiridas en determinada actividad son necesarios pero insuficientes para asegurar un efecto en el desempeño. Frecuentemente las personas no realizan las tareas de manera óptima aun cuando sepan cómo hacerlo, principalmente porque hay una auto referencia que media la relación entre conocimiento y acción (Chiavenato, 2009)

2.2.1.3 Medios de Capacitación.

Chiavenato (2009), se refiere a las técnicas, instrumentos y metodologías que coadyuvan al cumplimiento de las actividades y objetivos de la capacitación. Dentro de los más principales tenemos:

- Conferencia: Permite llegar a una gran cantidad de personas y transmitir un amplio contenido de información o enseñanza. Se puede emplear como explicación preliminar antes de demostraciones prácticas. Por ejemplo, es útil al impartir las medidas de seguridad, organización de planta, etc.
- Manuales de Capacitación: Manuales de capacitación u otros impresos, diagramas que permiten la exposición repetida, es útil aplicación de secuencias largas o procedimientos complicados que no pueden retenerse en una sola presentación.

Pueden combinarse con conferencias y prácticas de tareas reales.

- Videos: Puede sustituir a las conferencias o demostraciones formales, permite la máxima utilización de instructores más capaces. Los cortes, empalmes o en la cámara lenta son útiles para incidir en demostraciones de realidad. Ayudan a la comprensión de ideas abstractas y en la modificación de actitudes. La grabación y proyección en videos de los colaboradores sujetos a capacitación, son un medio muy eficaz, sobre todo cuando se trata de mejorar la calidad del servicio.

- Simuladores: Dan al aprendiz la posibilidad de participación y práctica repetida mediante la adquisición de habilidades necesarias en el trabajo real, se usan también sustitutos del equipo real. Pueden aislar y combinar las diferentes partes críticas o peligrosas del trabajo.

- Realización efectiva del trabajo: El nuevo colaborador aprende mientras trabaja, bajo la guía de un instructor, es útil en la transmisión de habilidades, de experiencia ensayo y error. Su limitación es que no siempre el buen colaborador es buen instructor. Puede durar pocos días o meses. En general, el período de aprendizaje brinda preparación para una gran variedad de especialidades, cubriendo múltiples actividades.

- Discusión de grupos e interacción social: Comprende el desarrollo de habilidades interpersonales requeridas por tareas ejecutivas y de supervisión como vías de solución de problemas mediante grupos de discusión, dirección de debates y contratos con personas para el manejo directivo de problemas reales de supervisión. Se usa mayormente en formación de ejecutivos.

- Entrevistas para la solución de problemas: Se orienta básicamente al asesoramiento de colaboradores. Los supervisores encargados de capacitación mantienen

periódicamente estas estrategias para mejorar la eficiencia en el trabajo de cada individuo. Se usa generalmente en la capacitación de directivos.

- Técnicas grupales: Consiste en ejercicios vivenciales, dinámicas grupales como los juegos de roles, psicodramas, Phillips 66, lluvias de ideas, y otros que pueden ser valiosos elementos para llevar a cabo la capacitación de acuerdo a los objetivos planteados.

2.2.1.4 Ventajas

Chiavenato (2009), tenemos las siguientes ventajas:

- Para la Empresa: a) trabaja más organizada internamente, b) conlleva a maximizar los resultados, c) fortalece su administración, d) mayores niveles de rentabilidad.

- Para el Colaborador: a) los colaboradores se sienten más a gusto, b) da mayor seguridad, evitando accidentes, c) posibilita desarrollarse personal y profesionalmente, d) mayores habilidades y destrezas para el desempeño.

2.2.1.5 Beneficios

Chiavenato (2009), presenta los beneficios de capacitación:

a) Como beneficia la capacitación a las organizaciones:

Conduce a rentabilidad más alta y a actitudes más positivas, ayuda al personal a identificarse con los objetivos de la organización, crea mejor imagen, mejora la relación jefes subordinados, se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas, incrementa la productividad y calidad del trabajo, ayuda a mantener bajos los costos, elimina los costos de recurrir a consultores externos.

b) Beneficios para el colaborador que repercuten favorablemente en la organización:

Aumenta la confianza, la posición asertiva y el desarrollo, forja líderes y mejora las aptitudes comunicativas, sube el nivel de satisfacción con el puesto, 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) Beneficios en relaciones humanas, relaciones internas y externas, y adopción de políticas:

Mejora la comunicación entre grupos y entre individuos, ayuda en la orientación de nuevos colaboradores, proporciona información sobre disposiciones oficiales, hace viables las políticas de la organización, las operaciones organizacionales abarcan una amplia variedad de metas que comprenden personal de todos los niveles, desde la inducción hacia el desarrollo ejecutivo. Además de brindar la capacitación necesaria para un desempeño eficaz en el puesto, los patrones ofrecen capacitación en áreas como el desarrollo personal y el bienestar.

Sacristán J, (2010), afirma que Vivimos en una sociedad que se mueve rápidamente, donde los cambios se presentan a una velocidad creciente y sin precedentes, podemos afirmar que hoy en día la única constante es el cambio. Es por ello que el proceso de la Administración de Recursos Humanos nunca se detiene. Más bien es un procedimiento progresivo que trata de mantener siempre en la organización a la gente adecuada, en las posiciones adecuadas, en el momento adecuado.

2.2.1.6 Por qué capacitar

Escandón, (2010), afirma que es tan importante mantener al personal y a los mismos emprendedores capacitados, de manera que puedan apoyarse en ello como ventaja

competitiva sobre su competencia. No se trata de tomar todos los cursos existentes o contratar especialistas en todas las áreas, sino de definir específicamente las áreas y los temas en que se requiere actualizar, mejorar o implementar.

Esto se puede realizar desde preparar al personal para que sepa exactamente lo que va a hacer en su trabajo para evitar errores y confusiones posteriores, siendo el dueño o gerente en las micro, pequeñas y medianas empresas quien realiza dicho proceso, por tanto, él mismo debe estar capacitado para capacitar (Escandón, 2010)

2.2.1.7 Los costos de la capacitación

Escandón, (2010), presenta lo siguiente:

Para fines de la evaluación de impacto, es preciso tomar en cuenta los costos totales de las acciones de capacitación, los cuales incluyen no sólo los costos directos de impartir la capacitación, sino también una serie de costos adicionales que se derivan de la ejecución de una acción de capacitación.

Entre estos, los más frecuentes e importantes suelen ser: I) el costo de diseño de la acción de capacitación; II) el costo de entrenamiento del personal docente; III) los gastos de administración y costos indirectos asignados a la acción de capacitación;

IV) los gastos de difusión y promoción; V) los costos de servicios complementarios brindados a los participantes y docentes, como transporte, alimentación, alojamiento, seguros, etc.; y, VI) el costo del tiempo de trabajo sacrificado por los participantes y docentes.

Escandón, (2010), presenta una lista de posibilidades de reducción de costos en cada una de estas áreas, gracias a la capacitación del personal:

a) Economías relacionadas con los recursos humanos:

- menor tiempo de adaptación a un nuevo trabajo
- reducción de los costos de contratación de personal
- menor rotación del personal
- menos necesidad de supervisión
- disminución de accidentes y enfermedades en el trabajo (o menor costo de seguros por accidentes y enfermedades)

b) Economías relacionadas con los recursos materiales y servicios:

- reducción de los desperdicios de insumos,
- reducción de la tasa de errores en los exámenes de laboratorio en los controles de ,
- reducción del consumo de energía por unidad de producto.

c) Economías relacionadas con el uso de equipos e instalaciones:

- reducción del tiempo ocioso de los equipos e instalaciones por concepto de fallas y ajustes,
- mayor vida útil de los bienes de producción (menores costos de depreciación),
- mejor aprovechamiento del espacio.

2.2.1.8 La capacitación, un factor decisivo en los resultados de las empresas.

Chiavenato, (2009), presenta lo siguiente: El perfil de la empresa moderna ha ido modificándose a velocidades sorprendentes sin que ello esté relacionado con modas administrativas o innovaciones tecnológicas.

Las industrias de productos y servicios con bajo contenido tecnológico se ven amenazadas por países que compiten con grandes volúmenes y bajo costo y las de tecnología incorporada requieren de grandes flujos de capital para sostener el ritmo de cambio tecnológico. Saber competir no es suficiente.

La nueva capacitación no es un potenciador de resultados para ayudar a la empresa a permanecer en el mercado; es, de hecho, una forma de contribuir a la trascendencia del negocio.

B) Atención al cliente:

Según (Harrington, 2010) Define a los clientes como: las personas más importantes para cualquier negocio. No son una interrupción en nuestro trabajo, son un fundamento. Son personas que llegan a nosotros con sus necesidades y deseos y nuestro trabajo consiste en satisfacerlos.

Merecen que le demos el trato más atento y cortés que podamos. Representan el fluido vital para este negocio o de cualquier otro, sin ellos nos veríamos forzados a cerrar.

Los clientes de la empresa de servicios se sienten defraudados y desalentados, no por sus precios, de atención de sus empleados.

Características de una buena atención al cliente

Las características más importantes que deben tener la atención al cliente, debe ser con espíritu de servicio eficiente, sin desgano y con cortesía. El empleado debe ser

accesible, no permanecer ajeno al público que lo necesita. El público se molesta enormemente cuando el empleado que tiene frente a él no habla con claridad y utiliza un vocabulario técnico para explicar las cosas. Se debe procurar adecuar el tiempo de servicio no a su propio tiempo, sino al tiempo que dispone el cliente, es decir, tener rapidez. Es muy recomendable concentrarse en lo que pide el cliente, si hay algo imperfecto, pedir rectificación sin reserva. El cliente agradecerá el que quiera ser amable con él. La empresa debe formular estrategias que le permita alcanzar sus objetivos, ganar dinero y distinguirse de los competidores. La empresa debe gestionar las expectativas de sus clientes, reduciendo en lo posible la diferencia entre la realidad del servicio y las expectativas del cliente.

Las empresas exitosas.

(Johnston, 2014) “dice que: hoy en día las empresas exitosas colocan al cliente en el centro de las estrategias y los procesos de la empresa estos modelos de atención al cliente otorgan a la fuerza de ventas un papel muy fundamental, pues los vendedores son la primera ley contacto con los clientes en casi todas empresas por esa misma razón todo persona encargada de distinguir una empresa debe de tener personas calificadas para el desarrollo de sus actividades en todas las áreas.”

Evaluación del desempeño organizacional:

(Cartaya, 2010) “define que: el proceso continuo y periódico de evaluación a todos los trabajadores del cumplimiento de la idoneidad demostrada, las competencias y los resultados de trabajo para lograr los objetivos de la empresa, o realizado por el jefe inmediato, partiendo de la autoevaluación del trabajador y los criterios de los

compañeros que laboran en el área. Sin la evaluación del desempeño no hay desarrollo individual.”

Mejor atención a los clientes:

(Gómez, 1906)” Define que: el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores las necesidades y expectativas de sus clientes externos.

De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa

La calidad de atención al cliente

(Montgomery, 2015) “define que la calidad es el grado hasta el cual los productos satisfacen las necesidades de la gente que lo usa” este autor distingue además entre dos tipos de calidad: la del diseño y la adaptación. La calidad del diseño refleja el grado hasta que el producto o servicio posee una característica deseada. La calidad de adaptación refleja el grado hasta que el producto o servicio se ajusta al propósito ansiado”

Satisfacción al cliente ente.

(Oliver R. L., 1909): Que la satisfacción es la respuesta de saciedad del cliente. El concepto de satisfacción, se ha matizado a lo largo del tiempo según el avance de su investigación, enfatizando distintos aspectos bien variando su concepto. Satisfacción, es la evaluación que realiza el cliente respecto de un producto o servicio, en términos de si ese producto o servicio responde a sus necesidades y expectativas. La satisfacción

del cliente es influida por las características específicas del producto o servicio y las percepciones de calidad, también actúan sobre la satisfacción las respuestas emocionales. De es el juicio acerca de los rasgos del producto o servicio en sí mismo.

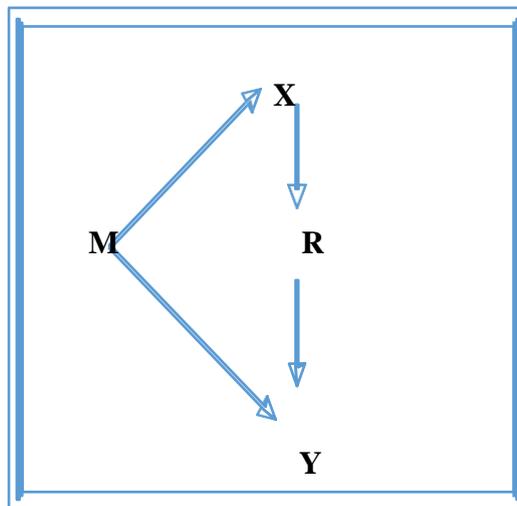
III. HIPÓTESIS

Según (Sampieri, 2014) Las investigaciones de este tipo no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo se mencionan las características de la situación problemática, siendo suficiente plantear algunas preguntas de investigación.”

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

Es una investigación no experimental, cuyo diseño metodológico exceder “descriptivo y correlacional”



M. Muestra

X. Observaciones de la variable independiente

R Relación

Y. Observación de la variable dependiente

4.2 Población y muestra

Población

Población objetivo del estudio son todas las personas que viajan con esta empresa de transporte terrestre con destino de Azángaro a Juliaca teniendo como estudio un mínimo de quince pasajeros por unidad. En los meses con más concurrencia de diciembre de 2017 y enero 2018, con un total de 2790 pasajeros.

Muestra

La técnica de muestreo a emplear en el muestreo.

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

Dónde:

N = Población = 2790

n = Tamaño de la muestra

p = Probabilidad de éxito 50%

q = Probabilidad de fracaso 50%

e = Nivel de precisión 5%

z = Limite de confianza 1.96

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (2790)}{(2790-1) (0.05)^2 + (0.5) (0.5) (1.96)^2}$$

$$n = 2.679516$$

$$6.9725 + 0.9604$$

$$n = 2.679516$$

$$79329$$

$$n = 33.77$$

$$n = 34$$

Muestra inicial es de 34 usuarios a encuestar.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADORES	FUENTE
Variable Independiente	<ul style="list-style-type: none"> Actitudes Conocimientos Desempeño 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cómo califica la actitud del personal? ¿Cómo califica el desempeño de nivel de capacitación de del personal? ¿Cómo califica él desempeñó del personal? 	Nominal Nominal Nominal
variable dependiente	<ul style="list-style-type: none"> Cortesía Profesionalismo Seguridad cordialidad 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cómo califica Ud. La cortesía de los conductores en la empresa de transporte Pedro vilcapaza - Azángaro? ¿Cómo califica Ud. El profesionalismo del personal de la Empresa de Transporte Pedro vilcapaza - Azángaro? ¿Cómo califica Ud. La seguridad que brinda la Empresa Pedro vilcapaza - Azángaro? ¿Cómo califica Ud. La cordialidad del personal de la empresa de transporte Pedro vilcapaza - Azángaro? 	Nominal Nominal Nominal Nominal

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas que se utilizaron en la investigación fueron las siguientes: El presente Trabajo de Investigación se caracteriza por estar inmerso en los siguientes tipos de investigación.

Técnicas	Instrumentos	Aplicación
encuestas	cuestionario	A toda la muestra designada para el estudio

4.5 Plan de análisis

Se aplicarán el siguiente plan de procesamiento de datos:

1. Ordenamiento y clasificación.

Esta técnica se aplicó para tratar la información cualitativa y cuantitativa en forma ordenada, de modo de interpretarla y sacarle el máximo provecho.

2. Registro manual.

Se aplicó esta técnica para digitar la información de las diferentes fuentes.

3. Proceso computarizado con Excel.

Para determinar diversos cálculos matemáticos y estadísticos de utilidad para la investigación.

4. Proceso computarizado Excel.

Para digitar, procesar y analizar datos de las empresas y determinar indicadores promedios, de asociación, diferenciación, correlación, regresión.

4.6 Matriz de consistencia

CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MYPE, EMPRESA DE TRANSPORTES TERRESTRE PEDRO VILCAPAZA EN LA PROVINCIA DE AZÁNGARO – 2018						
PROBLEMAS	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADORES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
<p>Problema General.</p> <p>¿Cuales son las características de la capacitación y atención al cliente en la mype, Empresa de transportes terrestre pedro vilcapaza en la provincia de Azángaro 2018?</p> <p>Problema Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿En qué medida influye la capacitación y la atención al cliente en la Empresa Pedro Vilcapaza – Azángaro 2018? • ¿Qué beneficios trae la capacitación y atención al cliente en la empresa de transportes pedro vilcapaza azangaro2018? 	<p>Objetivo General:</p> <p>Determinar las Características de la capacitación y atención al cliente en la mype, Empresa de transportes terrestre Pedro Vilcapaza en la Provincia de Azángaro 2018?</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar en qué medida influye la capacitación y la atención al cliente la Empresa Pedro Vilcapaza Azángaro2018 • Determinar qué beneficios trae la capacitación y atención al cliente en la empresa de transportes pedro vilcapaza azangaro? 	<p>Variable Independiente</p> <p>Capacitación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Actitudes • Conocimientos • Desempeño 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo califica la actitud del personal? • ¿Cómo califica el desempeño de nivel de capacitación de del personal? • ¿Cómo califica él desempeñó del personal. 	<p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p>	<p>Cuestionario.</p> <p>Cuestionario</p> <p>Cuestionario</p> <p>Cuestionario</p>
		<p>Variable Dependiente</p> <p>atención al cliente</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cortesía • Profesionalismo • Seguridad • cordialidad 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo califica Ud. La cortesía de los conductores en la empresa de transporte Pedro vilcapaza - Azángaro? • ¿Cómo califica Ud. El profesionalismo del personal de la Empresa de Transporte Pedro vilcapaza - Azángaro? • ¿Cómo califica Ud. La seguridad que brinda la Empresa Pedro vilcapaza - Azángaro? • ¿Cómo califica Ud. La cordialidad del personal de la empresa de transporte Pedro vilcapaza - Azángaro? 	<p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p>	

4.7 Principios éticos

- Veracidad en los datos recogidos para la investigación.
- Confidencialidad en los datos proporcionados por la empresa.
- Mención de los autores de las citas en el estudio.
- Responsabilidad en el desarrollo del trabajo.
- Respeto máximo por los usuarios que fueron entrevistados.

IV. RESULTADOS

5.1 Resultados

En el presente trabajo de investigación se determinó el proceso de la recolección de la información, ya que en dicho trabajo se demostrará los resultados de la investigación y de esa manera poder definir los resultados y las propuestas para dicho cambio en su proceso.

Tabla 0.1 ¿Cómo califica la actitud del personal?

INDICADORES	Ni	Fi
MALA	6	17.65
PÉSIMO	5	14.71
REGULAR	20	58.82
BUENO	3	8.82
EXCELENTE	0	0
TOTAL	34	100

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

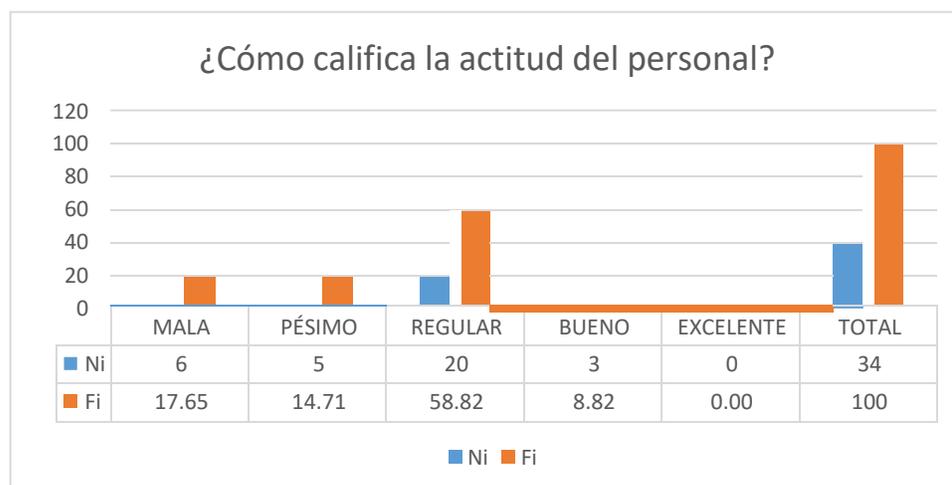


GRAFICO 1 Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa de transportes pedro vil capaza

INTERPRETACIÓN:

Se ha determinado en base a 2790 la muestra y la población encuestada es de 34, pasajeros que ha señalado el 17.65% mala, el 14.71% pésimo, el 58.82% regular, el 8.82% buena y el 0.00% excelente.

Los resultados indican que existe una actitud regular en los servicios que prestan dentro de la empresa de transporte Pedro Vilcapaza- Azángaro, por lo que se debe de mejorar aún más para que pongan empeño en la buena atención al cliente.

TABLA 0.2 ¿Cómo califica el desempeño de nivel de capacitación de del personal?

Fuente: Encuesta aplicada

INDICADORES	Ni	Fi
MALA	3	8.82
PÉSIMO	4	11.76
REGULAR	15	44.12
BUENO	10	29.41
EXCELENTE	2	5.88
TOTAL	34	100

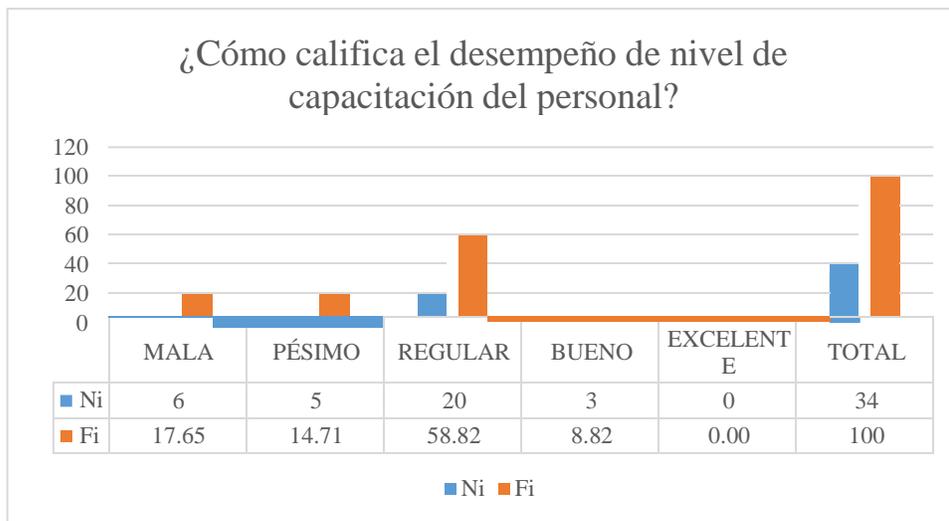


GRAFICO 2 Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa de transportes pedro vilcapaza

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

Se ha determinado en base a 2790 la muestra y la población encuestada es de 34, pasajeros que ha señalado el 8.82% mala, el 11.76% pésimo, el 44.12 % regular, el 29.41 % buena y el 5.88 % excelente.

Los resultados indican que existe un desempeño de manera regular pasajeros en la empresa de transportes pedro vilcapaza – Azángaro por lo que se debe de mejorar.

Tabla 0.3; ¿Cómo califica el desempeño del personal?

INDICADORES	Ni	Fi
MALA	2	5.88
PÉSIMO	4	11.76
REGULAR	18	52.94
BUENO	10	29.41
EXCELENTE	0	0.00
TOTAL	34	100

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

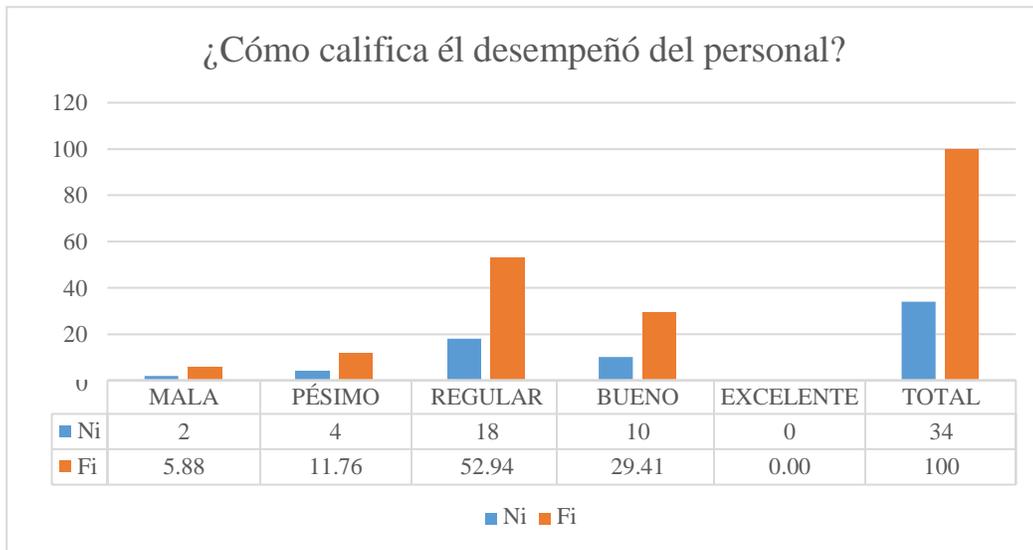


GRAFICO 3 Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa de transportes pedro vilcapaza

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

Se ha determinado en base a 2790 la muestra y la población encuestada es de 34, pasajeros que ha señalado el 5.88 % malo, el 11.76% pésimo, el 752.94 % regular, el 29.41 % buena y el 0.00% excelente.

Los resultados indican que los que el desempeño del personal se da de manera regular, que se debe de mejorar.

Tabla 0.4; ¿Cómo califica Ud. La cortesía de los conductores en la empresa de transporte Pedro vilcapaza - Azángaro?

INDICADORES	Ni	Fi
MALA	1	2.94
PÉSIMO	2	5.88
REGULAR	28	82.35
BUENO	3	8.82
EXCELENTE	0	0.00
TOTAL	34	100

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

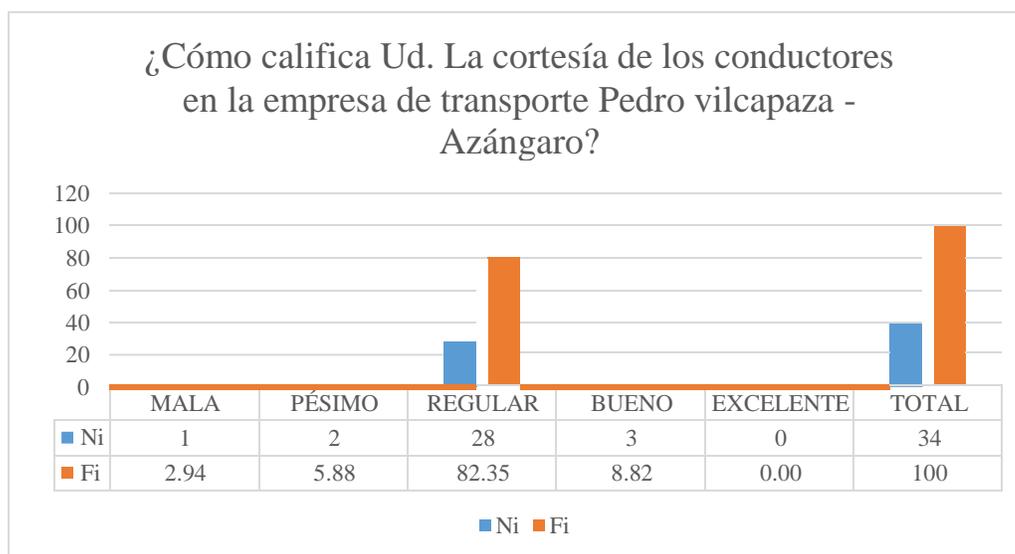


GRAFICO 4 Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa de transportes pedro vil capaza

INTERPRETACIÓN:

Se ha determinado en base a 2790 la muestra y la población encuestada es de 34, pasajeros que ha señalado el 2.94% mala, el 5.88% pésimo, el 82.35% regular, el 8.82% buena y el 0.00% excelente.

Los resultados indican que existe los conductores de las unidades móviles, atienden con la cortesía de manera regular por lo que se debe de cambiar estos aspectos y motivar a los trabajadores para que pongan empeño en la buena atención al cliente.

Tabla 0.5; Cómo califica Ud. El profesionalismo del personal de la Empresa de Transporte Pedro vilcapaza - Azángaro?

INDICADORES	Ni	Fi
MALA	0	0.00
PÉSIMO	29	85.29
REGULAR	2	5.88
BUENO	3	8.82
EXCELENTE	0	0.00
TOTAL	34	100

Fuente: Encuesta aplicada

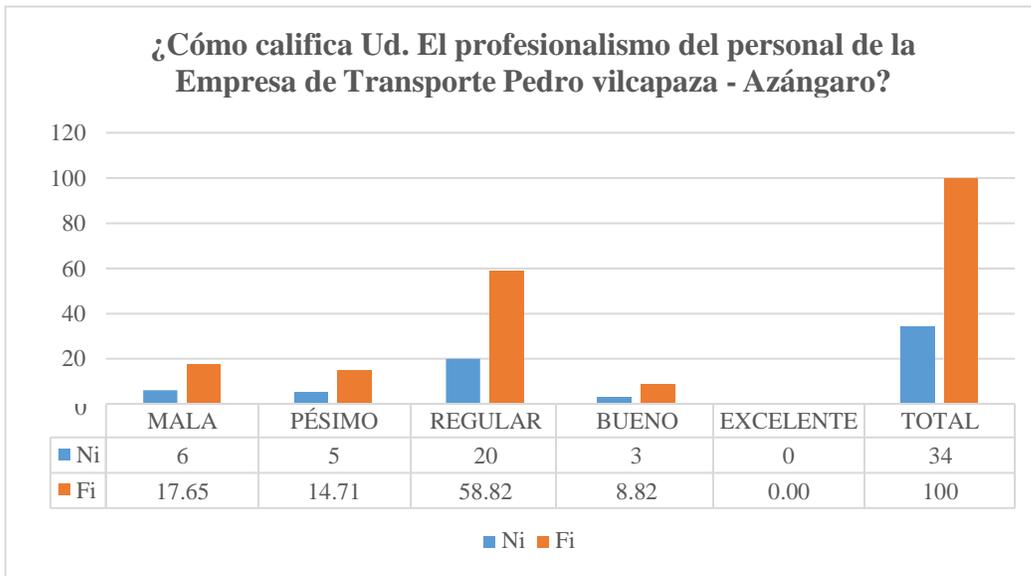


GRAFICO 5 Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa de transportes pedro vilcapaza

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

Se ha determinado en base a 2790 la muestra y la población encuestada es de 34, pasajeros que ha señalado el 0 % mala, el 85.29% pésimo, el 5.8% regular, el 8.83% buena y el 0.00% excelente.

Los resultados indican que se les atiende a los usuarios con regular profesionalismo con los pasajeros en la empresa de transportes pedro vilcapaza – Azángaro por lo que se debe de mejorar.

Tabla 0.6 ¿Cómo califica Ud. La seguridad que brinda la Empresa Pedro vilcapaza - Azángaro?

?

INDICADORES	Ni	Fi
MALA	0	0.00
PÉSIMO	5	14.71
REGULAR	25	73.53
BUENO	4	11.76
EXCELENTE	0	0.00
TOTAL	34	100

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

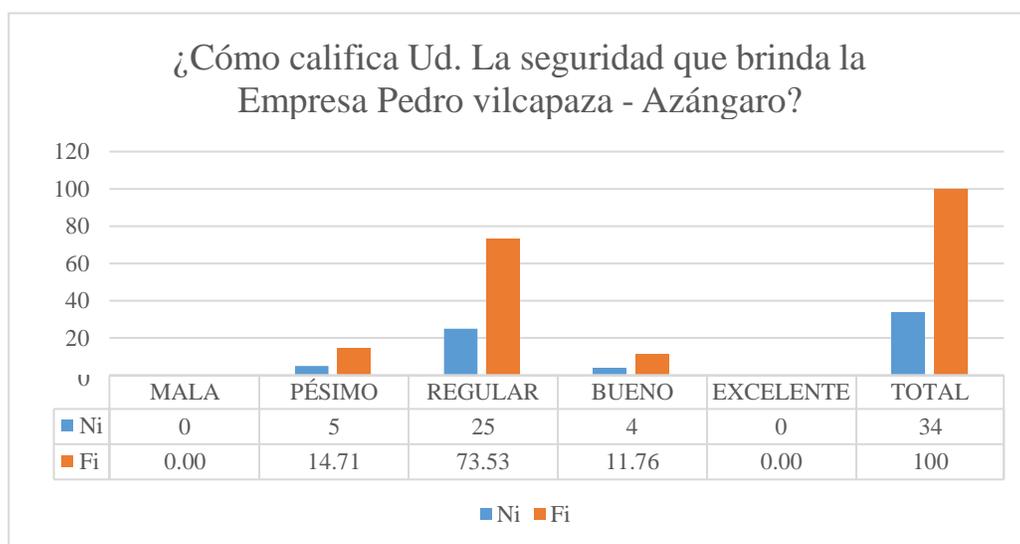


GRAFICO 6 Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa de transportes pedro vilcapaza

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

Se ha determinado en base a 2790 la muestra y la población encuestada es de 34, pasajeros que ha señalado el 0.00% malo, el 14.71% pésimo, el 73.53% regular, el 11.76% buena y el 0.00% excelente.

Los resultados indican que la seguridad se da de manera regular dentro de las unidades móviles, que los pasajeros no se sienten seguros durante el trayecto de su viaje que realizan.

Tabla 0.7; Cómo califica Ud. La cordialidad del personal de la empresa de transporte Pedro vilcapaza - Azángaro?

INDICADORES	Ni	Fi
MALA	25	73.53
PÉSIMO	9	26.47
REGULAR	0	0.00
BUENO	0	0.00
EXCELENTE	0	0.00
TOTAL	34	100

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

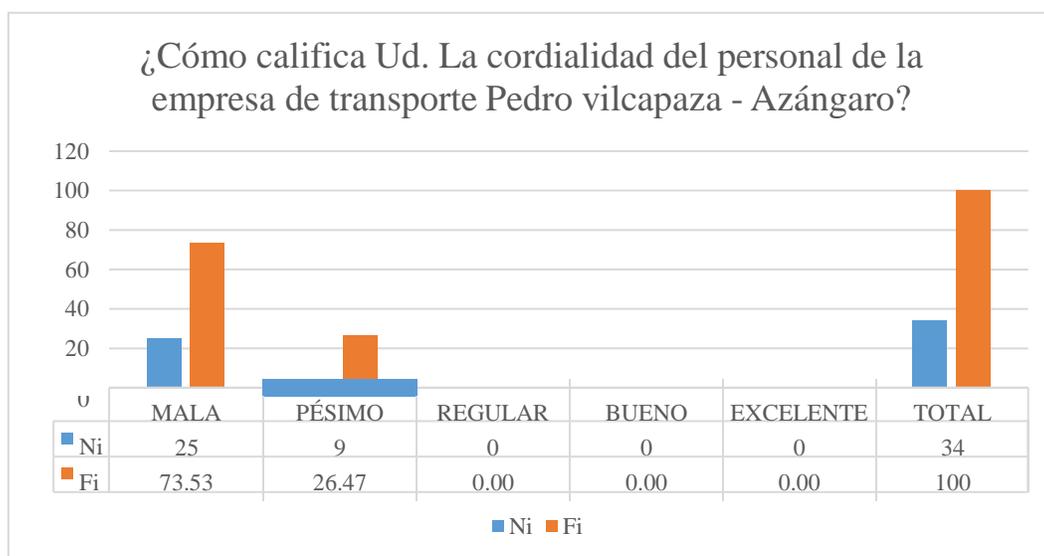


GRAFICO 7 Encuesta dirigida a los usuarios de la empresa de transportes pedro vilcapaza

Elaboración: Propia.

INTERPRETACIÓN:

Se ha determinado en base a 2790 la muestra y la población encuestada es de 34, pasajeros que ha señalado el 73.53% mala, el 26.47% pésima, el 0.00% regular, el 0.00% buena y el 0.00% excelente.

Los resultados indican que la Empresa de Transporte Pedro Vilcapaza - Azángaro los conductores son personas malhumorados por consiguiente están en un porcentaje malo.

5.2 Análisis de resultados

- Se ha determinado en base a 2790 la muestra y la población encuestada es de 34, pasajeros que ha señalado el 17.65% mala, el 14.71% pésimo, el 58.82% regular, el 8.82% buena y el 0.00% excelente.

Los resultados indican que existe una actitud regular en los servicios que prestan dentro de la empresa de transporte Pedro Vilcapaza- Azángaro, por lo que se debe de mejorar aún más para que pongan empeño en la buena atención al cliente.

- Se ha determinado en base a 2790 la muestra y la población encuestada es de 34, pasajeros que ha señalado el 8.82% mala, el 11.76% pésimo, el 44.12 % regular, el 29.41 % buena y el 5.88 % excelente.

Los resultados indican que existe un desempeño de manera regular pasajeros en la empresa de transportes pedro vilcapaza – Azángaro por lo que se debe de mejorar.

- Se ha determinado en base a 2790 la muestra y la población encuestada es de 34, pasajeros que ha señalado el 5.88 % malo, el 11.76% pésimo, el 752.94 % regular, el 29.41 % buena y el 0.00% excelente.

Los resultados indican que los que el desempeño del personal se da de manera regular, que se debe de mejorar.

- Se ha determinado en base a 2790 la muestra y la población encuestada es de 34, pasajeros que ha señalado el 2.94% mala, el 5.88% pésimo, el 82.35% regular, el 8.82% buena y el 0.00% excelente.

Los resultados indican que existe los conductores de las unidades móviles, atienden con la cortesía de manera regular por lo que se debe de cambiar estos aspectos y motivar a los trabajadores para que pongan empeño en la buena atención al cliente.

- Se ha determinado en base a 2790 la muestra y la población encuestada es de 34, pasajeros que ha señalado el 0 % mala, el 85.29% pésimo, el 5.8% regular, el 8.83% buena y el 0.00% excelente.

Los resultados indican que se les atiende a los usuarios con regular profesionalismo con los pasajeros en la empresa de transportes pedro vilcapaza – Azángaro por lo que se debe de mejorar.

- Se ha determinado en base a 2790 la muestra y la población encuestada es de 34, pasajeros que ha señalado el 0.00% malo, el 14.71% pésimo, el 73.53% regular, el 11.76% buena y el 0.00% excelente.

Los resultados indican que la seguridad se da de manera regular dentro de las unidades móviles, que los pasajeros no se sienten seguros durante el trayecto de su viaje que realizan.

- Se ha determinado en base a 2790 la muestra y la población encuestada es de 34, pasajeros que ha señalado el 73.53% mala, el 26.47% pésima, el 0.00% regular, el 0.00% buena y el 0.00% excelente.

Los resultados indican que la Empresa de Transporte Pedro Vilcapaza - Azángaro los conductores son personas malhumorados por consiguiente están en un porcentaje malo.

V. CONCLUSIONES

- Los resultados indican que existe una actitud regular en los servicios que prestan dentro de la empresa de transporte Pedro Vilcapaza- Azángaro, por lo que se debe de mejorar aún más para que pongan empeño en la buena atención al cliente.
- Los resultados indican que existe un desempeño de manera regular pasajeros en la empresa de transportes pedro vilcapaza – Azángaro por lo que se debe de mejorar.
- Los resultados indican que los que el desempeño del personal se da de manera regular, que se debe de mejorar.
- Los resultados indican que existe los conductores de las unidades móviles, atienden con la cortesía de manera regular por lo que se debe de cambiar estos aspectos y motivar a los trabajadores para que pongan empeño en la buena atención al cliente
- Los resultados indican que se les atiende a los usuarios con regular profesionalismo con los pasajeros en la empresa de transportes pedro vilcapaza – Azángaro por lo que se debe de mejorar.
- Los resultados indican que la seguridad se da de manera regular dentro de las unidades móviles, que los pasajeros no se sienten seguros durante el trayecto de su viaje que realizan.
- Los resultados indican que la Empresa de Transporte Pedro Vilcapaza - Azángaro los conductores son personas malhumorados por consiguiente están en un porcentaje malo.

Aspectos complementarios

- Los resultados indican que existe una actitud regular en los servicios que prestan dentro de la empresa de transporte Pedro Vilcapaza- Azángaro, por lo que se debe de mejorar aún más para que pongan empeño en la buena atención al cliente.
- Los resultados indican que existe un desempeño de manera regular pasajeros en la empresa de transportes pedro vilcapaza – Azángaro por lo que se debe de mejorar.
- Los resultados indican que los que el desempeño del personal se da de manera regular, que se debe de mejorar.
- Los resultados indican que existe los conductores de las unidades móviles, atienden con la cortesía de manera regular por lo que se debe de cambiar estos aspectos y motivar a los trabajadores para que pongan empeño en la buena atención al cliente
- Los resultados indican que se les atiende a los usuarios con regular profesionalismo con los pasajeros en la empresa de transportes pedro vilcapaza – Azángaro por lo que se debe de mejorar.
- Los resultados indican que la seguridad se da de manera regular dentro de las unidades móviles, que los pasajeros no se sienten seguros durante el trayecto de su viaje que realizan.
- Los resultados indican que la Empresa de Transporte Pedro Vilcapaza - Azángaro los conductores son personas malhumorados por consiguiente están en un porcentaje malo.

RECOMENDACIONES

1. Motivar a los trabajadores para que pongan empeño en la buena atención al cliente en virtud de poder dar respuestas oportunas y efectivas. Estas pueden ser a través de incentivos económicos y promociones en sus cargos.
2. Organizar charlas de manera continua sobre la buena atención al cliente y la rentabilidad y hacer que cultiven los valores dentro de la empresa para que sepan dar una respuesta adecuada a cada cliente.
3. Dar mantenimiento y cambiar los asientos usados por asientos nuevos para la comodidad de los pasajeros de esa manera los clientes se acostumbren a viajar más seguido con dicha empresa.

Referencias bibliográficas

Bibliografía

- berrios, S. M. (2014). las estrategias de ventas .
- Cartaya, M. (2010). evaluacion del desempeño organizacional.
- Carvajal, c. D. (s.f.). diseño de estrategias pra el posicionamiento de la universidad catolica los angeles de chimbote.
- Gómez, H. S. (1906). mejor atencion al cliente .
- Harrington. (2010).
- Johnston, M. W. (2014). empresas exitosas .
- Montgomery. (2015). la calidad de atencion al cliente.
- Oliver, R. L. (1909).
- Oliver, R. L. (1909). satisfaccion al cliente .
- PARRA, B. (2017).
- Sampieri, R. H. (2014). metodologia de la investigacion. mexico.
- Suarez, S. M. (2014). estrategias de venta. huanuco.

Anexos

ANEXO 01



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**CUESTIONARIO APLICADO A LOS USUARIOS DE LA EMPRESA DE
TRANSPORTES DEL ÁMBITO DE ESTUDIO**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información del micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y ATENCIÓN AL
CLIENTE EN LAS EN LAS MYPE, EMPRESA DE TRANSPORTES
TERRESTRE PEDRO VILCAPAZA EN LA PROVINCIA DE AZÁNGARO –
2018**

La información que usted proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración.

ENCUESTA

Sírvase colocar con un aspa (X) en la columna del número. Su respuesta será de carácter confidencial y le agradeceré por su veracidad en su respuesta.

La numeración corresponde a los siguientes criterios:

1 = Pésimo 2 = Malo 3 = Regular 4 = Bueno 5 =Excelente

CAPACITACIÓN

CÓD .	CRITERIOS	ESCALA VALORATIVA				
1	¿Cómo califica la actitud del personal?					
2	¿Cómo califica el desempeño de nivel de capacitación de del personal?					
3	¿Cómo califica él desempeño del personal.					

ATENCION AL CLIENTE

CÓD .	CRITERIOS	ESCALA				
		1	2	3	4	5
1	¿Cómo califica Ud. La cortesía de los conductores en la empresa de transporte Pedro vilcapaza - Azángaro?					
2	¿Cómo califica Ud. El profesionalismo del personal de la Empresa de Transporte Pedro vilcapaza - Azángaro?					
3	¿Cómo califica Ud. La seguridad que brinda la Empresa Pedro vilcapaza - Azángaro?					
4	¿Cómo califica Ud. La cordialidad del personal de la empresa de transporte Pedro vilcapaza - Azángaro?					

ANEXO 02



Ilustración 1 Ubicación de la empresa de transportes terrestre pedro vilcapaza – AZANGARO.