



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERÍSTICAS DE LA CAPACITACIÓN Y  
CALIDAD DE SERVICIO DE LAS MYPE RUBRO  
SERVICIO DE TAXI EN LOS DISTRITOS DE PIURA Y  
CASTILLA AÑO 2015**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMISTRACIÓN**

**AUTOR:**

**ALAN DUBERLI OCAÑA JAIMES**

**ASESORA:**

**MG. MERCEDES PALACIOS DE BRICEÑO**

**PIURA – PERÚ**

**2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERÍSTICAS DE LA CAPACITACIÓN Y  
CALIDAD DE SERVICIO DE LAS MYPE RUBRO  
SERVICIO DE TAXI EN LOS DISTRITOS DE PIURA Y  
CASTILLA AÑO 2015**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMISTRACIÓN**

**AUTOR:**

**ALAN DUBERLI OCAÑA JAIMES**

**ASESORA:**

**MG. MERCEDES PALACIOS DE BRICEÑO**

**PIURA – PERÚ**

**2015**

## **JURADO EVALUADOR Y ASESORA**

Lic. Adm. VICTOR HUGO VILELA VARGAS

PRESIDENTE

Mg. VICTOR HELIO PATIÑO NIÑO

SECRETARIO

Lic. Adm. MARITZA ZELIDETH CHUMACERO ANCAJIMA

MIEMBRO

Mg. MERCEDES RENEE PALACIOS DE BRICEÑO

ASESORA

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, porque está  
conmigo acompañándome  
en cada instante de mi  
vida.

A la Universidad Católica Los  
Ángeles De Chimbote y a la Mg.  
Mercedes Palacios De Briceño.

## **DEDICATORIA**

Con mucho cariño a mi madre  
Delfina Jaimes Peña, por su  
esfuerzo, dedicación y apoyo en  
cada logro conseguido en el  
transcurso de mi vida.

## **Resumen**

El presente trabajo de investigación se realizó con el objetivo de determinar las características de la capacitación y calidad de servicio de las MYPE rubro servicio de taxi en la ciudad de Piura, año 2015, donde se realizó una investigación de tipo descriptivo, que permitió describir, registrar, analizar, interpretar y medir las diferentes variables del estudio con un nivel cuantitativo, que permitió examinar los datos de manera numérica, con técnicas de conteo y de medición, donde se utilizó el diseño no experimental – transversal. Donde se obtuvo que a veces se brinda una capacitación o inducción previa de sus labores que realizarán sus colaboradores, lo que es percibido por los clientes, ya que al momento de recibir el servicio se muestra deficiencia, porque no cubren sus necesidades, dando como resultado baja productividad y poca participación por su bajo nivel de competitividad, con los resultados obtenidos se pudo reconocer que en Piura se necesita capacitar al personal, en este caso a los que brindan el servicio de taxi, para un mejor servicio de calidad.

**Palabras claves:** Capacitación y Calidad de Servicio

## **Abstract**

This research was conducted to determine the characteristics of the training and quality of service MSE category taxi service in the city of Piura, 2015, where a descriptive research that allowed describing took place, record, analyze, interpret and measure the different variables of the study with a quantitative level, which allowed examining the data numerically, with counting techniques and measurement, where the non-experimental design was used - cross. Where it was found that sometimes training or prior induction of its work that made his colleagues provides, which is perceived by customers as at the time of service deficiency shown, they do not cover your needs, resulting low productivity and lack of participation by their low level of competitiveness, with the results obtained in Piura could recognize that we need to train personnel in this case those who provide taxi service for better quality service.

**Key words:** Training and Quality of Service

## Índice de contenido

Carátula	
Contra carátula	
Hoja de firma del jurado.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Resumen.....	v
Abstract.....	vi
Índice de contenido.....	vii
Índice de tablas.....	x
<b>I. Introducción.....</b>	<b>1</b>
<b>II. Revisión de la literatura.....</b>	<b>11</b>
2.1. Antecedentes.....	11
2.1.1. Variable capacitación.....	11
2.1.2. Variable calidad de servicio.....	15
2.2. Bases teóricas.....	18
2.2.1. Capacitación.....	18
2.2.1.1. Beneficios que brinda la capacitación.....	20

a) Beneficios a las organizaciones	
b) Beneficios para el individuo	
c) Beneficios en relaciones humanas	
2.2.1.2. Las formas de capacitación.....	21
a) Lugar en que se realiza	
2.2.1.3. Técnicas en la capacitación.....	22
2.2.1.4. Simulación de condiciones reales.....	23
2.2.1.5. Actuación o socio drama.....	24
2.2.1.6. Estudio de casos.....	24
2.2.1.7. Lectura, estudios, instrucción programada.....	25
2.2.1.8. Capacitación en laboratorio.....	25
2.2.2. Calidad de servicio.....	26
2.3. Hipótesis.....	41
<b>III. Metodología.....</b>	<b>41</b>
3.1. Tipo de investigación.....	41
3.1.1. Nivel de la investigación.....	42
3.1.2. Diseño de la Investigación.....	42
3.2. Población y muestra.....	43
3.2.1. Muestra.....	45
3.3. Definición y Operacionalización de la variable.....	48
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	50

3.4.1. Técnicas de recolección de datos.....	50
3.4.2. Instrumentos de recolección de datos.....	50
3.4.3. Plan de análisis.....	51
3.5. Matriz de consistencia.....	52
3.6. Principios éticos.....	55
<b>IV. Resultados.....</b>	<b>56</b>
4.1. Resultados.....	56
4.2. Análisis de resultados.....	62
<b>V. Conclusiones.....</b>	<b>67</b>
5.1. Referencias Bibliográficas.....	69
5.2. Anexos.....	72

## Índice de tablas

Tabla 4.1.1. La empresa, le brinda capacitaciones para desempeñar de manera adecuada tu trabajo.....Pág.56

Tabla 4.1.2. Usted le encuentra beneficios a las capacitaciones de personal de servicio de taxi, en los distritos de Piura y Castilla 2015.....Pág.57

Tabla 4.1.3. Cree usted, que las personas que brindan el servicio de taxi están plenamente capacitadas para cubrir este puesto.....Pág.58

Tabla 4.1.4. Siente usted que estas empresas cubren totalmente la necesidad que usted requiere.....Pág.59

Tabla 4.1.5. TABLA 4.1.5. Capacitación de trabajadores de las MYPE servicio de taxi en los distritos de Piura y Castilla 2015.....Pág.60

Tabla 4.1.6. Calidad de servicio que brindan los trabajadores de las MYPE servicio de taxi en, Piura y Castilla 2015.....Pág.61

## **I. Introducción.**

Las organizaciones de hoy en día, empezaron como pequeñas empresas en el pasado. La gran industria no hubiera existido sin la empresa familiar, micro empresa o pequeña empresa. Las Micro y Pequeña Empresa (MYPE) surgen de la necesidad que no ha podido ser satisfecha por el estado, tampoco por las grandes empresas nacionales, ni las inversiones de las grandes empresas internacionales en la generación de puestos de trabajo, y por lo tanto, estas personas guiadas por esa necesidad buscan la manera de poder generar sus propias fuentes de ingresos, y para ello, recurren de diferentes medios para conseguirlo, creando sus propios negocios a través de pequeñas empresas, con el fin de auto-emplearse y emplear a sus familiares. (Santos, 2001)

En América Latina y el Caribe, las MYPE son los motores del crecimiento económico, por ello, es preocupación de los gobiernos de turno y de la sociedad civil en general, generar los instrumentos adecuados para apoyarlas. Estos instrumentos son fundamentalmente el financiamiento (créditos) y la capacitación empresarial. (Bernilla, 2006). Sin embargo, tomaremos solo en cuenta uno de ellos; la capacitación como elemento

esencial para un buen servicio de calidad, Actualmente la capacitación está teniendo una importancia clave para la sobrevivencia y desarrollo de las MYPE, cada vez más se requiere de personal que conozca lo último en los aspectos relacionados con sus actividades diarias

Siempre se menciona que en la economía peruana las MYPE son las mayores generadoras de empleo, además de contribuir con un alto porcentaje del PBI. Sin embargo, también es uno de los sectores con menos apoyo concreto y decidido por parte del gobierno. Así lo establece este autor al identificar que prácticamente no existe un sistema nacional de capacitación dirigido a la mejora de la competitividad de la micro y pequeña empresa en el mediano plazo, como sí lo tienen otros países latinoamericanos Chile, Brasil y México, de cuyas experiencias se ha podido identificar que, básicamente, se debe contar con cuatro subsistemas: regulatorio; de representación, apoyo y promoción; de proveedores de servicios de capacitación o desarrollo empresarial; y de financiamiento.

Con esta pauta, a través del análisis legal y funcional de las instituciones relacionadas con la MYPE y entrevistas a expertos de estas instituciones, los autores diagnostican el estado en que se encuentra el aparato institucional y las políticas de promoción y apoyo a la MYPE

peruana. Para resolver estas limitaciones, proponen un sistema nacional de capacitación, mediante un modelo de acciones y estrategias que articule eficientemente a todos los actores involucrados con la MYPE, en el que exista un organismo regulador que establezca las bases, marque la pauta y fije las normas para que la oferta de capacitación llegue adecuadamente a los demandantes, los micro y pequeños empresarios (Lourffat E, 2008)

En el Perú el número de micro y pequeñas empresas es del 98.35% del total de empresas, pero como se puede apreciar, la realidad generadora de estas micro y pequeñas empresas es limitada, porque no están en competencia internacional. Ante estos problemas el gobierno ha creado un programa especial de apoyo financiero para la micro y pequeñas empresas, el cual contara inicialmente con 200 millones de recursos en el banco de la nación, pero esto no es suficiente porque sólo van a favorecer a 100 mil micro y pequeñas empresas del Perú.

En la actualidad, el servicio de taxis en la ciudad de Piura pasa por una situación crítica debido a la gran cantidad de unidades que laboran de manera informal. Esta informalidad trae consigo muchos problemas ya sea para los clientes de este servicio, como también para los propios taxistas.

Estos problemas vienen desde los robos, agresiones, secuestros hasta incluso los asesinatos.

Una alternativa para mitigar este problema es la progresiva formalización del servicio de taxis procurando la creación de empresas que garanticen la seguridad y el buen servicio a los clientes. Para ello es necesario facilitar la comunicación entre los clientes y las empresas de taxi. Una alternativa interesante a considerar para que logremos facilitar la comunicación entre clientes y empresas de taxi es capacitación de los choferes. Actualmente, el mercado de viene creciendo vertiginosamente dado al aumento de la población.

En este caso realizáramos una investigación descriptiva, donde nos permitirá registrar, analizar e interpretar las variables en investigación que se está realizando a la población del distrito de Piura y Castilla, que consta de 296,747 habitantes, según el INEI 2015, identificando las características que tiene la capacitación y la calidad de servicio en Las MYPE de servicio de taxi de Piura en el 2015.

Por lo cual el estudio nos servirá de base para determinar las características de nuestras variables, logrando un estudio que sirva de base para otros estudios, además que sirva de guía para la toma de decisiones en

el proceso de implementación de MYPE que brinden el servicio de taxi en Piura.

Actualmente el servicio de taxi que se brinda en nuestra ciudad de Piura es de varias clases: taxista independiente, taxi informales y empresa proveedora de servicios de taxi, ambos con su respectiva problemática, en el caso del taxista independiente, el servicio que se brinda no provee al cliente las medidas necesarias para garantizar la seguridad tanto del chofer como del cliente.

Este servicio se realiza mediante un convenio informal sin dejar constancia física o documentación alguna del servicio brindado. La calidad del servicio depende únicamente del chofer y en muchos casos los clientes no tienen opción a quejarse o a evitar el uso posterior del mismo servicio brindado por el mismo chofer. En el caso del servicio informal, son taxistas que deciden incurrir en este rubro por la falta de demanda laboral, en este caso brindando un servicio sin autorización. En el caso de las empresas de taxi, el servicio se brinda mediante un convenio sin un contrato previo, entregándose una constancia del servicio solo al terminar dicho servicio (boleta u otros).

Esta clasificación hace que el negocio de taxis sea especial dentro del rubro de transporte, dado que cada servicio influye decisivamente en el nivel de satisfacción que el cliente tiene con la compañía. Los participantes del negocio del servicio de taxis son cuatro: el cliente, la compañía de taxi, el chofer de taxi independiente, chofer de taxi informales el que no está dentro de la evaluación y el chofer de una compañía de taxi, cada uno con sus respectivas funcionalidades. La compañía es el ente encargado de la gestión del servicio, la logística relacionada a este (vehículos) y los recursos humanos (choferes, empleados administrativos, etc.). El cliente es quien genera y recibe el servicio. El chofer de taxi es el participante encargado de llevar a cabo el servicio.

El servicio de transportes y comunicaciones, creció 0,46%, por el dinamismo que observaron los precios en los servicios de transporte en ómnibus interprovincial con 15,1% y el transporte aéreo con 2,0% (pasaje aéreo internacional y nacional con 2,3% y 1,1%, respectivamente). Igualmente, presentaron alzas de precios la gasolina con 0,7% y el servicio de taxi en 0,2%, (INEI 2015). Según la encuesta realizada por la municipalidad de Piura el año 2014 de cada 3 personas 1 de ellas utiliza el

servicio de taxi, mientras el resto utiliza otro servicio. (Municipalidad de Piura 2014).

En Piura, no solo hay vehículos antiguos que prestan el servicio de transporte público de pasajeros de manera informal. Sino también, unidades nuevas que no tienen autorización de la comuna por no cumplir los requisitos del Reglamento Nacional de Vehículos según LEY N° 27181. En cifras, son entre 3 mil 500 y 4 mil los automóviles modernos que no tienen el peso neto mínimo y la cilindrada mínima exigida. Es decir, están por debajo de los mil kilos y los mil 450 centímetros cúbicos de cilindrada establecidos en la norma. Lo que nos hace pensar cuan capacitados está el personal que brinda el servicio de taxi y que calidad de servicio brinda. (Municipalidad de Piura 2015)

Por otro lado observamos el pésimo estado en el que se encuentran las pistas de la ciudad Piura es un problema que cada día se agudiza más, pese a que la Municipalidad de Piura está ejecutando algunos trabajos de parchado de las estructural viales . Las avenidas principales, son algunas de las vías que se encuentran en el mal estado y que dificultan el tránsito de los vehículos, deteriorando rápidamente las unidades que brindan el servicio de taxi, agudizando este deterioro sobre todo por transporte de carga pesada.

Los choferes piden a las autoridades solucionar este problema ya que el estado de las vías malogra los repuestos de sus vehículos y además genera congestión en los puntos más transitados, sobre todo porque en ambas vías circulan vehículos pesados. En el caso la Municipalidad de Piura, no presenta proyectos para mejorar la pista de estas vía, lo que dificulta el servicio que brindan los taxistas. Diario El Tiempo 2015

Luego de haber observado y analizado la problemática que se presenta en las MYPE servicio de taxi en la ciudad de Piura, que impide un mejor servicio, es que se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Qué características tiene la capacitación y la calidad de servicio en las MYPE servicio de taxi en los distritos de Piura y Castilla año 2015?, cuyo objetivo general es: Identificar las características que tiene la capacitación y la calidad de servicio en las MYPE servicio de taxi en los distritos de Piura y Castilla 2015. Derivando a los siguientes objetivos específicos: (a) Determinar si las MYPE de taxis, brindan capacitaciones al personal antes de empezar a brindar el servicio de taxi en los distritos de Piura y Castilla 2015, (b) Identificar los beneficios de capacitar al personal de las MYPE de servicio de taxi, en los distritos de Piura y Castilla 2015, (c) Determinar si los taxistas están capacitados para brindar un servicio con calidad, en los

distritos de Piura y Castilla 2015, (d) Reconocer los beneficios de calidad de servicio, en el personal que brinda el servicio de taxi, Piura y Castilla 2015

Esta investigación se justifica por las siguientes razones: de forma práctica porque se realiza con la finalidad de lograr identificar las principales características de la capacitación y calidad de servicio de las MYPE rubro servicio de taxi en la ciudad de Piura, y así encontrar la estrategia apropiada que conlleve al logro de los objetivos de cada MYPE. Además porque permite cumplir con un requisito primordial que la ULADECH CATOLICA ha establecido para la obtención del título profesional. Teórica: en el Perú el impulso laboral de las MYPE se denota en el 89% de fuerza laboral que ha generado, en el país (MTPE, 2008). Estos datos estarían implicando que la mayor fuerza laboral del país está en el rango de las pequeñas empresas y por tanto el trabajo que realicen también dependerá de los beneficios laborales que las empresas puedan otorgar.

En la actualidad la situación de la capacitación en las MYPE, es preocupante, dado el poco interés que muestran. Con el desarrollo de esta investigación se sentarán las bases para investigaciones futuras, y que

podrán ser empleadas por las MYPE que a la vez genere la reflexión y discusión que la capacitación es un requisito muy importante para el bien de la empresa y que no se debe dar por cumplir con disposiciones legales, por estar de moda, por pretender obtener alguna certificación, o simplemente por dar capacitación y aparentar que se llevan a cabo programas de formación a los empleados, sin tener la certeza de que realmente sea efectiva dicha capacitación.

Se justifica de forma Metodológica: dado que en esta investigación se aplicará la metodología científica, se emplean fuentes primarias y secundarias para la obtención de los datos, además se ha determinado el tamaño de la población y de la muestra, para la cual se ha utilizado como técnica e instrumento de recolección de información la encuesta y diseñado dos cuestionarios.

En tal motivo este estudio ayudara a las MYPE de taxi, para que puedan realizar un plan de acción que les ayude a ser más competitivos no solo con otras empresas del mismo rubro, sino también con los competidores sustitutos, ya sea realizando alianzas estratégicas o creando asociaciones organizadas que las ayudaría ser más fuertes y competitivas, brindando un mejor servicio a la población.

## **II. Revisión de literatura.**

### **2.1. Antecedentes**

#### **2.1.1. Variable capacitación**

Vaca (2009) realizó una investigación denominada “Propuesta de un plan de capacitación para el personal que maneja los recursos hospitalarios del Hospital Metropolitano de Quito” perteneciente a la Universidad Tecnológica equinoccial de Quito – Ecuador; cuya finalidad fue elaborar un plan de capacitación para el personal del área de servicios ambientales que maneja los desechos hospitalarios, con el propósito de preparar a los empleados para la ejecución eficiente de sus funciones, y de esta manera prevenir enfermedades y mantener buenas condiciones de salud en los empleados del Hospital Metropolitano.

Dentro de las conclusiones se determinó que el plan de capacitación propuesto conlleva el aprendizaje del manejo interno y externo de los recursos hospitalarios, incorporando tecnologías apropiadas, que incluye un sistema de recolección, transporte, tratamiento, y disposición final, cumpliendo con la normativa vigente, lo que permite la disminución de los

riesgos de contaminación ambiental y los riesgos en la salud del personal involucrado directamente en cada una de las fases de manipulación de recursos.

Se estableció el presupuesto de capacitación, y se elaboró la programación de cada proyecto y sus respectivos costos; se estableció el número de empleados que se va a capacitar, las actividades antes, durante y después de la ejecución de la capacitación; los temas en los que se capacitará al personal se organizaron en seminarios, talleres, y conferencias respectivamente; se estableció como política la formación de un banco de instructores internos y externos, que contribuyan a formar recursos humanos altamente calificados el tipo de capacitación que se ha realizado para el personal que maneja los desechos hospitalarios, no se adapta a las necesidades reales del personal, porque previamente no se ha realizado la detección de necesidades de capacitación respectiva, por lo cual los programas de capacitación se han establecido sin análisis previo, y su realización se ha efectuado solo porque así lo indican las normas y reglamentos de la institución.

Martell & Sánchez (2013), realizó una investigación que se denominó “Plan de capacitación para mejorar el desempeño de los trabajadores operativos del Gimnasio “Sport Club” de la Ciudad de Trujillo 2013” Perú, presentado en la Universidad Privada Antenor Orrego - Trujillo, Facultad de Ciencias Económicas, Escuela Profesional de Administración. El tipo de investigación de la tesis es descriptiva, evaluativa y experimental, teniendo como población a 100 personas y la una muestra de 80 personas.

Tuvo como objetivo general: demostrar que el desempeño laboral del personal operativo del gimnasio Sport Club de la ciudad de Trujillo mejora con la implementación de un plan de capacitación. Dentro de las conclusiones se determinó que el desempeño laboral de los trabajadores operativos del gimnasio Sport Club antes de la implementación del plan de capacitación, era calificado por los clientes con un puntaje promedio de 3.39 en una escala de 0 a 10 donde 0 representaba lo más cercano al pésimo desempeño y 10 el óptimo desempeño, concluyendo que el enunciado del problema planteado para la presente investigación tuvo fundamento real; al analizar los principales beneficios de la implementación del plan de capacitación concluimos en que no solo impactan en el ámbito económico, al mejorar la satisfacción del cliente con el desempeño de los trabajadores y

fidelizarlos con la empresa, sino que también tienen impacto en el desarrollo personal de cada trabajador quienes notan la diferencia en sus capacidades para afrontar diversos problemas.

Fort (2013), titulada “Evaluación de las Estrategias de Capacitación del Programa de Capacitación Laboral Juvenil Pro joven, para la Inserción Laboral de Jóvenes entre 16 a 24 años en la ciudad de Piura” – Piura, presentado en la Pontificia Universidad Católica del Perú - Piura, Escuela de Postgrado. El Tipo de investigación es descriptiva, con una muestra de 30 empresas.

Tuvo como objetivo general: determinar el grado de incidencia de las estrategias de capacitación, la selección de ECAP’S y el currículo del Programa PROJOVEN en Piura, en la inserción laboral de los jóvenes beneficiados de entre 16 a 24 años y proponer alternativas que contribuyan a elevar el nivel de inserción laboral. Dentro de las conclusiones se determinó las estrategias de selección de las Entidades de Capacitación ECAP’s por parte del Programa ProJoven, exige a las instituciones postulantes cumplir con los siguientes requisitos estipulados en los convenios tales como:

infraestructura, equipamiento, laboratorios, talleres, insumos y

materiales adecuados en cantidad y calidad; así también se concluyó ECAP's solo han cumplido satisfactoriamente con las exigencias del Programa en: Docentes calificados, infraestructura, espacios de laboratorios y talleres de práctica, sin embargo existe deficiencia en la capacidad de gestión de los directivos para las gestiones de inserción laboral; otra de las conclusiones consideradas está referida a las estrategias de capacitación, la selección de ECAP's y el currículo del Programa PROJOVEN en Piura, inciden significativamente en el nivel de conocimiento.

#### **2.1.2. Variable calidad de servicio.**

Gil (2015) realizó una investigación titulada “calidad de servicio y valor en el transporte intermodal de mercancía en Valencia, España 2015” cuyo objetivo fue profundizar en los conceptos de calidad de servicio, valor, satisfacción y lealtad. De la misma forma, las relaciones que se dan entre ellos nos permitirán identificar una secuencia en el proceso de evaluación del servicio, que se plasmará en un modelo conceptual y será contrastado a través de una investigación empírica. Llegando a la siguiente conclusión que señala que los clientes satisfechos y leales al servicio logístico de la

empresa, tienen mayor cuota de mercado. Sin embargo, esta cadena solo se cumple cuando los clientes son leales, ya que la relación entre la satisfacción y la cuota de mercado fue negativa, por lo cual se establece que solo cuando el cliente está satisfecho y además es leal, se aumentará la cuota de participación en el mercado.

Además indican que cuando las relaciones entre un proveedor de servicios logísticos y sus clientes son fuertes, el proveedor podrá ofrecer servicios de forma más coordinada, generando potencialmente unos mejores resultados económicos y una mayor satisfacción del cliente. De esta forma, los resultados de esta investigación, apoyados por investigaciones anteriores en el ámbito de los canales de exportación, señalan que los lazos fuertes entre las empresas, mejoran el intercambio de información, así como la precisión y flexibilidad de las operaciones realizadas, lo cual repercute directamente en la productividad de ambas empresas.

Vela y Zavaleta (2014), realizaron una investigación titulada “influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas claro tottus - mall, de la ciudad de Trujillo 2014” cuyo objetivo principal es Establecer la influencia que existe entre la calidad del

servicio y el nivel de ventas, llegando a la conclusión que la calidad del servicio brindada influye de manera directa en el nivel de ventas lo cual implica que si existe una buena calidad de servicio esto repercute en el incremento del nivel de ventas. La evaluación de las dimensiones de calidad de servicio, en términos de infraestructura moderna, confiabilidad, empatía, respuesta tiene un impacto positivo en los clientes, debido a que confían en los productos ofertados.

Alfaro (2015) realizaron una investigación titulada “El clima institucional y su relación con el desempeño laboral de los trabajadores del gobierno regional Piura, 2013” con la finalidad de analizar el clima institucional y su relación con el desempeño laboral de los trabajadores de la Sede del Gobierno Regional Piura, que fue presentada en la Universidad César Vallejo; la presente investigación, está en marcada dentro del tipo descriptivo - Correlacional, con un diseño no experimental, llegando a la conclusión en cuanto al objetivo, describir el desempeño laboral de los trabajadores de la Sede del Gobierno Regional Piura, el desempeño laboral responde a las expectativas de la institución, y sobre todo a los requerimientos de calidad esperada por sus autoridades.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Capacitación**

La Capacitación es un proceso educativo a corto plazo el cual utiliza un procedimiento planeado, sistemático y organizado a través del cual el personal administrativo de una empresa u organización, por ejemplo, adquirirá los conocimientos y las habilidades técnicas necesarias para acrecentar su eficacia en el logro de las metas que se haya propuesto la organización en la cual se desempeña. Mejora los niveles de desempeño y es considerada como un factor de competitividad en el mercado actual. 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. Helbhert (2006).

Según Hidalgo (2005) Existe un conjunto de herramientas básicas que se emplean en la administración y el desarrollo del personal de las organizaciones modernas, las cuales también pueden ser provechosamente utilizadas para la gestión de la capacitación; entre ellas, las principales son:

Las descripciones y especificaciones de los cargos. Las especificaciones de los itinerarios de carrera interna. Los manuales de organización, procedimientos y métodos de trabajo. El sistema de evaluación del desempeño. Los expedientes del personal.

IDESSA (2012) 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 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.

Flores, (2007) considera que la capacitación del empleado 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.

#### **2.2.1.1. Beneficios que brinda la capacitación.**

a) Cómo beneficia la capacitación a las organizaciones:

Conduce a rentabilidad más alta y a actitudes más positivas. Mejora “el conocimiento del puesto a todos los niveles. Eleva la moral de la fuerza de trabajo. Ayuda al personal a identificarse con los objetivos de la organización. Crea mejor imagen Mejora la relación jefes y subordinados.

Es un auxiliar para la comprensión y adopción de políticas. Se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas. Promueve el desarrollo con vistas a la promoción. Contribuye a la formación de líderes y dirigentes. Incrementa la productividad y calidad del trabajo. Ayuda a mantener bajos los costos. Elimina los costos de recurrir a consultores externos”. (Citado por Rosenberg, 1999 en CAPACITACION Y DESARROLLO).

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

Ayuda al individuo en la solución de problemas y en la toma de decisiones. 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. Elimina los temores a la incompetencia o a 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 empleados. Proporciona información sobre disposiciones oficiales. Hace viables las políticas de la organización. Alienta la cohesión de grupos. Proporciona una buena atmósfera para el aprendizaje. Convierte a la empresa en un entorno de mejor calidad para trabajar.

#### **2.2.1.2. Las formas de capacitación (Rosenberg , 2005)**

a) “Lugar en que se realiza:

Dentro de la empresa: se utilizan las propias instalaciones de la empresa.

Las ventajas son:

Reducción del costo por no existir necesidad de trasladar al personal.

Creación de un ambiente de mayor responsabilidad.

Fuera de la empresa: se utilizan empresas especializadas u otros lugares. Por medio de cursos, conferencias, jornadas, etc.

Las ventajas son:

Al salir de la empresa, la gente se siente más relajada y dispuesta para la capacitación. Mejora la relación entre las personas que reciben la capacitación”. (Citado por Rosenberg, 1999 en CAPACITACION Y DESARROLLO).

#### 2.2.1.3. “Técnicas o medios utilizados en la capacitación:

Conferencias, videos y películas, audiovisuales y similares: tienden a depender más de la comunicación y menos de la imitación y de la participación activa. Las conferencias permiten economía de tiempo así como de recursos, los otros métodos pueden requerir lapsos de preparaciones más amplias y presupuestos más elevados.

Los bajos niveles de participación, retroalimentación, transferencia y repetición que estas técnicas muestran pueden mejorar cuando se organizan mesas redondas y sesiones de discusión al terminar la exposición. Existe un método de capacitación, que dada su posibilidad de retroalimentación instantánea y de repetición indefinida resulta diferente de las otras: las simulaciones por computadora, generalmente en forma de juegos. Se utiliza para capacitar a gerentes en la toma de decisiones”. ((Citado por Rosenberg, 1999 en CAPACITACION Y DESARROLLO).

#### 2.2.1.4. “**Simulación de condiciones reales:**

Para evitar que la instrucción interfiera con las operaciones normales de la organización, algunas empresas utilizan instalaciones que simulan las condiciones de operación real (compañías aéreas, bancos y grandes instalaciones hoteleras). Esta técnica permite transferencia, repetición y participaciones notables, así como la organización significativa de materiales y retroalimentación. (Citado por Rosenberg, 1999 en CAPACITACION Y DESARROLLO)

#### 2.2.1.5. **2Actuación o socio drama:**

Obliga al capacitando a desempeñar diversas identidades. Es muy común que cada participante tienda a exagerar la conducta del otro. Uno de los frutos que suelen obtenerse es que cada participante consigue verse en la forma en que lo perciben los compañeros de trabajo. Esta experiencia puede crear mejores vínculos de amistad, así como tolerancia de las diferencias individuales. Se utiliza para el cambio de actitudes y el desarrollo de mejores relaciones humanas. Participan activamente todos los capacitados y obtienen retroalimentación de muy alta calidad”. (Citado por Rosenberg, 1999 en CAPACITACION Y DESARROLLO).

#### 2.2.1.6. **“Estudio de casos:**

Mediante el estudio de una situación específica o simulada, la persona en capacitación aprende sobre las acciones que es deseable emprender en situaciones análogas. Para ello, cuenta con las sugerencias de otras personas así como con las propias. Además de aprender gracias al caso que se estudia, la persona puede desarrollar habilidades de toma de decisiones. Cuando los casos están bien seleccionados, poseen relevancia y semejanza con las circunstancias diarias, también hay cierta transferencia. Existe también la ventaja de la participación mediante la discusión del caso.

No es frecuente encontrar elementos de retroalimentación y repetición. (Citado por Rosenberg, 1999 en CAPACITACION Y DESARROLLO).

#### 2.2.1.7. **“Lectura, estudios individuales, instrucción programada:**

Los materiales de instrucción para el aprendizaje individual resultan de gran utilidad en circunstancias de dispersión geográfica o de gran dificultad para reunir un grupo de asistentes a un programa de capacitación. Se emplean en casos en que el aprendizaje requiere poca integración (cursos basados en lecturas, grabaciones, fascículos de instrucción programada y ciertos programas de computadora).

Los fascículos de instrucción programada consisten en folletos con una serie de preguntas y respuestas. Ciertos programas de computadora pueden sustituir a los fascículos de instrucción programada. Partiendo de planteamientos teóricos muy similares, permiten avanzar en determinado tema al ritmo que se desee. Los materiales programados proporcionan elementos de participación, repetición, relevancia y retroalimentación. La transferencia tiende a ser baja”. (Citado por Rosenberg, 1999 en CAPACITACION Y DESARROLLO).

#### **2.2.1.8. “Capacitación en laboratorio (sensibilización):**

Constituye una modalidad de la capacitación en grupo. Se emplea para desarrollar las habilidades interpersonales. Se puede utilizar también para el desarrollo de conocimientos, habilidades y conductas adecuadas para futuras responsabilidades laborales. Los participantes se postulan como objetivo el mejoramiento de sus habilidades de relaciones humanas mediante la mejor comprensión de sí mismos y de las otras personas. Esta técnica propone compartir experiencias y analizar sentimientos, conductas, percepciones y reacciones que provocan esas experiencias. Por lo general se utiliza a un profesional de la psicología como moderador de estas sesiones. Se basa en la participación, la retroalimentación y la repetición”. (Citado por Rosenberg, 1999 en CAPACITACION Y DESARROLLO).

#### **2.2.2. Calidad de servicio**

Abadi (2004) define a la calidad como la totalidad de funciones, características o comportamientos de un bien o servicio. No hay calidad que se pueda medir por su apreciación o el análisis de las partes constitutivas de un servicio recibido. Por tanto, la clasificación se hace con carácter integral, es decir, evaluando todas las características, funciones o comportamientos.

Se entiende por servicio a “cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa”. (Citado por Pecina, 2014).

En otras palabras, el servicio es una actividad realizada para brindar un beneficio o satisfacer una necesidad. “Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico”. (Citado por Pecina, 2014).

Para Kotler y otros autores (1997) “la calidad de los productos puede ser fácilmente medible pero no así la calidad de los servicios debido a sus características de intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad y caducidad”. (Citado por Pecina, 2014).

Asimismo, para Cantú (2011) “las características propias de los productos tangibles y los servicios son causantes de las diferencias en la determinación de la calidad del servicio. Así, no se pueden evaluar del mismo modo servicios y productos.

Las empresas deben fijar estándares de servicio y contar con métodos para medir si cumple las expectativas del consumidor. Los métodos de investigación del grado de satisfacción de los clientes deben tener tres objetivos”. (Citado por Pecina, 2014).

- “Ayudar a aclarar el entendimiento de la relación histórica entre la empresa y sus clientes.
- Servir para evaluar la satisfacción del cliente respecto a los competidores.
- Entender las formas en que los empleados influyen en la satisfacción del cliente.

Aunque la calidad de un servicio es difícil de medir, no se puede almacenar, su inspección es complicada, no se puede anticipar al resultado, no tiene vida, su duración es muy corta, se ofrece bajo demanda, depende de muchas personas y por lo común su interrelación la ofrece el personal de menor sueldo”. (Citado por Pecina, 2014).

### **“Modelos De Medición De La Calidad Del Servicio Al Cliente**

#### *La escuela nórdica*

Este modelo, también conocido como de la imagen, fue formulado por Grönroos (1988, 1994) y relaciona la calidad con la imagen corporativa, plantea que la calidad percibida por los clientes es la integración de la calidad técnica (qué se da) y la calidad funcional (cómo se da), y estas se

relacionan con la imagen corporativa. La imagen es un elemento básico para medir la calidad percibida.

Por tanto, el cliente está influido por el resultado del servicio, pero también por la forma en que lo recibe y la imagen corporativa. Todo ello estudia transversalmente las diferencias entre servicio esperado y percepción del servicio”. (Citado por Pecina, 2014).

“El modelo nórdico planteado por Grönroos ( 1988) toma elementos de un trabajo previo no publicado de Eiglier y Langeard en 1976. Define y explica la calidad del servicio percibida a través de las experiencias evaluadas considerando las dimensiones de la calidad. Paralelamente conecta las experiencias con las actividades del *marketing* tradicional esbozando la calidad”. (Citado por Pecina, 2014).

“Una buena evaluación de la calidad percibida se obtiene cuando la calidad experimentada cumple con las expectativas del cliente, es decir, lo satisface. De igual forma, describe cómo el exceso de expectativas genera problemas en la evaluación de la calidad.

Expectativas poco realistas contrastadas con calidad experimentada como buena pueden desembocar en una calidad total percibida como baja.

Las expectativas o calidad esperada, según Grönroos, están en función de factores como la comunicación de marketing, recomendaciones (comunicación boca-oído), imagen corporativa/local y las necesidades del cliente”. (Citado por Pecina, 2014).

Según Grönroos (1994) la experiencia de calidad es influida por la imagen corporativa/local y a su vez por otros dos componentes distintos: la calidad técnica y la calidad funcional. La calidad técnica se enfoca en un servicio técnicamente correcto y que conduzca a un resultado aceptable. Se preocupa de todo lo concerniente al soporte físico, los medios materiales, la organización interna. Es lo que Grönroos denomina la dimensión del “qué”. Lo que el consumidor recibe. La calidad funcional se encarga de la manera en que el consumidor es tratado en el desarrollo del proceso de producción del servicio. En palabras de Grönroos, es la dimensión del “cómo”. Cómo el consumidor recibe el servicio”. (Citado por Pecina, 2014).

“La forma en que los consumidores perciben la empresa es la imagen corporativa de la empresa. Es percepción de la calidad técnica y funcional de los servicios que presta una organización y, por ende, tiene efecto sobre la percepción global del servicio.

Grönroos afirma que el nivel de calidad total percibida no está determinado realmente por el nivel objetivo de las dimensiones de la calidad técnica y funcional sino que está dado por las diferencias que existen entre la calidad esperada y la experimentada, a esto se le conoce como paradigma de la desconfirmación”. (Citado por Pecina, 2014).

#### *“Escuela americana*

El modelo de la escuela americana de Parasuraman, Zeithaml y Berry se ha denominado SERVQUAL. Es, sin lugar a dudas, el planteamiento más utilizado por los académicos hasta el momento, dada la proliferación de artículos en el área que usan su escala.

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985, 1988) partieron del paradigma de la desconfirmación, al igual que Grönroos, para desarrollar un instrumento que permitiera la medición de la calidad de servicio percibida.

Luego de algunas investigaciones y evaluaciones, tomando como base el concepto de calidad de servicio percibida, desarrollaron un instrumento que permitiera cuantificar la calidad de servicio y lo llamaron SERVQUAL”. (Citado por Pecina, 2014).

“Este instrumento les permitió aproximarse a la medición mediante la evaluación por separado de las expectativas y percepciones de un cliente, apoyándose en los comentarios hechos por los consumidores en la investigación.

Estos comentarios apuntaban hacia diez dimensiones establecidas por los autores y con una importancia relativa que, afirman, depende del tipo de servicio y/o cliente.

Inicialmente se identificaron diez determinantes de la calidad de servicio:

- **Elementos tangibles:** Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales.
- **Fiabilidad:** Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
- **Capacidad de respuesta:** Disposición para ayudar a los clientes y para proveerlos de un servicio rápido.
- **Profesionalidad:** Posesión de las destrezas requeridas y conocimiento del proceso de prestación del servicio.

- **Cortesía:** Atención, respeto y amabilidad del personal de contacto.
- **Credibilidad:** Veracidad, creencia y honestidad en el servicio que se provee.
- **Seguridad:** Inexistencia de peligros, riesgos o dudas.
- **Accesibilidad:** Lo accesible y fácil de contactar.
- **Comunicación:** Mantener a los clientes informados, utilizando un lenguaje que puedan entender, así como escucharlos.
- **Comprensión del cliente:** Hacer el esfuerzo de conocer a los clientes y sus necesidades”. (Citado por Pecina, 2014).

“Luego de las críticas recibidas, manifestaron que estas diez dimensiones no son necesariamente independientes unas de otras (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988 p. 26) y realizaron estudios estadísticos, encontrando correlaciones entre las dimensiones iniciales, que a su vez permitieron reducirlas a cinco.

- **Confianza o empatía:** Muestra de interés y nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes (agrupa los

anteriores criterios de accesibilidad, comunicación y comprensión del usuario).

- **Fiabilidad:** Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
- **Responsabilidad:** Seguridad, conocimiento y atención de los empleados y su habilidad para inspirar credibilidad y confianza (agrupa las anteriores dimensiones de profesionalidad, cortesía, credibilidad y seguridad).
- **Capacidad de respuesta:** Disposición para ayudar a los clientes y para prestarles un servicio rápido.
- **Tangibilidad:** Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

A través de procedimientos estadísticos, se agrupan variables y permiten generalizar, de mejor forma, el modelo, logrando mayor representatividad.

Para evaluar la calidad percibida plantean estas dimensiones generales y definen que dicha percepción es consecuencia de la diferencia para el consumidor entre lo esperado y lo percibido”. (Citado por Pecina, 2014).

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985, p. 44) definen vacío o *gap* como una serie de discrepancias o deficiencias existentes respecto a las percepciones de la calidad de 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 imposibilidad de ofrecer un servicio que sea percibido por los clientes como de alta calidad.

“Parasuraman, Zeithaml y Berry fundamentan su enfoque de calidad de servicio en tres aspectos claves:

1) la calidad a controlar, que es la diferencia entre las expectativas (servicio esperado) y la prestación recibida (servicio recibido);

2) el modelo de calidad de servicio, con las explicaciones de los puntos de deterioro de la misma (“gaps”) y de las causas que la provocan, y

3) los factores determinantes de la calidad.

Así, una primera cuestión a abordar es la de la utilidad para el uso y la de la contraprestación. La primera hace referencia a la capacidad de un bien o servicio para satisfacer las necesidades por las que fue creado, mientras que la contraprestación hace referencia a lo que el cliente percibe

del producto (como por ejemplo lo relacionado con la calidad) y, por consiguiente, a lo que está dispuesto a pagar por ello. Por otro lado, la percepción de la calidad se resume en el esquema subjetivo/objetivo que acompaña la percepción de los bienes y servicios. En principio, la calidad parece que sólo puede definirse en función del sujeto (se trataría de responder a la pregunta ¿quién juzga la calidad?); se trata de la comparación entre la percepción del desempeño y las expectativas del comprador”. (Citado por Gómez, s.f).

“Las percepciones son impresiones recibidas por los sentidos y, por tanto, algo totalmente íntimo y personal. Un cliente percibe una alta calidad cuando su experiencia concreta iguala o supera sus expectativas iniciales. Pero inmediatamente se debe señalar la existencia de una dimensión objetiva de la calidad que se centraría en cumplir los requisitos (estandarizados) de calidad (propiedades medibles, externas, ajustadas a códigos que pueden ser conseguidos). Requisitos, dimensiones o aspectos en los que se fijan los clientes para valorar la calidad de un servicio”. (Citado por Gómez, s.f).

“Las dimensiones utilizadas por Parasuraman et al para medir la calidad de servicio son:

1) “elementos tangibles: apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación;

2) fiabilidad: habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa;

3) capacidad de respuesta: disposición para ayudar a los clientes a proveerlos de un servicio rápido;

4) profesionalidad: posesión de destrezas requeridas y conocimiento del proceso de prestación de servicio;

5) cortesía: atención, consideración, respeto y amabilidad del personal de contacto;

6) credibilidad: veracidad, creencia y honestidad en el servicio

7) seguridad: inexistencia de peligros, riesgos y dudas;

8) accesibilidad: lo accesible y fácil de contactar;

9) comunicación: mantener a los clientes informados, utilizando un lenguaje que puedan entender, así como escucharlos;

10) comprensión del cliente: hacer el esfuerzo de conocer a los clientes y sus necesidades”. (Citado por Gómez, s.f).

“Posteriormente, tras la realización de análisis estadísticos, redujeron a cinco los elementos: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad (agrupa profesionalidad, cortesía, credibilidad y seguridad) y empatía (agrupa accesibilidad, comunicación y comprensión del usuario).

Las dimensiones utilizadas por Parasuraman et al, han sido representadas gráficamente por Zeithaml et al (1993)”. (Citado por Gómez, s.f).

“Para Zeithaml et al, las deficiencias que los clientes perciben en la calidad de los servicios están relacionadas con las deficiencias internas que existen en las empresas, deficiencias internas que estos autores agrupan en las siguientes cuatro categorías:

1) no saber que esperan los usuarios: discrepancia entre las expectativas de los usuarios y las percepciones de los directivos. Parasuraman, Berry y Zeithaml (1990).

2) establecer normas de calidad equivocadas: discrepancia entre la prestación del servicio y la comunicación interna;

3) no prestar correctamente el servicio: discrepancia entre las percepciones de los directivos y las especificaciones de calidad;

4) no entregar lo que se promete: discrepancia entre las especificaciones de calidad del servicio y la prestación del servicio”.

(Citado por Gómez, s.f).

En la tabla siguiente se separan las causas de las deficiencias.

Cuadro. Causas de las deficiencias 1 a 4

DEFICIENCIA	CAUSAS
D1. Discrepancias entre las expectativas de los usuarios y las percepciones de los directivos	Falta de una cultura orientada a la investigación
	Falta de comunicación ascendente
	Excesivos niveles de mando
D2. Discrepancia entre las percepciones de los	Bajo compromiso asumido por la dirección con la calidad de servicio
	Mala especificación de objetivos
	Defectuoso o inexistente

<p>directivos y las especificaciones o normas de ejecución de tareas</p> <p>calidad</p>	<p>establecimiento de normas estándar para la</p> <p>Percepción de la viabilidad</p>
<p>D3. Discrepancia entre las especificaciones de la calidad de servicio y la prestación de éste</p>	<p>Falta de sentido de trabajo en equipo</p> <p>Desajuste entre los colaboradores y sus funciones</p> <p>Desajuste entre la tecnología y las funciones</p> <p>Falta de control percibido</p> <p>Sistemas de supervisión y mandos inadecuados</p> <p>Existencia de conflictos funcionales</p> <p>Ambigüedad de las funciones</p>
<p>D4. Discrepancia entre la prestación del servicio y la comunicación externa</p>	<p>Comunicación descendente</p> <p>Propensión a prometer en exceso</p>

Fuente: Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988).

### **2.3. Hipótesis**

Dado que la presente investigación lo que busca es describir las características de la capacitación y calidad de servicio de las MYPE rubro servicio de taxi en la ciudad de Piura en el año 2015, lo convierte en una investigación netamente descriptiva, Hernández Sampieri (2012) afirma que las investigaciones descriptivas no se deben registrar hipótesis.

### **III. Metodología**

#### **3.1. Tipo de investigación**

El tipo de investigación es descriptivo, porque permite describir, registrar, analizar, interpretar y medir las diferentes variables del estudio y sus componentes: capacitación y calidad de servicio.

##### **3.1.1. Nivel de la investigación**

El presente estudio es una investigación de nivel cuantitativo, donde se utiliza la recolección de datos que luego son procesados que nos permite examinar los datos de manera numérica, especialmente en el campo de la estadística, puesto que se van a utilizar técnicas de conteo y de medición. (Hernández, S., 2010)

##### **3.1.2. Diseño de la Investigación**

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizará el diseño no experimental – transversal.

No experimental, porque se realizará sin operar premeditadamente las variables, es decir, se observará el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto, las variables de estudio no son manipuladas. (Hernández, S., 2010).

Es Transversal, porque se recolectaran los datos en un solo momento y tiempo único, teniendo como propósito describir variables en un momento dado. (Hernández S., 2006)

**a) El diseño se esquematiza de la siguiente manera:**

M --- O

M: Muestra

O1: Observación

**Donde**

M: Muestra del personas que brindan el servicio de taxi en la ciudad de Piura 2015

O1: Medición de capacitación y calidad de servicio.

### **3.2. Población y muestra**

**Unidad de análisis:** está dada por las 17 MYPE rubro servicio de taxis brindado en los distritos de Piura y Castilla.

**Tamaño de la población:** está constituida por los 10 colaboradores en promedio por cada una, haciendo una población de 170 trabajadores.

a) **Para la variable capacitación:** la población está constituida por los trabajadores de las 17 MYPE investigadas.

- **Con respecto a la primera variable las características de la población son:**

Edad: mayores de 20 años y menores de 60 años.

Género: masculino.

Lugar de residencia: residentes Piura - Castilla.

Nivel socio-económico: medio

Ocupación: taxistas.

b) **Para la variable calidad de servicio:** la población está constituida por los 296,747 pobladores de los distritos de Piura y Castilla (INEI 2015).

- **Con respecto a la segunda variable las características de la población son:**

Edad: mayores de 18 años y menores de 70 años.

Lugar de residencia: residentes en Piura.

Nivel socio-económico: medio - alto.

- **Tamaño de la población:** está constituida la población que requiere el servicio de taxi en Piura.

### 3.2.1. Muestra

La muestra se constituye por las unidades muestrales que se puedan evaluar, que sean accesibles o que sean favorables; la muestra ha sido seleccionada bajo el criterio probabilístico de trabajadores de las MYPE que brindan el servicio de taxi, y pobladores de la Piura 2015.

Para calcular el tamaño de muestra emplearemos la fórmula siguiente:

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

Dónde:

n: es el tamaño de la muestra

Z: es el variabilidad nivel de confianza

p: es la variabilidad positiva

q: es la negativa

N: es el tamaño de la población

E: es la precisión o el error

Para determinar el tamaño de la muestra se ha decidido aceptar un error máximo del 5%, y un nivel de confianza del 95% ( $Z=1.96$ ), la proporción de éxito como es desconocida se considera 50% ( $P=0.5$ ), la probabilidad de fracaso es  $1-P$  ( $Q=0.5$ ), se obtiene el tamaño de muestra siguiente:

Para la variable capacitación.

$$n = \frac{36.1}{7}$$
$$n = \frac{3}{6}$$

Para la variable calidad de servicio.

$$n = \frac{12}{7}$$

**a) Criterios de inclusión variable capacitación**

- Personal que tiene más un año trabajando.
- Personal que tienen unidades nuevas.

**b) Criterios de exclusión**

- Personal que recién empiezan a trabajar.

- Personal que tienen unidades antiguas.

**c) Criterios de inclusión variable servicio de calidad**

- Personas mayores a 18 años
- Pobladores de los distritos de Piura y Castilla.

**d) Criterios de exclusión**

- Personas menores de edad.

### 3.3 Definición y Operacionalización de la variable.

Vari able	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición
<b>Capacitación</b>	Se considera que la capacitación del empleado 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. Flores, (2007)	D1: Conocimientos	La dimensión característica de la capacitación se medirá a través de los indicadores: formas de conocimientos en el lugar en que se realiza técnicas o medios de capacitación.	_Formas de capacitar.	nominal
				_ Lugar en que se realiza.	nominal
				_ Técnicas o medios de capacitación	nominal
		D2: Actitudes	La dimensión desempeñarse con dicha capacitación se medirá a través de los indicadores: actitudes mejora las relaciones promueve el desarrollo reflejado en productividad.	_ Conocimiento	nominal
				_ Normas internas	nominal
				_Beneficios	nominal

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición
Calidad de servicio	la calidad de los servicios son una característica de intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad y caducidad (Parasuraman, 1985)	Satisfacción de las necesidades.	Tangibles: apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal. capacidad de respuesta disposición para ayudar a los clientes a proveerlos de un servicio rápido profesionalidad: posesión de destrezas requeridas y conocimiento del proceso de prestación de servicio;	Calidad ofrecida  Capacidad de respuesta  Profesionalismo	nominal  nominal  nominal
		Expectativas del clientes	seguridad: inexistencia de peligros, riesgos y dudas; comunicación: mantener a los clientes informados utilizando un lenguaje que puedan entender, así como escucharlos; comprensión del cliente hacer el esfuerzo de conocer a los clientes y sus necesidades	Seguridad  Comunicación	nominal  nominal

### **3.4 Técnicas e instrumentos.**

#### **3.4.1 Técnicas de recolección de datos**

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta, con la que se buscó recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado. Este instrumento no busca modificar ni controlar el proceso que está en observación. Los datos se obtuvieron a partir de un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a la muestra representativa.

#### **3.4.2 Instrumentos de recolección de datos**

El recojo de la información se realizó aplicando como instrumento el cuestionario, el que consta de 10 preguntas para la variable capacitación y 10 pregunta para la variable desempeño laboral, para las cuales se adoptó una escala de auto clasificación de cuatro puntos: 0 = Nunca, 1 = Casi Nunca, 2 = A Veces, 3 = Casi Siempre, 4 = Siempre.

### **3.4.3 Plan de análisis**

Para el análisis de datos de la investigación se procedió a procesar los datos obtenidos en el programa de Microsoft Excel donde se elaboraron las tablas y para el desarrollo se trabajó la estadística descriptiva para obtener los datos de frecuencia, porcentaje, el rango de cómo se distribuyen los datos de la muestra.

Además dichos cuestionarios antes de su aplicación han sido validados por experto, y luego fueron resueltos por los trabajadores de las MYPE servicio de taxi, de Piura y por los pobladores de la ciudad de Piura, culminando así la recolección de datos.

### 3.5 Matriz de consistencia

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPRACIONAL	INDICADORES	TÉCNICA	INSTRUMENTO
		<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Identificar las características que tiene la capacitación y la calidad de servicio en las MYPE servicio de taxi (Piura) 2015.</p> <p><b>Objetivos específicos.</b></p> <p>Identificar las diferencias de la</p>	<p>VI. CAPACITACIÓN</p>	<p>Se considera que la capacitación del empleado consiste en un conjunto de actividades cuyo propósito es mejorar su rendimiento presente o futuro, aumentando</p>	<p>La dimensión característica de la capacitación se medirá a través de los indicadores: formas de conocimientos en el lugar en que se realiza, técnicas o medios de capacitación.</p> <p>La dimensión desempeñarse con dicha capacitación se medirá a través de los indicadores: actitudes, mejora las relaciones, promueve el desarrollo reflejado en productividad.</p>	<p>Formas de capacitar</p> <p>Lugar en que se realiza.</p> <p>Técnicas o medios de capacitación</p> <p>Conocimiento</p> <p>Normas internas</p> <p>Beneficios</p>	<p>Encuesta</p>	<p>Cuestionario</p>

<p>CARACTERÍSTICAS DE LA CAPACITACION Y CALIDAD DE SERVICIO DE LAS MYPERUBRO SERVICIO DE TAXI EN LA CIUDAD DE PIURA, AÑO</p>	<p>¿Qué características tiene la capacitación y calidad de servicio de las myperubro servicio de taxi en la ciudad de Piura (2015)</p>	<p>capacitación, en el personal que brinda el servicio de taxi en la ciudad de Piura 2015.</p> <p>_ Identificar los beneficios de capacitar al personal de las MYPE de servicio de taxi, en la ciudad de Piura 2015.</p> <p>_ Describir las discrepancias de la calidad de</p>	<p>V2. CALIDAD DE SERVICIO</p>	<p>su capacidad a través de la mejora de sus conocimientos, habilidades y actitudes. Flores, (2007)</p> <p>la calidad de los servicios son una característica de intangibilidad,</p>	<p>Tangibles: apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal.</p> <p>capacidad de respuesta: disposición para ayudar a los clientes a proveerlos de un servicio rápido</p> <p>profesionalidad: posesión de destrezas requeridas y conocimiento del proceso de prestación de servicio;</p> <p>seguridad: inexistencia de peligros, riesgos y dudas;</p> <p>comunicación: mantener a los clientes informados, utilizando un lenguaje que puedan entender, así como</p>	<p>Calidad ofrecida</p> <p>Capacidad de respuesta</p> <p>Profesionalismo</p> <p>Seguridad</p> <p>Comunicación</p>	<p>Encuesta</p>	<p>Cuestionario</p>
--	--	--	--------------------------------	--	--	---	-----------------	---------------------

2015		<p>servicio, en el personal de las MYPE de servicio de taxi, Piura 2015.</p> <p>_ Reconocer los beneficios de calidad de servicio, en el personal que brinda el servicio de taxi, Piura 2015</p>		<p>inseparabilidad, heterogeneidad y caducidad Parasuraman, (1985)</p>	<p>escucharlos; comprensión del cliente: hacer el esfuerzo de conocer a los clientes y sus necesidades</p>			
------	--	--	--	--	--	--	--	--

### **3.6.Principios éticos**

En esta investigación se ha respetado el principio de confidencialidad y anonimato establecido en el código de ética de la Asociación Peruana de Investigación De Mercados (APEIM). Se ha respetado la autoría de las personas que participan, a quienes se acudió para obtener un mejor conocimiento del tema. Esta investigación se ajusta a los principios de honestidad y responsabilidad que conlleva su desarrollo tanto al momento de la recaudación de la información y al momento de procesar los resultados y se evitaron las conclusiones prejuiciosas, manipuladas y alienantes; por último, se contó con la participación de los trabajadores que brindan el servicio de taxi y pobladores de la ciudad de Piura y castilla.

## IV. Resultados

### 4.1. Resultados

#### a) Objetivos específicos:

Determinar si las MYPE de taxis, brindan capacitaciones al personal antes de empezar a brindar el servicio de taxi en los distritos de Piura y Castilla 2015.

***TABLA 4.1.1. La empresa, le brinda capacitaciones para desempeñar de manera adecuada tu trabajo.***

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Siempre		0%
Casi siempre		0%
A veces	21	58.33%
Casi nunca	10	27.78%
Nunca	5	13.89%
Total	36	100.0 %

Fuente: Encuesta a los choferes de las MYPE de servicio de taxi.

Identificar los beneficios de capacitar al personal de las MYPE de servicio de taxi, en los distritos de Piura y Castilla 2015.

***TABLA 4.1.2. Usted le encuentra beneficios a las capacitaciones de personal de servicio de taxi, en los distritos de Piura y Castilla 2015.***

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	10	27.78%
Casi siempre	5	13.89%
A veces	18	50%
Casi nunca	3	8.33%
Nunca		0%
Total	36	100.0 %

Fuente: Encuesta a los choferes de las MYPE de servicio de taxi.

Determinar si los taxistas están capacitados para brindar un servicio con calidad, en Piura y Castilla año 2015

***TABLA 4.1.3. Cree usted, que las personas que brindan el servicio de taxi están plenamente capacitadas para cubrir este puesto.***

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	21	16.54%
Casi siempre	73	57.48%
A veces	9	7.09%
Casi nunca	6	4.72%
Nunca	18	14.17%
Total	127	100.0 %

Fuente: Encuesta a pobladores de los distritos de Piura y Castilla.

Reconocer los beneficios de la calidad de servicio, en el personal que brinda el servicio de taxi, Piura y Castilla 2015

***TABLA 4.1.4. Siente usted que estas empresas cubren totalmente la necesidad que usted requiere.***

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	73	57.48%
Casi siempre	17	13.39%
A veces	8	6.3%
Casi nunca	25	19.68%
Nunca	4	3.15%
Total	127	100.0 %

Fuente: Encuesta a pobladores de los distritos de Piura y Castilla.

## b) Objetivo General

Identificar las características que tiene la capacitación y la calidad de servicio en las MYPE servicio de taxi en los distritos de Piura Y Castilla 2015.

***TABLA 4.1.5. Capacitación de trabajadores de las MYPE servicio de taxi en los distritos de Piura y Castilla 2015.***

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Siempre		0%
Casi siempre		0%
A veces	6	16.66%
Casi nunca	15	41.67%
Nunca	15	41.67%
Total	36	100.0 %

Fuente: Encuesta a los choferes de las MYPE de servicio de taxi.

***TABLA 4.1.6. Calidad de servicio que brindan los trabajadores de las MYPE servicio de taxi en, Piura y Castilla 2015.***

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	47	37.01%
Casi siempre	50	39.37%
A veces	20	15.75%
Casi nunca	7	5.51%
Nunca	3	2.36%
Total	127	100.0 %

Fuente: Encuesta a pobladores de los distritos de Piura y Castilla.

## 4.2. Análisis de Resultados

En la tabla 4.1.1. Se puede observar que el 58.33 % de los encuestados señalan que a veces la empresa brinda capacitaciones para el mejor desempeño de su labores en el trabajo que realizan dentro de la empresa. Además podemos observar que el 27.78 % indicaron que casi nunca la empresa brinda capacitaciones para la realización de su trabajo, solo el 13.87 % indica que nunca brindan capacitaciones de personal. Helbhert, (2006) considera que utilizando una buena estrategias de capacitación que le ayude al trabajador a adquirir nuevos conocimientos y las habilidades técnicas necesarias para acrecentar su eficacia en el logro de las metas que se haya propuesto la organización puede contribuir a mejorar las competencias laborales de cada trabajador.

En el cuadro 4.1.2. Se puede observar que el 50 % de los encuestados señalan que a veces le genera beneficios las capacitaciones recibidas, un 27.78 % mencionan que siempre les ha generado un beneficio la realización de las capacitaciones que les permita mejorar su desempeño es sus tareas. El 13.89% indica que casi siempre le encuentran beneficios a las capacitaciones brindadas por la empresas. Hidalgo, (2005) manifiesta que existe un conjunto de herramientas básicas que se emplean en la

administración y el desarrollo del personal de las organizaciones modernas, las cuales también pueden ser provechosamente utilizadas para la gestión de la capacitación; entre ellas, las principales son: Las descripciones y especificaciones de los cargos. Las especificaciones de los itinerarios de carrera interna. Los manuales de organización, procedimientos y métodos de trabajo. El sistema de evaluación del desempeño. Los expedientes del personal.

En la tabla 4.1.3. Se observa que el 57.48 % de los encuestados señalan que casi siempre están capacitadas para brindar el servicio de taxi, el 16.54 % de los encuestados mencionan que siempre los trabajadores que manejan los taxi, están capacitados para brindar dicho servicio. Un 7.09 % indica que a veces lo trabajadores están capacitados, el 4.72 % mencionan casi nunca los trabajadores están capacitados, y un 14.17 % de los usuarios mencionan que nunca los trabajadores que brindan este servicio están capacitados. Abadi (2004) define a la calidad como la totalidad de funciones, características o comportamientos de un bien o servicio. No hay calidad que se pueda medir por su apreciación o el análisis de las partes constitutivas de un servicio recibido. Por tanto, la clasificación se hace con carácter integral, es decir, evaluando todas las características, funciones o comportamientos.

Se entiende por servicio a cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. En otras palabras, el servicio es una actividad realizada para brindar un beneficio o satisfacer una necesidad. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico.

En la tabla 4.1.4. Se observa que el 57.48 % de los encuestados señalan que si encuentran beneficios en la calidad de servicio que brindan los taxista en Piura, ya que cubren totalmente su necesidad. Un 13.39 % indica casi siempre encuentran beneficios en la calidad de servicio brindada por las empresa, un 6.3 % menciona que a veces encuentra beneficios, otro 19.68% señala que casi nunca encuentra beneficios, porque no cubren sus necesidades y tan solo un 3 % menciona que nunca encuentra beneficios en la calidad de servicio que brindan la empresas de taxi. Grönroos (1994, p. 38), la experiencia de calidad es influida por la imagen corporativa/local y a su vez por otros dos componentes distintos: la calidad técnica y la calidad funcional. La calidad técnica se enfoca en un servicio técnicamente correcto y que conduzca a un resultado aceptable. Se preocupa de todo lo concerniente al soporte físico, los medios materiales, la organización interna. Es lo que Grönroos denomina la dimensión del “qué”. Lo que el consumidor recibe. La calidad funcional se encarga de la manera en que el

consumidor es tratado en el desarrollo del proceso de producción del servicio.

En la tabla 4.1.5. Podemos observar que el 41.67 % de los encuestados señalan que nunca se capacitó a los trabajadores sobre las actividades que realizarían. Un 41.67 % indica que casi nunca se realizan dichas capacitaciones en las MYPE servicio de taxi y tan solo un 6 % menciona que si se le capacito por parte de la MYPE. Flores, (2007) considera que la capacitación del empleado 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.

En la tabla 4.1.6. Se observa que el 39.01 % indica que casi siempre las empresas de servicio de taxi cubren la necesidad en el momento solicitado, un 37.01 % indican que siempre estas empresas cubren la necesidad en su momento, un 15.75 % de los encuestados mencionan que a veces cubren sus necesidades, un 5.51 % casi nunca y solo un 2.36 % nunca cubren sus necesidades. En esta realidad Parasuraman, Berry y Zeithaml (1990), muestran las deficiencias que los clientes perciben en la calidad de los servicios están relacionadas con las deficiencias internas que existen en las empresas, deficiencias internas que estos autores agrupan en las

siguientes cuatro categorías: 1) no saber que esperan los usuarios: discrepancia entre las expectativas de los usuarios y las percepciones de los directivos. 2) establecer normas de calidad equivocadas: discrepancia entre la prestación del servicio y la comunicación interna; 3) no prestar correctamente el servicio: discrepancia entre las percepciones de los directivos y las especificaciones de calidad; 4) no entregar lo que se promete: discrepancia entre las especificaciones de calidad del servicio y la prestación del servicio.

## V. Conclusiones

Se identificó que en algunas MYPE que brindan el servicio de taxi en Piura y Castilla año 2015, se caracterizan por no tener capacitaciones ni inducciones al personal, ya que esto se refleja al momento de realizar su trabajo, motivo por el cual se generan deficiencias y error en el desarrollo de sus actividades. Desde esta perspectiva se concluye que tan importante y rentable pueden llegar a ser para la misma MYPE el que los trabajadores sean eficientes por medio de las capacitaciones o inducciones laborales en el servicio que se brindara.

Se determinó que si bien existen MYPE de servicio de taxi, que si brindan capacitaciones a su personal en las labores que desempeñaran, existen varias MYPE del mismo rubro, que no capacitan al personal, mostrando deficiencias en las realización de actividades o labores, determinando que el personal que maneja los taxis si necesitan y requieren estas capacitaciones antes de brindar el servicio.

Se logró identificar los beneficios que se genera al capacitar al personal de las MYPE de servicio de taxi, lo que se concluye es que cuando se capacita al personal esto se refleja en su desempeño laboral, en este caso existe motivación al brindar el servicio y conocimiento de sus labores, reflejado en mejores resultados para la MYPE.

Se determinó que en estas MYPE de servicio de taxi, si bien es cierto que los usuarios perciben que algunos si están capacitados para desarrollar sus actividades, existe un gran porcentaje que muestra deficiencia en el servicio brindado, presentando deficiencias en el servicio, falta de iniciativa, personal no motivado, que le provoca una mala percepción de los clientes ante la MYPE que brinda dicho servicio.

Se llegó a reconocer que los clientes de estas MYPE del servicio de taxi, si encuentran beneficios del servicio de taxi, ya que cuando reciben un servicio de calidad, los clientes cubren sus necesidades en el momento que ellos lo necesitan, pero a la vez existen en el mercado de Piura y Castilla, clientes insatisfechos por el mal servicio que reciben de otras MYPE, lo que se reconoce como un mercado insatisfecho.

## 5.1. Referencias bibliográficas

Santos Jaimes S. congresista del la republica del Peru, las MYPE en los paises emergentes y sus incidencias en el desarrollo empresarial nacional (2001).  
<http://www4.congreso.gob.pe/congresista/2001/sjaimes/documentos/audiencias/conasan/PEQUENAEMPRESA-2.pdf>.

Bernilla, M. (2006). Manual práctica para formar MYPE. Editorial Edigraber. Lima

Lourffat e. administración: fundamentos de proceso administrativo (2008)

<http://conexion.esan.edu.pe/cgi-bin/mt/mt->

<http://proyectos.inei.gob.pe/web/poblacion/>

[http://www.serviciosalciudadano.gob.pe/bus/fraMarco.asp?tra\\_url=5%5F4%5F3%5F0%2Ehtm&id\\_entidad=1710&id\\_tramite=3616&tipoId=1](http://www.serviciosalciudadano.gob.pe/bus/fraMarco.asp?tra_url=5%5F4%5F3%5F0%2Ehtm&id_entidad=1710&id_tramite=3616&tipoId=1)

<http://larepublica.pe/12-03-2015/especialistas-el-80-del-transporte-en-piura-es-informal-y-falta-mas-control>

<http://www.afocat-transregionpiura.com/>

<http://www.munipiura.gob.pe/mpp/>

Vaca, (2009).la administración por procesos en la productividad de las empresas.  
[http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/11145/1/38889\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/11145/1/38889_1.pdf)

Martell & Sánchez (2013). Facultad de ciencias económicas escuela profesional de administración tesis plan de capacitación para mejorar el desempeño de los trabajadores operativos del gimnasio “sport club” de la ciudad de trujillo-2013.

[http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/207/1/MARTELL\\_BEBETO\\_PLAN\\_CAPACITACION\\_DESEMPENO.pdf](http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/207/1/MARTELL_BEBETO_PLAN_CAPACITACION_DESEMPENO.pdf)

Fort, (2013). Listar Gerencia Social  
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/762/browse?value=Fort+Carrillo%2C+Amelia&type=author>

- Irene gil, (2015). Calidad de servicio y valor en el transporte intermodal de mercancías - un modelo integrador de antecedentes y consecuentes desde la perspectiva del transitario. Programa de doctorado en marketing departamento de comercialización e investigación de mercados Valencia, España. 2015
- Vela Morí y Zavaleta Cueva, (2014). Influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas claro tottus - mall, de la ciudad de Trujillo 2014
- Helbhert, (2006). Capacitación empresarial y desarrollo organizacional  
<http://www.gestiopolis.com/capacitacion-empresarial-desarrollo-organizacional/>
- Hidalgo, (2005). PROBLEMA DE COMPETITIVIDAD: LA CAPACITACIÓN  
[http://www.uaeh.edu.mx/investigacion/productos/4854/problema\\_de\\_competitividad.pdf](http://www.uaeh.edu.mx/investigacion/productos/4854/problema_de_competitividad.pdf)
- Flores, (2007). Capacitación en gerencia estratégica para la planificación de los docentes de primaria  
<http://www.gestiopolis.com/capacitacion-gerencia-estrategica-planificacion-docentes-primaria/>
- Duque O., E. J (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. Innovar, revista de ciencias administrativas y sociales.
- Duque O., E. J. y Chaparro P., C. R. (2012). Medición de la percepción de la calidad del servicio de educación por parte de los estudiantes de la UPTC Duitama. Criterio Libre, vol. 10, núm. 16, pp. 159-192.
- Fisher, L. y Navarro, V. (1994). Introducción a la investigación de mercado. México: McGraw-Hill Interamericana S.A. de C.V.
- Grönroos, C. (1994). Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios. Madrid: Editorial Díaz de Santos.

Hernández de Velazco, J., Chumaceiro, A. C. y Atencio Cárdenas, E. (2009).  
Calidad de servicio y recurso humano: caso estudio tienda por departamentos.  
Revista Venezolana de Gerencia, vol. 14, núm. 47, pp. 458-472.

Berry, Leonard (1996) Cuatro principios del servicio excepcional al cliente, Norma,  
Nueva York.

Modelo Parasuraman, (1985). Conocer la percepción de nuestros clientes

<http://www.pdcahome.com/modelo-panasuraman/>

<http://udep.edu.pe/hoy/2011/los-consumidores-valoran-mas-la-calidad-que-la-marca/>

<http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1372/clientes-logisticos.html>

Hernández, S. (2010). Metodología De La Investigación, Quinta Edición, México.

## **5.2. Anexos**

### **MYPE DE TAXIS DE PIURA Y CASTILLA EN EVALUACION**

- ❖ Piura Taxi
- ❖ Taxi Seguro
- ❖ Taxi San José
- ❖ Taxi Privado
- ❖ Real Taxi
- ❖ Taxi 3 Reyes
- ❖ Taxi América Norte
- ❖ Riso Taxi
- ❖ Tele taxi
- ❖ Taxi Piura Líder
- ❖ Taxi Vip Cars
- ❖ Taxi Grau
- ❖ Súper Taxi San Gabriel
- ❖ Taxi Corp.
- ❖ Taxi Piura Mancora
- ❖ Taxi Ignacio Merino
- ❖ Taxi Service

## CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DE CAPACITACIÓN



---

### UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

Le saludo afectuosamente y alcanzo a usted este cuestionario, donde su opinión es muy importante para el desarrollo de un trabajo de investigación, con fines netamente académicos, que me permitirán obtener el grado de Licenciado en Administración.

Este cuestionario tiene por objeto conocer su opinión con respecto a su trabajo y a todo lo relacionado con sus necesidades de capacitación. De la exactitud de sus respuestas dependerá la utilidad del estudio y sus respuestas son totalmente confidenciales.

No hay respuestas correctas o erróneas. Lea detenidamente cada uno de los enunciados y decida en qué grado está de acuerdo o en desacuerdo.

No hay límite de tiempo para contestar al cuestionario. En cada pregunta marque con un aspa (X) la respuesta que considere oportuna. GRACIAS.

#### DATOS GENERALES:

**SEXO:**

**EDAD:**

**CARGO:**

**PROFESION:**

**ESTADO CIVIL:**

Nº	Ítems	Siempre	Casi	A veces	Casi Nunca	Nun
1	La empresa, ¿le brinda capacitaciones para desempeñar de manera adecuada tu trabajo		Siempre			
2	La empresa, ¿le capacitó antes de brindar el servicio?					
3	Se organizan charlas de capacitación para todos los trabajadores.					
4	Cuenta la empresa con un programa organizacional de capacitación					
5	La capacitación que brindada, contempla las competencias laborales que se requieren en su puesto					
6	Se facilitan normas internas para capacitar a los trabajadores en su trabajo.					
7	Se evalúan las capacitaciones que se brinda a los trabajadores.					
8	Se organizan reuniones de personal para solucionar casos dentro de la empresa.					
9	Usted le encuentra beneficios a las capacitaciones.					
10	Le gustaría que la empresa capacite con mayor frecuencia a los trabajadores.					

### MATRIZ DE VALIDACIÓN

ITEMS RELACIONADOS CON LA VARIABLE CAPACITACIÓN	CRITERIOS DE EVALUCIÓN							
	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		Se necesita más ítems para medir el concepto	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. La empresa le brinda capacitaciones para desempeñar de manera adecuada tu trabajo.								
2. La empresa te capacitó antes de brindar el servicio.								
3. Se organizan charlas de capacitación para todos los trabajadores.								
4. Cuenta la empresa con un programa organizacional de capacitación								
5. La capacitación que brindada, contempla las competencias laborales que se requieren en su puesto								
6. Se facilitan normas internas para capacitar a los trabajadores en su trabajo.								
7. Se evalúan las capacitaciones que se brinda a los trabajadores.								
8. Se organizan reuniones de personal para solucionar casos dentro de la empresa.								
9. Usted le encuentra beneficios a las capacitaciones.								
10. Le gustaría que la empresa capacite con mayor frecuencia a los trabajadores.								

-----  
FIRMA DEL EVALUADOR

## CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DE CAPACITACIÓN



---

### UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

Le saludo afectuosamente y alcanzo a usted este cuestionario, donde su opinión es muy importante para el desarrollo de un trabajo de investigación, con fines netamente académicos, que me permitirán obtener el grado de Licenciado en Administración.

Este cuestionario tiene por objeto conocer su opinión con respecto al servicio que le brinda que brindan los taxistas de empresas formales. De la exactitud de sus respuestas dependerá la utilidad del estudio y sus respuestas son totalmente confidenciales.

No hay respuestas correctas o erróneas. Lea detenidamente cada uno de los enunciados y decida en qué grado está de acuerdo o en desacuerdo.

No hay límite de tiempo para contestar al cuestionario. Cada pregunta tiene cinco respuestas equivalentes a: **S** "Siempre", **CS** "Casi Siempre", **AV** "A Veces", **CN** "Casi Nunca", **N** "Nunca", responda a cada uno de los enunciados marcando con un aspa (x) la respuesta, GRACIAS.

#### DATOS GENERALES:

**SEXO:**

**EDAD:**

Nº	Ítems	Siempre	Casi	A veces	Casi Nunca	Nunca
1	Las empresas que brindan el servicio de taxi, tienen unidades en buenas condiciones.		Siempre			
2	La empresa que le brinda el servicio cubre su necesidad en el momento que lo solicita.					
3	Las empresas de taxi responden a su necesidad, con rapidez en el servicio.					
4	Cree usted, que las personas que brindan el servicio de taxi están plenamente capacitadas para cubrir este puesto.					
5	Cuando usted toma el servicio de taxi, es tratado con cortesía, atención, respeto y amabilidad.					
6	Tiene usted discrepancia con el servicio de taxi que le brindan.					
7	Es fácil de acceder al servicio que brindan las empresas de taxi.					
8	Usted siente que las personas tienen un lenguaje adecuado a la hora de prestar el servicio.					
9	Siente seguridad al tomar el servicio de una empresa formal de taxi.					
10	Siente usted que estas empresas cubren totalmente la necesidad que usted requiere.					

## CONSTANCIA DE VALIDACION

Yo, FERNANDO SUAREZ CARRASCO, identificado con DNI 02616283,  
MAGÍSTER EN ADMINISTRACION: Por  
medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s)  
de recolección de datos: CUESTIONARIO  
elaborado por RIAN SUBERLI CRONA JAIMES, a los efectos de su  
aplicación a los elementos de la muestra seleccionada para el trabajo de investigación:  
"CARACTERÍSTICAS DE LA CAPACITACION Y CALIDAD DE SERVICIO DE LAS MYPE  
RUBRO SERVICIO DE TAXI EN LA CIUDAD DE PIURA, AÑO 2015", que se encuentra  
realizando.

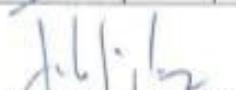
Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las  
observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, 12 de Octubre 2015.

  
Mg. Fernando Suarez Carrasco Dr  
CLAD: 05461

MATRIZ DE VALIDACIÓN

ITEMS RELACIONADOS CON LA VARIABLE CAPACITACIÓN	CRITERIOS DE EVALUCIÓN							
	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		Se necesita más ítems para medir el concepto	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. La empresa le brinda capacitaciones para desempeñar de manera adecuada tu trabajo.	X			X		X		X
2. La empresa te capacitó antes de brindar el servicio.	X			X		X		X
3. Se organizan charlas de capacitación para todos los trabajadores.	X			X		X		X
4. Cuenta la empresa con un programa organizacional de capacitación	X			X		X		X
5. La capacitación que brindada, contempla las competencias laborales que se requieren en su puesto	X			X		X		X
6. Se facilitan normas internas para capacitar a los trabajadores en su trabajo.	X			X		X		X
7. Se evalúan las capacitaciones que se brinda a los trabajadores.	X			X		X		X
8. Se organizan reuniones de personal para solucionar casos dentro de la empresa.	X			X		X		X
9. Usted le encuentra beneficios a las capacitaciones.	X			X		X		X
10. Le gustaría que la empresa capacite con mayor frecuencia a los trabajadores.	X			X		X		X

FIRMA DEL EVALUADOR  
  
 Lic. Fernando Suarez Carrasco J.  
 CIAB: 09461

## CONSTANCIA DE VALIDACION

Yo, David Noriega Saavedra, identificado con DNI 028F5106,  
MAGISTER EN Gerencia Empresarial: Por  
medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s)  
de recolección de datos: Cuestionario,  
elaborado por PLAN DUBERLE OCAÑA SAINIER, a los efectos de su  
aplicación a los elementos de la muestra seleccionada para el trabajo de investigación:  
"CARACTERÍSTICAS DE LA CAPACITACION Y CALIDAD DE SERVICIO DE LAS MYPE  
RUBRO SERVICIO DE TAXI EN LA CIUDAD DE PIURA, AÑO 2015", que se encuentra  
realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las  
observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, 13- octubre ..... 2015.



MATRIZ DE VALIDACIÓN

ITEMS RELACIONADOS CON LA VARIABLE CAPACITACIÓN	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		Se necesita más ítems para medir el concepto	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. La empresa le brinda capacitaciones para desempeñar de manera adecuada tu trabajo.	X			X		X		X
2. La empresa te capacitó antes de brindar el servicio.	X			X		X		X
3. Se organizan charlas de capacitación para todos los trabajadores.	X			X		X		X
4. Cuenta la empresa con un programa organizacional de capacitación	X			X		X		X
5. La capacitación que brindada, contempla las competencias laborales que se requieren en su puesto	X			X		X		X
6. Se facilitan normas internas para capacitar a los trabajadores en su trabajo.	X			X		X		X
7. Se evalúan las capacitaciones que se brinda a los trabajadores.	X			X		X		X
8. Se organizan reuniones de personal para solucionar casos dentro de la empresa.	X			X		X		X
9. Usted le encuentra beneficios a las capacitaciones.	X			X		X		X
10. Le gustaría que la empresa capacite con mayor frecuencia a los trabajadores.	X			X		X		X

  
 FIRMA DEL EVALUADOR  

 Dr. David Noriega Saavedra  
 VICE DECAÑO REGIONAL  
 R.H.C. 001162

## CONSTANCIA DE VALIDACION

Yo, JULIO CESAR VASQUEZ JIMENEZ, identificado con DNI 02623153,  
MAGÍSTER EN ADMINISTRACION: Por  
medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s)  
de recolección de datos: PLAN DE ANÁLISIS DE DATOS  
elaborado por DIANA OSCAR JIMENEZ, a los efectos de su  
aplicación a los elementos de la muestra seleccionada para el trabajo de investigación:  
"CARACTERÍSTICAS DE LA CAPACITACION Y CALIDAD DE SERVICIO DE LAS MYPE  
RUBRO SERVICIO DE TAXI EN LA CIUDAD DE PIURA, AÑO 2015", que se encuentra  
realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las  
observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, 13 Octubre del ..... 2015.



MATRIZ DE VALIDACIÓN

ITEMS RELACIONADOS CON LA VARIABLE CAPACITACIÓN	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		Se necesita más ítems para medir el concepto	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1. La empresa le brinda capacitaciones para desempeñar de manera adecuada tu trabajo.	X			X		X		X
2. La empresa te capacitó antes de brindar el servicio.	X			X		X		X
3. Se organizan charlas de capacitación para todos los trabajadores.	X			X		X		X
4. Cuenta la empresa con un programa organizacional de capacitación	X			X		X		X
5. La capacitación que brindada, contempla las competencias laborales que se requieren en su puesto	X			X		X		X
6. Se facilitan normas internas para capacitar a los trabajadores en su trabajo.	X			X		X		X
7. Se evalúan las capacitaciones que se brinda a los trabajadores.	X			X		X		X
8. Se organizan reuniones de personal para solucionar casos dentro de la empresa.	X			X		X		X
9. Usted le encuentra beneficios a las capacitaciones.	X			X		X		X
10. Le gustaría que la empresa capacite con mayor frecuencia a los trabajadores.	X			X		X		X

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL PERÚ  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Lic. Julio César Vizcarra Sotomayor

FIRMA DEL EVALUADOR