

**UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZAN"
HUÁNUCO**



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**LA CAPACITACIÓN DEL PERSONAL Y SU INFLUENCIA EN
LOS SERVICIOS DE LA EMPRESA "EL SEÑOR LIMÓN" EN
LA CIUDAD DE HUÁNUCO – 2016.**

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

TESISTAS: - BUENO HUAMALI, Gregoria
- FABIAN CAMARA, Marleny Ruthy
- JARA RUIZ, Juana Jesabel

AESOR : Dr. David Martel Zevallos

HUÁNUCO – 2017

DEDICATORIA

A Dios, a mis padres (madre Florentina H. S. y padre Leoncio B.B.) y a mi hijo (Mateo L.) quienes son el motivo y el impulso para seguir adelante, porque ellos han dado razón a mi vida, por sus consejos, su apoyo incondicional y su paciencia, porque todo lo que hoy soy es gracias a ellos.

DEDICATORIA

A Dios por la gracia concedida de vivir esta experiencia.
A mi padre (Reynaldo J.D.), por su amor trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a el eh logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy.

Juana J.R.

DEDICATORIA

A Dios por la gracia concedida de vivir esta experiencia.
A mis padres, por el apoyo y ejemplo inculcado a todos sus hijos.

Marleny .F.C.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|--|----|
| Dedicatoria | 02 |
| Índice General | 03 |
| Introducción | 04 |
| | |
| I. Problema de Investigación | 06 |
| 1.1 Planteamiento del Problema | 06 |
| 1.2 Formulación del Problema | 08 |
| 1.3 Objetivos de la Investigación | 09 |
| 1.4 Formulación de Hipótesis | 10 |
| 1.5 Variable e Indicadores | 11 |
| 1.6 Operacionalización de las Variables | 11 |
| 1.7 Justificación e Importancia | 13 |
| 1.8 Viabilidad | 15 |
| 1.9 Limitaciones | 17 |
| | |
| II. Marco Teórico | 18 |
| 2.1 Antecedentes de la Investigación | 18 |
| 2.2 Bases Teóricas | 21 |
| 2.3 Definición de Términos | 37 |
| | |
| III. Marco Metodológico | 39 |
| 3.1 Nivel de Investigación | 39 |
| 3.2 Tipos de Investigación | 39 |
| 3.3 Diseño de la Investigación | 40 |
| 3.4 Población y Muestra | 41 |
| 3.5 Técnicas de Recolección y Tratamiento de Datos | 45 |
| 3.6 Procesamiento y Presentación de Datos | 45 |
| | |
| IV. Resultados | 47 |
| | |
| Discusión de Resultados | 78 |
| Con los Antecedentes | 78 |
| Con la Hipótesis | 81 |
| Conclusiones | 84 |
| Sugerencias | 85 |
| Bibliografía | 86 |
| Anexos | 87 |

INTRODUCCIÓN

Toda actividad del ser humano en sociedad requiere de un conocimiento previo, de tal manera que lo que realice, lo haga con seguridad, con calidad y efectividad, obteniendo resultados esperados, satisfactorios y remunerativos. El hombre para su subsistencia, tiene que satisfacer necesidades de vida, estas necesidades van desde las básicas de subsistencia como lo son la alimentación, vestido, salud, hasta las necesidades de afiliación y afecto, de estima y autorrealización.

Para poder solventar estas necesidades, el hombre tiene la necesidad de recibir ingresos monetarios. Para ello, algunos ejercen el comercio, otros se integran a algunas empresas que le remunere a cambio de sus servicios. El presente proyecto está referido únicamente a la opción de las personas que se integran a alguna empresa a cambio de un salario remunerativo. Una vez integrado, el individuo pasa a formar parte de un equipo de trabajo, el cual exige ciertos conocimientos para poder realizar las actividades que le otorgue.

Toda empresa requiere, para su funcionamiento, de personas que integren en un equipo, que estén conformados según nivel jerárquico (directivo, administrativos, y personal operativo). Y para lo cual se recluta el personal necesario, de acuerdo a las necesidades de cada nivel de la empresa. Da inicio a lo que se llama el desarrollo de los Recursos Humanos.

Para que un personal desempeñe eficientemente su labor es necesario capacitarle para que así obtengan el conocimiento necesario para que así se

sienta satisfecho tanto el personal como la Empresa. La capacitación es muy importante para cada organización, al mismo tiempo tiene una importancia clave para la subsistencia y desarrollo de las empresa, estas necesitan que el personal conozca lo último en todos los aspectos relacionados con sus actividades laborales diarias. Para ello, se debe procurar el desarrollo de los Recursos Humanos, que busca el crecimiento integral de la persona y la expansión total de sus aptitudes y habilidades. Las empresas dependen para su funcionamiento, evolución y logro de objetivos, primordialmente del talento humano y/o capital intelectual con que cuenta.

La capacitación no debe verse simplemente como una obligación que hay que cumplir porque lo manda la ley. Es una inversión que trae beneficios a la persona y a la empresa.

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1. Planteamiento del Problema

En relación a la ocupación de cargos, se toma en cuenta más la antigüedad del personal en la institución que el desarrollo de sus aptitudes hacia determinadas áreas, aunque el perfil ocupacional de cada puesto de trabajo se encuentra bien definido y estructurado, se carece de los Recursos Humanos que lo desempeñe, debido a la escasez de personal. En función a esto, la capacitación, juega un papel importante, sobre todo hoy en día debido al desarrollo de nuevas tecnologías de la información, como la informática, la cual es necesaria para desarrollar actividades en forma computarizada, sin embargo se ha percibido que un porcentaje del personal no está preparado para el manejo de estas tecnologías.

En el ámbito internacional una de las empresas líder es “Mac Donald” el cual brinda un buen servicio y actualmente tiene una cadena de sucursales en diversas partes del mundo, esta empresa hace una selección rigurosa para contratar a su personal, brinda capacitaciones continuas a sus trabajadores acerca del servicio al cliente. Hay teorías que describe sobre la aplicación de capacitaciones en los trabajadores teniendo como problema principal la mala atención al cliente, estas teorías ponen como solución, dar motivaciones a los

trabajadores que tengan mejor desempeño frente a las capacitaciones. Estas teorías también nos confirman que es necesario capacitar al personal para lograr un buen servicio.

Así mismo se tiene que en el Perú una de las empresas que más destaca es la cevichería “La Mar” del reconocido chef “Gastón Acurio”, la cual no solo es conocida por el buen sabor de sus platos, sino también por el buen servicio que brinda, esta empresa no solo se dedica a servir un buen plato sino que también se enfatiza en la selección del personal adecuado y capacitarlos constantemente.

La empresa de comida rápida “El Viajero” es una de las empresas más conocidas a nivel regional siendo una empresa líder en la ciudad de Huánuco, actualmente viene teniendo un gran crecimiento en el mercado y la aceptación de los clientes por ofrecer un buen servicio, limpieza adecuada y uniforme presentable.

Por otro lado en el ámbito local se tiene a la empresa “El Señor Limón” que viene ofreciendo un pésimo servicio al cliente, con ambientes antihigiénicos e inadecuados, pésima presentación del personal, demora en la atención al cliente y desconocimiento del personal en cuanto a las necesidades del cliente.

También se observa que el personal desconoce sus funciones y los reglamentos de la empresa, están mal organizados, falta de incentivo, la mala comunicación Jefe – Subordinado y personal incapacitado para la atención al cliente.

Si la empresa “El Señor Limón” no toma las medidas correspondientes, no realiza las capacitaciones adecuadas hacia su personal y no toma interés en desarrollar programas que permitan mejorar la atención al cliente, se verá afectado en cuanto a sus ingresos y su participación en el mercado, siendo así desplazado definitivamente del mercado.

Estos síntomas originan un bajo rendimiento de las competencias laborales del Talento Humano que pertenece a esta empresa debido a que en la mayoría de los casos tienden a ofrecer un buen producto más no un buen servicio. En vista de la problemática planteada, se ha detectado la necesidad imperante de analizar las competencias laborales y más que todo de capacitar al personal que pertenece a la empresa dentro de un esquema de eficiencia.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema General:

¿De qué manera la capacitación del personal influye en los servicios de la Empresa “El Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco - 2016?

1.2.2.- Problemas Específicos:

- ¿Cómo influye la capacitación conceptual del personal en los servicios de la Empresa “El Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco -2016?

- ¿Cómo influye la capacitación procedimental del personal en los servicios de la Empresa “El Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco -2016?
- ¿Cómo influye la capacitación actitudinal del personal en los servicios de la Empresa “El Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco -2016?
- ¿Cómo influye la capacitación motivacional del personal en los servicios de la Empresa “El Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco -2016?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo General:

- Determinar el grado de influencia de la capacitación del personal en el servicio que brinda la Empresa “El Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco – 2016.

1.3.2. Objetivos Específicos:

- Describir la influencia que existe entre la Capacitación conceptual del personal y los servicios que brinda la Empresa el “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016.
- Determinar la influencia que existe entre la capacitación procedimental y los servicios que brinda la Empresa el “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016.

- Identificar la influencia que existe entre la capacitación actitudinal y los servicios que brinda la Empresa el “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016.
- Identificar la influencia que existe entre la capacitación motivacional del personal y los servicios que brinda la Empresa el “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016.

1.4. Formulación de Hipótesis

1.4.1. Hipótesis General:

H_i : La capacitación del personal influye positivamente en el servicio que brinda la Empresa el “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016.

1.4.2. Hipótesis Específicos.-

H_i 1: La capacitación conceptual del personal influye positivamente en los servicios que brinda la Empresa el “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016.

H_i 2: La capacitación procedimental del personal influye positivamente en los servicios que brinda la Empresa el “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016.

H_i 3: La capacitación actitudinal del personal influye positivamente en los servicios que brinda la Empresa el “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016.

H₁ 4: La capacitación motivacional del personal influye positivamente en los servicios que brinda la Empresa el “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016.

1.5. Variables e Indicadores

1.5.1. Variable Independiente

- Capacitación

2.5.2. Variable Dependiente

- Servicio

1.6. Operacionalización de las Variables:

A continuación se usa un cuadro para dar a conocer ciertas informaciones que forman parte para el desarrollo del proyecto.

| VARIABLE INDEPENDIENTE | CAPACITACIÓN | | |
|---|---------------|--|---|
| DEFINICIÓN O CONCEPTO | DIMENSIONES | INDICADORES | TÉCNICAS O INSTRUMENTOS |
| <p>Es la adquisición de conocimientos técnicos, teóricos y prácticas que van a contribuir en el desarrollo del individuo en el desempeño de su actividad.</p> | Conceptual | <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento. • Contenidos académicos • aplicabilidad | <p>Técnica #1</p> <ul style="list-style-type: none"> • La encuesta <p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario <p>Técnica #2</p> <ul style="list-style-type: none"> • La observación <p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Guía de observación |
| | Procedimental | <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia. • Acción. • Aplicación | |
| | Actitudinal | <ul style="list-style-type: none"> • El respeto. • La honestidad. • Responsabilidad | |
| | motivacional | <ul style="list-style-type: none"> • Programa de incentivos. • Recompensas y castigos. • Seguridad en sí mismo. | |

| VARIABLE DEPENDIENTE | SERVICIO | | |
|--|---------------|---|---|
| DEFINICIÓN O CONCEPTO | DIMENSIONES | INDICADORES | TÉCNICA O INSTRUMENTO |
| Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento, lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. | Atención | <ul style="list-style-type: none"> • Buena Apreciación. • Empatía. • Carisma. | Técnica #1 <ul style="list-style-type: none"> • La Observación Instrumento <ul style="list-style-type: none"> • Guía de Observación |
| | Comunicación | <ul style="list-style-type: none"> • Lenguaje Culto. • Facilidad de Palabra • Pronunciación Adecuada | |
| | Accesibilidad | <ul style="list-style-type: none"> • Ubicación Estratégica. • Ambiente Adecuado. | |
| | Amabilidad | <ul style="list-style-type: none"> • Mostrar Afecto por el Cliente. • Buen Humor | |
| | Comprensión | <ul style="list-style-type: none"> • Entender al cliente. • Empatía • Percibir las Necesidades del Cliente | |

1.7. Justificación e Importancia

1.7.1. Justificación.- La razón de elaborar este trabajo de investigación fue para demostrar el estudio comparativo de la Capacitación del personal y los servicios de la Empresa el “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016, para que de esta manera nos dé una perspectiva del servicio que brinda la cual se justificó en las siguientes dimensiones como:

a. Justificación Práctica.- El presente trabajo de investigación cuenta con la justificación práctica, ya que durante el trabajo de

campo se aplicó los diferentes métodos y técnicas de investigación.

b. Justificación Social.- El presente trabajo de investigación cuenta con la justificación social, debido a que mejoró los servicios de la Empresa el “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016, pudiendo satisfacer sus expectativas de atención al cliente usuario.

c. Justificación Organizacional.- Mediante el presente trabajo de investigación se creó una nueva forma de organización basada en la capacitación al personal y plena satisfacción del cliente, esto quiere decir que la estructura organizativa está enfocada en el servicio basado en los estándares modernos de servicios que se dan en este mundo globalizado.

1.7.2. Importancia.- En las Empresas; lo que impulsa que estén motivados es la capacitación, el personal que recibe capacitación siente que la empresa lo estima y por lo tanto, le está asignando un salario espiritual y considera que están invirtiendo en su talento para mejorar su rendimiento, la calidad de su trabajo, elevar su productividad y, consecuentemente, piensa que puede estar próximo a un ascenso.

Si bien es cierto que el aumento del salario económico es importante para mejorar la calidad de vida, también es cierto que,

pasado cierto período, la nueva remuneración se diluye en satisfacer ciertas necesidades y, nuevamente, se requiere nuevo aumento; en cambio, el salario espiritual permite mejorar la calidad humana del hombre, ayuda a la felicidad de su hogar. Este personal será el principal publicista de la empresa por que se sentirá orgulloso de ser su servidor y artífice de su engrandecimiento.

El desarrollo del Talento Humano es central ante el reto tan importante que las empresas enfrentan en este mundo globalizado y competitivo.

También con la capacitación se logra mejorar el trabajo organizacional en cuanto a la prestación de servicios para mejorar la calidad de vida de los clientes, también tener utilidad y ganancias que favorezca a la empresa

1.8. Viabilidad.- Los aspectos que contribuyeron al desarrollo del presente proyecto de investigación se señalan a continuación:

1.8.1. Aspecto de Accesibilidad.- Se cuenta con la autorización del dueño de la Empresa el “Señor Limón”, que ayudó a materializar el presente proyecto de investigación brindando acceso al investigador para la aplicación de modelos de capacitación puesto que ayudó al personal que presta servicios en la Empresa el

“Señor Limón” y por consiguiente llegar al nivel de satisfacción deseado por parte del cliente.

1.8.2. Aspecto Bibliográfico.- Se cuenta con los libros necesarios relacionados al proyecto de investigación ubicada en la biblioteca de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, así mismo se ha identificado páginas web con una amplia gama de información sobre el tema.

1.8.3. Aspecto Económico.- Para el desarrollo del trabajo de investigación, se contó con el presupuesto necesario los cuales fueron financiados con recursos propios de las Tesisistas.

1.8.4. Aspecto Temporal.- El tiempo que dispuso el grupo para realizar el trabajo de investigación fue de cuatro meses (los dos primeros meses estuvieron destinados al desarrollo teórico del trabajo y los dos meses siguientes fue para la aplicación práctica del software y la medición de su impacto).

1.8.5. Potencial Humano.- Para el desarrollo del proyecto de investigación propuesto se contó con un equipo de trabajo cuyos integrantes son: tres egresadas de la EA. de Ciencias Administrativas, responsables del proyecto y el docente asesor del trabajo de investigación.

1.9. Limitaciones

1.9.1. Aspecto Metodológico.- Los integrantes del equipo de investigación tuvieron limitaciones en cuanto a los fundamentos teóricos y prácticos en el campo de la metodología de investigación, por lo que fue necesaria la consulta permanente al docente asesor de tesis para la orientación del desarrollo del proyecto.

1.9.2. Aspecto de Manejo de Software.- No hay un conocimiento adecuado para el uso de software con lo que el investigador no pudo procesar datos y elaborar encuestas.

1.9.3. Equipo de Trabajo: Existió dificultades de coordinación, puntualidad a nivel de equipo de trabajo en el proceso de desarrollo de la tesis.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.- ANTECEDENTES DE INVESTIGACION

Luego de haber revisado de forma virtual las bibliotecas internacionales, nacionales, regionales y locales, se han encontrado trabajos de investigación relacionados con el nuestro, la misma que se detalla a continuación:

2.1.1. A Nivel Internacional

PEREZ VARELA, María y LUZ SABIA, Alejandra Marina
“Influencia de la Capacitación Laboral y la Evaluación de Desempeño en el Clima Organizacional de Hoteles 4 estrellas de Mar del Plata”- 2013 - UNIVERSIDAD NACIONAL DE MAR DE LA PLATA FACULTAD DE PSICOLOGÍA - Universidad de Argentina – La Plata, investigación elaborado para optar el título de licenciada en psicología.

Conclusiones de la Investigación:

El punto central de esta investigación es entregar las pautas generales, para que de acuerdo a las características particulares de cada empresa, pueda evaluar su situación y de esta manera pueda entregar una atención al cliente de la calidad que ellos esperan recibir.

Lo relevante de todo esto es que la atención de la empresa debe estar centrada finalmente en el cliente y en como satisfacerlo y retenerlo.

2.1.2 A Nivel Nacional

MARTELL RUIZ, Beбето Gonzalo y SANCHES AYALA, Alicia milagros **“Plan de Capacitación Para Mejorar el Desempeño de los Trabajos Operativos del Gimnasio “Sport Club “de la Ciudad de Trujillo - 2013”** de la **UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO** – Facultad de Ciencias Económicas, investigación para optar el Grado de Licenciada en economía.

Conclusiones de la Investigación:

- Un plan de capacitación no solo impacta en el ámbito económico de la empresa, también ayuda mejorar la satisfacción del cliente y fidelizarlos a la empresa, como también en el desempeño de los trabajadores quienes notan la diferencia en sus capacidades para resolver diferentes problemas.
- El estudio permitió concluir que la calidad de servicio tiene mayor asociación con la lealtad como intención de comportamiento, frente a la lealtad como comportamiento efectivo.

2.1.3 A Nivel Regional

MURRIETA LOZANO, Roberto autor de **“CAPACITACIÓN, MOTIVACIÓN Y SATISFACCIÓN LABORAL EN LOS PROFESIONALES DE ESSALUD DEL SERVICIO DE EMERGENCIA DEL HOSPITAL DE CONTINGENCIA TINGO MARÍA 2016” – UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO**, investigación para optar el grado de Magister en Ciencias de la Salud.

Conclusiones de la Investigación:

La investigación permitió concluir que si los trabajadores se sienten desmotivados y poco capacitados brindaran un mal servicio al usuario, sin embargo con la investigación se planea armar un plan de capacitación y motivación.

El estudio permitió concluir que los trabajadores se verán motivados a trabajar si se les remunera las horas extras y más beneficios socioeconómicos y capacitaciones constantes.

2.1.4. A Nivel Local

ALVA ORIZANO, Juan Carlos autor de **“CAPACITACIÓN Y DESEMPEÑO LABORAL EN LA CAJA AREQUIPA HUÁNUCO - 2016” UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO**, investigación para optar el Título de Licenciado en Administración de Empresas.

Conclusiones de la Investigación:

- La investigación permitió concluir que la capacitación influye significativamente al desempeño laboral e los trabajadores.
- El estudio permitió concluir que los trabajadores obtienen un ascenso laboral debido a las capacitaciones y conocimientos que adquieren a medida que son capacitados.

2.2. Bases Teóricas.

2.2.1. Capacitación

2.2.1.1. Historia.- La capacitación del personal en las empresas es un proceso complejo y tan variado como son las características de cada empresa. Y es que cada una de ellas tiene un sistema implementado en su organización, de tal manera que funciona adecuadamente de acuerdo al trabajo que realiza cada persona que labora en ellas. El proceso de capacitación ha sufrido profundas transformaciones a lo largo de la historia, ya que la sociedad ha sufrido así mismo profundas transformaciones económico-sociales y por lo tanto el sistema empresarial también. Surge como demandas del mundo del trabajo y se convierte en un área relativamente independiente, con una lógica propia, intereses particulares, el contacto con el campo educativo. Algunas etapas claves de la práctica de capacitación y cambios conceptuales vinculadas con ellas son: La antigüedad, donde encontramos algunas referencias en el

código de Hammurabi, en 2100 A.C. (citado por Sleight, D. 1993) se incluye cierta pautas para regular las actividades de los aprendices. La edad media, donde se encuentra el concepto de los talleres de aprendices. La revolución industrial, en esta etapa se detecta la aparición del aula, la producción en serie, con conceptos de capacitación cerca del trabajo. Las guerras mundiales con el inicio de la capacitación sistemática y masiva.

Desde épocas muy antiguas se encuentran referencias a la formación en el trabajo. En Inglaterra de la edad media, se desarrollaba el aprendizaje cara a cara en el ámbito laboral y mediante la demostración de alguien que sabía realizar una tarea hacia otra persona. Dada la escasa complejidad de las tareas, como el trabajo en granjas, artesanías con herramientas muy simples y bajo volumen de producción, se podía prescindir de la lectura y la escritura. Esta instrucción era una forma directa y generalmente se daba en el seno familiar o en los gremios.

Al respecto Del Carmen Meza Mejía manifiesta:

"El origen de la capacitación para el trabajo en forma sistematizada se halla en el sistema formal de las artes y oficios, en gremios y cofradías y en los talleres artesanales que, durante varios siglos, antes y después de la edad media, orientaba el desarrollo de los productos

basados en habilidades y conocimientos de quien los hace, con la intención de mantener un control socio profesional, a través de la monopolización de la artesanía o a técnica para elaborarla".

A partir del siglo XV se experimentan grandes cambios formativos de los talleres de artes y se diferencia el artista del artesano. En el proceso de separación de los ámbitos de producción que se inicia hacia fines del Medioevo, se produce un cambio del "aprender haciendo" en el trabajo, dando por consecuencia el nacimiento de nuevas prácticas formativas. Culmina con la constitución de la escuela, a mediados del siglo XIX, como algo ya generalizado, de carácter público y obligatorio, y comienza a florecer estudios y recomendaciones sobre métodos pedagógicos.

La Revolución Francesa, la expansión de industrialización y la racionalización de la agricultura, junto con la emigración, cambiaron la estructura social del mundo occidental en el siglo XIX, formándose la clase trabajadora. Las modificaciones en los sistemas de instrucción, que comenzaron a partir de siglo XVI, se generalizaron a mediados del siglo XIX. Se promulgaron leyes de educación obligatoria en la mayoría de los países, cambiaron las prácticas pedagógicas y se modificaron las condiciones en la enseñanza.

Algunas de estas condiciones son: la aparición de un maestro único para muchos alumnos, que adquieren una categoría diferente a la de un aprendiz, la adopción de un método y una secuencia para la instrucción en menor tiempo, y la división en grados.

Mitnik Félix, manifiesta:

"Es precisamente la Revolución Industrial y la aparición del aula lo que marca la etapa siguiente en el proceso de transformación de la capacitación laboral. No fue hasta el momento que la capacitación cambió considerablemente. En 1800 se crearon las escuelas-fábricas en las que los trabajadores eran capacitados en aulas dentro de las fábricas.

La necesidad de una mayor capacitación y de un cambio en métodos fue consecuencia a su vez de un aumento en la complejidad de las máquinas y equipos orientados a producir cantidades crecientes. El aula, que permitía capacitar muchos trabajadores al mismo tiempo y con un sólo capacitador, era una organización más económica y rentable que las del Medioevo. " (Mitnik Félix, pág. 6)

A principios del siglo XX se inicia la práctica de capacitación "cerca del trabajo", que pasó a ser muy extendida entre las guerras mundiales y que pretende combinar los beneficios de la capacitación en aula y en el trabajo.

Se establece la idea de cursos de capacitación de los nuevos empleados, destinados a que éstos dominen las máquinas específicas al pasar a ser parte de la fuerza de trabajo regular. Este tipo de capacitación presenta la ventaja de un entrenamiento que se realizará de manera muy similar a lo que ocurría en el trabajo sin interferir con la secuencia de producción. Se supone, además, que se producirá una minimización de accidentes de producción, debido al entrenamiento de máquinas similares a las reales.

Como respuesta se desarrolló una metodología que incluía: mostrar, decir, hacer y evaluar, metodología que fue bautizada con el nombre de "Training WithinIndustry" (entrenamiento dentro de la industria). La propuesta supone una racionalización de las formas de abordar la capacitación, considerando como requisito para el aprendizaje, motivar, presentar nuevas ideas, asociar esas ideas con conocimientos previos, usar ejemplos y verificar si había aprendido.

En el contexto de la organización social, económica y religiosa de los aztecas encontramos que ya existía una educación para el trabajo; después se traslada a México el sistema de aprendizaje, quienes, bajo la guía y supervisión de un maestro, tenían la oportunidad de aprender un oficio, recibiendo como única paga comida y alojamiento. Una vez que los aprendices adquirían los conocimientos necesarios, ascendían un puesto más y percibían una paga por su trabajo.

Por otra parte México en los últimos veinticinco años ha experimentado grandes cambios en materia de capacitación, en los años setenta y anteriores, con una economía cerrada y muy escasa competencia, las empresas mexicanas no hacían demasiado esfuerzo ni tenían interés en desarrollar a sus empleados. Los ascensos eran pocos, y a menudo estaban basados en redes de contacto o en relaciones interpersonales más que en el desempeño.

En 2000, después de un gran esfuerzo en capacitación, el cambio en el desempeño de la mayoría de los países es evidente. Muchas Empresas han empezado a ser reconocidas como líderes en calidad y productividad y han obtenido reconocimientos gracias a que desarrollaron un buen sistema de capacitación.

La capacitación en la actualidad representa para las unidades productivas uno de los medios más efectivos para asegurar la formación permanente de sus recursos humanos respecto a las funciones laborales que deben desempeñar en el puesto de trabajo que ocupan.

Al respecto José Manuel Vecino manifiesta:

"En general se busca, después de un análisis y diagnóstico de necesidades de capacitación, que los programas, seminarios y talleres definidos garanticen procesos de aprendizaje que permitan mejorar los

desempeños cotidianos en el puesto de trabajo y al mismo tiempo permitan incrementar las habilidades técnicas, administrativas y de crecimiento personal en cada una de las personas que asisten a los eventos de capacitación".

Las empresas hasta hoy en día constituye la opinión más generalizada entre algunos empresarios y ejecutivos, quienes, si bien es cierto creen que la capacitación del personal puede ser importante, no están dispuestos a sacrificar muchos fondos en algo cuyos resultados no son observables a simple vista, especialmente cuando al tomador de decisiones, la capacitación es una de las tantas cosas que le tienen sin cuidado. Pero hay que tener en cuenta, como dice el dicho: "el que no arriesga no gana".

Si bien es cierto que la capacitación no es el único camino por medio del cual se garantiza el correcto cumplimiento de tareas y actividades, si se manifiesta como un instrumento que enseña, desarrolla sistemáticamente y coloca en circunstancias de competencia a cualquier persona. Bajo este marco, la capacitación busca básicamente:

- Promover el desarrollo integral del personal, y como consecuencia el desarrollo de la organización.

- Propiciar y fortalecer el conocimiento técnico necesario para el mejor desempeño de las actividades laborales.

Al respecto Trevor Bentley (pág. 15), manifiesta lo siguiente: "Desafortunadamente, con frecuencia la capacitación se considera como un costo, un gasto, más no como una inversión. La cantidad que la mayor parte de las organizaciones invierte en su propio personal por medio de la capacitación, parece ser apenas un gesto".

2.2.1.2. Ventajas de la Capacitación.-

- Para la Empresa:
 - ✓ Trabaja más organizada internamente.
 - ✓ Conlleva a maximizar los resultados.
 - ✓ Fortalece su administración.
 - ✓ Mayores niveles de rentabilidad.
- Para el Colaborador:
 - ✓ Los colaboradores se sienten más a gusto.
 - ✓ Da mayor seguridad, evitando accidentes.
 - ✓ Posibilita desarrollarse personal y profesionalmente.
 - ✓ Mayores habilidades y destrezas para el desempeño.
 - ✓ Favorece la confianza y desarrollo personal.
 - ✓ Ayuda a la persona a solucionar problemas y tomar decisiones.

2.2.1.3. Función.- La función de capacitación se inserta como parte integrante del acontecer cotidiano de las empresas y para cumplir con sus objetivos toma información del medio ambiente y del mismo centro de trabajo.

La capacitación es muy importante y debe de aplicarse en toda empresa con la finalidad de que los centros de trabajo identifiquen y apliquen los aspectos mínimos necesarios que deben ser considerados para emprender un proceso de capacitación organizado, que involucre como actividad natural del mismo el dar cumplimiento a las disposiciones legales que se establecen en la materia, las fases sugeridas son las siguientes.

- Ofrecer espacios de creación e innovación que aporten al mejoramiento de la gestión.
- Promover eventos orientados al mejoramiento de las competencias de cada uno de los funcionarios de la empresa.
- Diseñar programas ajustados al entrenamiento de competencias laborales específicos de acuerdo a las funciones y responsabilidades.

2.2.1.4. Beneficios de la capacitación.- "La capacitación es a los negocios lo que el entrenamiento es al deporte" **Calderón, Juan**

**Pablo, Director de la Maestría en Administración de Empresas
2003 en aliados para emprender.**

- Mejora del conocimiento del puesto a todos los niveles.
- Eleva la moral de la fuerza de trabajo.
- Mejora la relación jefes-subordinados.
- Es un poderoso auxiliar para la conversión y adopción de políticas.
- Se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas.
- Contribuye a la formación de líderes y dirigentes.
- Incrementa la productividad y la calidad del trabajo.
- Elimina los costos de recurrir a consultas externas.
- Ayuda al individuo para la toma de decisiones y solución de problemas.
- Alimenta la confianza, la posición asertiva y el desarrollo.
- Forja líderes.
- Sube el nivel de satisfacción con el puesto.
- Elimina los temores a la incompetencia o la ignorancia individual.
- Mejora la comunicación entre grupos y entre individuos.
- Ayuda a la orientación de nuevos empleados.
- Hace viable las políticas de la organización.

- Convierte a la empresa en un entorno de mejor calidad para trabajar y vivir en ella.

Por otra parte **Aquino, Jorge (pág. 28)**, sostiene al respecto: Para fines prácticos la capacitación, se dividirá en tres grandes rubros:

1. Capacitación para el Trabajo; Dirigida al trabajador que va a desempeñar una nueva actividad, ya sea por ser de reciente ingreso o por haber sido promovido o reubicado dentro de la misma empresa. Se subdividirá a su vez en:

- Capacitación de pre ingreso, busca brindar al nuevo personal los conocimientos que necesitará para el desempeño de su nuevo puesto.
- Inducción, serie de actividades que integra al candidato a su puesto, a sus nuevos compañeros, jefes y a la empresa en general.
- Capacitación promocional, otorga al trabajador la oportunidad de alcanzar puestos de mayor nivel jerárquico.

2. Capacitación en el Trabajo; serie de acciones y conocimientos encaminados a desarrollar y mejorar actitudes en los trabajadores. Permite que el trabajador eleve el grado de desempeño en las funciones que integra al puesto. Se busca lograr la realización individual, y su beneficio se extienda a lo largo de su vida laboral. Permite que las empresas incrementen

el valor de su capital humano, y es una de las mejores inversiones que puede realizar la empresa, ya que todo esto redundará en la generación de trabajadores y empleados fieles, preparados y en vías de crecimiento y proyección, al mismo tiempo que los objetivos de la empresa se lograrán.

3. Desarrollo; busca el crecimiento integral de los trabajadores y la expansión total de sus habilidades y aptitudes, todo esto con una visión a largo plazo. El desarrollo incluye la capacitación con una serie de conceptos, las cuales integran paulatinamente la personalidad, comprende hábitos, rasgos, educación, inteligencia, carácter, patrones de conducta consistentes, etc. Debe incluir así mismo capacitación en donde se busca motivar al personal para ampliar sus responsabilidades dentro de la empresa. Desarrollar las capacidades de los empleados proporciona beneficios para ellos mismos y para la organización, ya que crea mentalidades positivas, abiertas al cambio, a superar metas.”

2.2.2. Servicio

A nivel económico y en el ámbito del marketing, se suele entender por servicio a un cúmulo de tareas desarrolladas por una compañía para satisfacer las exigencias de sus clientes. De este modo, el servicio podría presentarse como un bien de carácter no material. Por lo tanto, quienes ofrecen servicios no acostumbran hacer uso de

un gran número de materias primas y poseen escasas restricciones físicas. Asimismo, hay que resaltar que su valor más importante es la experiencia. Por otra parte, es necesario destacar que quienes proveen servicios integran el denominado sector terciario de la escala industrial.

2.2.2.1. Importancia.- El servicio cobra cada día más importancia en una empresa. Desarrollar los mejores métodos para que este sea eficiente, es un factor indispensable para el correcto funcionamiento y el buen resultado de una organización. Un buen servicio al cliente puede llegar a ser un elemento promocional para las ventas tan poderosas como los descuentos, la publicidad. Atraer un nuevo cliente es aproximadamente seis veces más caro que mantener uno. Los aspectos que el cliente evalúa son:

- La Apariencia.- Es la imagen personal que se quiere proyectar, la impresión que queremos que el cliente se lleve con relación a lo que somos.
- La Actitud.- Es la base de una buena relación con nuestros clientes, ellos siempre esperan una excelente atención, buena disposición, amabilidad, dinamismo y entusiasmo.
- Los Valores.- Son los aspectos que le garantizan al cliente que está es una entidad sólida, honradez, credibilidad y confianza son los factores críticos.

Si el servicio es el mejor, más clientes estarán interesados en hacer a las compañías que se lo proporcionen.

2.2.2.2. Elementos

- Contacto cara a cara.
- Relación con el cliente.
- Correspondencia.
- Reclamos y cumplidos.
- Instalaciones.

2.2.2.3. Características

- Intangibilidad.
- Variabilidad.
- Inseparabilidad.
- Imperdurabilidad.

Reglas importantes para las personas que atiende:

- Mostrar atención.
- Tener una presentación adecuada.
- Atención personal y amable.
- Tener a mano la información adecuada.
- Expresión corporal y oral adecuada.

2.2.2.4. Los 10 Componentes Básicos Del Buen Servicio.

- Seguridad.- Es bien cubierta cuando podemos decir que brindamos al cliente cero riesgos, cero peligros y cero dudas en el servicio.
- Credibilidad.- Hay que demostrar seguridad absoluta para crear un ambiente de confianza, además hay que ser veraces y modestos, no sobre prometer o mentir con tal de realizar la venta.
- Comunicación.- Se debe mantener bien informado al cliente utilizando un lenguaje oral y corporal sencillo que pueda entender, si ya hemos cubierto los aspectos de seguridad y credibilidad seguramente será más sencillo mantener abierto el canal de comunicación cliente-empresa.
- Comprensión.- del cliente.- no se trata de sonreírle en todo momento a los clientes sino de mantener una buena comunicación que permita saber que desea, cuando lo desea y como lo desea en un caso sería por orientarnos en su lugar.
- Accesibilidad.- Para Dar un excelente servicio debemos tener varias vías de contacto con el cliente, buzones de sugerencias, quejas y reclamos, tanto físicamente en sitio, hay que establecer un conducto regular dentro del organización para este tipo de observaciones, no se trata de crear burocracia son

de establecer acciones reales que permitan sácales provecho a las fallas que nuestros clientes han detectado.

- Cortesía.- tensión, simpatía, respecto y amabilidad del personal, como dicen por ahí, la educación y las buenas maneras no pelean con nadie. Es más fácil cautivar a nuestros clientes si les damos un excelente trato y brindarlos una gran atención.
- Profesionalismo.- pertenencias de las destrezas necesarias y conocimiento de la ejecución del servicio, de parte de todos los miembros de la organización, recuerda que no solo las personas que se encuentran en el frente hacen el servicio si no todos.
- Capacidad de respuesta.- Disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido y oportuno.
- Fiabilidad.- Es la capacidad de nuestra organización de ejecutar el servicio de forma fiable, sin contraer problemas. Este componente se ata directamente a la seguridad y a la credibilidad.
- Elementos tangibles.- Se trata de mantener en buenas condiciones las instalaciones físicas, los equipos, contar con el personal adecuada y los materiales de comunicación que permitan acércanos al cliente.

2.2.2.5. Estrategia Del Servicio Al Cliente

- El liderazgo de la alta gerencia es la base de la cadena.
- La calidad interna impulsa la satisfacción de los empleados.
- La satisfacción de los empleados impulsa su lealtad.
- La lealtad de los empleados impulsa la productividad.
- La productividad de los empleados impulsa el valor del servicio.
- El valor del servicio impulsa la satisfacción del cliente.
- La satisfacción del cliente impulsa la lealtad del cliente.
- La lealtad del cliente impulsa las utilidades y la consecución de nuevos públicos.

2.3. Definición de Términos.

2.3.1. Capacitación

2.3.1.1. Concepto.- Siliceo Aguilar (pág. 55) nos dice: “Es un proceso a corto plazo, en que se utiliza un procedimiento planeado, sistemático y organizado, que comprende un conjunto de acciones educativas y administrativas orientadas al cambio y mejoramiento de conocimientos, habilidades y actitudes del personal, a fin de propiciar mejores niveles de desempeño compatibles con las exigencias del puesto que desempeña, y por lo tanto posibilita su desarrollo personal, así como la eficacia, eficiencia y efectividad empresarial a la cual sirve.”

2.3.1.2. Definición.- Es proporcionar los conocimientos técnicos, teóricos y prácticos que van a contribuir al desarrollo del personal para mejorar el desempeño al realizar sus funciones en sus respectivos puestos.

2.3.2. Servicio:

2.3.2.1. Concepto.- Siliceo Aguilar (pag.50) nos dice: “Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing.”

2.3.2.2. Definición.- Un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de un cliente, los servicios incluyen una diversidad de actividades desempeñadas por un crecido número de funcionarios que trabajan para el estado (servicios públicos) o para empresas particulares.

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Nivel de Investigación

El nivel del presente proyecto de investigación fue **EXPLICATIVO/ cuasi experimental** porque se dio a conocer detalladamente, a su vez se explicó el problema y se Manipula la variable independiente (Capacitación) para obtener la influencia en la variable dependiente (Servicio).

3.2. Tipos de Investigación

3.2.1. Por su Alcance Temporal; El presente proyecto de investigación es SECCIONAL o SINCRÓNICO porque se desarrolló en un periodo de 8 meses, siendo así su alcance un periodo cortó.

3.2.2. Por su Profundidad; El presente proyecto de investigación es EXPLICATIVA porque correlacionó las dos variables para poder explicar de qué manera la variable independiente influye en la variable dependiente, ya que a menor capacitación los trabajadores tendrán mayores deficiencias en el momento de realizar sus actividades.

3.2.3. Por su Carácter; El presente proyecto de investigación es CUALITATIVA por qué se va a hacer uso de los cuadros estadísticos, para el tratamiento de los datos.

3.2.4. Por su Marco; El presente proyecto de investigación es de CAMPO, porque los Tesisistas se constituirán a la empresa para obtener datos con el fin de usarlo para la investigación, utilizando técnicas e instrumentos en dicha recopilación de datos.

3.2.5. Por su Fuente; El presente proyecto de investigación es MIXTA; porque los investigadores van a recoger datos relacionados o enmarcados dentro de su trabajo de investigación usando herramientas (primarios). Así mismo se utilizarán datos que fueron recogidos por otros investigadores para otros fines u objetivos pero que sirvieron para nuestro proyecto de investigación.

3.2.6. Por su Objeto; Este presente proyecto es investigación es DISCIPLINARIO por que se van a usar dos enfoques de la administración llamadas; capacitación y servicio.

3.2.7. Por su Naturaleza; El presente trabajo es NO DOCUMENTADO porque no utilizo documentos de la Empresa.

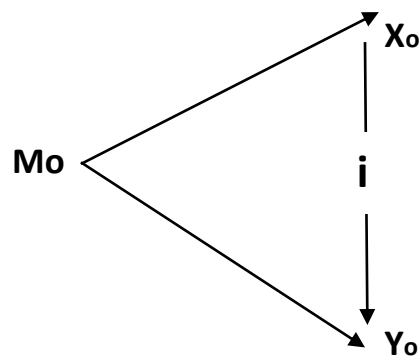
3.2.8. Por su Estudio; Al que dan lugar es la ENCUESTA ya que se va a usar esta técnica con su instrumento el cuestionario para recoger ciertas informaciones que van a ser útil para el desarrollo del proyecto.

3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.3.1 Diseño.- El proyecto está inmerso en los DISEÑOS EXPERIMENTALES, ya que se hizo uso de las variables tanto

dependiente como independiente dando lugar a un **CUASI EXPERIMENTAL**, aquí se encuentra ya el grupo formado, establecido y no se puede cambiar.

3.3.2 Esquema.- El esquema del presente proyecto de investigación de detalla a continuación:



Dónde:

Mo : Muestra.

Xo : Variable Independiente (Capacitación).

Yo : Variable Dependiente (Servicio).

i : influencia entre la Capacitación y el Servicio

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. Población de Trabajadores.- La población del siguiente proyecto de investigación se detalla a continuación:

CUADRO DE TRABAJADORES N° 01

Los trabajadores de la Empresa el “SEÑOR LIMÓN” Huánuco 2016.

| N | NOMBRES Y APELLIDOS | CARGO |
|--------------|----------------------------|--|
| 1 | Carbajal Rodríguez, Sergio | Gerente |
| 2 | Ayala Dávila, Liz | Caja |
| 3 | Meza Ávila, Cesar | Cocinero |
| 4 | Izquierdo Cajas, Limbert | Ayudante de Cocina |
| 5 | Tarazona Ñaupá, Emiliana | Decoradora de Platos (arroz) |
| 6 | Jara Gamarra, Edwin | Decorador de Platos (ceviches) |
| 7 | Santiago Rojas, Ivan | Decorador de Platos (leche de tigre, tiraditos) |
| 8 | Rojas Sebastian, Luis | Decorador de Platos (otros) |
| 9 | Ríos Acosta, María Elena | Lavador de Platos # 1 |
| 10 | Ramírez Castro, Tony | Lavador de Platos # 2 |
| 11 | Abdías Izquierdo, Cesar | Mozo # 1 |
| 12 | Palacios Ramos, Andrea | Moza # 2 |
| 13 | Rosas Cárdenas, Mery | Moza # 3 |
| 14 | Estela Vargas, Marta | moza # 4 |
| 15 | Tabares Ruíz, Ariana | Moza # 5 |
| 16 | Chamorro Livia, Jorge | Mozo # 6 |
| TOTAL | | 16 Trabajadores |

Fuente : La Empresa El Señor Limón
Elaboración : Tesistas

3.4.2. Muestra de Trabajadores.- Para determinar la primera muestra el cual estuvo conformado por un sector representativo de los trabajadores, se ha optado por aquella que es al azar y de tipo probabilista, con los siguientes parámetros:

Calculo de Muestra:

Dónde:

| Parámetro | Símbolo | Valor |
|--------------------------------|---------|-------|
| Nivel de confianza al 95% | Z | 1.96 |
| Nivel de aceptación del modelo | p | 0.5 |
| Nivel de rechazo del modelo | q | 0.5 |
| Error | e | 0.05 |
| Número de muestra | n | |
| Población | N | 16 |

$$n = (N * z^2 * p * q) / (e^2 * (N-1) + z^2 * p * q$$

Aplicando los valores

$$n = (16 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5) / (0.05^2 * 15 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5)$$

$$n = 6 \text{ personas.}$$

En consecuencia, la primera muestra se aplicó de forma aleatoria simple, a los 6 trabajadores de la Empresa el “Señor Limón”, dándoles la misma oportunidad.

3.4.3. Población de Clientes.- La población de los clientes se detalla a continuación:

CUADRO DE CLIENTES N° 01

Los clientes de la Empresa el “SEÑOR LIMÓN” por día, en la Ciudad de Huánuco 2016.

| DÍAS | PROMEDIO DE CLIENTES |
|----------------------------------|----------------------|
| Lunes | 32 |
| Martes | 25 |
| Miércoles | 40 |
| Jueves | 55 |
| Viernes | 63 |
| Sábado | 75 |
| Domingo | 65 |
| TOTAL CLIENTES POR SEMANA | 355 |

Fuente : Clientes de la Empresa El Señor Limón
Elaboración : Tesistas

3.4.4. Muestra de Clientes.- La población promedio de clientes por semana asciende a 355, las cuales atiende la Empresa El Señor Limón.

Calculo de Muestra:

Dónde:

| Parámetro | Símbolo | Valor |
|--------------------------------|---------|-------|
| Nivel de confianza al 95% | Z | 1.96 |
| Nivel de aceptación del modelo | p | 0.5 |
| Nivel de rechazo del modelo | q | 0.5 |
| Error | e | 0.05 |
| Número de muestra | n | ¿? |
| Población | N | 355 |

$$n = (N * z^2 * p * q) / (e^{2*} (N-1) + z^2 * p * q$$

Aplicando los valores

$$n = (355 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5) / (0.05^2 * 354 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5) = 185$$

n = 185 Clientes.

En consecuencia, la segunda muestra se aplicó de forma aleatoria simple, a los 185 clientes de la Empresa el “Señor Limón”, dándoles la misma oportunidad.

3.5. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN Y TRATAMIENTO DE DATOS

3.5.1. Técnicas e Instrumento de Recolección de Datos

Las técnicas e instrumentos que se utilizarán durante el trabajo de campo con la finalidad de recoger datos relacionados con el presente proyecto se detallan a continuación:

| TÉCNICAS | INSTRUMENTOS | APLICACIÓN |
|-------------|---------------------|--|
| Encuesta | Cuestionario | - (6) Trabajadores - (185) Clientes |
| Observación | Guía de observación | - (3) Investigadores |

3.6. Procesamiento y Presentación de Datos

3.6.1. Procesamiento de Datos.- Los datos fueron procesados utilizando los cuadros; Es la Técnica que consiste en la recolección de los datos primarios de entrada, que son evaluados y ordenados, para obtener

información útil, que luego serán analizados por el usuario final, para que pueda tomar las decisiones o realizar las acciones que estime conveniente. Los datos serán procesados utilizando los cuadros.

Los datos deben ser obtenidos y llevados a un bloque central para ser procesados; los datos en este caso denominado de entrada son clasificados para hacer que el proceso sea fácil y rápido. Durante el proceso se ejecutarán las operaciones necesarias para convertir los datos en información significativa. Cuando la información esté completa se ejecutará la operación de salida, en la que se prepara un informe que servirá como base para tomar decisiones. En todo el procesamiento de datos se plantea como actividad adicional, la administración de los resultados de salida, que se puede definir como los procesos necesarios para que la información útil llegue al usuario.

3.6.2. Presentación de Datos.- Los datos procesados son presentados en cuadros y gráficos estadísticos.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Resultados del Trabajo de Campo Presentado en Cuadros y Gráficos.

Los instrumentos que han sido debidamente elaborados, aplicados a los trabajadores y clientes de la Empresa “Señor Limón” y posteriormente procesados tienen como resultado los siguientes:

4.1.1. Trabajadores

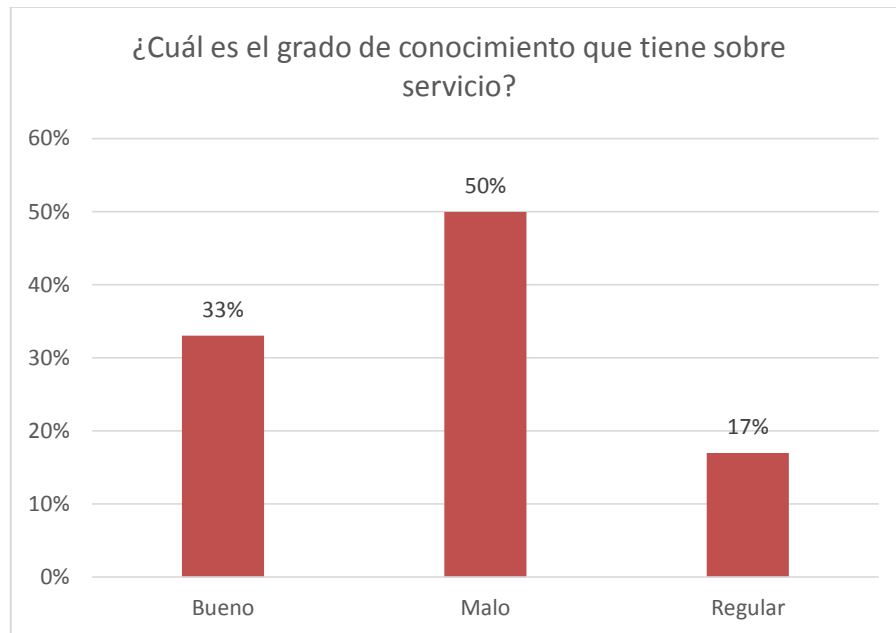
Cuadro N° 01

Grado de Conocimiento de Servicios de la Empresa “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco - 2017.

| Grado de Conocimiento | Trabajadores | |
|------------------------------|---------------------|-------------|
| | Fi | hi% |
| Bueno | 2 | 33% |
| Malo | 3 | 50% |
| Regular | 1 | 17% |
| Total | 6 | 100% |

Fuente : Cuestionario, Diciembre del 2016.
Elaboración : Tesistas.

Gráfico N° 01



Fuente : Cuadro N° 01
Elaboración : Tesistas

INTERPRETACIÓN: Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 01, responden a la pregunta: ¿Cuál es el grado de conocimiento que tiene sobre servicio? Se aprecia del cuadro que un 33% del total de los trabajadores encuestados, opinan que el Grado de Conocimiento que tiene sobre servicio es buena, mientras que el 50% manifiesta que es malo y el 17% de los trabajadores opinan que el Grado de conocimiento es regular. Por lo tanto se puede asegurar que la mayoría de trabajadores consideran que el Grado de conocimiento del servicio es malo.

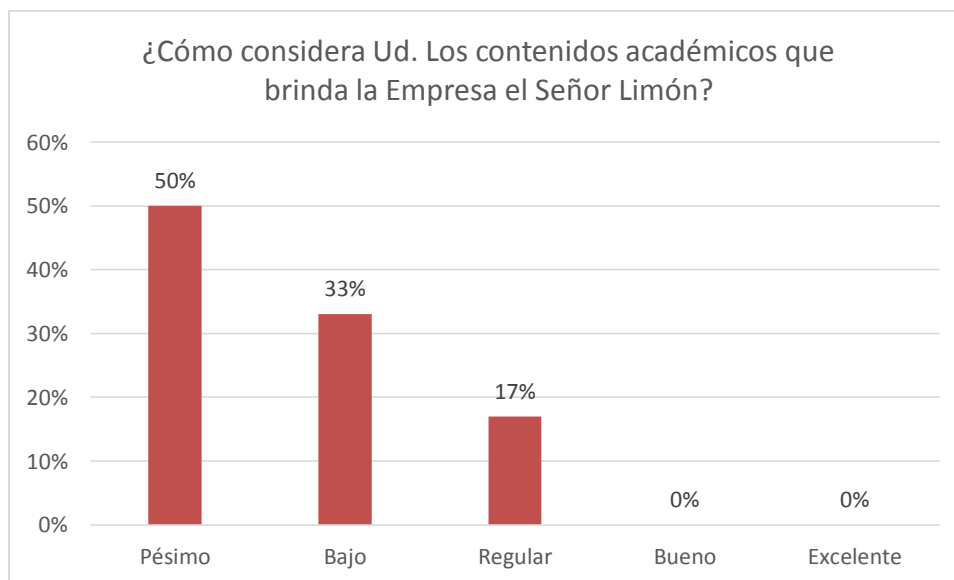
Cuadro N° 02

Contenidos Académicos de la Empresa “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco - 2017.

| Contenidos Académicos | Trabajadores | |
|-----------------------|--------------|-------------|
| | Fi | hi% |
| Pésimo | 3 | 50% |
| Bajo | 2 | 33% |
| Regular | 1 | 17% |
| Bueno | 0 | 0% |
| Excelente | 0 | 0% |
| Total | 6 | 100% |

Fuente : Cuestionario, Diciembre del 2016.
 Elaboración : Tesistas.

Gráfico N° 02



Fuente : Cuadro N° 02
 Elaboración : Tesistas

INTERPRETACIÓN: Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 02, responden a la pregunta: ¿Cómo considera Ud. Los contenidos académicos que brinda la Empresa el Señor Limón? Se aprecia del cuadro que un 50% del total de los trabajadores encuestados, opinan que el Conocimiento de la Empresa “Señor Limón” es pésimo, mientras que el 33% manifiesta que es bajo, y el 17% de los trabajadores opina que el conocimiento es regular. Por lo tanto se puede asegurar que la mayoría de trabajadores consideran que el contenido académico es pésimo.

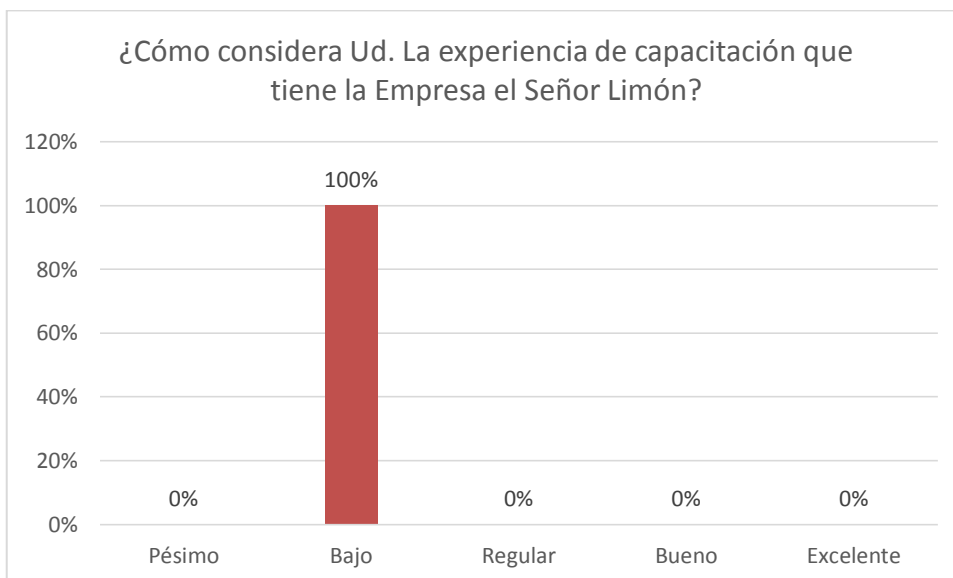
Cuadro N° 03

Experiencia de Capacitación de la Empresa “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco - 2017.

| Experiencia de Capacitación | Trabajadores | |
|-----------------------------|--------------|-------------|
| | Fi | hi% |
| Pésimo | 0 | 0% |
| Bajo | 6 | 100% |
| Regular | 0 | 0% |
| Bueno | 0 | 0% |
| Excelente | 0 | 0% |
| Total | 6 | 100% |

Fuente : Cuestionario, Diciembre del 2016.
 Elaboración : Tesistas.

Gráfico N° 03



Fuente : Cuadro N° 03
Elaboración : Tesistas

INTERPRETACIÓN: Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 03, responden a la pregunta: ¿Cómo considera Ud. La experiencia de capacitación que tiene la Empresa el Señor Limón? Se aprecia del cuadro que el 100% del total de los trabajadores encuestados, opinan que el nivel de experiencia de capacitación que tiene la Empresa el Señor Limón es bajo.

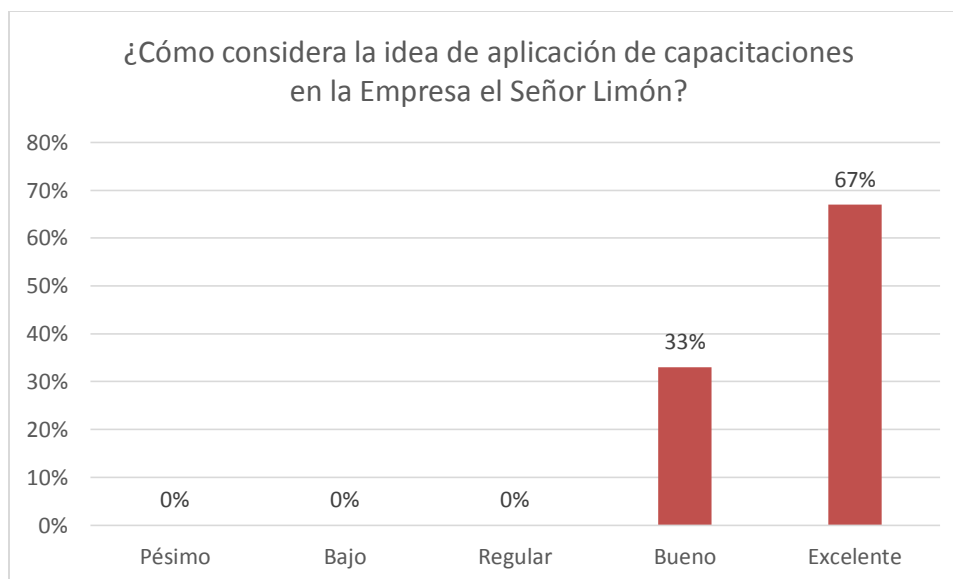
Cuadro N° 04

Aplicación de Capacitación de la Empresa “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco - 2017.

| Aplicación | Trabajadores | |
|------------------|--------------|-------------|
| | Fi | hi% |
| Pésimo | 0 | 0% |
| Bajo | 0 | 0% |
| Regular | 0 | 0% |
| Bueno | 2 | 33% |
| Excelente | 4 | 67% |
| Total | 6 | 100% |

Fuente : Cuestionario, Diciembre del 2016.
Elaboración : Tesistas.

Gráfico N° 04



Fuente : Cuadro N° 04
Elaboración : Tesistas

INTERPRETACIÓN: Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 04, responden a la pregunta: ¿Cómo considera la idea de aplicación de capacitaciones en la Empresa el Señor Limón? Se aprecia del cuadro que el 33% del total de los trabajadores encuestados, opinan que la idea de aplicación de capacitación es buena y el 67% es excelente. Por lo tanto se puede asegurar que la mayoría de trabajadores consideran que la idea de aplicación de capacitación es excelente.

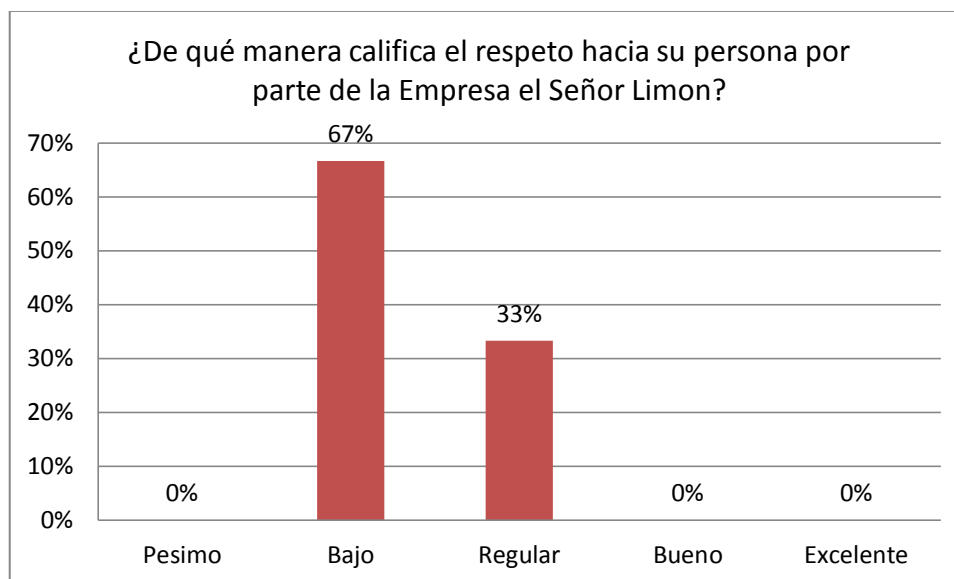
Cuadro N° 05

Respeto en la Empresa “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco - 2017.

| Respeto | Trabajadores | |
|------------------|--------------|-------------|
| | Fi | hi% |
| Pésimo | 0 | 0% |
| Bajo | 4 | 67% |
| Regular | 2 | 33% |
| Bueno | 0 | 0% |
| Excelente | 0 | 0% |
| Total | 6 | 100% |

Fuente : Cuestionario, Diciembre del 2016.
 Elaboración : Tesistas.

Gráfico N° 05



Fuente : Cuadro N° 05
Elaboración : Tesistas

INTERPRETACIÓN: Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 05, responden a la pregunta: ¿De qué manera califica el respeto hacia su persona por parte de la Empresa el Señor Limón? Se aprecia del cuadro que el 67% del total de los trabajadores encuestados, opinan que el respeto que existe hacia su persona es bajo y el 33% es Regular. Por lo tanto se puede asegurar que la mayoría de trabajadores consideran que el respeto que existe hacia su persona es bajo.

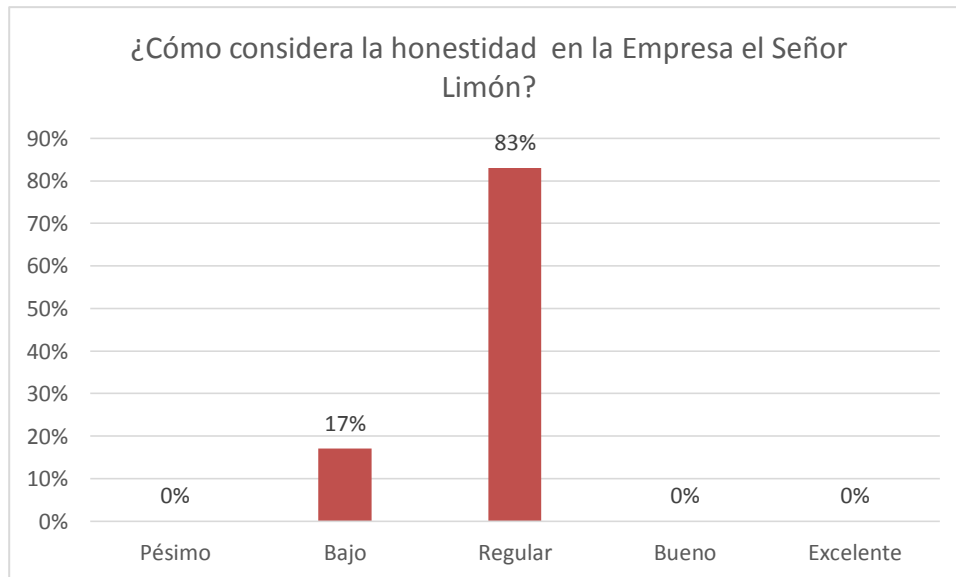
Cuadro N° 06

Honestidad en la Empresa “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco - 2017.

| Honestidad | Trabajadores | |
|--------------|--------------|-------------|
| | Fi | hi% |
| Pésimo | 0 | 0% |
| Bajo | 1 | 17% |
| Regular | 5 | 83% |
| Bueno | 0 | 0% |
| Excelente | 0 | 0% |
| Total | 6 | 100% |

Fuente : Cuestionario, Diciembre del 2016.
Elaboración : Tesistas.

Gráfico N° 06



Fuente : Cuadro N° 06
Elaboración : Tesistas

INTERPRETACIÓN: Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 06, responden a la pregunta: ¿Cómo considera la honestidad en la Empresa el Señor Limón? Se aprecia del cuadro que el 17% del total de los trabajadores encuestados, opinan que la honestidad en la Empresa el Señor Limón es bajo, y el 83% es regular. Por lo tanto se puede asegurar que la mayoría de trabajadores consideran que la honestidad en la Empresa el Señor Limón es regular.

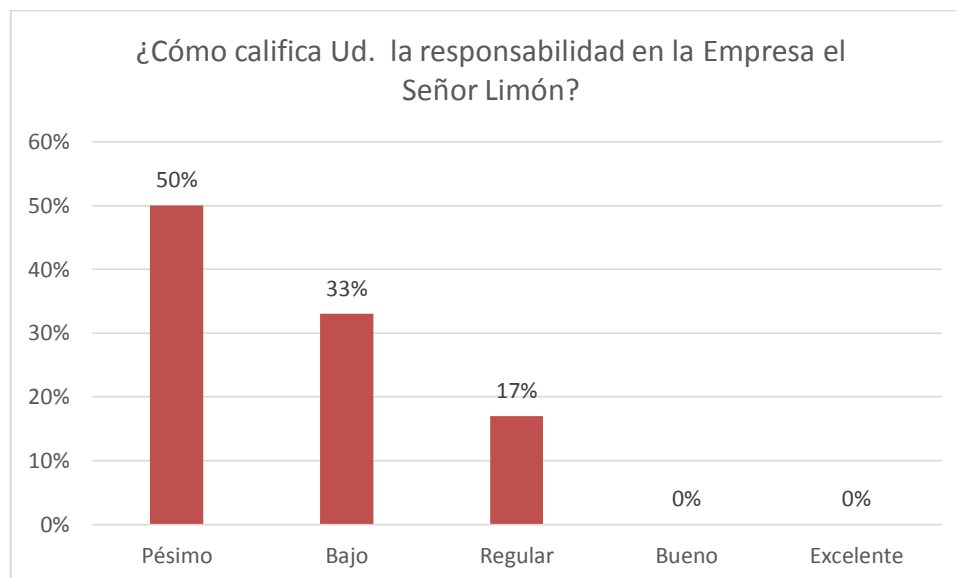
Cuadro N° 07

Responsabilidad en la Empresa “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco - 2017.

| Responsabilidad | Trabajadores | |
|------------------|--------------|-------------|
| | Fi | hi% |
| Pésimo | 3 | 50% |
| Bajo | 2 | 33% |
| Regular | 1 | 17% |
| Bueno | 0 | 0% |
| Excelente | 0 | 0% |
| Total | 6 | 100% |

Fuente : Cuestionario, Diciembre del 2016.
 Elaboración : Tesistas.

Gráfico N° 07



Fuente : Cuadro N° 07
Elaboración : Tesistas

INTERPRETACIÓN: Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 07, responden a la pregunta: Cómo califica Ud. la responsabilidad en la Empresa el Señor Limón? Se aprecia del cuadro que el 50% del total de los trabajadores encuestados, opinan que la responsabilidad en la Empresa el Señor Limón es pésima, el 33% es bajo y el 17 es regular. Por lo tanto se puede asegurar que la mayoría de trabajadores consideran que la responsabilidad en la Empresa el Señor Limón es pésima.

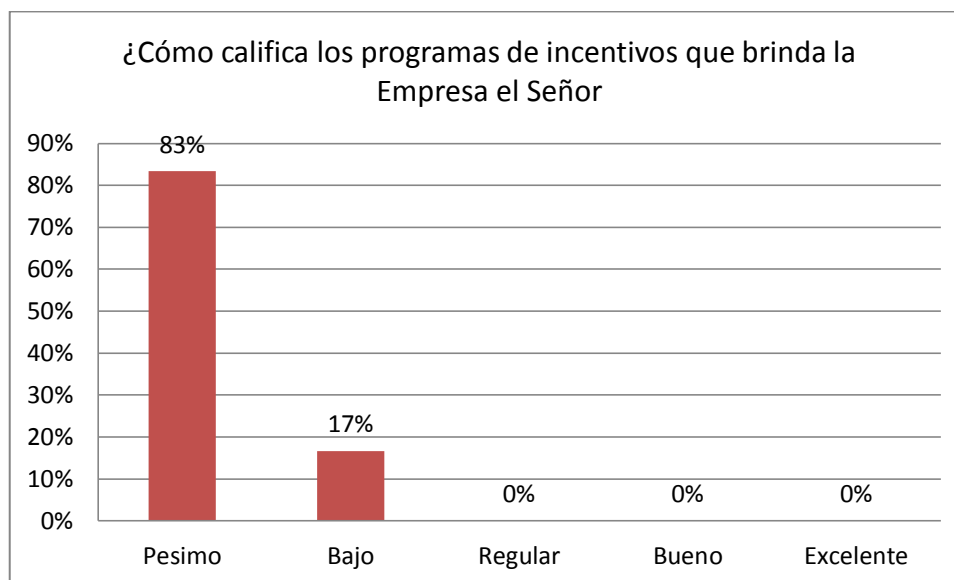
Cuadro N° 08

Programas de Incentivos en la Empresa “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco - 2017.

| Programas de Incentivos | Trabajadores | |
|-------------------------|--------------|-------------|
| | Fi | hi% |
| Pésimo | 5 | 83% |
| Bajo | 1 | 17% |
| Regular | 0 | 0% |
| Bueno | 0 | 0% |
| Excelente | 0 | 0% |
| Total | 6 | 100% |

Fuente : Cuestionario, Diciembre del 2016.
Elaboración : Tesistas.

Gráfico N° 08



Fuente : Cuadro N° 08
Elaboración : Tesistas

INTERPRETACIÓN: Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 08, responden a la pregunta: Cómo califica Ud. la responsabilidad en la Empresa el Señor Limón? Se aprecia del cuadro que el 83% del total de los trabajadores encuestados, opinan que la responsabilidad en la Empresa el Señor Limón es pésima, y el 17 es bajo. Por lo tanto se puede asegurar que la mayoría de trabajadores consideran que la responsabilidad en la Empresa el Señor Limón es pésima.

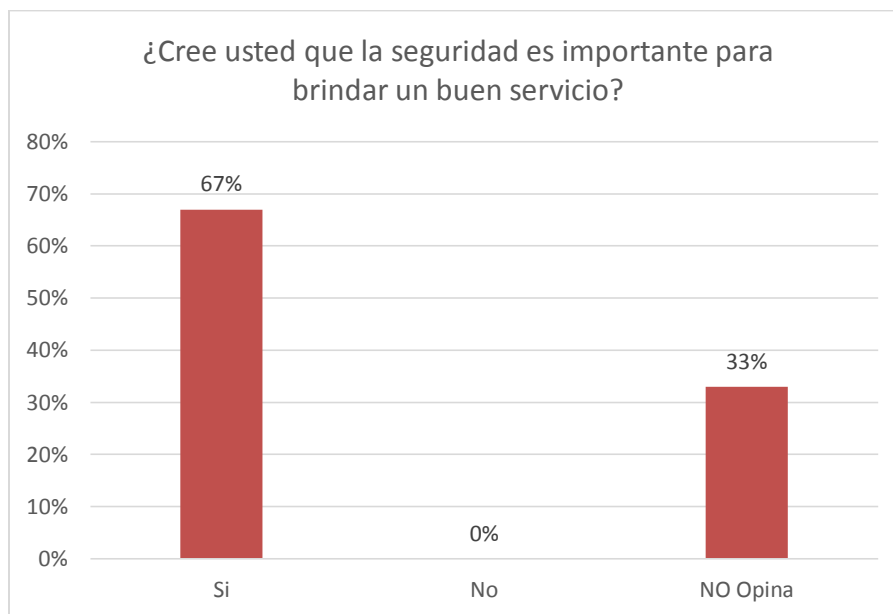
Cuadro N° 09

Seguridad en sí Mismo en la Empresa “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco - 2017.

| Seguridad en sí Mismo | Trabajadores | |
|-----------------------|--------------|-------------|
| | Fi | hi% |
| Si | 4 | 67% |
| No | 0 | 0% |
| NO Opina | 2 | 33% |
| Total | 6 | 100% |

Fuente : Cuestionario, Diciembre del 2016.
 Elaboración : Tesistas.

Gráfico N° 09



Fuente : Cuadro N° 09
Elaboración : Tesistas

INTERPRETACIÓN: Los resultados que se muestran en el Cuadro y Gráfico N° 09, responden a la pregunta: ¿Cree usted que la seguridad es importante para brindar un buen servicio? Se aprecia del cuadro que el 67% del total de los trabajadores encuestados, opinan que la seguridad SI es importante para brindar un buen servicio, el 33% NO OPINA. Por lo tanto se puede asegurar que la mayoría de trabajadores consideran que la seguridad es importante.

4.1.2. Clientes

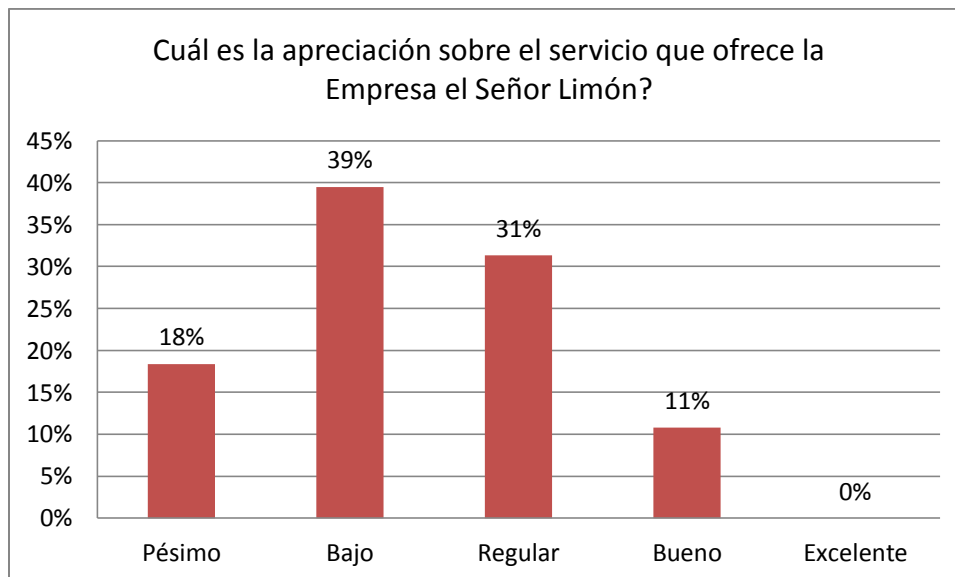
Cuadro N° 01

El Nivel de Apreciación Sobre el Servicio que Ofrece la Empresa el Señor Limón

| Nivel de Apreciación | Clientes | |
|----------------------|------------|-------------|
| | Fi | hi% |
| Pésimo | 34 | 18% |
| Bajo | 73 | 39% |
| Regular | 58 | 31% |
| Bueno | 20 | 11% |
| Excelente | 0 | 0% |
| Total | 185 | 100% |

Fuente : Cuestionario, Diciembre del 2016.
Elaboración : Tesistas.

Gráfico N° 01



Fuente : Cuadro N° 01
Elaboración : Tesistas

INTERPRETACIÓN: A la pregunta 01, los encuestados dan como respuesta de opinión: alternativa “PESIMO” 10 igual a 50%, alternativa “BAJO” 4 igual a 20%,” REGULAR” 4 igual a 20%, “BUENO” 2 igual a 10% y “EXELENTE” 0 igual a 0%, siendo un total del 100%.

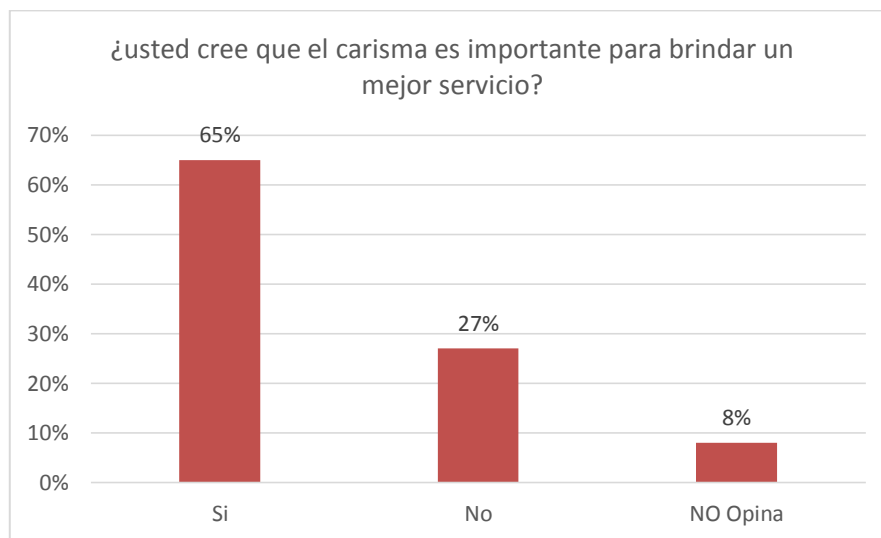
Cuadro N° 02

La Importancia del carisma en la Empresa el Señor Limón

| Importancia de Carisma | Clientes | |
|------------------------|------------|-------------|
| | Fi | hi% |
| Si | 120 | 65% |
| No | 50 | 27% |
| NO Opina | 15 | 8% |
| Total | 185 | 100% |

Fuente : Cuestionario, Diciembre del 2016.
 Elaboración : Tesistas.

Gráfico N° 02



Fuente : Cuadro N° 02
Elaboración : Tesistas

INTERPRETACIÓN: A la pregunta 02, responden a la pregunta: ¿usted cree que el carisma es importante para brindar un mejor servicio?, Se aprecia del cuadro que el 65% del total de los clientes encuestados, opinan que el carisma SI es importante para brindar un buen servicio, el ,27% opina que NO es importante el carisma y el 8% NO OPINA. Por lo tanto se puede asegurar que la mayoría de clientes consideran que el carisma SI es importante.

Cuadro N° 03

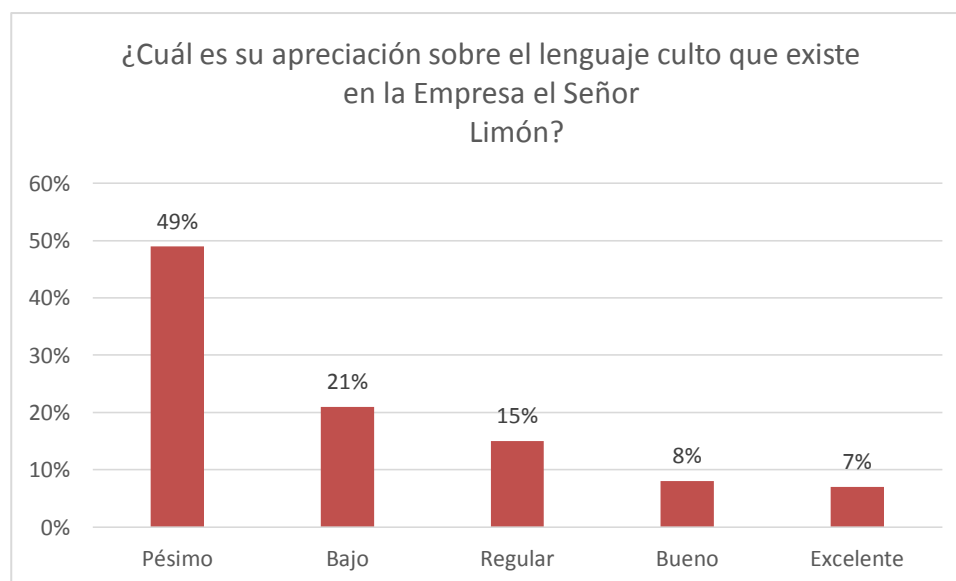
El lenguaje culto existente en la Empresa el Señor Limón

| Lenguaje Cuto | Clientes | |
|------------------|------------|-------------|
| | Fi | hi% |
| Pésimo | 90 | 49% |
| Bajo | 39 | 21% |
| Regular | 28 | 15% |
| Bueno | 15 | 8% |
| Excelente | 13 | 7% |
| Total | 185 | 100% |

Fuente : Cuestionario, Diciembre del 2016.

Elaboración : Tesistas

Gráfico N° 03



Fuente : Cuadro N° 03

Elaboración : Tesistas

INTERPRETACIÓN: A la pregunta 03, responden a la pregunta: ¿Cuál es su apreciación sobre el lenguaje culto que existe en la Empresa el Señor

Limón?, Se aprecia del cuadro que el 49% del total de los clientes encuestados, opinan que el lenguaje culto de los trabajadores es PESIMO, el 21% opinan que el lenguaje culto de los trabajadores es BAJO, EL 15% opinan que el lenguaje culto de los trabajadores es REGULAR, el 8% opinan que el lenguaje culto de los trabajadores es BUENO y el 7% opinan que el lenguaje culto de los trabajadores es EXCELENTE. Por lo tanto se puede asegurar que la mayoría de clientes consideran que el lenguaje culto en la Empresa el Señor Limón es PESIMO.

Cuadro N° 04

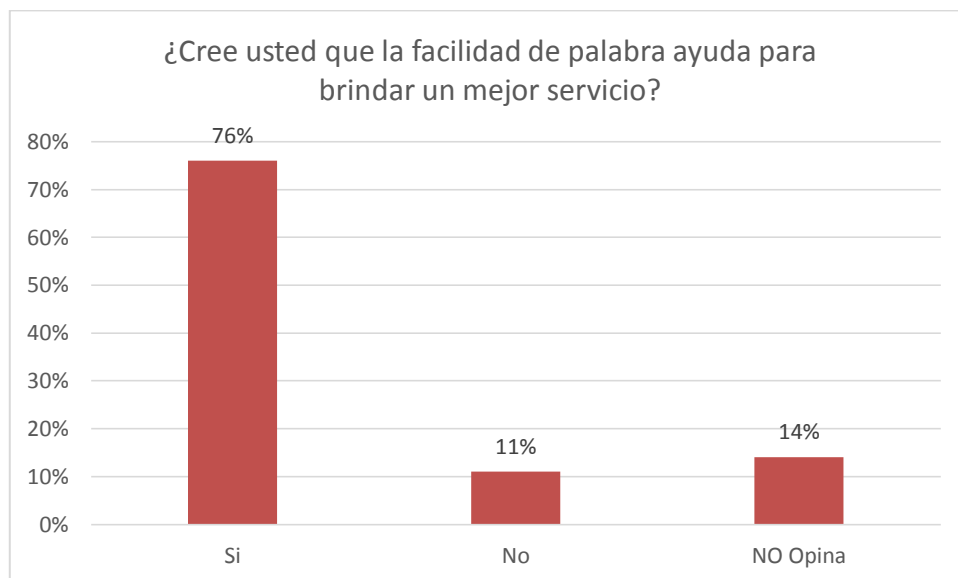
La Facilidad de palabra en la Empresa el Señor Limón

| Facilidad de Palabra | Clientes | |
|----------------------|------------|-------------|
| | Fi | hi% |
| Si | 140 | 76% |
| No | 20 | 11% |
| NO Opina | 25 | 14% |
| Total | 185 | 100% |

Fuente : Cuestionario, Diciembre del 2016.

Elaboración : Tesistas.

Gráfico N° 04



Fuente : Cuadro N° 04
Elaboración : Tesistas

INTERPRETACIÓN: A la pregunta 04, responden a la pregunta ¿Cree usted que la facilidad de palabra ayuda para brindar un mejor servicio? , Se aprecia del cuadro que el 76% del total de los clientes encuestados, opinan que la facilidad de palabra SI es importante para brindar un buen servicio, el ,11% opina que NO es importante y el 14% NO OPINA. Por lo tanto se puede asegurar que la mayoría de clientes consideran que SI es importante la facilidad de palabra para brindar un mejor servicio.

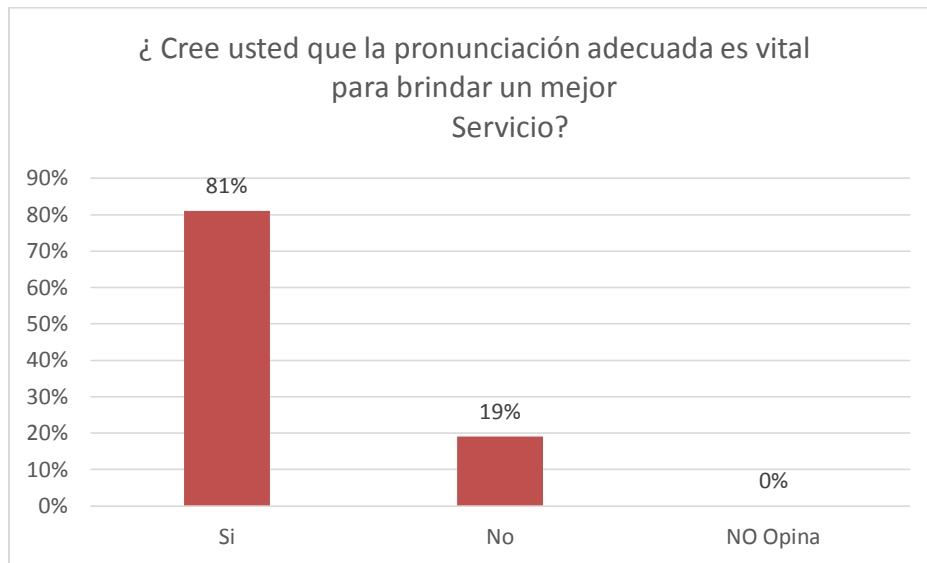
Cuadro N° 05

La Pronunciación Adecuada en la Empresa el Señor Limón

| Pronunciación Adecuada | Clientes | |
|------------------------|------------|-------------|
| | Fi | hi% |
| Si | 150 | 81% |
| No | 35 | 19% |
| NO Opina | 0 | 0% |
| Total | 185 | 100% |

Fuente : Cuestionario, Diciembre del 2016.
Elaboración : Tesistas.

Gráfico N° 05



Fuente : Cuadro N° 05
Elaboración : Tesistas

INTERPRETACIÓN: A la pregunta 05, responden a la pregunta ¿Cree usted que la pronunciación adecuada es vital para brindar un mejor Servicio?, Se aprecia del cuadro que el 81% del total de los clientes encuestados, opinan que la pronunciación adecuada SI es importante para brindar un buen

servicio, y el ,19% opina que NO es importante. Por lo tanto se puede asegurar que la mayoría de clientes consideran que la pronunciación adecuada es de vital importancia para brindar un mejor servicio.

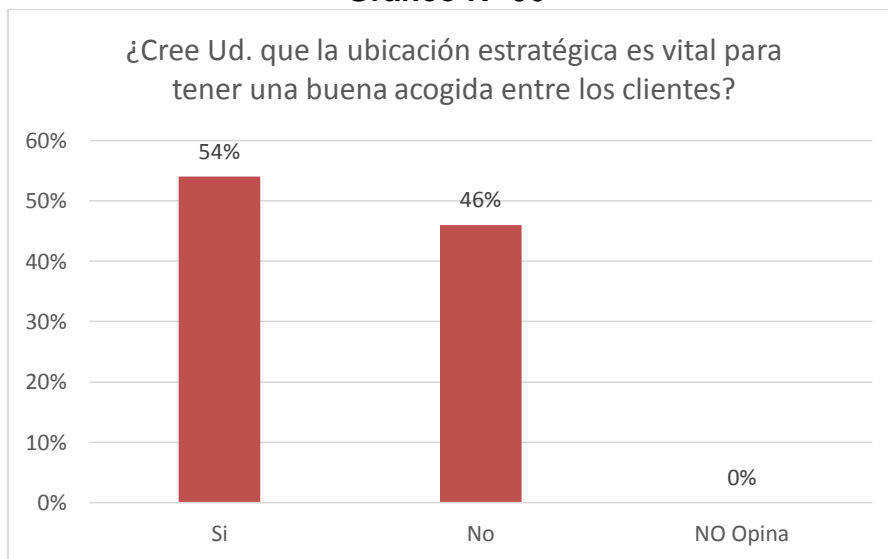
Cuadro N° 06

Ubicación estratégica en la Empresa el Señor Limón

| Ubicación Estratégica | Clientes | |
|-----------------------|------------|-------------|
| | Fi | hi% |
| Si | 100 | 54% |
| No | 85 | 46% |
| NO Opina | 0 | 0% |
| Total | 185 | 100% |

Fuente : Cuestionario, Diciembre del 2016.
 Elaboración : Tesistas.

Gráfico N° 06



Fuente : Cuadro N° 06
 Elaboración : Tesistas.

INTERPRETACIÓN: A la pregunta 06, responden a la pregunta ¿Cree Ud. Que la ubicación estratégica es vital para tener buena Acogida entre los clientes?, Se aprecia del cuadro que el 54% del total de los clientes encuestados, opinan que la ubicación estratégica SI es importante para brindar un buen servicio, y el ,46% opina que NO es importante. Por lo tanto se puede asegurar que la mayoría de clientes consideran que la ubicación estratégica es de vital importancia para brindar un mejor servicio.

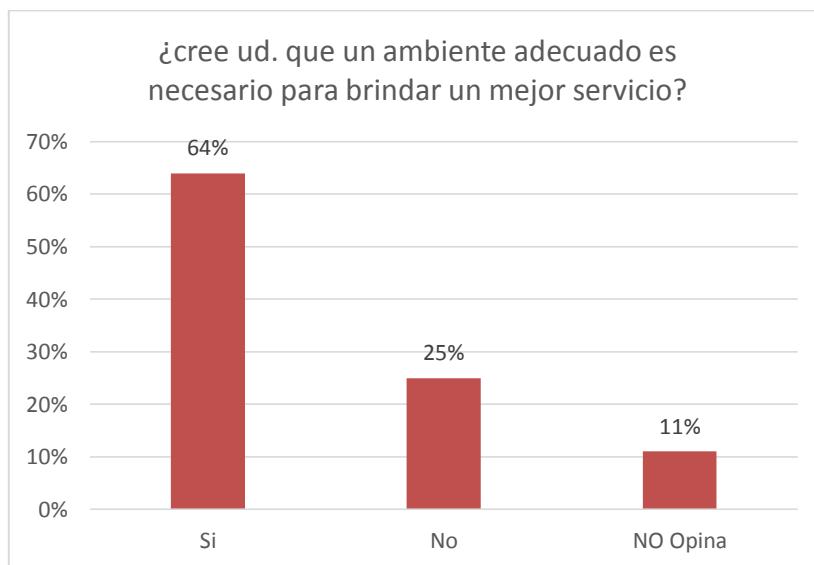
Cuadro N° 07

Ambiente Adecuado en la Empresa el Señor Limón

| Ambiente Adecuado | Clientes | |
|--------------------------|-----------------|-------------|
| | Fi | hi% |
| Si | 118 | 64% |
| No | 47 | 25% |
| NO Opina | 20 | 11% |
| Total | 185 | 100% |

Fuente : Cuestionario, Diciembre del 2016.
 Elaboración : Tesistas.

Gráfico N° 07



Fuente : Cuadro N° 07
Elaboración : Tesisistas

INTERPRETACIÓN: A la pregunta 07, responden a la pregunta ¿cree Ud. que un ambiente adecuado es necesario para brindar un mejor servicio? Se aprecia del cuadro que el 64% del total de los clientes encuestados, opinan que SI es necesario un ambiente adecuado para brindar un buen servicio, el 25 % opina que NO es importante y el 11% NO OPINA. Por lo tanto se puede asegurar que la mayoría de clientes consideran que SI es importante contar con un ambiente adecuado para brindar un buen servicio.

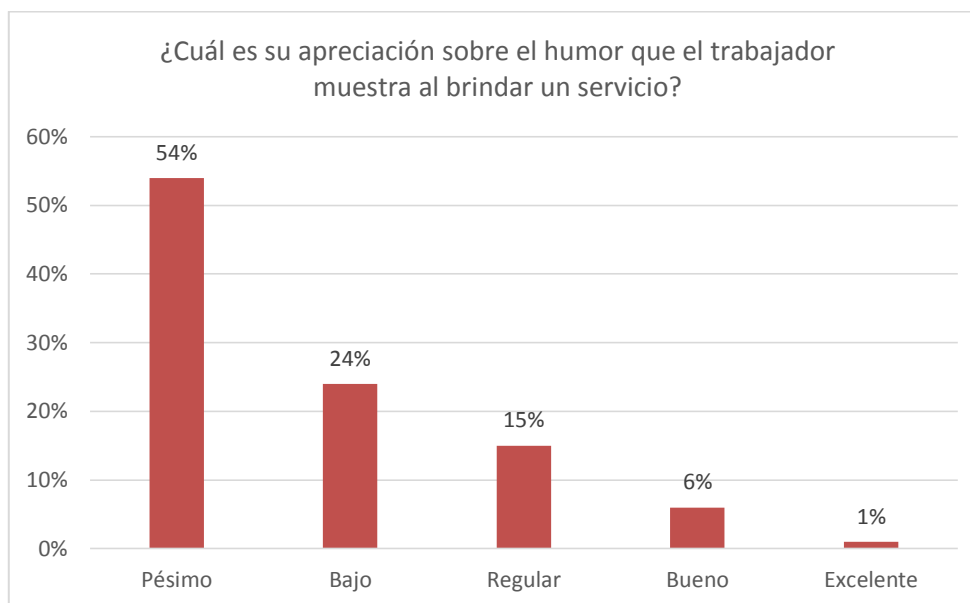
Cuadro N° 08

La apreciación sobre el Humor en la Empresa el Señor Limón

| Humor | Cliente | |
|------------------|------------|-------------|
| | Fi | hi% |
| Pésimo | 100 | 54% |
| Bajo | 44 | 24% |
| Regular | 27 | 15% |
| Bueno | 12 | 6% |
| Excelente | 2 | 1% |
| Total | 185 | 100% |

Fuente : Cuestionario, Diciembre del 2016.
Elaboración : Tesistas.

Gráfico N° 08



Fuente : Cuadro N° 08
Elaboración : Tesistas

INTERPRETACIÓN: A la pregunta 08, responden a la pregunta ¿Cuál es su apreciación sobre el humor que el trabajador muestra al brindar un servicio? Se aprecia del cuadro que el 54% del total de los clientes encuestados, opinan que el humor que los trabajadores muestran al momento de brindar el servicio es PÉSIMO, el 24% opinan que es BAJO, el 15% opinan que es REGULAR, el 6% opinan que es BUENO y el 1% es excelente. Por lo tanto se puede asegurar que la mayoría de clientes consideran que el humor que el trabajador muestra al momento de brindar el servicio es PÉSIMO.

Cuadro N° 09

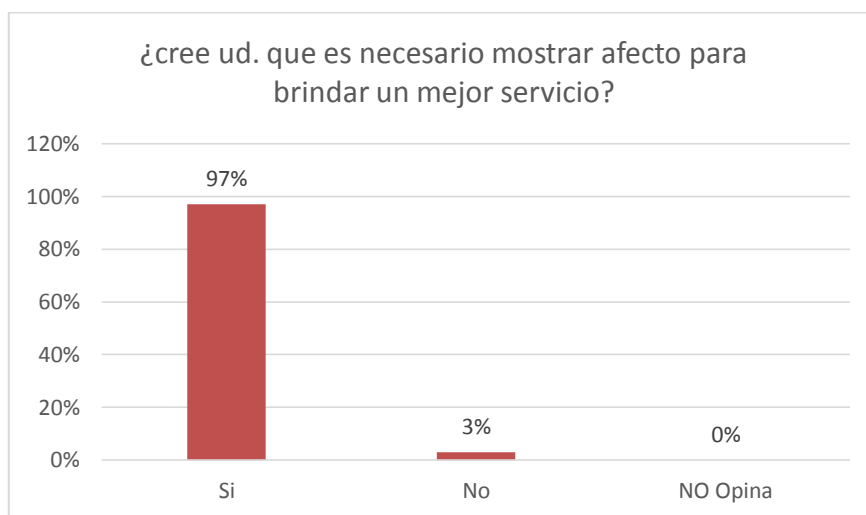
Muestra de Afecto en la Empresa el Señor Limón

| Afecto | Cliente | |
|-----------------|----------------|-------------|
| | Fi | hi% |
| Si | 180 | 97% |
| No | 5 | 3% |
| NO Opina | 0 | 0% |
| Total | 185 | 100% |

Fuente : Cuestionario, Diciembre del 2016.

Elaboración : Tesistas.

Gráfico N° 09



Fuente : Cuadro N° 09
 Elaboración : Tesistas

INTERPRETACIÓN: A la pregunta 09, los encuestados dan como respuesta de opinión: alternativa “SI” igual al 97% y alternativa “NO” igual al 3%. Por lo tanto se puede asegurar que la mayoría de clientes consideran que SI es importante mostrar afecto al momento de brindar el servicio.

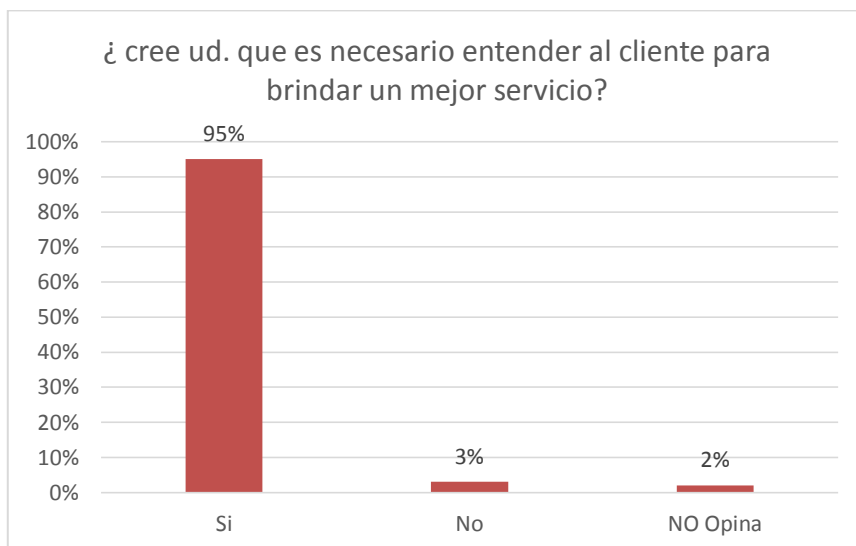
Cuadro N° 10

La Necesidad de Entender al cliente en la Empresa el Señor Limón

| Entender al cliente Fuente | Cliente | |
|-------------------------------|------------|-------------|
| | Fi | ni% |
| Si | 175 | 95% |
| No | 6 | 3% |
| NO Opina | 4 | 2% |
| Total | 185 | 100% |

Fuente : Cuestionario, Diciembre del 2016.
 Elaboración : Tesistas.

Gráfico N° 10



Fuente : Cuadro N° 10
Elaboración : Tesistas

INTERPRETACIÓN: A la pregunta 10, los encuestados dan como respuesta de opinión: alternativa “SI” igual al 95%, alternativa “NO” igual al 3% y el 2% NO OPINA. Por lo tanto se puede asegurar que la mayoría de clientes consideran que SI es importante entender al cliente para brindar un mejor servicio.

Cuadro N° 11

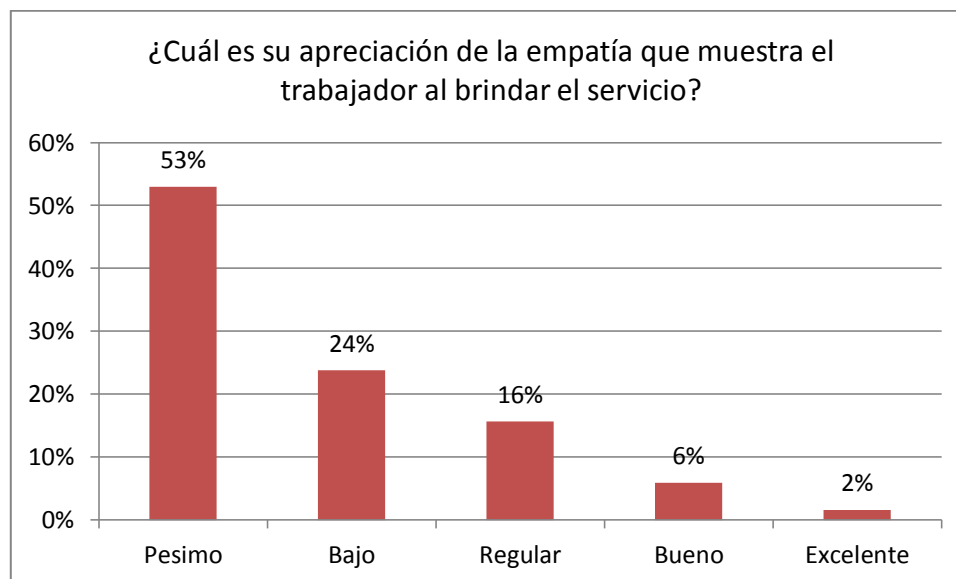
Empatía que muestra el trabajador en la empresa el Señor Limón

| Empatía | Cliente | |
|------------------|------------|-------------|
| | Fi | hi% |
| Pésimo | 98 | 53% |
| Bajo | 44 | 24% |
| Regular | 29 | 16% |
| Bueno | 11 | 6% |
| Excelente | 3 | 2% |
| Total | 185 | 100% |

Fuente : Cuestionario, Diciembre del 2016.

Elaboración : Tesistas.

Gráfico N° 11



Fuente : Cuadro N° 11

Elaboración : Tesistas

INTERPRETACIÓN: A la pregunta 11, responden a la pregunta ¿Cuál es su apreciación de la empatía que muestra el trabajador al brindar el servicio? Se aprecia del cuadro que el 53% del total de los clientes encuestados, opinan que la empatía del trabajador que muestran al momento de brindar el servicio es PÉSIMO, el 24% opinan que es BAJO, el 16% opinan que es REGULAR, el 6% opinan que es BUENO y el 2% es excelente. Por lo tanto se puede asegurar que la mayoría de clientes consideran que la empatía que el trabajador muestra al momento de brindar el servicio es PÉSIMA.

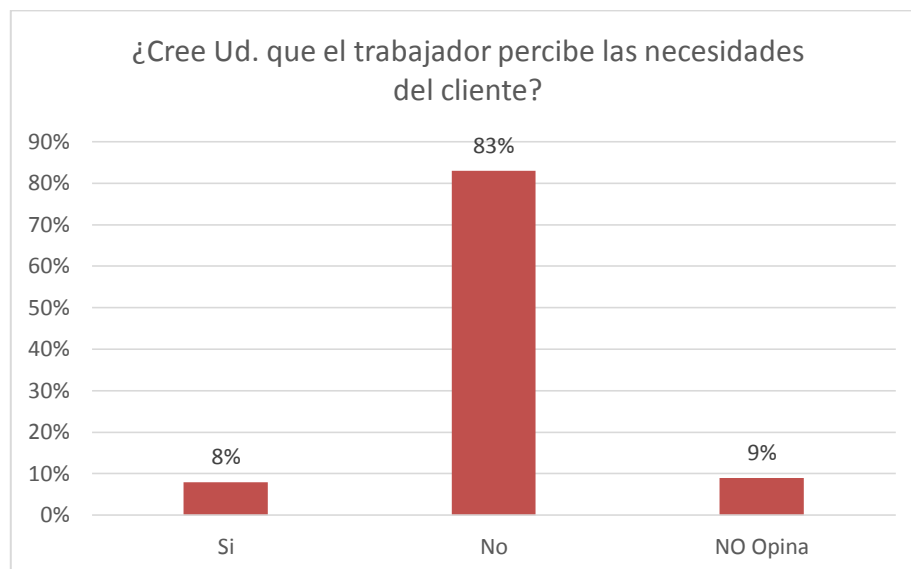
Cuadro N° 12

El trabajador percibe las necesidades del cliente de la Empresa el Señor Limón

| Necesidades del Cliente | Cliente | |
|-------------------------|------------|-------------|
| | Fi | hi% |
| Si | 15 | 8% |
| No | 153 | 83% |
| NO Opina | 17 | 9% |
| Total | 185 | 100% |

Fuente : Cuestionario, Diciembre del 2016.
 Elaboración : Tesistas.

Gráfico N° 12



Fuente : Cuadro N° 12
Elaboración : Tesisistas

INTERPRETACIÓN: A la pregunta 12, los encuestados dan como respuesta de opinión: alternativa “SI” igual al 8%, alternativa “NO” igual al 83% y 9% NO OPINA. Por lo tanto se puede asegurar que la mayoría de clientes consideran que el trabajador NO percibe las necesidades del cliente al brindar el servicio.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La discusión de resultados del presente informe de investigación se realizó en las siguientes dimensiones:

Con Los Antecedentes

En esta parte del capítulo se discuten los resultados obtenidos en el trabajo de campo con los antecedentes de la investigación planteados en el marco teórico.

- PEREZ VARELA, María y LUZ SABIA, Alejandra Marina
“Influencia de la Capacitación Laboral y la Evaluación de Desempeño en el Clima Organizacional de Hoteles 4 estrellas de Mar del Plata”- 2013 - UNIVERSIDAD NACIONAL DE MAR DE LA PLATA FACULTAD DE PSICOLOGÍA - Universidad de Argentina – La Plata, investigación elaborado para optar el título de licenciada en psicología.

Conclusiones de la Investigación:

El punto central de esta investigación es entregar las pautas generales, para que de acuerdo a las características particulares de cada empresa, pueda evaluar su situación y de esta manera pueda entregar una atención al cliente de la calidad que ellos esperan recibir.

Mediante nuestra investigación, pudimos constatar que la empresa el Señor Limón, tendría buenos resultados si aplica un plan de capacitación constante a su vez tendría un buen servicio, teniendo en cuenta las opiniones de los clientes y las necesidades de estas y así coincidiendo con la investigación de las autoras PEREZ VARELA, María y LUZ SABIA, Alejandra Marín con un resultado similar.

- MARTELL RUIZ, Beбето Gonzalo y SANCHES AYALA, Alicia milagros **“Plan de Capacitación Para Mejorar el Desempeño de los Trabajos Operativos del Gimnasio “Sport Club “de la Ciudad de Trujillo - 2013”** de la **UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO** – Facultad de Ciencias Económicas, investigación para optar el Grado de Licenciada en economía.

Conclusiones de la Investigación:

Un plan de capacitación no solo impacta en el ámbito económico de la empresa, también ayuda mejorar la satisfacción del cliente y fidelizarlos a la empresa, como también en el desempeño de los trabajadores quienes notan la diferencia en sus capacidades para resolver diferentes problemas.

El estudio permitió concluir que la calidad de servicio tiene mayor asociación con la lealtad como intención de

comportamiento, frente a la lealtad como comportamiento efectivo.

MARTELL RUIZ, Beбето Gonzalo y SANCHES AYALA, Alicia milagros concluyen en su investigación que la implementación de capacitación en la empresa “ Sport Club” tiene impacto económico y mejora la satisfacción de los clientes, coincidiendo con nuestra investigación, se ´ puede constatar que en la empresa el Señor Limón también tendría impactó en la economía de la empresa y la satisfacción del cliente.

- ALVA ORIZANO, Juan Carlos autor de **“CAPACITACIÓN Y DESEMPEÑO LABORAL EN LA CAJA AREQUIPA HUÁNUCO - 2016” UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO**, investigación para optar el Título de Licenciado en Administración de Empresas.

Conclusiones de la Investigación:

La investigación permitió concluir que la capacitación influye significativamente al desempeño laboral e los trabajadores. El estudio permitió concluir que los trabajadores obtienen un ascenso laboral debido a las capacitaciones y conocimientos que adquieren a medida que son capacitados.

ALVA ORIZANO, Juan, concluye en su investigación que los trabajadores capacitados obtienen más beneficios tanto intelectual

como en el trabajo coincidiendo con el proyecto de investigación realizado en la Empresa el Señor Limón, mientras exista más capacitación hacia su personal mejoraran las oportunidades las oportunidades de su personal a ascender de puesto y siendo este satisfecho pueda brindar un mejor servicio al cliente.

Con La Hipótesis

➤ Con la Hipótesis General

La capacitación del personal influye positivamente en el servicio que brinda la Empresa el “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016.

Mediante el desarrollo del trabajo de investigación, se logró concluir que la capacitación tiene una gran influencia en el personal permitiendo brindar un mejor servicio al cliente. Por lo tanto, con los resultados obtenidos en el trabajo de investigación se demuestra categóricamente la veracidad de la hipótesis principal.

➤ Con la Hipótesis Específica

H_i 1: La capacitación conceptual del personal influye positivamente en los servicios que brinda la Empresa el “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016.

Mediante la investigación la capacitación conceptual si influye positivamente en la empresa, ya que se logrará mejorar el servicio

haciendo que el cliente se sienta completamente satisfecho y cumpla sus expectativas.

H_i 2: La capacitación procedimental del personal influye positivamente en los servicios que brinda la Empresa el “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016.

Mediante la investigación se puede concluir que la capacitación procedimental si influye positivamente en la empresa, ya que se logrará mejorar el servicio teniendo en cuenta la información recibida y aplicando en la práctica, logrando así que el cliente se sienta completamente satisfecho y cumpla sus expectativas.

H_i 3: La capacitación actitudinal del personal influye positivamente en los servicios que brinda la Empresa el “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016.

Mediante la investigación se puede concluir que la capacitación actitudinal si influye positivamente en la empresa, ya que se lograra mejorar el servicio teniendo como resultado una mejora emocional y actitudinal del trabajador ya que se lograra motivarlos y comprometerlos con la empresa, logrando así que se brinde un mejor servicio al cliente.

H_i 4: La capacitación motivacional del personal influye positivamente en los servicios que brinda la Empresa el “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016.

Mediante la investigación se puede concluir que la capacitación motivacional si influye positivamente en la empresa, ya que a su vez se obtendrá como resultado un personal comprometido y motivado, logrando así que se brinde un mejor servicio al cliente.

CONCLUSIONES

1.- En la empresa existe una influencia positiva entre capacitación del personal y el servicio que brinda la Empresa “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016.

2.- En la empresa la influencia existente entre la capacitación conceptual del personal influye positivamente en los servicios que brinda la Empresa “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016.

3.- En la empresa la influencia existente entre la capacitación procedimental del personal influye positivamente en los servicios que brinda la Empresa “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016.

4.- En la empresa la influencia que existe entre la capacitación actitudinal del personal influye positivamente en los servicios que brinda la Empresa “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016.

5.- En la empresa la influencia que existe entre la capacitación motivacional del personal influye positivamente en los servicios que brinda la Empresa el “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016.

SUGERENCIAS

- 1.-** Se sugiere para la Empresa el “Señor Limón” es brindar capacitación al personal, para que esta a su vez sea percibida por el cliente al momento de recibir la atención.
- 2.-** Se sugiere que la Empresa el “Señor Limón” brinde capacitación conceptual al personal, para estar informado más sobre el tema de servicios que ofrece a sus clientes con la atención para que se sientan satisfecho.
- 3.-** Se sugiere que la Empresa el “Señor Limón” brinde capacitación procedimental al personal, para informarse más sobre el tema de servicio y por ende brindar una buena atención al cliente.
- 4.-** La Empresa “Señor Limón”, brindar capacitación actitudinal al personal, para que esta a su vez sea percibida por el cliente al momento de recibir la atención sea de calidad.
- 5.-** La Empresa el “Señor Limón” brinde capacitación motivacional al personal, para que esta a su vez sea percibida por los clientes al momento de ser atendidos como comensales.
- 6.-** Los socios de la empresa deben capacitarse con el fin de transmitir conocimientos, experiencias al personal que trabaja, para mejorar la imagen la opinión de os clientes y el público.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

- 1.- COLISEO AGUILAR, Alfonso- (2005) capacitación y desarrollo del personal. Editorial Braza S. A, 2° edición, Perú.
- 2.- PAIN, Abrahán - (2009) cómo realizar un proyecto de capacitación- un enfoque de la capacitación. Editorial chirre S. A, 4° edición, Ecuador.
- 3.- FIGUEROA, Eduardo - ¿Quién se llevó mi cliente? Editorial J& G S. A, 3° edición, Chile.
- 4.- LARREA, Pedro (2004) calidad de servicio. Editorial GG S. A, 5° edición, Perú.

Páginas Web:

www.capacitaciondepersonal.com.mx/

www.monografias.com/trabajos16/capacitacion-personal/capacitacion-personal.

www.capacitacion-de-personal.com/

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: La Capacitación del Personal y su Influencia en los Servicios de la Empresa “El Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco - 2016

| PROBLEMA | OBJETIVOS | HIPOTESIS | VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES |
|---|---|---|--|---------------|--|
| <p>PROBLEMA GENERAL:</p> <p>¿De qué manera la capacitación del personal influye en los servicios de la Empresa “El Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco - 2016?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS:</p> <p>1.-¿Cómo influye la capacitación conceptual del personal en los servicios de la Empresa “El Señor Limón” en la ciudad de Huánuco -2016?</p> <p>2.-¿Cómo influye la capacitación procedimental del personal en los servicios de la Empresa “El Señor Limón” en la ciudad de Huánuco -2016?</p> <p>3.-¿Cómo influye la capacitación actitudinal del personal en los servicios de la Empresa “El Señor Limón” en la ciudad de Huánuco -2016?</p> <p>4.-¿Cómo influye la capacitación motivacional del personal en los servicios de la Empresa “El Señor Limón” en la ciudad de Huánuco -2016?</p> | <p>OBJETIVO GENERAL:</p> <p>Determinar el grado de influencia de la capacitación del personal en el servicio que brinda la empresa “ El Señor Limón” en la ciudad de Huánuco – 2016</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <p>1.- Describir la influencia que existe entre la Capacitación conceptual del personal y los servicios que brinda la Empresa el “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016.</p> <p>2.- Determinar la influencia que existe entre la capacitación procedimental y los servicios que brinda la Empresa el “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016.</p> <p>3.- Identificar la influencia que existe entre la capacitación actitudinal y los servicios que brinda la Empresa el “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016.</p> <p>4.-identificar la influencia que existe entre la capacitación motivacional del personal y los servicios que brinda la Empresa el “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016.</p> | <p>HIPÓTESIS GENERAL:</p> <p>La capacitación del personal influye positivamente en el servicio que brinda la Empresa el “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS:</p> <p>1.- La capacitación conceptual del personal influye positivamente en los servicios que brinda la Empresa el “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016.</p> <p>2.- La capacitación procedimental del personal influye positivamente en los servicios que brinda la Empresa el “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016.</p> <p>3.- La capacitación actitudinal del personal influye positivamente en los servicios que brinda la Empresa el “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016.</p> <p>4.- La capacitación motivacional del personal influye positivamente en los servicios que brinda la Empresa el “Señor Limón” en la Ciudad de Huánuco 2016.</p> | <p>VARIABLE INDEPENDIENTE: CAPACITACIÓN</p> | Conceptual | -Conocimiento. - contenidos académicos |
| | | | | Procedimental | -Experiencia. - Aplicación |
| | | | | Actitudinal | - El Respeto. - La Honestidad - Responsabilidad |
| | | | | Motivacional | -Programa de Incentivos -Recompensas y Castigos -Seguridad en sí Mismo |
| | | | <p>VARIABLE DEPENDIENTE: SERVICIO</p> | Atención | - Buena Apreciación -Carisma |
| | | | | Comunicación | -Lenguaje Culto. -Facilidad de Palabra. .Pronunciación Adecuada |
| | | | | Accesibilidad | - Ubicación Estratégica. - Ambiente Adecuado. |
| | | | | Amabilidad | - Mostrar Afecto por el Cliente - Buen Humor |
| Comprensión | - Entender al Cliente. - Empatía | | | | |

| METODOLOGIA | TECNICAS E INSTRUMENTOS |
|---|--|
| <p>NIVEL: El presente proyecto de investigación se encuentra en el NIVEL EXPLICATIVO.</p> <p>TIPOS:</p> <p>1.- Por su alcance temporal este presente proyecto de investigación es sincrónico.</p> <p>2.- Por su profundidad es explicativa.</p> <p>3.- Por su carácter es cualitativa.</p> <p>4.- Por su marco este proyecto de investigación es de campo.</p> <p>5.- Por su fuente el presente proyecto de investigación es mixta.</p> <p>6.- Por su objeto este presente proyecto de investigación es disciplinario.</p> <p>7.- Los estudios al que dan lugar es la encuesta.</p> | <p>Técnica #1 -</p> <p>La observación.</p> <p>Instrumento -</p> <p>Guía de observación.</p> <p>Técnica #1 -</p> <p>La encuesta.</p> <p>Instrumento -</p> <p>Cuestionario.</p> <p>Técnica #2 -</p> <p>La observación.</p> <p>Instrumento</p> <p>-Guía de observación.</p> |



UNIVERSIDAD NACIONAL
"HERMILIO VALDIZAN"



FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y TURISMOS

CUESTIONARIO DE TRABAJADORES

Estimado trabajador de la Empresa "Señor Limón", se viene realizando el trabajo de investigación titulado: **la Capacitación del Personal y su Influencia en los Servicios de la Empresa "el Señor Limón" en la Ciudad de Huánuco -2016**. A continuación Ud. encontrará varias preguntas, las cuales debe responder con toda veracidad, marcando con una **(x)** en el espacio correspondiente. Le agradecemos por su gentil colaboración.

1.- ¿Cuál es el grado de conocimiento que tiene sobre servicio?

Bueno ()

Malo ()

Regular ()

2.- ¿Cómo considera Ud. Los contenidos académicos que brinda la Empresa el Señor Limón?

Pésimo ()

Bajo ()

Regular ()

Bueno ()

Excelente ()

3.- ¿Cómo considera Ud. La experiencia de capacitación que tiene la Empresa el Señor Limón?

Pésimo ()

Bajo ()

Regular ()

Bueno ()

Excelente ()

4.- ¿Cómo considera la idea de aplicación de capacitaciones en la Empresa el Señor Limón?

Pésimo ()

Bajo ()

Regular ()

Bueno ()

Excelente ()

5.- ¿De qué manera califica el respeto hacia su persona por parte de la Empresa el Señor Limón?

- Pésimo ()
- Bajo ()
- Regular ()
- Bueno ()
- Excelente ()

6.- ¿Cómo considera la honestidad en la Empresa el Señor Limón?

- Pésimo ()
- Bajo ()
- Regular ()
- Bueno ()
- Excelente ()

7.- ¿Cómo califica Ud. la responsabilidad en la Empresa el Señor Limón?

- Pésimo ()
- Bajo ()
- Regular ()
- Bueno ()
- Excelente ()

8.- ¿Cómo califica los programas de incentivos que brinda la Empresa el Señor Limón?

- Pésimo ()
- Bajo ()
- Regular ()
- Bueno ()
- Excelente ()

9.- ¿Cree usted que la seguridad es importante para brindar un buen servicio?

- Si ()
- No ()
- No opina ()

¡Muchas gracias por su colaboración!



UNIVERSIDAD NACIONAL
"HERMILIO VALDIZAN"



FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y TURISMOS

CUESTIONARIO PARA CLIENTES

Estimado cliente de la empresa "Señor Limón ", se viene realizando el trabajo de investigación titulado: **la Capacitación del Personal y su Influencia en los Servicios de la Empresa "el Señor Limón" en la Ciudad de Huánuco - 2016**. A continuación Ud. encontrará varias preguntas, las cuales debe responder con toda veracidad, marcando con una **(x)** en el espacio correspondiente. Le agradecemos por su gentil colaboración.

1.-¿Cuál es la apreciación sobre el servicio que ofrece la Empresa el Señor Limón?

- Pésimo ()
- Bajo ()
- Regular ()
- Bueno ()
- Excelente ()

2.-¿usted cree que el carisma es importante para brindar un mejor servicio?

- Si ()
- No ()
- No opina ()

3.-¿Cuál es su apreciación sobre el lenguaje culto que existe en la Empresa el Señor

Limón?

- Pésimo ()
- Bajo ()
- Regular ()
- Bueno ()
- Excelente ()

4.-¿Cree usted que la facilidad de palabra ayuda para brindar un mejor servicio?

- Si ()
- No ()
- No opina ()

5.-¿ Cree usted que la pronunciación adecuada es vital para brindar un mejor Servicio?

- Si ()
- No ()
- No opina ()

6.- ¿Cree Ud. que la ubicación estratégica es vital para tener una buena acogida entre los clientes?

- Si ()
- No ()
- No opina ()

7.- ¿cree ud. que un ambiente adecuado es necesario para brindar un mejor servicio?

- Si ()
- No ()
- No opina ()

8.-¿Cuál es su apreciación sobre el humor que el trabajador muestra al brindar un servicio?

- Pésimo ()
- Bajo ()
- Regular ()
- Bueno ()
- Excelente ()

9.- ¿cree ud. que es necesario mostrar afecto para brindar un mejor servicio?

- Si ()
- No ()
- No opina ()

10.-¿ cree ud. que es necesario entender al cliente para brindar un mejor servicio?

- Si ()
- No ()
- No opina ()

11.- ¿Cuál es su apreciación de la empatía que muestra el trabajador al brindar el servicio?

- Pésimo ()
- Bajo ()
- Regular ()
- Bueno ()
- Excelente ()

12.- ¿Cree Ud. que el trabajador percibe las necesidades del cliente?

- Si ()
- No ()
- No opina ()

¡Muchas gracias por su colaboración!



UNIVERSIDAD NACIONAL
"HERMILIO VALDIZAN"



FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y TURISMOS

GUIA DE OBSERVACION A LOS TRABAJADORES

Empresa : "SEÑOR LIMÓN"
Nombres de las observadoras : BUENO HUAMALÍ, Gregoria
JARA RUIZ, Juana Jesabel
FABIAN CAMARA, Marleny

| INDICADORES | OPCIONES | OBSERVACIÓN |
|--|-----------|-------------|
| El grado de conocimiento que tiene sobre servicio | Pésimo | |
| | Bajo | |
| | Regular | |
| | Bueno | |
| | Excelente | |
| Los contenidos académicos que brinda la Empresa el Señor Limón | Pésimo | |
| | Bajo | |
| | Regular | |
| | Bueno | |
| | Excelente | |
| La experiencia de capacitación que tiene la Empresa el Señor Limón | Pésimo | |
| | Bajo | |
| | Regular | |
| | Bueno | |
| | Excelente | |
| La facilidad de palabra ayuda para brindar un mejor servicio | Pésimo | |
| | Bajo | |
| | Regular | |
| | Bueno | |
| | Excelente | |
| El respeto hacia su persona por parte de la Empresa el Señor Limón | Pésimo | |
| | Bajo | |
| | Regular | |
| | Bueno | |
| | Excelente | |
| La honestidad en la Empresa el Señor Limón | Pésimo | |
| | Bajo | |
| | Regular | |
| | Bueno | |
| | Excelente | |
| La responsabilidad en la Empresa el Señor Limón | Pésimo | |
| | Bajo | |
| | Regular | |
| | Bueno | |
| | Excelente | |
| Los programas de incentivos que brinda la Empresa el Señor Limón | Pésimo | |
| | Bajo | |
| | Regular | |
| | Bueno | |
| | Excelente | |
| La seguridad es importante para brindar un buen servicio | Si | |
| | No | |
| | No opina | |



UNIVERSIDAD NACIONAL
"HERMILIO VALDIZAN"



FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y TURISMOS

GUIA DE OBSERVACION A LOS CLIENTES

Empresa
Nombres de las observadoras

: "SEÑOR LIMÓN"
: BUENO HUAMALÍ, Gregoria
JARA RUIZ, Juana Jesabel
FABIAN CAMARA, Marleny Ruthy

| INDICADORES | OPINION | OBSERVACIÓN |
|---|-----------|-------------|
| La apreciación sobre el servicio que ofrece la Empresa el Señor Limón | PESIMO | |
| | BAJO | |
| | REGULAR | |
| | BUENO | |
| | EXCELENTE | |
| El carisma es importante para brindar un mejor servicio | SI | |
| | NO | |
| | NO OPINA | |
| El lenguaje culto que existe en la Empresa el Señor Limón | PESIMO | |
| | BAJO | |
| | REGULAR | |
| | BUENO | |
| | EXCELENTE | |
| La facilidad de palabra ayuda para brindar un mejor servicio | SI | |
| | NO | |
| | NO OPINA | |
| La pronunciación adecuada es vital para brindar un mejor Servicio | SI | |
| | NO | |
| | NO OPINA | |
| La ubicación estratégica es vital para tener una buena acogida entre los clientes | SI | |
| | NO | |
| | NO OPINA | |
| Un ambiente adecuado es necesario para brindar un mejor servicio | SI | |
| | NO | |
| | NO OPINA | |
| El humor que el trabajador muestra al brindar un servicio | PESIMO | |
| | BAJO | |
| | REGULAR | |
| | BUENO | |
| | EXCELENTE | |
| Mostrar afecto para brindar un mejor servicio | SI | |
| | NO | |
| | NO OPINA | |
| Entender al cliente para brindar un mejor servicio | SI | |
| | NO | |
| | NO OPINA | |
| La empatía que muestra el trabajador al brindar el servicio | PESIMO | |
| | BAJO | |
| | REGULAR | |
| | BUENO | |
| | EXCELENTE | |
| El trabajador percibe las necesidades del cliente | SI | |
| | NO | |
| | NO OPINA | |

