



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Capacitación en la calidad del servicio en la agencia La Marina del
Banco de Crédito del Perú, San Miguel, 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTOR:

Br. Jorge Valdez, Franco Andre (ORCID: 0000-0002-1460-5620)

ASESOR:

Dr. Arce Álvarez, Edwin (ORCID: 0000-0003-3495-2950)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de organizaciones

LIMA - PERÚ

2018

Dedicatoria

Esta indagación está dedicada a mis adorados padres por su abnegado amor y sacrificio, a mis queridos hermanos por su gran soporte y comprensión, a ustedes por ser fuente de motivación e inspiración para perpetuar mi camino profesional.

Agradecimiento

En primer lugar a Dios, a mis padres por su amor, enseñanzas, soporte especialmente por brindarme estudios, a mis compañeros, a mis amigos y a Valeria por apoyarme en los momentos más difíciles en esta etapa.

PÁGINA DEL JURADO


DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Franco André Jorges Valdez con DNI N° 72572844, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que la tesis titulada “CAPACITACIÓN EN LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA AGENCIA LA MARINA DEL BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ, SAN MIGUEL, 2018”, y toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 06 de julio del 2018



Franco André Jorges Valdez

Presentación

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis Titulada “**Capacitación en la calidad del servicio en la agencia La Marina del Banco de Crédito del Perú, San Miguel, 2018**”, la misma que someto a su consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de Licenciado en Administración.

Franco Andre Jorge Valdez

Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	x
Resumen	xi
Abstract	xii
I. Introducción	1
1.1 Realidad Problemática	1
1.2 Trabajos previos	3
1.2.1 Internacionales	3
1.2.2 Nacionales	4
1.2.3 Libros	5
1.2 Teorías relacionadas al tema	9
1.3 Formulación del problema	11
1.4.1 Problema General	11
1.4.2 Problemas Específicos	11
1.4 Justificación del estudio	11
1.5.1 Conveniencia	11
1.5.2 Relevancia Social	12
1.5.3 Implicaciones prácticas	12
1.5.4 Valor teórico	12
1.5.5 Utilidad Metodológica	12
1.5.6 Viabilidad	13
1.6 Hipótesis	13
1.6.1 Hipótesis General	13
1.6.2 Hipótesis Específicas	13
1.7 Objetivos	13
1.7.1 Objetivo General	13
1.7.2 Objetivos Específicos	13
II. Método	14
2.1 Tipo, diseño y nivel de investigación	14

vii

2.1.1 Tipo de la investigación	14
2.1.2 Diseño de la investigación	15
2.1.3 Nivel de la investigación	15
2.2 Variables, Operacionalización	15
2.2.1 Variable Independiente: Capacitación	16
2.2.2 Variable Dependiente: Calidad del servicio	19
2.2.3 Matriz de operacionalización de las variables	23
2.3 Población y muestra	24
2.3.1 Población	24
2.3.2 Muestra	24
2.3.3 Muestreo	24
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	24
2.4.1 Técnica de recolección de datos	24
2.4.2 Instrumento de recolección de datos	25
2.4.3 Validación del instrumento	25
2.4.4 Confiabilidad	26
2.5 Métodos de análisis de datos	27
2.5.1. Método estadístico	27
2.6 Aspectos éticos	28
III. Resultados	28
3.1 Análisis descriptivo de los resultados por dimensiones y variables	28
3.2 Prueba de Hipótesis	36
3.3 Prueba de regresión lineal	41
IV. Discusión	51
V. Conclusiones	54
VI. Recomendaciones	55
Referencias	57
Anexos	62

Índice de tablas

<i>Tabla N° 01: Matriz de Operacionalización de variables</i>	23
<i>Tabla N° 02: Coeficientes de Alpha de Crombach</i>	26
<i>Tabla N° 03: Resumen de procesamiento de datos</i>	27
<i>Tabla N° 04: Estadística de fiabilidad</i>	27
<i>Tabla N° 05: Actividades</i>	28
<i>Tabla N° 06: Habilidades</i>	30
<i>Tabla N° 07: Conocimientos</i>	31
<i>Tabla N° 08: Atributos</i>	32
<i>Tabla N° 09: Expectativas</i>	33
<i>Tabla N° 10: Valor agregado</i>	34
<i>Tabla N° 11: Satisfacción</i>	35
<i>Tabla N° 12: Niveles de correlación del coeficiente Rho</i>	36
<i>Tabla N° 13: Correlación de Capacitación y Calidad del servicio</i>	37
<i>Tabla N° 14: Correlación de Actividades y Calidad del servicio</i>	38
<i>Tabla N° 15: Correlación de Habilidades y Calidad del servicio</i>	39
<i>Tabla N° 16: Correlación de Conocimientos y Calidad del servicio</i>	40
<i>Tabla N° 17: Resumen del modelo (HG)</i>	41
<i>Tabla N° 18: Porcentajes estandarizados</i>	42
<i>Tabla N° 19: ANOVA^a (HG)</i>	42
<i>Tabla N° 20: Coeficientes (HG)</i>	43
<i>Tabla N° 21: Resumen del modelo (HE1)</i>	44
<i>Tabla N° 22: ANOVA^a (HE1)</i>	44
<i>Tabla N° 23: Coeficientes (HE1)</i>	45
<i>Tabla N° 24: Resumen del modelo (HE2)</i>	46
<i>Tabla N° 25: ANOVA^a (HE2)</i>	47
<i>Tabla N° 26: Coeficientes (HE2)</i>	47
<i>Tabla N° 27: Resumen del modelo (HE3)</i>	48
<i>Tabla N° 28: ANOVA^a (HE3)</i>	49
<i>Tabla N° 29: Coeficientes (HE3)</i>	49

Índice de figuras

<i>Figura N° 01: Actividades</i>	29
<i>Figura N° 02: Habilidades</i>	30
<i>Figura N° 03: Conocimientos</i>	31
<i>Figura N° 04: Atributos</i>	32
<i>Figura N° 05: Expectativas</i>	33
<i>Figura N° 06: Valor agregado</i>	34
<i>Figura N° 07: Satisfacción</i>	35

Resumen

La indagación tuvo como objetivo establecer cómo influye la capacitación en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del Banco de Crédito del Perú. El método de la investigación fue hipotético deductivo, de tipo aplicada, presentó un nivel descriptivo explicativo-causal, con diseño no experimental de corte transversal, la población como objeto de estudio fueron los colaboradores de la división comercial de la empresa y clientes asiduos, contando con una muestra de 30 colaboradores y clientes, dicha muestra fue determinada por medio del muestreo censal, la técnica manejada fue la encuesta, obteniendo como instrumento un cuestionario constituido por 34 ítems, para el cálculo se utilizó la Escala de Likert. Para procesar la información se esgrimió el aplicativo estadístico SPSS 24; pudiendo establecer la confiabilidad del instrumento a través del alfa de Cronbach, además para calcular la influencia entre las variables se usó el Chi cuadrado de Pearson. En conclusión, se determinó que la capacitación influye significativamente en la calidad del servicio de la Agencia La Marina del Banco de Crédito del Perú.

Palabras clave: capacitación, calidad del servicio, habilidades, satisfacción.

Abstract

The objective of the investigation was to establish how the training influences the quality of the service in the La Marina Agency of Credit Bank of Peru. The research method was deductive hypothetical, applied type, presented an explanatory descriptive level -causal, with a non-experimental design of cross-section, the population as object of study were the collaborators of the commercial division of the company and regular customers, counting on a sample of 30 collaborators and clients, said sample was determined by means of the census sampling , the technique used was the survey, obtaining as a tool a questionnaire consisting of 34 items, for the calculation the Likert Scale was used. To process the information, the statistical application SPSS 24 was used; being able to establish the reliability of the instrument through the Cronbach's alpha, in addition to calculate the influence between the variables Pearson's Chi square was used. In conclusion it was determined that the training significantly influences the quality of the service of the La Marina Agency of Credit Bank of Peru.

Keywords: training, quality of service, skills, satisfaction.

I. Introducción

1.1 Realidad Problemática

Mundialmente, la calidad del servicio exige competitividad, alta especialización, y conduce a la primacía de los servicios para complacer las perspectivas del usuario desarrollándose así distintas estrategias formativas para poder obtener la mayor afluencia de clientes o usuarios a sus establecimientos, dependiendo solamente de los principales actores en el proceso del servicio. Los colaboradores son el eslabón fundamental de la interacción en una organización, y debe contar con el debido conocimiento para desarrollar su función eficientemente y garantizar resultados económicos, esto se lleva a cabo con una capacitación en donde aprende todo lo inherente al puesto de trabajo, que está directamente relacionado a la satisfacción del cliente.

Las organizaciones internacionales como Zappos que es una firma que brinda de manera virtual una gran recopilación de prendas de vestir, zapatos, productos del hogar y accesorios con un despacho sin costo al cliente y reembolso total en caso de retornos. En el cual, si no se cuenta con el producto solicitado por el cliente en stock o en la talla deseada, se recomienda a tres competidores para intentar localizar lo que se quiere adquirir. Esta organización se fundamenta en la búsqueda de relaciones a mayor tiempo con sus consumidores, ya que no compite en factor precio, ya que cree que los compradores desean comprar en la empresa con mejor servicio y solución, creando una experiencia de compra única y adictiva, adquiriendo el “secreto” que toda empresa rentable comprende, lograr que los clientes repitan la compra logrando que el 75% del volumen de ventas en Zappos provengan de estos clientes, en lugar de tratar adquirir clientes nuevos en todo momento. Así mismo Jonh Seely director del PARC (el centro de investigación de Xerox en Palo Alto) creó un conjunto de expertos para optimizar el servicio de restauraciones de impresoras que ofrecen a sus consumidores, este hecho ha pasado a la historia como el impulsor de la Gestión del conocimiento en Xerox, implementando el sistema “Eureka” que capacita, acredita y compensa a sus empleados que compartan sus conocimientos, desplegando una plataforma de capacitación en la cual los técnicos registran los problemas detectados y las soluciones aplicadas, permitiendo un acceso rápido y sencillo al conocimiento motivando a los colaboradores que contemplen el conocimiento como una ventaja exclusiva

para un crecimiento profesional promoviendo la creación de nuevas estrategias y soluciones para optimizar la atención al cliente.

A nivel nacional en la actualidad se viene implementado estrategias para lograr la atención personalizada y especializada en las organizaciones pues el público exige mayor tecnificación en los servicios para lograr la eficiencia esperada.

Se busca generar las competencias y conocimientos de los empleados que se halla en constante interacción con los consumidores, la cual se considera una inversión altamente rentable, puesto que serán fundamentales para obtener los objetivos que se propone una organización competitiva.

Por ello, si cumplir los deseos del consumidor es tan relevante como se mencionó, entonces se deberá requerir de datos aptos sobre la percepción de los clientes y el rubro de la organización, que contengan características vinculadas con las exigencias y cualidades en las que se basan para constituir el grado de calidad obtenido.

Así, la calidad del servicio ofrecido en distintas organizaciones se transforma en un factor preponderante generando un atributo diferenciador que perdura en el tiempo para aquellas empresas que tratan de alcanzarla.

A nivel específico de la investigación se identifica actividades inadecuadamente definidas, escasas habilidades del capital humano, bajos conocimientos operativos, por el cual trae como consecuencia bajos atributos, insatisfacción de expectativas con escaso valor agregado en las operaciones activas, las cuales el usuario percibe las características anteriormente mencionadas para no requerir nuevamente el servicio.

Por lo mostrado anteriormente la indagación se efectuó en el ámbito de la capacitación y la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

1.2 Trabajos previos

1.2.1 Internacionales

Nowell López, C. (2015) : Demostró como finalidad identificar cómo se vincula la capacitación en el servicio al cliente, su método fue hipotético-deductivo, tipo aplicada, no experimental transversal y de nivel descriptivo, en este estudio se comprobó que en las organizaciones demostraron un elevado grado de servicio al consumidor debido a las capacitaciones que sus colaboradores tuvieron de atención al cliente en anteriores empleos, pero que no recibieron una capacitación especializada por parte del establecimiento en estudio. Se concluyó con los resultados que se obtuvieron mediante el estudio en donde, la capacitación no tuvo relación con el servicio al cliente.

Sigcho López, M. (2011): Su objetivo general fue diseñar un plan de entrenamiento en base a la evaluación de desempeño. La indagación fue de tipo aplicada, no experimental - transversal, de nivel descriptivo, sus técnicas fueron encuesta y entrevista, conformada por las variables “Plan de capacitación” y “Satisfacción laboral”. La investigación detectó las falencias en cada área, y en base a ello se propuso planes de acción para el desarrollo del programa, generando desarrollo profesional dentro de la empresa Avon S.A. Se concluyó con la presentación del plan de capacitación para que los colaboradores utilicen herramientas digitales en las cuales brindaron información al respecto, así como sus funciones y responsabilidades, generó un mejor manejo del área de recursos humanos.

Hernández, L. y Cruz, R. (2014): Presentó como propósito principal impulsar una asesoría pedagógica a los empleados. El estudio conto con un método hipotético – deductivo, tipo aplicada, de diseño no experimental – transversal y de nivel descriptivo, estuvo conformada por las variables “Capacitación” y “Relaciones interpersonales”. En esta investigación se implementó y desarrollo el proceso de capacitación, con lo cual se pretendió impactar a los trabajadores sobre sus actividades laborales y personales. Se concluyó que la capacitación contribuyó al mejoramiento personal, lo que finalmente benefició a la organización, pues posibilita tener trabajadores mejor instruidos.

Lascurain Gutiérrez, I. (2012): La indagación tuvo el objetivo general de especificar los primordiales componentes que tienen dominio sobre la calidad del servicio de la compañía. Sostuvo un método hipotético – deductivo, tipo descriptivo, diseño no experimental - transversal, nivel descriptivo, tuvo como instrumento el cuestionario, estuvo conformada por las variables “Mejora continua” y “Calidad de servicio”. La investigadora planteó que toda organización tiene que darle importancia a la calidad en el servicio, debido a que los consumidores tuvieron elevadas expectativas, mayor competencia y diferentes precios dentro del mercado.

Santiago Merino, J. (1999): La investigación tuvo como objetivo general procesar un modelo teórico, específico y cuantitativo, de la calidad de servicio brindada por los bancos. El método fue hipotético – deductivo, tipo descriptivo, con diseño no experimental – transversal y de nivel descriptivo, tuvo como técnicas la encuesta y la entrevista conformada por las variables “Calidad del servicio” y “Fidelidad y ruptura”. Se finiquitó que la calidad del servicio estuvo relacionada adecuadamente al grado de satisfacción y con el nivel de fidelidad a la empresa y con las intenciones de ruptura.

1.2.2 Nacionales

Martell, B. y Sánchez A. (2013): La indagación tuvo como objetivo general señalar que la práctica laboral de los trabajadores de la organización prospera con la ejecución de un procedimiento de adiestramiento. El método del estudio fue hipotético – deductivo, tipo descriptivo, con diseño no experimental - transversal, tuvo como instrumento el cuestionario, conformada por las variables “Capacitación” y “Desempeño laboral”. Los resultados del estudio admitieron concluir que, estableciendo un proceso de adiestramiento, el desempeño laboral de los colaboradores demostró un desarrollo óptimo, el cual se vio reflejado en la evaluación de desempeño, lo cual se pudo corroborar la hipótesis: la implementación del plan de capacitación generó un óptimo resultado en la ejecución de las labores de los colaboradores.

Sánchez Meza, M. (2014): La indagación tuvo el objetivo general de señalar que el entrenamiento en atención al consumidor perfecciona la calidad del servicio de la compañía. Su trabajo fue tipo descriptivo, diseño no experimental – transversal y nivel descriptivo, tuvo como instrumento el cuestionario, conformado por las variables “Capacitación” y “Atención al

cliente”. Los resultados de la indagación permitieron observar que mediante el desarrollo de la capacitación de habilidades de atención al cliente se evidenció una variación atractiva de la sensación de la calidad en el rendimiento de los trabajadores mediante una prueba de rendimiento, concluyendo que el entrenamiento en habilidades de atención al cliente tuvo una huella positiva.

García Garrido, L. (2011): La indagación tuvo como finalidad primordial establecer la repercusión de los coeficientes de calidad de servicio en el grado de cumplimiento de necesidades de los beneficiarios de la institución financiera. La indagación fue descriptiva, diseño no experimental - transversal, nivel descriptivo y tuvo como instrumento el cuestionario, conformada por las variables “Calidad de servicio” y “Satisfacción del cliente”. Se encuestó a 210 clientes asiduos al Banco, concluyendo que la calidad del servicio influyó en la satisfacción de los consumidores.

Ñahuirima Tica, Y. (2015) : La indagación fue tipo correlacional, diseño no experimental, presento como herramienta el cuestionario, se conformó por las variables “Calidad de servicio” y “Satisfacción del cliente”, cuya finalidad fue comprobar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente. La encuesta se fue en distintas pollerías de la Región Andahuaylas contando con 28 preguntas, la muestra fueron 348 consumidores de ambos géneros, en este proyecto de investigación se determinó que conexión relación entre variables.

Velarde, C. y Medina, D. (2016): La indagación conto como objetivo general fijar la vinculación entre las variables. El estudio fue descriptiva - correlacional, diseño no experimental, presentó como instrumento el cuestionario, conformada por las variables “Calidad de servicio” y “Satisfacción del cliente”. Se concluyó que a medida que los clientes de la empresa, percibieron una complacencia favorable sintieron que se les brindó una apropiada calidad de servicio, evidenciando que existió una correlación entre variables.

1.2.3 Libros

Chiavenato, I. (2007) Administración de Recursos Humanos: El capital humano de las organizaciones. (8^{va} Ed.) México: McGraw Hill.

Definió capacitación como un proceso educativo que debería ser enseñado a los colaboradores de una organización, para que alcancen desarrollar competencias, obtenga conocimiento y habilidades con la finalidad de lograr las metas de la empresa. Nos mencionó lo importante del desarrollo de las habilidades, la capacitación debe enfocarse directamente aquí ya que se considera que abarcó habilidades y competencias relacionadas con la óptima ejecución de labores en el trabajo; las actitudes, eliminar actitudes negativas y adquirir nuevos hábitos más saludables; tuvo como finalidad lograr una capacidad de abstracción alta fue el punto al que se pretende llegar con cada capacitación, lo cual facilitó tanto al personal operativo como administrativo.

Siliceo, A. (2008) Capacitación y desarrollo de personal. (4^{ta} Ed.) México: Limusa.

Definió capacitación como un modelo de educación, el cual tuvo como propósito de incentivar la cultura y personalidad organizacional apoyándose en los valores de productividad y calidad en las funciones profesionales. También consideró que no es equivalente a instruir sino automatizar, brindando al empleado una diminuta concepción del mundo y sus labores limitando su capacidad de desarrollo y creatividad. Nos habló también de la necesidad de implantar una capacitación institucionalizada, que se dará cuando la organización viva día a día con una mentalidad educativa, dando a todos los procesos de la empresa un compromiso de crecimiento, evolución y trascendencia.

Barbosa, E. (2014) Manual de capacitación. (Primera Ed.) México: Grupo Vanchri.

Capacitación viene a ser como un engranaje de un todo, ya que todas las organizaciones han reclutado y seleccionado a todos sus colaboradores en todos los niveles y puestos con el fin de integrarlos para el trabajo en equipo y soluciones de problemas humanos y organizacionales complejos. Mencionaba también a los desertores educativos, personas que no culminaron sus estudios y que en algún momento tendrán que atravesar por un proceso de selección, se debió crear una capacitación acorde a su grado de instrucción, segmentándolos para brindarles distintas herramientas específicas teniendo como propósito un óptimo aprendizaje, desempeño y desarrollo profesional.

Mendoza, A. (2011) Capacitación para la calidad y la productividad. (4^{ta} Ed.) México: Trillas.

El autor definió la capacitación como el pilar fundamental en la actualidad, que tuvo como propósito desarrollar atributos optimistas en la preservación y trato de la clientela, así como también en la productividad de los colaboradores, tuvo como finalidad demostrar que la capacitación y el desarrollo influyeron de manera relevante también fue necesario que cumplieran con normas de estrictas de calidad. Mencionaba a la competitividad organizacional como una variable que se relacionó directamente con la calidad del capital humano, indica que ya pasó a la historia las capacitaciones que se consideraban molestas e impuestas por las empresas que se cumplían a regañadientes, porque ahora los capacitadores presentaron métodos y medios que responden eficientemente satisfacción de necesidades y aspiraciones del comprador.

Duch, I., Garibay F. y Querel E. (2005) La capacitación, otro mundo. (Primera Ed.) México: Unidad Pedagógica Nacional.

Los autores definieron la capacitación como un apoyo efectivo para que la población rural construya formas sostenibles de vida; tuvo como propósito ayudar a otorgarles una estructura productiva y social satisfaciéndoles sus niveles básicos de alimentación, salud, educación y fortalecimiento de su cultura. Hizo énfasis en los objetivos que debe cumplir la capacitación que fueron actualizar sus conocimientos sobre las situaciones en el medio rural, percibió interacciones para generar aprendizaje y mejora, instruyó con técnicas e instrumentos para facilitar el aprendizaje, dio el privilegio de un trabajo como fuente de aprendizaje y habilidades más complejas.

Velasco, J. (2010) Gestión de calidad, Mejora continua y sistemas de Gestión. Teoría y práctica. (Primera Ed.) España: Ediciones Pirámide.

El autor presentó la calidad como una suerte de promesa que permitieron alcanzar sus objetivos y diferenciarse de sus competidores, le dió el protagonismo al cliente, otorgándole la función de juez ante los procesos que lo relacionen con la organización. Mencionó también sobre los distintos conceptos de calidad de servicio en distintas culturas tales como la europea, americana

y asiática. Tuvo como propósito dar a compartir el manejo de signos verbales y no verbales que iban de la mano con el servicio; tales como observar al cliente directamente, cederle el paso, expresar el placer de verlo con una sonrisa, llamarlo por su nombre teniendo como finalidad la obtención de la preciada calidad.

Vargas, M. y Aldana L. (2014) Calidad y Servicios Conceptos y herramientas. (3^{era} Ed.) Colombia: Ecoe Ediciones.

Las autoras aseguraron que la calidad fue un agente de progreso, que tuvo como propósito la búsqueda de la perfección y encuentra a los compradores como el núcleo de todo, desarrollaron estrategias de avance productivo y eficaz. Trataba el tema del servicio y su concentración a satisfacer al cliente en relación con sus intereses y expectativas, con la finalidad de desarrollar un vínculo con él y que no reemplace el servicio brindado por otra organización.

Riveros, P. (2007) Sistema de Gestión y calidad del servicio (3^{era} Ed.) Colombia: Ecoe Ediciones.

El autor definió la calidad como un deber y necesidad de las organizaciones para sobrevivir en el mercado, debido a la competitividad en este mundo globalizado, su propósito fue adquirir el éxito a partir de como los clientes perciben sus servicios y productos, se enfocó en sus atributos frente a otros competidores. Mencionó causas específicas de éxito para otorgar un servicio de calidad, por ejemplo que cada puesto de trabajo organice a adecuadamente su función, contó con un resultado eficaz hacia el cliente con el fin de obtener una aceptable relación entre el servicio prestado y las necesidades del cliente a satisfacer, hizo énfasis en la necesidad que tuvieron las organizaciones en incrementar el nivel de su producto y servicio, redujo simultáneamente sus costos, donde se obtuvo la predilección del consumo del cliente.

Cremschi, E. (2014) Calidad de servicio y atención al cliente Ideas, métodos y técnicas para ganar y conquistar clientes. (Primera Ed.) Argentina: Fondo Editorial Consejo.

El autor definió la calidad como una estrategia para la supervivencia de la empresa, en donde fue fundamental ocupar un papel protagónico dentro del mercado de servicios, donde se mejoró

la posición competitiva y desempeño general. Dio a conocer a la administración estratégica de la calidad como eje principal, ya que tuvo como propósito demostrar interés por parte de la organización hacia los clientes, reconociendo las expectativas de los clientes incorporándolos en su misión y visión, con la finalidad de establecer objetivos a largo plazo enfocados en los clientes.

Olvera, I. y Scherer O. (2009) El cliente y la calidad en el servicio. (Primera Ed.) México: Editorial Trillas.

Los autores definieron la calidad como un “producto” a utilizar al momento de interactuar con los clientes, con la finalidad satisfacer las necesidades de ellos, además hicieron mención a la American Society for Quality Control (ASQC) que definió la calidad como el total de referencias y atributos de un servicio o producto, la cual influyó en su práctica para cumplir necesidades. Muy importante la mención que realizaron de la relación directa de la calidad con la eficiencia y eficacia, que tuvo como propósito mejorar la productividad de la compañía y de la persona. Mencionaron también la excelencia como una forma de vida, debido a que la calidad no proviene de la casualidad y es el resultado del ahínco y responsabilidad de las personas por prosperar permanentemente para cumplir con la finalidad de cumplir las perspectivas de los compradores

1.2 Teorías relacionadas al tema

Teorías de la Capacitación:

Frigo (2007): Es la actividad que se realiza con el fin de optimizar las habilidades, conocimientos, conductas o actitudes de los empleados en una empresa, enlazados a los intereses de la misma. Influyendo en las metas definidas para cumplir a cabalidad con sus funciones en la empresa.

Chiavenato (2007): Es un desarrollo organizado y sistemático a un corto plazo con la intención de otorgar competencias, conocimientos y desarrollar habilidades sobre objetivos.

Para Reza (2000): Tiene como intención proporcionar, desarrollar o perfeccionar las destrezas de una persona, buscando alistarla para el cumplimiento de sus funciones en una empresa de manera excelente.

Teorías de la Calidad del servicio:

Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988) : Aseguran que las expectativas de los clientes van de la mano con el cumplimiento de los procesos, circunstancias, atributos tal como se les ha prometido; si esto supera las expectativas y cumple con las necesidades, entrega un valor agregado al servicio asegurando la rentabilidad de la empresa, la satisfacción y fidelización de los compradores.

Barroso Castro & Armario (2000): Es un contraste entre lo que el comprador aprecia y sus anhelos, es decir, esto esperaría que se le otorgue.

Hernández, Chumaceiro y Atencio (2009): Expresan que se requiere de un análisis y mejora continua, con el fin de llegar a la fidelización del comprador y lograr una marcada diferencia entre las competencias.

Teoría de Sistemas de Ludwig Von Bertalanffy

Nos da a entender que toda institución está constituida por una agrupación de elementos y no precisamente personas, sino también podrían ser computadoras, comportamientos, ideologías y hasta células, entre infinitas posibilidades que interactúan entre ellos y colaboran de manera global en el sistema, así como dentro de sus áreas.

Asociando esta teoría a nuestro estudio “La capacitación y la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP” debemos especificar que en esta situación sería de entrada todo lo que abarca ofrecer la capacitación; realización del plan, conferencias, evaluaciones de conocimientos; el procedimiento sería la aplicación de la capacitación; y como final obtendremos; colaboradores competentes, resultados estupendos en la calidad de servicio, resultados óptimos comerciales óptimos desempeño de los colaboradores.

1.3 Formulación del problema

La indagación se realiza en el distrito de San Miguel y analiza “La capacitación y la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP”, seguidamente se puntualiza el estudio generando las preguntas a continuación:

1.4.1 Problema General

¿Cómo influye la capacitación en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP?

1.4.2 Problemas Específicos

¿Cómo influyen las actividades de la capacitación en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP?

¿Cómo influyen las habilidades de la capacitación en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP?

¿Cómo influyen los conocimientos de la capacitación en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP?

1.4 Justificación del estudio

El estudio es de actualidad, por consiguiente, se justificó la ejecución del trabajo a través:

1.5.1 Conveniencia

El fin de la indagación fue implantar un arreglo al problema de la calidad del servicio debido a la capacitación que se efectuó en la empresa BCP. La investigación podrá dar a entender de qué forma impacta la capacitación a la calidad del servicio de la empresa.

1.5.2 Relevancia Social

El efecto de este estudio funcionara como fundamento para los investigadores, entidades del estado, público en general adicional de otras agrupaciones que se coincidan con el mismo problema, se verán favorecidas debido a que se brindara medios de solución entorno a la influencia de la capacitación y la calidad del servicio, y por supuesto, el perfecto procedimiento que se debe obedecer en casos similares.

1.5.3 Implicaciones prácticas

Este estudio será utilizado como material de sostén para el BCP. Así mismo el material podrá ser analizado por la sociedad, personas inclinadas en el tema, así como corporaciones que inquieran mejoras en la capacitación y la calidad del servicio.

La finalidad fue proporcionar la alternativa de remedio a la problemática en un grupo financiero, sujeto a las pruebas de las entidades competentes y público en general. El estudio demostrara la manera de conectar la capacitación sobre la calidad de servicio del BCP.

1.5.4 Valor teórico

La investigación brindo un material prometedor en lo vinculado a la capacitación y calidad de servicio, ya que estará compuesta con diferentes puntos de vista, que pueden utilizarse de sustento para estudios futuros.

1.5.5 Utilidad Metodológica

El estudio fue descriptivo – explicativo – causal, puesto que luce una reseña detallista del dominio de capacitación en la calidad del servicio, desdobra un modelo no experimental, debido que no tocaron las variables en este estudio, y concluyendo es transversal, ya que se efectuará en un preciso momento y lugar.

1.5.6 Viabilidad

El llevar a cabo este estudio fue viable, ya que se poseen los recursos de datos importantes para el completo desenvolvimiento del tema a tratar.

1.6 Hipótesis

1.6.1 Hipótesis General

La capacitación influye significativamente en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

1.6.2 Hipótesis Específicas

Las actividades de la capacitación influyen significativamente en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

Las habilidades de la capacitación influyen significativamente en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

Los conocimientos de la capacitación influyen de manera significativa en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

1.7 Objetivos

1.7.1 Objetivo General

Disponer el impacto de la capacitación en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

1.7.2 Objetivos Específicos

Determinar la influencia de las actividades de la capacitación en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

Determinar la influencia de las habilidades de la capacitación en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

Determinar la influencia de los conocimientos de la capacitación en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

II. Método

Se presentó el método hipotético- deductivo, visto que el estudio fue de lo general a lo específico.

Bernal (2010): Expresa que el método hipotético–deductivo se basa en un desarrollo que inicia de unas afirmaciones en calidad de hipótesis y trata de falsear o refutar las mismas, proviniendo de ellas terminaciones que deberán contrarrestarse con acciones.

Al llevar a cabo este estudio con el método mencionado, nos dejará proyectar la hipótesis acerca de la capacitación y la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP, de las cuales en el estudio se podrá comprobar con la firmeza o falsedad de ellas.

2.1 Tipo, diseño y nivel de investigación

2.1.1 Tipo de la investigación

El presente estudio es de tipo aplicada.

Los estudios de tipo aplicada tienen como finalidad mejorar opciones de solución para una dificultad en un preciso espacio y tiempo.

Murillo (2008): También llamada “investigación práctica o empírica”, caracterizada por la búsqueda de la utilización de los estudios logrados, a su vez que se consiguen otros.

2.1.2 Diseño de la investigación

Fue no experimental - transversal, al no tocar la variable independiente y en relación a su acontecimiento, fue trasversal, debido que recolectaron datos en un momento y tiempo exacto, su intención fue especificar las variables, y examinar su influencia en un momento preciso.

Toro y Parra (2006) : La investigación no experimental es la que se realiza sin manejar de ninguna manera las variables, Vale confirmar que es un estudio en donde no se cambian a propósito las variables, contemplando hechos tal y como se dan en su entorno natural, para luego investigarlos.

Hernández (2005): Los modelos de investigación transversal son aquellos que recogen información en un tiempo establecido. Con la finalidad de detallar y evaluar la conexión de las variables en un momento específico.

2.1.3 Nivel de la investigación

Su nivel fue explicativo - causal, cuando busca explicar los detalles de aquellas variables que se están estudiando y es explicativo en el momento se pretende explicar el porqué de las acciones.

Hernández (2005): Los niveles descriptivos indagan ciertas características, perfiles de personas o grupos extensos que puedan ser moldeados bajo una representación. Dicho de otro modo, solo miden o recaudan datos de forma individual o en grupo sobre las variables bajo investigación, esto llega a ser su objetivo, no es como se vinculan estas.

2.2 Variables, Operacionalización

Hallamos dos variables, la independiente “Capacitación” y la dependiente “Calidad de servicio” que se desarrollaron de la forma a continuación:

2.2.1 Variable Independiente: Capacitación

Definición teórica:

Frigo (2007): Es la acción que busca mejorar las actitudes, habilidades, conocimientos o conductas de los trabajadores en una empresa, vinculado a los intereses de la misma. Influyendo en las metas definidas para cumplir a cabalidad con sus funciones en la empresa.

Chiavenato (2007): Es un proceso sistemático y organizado a un reducido plazo con la meta de otorgar conocimientos, competencias y desarrollar habilidades sobre objetivos establecidos.

Reza (2000): Tiene como intención proporcionar, desarrollar y perfeccionar las cualidades de una persona, buscando alistarla para el desarrollo de sus funciones en una organización de manera excelente.

Definición conceptual:

La capacitación es el proceso realizada en una organización aplicada de manera sistemática y organizada hacia los colaboradores, buscando desarrollar, mejorar y perfeccionar las actitudes, habilidades, conocimientos o conductas con el propósito que los colaboradores desempeñen correctamente en un puesto específico de trabajo en función de objetivos definidos

Definición operacional:

Es el procedimiento llevado a cabo por una organización el cual busca una mejora continua del personal, especializándolos inherentemente al área al que pertenezcan, otorgándoles nuevos conocimientos y habilidades, para el impecable desempeño del trabajador.

Dimensión: Actividades

Leóntiev (1983): Las actividades están constituidas no solo las acciones de las personas, sino también están en relación a las acciones de otras personas, confirmando que implican una actividad en grupo.

Indicador 1: Charla

Matamoros (1993): Es un instrumento de dialogo por el cual se proporciona información a un sector determinado de participantes haciendo uso de ayuda audiovisual.

Indicador 2: Visita

Galicia (2016): Es accionar realizado por los inspectores con la finalidad de ratificar el trabajo y resultado de los procedimientos de enseñanza e incidir en su optimización.

Indicador 3: Práctica calificada

Hernández (2005), “son herramientas de medición, por lo tanto, su utilización involucra la concepción del aprendizaje como verificable y medible de manera rigurosa...” (p. 55)

Indicador 4: Clases

Benegas y Verstraete (2013): Se hace conocer como una adaptación de todo lo ocurrido previamente y los conocimientos adquiridos, en donde participan los saberes vivenciales y científicos.

Indicador 5: Procedimiento

Álvarez (2006): Es una orientación en la cual se da a conocer de manera detallada y ordenadamente lo pasos para llevar a cabo un trabajo, ya sea en grupo o individual.

Dimensión: Habilidades

Reyes (2006): Son un grupo de actividades prácticas y psiquiátricas, necesarias para el ajuste de los conocimientos y hábitos de una persona.

Indicador 1: Complejidad

Cornejo (2004): Algo complejo para una persona desde su punto de vista, quizás no lo sea para otra persona o gran un grupo de ellos, se sujeta al punto de vista del observador.

Indicador 2: Adaptabilidad

Ayuso y Grande (2012): Condición de amoldarse y laborar de manera perfecta en diferentes escenarios, con grupos sociales o personas.

Indicador 3: Destreza

Tobón, Pimienta y García (2010): Comportamiento ceñido ante quehaceres en su mayoría asociadas con habilidades especiales.

Indicador 4: Trabajo en equipo

Ander y Aguilar (2001): Involucra una agrupación pequeña de personas con sabiduría y destreza capaces de juntarlas con la finalidad de cumplir objetivos y llevar a cabo actividades dirigidas hacia el cumplimiento de estos.

Indicador 5: Atención al cliente

Paz (2007): Es toda acción llevada a cabo por una empresa con el fin de crear un mejor nivel de cumplimiento de necesidades de los compradores.

Dimensión: Conocimientos

Alavi y Leidner (2001): Es todo conocimiento que el ser humano guarda en su mente, que mantiene una conexión con hechos, procesos, ideas, juicios y elementos que contienen utilidades no necesariamente exactas o estructurales.

Indicador 1: Aprendizaje

Domjan (2009): Es una modificación en los engranajes de comportamiento de las personas, que arriesgan estímulos precisos, los cuales se vinculan con experiencias ocasionadas por los mismos u otros.

Indicador 2: Operatividad

Perdiguero (2017): Se denomina un patrón de responsabilidades asignadas a perfeccionar la coordinación integral interna de una empresa, contando como función fundamental permitir el cumplimiento de las metas de manera eficiente.

Indicador 3: Vocabulario

Terrádez (2001): Representa una porción del léxico, se hace referencia a él a través de un empadronamiento de palabras procedentes de varios tipos de lenguaje ya sea oral o escrito de un grupo de personas que manejan la lengua.

Indicador 4: Evaluación

D' Agostino (2007): Es un desarrollo por medio del cual se reconoce la eficiencia y excelencia de los hechos educativos, para su siguiente valuación frente a estándares consolidados y la elección de medidas en relación a estos.

2.2.2 Variable Dependiente: Calidad del servicio

Definición Teórica:

Parasuraman, Zeithaml, & Berry, (1988) Hacen alusión que el anhelo de los consumidores va junto con la ejecución de los procesos, circunstancias y atributos del mismo modo que se les ha ofrecido; si esto rebasa la atención y cumple con las necesidades, concede un valor adicional al servicio asegurando la utilidad de la compañía.

Barroso Castro & Armario (2000): Es un contraste entre lo que el consumidor nota y sus intereses, es decir, lo que anhela obtener.

Hernández, Chumaceiro y Atencio (2009): Demanda de un desarrollo de análisis y mejora continua, procurando lograr la fidelización del comprador y una resaltada diferencia entre sus rivales.

Definición Conceptual:

Es un instrumento competitivo que requiere una formación organizacional adecuada y el deber de los colaboradores de la organización, el cual está relacionado al cumplimiento de necesidades y superación de las expectativas del cliente brindando un valor agregado al servicio, con el objetivo de obtener la lealtad del consumidor y diferenciarse de los competidores.

Definición Operacional:

Es un atributo primordial competitivo el cual las organizaciones recurren como estrategia diferenciadora otorgando un valor agregado en los procesos y circunstancias dentro de la atención hacia las personas, para así ganar la lealtad del cliente, cubriendo sus necesidades y superando sus expectativas.

Dimensión: Atributos

Bruner (2001): Es notorio como cualquier otro rasgo peculiar de sucesos sensibles de cierto cambio para cada uno de los eventos concretos.

Indicador 1: Confiabilidad

Drucker (1990): Es la aptitud de una empresa para conceder sus servicios de forma honesta, segura y meticulosa.

Indicador 2: Renombre de marca

González (2005): Es toda marca que aparte de ser respetada por el público selecto de esta, promueve en ellos perspectivas justificadas y razonables de la excelente calidad de los artículos o servicios ofrecidos.

Indicador 3: Transparencia

Naciones Unidas (2004): Es la idea que toda institución social debe estar lista para explicar sus actividades a criterio y evaluación del público.

Indicador 4: Infraestructura

Populo (2002): Es un grupo de posesiones que sustentan la productividad contribuyendo a optimizar los vínculos sociales, labores económicas ya sea particulares como grupales y la permuta de productos.

Dimensión: Expectativas:

López y González (2016), son conocidos como deseos para validar acciones futuras, es decir, lo que un individuo espera que suceda más adelante. Es lo más probable que suceda [...] son suposiciones con base en el futuro, realistas o no; sugieren una idea anticipada de lo que puede suceder.

Indicador 1: Acceso

López (2007), capacidad de alcanzar algo que posee múltiples dimensiones, conocidas como; el entorno físico, la información, las actividades sociales y servicios.

Indicador 2: Seguridad

Drucker (1990), Es el sentimiento que representa poner los problemas o preocupaciones en una organización, confiando que los resultados superarán las expectativas integrando credibilidad, confiabilidad y honestidad.

Indicador 3: Capacidad de respuesta

Drucker (1990), es la actitud de una entidad o persona de ayudar a los demás y proveer servicios rápidos para el cumplimiento de sus necesidades; manteniendo siempre los tiempos establecidos para el cumplimiento de los compromisos contraídos.

Indicador 4: Atención personalizada

Pérez (2007), Es un conjunto de actividades orientadas a un mercado en específico, desarrolladas con la intención de reconocer las peticiones de los compradores y satisfacerlas, logrando cubrir sus expectativas.

Dimensión: Valor agregado

Escobar y Cuartas (2006), valor agregado es una adición al neto de las materias primas o bienes intermedios durante las etapas del proceso productivo, con la finalidad de generar una distinción hasta convertirlos en bienes de consumo final.

Indicador 1: Empatía

Drucker (1990): Se da a conocer como la capacidad de una organización en proporcionar atención personalizada, necesita de un resistente deber e alcance con el cliente, llegando a conocer sus especificaciones y demandas exactas.

Indicador 2: Comunicación

Blanco, Prado y Mercado (2016), Es el instrumento por el cual las corporaciones desarrollan actividades de información, persuasión y recordatorio a sus consumidores sobre los productos, servicios y marcas que comercializa la empresa.

Indicador 3: Conocimiento del cliente

Drucker (1990), Significa la capacidad de una organización para ofrecer atención

personalizada, contando con un compromiso y empatía con el cliente que permita identificar de manera profunda sus características y necesidades específicas.

Indicador 4: Responsabilidad social

Reyes (2014), es el compromiso de cumplir a cabalidad con los objetivos de la empresa, de manera interna como externa, teniendo en cuenta las expectativas en el ámbito económico, medio ambiental, y en el aspecto social de todos los participantes, demostrando valores como el respeto para la creación de un bien común.

Dimensión Satisfacción

Kotler (2002): Se entiende como placeres o decepciones que experimenta un individuo al relacionar la destreza recibida con sus aspiraciones.

Indicador 1: Competencia

Baena (2014): Son las cualidades de las personas para desempeñarse productivamente en el ámbito laboral; las cuales no solo dependen del aprendizaje escolar, sino también del aprendizaje adquirido por medio de las experiencias en el mismo ámbito.

Indicador 2: Eficiencia

Diez (2007): Es el nivel productivo a lograr con la cantidad mínima de recursos posible.

Indicador 3: Retroalimentación

Sánchez (2014): Se conoce como un intercambio de información entre dos individuos, en este caso profesor y alumno, sobre su aprendizaje; realizando las apreciaciones necesarias y proporcionando al alumno estrategias para una mejora en su aprendizaje.

2.2.3 Matriz de operacionalización de las variables

Tabla N° 1: Matriz de operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICIONES TEÓRICAS	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TECNICA E INSTRUMENTO	ESCALA DE MEDICION
Variable independiente La Capacitación	De acuerdo con Frigo (2007). “La capacitación es definida como toda actividad realizada en una organización que busca la mejor actitud, habilidades, conocimiento, o conducta de su personal respondiendo a sus necesidades. Intenta perfeccionar a sus colaboradores en sus puestos de trabajo en base a sus metas definidas de acuerdo a las funciones de la empresa”.	El autor considera que la capacitación que es un procedimiento llevada a cabo por una organización el cual busca una mejora continua del personal, especializándolos de acuerdo al área al que pertenezcan, otorgándoles nuevos conocimientos y habilidades	Actividades	Charlas	1.1	Encuesta – Cuestionario tipo Likert.	Ordinal
				Visitas	1.2		
				Practicas calificadas	1.3		
				Clases	1.4		
				Procedimientos	1.5		
			Habilidades	Seguimiento	1.6		
				Complejidad	1.7		
				Adaptabilidad	1.8		
				Destreza	1.9		
				Trabajo en equipo	1.10		
			Conocimientos	Atención al cliente	1.11		
				Aprendizaje	1.12		
				Operatividad	1.13		
				Vocabulario	1.14		
				Evaluación	1.15		
Variable dependiente Calidad de servicio	Según Parasuraman, Zeithaml, & Berry, (1988) mencionan que “lo que el cliente espera recibir está relacionado a la realización de los procesos, circunstancias, atributos tal como se les ha prometido, si cubren sus necesidades y supera las expectativas se estará dando un valor agregado al servicio, beneficiando a la empresa en cuanto a la rentabilidad; logrando la satisfacción y la fidelización de clientes”.	Los autores reflexionan sobre la calidad de servicio que los clientes buscan cubrir sus necesidades que logren superar sus expectativas, dependiendo directamente de los atributos y el valor agregado que se ofrezcan, las cuales benefician enormemente a la rentabilidad de la organización.	Atributos	Confiable	2.16		
				Renombre de marca	2.17		
				Transparencia	2.18		
				Infraestructura	2.19		
				Acceso	2.20		
			Expectativas	Seguridad	2.21		
				Capacidad de respuesta	2.22		
				Atención personalizada	2.23		
			Valor agregado	Empatía	2.24		
				Comunicación	2.25		
				Conocimiento del cliente	2.26		
				Responsabilidad social	2.27		
			Satisfacción	Competencia	2.28		
				Eficiencia	2.29		
				Retroalimentación	2.30		

Fuente: Elaboración del investigador

2.3 Población y muestra

2.3.1 Población

La indagación se realizó en la agencia La Marina del BCP que cuenta con 30 colaboradores oficina, por esta razón fue la población de estudio.

Balestrini (2006): Es el total contable o incontable de elemento, personas o casos, que muestran detalles habituales.

2.3.2 Muestra

La totalidad de la muestra fueron 30 colaboradores, puesto que de este modo no se perjudicó la significancia, por esa razón se manejó el muestreo censal.

Hernández (2006): Manifiesta que un grupo pequeño es fragmento de un grupo específico en sus particularidades al que denominamos población.

2.3.3 Muestreo

Se empleó el tipo de muestreo no probabilístico, quiere decir que el indagador tuvo la entera disposición de escoger su muestra.

Ávila (2006): El muestreo intencionado es una técnica que posibilita escoger los casos diferenciales de la población reduciendo la muestra a estos escenarios.

Por lo tanto, es Censal.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1 Técnica de recolección de datos

La encuesta ha mostrado ser eficiente en distintos ámbitos de estudio, para analizar hechos o características de los entrevistados.

Rodríguez (2008): Técnicas se conoce como mecanismo que permite obtener información en las cuales podemos señalar la observación, cuestionario, entrevistas, encuestas.

Trespacios, Vázquez y Bello (2005), afirma que las encuestas son herramientas de

investigación descriptiva que nos permiten determinar en una primera instancia el tipo de preguntas, precisar sus respuestas, y a la vez identificar el método propuesto para la síntesis de información.

2.4.2 Instrumento de recolección de datos

Se empleó un cuestionario tipo Likert, conformado de 34 preguntas y 30 entrevistados, de allí surgen de las 07 dimensiones, e individualmente contiene 5 opciones, la selección de los participantes debe ser espontánea.

Fernández, Hernández y Baptista (2006): La medición de datos por el instrumento se encarga del registro de datos que representan las variables de un investigador.

Carrasco (2005): El formulario es una herramienta de indagación utilizada frecuentemente para un estudio numeroso, porque determina una respuesta precisa mediante las respuestas registradas en la hoja de preguntas.

2.4.3 Validación del instrumento

Se logró la legitimidad por intermedio del juicio de especialistas que Escobar (2008) define como un criterio forjado por individuos con conocimiento en la materia, que son distinguidos por otros y prestan información, evidencia, juicios y valoraciones.

El cuestionario fue expuesto a juicio de 3 expertos con la finalidad de garantizar su legitimidad, los siguientes docentes son parte de la Escuela de Administración de la Universidad Cesar Vallejo, son los siguientes:

- a) Dr. Edwin Arce Álvarez
- b) Dr. Pedro Costilla Castillo
- c) Dr. Víctor Dávila Arenaza

Los cuales dieron su aprobación firmando los formatos de validez entregados a cada uno.

2.4.4 Confiabilidad

Bernal, (2010): La fiabilidad de un formulario hace referencia a la estabilidad de las puntuaciones logradas por los mismos sujetos, cuando se les evalúa en distintos momentos con los mismos formularios.

Tabla N° 2: Coeficientes de Alpha de Cronbach

ESCALA DE VALORES PARA DETERMINA LA CONFIABILIDAD	
-Coeficiente alfa >.9 es excelente	FIABLE y CONSISTENTE
- Coeficiente alfa >.8 es bueno	
-Coeficiente alfa >.7 es aceptable	INCONSISTENTE, INESTABLE
- Coeficiente alfa >.6 es cuestionable	
- Coeficiente alfa >.5 es pobre.	
-Coeficiente alfa <.5 es inaceptable	
-Coeficiente alfa de 01. A 0.49 baja confiabilidad	
-Coeficiente alfa 0 es No confiable	NO CONFIABLE

Fuente: George y Mallery (2003, p.231); Leyenda: > mayor α ; < menor α

Se suministró el formulario de tipo Likert (5 categorías), la confiabilidad del instrumento se llevó a cabo con el método de Alfa de Cronbach, el formulario se usó para determinar la capacitación y la calidad del servicio, realizada a una muestra de 30 colaboradores y 30 usuarios de la agencia La Marina del BCP promediando los encuestados, con un total de 34 preguntas, las cuales 19 están enfocadas a los colaboradores y las 15 restantes se dirigen a los clientes, la información recogida fue ingresada al estadístico SPSS – 24.

Análisis de Fiabilidad

Como se indicó de antemano, para la obtención del grado de confiabilidad aplicamos el Alfa de Cronbach a ambas herramientas que estuvieron compuestas por 34 preguntas (N de elementos) cada cual, con un nivel de **confiabilidad del 0.909**, la información fue ingresada al aplicativo estadístico SPSS 24 y se obtuvo lo siguiente:

		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	30	100,0

Fuente: Elaboración del investigador

Alfa de Cronbach	N de elementos
,909	34

Fuente: Elaboración de investigador

Interpretación: Expone los resultados obtenidos con el SPSS 24 con un índice de confiabilidad de 0,909; dicho de otro modo, el grado de fiabilidad del instrumento y de los ítems se considera excelente, fiable y consistente de acuerdo a los criterios de George y Mallery (2003).

2.5 Métodos de análisis de datos

Fernández, Hernández y Baptista (2006): El SSPS es conocido como un aplicativo de análisis estadístico para registro de información.

Hernández (2003): El coeficiente Alfa de Cronbach, proporciona estimados que oscilan entre 0 y 1. Su beneficio se encuentra principalmente en que no necesita la división en dos partes de los ítems del instrumento de medición, solo se aplica la medición y se calcula el coeficiente.

Utilizamos la Chi cuadrada de Pearson que según Fernández, Hernández y Baptista (2006): Es llamada como una prueba que coloca a la hipótesis bajo evaluación acerca del enlace entre dos variables categóricas.

2.5.1. Método estadístico

Análisis Descriptivo

- a) La estadística descriptiva aplicada en el estudio despliega la obtención, recuento, ordenación, clasificación, descripción, análisis de datos obtenidos por los procedimientos de construcción de tablas y representación gráfica, medidas de dispersión y análisis descriptivos de datos, así como las pruebas de normalidad y correlación.
- b) La estadística inferencial que emplea métodos y técnicas que, a través de la influencia con análisis de las particularidades de la población, teniendo como

finalidad: resumir, obtener información del análisis de la muestra, creando inferencias, pronósticos y conclusiones haciendo suposiciones sobre la totalidad de la muestra.

Análisis ligado a la Hipótesis:

Para la contraposición de la hipótesis general se ha usado la correlación de Pearson. Esta da a saber si las variables examinadas de la presente indagación tienen algún tipo de dependencia entre las mismas, de igual manera se ha hecho uso la prueba no paramétrica “Coeficiente rho de Spearman”

2.6 Aspectos éticos

Toda la información adquirida en la presente tesis guarda respeto a la autenticidad de los resultados, la confiabilidad de los testimonios proporcionados, también respeta la propiedad intelectual, del mismo modo el albedrío y anonimato de los entrevistados, por lo tanto no se estipulará datos que posibilite averiguar la identificación de los partícipes en la indagación, tomando en cuenta valores fundamentales como la honestidad, compromiso, veracidad y ética, valores necesarios para realizar el estudio.

III. Resultados

3.1 Análisis descriptivo de los resultados por dimensiones y variables

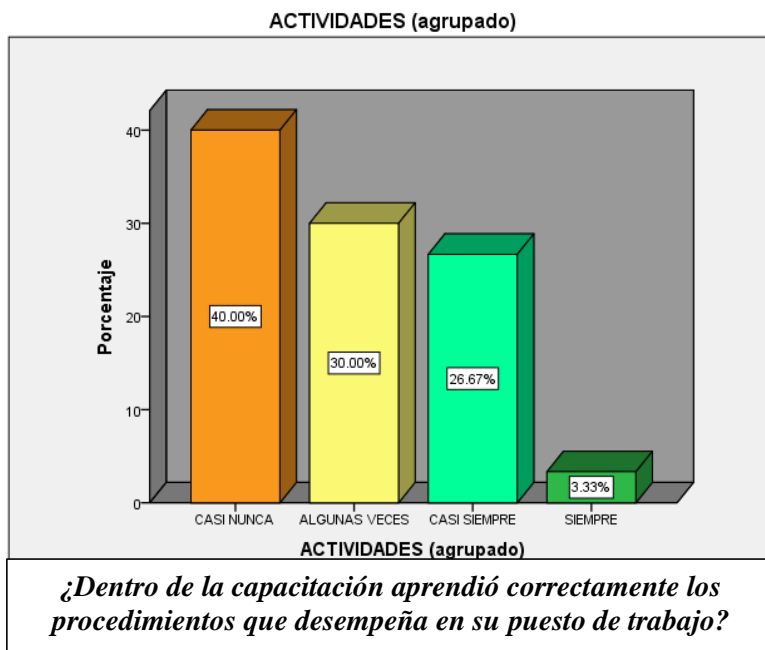
Presentación de resultados descriptivos por variables

Tabla N° 5: Tabla de la dimensión Actividades

		ACTIVIDADES (agrupado)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	CASI NUNCA	12	40.0	40.0	40.0
	ALGUNAS VECES	9	30.0	30.0	70.0
	CASI SIEMPRE	8	26.7	26.7	96.7
	SIEMPRE	1	3.3	3.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: elaboración del investigador

Figura N° 1 Actividades



Fuente: elaboración del investigador

Interpretación:

Conforme con la figura 1 de los 30 entrevistados, el 40% declara que “casi nunca” las actividades están correctamente definidas, 26.67% expresa que “casi siempre” el 30% que “algunas veces”, y el 3.33% afirma que “siempre” las actividades están correctamente definidas. De lo mencionado podemos confirmar que las actividades de la capacitación están definidas, pero se debería mejorar o agregar nuevas

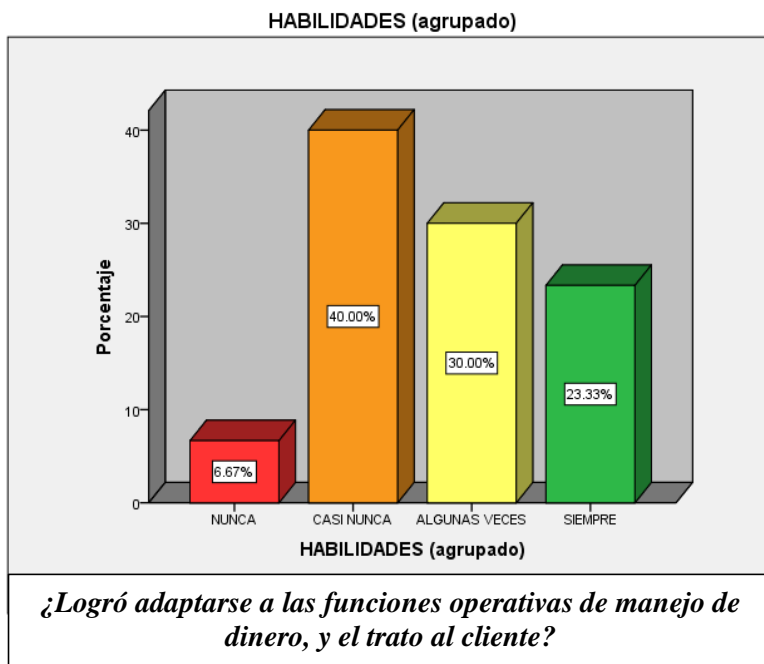
actividades que mejore la percepción de aprendizaje de los entrevistados.

Tabla N° 6: Tabla de la dimensión Habilidades

		HABILIDADES (agrupado)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NUNCA	2	6.7	6.7	6.7
	CASI NUNCA	12	40.0	40.0	46.7
	ALGUNAS VECES	9	30.0	30.0	76.7
	SIEMPRE	7	23.3	23.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: elaboración del investigador

Figura N° 2 Habilidades



Fuente: elaboración del investigador

Interpretación: De acuerdo con la figura 2 de los 30 entrevistados, el 40% declara que “casi nunca” las habilidades de la capacitación se desarrollan, el 30% que “algunas veces” las habilidades de la capacitación se desarrollan, el 23.33% afirma que “siempre” las habilidades de la capacitación se desarrollan y el 6.67% asegura que “nunca” las habilidades de la capacitación se desarrollan. De lo mencionado conseguimos decir que las habilidades de la mayoría de los encuestados se desarrollan como debería, pero hay una proporción significativa que la cual no la está desarrollando.

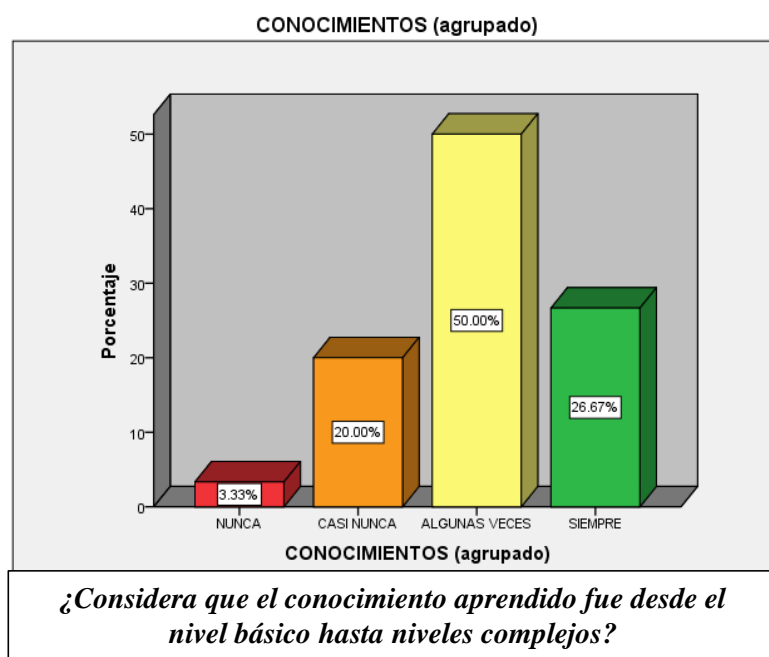
desarrollan y el 6.67% asegura que “nunca” las habilidades de la capacitación se desarrollan. De lo mencionado conseguimos decir que las habilidades de la mayoría de los encuestados se desarrollan como debería, pero hay una proporción significativa que la cual no la está desarrollando.

Tabla N° 7: Tabla de la dimensión Conocimientos

		CONOCIMIENTOS (agrupado)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NUNCA	1	3.3	3.3	3.3
	CASI NUNCA	6	20.0	20.0	23.3
	ALGUNAS VECES	15	50.0	50.0	73.3
	SIEMPRE	8	26.7	26.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: elaboración del investigador

Figura N° 3 Conocimientos



Fuente: elaboración del investigador

Interpretación: De acuerdo con el la figura 3 de los 30 entrevistados, el 50% asegura que “algunas veces” el conocimiento de la capacitación se imparte, el 30% que “algunas veces” el conocimiento de la capacitación se imparte, el 23.33% manifiesta que “siempre” el conocimiento de la capacitación se imparte y

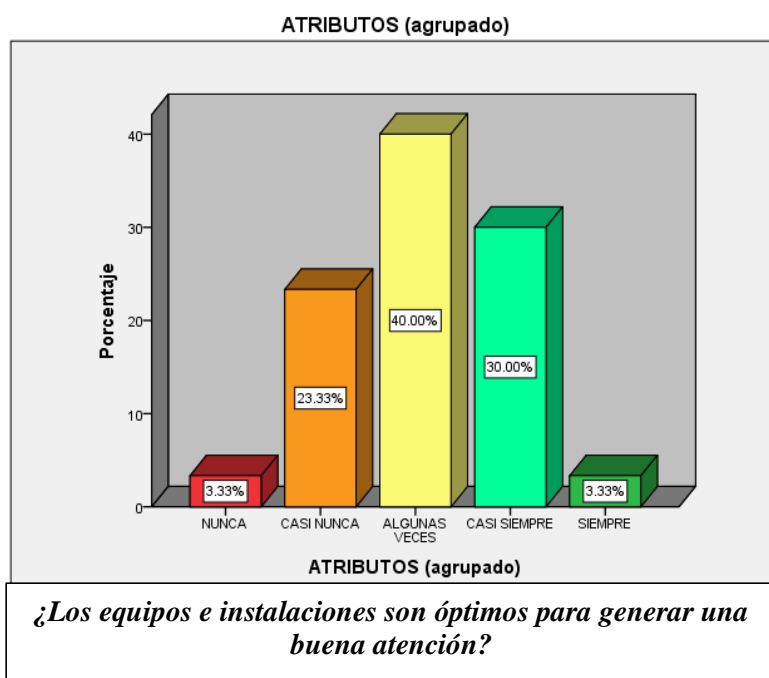
el 6.67% afirma que “nunca el conocimiento de la capacitación se imparte. De lo mencionado podemos decir que los conocimientos de la mayoría de los encuestados están siendo adquiridos como debería, pero hay una pequeña proporción que la cual no la está adquiriendo.

Tabla N° 8: Tabla de la dimensión Atributos

		ATRIBUTOS (agrupado)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NUNCA	1	3.3	3.3	3.3
	CASI NUNCA	7	23.3	23.3	26.7
	ALGUNAS VECES	12	40.0	40.0	66.7
	CASI SIEMPRE	9	30.0	30.0	96.7
	SIEMPRE	1	3.3	3.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: elaboración del investigador

Figura N° 4 Atributos



Fuente: elaboración del investigador

Interpretación: De acuerdo con la figura 4 de los 30 entrevistados, el 40% afirma que “algunas veces” los atributos de la organización son óptimos, el 30% que “casi siempre” los atributos de la organización son óptimos, el 23.33% asegura que “casi nunca” los atributos de la organización son óptimos, el 3.33% manifiesta que

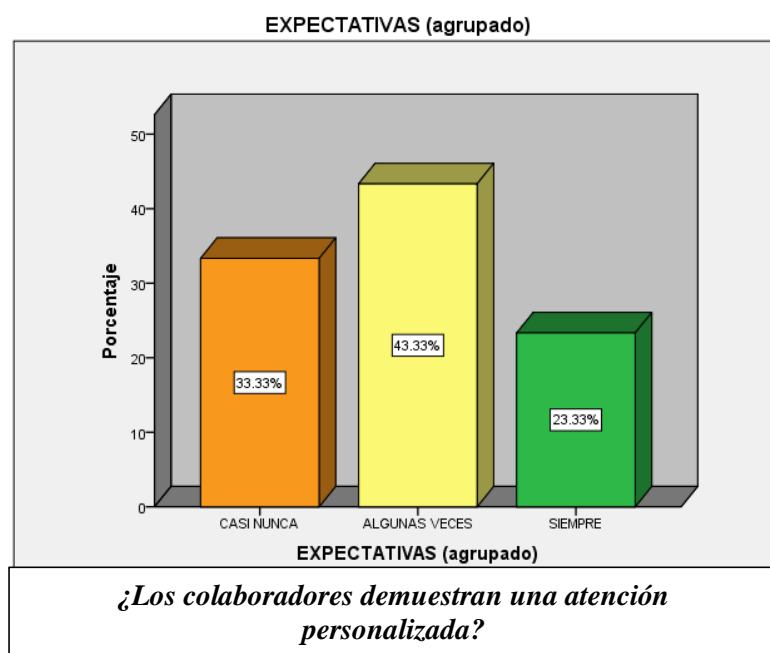
“siempre” los atributos de la organización son óptimos y el 3.33% expresa que “nunca” los atributos de la organización son óptimos. De lo anterior podemos decir que existe una repercusión en la calidad de servicio por los atributos.

Tabla N° 9: Tabla de la dimensión Expectativas

		EXPECTATIVAS (agrupado)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	CASI NUNCA	10	33.3	33.3	33.3
	ALGUNAS VECES	13	43.3	43.3	76.7
	SIEMPRE	7	23.3	23.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: elaboración del investigador

Figura N° 5 Expectativas



Fuente: elaboración del investigador

Interpretación: De acuerdo con la figura 5 de los 30 entrevistados, el 43.33% asegura que “algunas veces” las expectativas de los encuestados fueron satisfechas, el 33.33% que “algunas veces” las expectativas de los encuestados fueron satisfechos, y el 23.33% afirma que “casi siempre” las expectativas de los

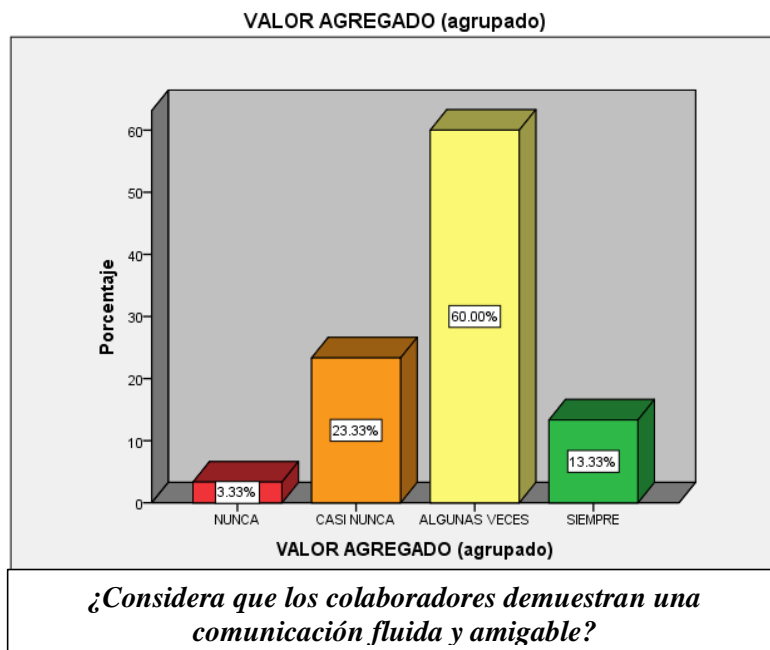
encuestados fueron satisfechas. De lo anterior podemos decir que una gran proporción de los encuestados cumplieron sus expectativas debido a diversos factores de calidad brindados.

Tabla N° 10: Tabla de la dimensión Valor agregado

		VALOR AGREGADO (agrupado)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NUNCA	1	3.3	3.3	3.3
	CASI NUNCA	7	23.3	23.3	26.7
	ALGUNAS VECES	18	60.0	60.0	86.7
	SIEMPRE	4	13.3	13.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: elaboración del investigador

Figura N° 6 Valor agregado



Fuente: elaboración del investigador

Interpretación: De acuerdo con la figura 6 de los 30 entrevistados, el 60% expresa que “algunas veces” el valor agregado brindado es adecuado, el 23.33% que “casi nunca” el valor agregado brindado es adecuado, el 13.33% afirma que “siempre” el valor agregado brindado es adecuado, y el 3.33%

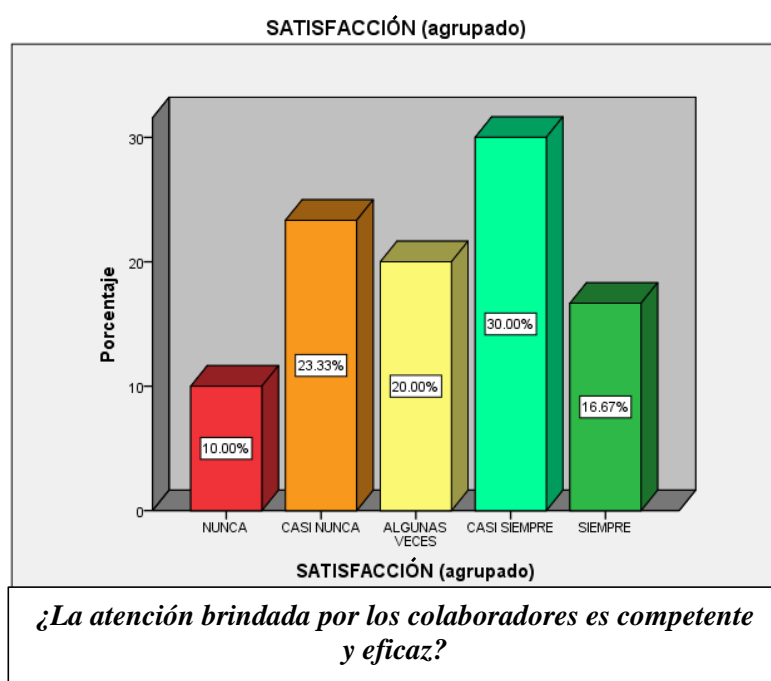
señala que “nunca” el valor agregado brindado es adecuado. De lo anterior podemos decir que el valor agregado brindado por los colaboradores de la organización es adecuado para la calidad del servicio.

Tabla N° 11: Tabla de la dimensión Satisfacción

		SATISFACCIÓN (agrupado)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NUNCA	3	10.0	10.0	10.0
	CASI NUNCA	7	23.3	23.3	33.3
	ALGUNAS VECES	6	20.0	20.0	53.3
	CASI SIEMPRE	9	30.0	30.0	83.3
	SIEMPRE	5	16.7	16.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: elaboración del investigador

Figura N° 7 Satisfacción



Fuente: elaboración del investigador

Interpretación: De acuerdo con la figura 7 de los 30 entrevistados, el 30% señala que “casi siempre” la satisfacción del cliente es adecuada, el 23.33% que “casi nunca” la satisfacción del cliente es adecuada, el 20% expresa que “algunas veces” la satisfacción del cliente es adecuada, el 16.67% revela que “siempre” la satisfacción del cliente

es adecuada y el 10% muestra que “nunca” la satisfacción del cliente es adecuada. De lo anterior podemos decir que la satisfacción de los encuestados es considerablemente alta, pero que hay un segmento que no está satisfecho por factores inherentes al proceso de atención.

3.2 Prueba de Hipótesis

Bernal (2010): Es una técnica estadística empleada para estimar el vínculo entre variables y el categoría de la misma.

Tabla N° 12: Niveles de correlación dependiendo del coeficiente Rho

Coeficiente	Correlación
-1.00	Correlación negativa grande o perfecta
-0.90	Correlación negativa muy alta o muy fuerte
-0.75	Correlación negativa alta o considerable
-0.50	Correlación negativa moderada o media
-0.25	Correlación negativa baja o débil
-0.10	Correlación negativa muy baja o muy débil
+0.00	No existe Correlación alguna entre las variables o es nula
+0.10	Correlación positiva muy baja o muy débil
+0.25	Correlación positiva baja o débil
+0.50	Correlación positiva moderada o media
+0.75	Correlación positiva alta o considerable
+0.90	Correlación positiva muy alta o muy fuerte
+1.00	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Hernández et al. (2005, p.305)

3.2.1 Hipótesis General

Influencia de Variables

I. Planteamiento de Hipótesis

Hg: Existe influencia significativa entre la Capacitación y la Calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

Ho: No existe influencia significativa entre la Capacitación y la Calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

Ha: Existe influencia significativa entre la Capacitación y la Calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

II. Significancia y decisión

Sig. T= 0,05; Nivel de confianza: 95%

- Si $\text{Sig.E} < \text{Sig.T}$, entonces, se rechaza H_0 (Hipótesis Nula)
- Si $\text{Sig.E} > \text{Sig.T}$, entonces, aceptamos H_0 (Hipótesis Alterna)

III. Estadística de contraste de hipótesis

Tabla N° 13: Correlación de Capacitación y Calidad del servicio

Correlaciones			
		La Capacitación (agrupado)	Calidad de servicio (agrupado)
La Capacitación (agrupado)	Correlación de Pearson	1	.596**
	Sig. (bilateral)		.001
	N	30	30
Calidad de servicio (agrupado)	Correlación de Pearson	.596**	1
	Sig. (bilateral)	.001	
	N	30	30

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

Fuente: elaboración del investigador

Interpretación: En la tabla N° 13 se nota el resultado de la aplicación del instrumento con una población de 30, tuvo una correlación de Pearson de 0.596 para ambas variables, comparando con los niveles de correlación del tabla N° 12 existe una correlación positiva moderada o media; y la significancia bilateral encontrada es 0.001, con un 95% de (0,00 < 0,05; 95%; Z=1.96), por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por lo tanto se afirma que hay influencia entre la Capacitación y la Calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

3.2.2 Hipótesis Específica I

Influencia de Dimensiones

I. Planteamiento de Hipótesis

Hg: Las actividades influyen significativamente en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

Ho: Las actividades no influyen significativamente en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

Ha: Las actividades influyen significativamente en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

II. Significancia y decisión

Sig. T= 0,05; Nivel de confianza: 95%

- a) Si Sig.E < Sig.T, entonces, se rechaza Ho (Hipótesis Nula)
- b) Si Sig.E > Sig.T, entonces, aceptamos Ho (Hipótesis Alterna)

III. Estadística de contraste de hipótesis

Tabla N° 14: Correlación de Actividades y Calidad del servicio

		Correlaciones	
		ACTIVIDADE S (agrupado)	Calidad de servicio (agrupado)
ACTIVIDADES (agrupado)	Correlación de Pearson	1	.586**
	Sig. (bilateral)		.001
	N	30	30
Calidad de servicio (agrupado)	Correlación de Pearson	.586**	1
	Sig. (bilateral)	.001	
	N	30	30

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

Fuente: elaboración del investigador

Interpretación: En el tabla N°14 se ve el resultado de la aplicación del instrumento en la población, conto con una correlación de Pearson de 0.586 para la variable dependiente calidad del servicio y el dimensión actividades, igualándolo con los niveles de correlación del tabla N° 12 hay una correlación positiva moderada o media, así mismo se visualiza que la significancia bilateral encontrada es 0.001, con un 95% de confianza el p-valor = $0.000 < (\alpha)=0.05$, por ende se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, afirmando que las actividades influyen en la calidad del servicio.

3.2.3 Hipótesis Específica II

Influencia de Dimensiones

I. Planteamiento de Hipótesis

Hg: Las habilidades influyen significativamente en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

Ho: Las habilidades no influyen significativamente en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

Ha: Las habilidades influyen significativamente en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

II. Significancia y decisión

Sig. T= 0,05; Nivel de confianza: 95%

- a) Si Sig.E < Sig.T, entonces, se rechaza Ho (Hipótesis Nula)
- b) Si Sig.E > Sig.T, entonces, aceptamos Ho (Hipótesis Alterna)

III. Estadística de contraste de hipótesis

Tabla N° 15: Correlación de Habilidades y Calidad del servicio

		Correlaciones	
		HABILIDADE S (agrupado)	Calidad de servicio (agrupado)
HABILIDADES (agrupado)	Correlación de Pearson	1	.436*
	Sig. (bilateral)		.016
	N	30	30
Calidad de servicio (agrupado)	Correlación de Pearson	.436*	1
	Sig. (bilateral)	.016	
	N	30	30

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: elaboración del investigador

Interpretación: En el tabla N°15 se nota el resultado de la utilización del instrumento en la población, conto con una correlación de Pearson de 0.436 para la variable dependiente calidad del servicio y el dimensión habilidades, igualándolo con los niveles de correlación del tabla N° 12 hay una correlación positiva moderada o media, de igual manera se distingue que la significancia bilateral encontrada es 0.016, con un 95% de confianza el p-valor = 0.000 < (α)=0.05, por ende se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por consiguiente se afirma que las habilidades influyen en la calidad del servicio.

3.2.3 Hipótesis Específica III

Influencia de Dimensiones

I. Planteamiento de Hipótesis

Hg: Los Conocimientos influyen significativamente en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

Ho: Los conocimientos no influyen significativamente en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

Ha: Los conocimientos influyen significativamente en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

II. Significancia y decisión

Sig. T= 0,05; Nivel de confianza: 95%

- a) Si $\text{Sig.E} < \text{Sig.T}$, entonces, se rechaza H_0 (Hipótesis Nula)
- b) Si $\text{Sig.E} > \text{Sig.T}$, entonces, aceptamos H_0 (Hipótesis Alterna)

III. Estadística de contraste de hipótesis

Tabla N° 16: Correlación de Conocimientos y Calidad del servicio

Correlaciones			
		CONOCIMIENTOS (agrupado)	Calidad de servicio (agrupado)
CONOCIMIENTOS (agrupado)	Correlación de Pearson	1	.616**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	30	30
Calidad de servicio (agrupado)	Correlación de Pearson	.616**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	30	30

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

Fuente: elaboración del investigador

Interpretación: En el tabla N°16 se nota el resultado del uso del instrumento en la población, obtuvo una correlación de Pearson de 0.616 para la variable dependiente calidad del servicio y el dimensión conocimientos, igualándose con los niveles de correlación del tabla N° 12 hay una correlación positiva moderada o media, de igual forma se verifica que la significancia bilateral encontrada es 0.016, con un 95% de confianza el p-valor = $0.000 < (\alpha)=0.05$, consiguientemente se niega la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, consecuente se afirma que las conocimientos influyen en la calidad del servicio.

3.3 Prueba de regresión lineal

3.3.1 Hipótesis General

Hg: La capacitación influye significativamente en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

I. Planteamiento de Hipótesis

Ho: La capacitación no influye significativamente en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

Ha: La capacitación influye significativamente en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

Tabla N° 17: Regresión Lineal simple

Resumen del modelo									
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación	Estadísticos de cambio				
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F	gl1	gl2	Sig. Cambio en F
1	.596 ^a	.355	.332	.523	.355	15.427	1	28	.001

a. Variables predictoras: (Constante), La Capacitación (agrupado)

Fuente: elaboración del investigador

Interpretación: En el tabla N° 17 se nota el resultado del coeficiente de Pearson $R=0,596$, Igualmente el R cuadrado = $0,355$, con un valor de Sig de 0.001 lo que es menor a 0.05 , se finaliza que la variable dependiente (Calidad del servicio) está variando en un 0.355 , por causa o acción de la variable independiente (Capacitación). Por ende, según la tabla N° 18 de porcentajes esta variación es baja.

Tabla N° 18: Porcentajes estandarizados

PORCENTAJE	TENDENCIA
1% - 20%	Muy baja
21% - 40%	Baja
41% - 60%	Moderada
61% - 80%	Alta
81% - 100%	Muy alta

Fuente: Rivero, 2005, p.240

Tabla N° 19: Análisis de Varianzas

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	4.216	1	4.216	15.427	.001 ^b
	Residual	7.651	28	.273		
	Total	11.867	29			

a. Variable dependiente: Calidad de servicio (agrupado)

b. Variables predictoras: (Constante), La Capacitación (agrupado)

Fuente: elaboración del investigador

Interpretación: En el tabla N°19, se contempla el análisis de ANOVA con un nivel de sig, 0.001. Con un 95% de confianza el p-valor = 0.000 < (α)=0.05 el nivel de significancia, entonces se niega la hipótesis nula (Ho), por lo tanto, se acepta la Hipótesis alterna (Ha), que la capacitación influye en la calidad del servicio, asimismo el tabla muestra una F=15.427 (Fisher) y Gl=29 (Grado de libertad) lo que quiere decir que la variable Capacitación y sus dimensiones actividades, habilidades y conocimientos, influyen en la variable dependiente Calidad del servicio y sus dimensiones expectativas, valor agregado y satisfacción.

Tabla N° 20: Ecuación Lineal de Regresión Simple

Modelo	Coeficientes ^a				T	Sig.
	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados			
	B	Error típ.	Beta			
1	(Constante)	.698	.329		2.122	.043
	La Capacitación (agrupado)	.436	.111	.596	3.928	.001

a. Variable dependiente: Calidad de servicio (agrupado)

Fuente: elaboración del investigador

Interpretación: En el tabla N° 20, se nota que $B_0 = 0,698$ con un nivel de sig. de 0,043 y $B_1 = 0,436$ con un nivel de sig. de 0,001 siendo ambas menor a 0,05 el nivel de significancia; igualmente el coeficiente $Beta = 0,596$ nos enseña que la Capacitación es coherente con la Calidad del servicio en un 59.6%, el coeficiente t- student se da a conocer con un valor de 3.928, por ello considerando el valor crítico de la indagación, se encuentra en la zona de rechazo de la H_0 . De manera que se rechaza la H_0 y se afirma la H_a , consecuentemente se asegura con un 95% de confianza que la capacitación impacta significativamente en calidad del servicio de la Agencia La Marina del BCP.

Fórmula de la ecuación de La Regresión Lineal Simple

$$Y = \beta_0 + \beta_1(x)$$

Con los coeficientes B que se muestra en la tabla N° 20 redactamos la ecuación mencionada anteriormente:

$$\text{Calidad del servicio} = 0.698 + 0,436 * \text{Capacitación}$$

Interpretación: La variable Capacitación provee con un **0.436 (43.6%)** para que la variable Calidad del servicio cambie, se evidencia que el punto de corte de la recta regresión lineal con la variable Calidad del servicio tiene un valor de **0.698**.

3.3.2 Hipótesis Específica I

Las actividades influyen significativamente en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

I. Planteamiento de Hipótesis

Ho: Las actividades no influyen significativamente en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

Ha: Las actividades influyen significativamente en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

Tabla N° 21: Regresión Lineal simple

Resumen del modelo									
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregido	Error típ. de la estimación	Estadísticos de cambio				
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F	gl 1	gl 2	Sig. Cambio en F
1	.586	.344	.320	.527	.344	14.666	1	28	.001

a. Variables predictoras: (Constante), ACTIVIDADES (agrupado)

Fuente: elaboración del investigador

Interpretación: En el tabla N° 21 se admira el resultado del coeficiente de Pearson $R=0,586$, De igual forma el R cuadrado = 0,344, con un valor de Sig de 0.001 lo que es menor a 0.05, se da a conocer que la variable dependiente (Calidad del servicio) está alterada en un 0.344, por acción de la dimensión Actividades. Por consiguiente, según la tabla N° 18 de porcentajes esta variación es baja.

Tabla N° 22: Análisis de Varianzas

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	4.079	1	4.079	14.666	.001 ^b
	Residual	7.788	28	.278		
	Total	11.867	29			

a. Variable dependiente: Calidad de servicio (agrupado)

b. Variables predictores: (Constante), ACTIVIDADES (agrupado)

Fuente: elaboración del investigador

Interpretación: En el tabla N°22, se ve el análisis de ANOVA donde con un 95% de confianza el p-valor = 0.000 < (α)=0.05, con un nivel de sig de 0.001, entonces se niega la hipótesis nula (Ho), por lo tanto, se acepta la Hipótesis alterna (Ha), y se afirma que la actividades influyen en la calidad del servicio, asimismo el tabla muestra una F=14.666 (Fisher) y GI=29 (Grado de libertad) lo que se entiende que la dimensión Actividades de la variable independiente Capacitación influye en la dependiente Calidad del servicio y sus dimensiones expectativas, valor agregado y satisfacción.

Tabla N° 23: Ecuación Lineal de Regresión Simple

Modelo	Coeficientes ^a				T	Sig.
	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados			
	B	Error típ.	Beta			
1	(Constante)	1.134	.230		4.934	.000
	ACTIVIDADES (agrupado)	.413	.108	.586	3.830	.001

a. Variable dependiente: Calidad de servicio (agrupado)

Fuente: elaboración del investigador

Interpretación: En el tabla N°23, se denota que B0= 1,134 que interpreta el punto corte de la recta con el eje; con un nivel de sig. de 0,000 y el coeficiente de regresión B1=0,413 con un nivel de sig. de 0,001 siendo ambas menor a 0,05 el nivel de significancia; asimismo el coeficiente Beta=0.586 nos enseña que las Actividades son congruentes con la Calidad del servicio en un 58.6%, el coeficiente t- student se muestra con un valor de 3.830, por ello considerando el valor crítico de la indagación, se halla en la zona de rechazo de la Ho. De tal modo que se rechaza la Ho y se afirma la Ha, consiguientemente se afirma con un 95% de confianza que las acciones influyen en la calidad del servicio de la Agencia La Marina del BCP.

Fórmula de la ecuación de La Regresión Lineal Simple

$$Y = \beta_0 + \beta_1(x)$$

Con los coeficientes B que aparece en la tabla N° 23 redactamos la fórmula anterior mencionada:

$$\text{Calidad del servicio} = 1.134 + 0,413 * \text{Actividades}$$

Interpretación: La Dimensión Actividades provee con un **0.413 (41.3%)** para que la variable calidad del servicio cambie, se visualiza que el punto de corte de la recta regresión lineal con la variable Calidad del servicio tiene un valor de **1.134**.

3.3.3 Hipótesis Específica II

Las habilidades influyen significativamente en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

I. Planteamiento de Hipótesis

Ho: Las habilidades no influyen significativamente en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

Ha: Las habilidades influyen significativamente en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

Tabla N° 24: Regresión Lineal simple

Resumen del modelo									
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregido	Error típ. de la estimación	Estadísticos de cambio				
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F	gl 1	gl 2	Sig. Cambio en F
1	.436	.190	.161	.586	.190	6.564	1	28	.016

a. Variables predictoras: (Constante), HABILIDADES (agrupado)

Fuente: elaboración del investigador

Interpretación: En el tabla N° 24 se registra el resultado del coeficiente de Pearson $R=0,436$, De igual forma el R cuadrado = 0,190, con un valor de Sig de 0.016 lo que es menor a 0.05, se finiquita que la variable dependiente (Calidad del servicio) está modificado en un 0.190, por acción de la dimensión Habilidades Por ello según la tabla N° 18 de porcentajes esta variación es muy baja.

Tabla N° 25: Análisis de Varianzas

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	2.253	1	2.253	6.564	.016 ^b
	Residual	9.613	28	.343		
	Total	11.867	29			

a. Variable dependiente: Calidad de servicio (agrupado)

b. Variables predictoras: (Constante), HABILIDADES (agrupado)

Fuente: elaboración del investigador

Interpretación: En el tabla N°25, se registra el análisis de ANOVA en el cual el valor de sig 0.016, con un 95% de confianza el p-valor = $0.000 < (\alpha)=0.05$, el nivel de significancia, entonces se rechaza la hipótesis nula (H_0), por lo tanto, se acepta la Hipótesis alterna (H_a), y se afirma, que la actividades influyen en la calidad del servicio, así también la tabla muestra una $F=6.564$ (Fisher) y $Gl=29$ (Grado de libertad) lo que se conoce que la dimensión Habilidades de la variable independiente Capacitación se relaciona en la dependiente Calidad del servicio y sus dimensiones expectativas, valor agregado y satisfacción.

Tabla N° 26: Ecuación Lineal de Regresión Simple

Coeficientes ^a						
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	T	Sig.
		B	Error típ.	Beta		
1	(Constante)	1.111	.338		3.284	.003
	HABILIDADES (agrupado)	.305	.119	.436	2.562	.016

a. Variable dependiente: Calidad de servicio (agrupado)

Fuente: elaboración del investigador

Interpretación: En el tabla N°26, se admira que $B_0= 1,111$ que representa el punto corte de la recta con el eje; con un nivel de sig. de 0,003 y el coeficiente de regresión $B_1=0,305$ con un nivel de sig. de 0,016 siendo ambas menor a 0,05 el nivel de significancia; igualmente el coeficiente $Beta=0.436$ nos enseña que la Habilidades son congruentes con la Calidad del servicio en un 43.6%, el coeficiente t- student se muestra con un valor de 2.562, por consiguiente teniendo en consideración el valor crítico de la indagación, se localiza en la zona de rechazo de la H_0 . De tal forma que se rechaza la H_0 y se afirma la H_a , por esta razón se asevera con un 95% de confianza que las habilidades influyen de modo importante en la calidad del servicio de la Agencia La Marina del BCP.

Fórmula de la ecuación de La Regresión Lineal Simple

$$Y = \beta_0 + \beta_1(x)$$

Con los coeficientes B que aparece en la tabla N° 26 redactamos la fórmula mencionada anteriormente:

$$\text{Calidad del servicio} = 1.111 + 0,305 * \text{Habilidades}$$

Interpretación: La Dimensión Habilidades aporta con un **0.305 (30.5%)** para que la variable calidad del servicio varíe, se constata que el punto de corte de la recta regresión lineal con la variable Calidad del servicio tiene un valor de **1.111**.

3.3.4 Hipótesis Específica III

Los Conocimientos influyen significativamente en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

I. Planteamiento de Hipótesis

Ho: Los conocimientos no influyen significativamente en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

Ha: Los conocimientos influyen significativamente en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

Tabla N° 27: Regresión Lineal simple

Resumen del modelo									
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación	Estadísticos de cambio				
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F	gl1	gl2	Sig. Cambio en F
1	.616 ^a	.379	.357	.513	.379	17.104	1	28	.000

a. Variables predictoras: (Constante), CONOCIMIENTOS (agrupado)

Fuente: elaboración del investigador

Interpretación: En el tabla N° 27 se admira el resultado del coeficiente de Pearson $R = 0,616$, De igual manera el R cuadrado = $0,379$, con un valor de Sig de 0.000 lo que es

menor a 0.05, se finiquita que la variable dependiente (Calidad del servicio) está alterada en un 0.379, por acción de la dimensión Conocimientos. Consiguientemente, según la tabla N° 18 de porcentajes esta variación es baja.

Tabla N° 28: Análisis de Varianzas

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	GI	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	4.500	1	4.500	17.104	.000 ^b
	Residual	7.367	28	.263		
	Total	11.867	29			
a. Variable dependiente: Calidad de servicio (agrupado)						
b. Variables predictoras: (Constante), CONOCIMIENTOS (agrupado)						

Fuente: elaboración del investigador

Interpretación: En el tabla N°28 se aprecia el análisis de ANOVA en el cual el valor de “sig.” es de 0,000 con un 95% de confianza el p-valor = $0.000 < (\alpha)=0.05$ siendo menor, por consiguiente se rechaza la hipótesis nula (Ho), por ello, se acepta la Hipótesis alterna (Ha), y se asegura con un nivel de confianza del 95%, que los conocimientos repercuten en la calidad del servicio, de igual forma la tabla enseña una $F=17.104$ (Fisher) y $GI=29$ (Grado de libertad) lo que da a saber que la dimensión Conocimientos de la variable independiente Capacitación repercute significativamente en la dependiente Calidad del servicio y sus dimensiones expectativas, valor agregado y satisfacción.

Tabla N° 29: Ecuación Lineal de Regresión Simple

Coeficientes ^a						
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	T	Sig.
		B	Error típ.	Beta		
1	(Constante)	.433	.375		1.157	.257
	CONOCIMIENTOS (agrupado)	.500	.121	.616	4.136	.000
a. Variable dependiente: Calidad de servicio (agrupado)						

Fuente: elaboración del investigador

Interpretación: En el tabla N°29, se aprecia que $B_0= 0,433$, que simboliza el punto corte de la recta con el eje; con un nivel de sig. De 0,257 y el coeficiente de regresión $B_1=0,500$

con un nivel de sig. de 0,000 correspondiendo los conocimientos (dimensión de la variable capacitación) mayor a 0,05 del nivel de significancia; a su vez se enseña que el error estándar es igual a 0.121 y que la T-student es igual a 4.136, por lo tanto, considerando el valor crítico de la indagación, se halla en la zona de rechazo de la Ha. De tal manera que se rechaza la Ha y se afirma la Ho entonces se afirma con mayor certeza que el conocimiento no contribuye en la calidad de servicio en el BCP

Fórmula de la ecuación de La Regresión Lineal Simple

$$Y = \beta_0 + \beta_1(x)$$

Con los coeficientes B que aparece en la tabla N° 29 redactamos la fórmula previamente mencionada:

$$\text{Calidad del servicio} = 0.433 + 0,500 * \text{Conocimientos}$$

Interpretación: La Dimensión Conocimientos contribuye con un **0.305 (50.0%)** para que la variable calidad del servicio cambie, se visualiza que el punto de corte de la recta regresión lineal con la variable Calidad del servicio tiene un valor de **0.433**.

IV. Discusión

El producto del estudio confirma la hipótesis planteada, así mismo los objetivos se han respondido de acuerdo a los hallazgos obtenidos en el trabajo resultando valido y confiable, a continuación, muestro la discusión:

Discusión por objetivos

Se posee como objetivo general del estudio precisar cómo influye la capacitación en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP; como primer objetivo específico: conocer cómo repercuten las labores de la capacitación en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP; como segundo objetivo específico: conocer cómo impactan las habilidades de la capacitación en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP; como tercer objetivo específico: conocer cómo afectan los conocimientos de la capacitación en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP. El estudio se plantea con un 95% de confianza y un 0.05% de significancia, cuyo resultado de RHO de Spearman es = 0,596 por consiguiente existe una correlación positiva moderada o media con un valor inferior al nivel de significancia ($p\text{-valor} = 0.000 < \alpha = 0.05$), en el cual podemos afirmar que existe influencia significativa entre la Capacitación y la Calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

La investigación es congruente con los objetivos propuesto por Martell, B. y Sánchez A. (2013) donde muestra y ratifica que la implementación del plan de capacitación genera un óptimo resultado en la ejecución de las labores de los colaboradores ya que se obtiene una variación positiva en sus procesos mediante la instauración de un plan de capacitación.

El estudio tiene conexión en lo afirmado por Chiavenato, I. (2007) quien recalca que capacitar es un proceso educativo el cual debería ser empleado en los colaboradores de una organización, pudiendo adquirir conocimientos, destrezas y habilidades con la intención de lograr las metas entabladas en la compañía, en este caso la calidad del servicio.

Discusión por hipótesis

Presenta como hipótesis general la capacitación impacta de forma importante en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP; como primera hipótesis: las funciones de la capacitación afecta de modo relevante en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP; como segunda hipótesis: las habilidades de la capacitación influyen de modo importante en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP; como tercera hipótesis: los conocimientos de la capacitación impactan de modo significativo en la calidad del servicio en la Agencia La Marina del BCP.

La investigación comprueba la hipótesis sosteniendo que “La capacitación influye significativamente en la calidad del servicio” en la Agencia La Marina del BCP pues proyecta demostrar el valor y lo que significa la capacitación. Este estudio es consecuente con **Sánchez M. (2014)**: que afirma que una adecuada capacitación en atención al consumidor contribuye a perfeccionar la calidad del servicio prestado en el restaurant Mar Picante en Trujillo. Finalmente, el autor plantea que la capacitación es un paso fundamental ya que sobresale la mejora de la capacidad de entendimiento del colaborador y el nivel de atención al consumidor brindado por él.

Discusión por metodologías

El trabajo de investigación fue de tipo aplicada, diseño no experimental – transversal, nivel descriptivo con enfoque cuantitativo y método Hipotético deductivo, esta investigación guarda semejanza con lo planteado por el autor **Bernal (2010)**, donde afirma que el método mencionado, se asienta en un sistema que empieza de unas afirmaciones en calidad de hipótesis y busca falsearlas, infiriendo de ellas conclusiones que deben enfrentarse con los hechos.

Discusión por teorías

El estudio tiene como variable independiente la Capacitación, y como dependiente la Calidad del servicio, para ello se empleó diferentes autores de las cuales se resaltan los siguientes:

Se acepta la teoría de Chiavenato (2007) da a conocer la capacitación como un desarrollo de conocimiento a un reducido tiempo, puesto de forma sistemática y organizada, teniendo como objetivos principales que los sujetos adquieran conocimientos, desarrollan destrezas y capacidades en función de objetivos determinados. Guarda relación con la Teoría de Parasuraman, Zeithaml, & Berry, (1988) quienes afirman que las expectativas del cliente van relacionadas con la ejecución de los procesos, circunstancias, atributos de acuerdo a como estaba acordado; si estos satisfacen sus necesidades y supera las expectativas estarían generando valor agregado al servicio, teniendo como propósito principal la utilidad de la corporación económicamente y lealtad de los consumidores.

Ambos autores recalcan la importancia y la contribución que tiene la Capacitación y la Calidad del servicio en las organizaciones, lo cual permitirá cumplir metas, propósitos y finalidades.

Discusión por conclusión

En el estudio se detalla que la capacitación afecta de modo importante en la calidad del servicio. Esto da a conocer que la capacitación es un proceso eficaz para generar y optimizar la excelencia del servicio hacia el consumidor.

Nowell, C. (2015) : Determino que el servicio al cliente en absoluto guarda conexión con la instrucción, debido al producto obtenido a partir de las entrevistas realizadas a los consumidores, el cual llevó a identificar que ellos están complacidos con el servicio pese de no tener una instrucción oportuna. Este resultado confirma escasa incidencia de la capacitación puesto que los colaboradores tienen conocimiento previo por ello se ha atendido a los clientes con eficiencia para lograr la satisfacción.

V. Conclusiones

5.1. Como primera conclusión se ha concretado que la capacitación influencia de manera significativa en la calidad del servicio, pues este proceso mediante las actividades garantiza la mejora de habilidades y conocimientos, perfeccionando así a sus colaboradores siendo rentable para la organización.

5.2. Como segunda conclusión se ha delimitado que los quehaceres repercuten de manera importante en la calidad del servicio ya que en esta dimensión se evalúa charlas, clases, procedimiento y seguimiento evidenciados en la capacitación donde cada colaborador es orientado a la operatividad y atención al cliente para el constante mejoramiento de la percepción de la calidad brindada.

5.3 En la tercera conclusión se determina que las habilidades influyen en la calidad del servicio debido a que esta dimensión evalúa la facilidad del aprendizaje, destrezas y la capacidad de atención al cliente del colaborador, puesto que al explotar al máximo sus habilidades será mucho más sencillo adquirir el aprendizaje necesario para otorgar un producto o servicio que valga la pena.

5.4 Como cuarta conclusión se ha establecido que no existe un efecto significativo en medio de los conocimientos y la calidad del servicio en la cual toma como referencia el continuo aprendizaje, la operatividad y la evaluación que los colaboradores poniendo a prueba con las actividades y habilidades que los tutores impartieron no fue fundamental para demostrar un adecuado comportamiento hacia el comprador y el cumplimiento de sus solicitudes.

VI. Recomendaciones

Teniendo como sustento el producto alcanzado en la investigación, se manifiestan las recomendaciones:

Primero: Se sugiere perfeccionar el proceso de instrucción acorde al cumplimiento de las actividades a ejercer, el desarrollo de las destrezas inherentes al lugar de labor y poner en aplicación el conocimiento conseguido, con la meta de ir mejorando de forma gradual los obstáculos de aprendizaje hallados en el interior del colaborador para brindar una óptima calidad de servicio

Segundo: Es necesario actualizar y desarrollar actividades altamente especializadas tanto así de los procedimientos a realizar dentro del puesto de trabajo, así como también la calidad mediante de una atención exclusiva con gran capacidad de reacción para los clientes.

Tercero: Explotar de manera constante las destrezas crecientes por parte de los trabajadores para que se acomoden con la forma de vida profesional, así como la labor en equipo y el servicio al comprador brindando una especie agregada respondiendo a las altas necesidades que tienen los consumidores.

Cuarto: Se recomienda impartir adecuadamente los conocimientos adquiridos en las actividades prácticas, así como charlas teóricas brindar información a medias o dudas que afectara en gran medida a la transparencia de la organización impactando directamente a la competencia que refleja el colaborador al conocer los productos o servicios.

Propuesta

Cogiendo como fundamento el producto conseguido en la indagación, se efectúa las propuestas:

Primero: Se plantea aplicar una formación más clara previo al análisis y diagnóstico de las debilidades y fortalezas del trabajador coherente a la labor específica que desarrolla, reduciendo la monotonía de la clásica capacitación, para que los colaboradores tengan más interés en tomar en cuenta sobre los aspectos teóricos de las funciones que desempeñaran.

Segundo: Se propone establecer sistemas de Gestión de conocimiento en donde todos los colaboradores tengan una plataforma abierta y anónima en donde puedan resolver dudas y compartir situaciones problemáticas vinculadas a la atención al cliente, protocolos de atención, procedimiento de funciones laborales y excepciones, para así desarrollar un conocimiento estandarizado para brindar una correcta asesoría al cliente.

Tercero: Se propone establecer actividades de integración, con el fin de compartir el conocimiento enfocado en la calidad del servicio, ya sean utilizando los recursos virtuales así como (diapositivas, afiches o videos), para así desarrollar la importancia del reconocimiento sobre el conocimiento, esto demostrará que el conocer las funciones, procedimientos y responsabilidades dentro de sus labores ayudara a tener una filosofía destinada a la excelencia en el servicio resolviendo dudas, temores e incertidumbres.

Referencias

- Alavi, M. y Leidner, D. (2001) *Mis Quarterly*, Estados Unidos: Management Information Systems Research Center, University of Minnesota
- Álvarez, I. (2006) *Introducción a la calidad. Aproximación a los sistemas de gestión y herramientas de calidad* (Primera Ed.) España: Ideas propias
- Ander, E. y Aguilar, M. (2001) *Trabajo en equipo* (Primera Ed.) México: Editorial Progreso
- Ávila, H. (2006) *Introducción a la metodología de la investigación*. España Recuperado de www.eumed.net/libros/2006c/203
- Ayuso, D. y Grande, R. (2012) *La apertura de un hospital*. España: Ediciones Díaz de Santos
- Baena, G. (2007) *Estructura socioeconómica de México*. México: Grupo editorial Patria
- Balestrini, M. (2006) *Como se elabora el Proyecto de Investigación*. Venezuela: Consultores Asociados
- Barbosa, E. (2014) *Manual de capacitación*. (Primera Ed.) México: Grupo Vanchri.
- Barroso, Castro & Armario (2000). *Marketing relacional: Una respuesta para los nuevos retos de la gestión en los destinos turísticos*. Recuperado de <https://www.estudiosenturismo.com.ar/search/PDF/v13n3-4a04.pdf>
- Benegas, D. y Verstrate G. (2013) *Planificar una clase con sentido común* (Primera Ed.) Argentina: Dunken
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. (3^{ra} Ed.). Colombia: Pearson.
- Blanco, A., Prado, A. y Mercado, C. (2016) *Introducción al Marketing y la comunicación en la empresa*. España: Esic editorial
- Bruner, J. (2001) *El proceso mental en el aprendizaje*. España: Narcea
- Carrasco, S. (2005). *Metodología de la investigación científica. Pautas metodológicas para diseñar y elaborar proyecto de investigación*. Perú: San Marcos.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de Recursos Humanos: El capital humano de las organizaciones*. (8^{va} Ed.) México: McGraw Hill.
- Cremschi, E. (2014) *Calidad de servicio y atención al cliente Ideas, métodos y técnicas para ganar y conquistar clientes*. (Primera Ed.) Argentina: Fondo Editorial Consejo.
- Cornejo, A. (2004) *Complejidad y Caos Guía para la Administración del siglo XX*. México: Ediciones Castillo

D' Agostino, G. (2007) *Aspectos teóricos de la evaluación educacional una orientación para su puesta en práctica en la enseñanza primaria*. Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a distancia San José

Diez, F. (2007) *Análisis de eficiencia de los departamentos universitarios de la Universidad de Sevilla*. España: Dykinson

Domjan, M. (2009) *Principios de Aprendizaje y Conducta*. España: Learning Paraninf

Drucker, P. (1990) *El ejecutivo eficaz*. Argentina: Editorial Sudamericana

Duch, I., Garibay F. y Querel E. (2005) *La capacitación, otro mundo*. (Primera Ed.) México: Unidad Pedagógica Nacional.

Escobar, H. y Cuartas, V. (2006) *Diccionario Económico Financiero*. Colombia: Sello editorial Universal de Medellín

Escobar, J. (2008) *Validez de contenido y Juicio de expertos: una aproximación a su utilización*. Colombia: Universidad El Bosque

Friego E. (2007). *¿Qué es la capacitación, y qué gana una organización al capacitar a su personal?* Recuperado de <http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/3639/Normas-en-tu-empresa>

Galicia, F. (2016) *La inspección de Educación: régimen jurídico*. España: Ministerio de Educación, cultura y deporte.

García L. (2011). *Calidad de Servicio y Satisfacción de los clientes del Banco Ripley S.A. – Agencia Mall Aventura Plaza, Trujillo, año 2011* (Tesis de economista). Recuperado de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/3890/garcia_g.pdf?sequence=1

George, D. y Mallery, P. (2003) *SPSS para Windows paso por paso Guía simple y referencia Actualización 11.0*. Estados Unidos: Allyn & Bacon

González, C. (2005) *Marcas notorias y renombradas. En la ley y la jurisprudencia*. España: La Ley

Hernández R. (2005) *Aprendamos a elaborar Exámenes escritos*. Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia. San José.

Hernández, Chumaceiro & Atencio (2009). *Calidad de servicio y recurso humano: caso estudio tienda por departamentos*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/290/29014477009.pdf>

Hernández, L. y Cruz, R. (2014). *Capacitación al personal administrativo de la clínica n° 23 del IMSS: Propuesta pedagógica respecto al cuidado de sí mismo y como mejora para las relaciones interpersonales* (Tesis de licenciatura). Recuperado de <http://132.248.9.195/ptd2014/febrero/410093801/410093801.pdf>

Hernández, S y Fernández, C y Baptista, L, (2006). *Metodología de la investigación*. (4^{ta} ed.). México: Mc Graw-Hill.

Kotler, P. (2002) *Dirección de Marketing, conceptos esenciales*. México: Pearson edición

Lascurain, I. (2012) *Diagnostico y Propuesta de mejora de calidad en el servicio de una empresa de unidades de energía eléctrica ininterrumpida* (Tesis de maestría). Recuperado de <http://www.bib.uia.mx/tesis/pdf/015599/015599.pdf>

Leontiev, A. (1983) *El desarrollo del psiquismo*. España: Akal

López, F (2007) *La accesibilidad universal y el desempeño para todos*. España: ACCEPLAN

López, M. y González, M. (2016) *Inteligencia en pareja Estrategias para relaciones exitosas*. Colombia: Gribaldo

Martell, B. y Sánchez A. (2013). *Plan de capacitación para mejorar el desempeño de los trabajadores operativos del Gimnasio "Sport Club" de la Ciudad de Trujillo, 2013* (Tesis de licenciatura). Recuperado de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/207/1/MARTELL_BEBETO_PLAN_CAPACITACION_DESEMPENO.pdf

Matamoros, A. (1993) *Fundamentos de Extensión Agropecuaria* (Primera Ed.) Costa Rica: San José, UNED

Mendoza, A. (2011) *Capacitación para la calidad y la productividad*. (4ta Ed.) México: Trillas.

Murillo, W. (2008) *La investigación científica* consultado el 18 de junio de 2018 Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos15/invest-cientifica/invest-cientifica.shtm>

Naciones Unidas (2004) *Transparencia colección de publicaciones de la UNCTAD sobre temas relacionados con los acuerdos Internacionales de inversión*. Suiza: Naciones unidas.

Nowell, C. (2015) *Capacitación y servicio al cliente, estudio realizado en los restaurantes Salón el Tecún y Pasaje Mediterráneo de la zona 1 de Quetzaltenango* (Tesis de licenciatura). Recuperado de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/Nowell-Crysta.pdf>

Ñahuarima Y. (2015). *Calidad de Servicio y Satisfacción del cliente de las Pollerías del Distrito de Andahuaylas, Provincia de Andahuaylas, Región Apurímac, 2015* (Tesis de licenciatura). Recuperado de http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/240/Yanina_%C3%91ahuarima_Tesis_Titulo_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Olvera, I. y Scherer O. (2009) *El cliente y la calidad en el servicio*. (Primera Ed.) México: Editorial Trillas.

Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988). *SERVQUAL: A multiple item scale for measuring customer perceptions of service quality*. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Valarie_Zeithaml/publication/225083802_SERVQUAL_A_multiple-Item_Scale_for_measuring_consumer_perceptions_of_service_quality/links/5429a4540cf27e39fa8e6531/SERVQUAL-A-multiple-Item-Scale-for-measuring-consumer-perceptions-of-service-quality.pdf

Paz, R. (2007) *Atención al cliente Guía practica de técnicas y estrategias* (Primera Ed.) España: Ideas propias

Perdigrero, M. (2017) *Diseño y organización de Almacén .COML0309* (Primera Ed.) España: IC Editorial

Pérez, V. (2007) *Calidad total en la atención al cliente, Pautas para garantizar la excelencia en el servicio*. España: Ideas Propias

Populo, M. (2002) *La exposición universal de Sevilla 1992: Efectos sobre el crecimiento económico Andaluz*. España: Universidad de Sevilla

Reyes R. (2016) *El desarrollo de la habilidad profesional pedagógica utilizar software educativo por docentes de Ciego de Ávila*. Cuba: Grin

Reyes, V. (2014) *Gestión de recursos laborales, formativos y análisis de puestos de trabajo para la inserción socio laboral de personas con discapacidad*. España: Editorial tutor formación

Reza (2000). *La importancia de la capacitación en la productividad*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/la-importancia-de-la-capacitacion-en-la-productividad/>

Riveros, P. (2007) *Sistema de Gestión y calidad del servicio* (3era Ed.) Colombia: Ecoe Ediciones.

Sánchez, M. (2014) *Impartición de acciones formativas para el empleo*. España: Elearning SL

Sánchez M. (2014). *Capacitación en habilidades de Atención al cliente para mejorar la Calidad del servicio brindado en “el Restaurante Mar Picante” de la Ciudad de Trujillo* (Tesis de licenciatura). Recuperado de <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/351?mode=full>

Santiago J. (1999). *La calidad de servicio bancario: Entre la fidelidad y la Ruptura* (Tesis de doctorado). Recuperado de <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19972000/S/2/S2034501.pdf>

Sigcho, M. (2015) *Proceso de elaboración de un plan de capacitación que permita un mejor rendimiento y aumento de la satisfacción laboral con parámetro basado en la evaluación de desempeño con Productos Avon S.A* (Tesis de licenciatura). Recuperado de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/1814/1/UDLA-EC-TPO-2011-12.pdf>

- Siliceo, A. (2008) *Capacitación y desarrollo de personal*. (4ta Ed.) México: Limusa.
- Terrádez, M. (2001) *Frecuencias léxicas del español coloquial: Análisis cuantitativo y cualitativo*. España: Artes gráficas Soler
- Tobón, S., Pimienta, J. y García, J. (2010) *Secuencias didácticas: Aprendizaje y evaluación de competencias*. México: Pearson
- Toro I. & Parra R., (2006). *Método y conocimiento: metodología de la investigación*. (Primera ed.). Colombia: Fondo editorial Universidad EAFIT. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=4Y-kHGjEjy0C&pg=PA158&dq=dise%C3%B1o+no+experimental+transversal&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=dise%C3%B1o%20no%20experimental%20transversal&f=false
- Trespacios, J., Vázquez, R. y Bello L. (2005) *Investigación de mercados: métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones de marketing*. España: Ediciones Paraninfo
- Vargas, M. y Aldana L. (2014) *Calidad y Servicios Conceptos y herramientas*. (3era Ed.) Colombia: Ecoe Ediciones.
- Velarde, C. y Medina, D. (2016). *Calidad de servicio y la relación con la Satisfacción de los clientes del Centro de Aplicación Productos Unión, del Distrito de Lurigancho, durante el año 2016* (Tesis de licenciatura). Recuperado de <http://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/373>
- Velasco, J. (2010) *Gestión de calidad, Mejora continua y sistemas de Gestión. Teoría y práctica*. (Primera Ed.) España: Ediciones Pirámide.

Anexos

CUESTIONARIO:

El presente cuestionario tipo Likert está dirigido a los colaboradores la Agencia La Marina del Banco de Crédito del Perú, San Miguel, 2018. Es de carácter anónimo y tiene como objetivo conocer **La capacitación y su influencia en la calidad del servicio**. Por lo cual se solicita marcar con una X donde corresponda con la mayor sinceridad posible.

	ÍTEMS	NUNCA	CASI NUNCA	AVECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	¿Las charlas virtuales brindadas por el Banco de Crédito del Perú perfeccionan a sus colaboradores?					
2	¿Las visitas efectuadas por el colaborador en el proceso de inducción para hacer "sombra" de los tutores instruyen en el reconocimiento del teller y en la atención al cliente?					
3	¿Las prácticas calificadas del campus virtual le ayudaron a aumentar sus conocimientos al respecto de sus funciones laborales?					
4	¿Las clases de la etapa presencial en la capacitación del simulador de operaciones son claras y concisas?					
5	¿Las actividades de la capacitación influyen en la calidad de servicio del Banco de Crédito del Perú en la Agencia La Marina?					
6	¿Dentro de la capacitación aprendió correctamente los procedimientos que desempeña en su puesto de trabajo?					
7	¿El instructor demuestra interés en absolver las dudas con respecto al uso del teller y el proceso de atención al cliente?					
8	¿Las enseñanzas brindadas son comprensibles en la etapa de autoaprendizaje y presencial?					
9	¿Logró adaptarse a las funciones operativas del manejo de dinero, y el trato al cliente?					
10	¿Las habilidades de la capacitación influyen en la calidad de servicio del Banco de Crédito del Perú en la Agencia La Marina?					
11	¿Obtuvo un tiempo óptimo en el conteo de billetes y detección de billetes falsos?					
12	¿En la etapa "On the job" sus compañeros le demostraron apoyo entre ellos, cada vez que se pueda sin interferir con la atención al cliente?					
13	¿La capacitación influye en la calidad de servicio del Banco de Crédito del Perú en la Agencia La Marina?					
14	¿Desarrolló una óptima atención hacia los clientes?					
15	¿Los conocimientos de la capacitación influyen en la calidad de servicio del Banco de Crédito del Perú en la Agencia La Marina?					
16	¿Considera que el conocimiento aprendido fue desde el nivel básico hasta algunos niveles más complejos?					
17	¿Manejó adecuadamente las operaciones respetando el protocolo de atención al cliente?					
18	¿Utiliza siempre el vocabulario financiero?					
19	¿En la evaluación final puso a prueba todo lo aprendido en el proceso de capacitación?					

MUCHAS GRACIAS

CUESTIONARIO:

El presente cuestionario tipo Likert está dirigido a los clientes asiduos de la Agencia La Marina del Banco de Crédito del Perú, San Miguel, 2018. Es de carácter anónimo y tiene como objetivo conocer **La capacitación y su influencia en la calidad del servicio**. Por lo cual se solicita marcar con una X donde corresponda con la mayor sinceridad posible.

	ÍTEMS	NUNCA	CASI NUNCA	AVECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	¿El Banco de Crédito del Perú demuestra confiabilidad al momento de llevar a cabo alguna transacción financiera?					
2	¿Está de acuerdo con el renombre que tiene el Banco de Crédito del Perú como el banco líder a nivel nacional?					
3	¿Los colaboradores demuestran transparencia al momento de brindar información u ofrecer algún producto?					
4	¿Los equipos e instalaciones son óptimos para generar una buena atención?					
5	¿El ingreso y uso de los canales de atención demuestran un acceso fácil y agradable?					
6	¿El Banco de Crédito del Perú demuestra y brinda seguridad al momento de compartir información confidencial?					
7	¿Los colaboradores conocen sus labores y responden óptimamente las dudas de los clientes?					
8	¿Los colaboradores demuestran una atención personalizada?					
9	¿Los colaboradores demuestran empatía con respecto a problemas o dudas del cliente?					
10	¿Considera que los colaboradores demuestran una comunicación fluida y amigable?					
11	¿Los colaboradores reconocen las necesidades y efectúan las operaciones que requieren los clientes?					
12	¿La implementación de educación financiera ayuda a los clientes a controlar sus gastos?					
13	¿La atención brindada por los colaboradores es competente y eficaz?					
14	¿Considera que los colaboradores tuvieron una gestión eficiente en la atención al cliente?					
15	¿Reconoce y agradece el cliente por la calidad de atención brindada por el colaborador del Banco de Crédito del Perú?					

MUCHAS GRACIAS

Juicio de experto

MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE OBTENCION DE DATOS							
Título de la investigación: La capacitación y la calidad del servicio en la Agencia La Marina del Banco de Crédito del Perú, San Miguel, 2018.							
Apellidos y nombres del investigador: Jorges Valdez, Figena Andino							
Apellidos y nombres del experto: Edwin Arce Alvarez De Econ. Reg. CEC 404							
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO		
					SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
La Capacitación	Actividades	Charlas	1. ¿La charlas virtuales brindadas por el Banco de Crédito del Perú perfecciona a sus colaboradores?	1= Nunca 2= Casi nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre	/		
		Vistas	2. ¿Las vistas efectuadas por el colaborador en el proceso de inducción para hacer "sombra" de los tutores instruyen en el reconocimiento del teller y en la atención al cliente?		/		
		Prácticas calificadas	3. ¿Las prácticas calificadas del campus virtual le ayudaron a aumentar sus conocimientos al respecto de sus funciones laborales?		/		
		Clases	4. ¿Las clases de la etapa presencial en la capacitación del simulador de operaciones son: claras y concisas?		/		
		Procedimientos	5. ¿Las actividades de la capacitación influyen en la calidad de servicio del Banco de Crédito del Perú en la Agencia La Marina?		/		
			6. ¿Dentro de la capacitación aprendió correctamente los procedimientos que desempeña en su puesto de trabajo?		/		
		Seguimiento	7. ¿El instructor demuestra interés en absolver las dudas con respecto al uso del teller y el proceso de atención al cliente?		/		
	Habilidades	Facilidad de aprendizaje	8. ¿Las enseñanzas brindadas son comprensibles en la etapa de autoaprendizaje y presencial?		/		
		Adaptabilidad	9. ¿Logró adaptarse a las funciones operativas del manejo de dinero, y el trato al cliente?		/		
		Destreza	10. ¿Las habilidades de la capacitación influyen en la calidad de servicio del Banco de Crédito del Perú en la Agencia La Marina?		/		
			11. ¿Obtuvo un tiempo óptimo en el conteo de billetes y detección de billetes falsos?		/		
		Trabajo en equipo	12. ¿En la etapa "On the job" sus compañeros le demostraron apoyo entre ellos, cada vez que se pueda sin interferir con la atención al cliente?		/		
	Atención al cliente	13. ¿La capacitación influye en la calidad de servicio del Banco de Crédito del Perú en la Agencia La Marina?	/				
		14. ¿Desarrolló una óptima atención hacia los clientes?	/				
	Conocimientos	Aprendizaje continuo	15. ¿Los conocimientos de la capacitación influyen en la calidad de servicio del Banco de Crédito del Perú en la Agencia La Marina?		/		
			16. ¿Considera que el conocimiento aprendido fue desde el nivel básico hasta algunos niveles más complejos?		/		
		Operatividad	17. ¿Manejó adecuadamente las operaciones respetando el protocolo de atención al cliente?		/		
		Vocabulario	18. ¿Utiliza siempre el vocabulario financiero?		/		
		Evaluación	19. ¿En la evaluación final puso a prueba todo lo aprendido en el proceso de capacitación?		/		

Calidad del servicio	Atributos	Confiability	20. ¿El Banco de Crédito del Perú demuestra confiabilidad al momento de llevar a cabo alguna transacción financiera?	/		
		Renombre de marca	21. ¿Está de acuerdo con el renombre que tiene el Banco de Crédito del Perú como el banco líder a nivel nacional?	/		
		Transparencia	22. ¿Los colaboradores demuestran transparencia al momento de brindar información u ofrecer algún producto?	/		
		Infraestructura	23. ¿Los equipos e instalaciones son óptimos para generar una buena atención?	/		
	Expectativas	Acceso	24. ¿El ingreso y uso de los canales de atención demuestran un acceso fácil y agradable?	/		
		Seguridad	25. ¿El Banco de Crédito del Perú demuestra y brinda seguridad al momento de compartir información confidencial?	/		
		Capacidad de respuesta	26. ¿Los colaboradores conocen sus labores y responden óptimamente las dudas de los clientes?	/		
		Atención personalizada	27. ¿Los colaboradores demuestran una atención personalizada?	/		
	Valor agregado	Empatía	28. ¿Los colaboradores demuestran empatía con respecto a problemas o dudas del cliente?	/		
		Comunicación	29. ¿Considera que los colaboradores demuestran una comunicación fluida y amigable?	/		
		Conocimiento del cliente	30. ¿Los colaboradores reconocen las necesidades y efectúan las operaciones que requieren los clientes?	/		
		Responsabilidad social	31. ¿La implementación de educación financiera ayuda a los clientes a controlar sus gastos?	/		
	Satisfacción	Competencia	32. ¿La atención brindada por los colaboradores es competente y eficaz?	/		
		Eficiencia	33. ¿Considera que los colaboradores tuvieron una gestión eficiente en la atención al cliente?	/		
Retroalimentación		34. ¿Reconoce y agradece el cliente por la calidad de atención brindada por el colaborador del Banco de Crédito del Perú?	/			
Firma del experto			Edwin Arce Alvarez Dr. Econ. Res. CEC 40A	Fecha	26-06-18	

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

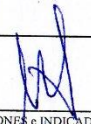
MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE OBTENCION DE DATOS

Título de la investigación: La capacitación y la calidad del servicio en la Agencia La Marina del Banco de Crédito del Perú, San Miguel, 2018.

Apellidos y nombres del investigador: Jorge Valdez, Franco André

Apellidos y nombres del experto: DR. COSTILLA CASTILLO, PEDRO

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ASPECTO POR EVALUAR		OPINIÓN DEL EXPERTO		
			ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
La Capacitación	Actividades	Charlas	1.¿La charlas virtuales brindadas por el Banco de Crédito del Perú perfecciona a sus colaboradores?	1= Nunca 2= Casi nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre	/		
		Visitas	2.¿Las visitas efectuadas por el colaborador en el proceso de inducción para hacer "sombra" de los tutores instruyen en el reconocimiento del teller y en la atención al cliente?		/		
		Prácticas calificadas	3.¿Las prácticas calificadas del campus virtual le ayudaron a aumentar sus conocimientos al respecto de sus funciones laborales?		/		
		Clases	4.¿Las clases de la etapa presencial en la capacitación del simulador de operaciones son claras y concisas?		/		
		Procedimientos	5.¿Las actividades de la capacitación influyen en la calidad de servicio del Banco de Crédito del Perú en la Agencia La Marina?		/		
			6.¿Dentro de la capacitación aprendió correctamente los procedimientos que desempeña en su puesto de trabajo?		/		
		Seguimiento	7.¿El instructor demuestra interés en absolver las dudas con respecto al uso del teller y el proceso de atención al cliente?		/		
	Habilidades	Facilidad de aprendizaje	8.¿Las enseñanzas brindadas son comprensibles en la etapa de autoaprendizaje y presencial?		/		
		Adaptabilidad	9.¿Logró adaptarse a las funciones operativas del manejo de dinero, y el trato al cliente?		/		
		Destreza	10.¿Las habilidades de la capacitación influyen en la calidad de servicio del Banco de Crédito del Perú en la Agencia La Marina?		/		
			11.¿Obtuvo un tiempo óptimo en el conteo de billetes y detección de billetes falsos?		/		
		Trabajo en equipo	12.¿En la etapa "On the job" sus compañeros le demostraron apoyo entre ellos, cada vez que se pueda sin interferir con la atención al cliente?		/		
		Atención al cliente	13.¿La capacitación influye en la calidad de servicio del Banco de Crédito del Perú en la Agencia La Marina?		/		
	14.¿Desarrolló una óptima atención hacia los clientes?		/				
	Conocimientos	Aprendizaje continuo	15.¿Los conocimientos de la capacitación influyen en la calidad de servicio del Banco de Crédito del Perú en la Agencia La Marina?		/		
			16.¿Considera que el conocimiento aprendido fue desde el nivel básico hasta algunos niveles más complejos?		/		
		Operatividad	17.¿Manejó adecuadamente las operaciones respetando el protocolo de atención al cliente?		/		
		Vocabulario	18.¿Utiliza siempre el vocabulario financiero?		/		
	Evaluación	19.¿En la evaluación final puso a prueba todo lo aprendido en el proceso de capacitación?	/				

Calidad del servicio	Atributos	Confiabilidad	20. ¿El Banco de Crédito del Perú demuestra confiabilidad al momento de llevar a cabo alguna transacción financiera?	/		
		Renombre de marca	21. ¿Está de acuerdo con el renombre que tiene el Banco de Crédito del Perú como el banco líder a nivel nacional?	/		
		Transparencia	22. ¿Los colaboradores demuestran transparencia al momento de brindar información u ofrecer algún producto?	/		
		Infraestructura	23. ¿Los equipos e instalaciones son óptimos para generar una buena atención?	/		
	Expectativas	Acceso	24. ¿El ingreso y uso de los canales de atención demuestran un acceso fácil y agradable?	/		
		Seguridad	25. ¿El Banco de Crédito del Perú demuestra y brinda seguridad al momento de compartir información confidencial?	/		
		Capacidad de respuesta	26. ¿Los colaboradores conocen sus labores y responden óptimamente las dudas de los clientes?	/		
		Atención personalizada	27. ¿Los colaboradores demuestran una atención personalizada?	/		
	Valor agregado	Empatía	28. ¿Los colaboradores demuestran empatía con respecto a problemas o dudas del cliente?	/		
		Comunicación	29. ¿Considera que los colaboradores demuestran una comunicación fluida y amigable?	/		
		Conocimiento del cliente	30. ¿Los colaboradores reconocen las necesidades y efectúan las operaciones que requieren los clientes?	/		
		Responsabilidad social	31. ¿La implementación de educación financiera ayuda a los clientes a controlar sus gastos?	/		
	Satisfacción	Competencia	32. ¿La atención brindada por los colaboradores es competente y eficaz?	/		
		Eficiencia	33. ¿Considera que los colaboradores tuvieron una gestión eficiente en la atención al cliente?	/		
Retroalimentación		34. ¿Reconoce y agradece el cliente por la calidad de atención brindada por el colaborador del Banco de Crédito del Perú?	/			
Firma del experto		Fecha				
		26-06-18				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE OBTENCION DE DATOS							
Título de la investigación: La capacitación y la calidad del servicio en la Agencia La Marina del Banco de Crédito del Perú, San Miguel, 2018.							
Apellidos y nombres del investigador: Jorge Valdez, Franco Adri							
Apellidos y nombres del experto: <i>Dr. Edilberto G. Rosales Dominguez</i>							
ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
La Capacitación	Actividades	Charlas	1. ¿La charlas virtuales brindadas por el Banco de Crédito del Perú perfecciona a sus colaboradores?	1= Nunca 2= Casi nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre	/		
		Visitas	2. ¿Las visitas efectuadas por el colaborador en el proceso de inducción para hacer "sombra" de los tutores instruyen en el reconocimiento del teller y en la atención al cliente?		/		
		Prácticas calificadas	3. ¿Las prácticas calificadas del campus virtual le ayudaron a aumentar sus conocimientos al respecto de sus funciones laborales?		/		
		Clases	4. ¿Las clases de la etapa presencial en la capacitación del simulador de operaciones son claras y concisas?		/		
		Procedimientos	5. ¿Las actividades de la capacitación influyen en la calidad de servicio del Banco de Crédito del Perú en la Agencia La Marina?		/		
			6. ¿Dentro de la capacitación aprendió correctamente los procedimientos que desempeña en su puesto de trabajo?		/		
	Seguimiento	7. ¿El instructor demuestra interés en absolver las dudas con respecto al uso del teller y el proceso de atención al cliente?	/				
	Habilidades	Facilidad de aprendizaje	8. ¿Las enseñanzas brindadas son comprensibles en la etapa de autoaprendizaje y presencial?		/		
		Adaptabilidad	9. ¿Logró adaptarse a las funciones operativas del manejo de dinero, y el trato al cliente?		/		
		Destreza	10. ¿Las habilidades de la capacitación influyen en la calidad de servicio del Banco de Crédito del Perú en la Agencia La Marina?		/		
			11. ¿Obtuvo un tiempo óptimo en el conteo de billetes y detección de billetes falsos?		/		
		Trabajo en equipo	12. ¿En la etapa "On the job" sus compañeros le demostraron apoyo entre ellos, cada vez que se pueda sin interferir con la atención al cliente?		/		
		Atención al cliente	13. ¿La capacitación influye en la calidad de servicio del Banco de Crédito del Perú en la Agencia La Marina?		/		
	14. ¿Desarrolló una óptima atención hacia los clientes?		/				
	Conocimientos	Aprendizaje continuo	15. ¿Los conocimientos de la capacitación influyen en la calidad de servicio del Banco de Crédito del Perú en la Agencia La Marina?		/		
			16. ¿Considera que el conocimiento aprendido fue desde el nivel básico hasta algunos niveles más complejos?		/		
		Operatividad	17. ¿Manejó adecuadamente las operaciones respetando el protocolo de atención al cliente?		/		
		Vocabulario	18. ¿Utiliza siempre el vocabulario financiero?		/		
		Evaluación	19. ¿En la evaluación final puse a prueba todo lo aprendido en el proceso de capacitación?		/		

Calidad del servicio	Atributos	Confiabilidad	20. ¿El Banco de Crédito del Perú demuestra confiabilidad al momento de llevar a cabo alguna transacción financiera?	/		
		Renombre de marca	21. ¿Está de acuerdo con el renombre que tiene el Banco de Crédito del Perú como el banco líder a nivel nacional?	/		
		Transparencia	22. ¿Los colaboradores demuestran transparencia al momento de brindar información u ofrecer algún producto?	/		
		Infraestructura	23. ¿Los equipos e instalaciones son óptimos para generar una buena atención?	/		
	Expectativas	Acceso	24. ¿El ingreso y uso de los canales de atención demuestran un acceso fácil y agradable?	/		
		Seguridad	25. ¿El Banco de Crédito del Perú demuestra y brinda seguridad al momento de compartir información confidencial?	/		
		Capacidad de respuesta	26. ¿Los colaboradores conocen sus labores y responden óptimamente las dudas de los clientes?	/		
		Atención personalizada	27. ¿Los colaboradores demuestran una atención personalizada?	/		
	Valor agregado	Empatía	28. ¿Los colaboradores demuestran empatía con respecto a problemas o dudas del cliente?	/		
		Comunicación	29. ¿Considera que los colaboradores demuestran una comunicación fluida y amigable?	/		
		Conocimiento del cliente	30. ¿Los colaboradores reconocen las necesidades y efectúan las operaciones que requieren los clientes?	/		
		Responsabilidad social	31. ¿La implementación de educación financiera ayuda a los clientes a controlar sus gastos?	/		
	Satisfacción	Competencia	32. ¿La atención brindada por los colaboradores es competente y eficaz?	/		
		Eficiencia	33. ¿Considera que los colaboradores tuvieron una gestión eficiente en la atención al cliente?	/		
Retroalimentación		34. ¿Reconoce y agradece el cliente por la calidad de atención brindada por el colaborador del Banco de Crédito del Perú?	/			
Firma del experto		Fecha				
		26/06/18				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

Matriz de SPSS 24

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 62 de 62 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	
1	2	1	4	2	2	1	1	4	1	1	3	3	3	3	5	
2	1	2	3	2	3	3	2	4	1	1	2	2	2	2	2	
3	3	4	2	3	3	4	2	4	1	4	3	2	2	2	2	
4	4	5	1	5	4	5	3	2	1	2	2	3	4	5	1	
5	4	4	2	2	2	4	2	1	1	4	4	5	4	2	3	
6	5	5	3	4	3	4	4	4	1	5	5	5	4	4	2	
7	5	4	1	2	3	4	4	5	2	4	4	5	5	4	1	
8	1	2	2	3	3	3	3	4	2	2	1	2	2	3	2	
9	1	4	1	2	2	3	2	5	2	2	2	2	5	3	1	
10	4	4	3	3	3	4	2	4	2	2	2	3	3	3	2	
11	4	4	2	1	5	5	4	5	2	4	3	4	4	5	2	
12	4	2	5	3	3	2	3	4	2	3	1	2	2	4	4	
13	3	4	3	3	3	4	3	5	2	3	1	2	2	4	3	
14	5	3	3	4	2	3	5	4	3	3	3	3	4	3	2	
15	5	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	1	
16	2	2	2	2	2	3	1	1	3	4	4	2	1	1	2	
17	1	1	3	1	3	1	1	1	3	3	2	2	1	3	2	
18	2	2	3	2	2	2	2	1	3	2	2	1	2	2	3	
19	4	4	3	1	5	5	4	3	3	1	3	4	4	5	3	
20	4	5	4	5	4	5	3	5	4	2	2	3	4	5	5	
21	2	2	3	2	2	3	1	1	4	1	1	1	3	1	3	
22	4	4	2	2	2	4	2	2	4	1	4	1	4	3	2	
23	5	5	1	4	4	4	5	3	5	1	4	4	4	4	2	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	P1	Numérico	8	0	1.-¿La charlas ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	P2	Numérico	8	0	2.-¿Las visitas ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	P3	Numérico	8	0	3.-¿Las práctic...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	P4	Numérico	8	0	4.-¿Las clases ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	P5	Numérico	8	0	5.-¿Dentro de l...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	P6	Numérico	8	0	6.-¿El instructo...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	P7	Numérico	8	0	7.-¿Las enseña...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	P8	Numérico	8	0	8.-¿Logró adapt...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	P9	Numérico	8	0	9.-¿Obtuvo un t...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	P10	Numérico	8	0	10.-¿En la etap...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	P11	Numérico	8	0	11.-¿Desarrollo...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	P12	Numérico	8	0	12.-¿Considera...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	P13	Numérico	8	0	13.-¿Manejó ad...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	P14	Numérico	8	0	14.-¿Utiliza sie...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
15	P15	Numérico	8	0	15.-¿En la eval...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
16	P16	Numérico	8	0	16.-¿La capacit...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
17	P17	Numérico	8	0	17.-¿Las activid...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
18	P18	Numérico	8	0	18.-¿Las habili...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
19	P19	Numérico	8	0	19.-¿Los conoc...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
20	P20	Numérico	8	0	20.-¿El Banco ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
21	P21	Numérico	8	0	21.-¿Está de a...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
22	P22	Numérico	8	0	22.-¿Los colab...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
23	P23	Numérico	8	0	23.-¿Los equip...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
24	P24	Numérico	8	0	24.-¿El ingreso...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
25	P25	Numérico	8	0	25.-¿El Banco ...	{1, Nunca}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada

Vista de datos **Vista de variables**

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Unicode:ON

Matriz de consistencia

Título: Capacitación en la calidad del servicio en la agencia La Marina del Banco de Crédito del Perú, San Miguel, 2018.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS
<p>GENERAL: ¿Cómo influye la capacitación en la calidad de servicio del Banco de Crédito del Perú en la Agencia La Marina, San Miguel, 2018?</p>	<p>GENERAL: Determinar cómo influye la capacitación en la calidad de servicio del Banco de Crédito del Perú en la Agencia La Marina, San Miguel, 2018.</p>	<p>GENERAL: La capacitación influye en la calidad de servicio del Banco de Crédito del Perú en la Agencia La Marina, San Miguel, 2018.</p>
<p>ESPECÍFICOS: ¿Cómo influyen las actividades de la capacitación en la calidad de servicio del Banco de Crédito del Perú en la Agencia La Marina, San Miguel, 2018?</p>	<p>ESPECÍFICOS: Determinar cómo influyen las actividades de la capacitación en la calidad de servicio del Banco de Crédito del Perú en la Agencia La Marina, San Miguel, 2018.</p>	<p>ESPECÍFICAS: Las actividades de la capacitación influyen en la calidad de servicio del Banco de Crédito del Perú en la Agencia La Marina, San Miguel, 2018.</p>
<p>¿Cómo influyen las habilidades de la capacitación en la calidad de servicio del Banco de Crédito del Perú en la Agencia La Marina, San Miguel, 2018?</p>	<p>Determinar cómo influyen las habilidades de la capacitación en la calidad de servicio del Banco de Crédito del Perú en la Agencia La Marina, 2018.</p>	<p>Las habilidades de la capacitación influyen en la calidad de servicio del Banco de Crédito del Perú en la Agencia La Marina, San Miguel, 2018.</p>
<p>¿Cómo influyen los conocimientos de la capacitación en la calidad de servicio del Banco de Crédito del Perú en la Agencia La Marina, San Miguel, 2018?</p>	<p>Determinar cómo influyen los conocimientos de la capacitación en la calidad de servicio del Banco de Crédito del Perú en la Agencia La Marina, San Miguel, 2018.</p>	<p>Los conocimientos de la capacitación influyen en la calidad de servicio del Banco de Crédito del Perú en la Agencia La Marina, San Miguel, 2018.</p>

Fuente: Elaboración del investigador