

**UNIVERSIDAD RICARDO PALMA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA**



**TESIS**

**PROGRAMA DE CAPACITACIÓN Y SU RELACIÓN CON EL DESARROLLO DE  
COMPETENCIAS LABORALES DE ASESORES DE VENTAS VÍA TELEMARKETING**

**PRESENTADO POR LA BACHILLER**

**BRILLANTE SOL BENLLOCHPIQUER MASIAS**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA**

**LIMA, PERÚ**

**2019**

Este trabajo de investigación va dedicado a mis padres que con mucho esfuerzo me apoyaron. A mi madre que me acompañaba en cada noche de estudio y por todo el amor que siempre me da. A mi padre que siempre me alienta en cada paso que doy y me aconseja constantemente, y sobre todo a Dios que me permite tenerlos conmigo cada día. Con amor para ustedes.

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco en primer lugar a Dios por permitirme estar acá, por darme la familia que tengo y el apoyo incondicional de mis padres y en especial a mi madre que siempre está apoyándome y día a día aprendo con su ejemplo. Gracias a mi asesor por la paciencia y el apoyo constante y a mi alma mater que durante 5 hermosos años aprendí muchas cosas no solo académicas, sino que aprendí el valor de la amistad y la cultura de paz que nos la enseñan a diario. Gracias URP.

## INTRODUCCIÓN

La siguiente investigación pone en manifiesto en los siguientes Capítulos a desarrollar la importancia de un Programa de Capacitación enfocado en el desarrollo de Competencias Laborales de los colaboradores, lo cual puede mejorar los objetivos planteados por una empresa dedicada a la venta cursos (intangibles), lo cual se implementa para el área comercial específicamente a Asesores de Venta Vía Telemarketing. Se quiere aportar un programa de capacitación enfocado en bases teóricas e indicadores para así mejorar la productividad de los colaboradores.

La presente investigación se formula como una alternativa que busca disminuir la incertidumbre, rotación y poca productividad por parte de los colaboradores y así impulsar sus competencias laborales de manera positiva y significativa. Haciendo un recuento, en el primer capítulo, se expone la formulación del problema y se identifica el problema principal y secundarios que se desarrollaran a lo largo de la investigación, se desarrolla la justificación de la investigación explicando la importancia del desarrollo de este trabajo y evidenciando donde radica el objeto de estudio, además se desarrollaran los alcances y limitaciones que se pueden encontrar durante el desarrollo y análisis de la investigación. En el segundo capítulo, podremos encontrar el marco teórico y conceptual en el cual se desarrollan los antecedentes de la investigación ya sean aportes nacionales e internacionales, así mismo las bases teóricas y/o científicas y la definición de los términos básicos. En el tercer capítulo, se expone la Hipótesis General e Hipótesis Especificas las cuales tienen relación con los objetivos planteados, además se manifiesta la variable dependiente e independiente y se puede apreciar la Matriz de Consistencia la cual es la estructura de toda la investigación. En el cuarto capítulo, se expone, Tipo y Método de investigación, Diseño específico de la investigación, población, muestra y participantes, instrumento de recogida de datos, técnica de procesamiento de datos y

procedimiento de ejecución del estudio. En el quinto capítulo, se exponen los resultados obtenidos (resultados y discusión), su análisis e interpretación.

Esta investigación aplica el método mixto donde podemos apreciar la combinación de ambos enfoques, cualitativo y cuantitativo. El método cuantitativo busca explicar el comportamiento de las cosas y sus razones, y el método cualitativo es inductivo, asume la realidad como una dinámica. El método mixto ofrece una investigación más profunda. Como consecuencia los resultados obtenidos son más precisos.

Cabe resaltar que el aporte de esta investigación fue muy interesante para mí ya que tuve la oportunidad de laborar en la empresa en la cual se realizó la investigación y pude darme cuenta de la realidad problemática que atravesaban en ese entonces. Es ahí donde nacieron las ganas de aportar con mis conocimientos y poder mejorar la productividad y alinear los objetivos planteados con el desarrollo de las capacitaciones impartidas.

## ÍNDICE

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
INTRODUCCIÓN.....	iv
ÍNDICE.....	vi
LISTA DE TABLAS.....	viii
LISTA DE FIGURAS.....	x
LISTA DE GRÁFICOS.....	xi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
CAPÍTULO I.....	1
Planteamiento del estudio.....	1
1. Formulación del problema.....	3
2. Objetivos generales y específicos.....	3
3. Justificación o importancia del estudio.....	4
4. Alcance y limitaciones.....	6
CAPÍTULO II.....	7
Marco teórico y conceptual.....	7
1. Antecedentes de la investigación.....	7
2. Bases teóricas – científicas.....	11
3. Definición de términos básicos.....	18
CAPÍTULO III.....	21
Hipótesis y variables.....	21
1. Hipótesis y/o supuestos históricos.....	21
2. Identificación de variables o unidades de análisis.....	21
3. Matriz lógica de consistencia.....	23
CAPÍTULO IV.....	24
Método.....	24
1. Tipo y método de investigación.....	24
2. Diseño específico de investigación.....	25
3. Población, Muestra y Participantes.....	25
4. Instrumentos de recogida de datos.....	26
5. Técnicas de procesamiento de datos.....	26

6. Procedimientos de ejecución del estudio .....	27
CAPÍTULO V.....	28
Resultados y Discusión .....	28
1. Datos cuantitativos.....	28
2. Análisis de resultados .....	54
3. Discusión de resultados.....	64
CAPÍTULO VI.....	66
Conclusión y Recomendaciones .....	66
1. Conclusiones.....	66
2. Recomendaciones .....	67
REFERENCIAS.....	68
APÉNDICE.....	69
APÉNDICE A. MATRIZ DE CONSISTENCIA .....	70
APENDICE 2. ENCUESTA .....	74

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Indicador: Horas de Capacitación.....	28
Tabla 2. Indicador: Tipo de Contenido.....	30
Tabla3. Dimensión: Necesidades de Capacitación.....	31
Tabla 4. Indicador: Logros de Aprendizaje.....	33
Tabla 5. Dimensión: Establecer metas y objetivos.....	34
Tabla 6. Indicador: Nivel de satisfacción.....	36
Tabla 7. Dimensión: Motivación de los participantes.....	37
Tabla 8. Indicador: Nivel de Participación.....	39
Tabla 9. Dimensión: Métodos de Capacitación.....	40
Tabla 10. Variable: Programa de Capacitación.....	42
Tabla 11. Indicador: Nivel de conocimiento.....	43
Tabla 12. Dimensión: Capacidades Cognitivas.....	45
Tabla 13. Indicador: Nivel de aplicabilidad.....	46
Tabla 14. Dimensión: Capacidades Técnicas.....	48
Tabla 15. Indicador: Nivel de internalización del contenido.....	49
Tabla 16. Dimensión: Capacidades Actitudinales.....	51
Tabla 17. Variable: Competencias laborales.....	52
Tabla 18. Tabla de Contingencia Variable: Programa de capacitación * Variable: Competencias laborales.....	54
Tabla 19. Tabla de contingencia Variable: Programa de capacitación * Dimensión: Capacidades Cognitivas.....	57
Tabla 20. Tabla de contingencia Variable: Programa de capacitación * Dimensión: Capacidades Técnicas.....	59



Tabla 21. Tabla de contingencia Variable: Programa de capacitación \* Dimensión:

Capacidades Técnicas.....62

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Pasos en la preparación de un programa de capacitación y desarrollo.....	13
Figura 2. El proceso de evaluación de las necesidades de capacitación.....	14
Figura 3. Objetivos de la capacitación.....	15
Figura 4. Horas de Capacitación.....	29
Figura 5. Tipo de Contenido.....	31
Figura 6. Necesidades de Capacitación.....	32
Figura 7. Logros de aprendizaje.....	34
Figura 8. Establecer metas y objetivos.....	35
Figura 9. Nivel de satisfacción.....	37
Figura 10. Motivación de los participantes.....	38
Figura 11. Nivel de Participación.....	40
Figura 12. Métodos de Capacitación.....	41
Figura 13. Programa de Capacitación.....	43
Figura 14. Nivel de conocimiento.....	44
Figura 15. Capacidades Cognitivas.....	46
Figura 16. Nivel de Aplicabilidad.....	47
Figura 17. Capacidades Técnicas.....	49
Figura 18. Internalización del contenido.....	50
Figura 19. Capacidades Actitudinales.....	52
Figura 20. Competencias Laborales.....	53

## LISTA DE GRÁFICOS

Grafico 1. Programas de Capacitación y Competencias Laborales.....	56
Grafico 2. Programa de Capacitación y Capacidades Cognitivas.....	58
Grafico 3. Programa de Capacitación y Capacidades Técnicas.....	61
Grafico 4. Programa de Capacitación y Capacidades Actitudinales.....	63

## RESUMEN

El siguiente trabajo de investigación tiene como finalidad determinar el desarrollo de una herramienta estratégica que aportará positivamente a la organización empresarial estudiada. El estudio del presente trabajo se realizó en el año 2018 y se estableció como objetivo principal determinar de qué manera un programa de capacitación se relaciona con el desarrollo de competencias laborales de asesores de venta vía telemarketing, en el cual se determinó el método de estudio mixto, ya que nos ofreció una investigación más profunda, así mismo, el tipo de investigación es descriptivo correlacional y posteriormente se hicieron inferencias sobre la relación que existe entre ambas variables.

Para la obtención de resultados se utilizó la técnica de la encuesta, con un cuestionario como instrumento de medición, en la que se utilizó un total de 28 preguntas, 18 de ellas sobre Programas de Capacitación y 10 de ellas sobre Competencias Laborales.

Estas encuestas fueron aplicadas a 57 asesores de venta que hayan pasado satisfactoriamente la capacitación impartida, este número de encuestados se determinó aplicando una fórmula en base a una población de 70 asesores. Además, la información obtenida fue procesada mediante el programa SPSS, de esta manera pudimos clasificar los datos de manera ordenada para obtener los cuadros, tablas o gráficos y medidas estadísticas que se necesitaron para la investigación.

Finalmente se llegó a la conclusión que programa de capacitación tiene relación con las competencias laborales, sin embargo, los participantes observan que dicho programa de capacitación debe tomar en cuenta las necesidades de capacitación para el desarrollo adecuado del puesto en base a las metas organizacionales.

Palabras clave: Programa de capacitación, competencias laborales, capacitación, Telemarketing.

## ABSTRACT

The following research work aims to determine the development of a strategic tool that will positively contribute to the studied business organization. The study of this work was carried out in 2018 and it was established as the main objective to determine how a training program is related to the development of job skills of sales consultants via telemarketing, in which the mixed study method was determined, since it offered us a deeper investigation, as well as the type of research that is descriptive correlational and subsequently inferences were made about the relationship between the two variables.

To obtain results, the survey technique was used with a questionnaire as a measuring instrument in which a total of 28 questions were used; 18 of them on Training Programs and 10 of them on Labor Skills.

These surveys were applied to 57 sales consultants who have successfully passed the training provided. This number of respondents was determined by applying a formula based on a population of 70 advisors. In addition, the information we obtained was processed through the SPSS program, so that we could classify the data in an orderly manner to obtain the charts, tables or graphs and statistical measures that were needed for the investigation.

Finally, it was concluded that the training program is related to labor competencies, however, the participants observe that said training program must take into account the training needs for the proper development of the position based on the organizational goals.

Keywords: Training program, job skills, training, Telemarketing.

## CAPÍTULO I

### **Planteamiento del estudio**

En el contexto organizacional en la actualidad, el valor fundamental es el capital humano que contribuye con el desarrollo y la rentabilidad de las empresas. Esto significa que las personas cumplen diferentes funciones y requieren desarrollar sus capacidades y competencias laborales; por ello, es muy importante que se capaciten de manera permanente. Esta exigencia se da debido a que constantemente nos encontramos en un mundo cambiante donde siempre existirá la mejora continua, por ende-vale la reiteración- las empresas tienen la obligación de capacitar a sus colaboradores.

La capacitación tradicionalmente no tenía el nivel de relevancia que ahora tiene, porque no se valoraba el poder del conocimiento que viene a ser el insumo de la nueva economía. Por ello, el desarrollo de habilidades cognitivas, técnicas y actitudinales permiten un trabajo más orgánico, prolijo y sistemático, lo que incide en el logro de metas y objetivos laborales por parte de los colaboradores quienes al desarrollar dichas habilidades mejoran su desempeño. Tener un plan de capacitación no es tan sencillo, porque debe estar estructurado y ejecutado por un equipo de personas que conozcan este proceso, para Quinn Millls (2003), “La capacitación se refiere a la adquisición de habilidades para emplearse en determinado puesto en una organización”. (p.251)

En este sentido, el estudio parte de dos variables, un programa de capacitación y el desarrollo de competencias laborales, por lo que la investigación tomo en cuenta un contexto o delimitación espacial de una empresa que tiene alrededor de 18 años en el mercado y se dedica a la venta de intangibles, como cursos de especialización y diplomados con certificación internacional, cabe resaltar que cuenta con la certificación de calidad ISO- 9001 de 2008 y está certifica sus procesos con estándares de calidad. Además, esta empresa cuenta con un sistema de ejecución diseñado especialmente para ella, el cual tiene todas las áreas integradas y estas se habilitan según la necesidad del colaborador. Adicionalmente cabe mencionar que la venta de intangibles es una de las más difíciles en el mercado pues se debe estudiar el producto para poder venderla de la mejor manera.

Normalmente la rotación de personal es alta debido a que la mayoría de los colaboradores no se adecuan al ritmo de trabajo que tiene la empresa, pues las metas de ventas son altas y aprender el sistema de manejo es complicado, se sienten presionados y frustrados, la capacitación que se le brindo no fue la adecuada.

Uno de los problemas detectados, es la falta de un cronograma de capacitación el cual indique estructuradamente los temas a tocar y las habilidades que deben desarrollar los nuevos candidatos para ser seleccionados como colaboradores de la empresa. Este plan de capacitación debería estar diseñado según las necesidades de los colaboradores para el puesto que van a desempeñar, en este caso, Asesores de ventas. Cabe mencionar que no cuentan con una persona que se dedique especialmente a dictar estas capacitaciones, pues lo hacen los mismos coordinadores de ventas y, debido a su trabajo no cuentan con disponibilidad total. Estos factores ocasionan que la empresa no pueda alcanzar sus objetivos y todo empieza desde la capacitación comercial que se brinda, se debe hacer algo al respecto para que puedan alcanzar su metacognición.

Implementando un programa de capacitación comercial estructurado y en base a las necesidades, los colaboradores podrían desempeñarse de la mejor manera y así poder generar mayores beneficios para la empresa y también contribuiría a la motivación de estos, pues se sentirían más productivos y también el clima organizacional de alguna manera mejoraría. Si no se implementa un plan de capacitación o no se hace algo al respecto evidentemente se estaría perdiendo un gran capital humano, así mismo esto genera grandes pérdidas para la empresa. Esto podría ocasionar que el área comercial cierre a nivel lima y solo se concentre en Arequipa su sede principal.

## **1. Formulación del problema**

### **Problema principal**

¿De qué manera un programa de capacitación se relaciona con el desarrollo de competencias laborales de asesores de venta vía telemarketing?

### **Problemas secundarios**

1. ¿De qué manera un programa de capacitación se relaciona con el desarrollo cognitivo de equipos de vendedores vía telemarketing?
2. ¿De qué manera un programa de capacitación se relaciona con el desarrollo de capacidades técnicas de equipos de vendedores vía telemarketing?
3. ¿De qué manera un programa de capacitación se relaciona con el desarrollo de capacidades actitudinales de equipos de vendedores vía telemarketing?

## **2. Objetivos generales y específicos**

### **Objetivo general**

Determinar de qué manera un programa de capacitación desarrollará las competencias laborales de asesores de venta.



## **Objetivos específicos**

1. Determinar de qué manera un programa de capacitación desarrolla capacidades cognitivas en equipos de vendedores vía telemarketing.
2. Determinar de qué manera un programa de capacitación desarrolla capacidades técnicas en equipos de vendedores vía telemarketing.
3. Determinar de qué manera un programa de capacitación desarrolla capacidades actitudinales de equipos de vendedores vía telemarketing.

### **3. Justificación o importancia del estudio**

La importancia del presente estudio radica en la realimentación teórica desde el ámbito epistémico de las ciencias administrativas y de manera particular se circunscribe en la gestión del talento humano y específicamente en el ámbito de la capacitación y el desarrollo de competencias laborales en un equipo de ventas. Esto significa que el estudio se apropia de las referencias teóricas para construir una propuesta de un programa de capacitación especializado para el desarrollo de competencias laborales en ventas vía telemarketing. Con esto se quiere aportar a la teoría general de la administración desde esa construcción teórica, sistematizando el conocimiento empírico y contrastando con el marco teórico que nace de las variables de la investigación.

El conocimiento del pensamiento administrativo ha ido evolucionando hasta encontrarnos en un mundo globalizado y muy competitivo a nivel corporativo, donde el desarrollo de habilidades de los colaboradores permite mejorar su desempeño y lograr las metas de acuerdo a las funciones que cumplen en una organización. La educación y la capacitación en el ámbito laboral son de suma importancia porque contribuyen a lograr una ventaja competitiva.

Actualmente la competencia en el mercado exige de las personas el desarrollo de capacidades para que puedan ser más productivos y que contribuyan con el logro de las metas y objetivos organizacionales. Este ámbito es necesario para el desarrollo organizacional y crecimiento profesional de los colaboradores que deben capacitarse periódicamente de acuerdo a programas de capacitación y desarrollos que parta de un diagnóstico de capacitadas. Brindar el conocimiento de manera adecuada es la clave del éxito, esto incentiva la interacción del colaborador y promueve la diversidad de expresión.

Instaurar un sistema en el cual se tengan en cuenta las relaciones interpersonales e intrapersonales entre el capacitador y los participantes, para así, evitar la desmotivación de esta manera podremos evaluar las capacidades actitudinales, que necesarias para el desempeño de los participantes. No todos los participantes cuentan con un mismo coeficiente emocional, pero se puede incentivar al desarrollo de capacidades cognitivas y evaluar el desempeño de los colaboradores en los programas de capacitación.

Desde la aplicación práctica, el estudio parte de la capacitación empresarial que implica o se relaciona en el desarrollo de competencia laborales, lo que significa transformar una realidad en un proceso cognitivo, psicomotor y afectivo; esto conlleva a tener personas altamente capacitadas y que constituya a la base de una ventaja competitiva en la organización.

Tenemos claro que, para que toda empresa puede desarrollar un rol importante y pueda alcanzar sus metas y objetivos, el capital humano tiene un rol muy importante. Ellos deben estar capacitados en base a las necesidades que identifica el empleador para que puedan desempeñar un mejor rol en la empresa y así generaran mayor rentabilidad, sino, puedan sentirse productivos y se genere un buen ambiente laboral.

En la selección de personal, evaluar el nivel académico del postulante y sus conocimientos previos proyectan un escenario de como desempeñaran sus conocimientos y habilidades en las sesiones de capacitación, así su nivel de aprendizaje será óptimo. Desarrollar una capacitación estructurada, con temas adecuados y con el personal idóneo, conllevara a que los participantes puedan recibir todo el aprendizaje y desempeñarse de la mejor manera en el puesto de trabajo, esto minimizaría los conflictos negativos en la plataforma que utilizaran.

#### **4. Alcance y limitaciones**

##### **Alcances**

Lo que el estudio pretende abarcar es el proceso educativo empresarial desde un programa de capacitación orientado al desarrollo de competencias laborales que enmarcan las dimensiones del conocer, hacer y ser. Si hablamos de un proceso de capacitación para el desarrollo de competencias laborales, estamos hablando de un proceso de nuevos aprendizajes y metacognición, lo que equivalen a señalar la trascendencia de dichos aprendizajes que deben ser muy significativos y que se pueda observar en la realidad y en la práctica de los participantes en dicho programa de capacitación, lo que debería medirse a través de ROI (Return on investment, retorno de la inversión), el cual es el resultado de multiplicar los resultados de la evaluación por competencias y los resultados de la organización. Esta se lleva a cabo previo a la capacitación y después de esta. Si bien, es una herramienta utilizada a nivel mundial, es solo una aproximación ya que hay muchos factores que influyen en ella.

##### **Limitaciones**

Las limitaciones del estudio toman en cuenta la accesibilidad, el aspecto financiero, el tiempo y el proceso de indagación en campo, entre otros. En estos aspectos no se ha tenido inconveniente; por esta razón el estudio es viable.

## CAPÍTULO II

### Marco teórico y conceptual

#### 1. Antecedentes de la investigación

Realizando una investigación detallada, se pudieron encontrar investigaciones similares al objeto de estudio.

##### *A Nivel Local*

**En el estudio de Nadia, T (2015) Tesis “Programa de Capacitación constante y la Productividad en las ventas del Área de Consultas Generales del Centro de Contacto del BCP”. Administración. Universidad Nacional de Trujillo. Perú.** El objetivo central fue proponer un plan de capacitación e incrementar la productividad de las ventas del área de consultas generales del centro de contacto del banco BCP. El instrumento que se utilizó fue la encuesta, y fueron sometidos a un diseño descriptivo transaccional.

La muestra estuvo conformada por 79 colaboradores y así poder dar a conocer el impacto que la capacitación constante tiene en la productividad de las ventas. Los resultados de esta investigación permitieron conocer que, un programa de capacitación constante influye positivamente en la productividad de las ventas del área de consultas generales del centro de contacto del banco BCP, mejorando un 20% de la producción en ese entonces.

**En el estudio de Jorge, M (2008) Tesis “Capacitación empresarial y desempeño laboral en el Fondo de Empleados del Banco de La Nación - FEBAN, Lima 2006”. Educación. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Perú.** El objetivo central de esta investigación fue Determinar y Evaluar de qué manera un Programa de Capacitación Empresarial se relaciona con el Desempeño Laboral de los Trabajadores del Fondo de Empleados del Banco de la Nación durante el 2006. Esta investigación fue sometida a un diseño experimental de corte transversal y su propósito es lograr describir variables y analizar su incidencia o interrelación en un momento dado, mediante la prueba t o mediante pruebas de correlación”

La muestra se determinó por conveniencia en 80 Participantes. En conclusión, los resultados de esta investigación dieron a conocer que un Programa de Capacitación Empresarial se relaciona significativamente con el Desempeño Laboral de los Trabajadores del Fondo de Empleados del Banco de la Nación durante el 2006.

**En este estudio, el autor Luis, M (2012) Tesis “Eficacia de cuatro sistemas en capacitación sobre el desempeño laboral de empleados de una empresa de servicios telefónicos”. Administración en Gestión Empresarial. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Perú.** Esta investigación tiene como objetivo principal determinar si existen diferencias significativas en desempeño laboral entre los cuatro grupos expuestos a diversos sistemas de capacitación (Educación Presencial, Educación Virtual, Video Conferencia y Audio Conferencia). Así mismo puede ser tipificada como “investigación descriptiva - explicativa” ya que trata de describir y explicar un fenómeno, el diseño del presente estudio es “descriptivo comparativo”. Es decir, primero se describirán las variables consideradas (sistemas de capacitación y desempeño laboral), posteriormente se efectuarán comparaciones respecto al desempeño laboral entre grupos que recibieron los diferentes

sistemas de capacitación, con el fin de determinar si hay diferencias en desempeño laboral entre dichos grupos.

La muestra utilizada en este estudio estuvo conformada por cuatro grupos (uno por cada sistema de capacitación) constituido por 50 personas cada uno. La muestra definitiva estuvo conformada por un total de 200 personas que labora en el área de atención al cliente de la empresa Telefónica del Perú a nivel Lima Metropolitana. Obteniendo las siguientes conclusiones, en la cual se comprobó que existían diferencias significativas entre los cuatro sistemas de capacitación siendo el de mejor rendimiento el sistema presencial con un promedio de 16.52, y el menos eficaz el de audio conferencia con 10.98.

#### *A Nivel Internacional.*

**En este estudio, el autor Oscar, T (2013) Tesis “Programa de capacitación para la profesionalización de la fuerza de ventas en empresas comercializadoras del sector industrial del distrito federal”. Comercio e investigación. Instituto Politécnico Nacional. México.** Menciona que una estrategia utilizada en mejorar el conocimiento que tiene la fuerza de ventas sobre la función que desempeñan, usualmente las empresas no dedican el tiempo necesario para esto y el vendedor solo se dedica a vender los que le comprar. Para tal efecto, su objetivo principal fue proponer un programa de capacitación para profesionalizar al personal de ventas que labora en empresas de comercialización del sector industrial en el Distrito Federal. Utilizando la encuesta como instrumento, en el cual se pudo realizar el análisis e interpretación de resultados.

La muestra estuvo conformada por 56 empresas comercializadoras del sector industrial, por lo tanto, se realizaron las entrevistas de preguntas abiertas respectivas. Una vez analizados todos los datos de las encuestas, se llegaron a las siguientes conclusiones: ha quedado claro que para llegar a ser un vendedor profesional es necesario como en cualquier otra profesión,

estar correctamente capacitado de acuerdo a los conocimientos requeridos y la aplicación de este, debe ser visto como la creación de una ventaja competitiva. En el caso de la capacitación en ventas, no se trata de tomar todos los cursos existentes, sino de analizar cuáles son los conocimientos deficientes que se requieran actualizar, mejorar o implementar para cada uno de los ejecutivos de ventas.

**En la investigación de López, C (2015) Tesis “Guía para un telemarketing exitoso, en las empresas de seguros cuencanas”. Carrera de Administración de Empresas. Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca. Ecuador.** Revisada la tesis, no se encontró descripción de la realidad problemática, de la misma, lo que nos llevó a deducir que la intención de la investigadora era proponer una guía para un telemarketing exitoso, en las empresas de seguros cuencanas. Una vez analizada la investigación se llegaron a las siguientes conclusiones: que el telemarketing es factible para las empresas aseguradoras de la ciudad de Cuenca, pues mediante esta técnica de venta se abarca un mayor número de potenciales clientes, se tiene un mejor control del personal y se incrementan los ingresos. Las empresas aseguradoras no le dan mucha importancia a la capacitación, solo un 75% son capacitaciones que se realizan en un tiempo no mayor a un año, lo que ocasiona que se encuentren desinformados al momento de vender. Por otro lado, en esta investigación se aplicó un método cualitativo de tipo descriptivo y de análisis de contenido, cuya técnica ha sido la encuesta.

**En este estudio, el autor María, S (2011) Tesis “Proceso de elaboración de un plan de capacitación que permita un mejor rendimiento y aumento de la satisfacción laboral con parámetros basados en la evaluación de desempeño con Productos Avon S.A.”. Universidad de las Américas. Ecuador.** La investigación hace mención que su objetivo principal es diseñar un plan de capacitación en base a la evaluación de desempeño para aumentar el rendimiento y satisfacción laboral de sus empleados. Así mismo este plan será

administrado por el área de Recursos Humanos, y así detectar las necesidades y aplicarlo al personal administrativo para así mejorar su rendimiento y asumir nuevos retos laborales.

La muestra está conformada por un total de 101 participantes entre jefes y empleados, el cual utilizo un diseño experimental, así mismo llegaron a las siguientes conclusiones, el plan de capacitación implementado ayudo a llevar un control y seguimiento de las capacitaciones realizadas, así mismo permitió mejorar la comunicación con el jefe inmediato para conocer los aspectos de mejora en los que los empleados deben comprometerse a mejorar y se pudieron brindar las herramientas necesarias de información para que el empleado sea el principal autor de su desarrollo y conozca respecto a las oportunidades que brinda la compañía.

## **2. Bases teóricas – científicas**

La capacitación es un programa educacional, estratégico y dinámico diseñado para los colaboradores de las organizaciones, su fin principal es brindar diferentes conocimientos y habilidades prácticas que aportaran en su desempeño diario. Esto creara mayor interacción entre el colaborador y su puesto, ya que al adquirir nuevos conocimientos su nivel de eficacia mejorara y podrán desempeñarse mejor. Para esto se debe dar un seguimiento antes, durante y después del programa de capacitación.

Muchas empresas no consideran importante la capacitación, incluso a las personas de ventas los subestiman, ya que no solo hace falta ser disciplinado y tener experiencia, cada trabajo y cada producto es totalmente diferente y una buena o mala capacitación marcara la diferencia entre el éxito y fracaso de una empresa.

En la actualidad existen muchas definiciones de capacitación, incluso con los años estas han variado, a continuación, evaluaremos algunas definiciones.

En el pasado, algunos especialistas en recursos humanos consideraban que la capacitación era un medio para adecuar a cada persona a su trabajo y para desarrollar la fuerza de trabajo de la



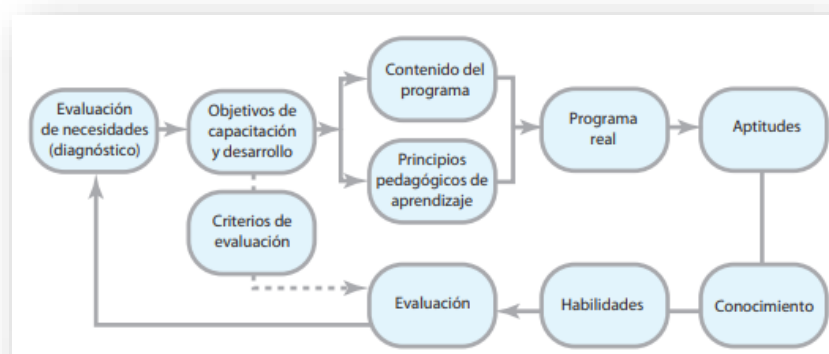
organización a partir de los puestos que ocupaban. Actualmente, el concepto se amplió y ahora se considera que la capacitación es un medio para apalancar el desempeño en el trabajo. La capacitación casi siempre ha sido entendida como el proceso mediante el cual se prepara a la persona para que desempeñe con excelencia las tareas específicas del puesto que ocupa. Actualmente la capacitación es un medio que desarrolla las competencias de las personas para que puedan ser más productivas, creativas e innovadoras, a efecto de que contribuyan mejor a los objetivos organizacionales y se vuelvan cada vez más valiosas. Así, la capacitación es una fuente de utilidad, porque permite a las personas contribuir efectivamente a los resultados del negocio. En estos términos, la capacitación es una manera eficaz de agregar valor a las personas, a la organización y a los clientes. Enriquece el patrimonio humano de las organizaciones y es responsable de la formación de su capital intelectual. (Chiavenato, 2008, p. 370-371)

Como se ha podido ver en las definiciones, todas ellas nos indican que la capacitación es un factor positivo para las empresas, claro está, desarrolladas de la mejor manera, las personas por medio de la capacitaciones adquieren conocimientos que les ayuda a desempeñarse mejor en su puesto de trabajo, y no solo como una forma de mejora continua, sino como una forma de sentirse motivado, ya que los colaboradores sienten que están aportando de manera positiva a la organización, y eso se puede reflejar en los resultados que proyectan y en las metas alcanzadas. Según Chiavenato (2008) afirma: “La capacitación es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos” (p 371).

A nivel organizacional podemos identificar tres categorías de capacitación:

“La educación laboral: abarca una lista de conceptos globales, y sirve para preparar al individuo para trabajar en una serie de contextos y condiciones muy variados (...) Capacitación general: es menos abierta que la educación laboral pero no está del todo circunscrita a las necesidades inmediatas de la organización. Dentro de ciertos límites, permite que el individuo adquiera conocimientos transferibles a otros contextos, incluyendo otras empresas...Capacitación especializada: circunscrita a las necesidades específicas y más o menos inmediatas de la empresa. Aunque es indudable que la mayor parte de las técnicas y destrezas que adquiera un individuo le pueden ser de utilidad en cualquier punto de su carrera. La posibilidad de transferir los conocimientos adquiridos en este tipo de capacitación es mucho más limitada que en los casos anteriores” (Werther y Davis, 2008, p. 256).

Para llevar a cabo un programa de capacitación es muy importante establecer pasos para que estos sean ejecutados de la mejor manera, en el siguiente cuadro podremos observar claramente que es lo que se debe hacer en un programa de capacitación para que este sea llevado a cabo con éxito.



*Figura 1: Pasos en la preparación de un programa de capacitación y desarrollo*  
*Fuente: Werther y Davis (2008)*

**Necesidades de capacitación:** para llevar a cabo una capacitación es muy importante que se lleve a cabo un análisis de necesidades, que es lo que necesitan los colaboradores para ser más productivos y puedan desempeñar un mejor rol en su puesto de trabajo, así como que tipo de

capacitación es la más adecuada para ellos. Se puede considerar que este es el primer paso, en donde se identifican los problemas que tiene la organización, pero para esto se debe realizar una evaluación de necesidades que “...Permite establecer un diagnóstico de los problemas actuales y de los desafíos ambientales que es necesario enfrentar mediante el desarrollo a largo plazo” (Werther y Davis, 2008, p.258).

En el entorno ambiental se pueden realizar muchos cambios, más si las ventas son vía telemarketing, ya que la tecnología, los softwares y sistemas cambian constantemente, más aun si las empresas cuentan con un propio sistema de trabajo, para esto los colaboradores necesitaran capacitarse. Así mismo considerando que las empresas actualmente son muy competitivas, tienden a cambiar sus estrategias de ventas o incorporar productos innovadores, para lo cual también es necesaria una capacitación. Para esto, es fundamental que se lleve un análisis no solo a nivel organizacional, en la siguiente figura podremos observar los diferentes enfoques que se deberían llevar a cabo para obtener mejores resultados en base a un buen análisis de necesidades.

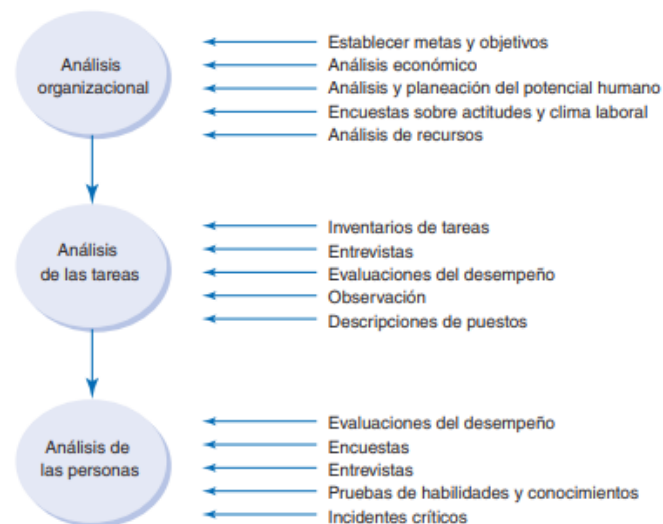


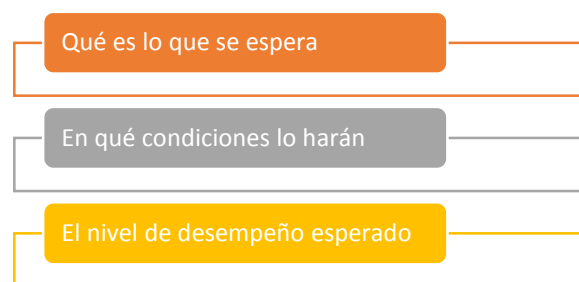
Figura 2. El proceso de evaluación de las necesidades de capacitación.

Fuente. Aamodt (2010)

**Establecer metas y objetivos:** establecer claramente los objetivos y metas que se quieren alcanzar con una capacitación, así esta podrá tener un fin explícito y basarse en resultados. Es muy importante asegurar que la transferencia de conocimiento sea exitosa, ya que de nada servirá realizarla sin un nivel de éxito, mientras las situaciones llevadas a cabo sean similares a las situaciones reales, esta tendrá más éxito para que los asesores comerciales puedan evaluar diferentes situaciones y sabrán cómo manejarlas, siempre hay que estar un paso adelante y visualizar todas las posibles alternativas o problemas que puedan tener al momento de la venta. Por otro lado,

“Es importante que estas metas y objetivos se puedan lograr con facilidad en función del tiempo y los recursos asignados a la capacitación” (Aamodt, 2010, p.293).

Para esto se deben establecer específicamente que es lo que se busca con esta capacitación:



*Figura 3. Objetivos de la capacitación*  
Fuente. Elaboración propia en base al aporte de Aamodt

En otras palabras, los objetivos como “el ser un excelente vendedor vía telemarketing”, debe expresarse en un incremento del 20% en las ventas (Aamodt, 2010), es importante que los objetivos trazados no lo estén expresados en palabras, sino en cifras, para así tener un mejor control y un mejor análisis de resultados.

### **Motivación de los participantes:**

Si bien es cierto la motivación influye mucho en las participantes ya que, **Martínez** y Martínez, afirman que, “La disposición anímica en el trabajo. Tiene que ver con los factores que influyen

en el estado de ánimo y la voluntad de los trabajadores; incluyen principalmente las actitudes, creencias, percepciones, valores y la motivación relacionada con las recompensas y exigencias del trabajo”. (p.71)

Una capacitación es un proceso de aprendizaje, donde inicialmente los participantes mostraran un poco de incertidumbre ya que están adquiriendo nuevos conocimientos, es muy importante motivarlos de la mejor manera, realizando diferentes dinámicas y manteniéndolos alertas, así podrán adquirir mejor los conocimientos y se sentirán a gusto y entretenidos con la capacitación y con muchas ganas de querer aprender. Esto también generara más interés por parte de ellos y se sentirán más competitivos, pues ellos mismo se exigirán y querrán ser los mejores.

**Métodos de capacitación:** se refieren a las diferentes formas en las cuales se lleva a cabo o se ejecuta un programa capacitación en base a las necesidades o metas a alcanzar, en este caso será presencial (la forma tradicional), en la cual se determina un día y hora establecido para llevarla a cabo, esta debe ser interactiva y motivadora, de preferencia por las mañanas en horario de trabajo para que no sea agotador para los colaboradores. El papel del instructor es crucial ya que se debe encontrar a la persona idónea, que no solo conozca el giro del negocio a la perfección, sino que también sepa sobre estrategias de ventas, ya que será el tema principal para los colaboradores.

Las técnicas de capacitación son según Martínez y Martínez. (2009) “Son, entonces, las formas concretas de aplicar los principios metodológicos, según la situación. Diseñar una técnica de capacitación implica especificar las condiciones de ambientación del proceso de capacitación, los medios de comunicación e interacción, el papel del instructor y el papel de los participantes”. (p.110)

## **Competencias laborales**

Las competencias laborales son los conocimientos en los cuales un profesional se puede desempeñar en ciertos ámbitos, es de suma importancia que estos conocimientos sean comprobados, esto hará que su desempeño sea óptimo.

### **Ventas:**

Si hablamos de ventas, es una de las áreas más importantes de una organización ya que sin ellas las empresas no tendrían ingresos, ni generarían rentabilidad, administrar y entender a la fuerza de ventas no es tan sencillo como parece, antiguamente no le tomaban tanto interés, pero ahora es uno de los puntos más importantes dentro de las organizaciones. Jhonston y Marshall (2009), afirman que, “hoy en día la administración de la fuerza de ventas experimenta cambios a un ritmo creciente, y el éxito en parte se define según la manera como los gerentes se adapten a este nuevo mundo” (p.1)

Para las ventas, el tipo de vendedor y la imagen que proyecte es muy importante, las habilidades y el producto, ambos en conjunto son una sinergia, ya que si se tiene un buen producto y un mal vendedor este no podrá llegar al cliente y no lo podrá convencer a cerca de los beneficios que este tiene para cubrir sus necesidades. Las habilidades que tenga el vendedor marcaran la diferencia en si la venta se realiza o no. La efectividad de un buen vendedor se mide en el nivel de ingresos que este genere, ya que mientras mejores habilidades tengas generara más ventas a la organización.

En otras palabras, tener un buen producto no garantiza el éxito de una organización, sino saber administrar la fuerza de ventas, marca la diferencia.

### **3. Definición de términos básicos**

**Programa de capacitación.** - Un programa de capacitación es un proceso a corto plazo aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas obtienen conocimientos, aptitudes, y habilidades en función de objetivos definidos. (Chiavenato 1998).

Se puede decir que es un programa estructurado y detallado según el tipo de capacitación y según la información que se quiere transmitir a los participantes, eso varía según el puesto de trabajo. Aquí los participantes adquieren nuevos conocimientos y habilidades para que se puedan desempeñar de la mejor manera en su nuevo puesto de trabajo.

Para comprender mejor que es un programa de capacitación, para Chiavenato (1998) un programa de capacitación es “un proceso a corto plazo aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas obtienen conocimientos, aptitudes, y habilidades en función de objetivos definidos” (p. 418).

#### **Necesidad de capacitación**

Es la falta de conocimientos a cerca de un puesto en específico, en la cual el colaborador no puede desempeñarse adecuadamente, debido a ello es que se identifican estas necesidades para elaborar un plan de capacitación.

#### **Metas y objetivos**

Determinar exactamente qué es lo que la empresa quiere alcanzar con la capacitación, para tener claro esto, es importante establecer metas y objetivos así podrán tener claro el camino que tienen que seguir para alcanzarlo, al establecer esto la organización podrá alcanzar las metas a nivel organizacional y esto podrá reflejarse en rentabilidad y un buen clima laboral.

- **Motivación de los participantes**

“Para que un programa de capacitación sea eficaz, los empleados deben estar motivados para asistir, desempeñarse adecuadamente y aplicar en sus puestos lo aprendido” (Aamodt, 2010, p.293). Si bien es cierto la motivación de los participantes puede pasar desapercibida pero este punto es muy importante ya que de no preocuparse por la motivación y seguimiento de la capacitación los resultados podrían no ser los esperados, así q motivar a los participantes desde un principio será crucial para el desarrollo y resultados de una capacitación exitosa

- **Métodos de capacitación:**

Las técnicas y los métodos de capacitación pueden llevarse a cabo de diferentes formas y así organizar desarrollar y ejecutar los diferentes procesos de enseñanza según las necesidades y según cual sea el más adecuado para así alcanzar los objetivos de aprendizaje ya previstos.

Para elegir un método o una técnica de capacitación va a depender básicamente de los recursos disponibles que tenga la empresa, sus objetivos planteados y que es lo que quiere alcanzar con esta capacitación, especialmente determinar el perfil de las personas que serán capacitadas para que puedan desarrollar sus competencias y habilidades con nuevos conocimientos por otro lado es muy importante que tengan toda la voluntad de aprender y desempeñarse de la mejor manera.

### **Competencias laborales**

La Competencia Laboral no se refiere a la probabilidad de éxito en la ejecución del Trabajo, sino que constituye una capacidad real y demostrada de realizar una tarea. La Competencia pone en juego un conjunto integrado de capacidades, habilidades, destrezas y actitudes.



Se puede decir que es la capacidad de respuesta de un colaborador, esta debe ser exitosa, mientras más exitosa sea, la competencia laboral será mejor, esta debe estar en función a los criterios de desempeño del empleador.

- **Capacidades cognitivas**

Las capacidades cognitivas son aquellas que se refieren o están ligadas directamente con las habilidades personales de del individuo con son la memoria o resolución de problemas. Estas capacidades determinan que tan hábil es una persona en base a su criterio y que nivel cognoscitivo tiene frente a diferentes situaciones o problemas.

- **Capacidades técnicas**

Son aquellas habilidades que están relacionadas directamente con el correcto desempeño de puestos de un área en específica o de un puesto determinado, por lo general estas capacidades son puestas en práctica en base a las técnicas aprendidas y así se puede determinar el éxito o fracaso de una persona. Esta capacidad está ligada específicamente con la correcta ejecución de las funciones del puesto de trabajo.

- **Capacidades actitudinales**

En esta definición podemos mencionar que se tomara en consideración la conducta, el interés y la participación que tienen los participantes de la investigación. El saber actuar de la manera correcta según las circunstancias que se presenten. Con estas capacidades podremos observar el desarrollo profesional de los participantes de la investigación.

## **CAPÍTULO III**

### **Hipótesis y variables**

#### **1. Hipótesis y/o supuestos históricos**

##### **Hipótesis Central**

Un programa de capacitación desarrolla competencias laborales de asesores de venta vía telemarketing.

##### **Hipótesis Específicas**

Un programa de capacitación desarrolla capacidades cognitivas en equipos de vendedores vía telemarketing.

Un programa de capacitación desarrolla capacidades técnicas en equipos de vendedores vía telemarketing.

Un programa de capacitación conlleva al desarrollo de capacidades actitudinales de equipos de vendedores vía telemarketing.

#### **2. Identificación de variables o unidades de análisis**

Esta investigación tiene las siguientes variables de estudio:

- **Variable independiente: Programa de capacitación**

Un programa de capacitación es fundamental para que una fuerza de ventas pueda lograr los objetivos propuestos, la variable independiente nos muestra diferentes aspectos que son fundamentales para que un programa de capacitación sea el adecuado, las dimensiones tomadas en cuenta para esta investigación serán el soporte de nuestra variable independiente, las cuales son las necesidades de capacitación (por que hacerla), establecer metas y objetivos ( para que hacerla), motivación de los participantes (interés), métodos de capacitación (como hacerla). Estas dimensiones fueron fundamentales para desarrollar el marco teórico pues así se tendrán claros los conceptos y definiciones.

- **Variable dependiente: Competencias laborales**

En este caso la variable dependiente que vendría a ser las competencias laborales, dependerá de nuestro programa de capacitación, como es que estas competencias se desarrollan en nuestros participantes, si se potencia su desarrollo adecuadamente o si hace falta mejorar y repotenciarlas. Aquí analizaremos las diferentes capacidades que un ser humano puede desarrollar como los son las capacidades cognitivas, capacidades técnicas y capacidades actitudinales.

En el siguiente cuadro podremos observar a más detalle cada variable con sus dimensiones e indicadores respectivamente.

### 3. Matriz lógica de consistencia

Cuadro N°1 Variables y Dimensiones

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Programa de Capacitación	Necesidades de Capacitación	Horas de capacitación
		Tipo de contenido
	Establecer metas y objetivos	Logros de aprendizaje
	Motivación de los participantes	Nivel de satisfacción
	Métodos de capacitación	Nivel de participación
V.D		
Competencias laborales	Capacidades Cognitivas	Nivel de conocimiento
	Capacidades Técnicas	Nivel de aplicabilidad
	Capacidades Actitudinales	Nivel de internalización del contenido

## CAPÍTULO IV

### **Método**

#### **1. Tipo y método de investigación**

Esta investigación aplicó el método mixto donde podemos apreciar la combinación de ambos enfoques, cualitativo y cuantitativo. El método cuantitativo busca explicar el comportamiento de las cosas y sus razones, y el método cualitativo es inductivo, asume la realidad como una dinámica. El método mixto ofreció una investigación más profunda.

Así mismo el tipo de investigación es descriptivo correlacional. En un estudio descriptivo podemos especificar rasgos importantes del objeto de estudio y así podremos identificar como se manifiestan las variables analizar y es correlacional porque, podremos conocer la relación que existe entre una capacitación y el desarrollo de competencias laborales y así poder sustentar y saber si la hipótesis desarrollada es aceptada.

Además, se puede decir que es deductivo hipotético porque buscó observar el fenómeno a estudiar, este tipo de estudio también obliga al investigador a reflexionar sobre la formación de la hipótesis y su deducción con la observación de la realidad problemática y su resultado una vez hecho el estudio.

## 2. Diseño específico de investigación

Esta investigación fue no experimental ya que se observaron los fenómenos o las variables involucradas en su estado natural para después poder analizarlas. Posteriormente hicimos inferencias sobre la relación que existe entre ambas.

## 3. Población, Muestra y Participantes

La población que se necesitó para realizar una investigación debe tener características en común y es esencial que se encuentren en un momento y lugar específico según el objeto de estudio.

En esta investigación la población a analizar fue de 70 asesores de venta que hayan pasado satisfactoriamente la capacitación impartida.

### Formulación de la muestra; autor Gabaldon (1980)

Donde:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

- N = Total de la población
- $Z_{\alpha} = 1.96$  (nivel de confianza es del 95%)
- p = proporción esperada
- q = 1 – p (en este caso 1-0.5 = 0.5)
- d = precisión (en la investigación se usa un 5%).

N = 70

$Z_{\alpha} = 1.96$

p=0.5

q=0.5

d=0.05

$$n = \frac{70 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (70 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{67.228}{1.1829} = 56.83$$

n = 57 asesores de venta

Las características que tomamos en cuenta fueron las personas o los participantes que pasaron satisfactoriamente la capacitación, ya que ellos acceden rápidamente al puesto de trabajo, en otras palabras, a los nuevos asesores comerciales que aún se encuentran en un periodo de prueba.

#### **4. Instrumentos de recogida de datos**

El instrumento de recogida de datos fue una encuesta de tipo Likert que consideró 28 preguntas y tomó en cuenta la operacionalización del estudio, donde se obtuvo la opinión y grado de conformidad de las personas encuestadas respecto a la capacitación impartida y, si la información y técnicas de ventas fueron efectivas e idóneas, quienes respondieron de manera puntual y rápida en base a un rango de valores, los cuales fueron procesados.

#### **5. Técnicas de procesamiento de datos**

La información obtenida en las encuestas fue procesada mediante el programa SPSS, este programa es un software de análisis completo que está diseñado específicamente para procesar gran cantidad de datos y de esta manera pudimos clasificar los datos de manera ordenada para obtener los cuadros, tablas o gráficos y medidas estadísticas que se necesitaron para la investigación.

## **6. Procedimientos de ejecución del estudio**

- Identificación del objeto de estudio
- Desarrollo del plan de estudio
- Aprobación de plan
- Diseño de matriz
- Construcción instrumento
- Identificación de la población
- Aplicación de la encuesta
- Resultados de la encuesta
- Sistematización de resultados
- Conclusiones



## CAPÍTULO V

### Resultados y Discusión

#### 1. Datos cuantitativos

#### Frecuencias

#### Indicador: Horas de capacitación

**Tabla 1 Indicador: Horas de Capacitación**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	10,5	10,5
En desacuerdo	11	19,3	29,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	24	42,1	71,9
De acuerdo	9	15,8	87,7
Totalmente de acuerdo	7	12,3	100,0
Total	57	100,0	

Fuente: Datos de la propia investigación.

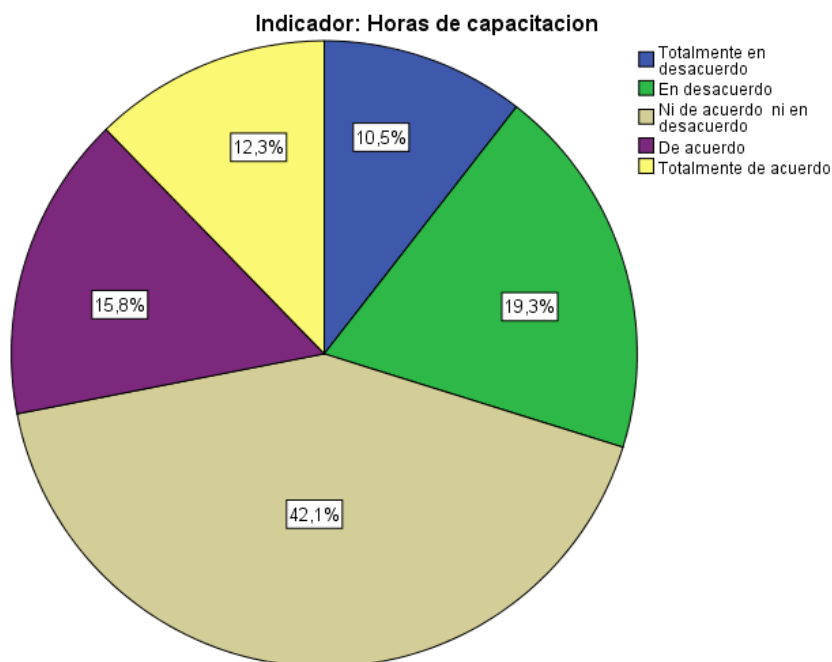
#### Descripción:

Respecto a las horas de capacitación observamos que el 10.5% están en total desacuerdo, el 19.3% nos dice que están en desacuerdo y para el 42.1% no están de acuerdo ni en desacuerdo, es decir, que para el 71.9% de los participantes las horas de capacitación no son las adecuadas.

Por otro lado, el 15.8% está de acuerdo y el 12.3% está en total acuerdo; es decir que el 28.1% de los encuestados nos dice que las horas de capacitación son adecuadas.

Interpretación:

Se entiende que las horas de capacitación impartidas son inadecuadas, no son suficientes; además el cronograma elaborado para dicha capacitación no es respetado y seguido al pie de la letra, además los contenidos teóricos son mayores a los prácticos cuando debería ser al revés ya que el puesto de trabajo es un puesto netamente práctico y dinámico; se debería estructurar mejor el contenido de cada módulo ya que son insuficientes, carecen de información que puede ser más relevante e importante.



**Figura 4: Horas de Capacitación**

**Indicador: Tipo de contenido****Tabla 2 Indicador: Tipo de Contenido**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	10,5	10,5
En desacuerdo	16	28,1	38,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	28,1	66,7
De acuerdo	14	24,6	91,2
Totalmente de acuerdo	5	8,8	100,0
Total	57	100,0	

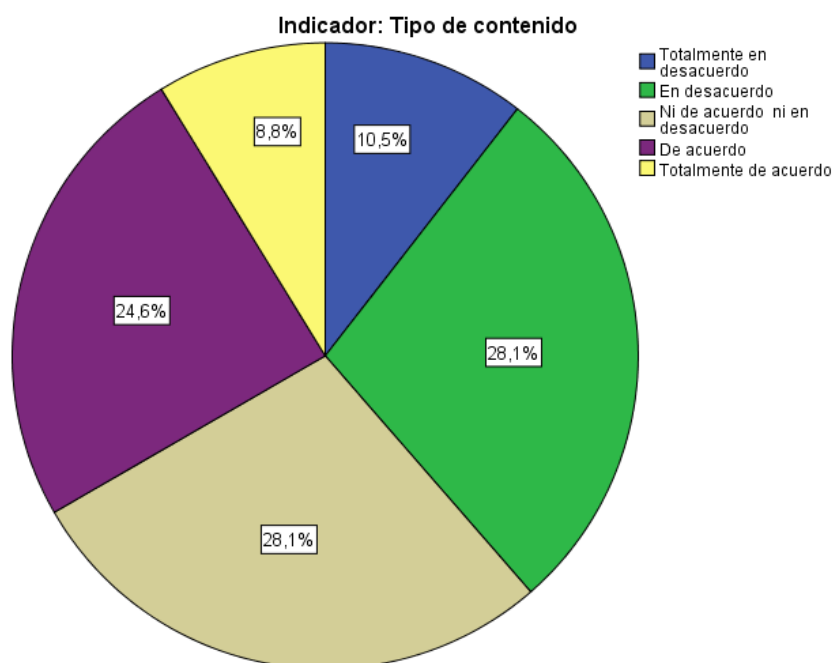
Fuente: Datos de la propia investigación.

**Descripción:**

Respecto al tipo de contenido se puede observar que el 10.5% están en total desacuerdo, el 28.1% nos dice que están en desacuerdo y para el 28.1% no están de acuerdo ni en desacuerdo, es decir, que para el 66.7% de los participantes indican que el tipo de contenido no son los adecuadas. Por otro lado, el 24.6% está de acuerdo y el 8.8% está en total acuerdo; es decir que el 33.4 % de los encuestados nos dice que el tipo de contenido es el adecuado para la capacitación dada.

**Interpretación:**

Se puede observar que, para la población encuestada, los contenidos no son adecuados para poder adquirir el conocimiento previo para el desarrollo óptimo de las funciones del puesto de trabajo, además los contenidos no son muy interesantes o útiles, por últimos la estructura del contenido no es la adecuada.



**Figura 5: Tipo de Contenido**

### Dimensión: Necesidades de Capacitación

**Tabla 3 Dimensión: Necesidades de Capacitación**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	10,5	10,5
En desacuerdo	11	19,3	29,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	36,8	66,7
De acuerdo	12	21,1	87,7
Totalmente de acuerdo	7	12,3	100,0
Total	57	100,0	

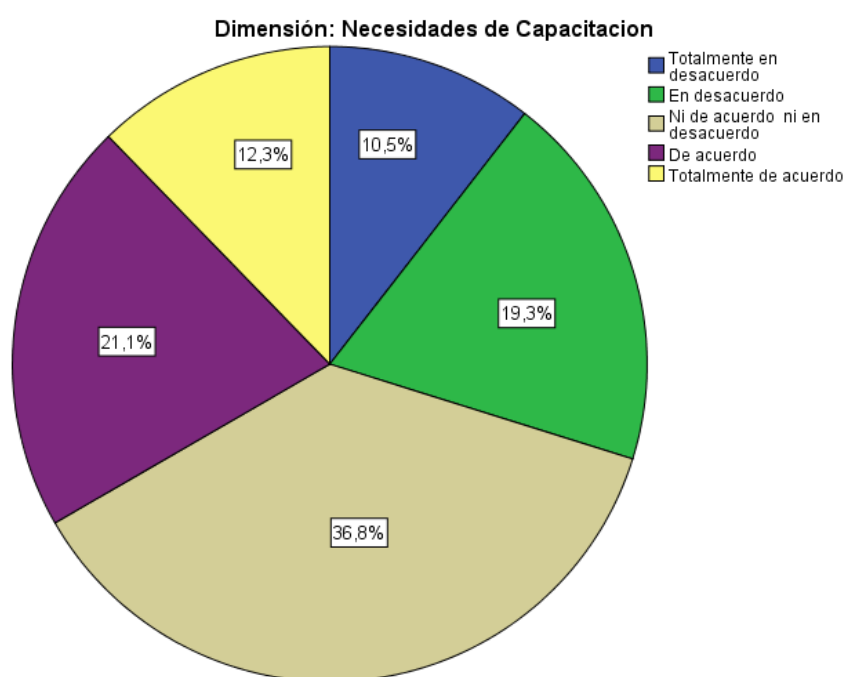
Fuente: Datos de la propia investigación.

### Descripción:

Respecto a las necesidades de capacitación se puede observar que el 10.5% están en total desacuerdo, el 19.3% nos dice que están en desacuerdo y para el 36.8% no están de acuerdo ni en desacuerdo, es decir, que para el 66.7% de los participantes, las necesidades de capacitación no han sido identificadas adecuadamente. Por otro lado, el 21.1% está de acuerdo y el 12.3% está en total acuerdo; es decir que el 33.4 % de los encuestados nos dice que las necesidades de capacitación son las adecuadas.

### Interpretación:

Se entiende que las horas de capacitación y el tipo de contenido influyen directamente a las necesidades de capacitación de esta organización en específico, observamos que el 33.4% indica que las necesidades de capacitación fueron identificadas adecuadamente, pero este porcentaje es mínimo en relación al 66.7% el cual indica que las necesidades de capacitación no fueron identificadas adecuadamente en relación a la cantidad de horas, el cronograma y si los contenidos son los adecuados, suficientes y útiles para esta capacitación en específico, por ende este factor debe ser evaluado detalladamente para obtener óptimos resultados.



**Figura 6: Necesidades de Capacitación**

**Indicador: Logros de aprendizaje****Tabla 4 Indicador: Logros de Aprendizaje**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	7,0	7,0
En desacuerdo	7	12,3	19,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	24,6	43,9
De acuerdo	23	40,4	84,2
Totalmente de acuerdo	9	15,8	100,0
Total	57	100,0	

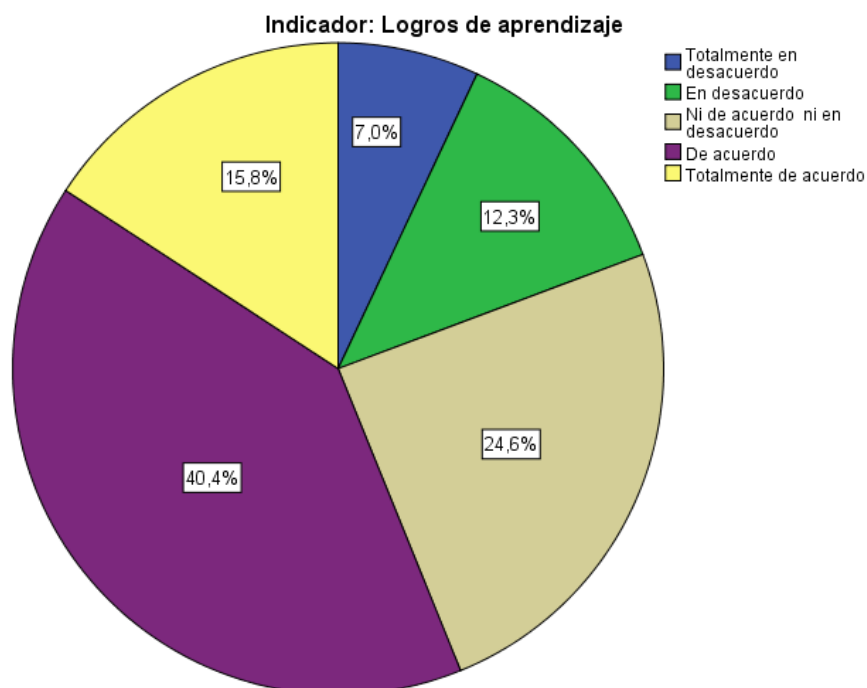
Fuente: Datos de la propia investigación.

**Descripción:**

Respecto a los logros de aprendizaje se puede observar que el 7.0% están en total desacuerdo, el 12.3% nos dice que están en desacuerdo y para el 24.6% no están de acuerdo ni en desacuerdo, es decir, que para el 43.9% de los participantes indican que los logros de aprendizaje no son los adecuados. Por otro lado, el 40.4% está de acuerdo y el 15.8% está en total acuerdo; es decir que el 56.2 % de los encuestados nos dice que los logros de aprendizaje son los adecuados, se logra el aprendizaje.

**Interpretación:**

Se entiende que, a pesar que el margen de diferencia es de un 12.3% el contenido de la información brindada logra mejorar la función laborar del asesor de ventas, se logran alcanzar los objetivos de los talleres impartidos y consideran que aprendieron lo necesario para el desarrollo de sus funciones además podrán aplicar lo aprendido en su puesto de trabajo.



**Figura 7: Logros de aprendizaje**

**Dimensión: Establecer metas y objetivos**

**Tabla 5 Dimensión: Establecer metas y objetivos**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	7,0	7,0
En desacuerdo	7	12,3	19,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	24,6	43,9
De acuerdo	23	40,4	84,2
Totalmente de acuerdo	9	15,8	100,0
Total	57	100,0	

Fuente: Datos de la propia investigación.

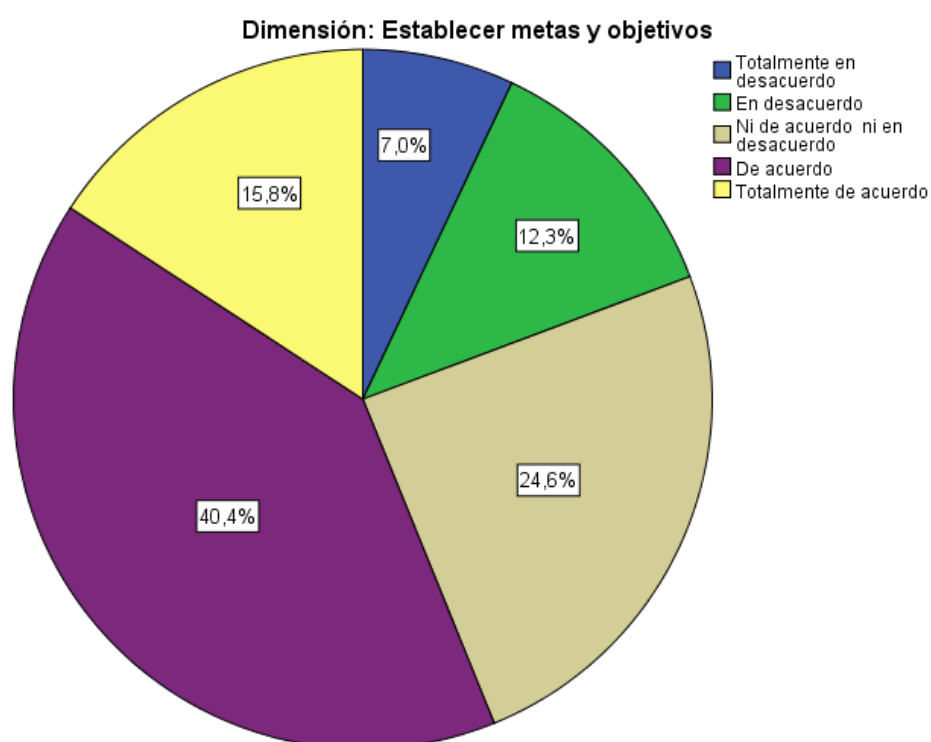
Descripción:

Respecto a establecer metas y objetivos se puede observar que el 7.0% están en total desacuerdo, el 12.3% nos dice que están en desacuerdo y para el 24.6% no están de acuerdo ni

en desacuerdo, es decir, que para el 43.9% de los participantes indican que las metas y objetivos no son relevantes. Por otro lado el 40.4% está de acuerdo y el 15.8% está en total acuerdo; es decir que el 56.2 % de los encuestados nos dicen que establecer metas y objetivos es fundamental en una capacitación.

Interpretación:

Se entiende que para lograr el correcto aprendizaje es fundamental establecer metas y objetivos, así mismo la curva de aprendizaje será mayor si los contenidos no contribuyen con su aprendizaje y el desarrollo óptimo de su competencias en sus funciones laborales, esto nos ayudara a visualizar y saber qué es lo que se quiere conseguir con la capacitación, saber si la información que se brindó y la dinámica de aprendizaje del capacitador es la correcta o no, si se cumplen o no los objetivos establecidos y si se logró el aprendizaje.



**Figura 8: Establecer metas y objetivos.**



**Indicador: Nivel de satisfacción****Tabla 6 Indicador: Nivel de satisfacción**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	7,0	7,0
En desacuerdo	12	21,1	28,1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	36,8	64,9
De acuerdo	14	24,6	89,5
Totalmente de acuerdo	6	10,5	100,0
Total	57	100,0	

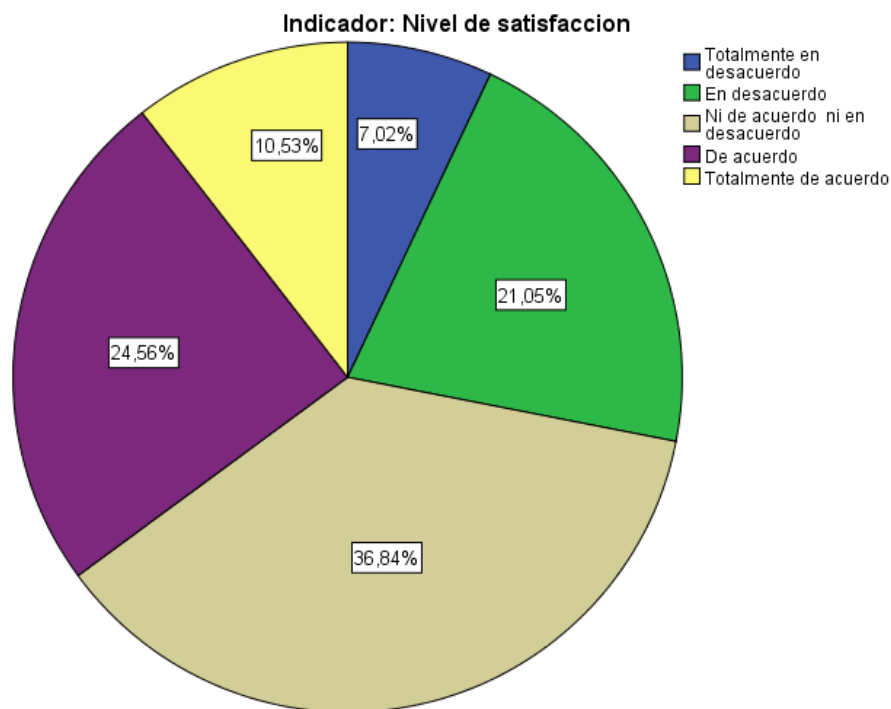
Fuente: Datos de la propia investigación.

**Descripción:**

Respecto al nivel de satisfacción se puede observar que el 7.0% están en total desacuerdo, el 21.1% nos dice que están en desacuerdo y para el 36.8% no están de acuerdo ni en desacuerdo, es decir, que para el 64.9% de los participantes indican que el nivel de satisfacción no fue el esperado. Por otro lado, el 24.6% está de acuerdo y el 10.5% está en total acuerdo; es decir que el 35.1 % de los encuestados nos dicen que el nivel de satisfacción respecto a la capacitación fue bueno y muy bueno.

**Interpretación:**

Se puede entender que, según los porcentajes obtenidos, el contenido del material proporcionado no fue muy interesante por parte de los participantes, enfatizar la participación activa de los asesores de venta en la capacitación por parte del capacitador, y con respecto a los materiales recibidos indican que no fueron muy didácticos.



**Figura 9: Nivel de satisfacción**

**Dimensión: Motivación de los participantes**

**Tabla 7 Dimensión: Motivación de los participantes**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	7,0	7,0
En desacuerdo	12	21,1	28,1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21	36,8	64,9
De acuerdo	14	24,6	89,5
Totalmente de acuerdo	6	10,5	100,0
Total	57	100,0	

Fuente: Datos de la propia investigación.

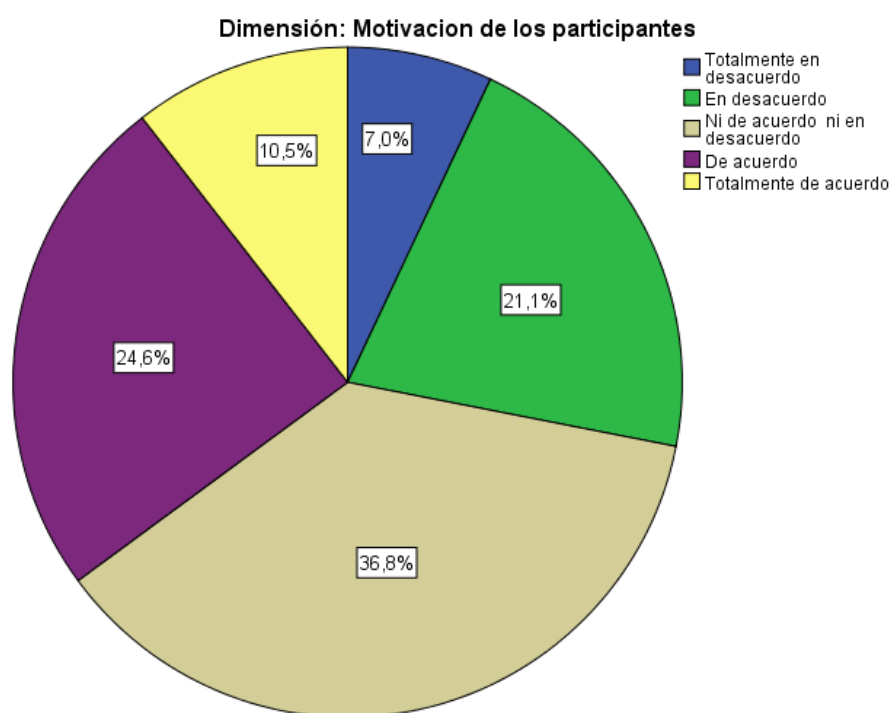
Descripción:

Respecto a la motivación de los participantes se puede observar que el 7.0% están en total desacuerdo, el 21.1% nos dice que están en desacuerdo y para el 36.8% no están de acuerdo ni

en desacuerdo, es decir, que para el 64.9% de los participantes indican que la motivación para los participantes no fue la esperada. Por otro lado, el 24.6% está de acuerdo y el 10.5% está en total acuerdo; es decir que el 35.1 % de los encuestados nos dicen que la motivación de los participantes no es la más adecuada o no es la esperada.

Interpretación:

Si bien es cierto la motivación es uno de los factores más importantes en una capacitación, la mayoría de participantes indica que los contenidos de los talleres y el material proporcionado no es interesante, por ende no es motivador, por otro lado el expositor debe ser una persona proactiva para que proyecte motivación y la capacitación sea más dinámica y enriquecedora.



**Figura 10: Motivación de los participantes**

**Indicador: Nivel de participación****Tabla 8 Indicador: Nivel de Participación**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	7	12,3	12,3
En desacuerdo	10	17,5	29,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	21,1	50,9
De acuerdo	19	33,3	84,2
Totalmente de acuerdo	9	15,8	100,0
Total	57	100,0	

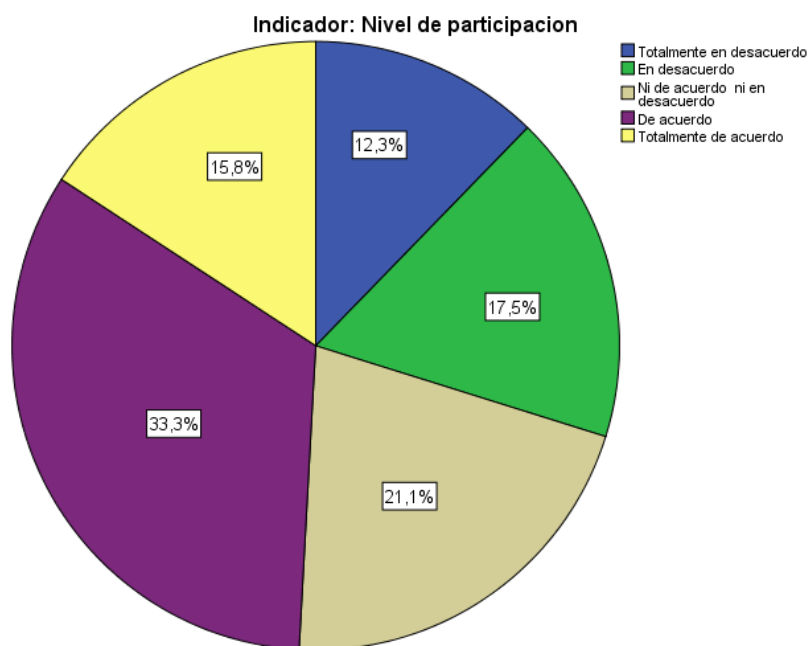
Fuente: Datos de la propia investigación.

**Descripción:**

Respecto al nivel de participación se puede observar que el 12.3% están en total desacuerdo, el 17.5% nos dice que están en desacuerdo y para el 21.1% no están de acuerdo ni en desacuerdo, es decir, que para el 50.9% de los participantes indican que el nivel de participación fue bajo, hubo poca interacción entre expositor y participantes. Por otro lado, el 33.3% está de acuerdo y el 15.8% está en total acuerdo; es decir que el 49.1 % de los encuestados nos dicen que el nivel de participación fue bueno o era el esperado.

**Interpretación:**

Se entiende que, es deficiente el nivel de participación de los asesores durante la capacitación, los expositores no incentivan adecuadamente a los participantes es por ello que no hay una comunicación activa entre asesor y capacitador; se debe incentivar más la participación de los asesores de telemarketing.



**Figura 11: Nivel de Participación**

**Dimensión: Métodos de capacitación**

**Tabla 9 Dimensión: Métodos de Capacitación**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	7	12,3	12,3
En desacuerdo	10	17,5	29,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	21,1	50,9
De acuerdo	19	33,3	84,2
Totalmente de acuerdo	9	15,8	100,0
Total	57	100,0	

Fuente: Datos de la propia investigación.

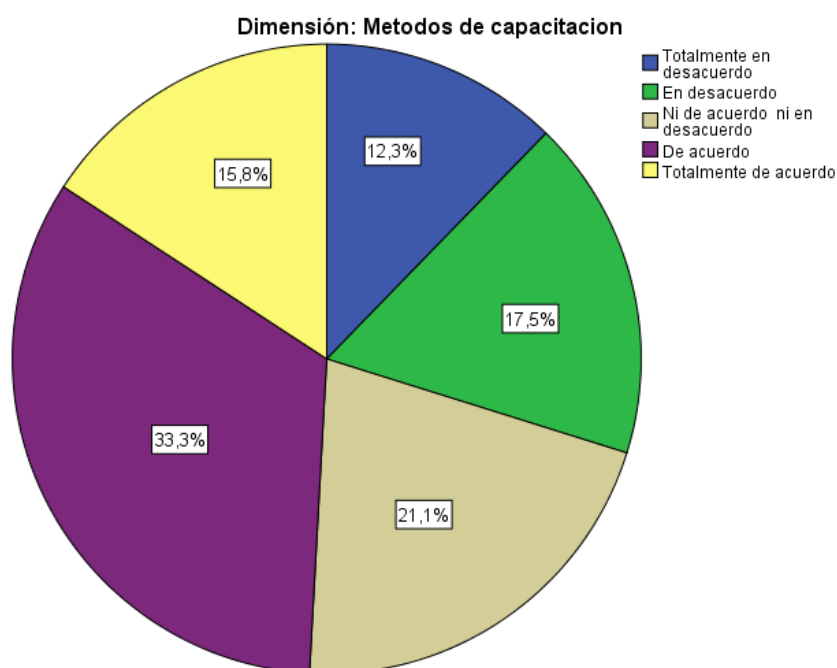
Descripción:

Respecto a los métodos de capacitación se puede observar que el 12.3% están en total desacuerdo, el 17.5% nos dice que están en desacuerdo y para el 21.1% no están de acuerdo ni en desacuerdo, es decir, que para el 50.9% de los participantes indican que los métodos de

capacitación no son los adecuados, no se obtuvieron los resultados esperados. Por otro lado, el 33.3% está de acuerdo y el 15.8% está en total acuerdo; es decir que el 49.1 % de los encuestados nos dicen que los métodos de capacitación son los adecuados.

Interpretación:

Si bien es cierto los métodos de capacitación son sumamente importantes para la productividad del capital humano, se pudo observar que los capacitadores, deben enfocarse más en interactuar con los participantes, motivarlos e incentivarlos; además, la información que se brinda debe ser conocida por el capacitador y explicarla con ejemplos dinámicos y hacer dinámicas de trabajo o de aprendizaje. Además, se debe incentivar la participación grupal e individual



**Figura 12: Métodos de Capacitación**

**Variable: Programa de capacitación****Tabla 10 Variable: Programa de Capacitación**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	7,0	7,0
En desacuerdo	12	21,1	28,1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	22,8	50,9
De acuerdo	19	33,3	84,2
Totalmente de acuerdo	9	15,8	100,0
Total	57	100,0	

Fuente: Datos de la propia investigación.

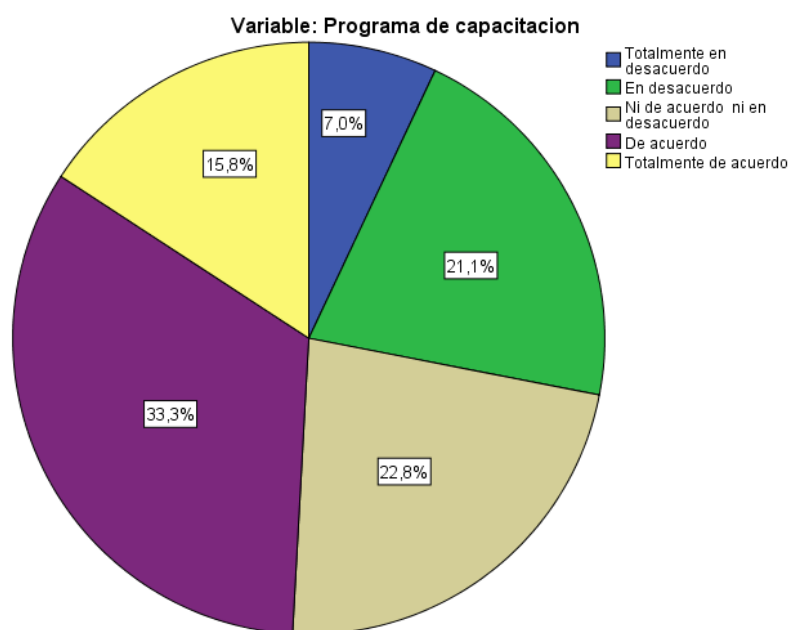
**Descripción:**

Respecto a los programas de capacitación se puede observar que el 7% están en total desacuerdo, el 21.1% nos dice que están en desacuerdo y para el 22.8% no están de acuerdo ni en desacuerdo, es decir, que para el 50.9% de los participantes indican que el programa de capacitación no es el adecuado, no se obtuvieron los resultados esperados. Por otro lado el 33.3% está de acuerdo y el 15.8% está en total acuerdo; es decir que el 49.1 % de los encuestados nos dicen que el programa de capacitación es adecuado o es el correcto.

**Interpretación:**

Si bien es cierto, los programas de capacitación son sumamente importantes para la productividad del capital humano ya que si este no se estructura bien puede ser de gran pérdida para la empresa. Evaluar las necesidades de capacitación en este caso, las horas de capacitación y el tipo de contenido va a ser el punto de partida para una buena capacitación. Además, establecer las metas a corto plazo que se desean conseguir nos ayudaran a establecer los objetivos de cada punto y así podremos identificar los logros de aprendizaje. Otro punto muy importante que marcara la diferencia es la motivación, por parte de los capacitadores ya que ellos la transmiten a los participantes, así se podrá reflejar el nivel de satisfacción por parte de ellos, los resultados se podrán ver a simple vista ya que participaran más y retendrán mayor conocimiento con un adecuado material informativo. Y, por último, elegir el adecuado método de capacitación marcara la diferencia para el aprendizaje de los participantes en la capacitación,

se puede observar que la información o los resultados son deficientes, el programa de capacitación no es malo, pero puede ser mejor y obtener mejores resultados, hay mucha rotación de capital humano por parte de los asesores de telemarketing, esto quiere decir que el programa no es el adecuado.



**Figura 13: Programa de Capacitación**

**Indicador: Nivel de conocimiento**

**Tabla 11 Indicador: Nivel de conocimiento**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	3,5	3,5
En desacuerdo	7	12,3	15,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	21,1	36,8
De acuerdo	20	35,1	71,9
Totalmente de acuerdo	16	28,1	100,0
Total	57	100,0	

Fuente: Datos de la propia investigación.

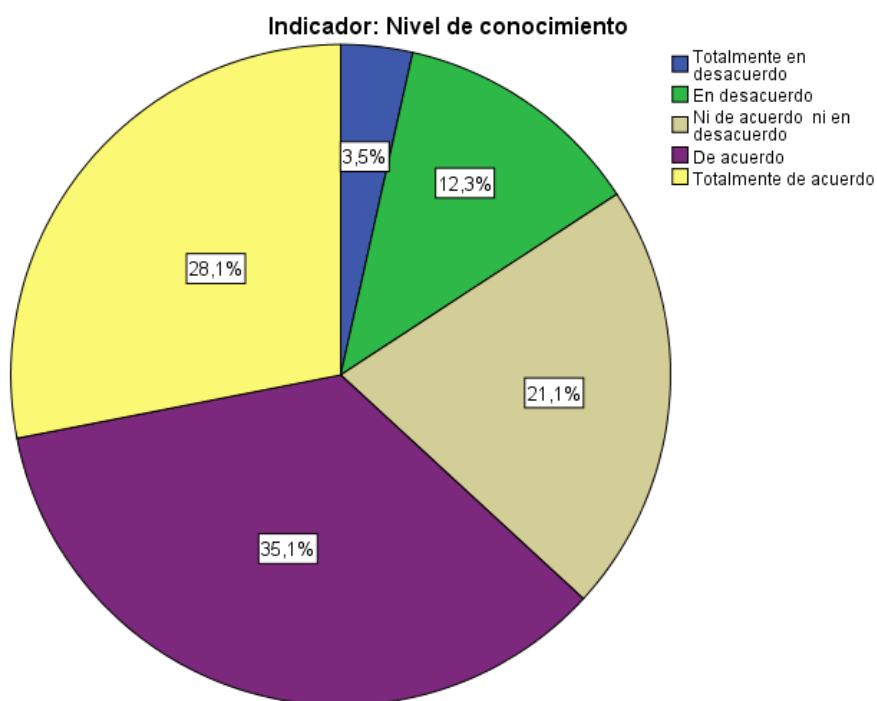


### Descripción:

Respecto al nivel de conocimiento se puede observar que el 3.5% están en total desacuerdo, el 12.3% nos dice que están en desacuerdo y para el 21.1% no están de acuerdo ni en desacuerdo, es decir, que para el 36.8% de los participantes indican que el nivel de conocimiento es deficiente, o no se obtuvieron los resultados esperados. Por otro lado el 35.1% está de acuerdo y el 28.1% está en total acuerdo; es decir que el 63.2% de los encuestados nos dicen que el nivel de conocimiento es adecuado o es el correcto.

### Interpretación:

Se entiende en la capacitación brindada el nivel de conocimiento es bueno ya que las estadísticas muestran que un 63.2% es positivo, es decir, la información y el desarrollo de las sesiones son comprensibles, la información brindada se entiende en la mayoría de los casos, el material que se brinda también es comprensible pero podría actualizarse periódicamente para que no se vuelva obsoleto, organizar la información por temas o modulo, utilizar graficas o esquemas para que sea más comprensible.



**Figura 14: Nivel de conocimiento**

## Dimensión: Capacidades Cognitivas

**Tabla 12 Dimensión: Capacidades Cognitivas**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	3,5	3,5
En desacuerdo	7	12,3	15,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	21,1	36,8
De acuerdo	20	35,1	71,9
Totalmente de acuerdo	16	28,1	100,0
Total	57	100,0	

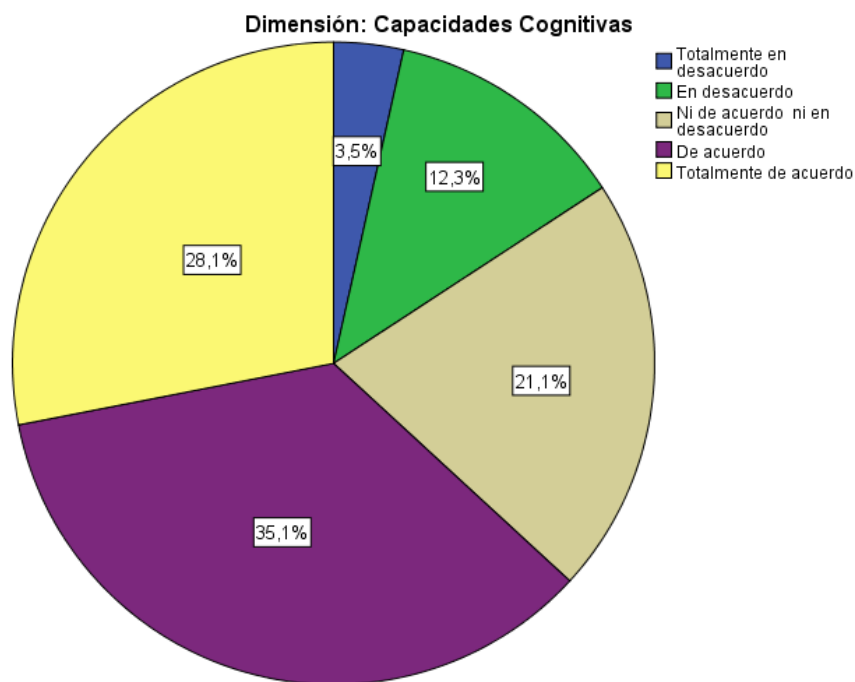
Fuente: Datos de la propia investigación.

### Descripción:

Respecto a las capacidades cognitivas se puede observar que el 3.5% están en total desacuerdo, el 12.3% nos dice que están en desacuerdo y para el 21.1% no están de acuerdo ni en desacuerdo, es decir, que para el 36.8% de los participantes indican que al desarrollar las capacidades cognitivas, no se obtuvieron los resultados esperados. Por otro lado el 35.1% está de acuerdo y el 28.1% está en total acuerdo; es decir que el 63.2 % de los encuestados nos dicen que si desarrollaron sus capacidades cognitivas durante el desarrollo de la capacitación

### Interpretación:

Si bien es cierto las capacidades cognitivas hacen referencia al procesamiento de la información, el entendimiento, el análisis, la memoria; se puede observar que la mayoría de participantes pudo entender lo que se explicó en la capacitación ya que teníamos respuesta de ellos con sus participaciones. Por otro lado, no todos participaban o comentaban a cerca de la información esto se podría deber a otro factor.



**Figura 15: Capacidades Cognitivas**

**Indicador: Nivel de aplicabilidad**

**Tabla 13 Indicador: Nivel de aplicabilidad**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	5,3	5,3
En desacuerdo	8	14,0	19,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	21,1	40,4
De acuerdo	22	38,6	78,9
Totalmente de acuerdo	12	21,1	100,0
Total	57	100,0	

Fuente: Datos de la propia investigación.

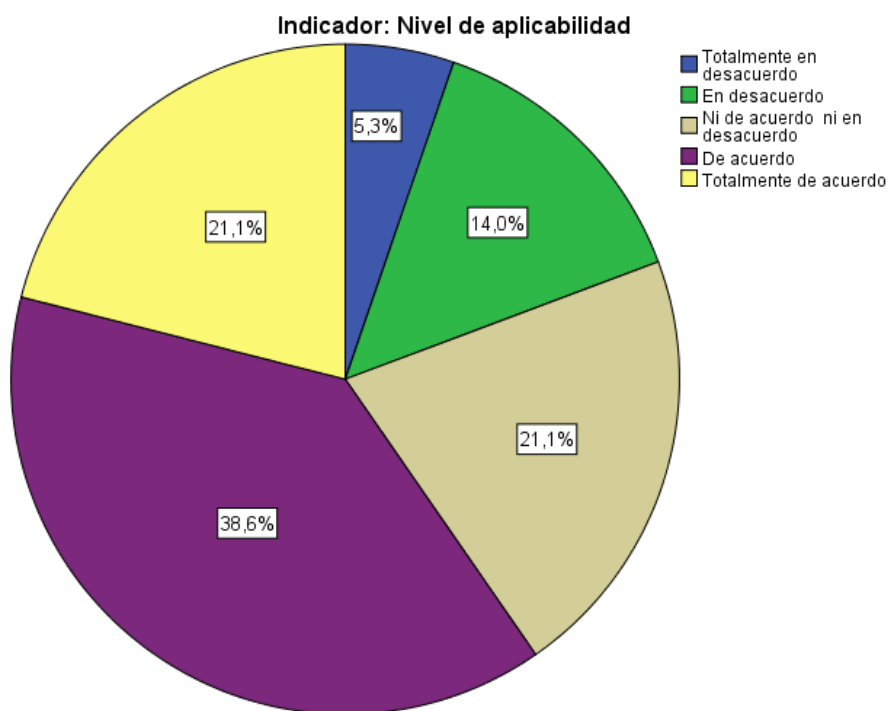
**Descripción:**

Respecto al nivel de aplicabilidad se puede observar que el 5.3% están en total desacuerdo, el 14% nos dice que están en desacuerdo y para el 21.1% no están de acuerdo ni en desacuerdo, es decir, que para el 40.4% de los participantes indican que el nivel de aplicabilidad no es el

adecuado, no se obtuvieron los resultados esperados. Por otro lado, el 38.6% está de acuerdo y el 21.1% está en total acuerdo; es decir que el 59.7 % de los encuestados nos dicen que el nivel de aplicabilidad en el puesto de trabajo es el adecuado.

Interpretación:

Se puede decir que el nivel de aplicabilidad es buen, que lo que aprenden los participantes en la capacitación lo pueden aplicar en el puesto de trabajo, así mismo esto puede contribuir a la mejora continua de la empresa ya que los asesores de telemarketing aprovechan al máximo lo aprendido en las horas de capacitación impartidas, además esto incrementaría el nivel de ventas ya que aprenden nuevas estrategias de ventas y formas de ofrecer los productos.



**Figura 16: Nivel de Aplicabilidad**

## Dimensión: Capacidades Técnicas

**Tabla 14 Dimensión: Capacidades Técnicas**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	5,3	5,3
En desacuerdo	8	14,0	19,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	21,1	40,4
De acuerdo	22	38,6	78,9
Totalmente de acuerdo	12	21,1	100,0
Total	57	100,0	

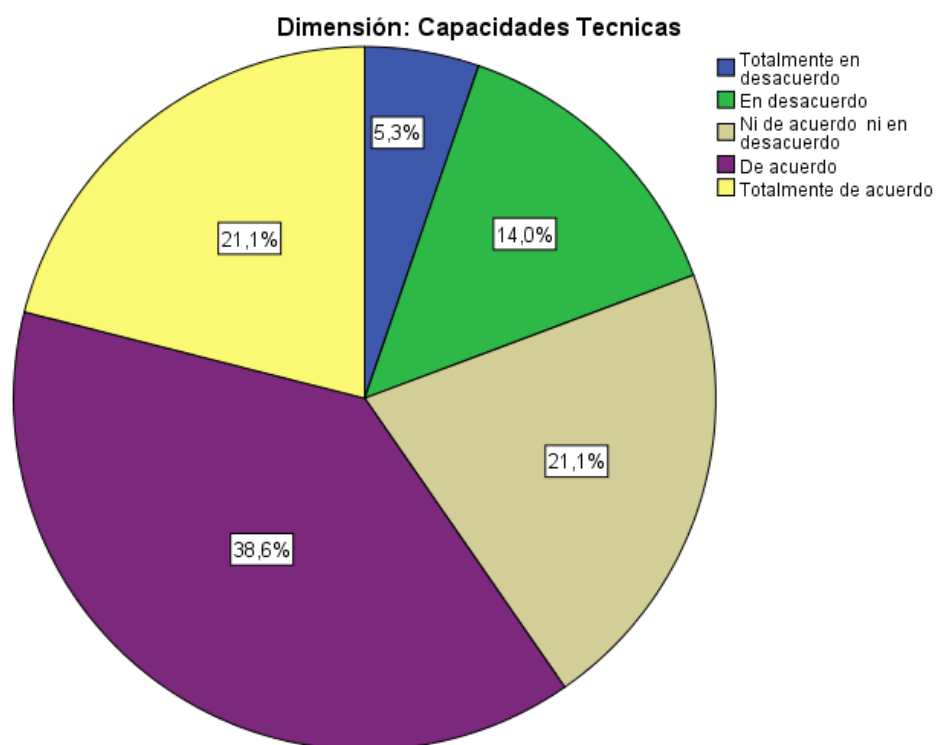
Fuente: Datos de la propia investigación.

### Descripción:

Respecto a las capacidades técnicas se puede observar que el 5.3% están en total desacuerdo, el 14% nos dice que están en desacuerdo y para el 21.1% no están de acuerdo ni en desacuerdo, es decir, que para el 40.4% de los participantes indican que las capacidades técnicas no se desarrollan adecuadamente, no se obtuvieron los resultados esperados. Por otro lado, el 38.6% está de acuerdo y el 21.1% está en total acuerdo; es decir que el 59.7 % de los encuestados nos dicen que las capacidades técnicas con las adecuadas para este puesto de trabajo.

### Interpretación:

Se puede decir que las capacidades técnicas se desarrollan adecuadamente ya que la mayoría de los encuestados indican que los conocimientos aprendidos o los conceptos técnicos son aplicables al puesto de trabajo, los participantes muestran buenas capacidades técnicas para el desempeño de sus funciones en el puesto de trabajo. Se desenvuelven con facilidad poniendo en práctica todo lo aprendido, sin embargo, existe un porcentaje menor que indica lo contrario.



**Figura 17: Capacidades Técnicas**

**Indicador: Nivel de internalización del contenido**

**Tabla 15 Indicador: Nivel de internalización del contenido**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	3,5	3,5
En desacuerdo	5	8,8	12,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	24,6	36,9
De acuerdo	19	33,3	70,2
Totalmente de acuerdo	17	29,8	100,0
Total	57	100,0	

Fuente: Datos de la propia investigación.

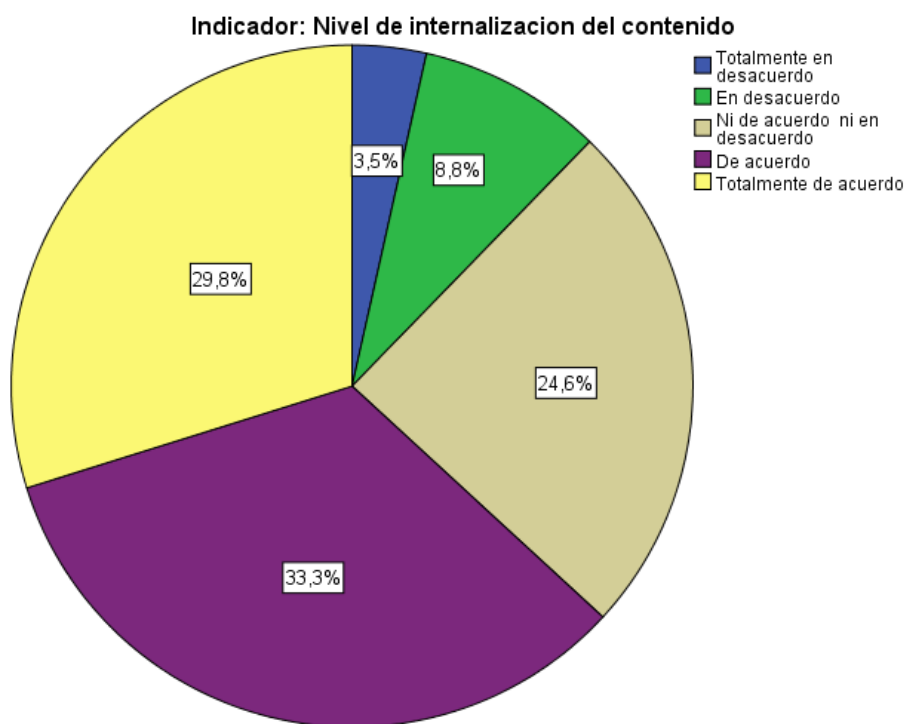
Descripción:

Respecto al nivel de internalización del contenido se puede observar que el 3.5% están en total desacuerdo, el 8.8% nos dice que están en desacuerdo y para el 24.6% no están de acuerdo ni

en desacuerdo, es decir, que para el 36.9% de los participantes indican que los contenidos no fueron del todo analizados o internalizados para su desempeño futuro. Por otro lado, el 33.3% está de acuerdo y el 29.8% está en total acuerdo; es decir que el 63.1 % de los encuestados nos dicen que internalizan adecuadamente los contenidos impartidos.

Interpretación:

Se puede decir que para internalizar un contenido es importante entenderlo y analizarlo, la mayoría de los participantes indican que, con la capacitación pudieron internalizar los conocimientos, así mismo pudieron mejorar su conocimiento y desempeño profesional, además, indican que el tiempo invertido en las capacitaciones es valioso para su desarrollo personal y profesional.



**Figura 18: Internalización del contenido**

## Dimensión: Capacidades Actitudinales

**Tabla 16 Dimensión: Capacidades Actitudinales**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	3,5	3,5
En desacuerdo	5	8,8	12,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	24,6	36,8
De acuerdo	19	33,3	70,2
Totalmente de acuerdo	17	29,8	100,0
Total	57	100,0	

Fuente: Datos de la propia investigación.

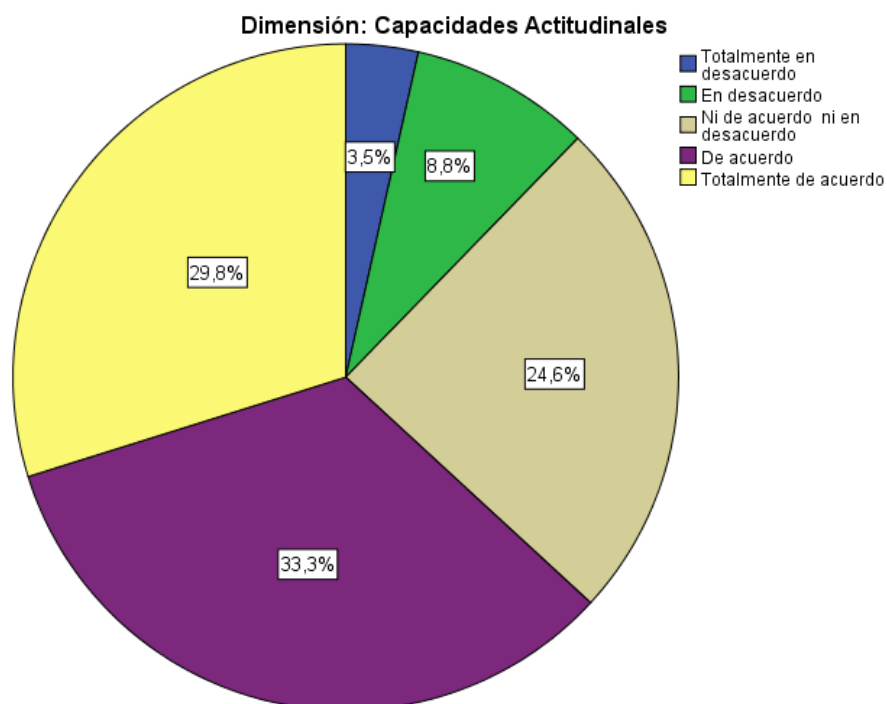
### Descripción:

Respecto a las capacidades actitudinales se puede observar que el 3.5% están en total desacuerdo, el 8.8% nos dice que están en desacuerdo y para el 24.6% no están de acuerdo ni en desacuerdo, es decir, que para el 36.9% de los participantes indican que las capacidades actitudinales no fueron desarrolladas adecuadamente. Por otro lado, el 33.3% está de acuerdo y el 29.8% está en total acuerdo; es decir que el 63.1 % de los encuestados nos indican que las capacidades actitudinales se manifiestan adecuadamente.

### Interpretación:

Se puede decir que las capacidades actitudinales son el saber ser y actuar, se puede observar que los participantes se desarrollaron adecuadamente en trabajos grupales, poniendo de su parte para el éxito de los ejercicios, las capacidades actitudinales se desarrollaron adecuadamente para la mayoría de los participantes, mostrando pro actividad y optimismo en el desarrollo de la capacitación.





**Figura 19: Capacidades Actitudinales**

**Variable: Competencias laborales**

**Tabla 17 Variable: Competencias laborales**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	3,5	3,5
En desacuerdo	7	12,3	15,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	21,1	36,8
De acuerdo	20	35,1	71,9
Totalmente de acuerdo	16	28,1	100,0
Total	57	100,0	

Fuente: Datos de la propia investigación.

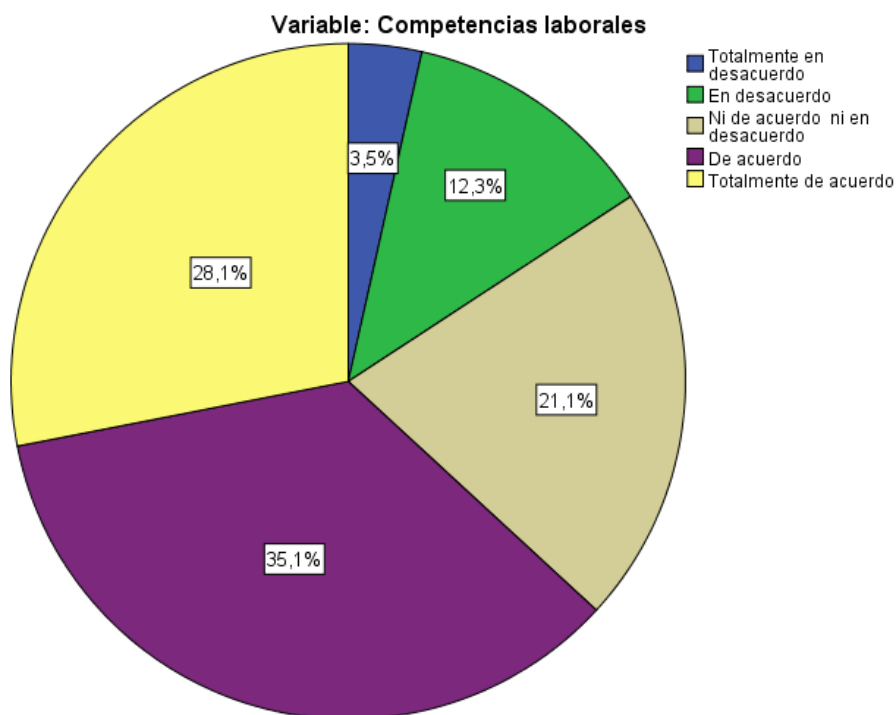
Descripción:

Respecto a las competencias laborales se puede observar que el 3.5% están en total desacuerdo, el 12.3% nos dice que están en desacuerdo y para el 21.1% no están de acuerdo ni en

desacuerdo, es decir, que para el 36.8% de los participantes indican que las competencias laborales no fueron desarrolladas adecuadamente. Por otro lado, el 35.1% está de acuerdo y el 28.1% está en total acuerdo; es decir que el 63.2 % de los encuestados nos indican que las competencias laborales se manifiestan adecuadamente.

Interpretación:

Se puede decir que las competencias laborales son el conjunto de capacidades cognitivas, técnicas y actitudinales, se puede apreciar que en la capacitación impartida la mayoría de participantes indican que las competencias laborales fueron favorables y se desarrollaron adecuadamente, así mismo en las tres dimensiones el comportamiento fue el mismo, en pocas palabras, el trabajo que se desarrollo es adecuado, pero podría ser mejor para que el porcentaje que no estuvo de acuerdo sea menor. Por otro lado, las personas que no fueron seleccionadas se sintieron satisfechas pues aprendieron nuevos conocimientos.



**Figura 20: Competencias Laborales**

## 2. Análisis de resultados

### Prueba Hipótesis Principal

Hp: Un programa de capacitación se relaciona con las competencias laborales de los asesores de venta vía telemarketing de la empresa planteada en el año 2018.

Ho: Un programa de capacitación no se relaciona con las competencias laborales de los asesores de venta vía telemarketing de la empresa planteada en el año 2018.

**Tabla 18: Tabla de Contingencia Variable: Programa de capacitación \* Variable: Competencias laborales**

		Variable: Competencias laborales													
		Totalmente en desacuerdo				Ni de acuerdo ni en desacuerdo				Totalmente de acuerdo				Total	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Variable: Programa de capacitación	Totalmente en desacuerdo	2	3,5%	2	3,5%	0	,0%	0	,0%	0	,0%	4	7,0%		
	En desacuerdo	0	,0%	5	8,8%	7	12,3%	0	,0%	0	,0%	12	21,1%		
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	,0%	0	,0%	5	8,8%	8	14,0%	0	,0%	13	22,8%		
	De acuerdo	0	,0%	0	,0%	0	,0%	12	21,1%	7	12,3%	19	33,3%		
	Totalmente de acuerdo	0	,0%	0	,0%	0	,0%	0	,0%	9	15,8%	9	15,8%		
Total		2	3,5%	7	12,3%	12	21,1%	20	35,1%	16	28,1%	57	100,0%		

Chi-cuadrado de Pearson: 102.018 gl: 16 Sig.: 0.000

Fuente: Datos de la propia investigación.

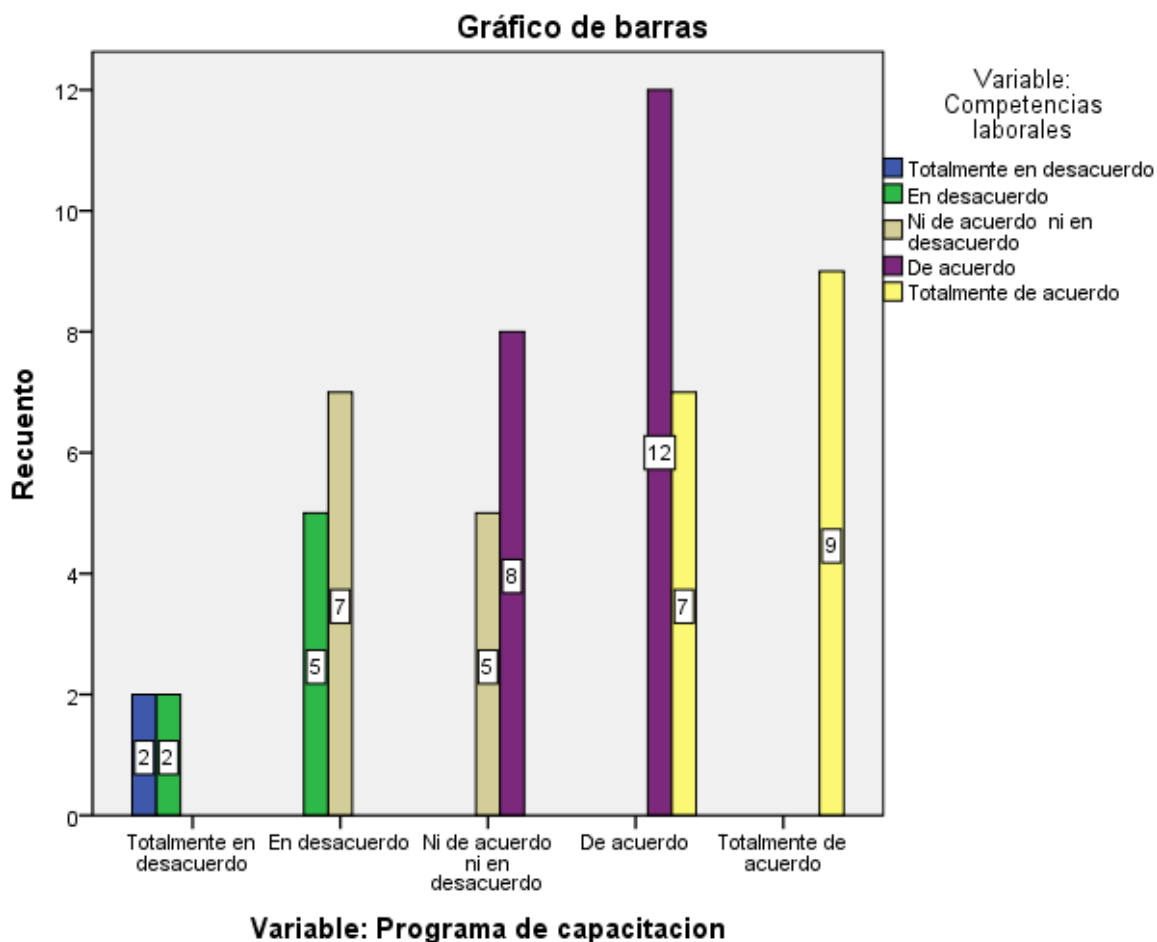
#### Descripción:

Se observa en la tabla número 18, que el 7% está totalmente en desacuerdo con el programa de capacitación que se realiza actualmente, de ellos el 3.5% está totalmente en desacuerdo con el nivel de competencias laborales y el 3.5% está en desacuerdo. El 21.1% nos dice estar en desacuerdo con el programa de capacitación, de ellos el 8.8% está en desacuerdo con el nivel de competencias laborales y el 12.3% no está ni acuerdo ni en desacuerdo. Además, el 22.8% nos dice no estar ni acuerdo ni en desacuerdo con el programa de capacitación que se realiza actualmente, de ellos el 8.8% no está ni acuerdo ni en desacuerdo con el nivel de competencias laborales y el 14% está de acuerdo con el desarrollo de las competencias laborales. Por otro lado 33.3% nos dice estar de acuerdo con el programa que se realiza en materia de capacitación y de ellos el 21.1% está de acuerdo con las competencias laborales y el 12.3% está totalmente de acuerdo. Finalmente, el 15.8% nos dice estar totalmente de acuerdo con el programa de capacitación y de ellos el 15.8% es decir todos, dicen estar totalmente de acuerdo con el nivel de competencias laborales.

#### Inferencia:

De acuerdo a la prueba de hipótesis principal, observamos que el valor Chi-cuadrado es de 102.018, con 16 grados de libertad y un valor de significancia de 0.000, como el valor de significancia es inferior que 0.05 se tiene razones suficientes para rechazar la hipótesis nula, por lo tanto, se acepta que el programa de capacitación tiene relación con las competencias laborales de los asesores de venta vía telemarketing en la empresa estudiada en el año 2018.

**Gráfico 1: Programas de capacitación y Competencias Laborales**



Fuente: Datos de la propia investigación.

**Tablas de contingencia**

He1: Un programa de capacitación se relaciona con las capacidades cognitivas de los asesores de venta vía telemarketing de la empresa planteada en el año 2018.

Ho1: Un programa de capacitación no se relaciona con las capacidades cognitivas de los asesores de venta vía telemarketing de la empresa planteada en el año 2018.

**Tabla 19: Tabla de contingencia Variable: Programa de capacitación \* Dimensión: Capacidades Cognitivas**

		Dimensión: Capacidades Cognitivas															
		Totalmente en desacuerdo				En desacuerdo				Ni de acuerdo ni en desacuerdo				Totalmente de acuerdo		Total	
		f		%		f		%		f		%		f		%	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Variable: Programa de capacitación	Totalmente en desacuerdo	2	3,5%	2	3,5%	0	,0%	0	,0%	0	,0%	4	7,0%				
	En desacuerdo	0	,0%	5	8,8%	7	12,3%	0	,0%	0	,0%	12	21,1%				
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	,0%	0	,0%	5	8,8%	8	14,0%	0	,0%	13	22,8%				
	De acuerdo	0	,0%	0	,0%	0	,0%	12	21,1%	7	12,3%	19	33,3%				
	Totalmente de acuerdo	0	,0%	0	,0%	0	,0%	0	,0%	9	15,8%	9	15,8%				
Total		2	3,5%	7	12,3%	12	21,1%	20	35,1%	16	28,1%	57	100,0%				

Chi-cuadrado de Pearson: 102.018 gl: 16 Sig.: 0.000

Fuente: Datos de la propia investigación.

Descripción:

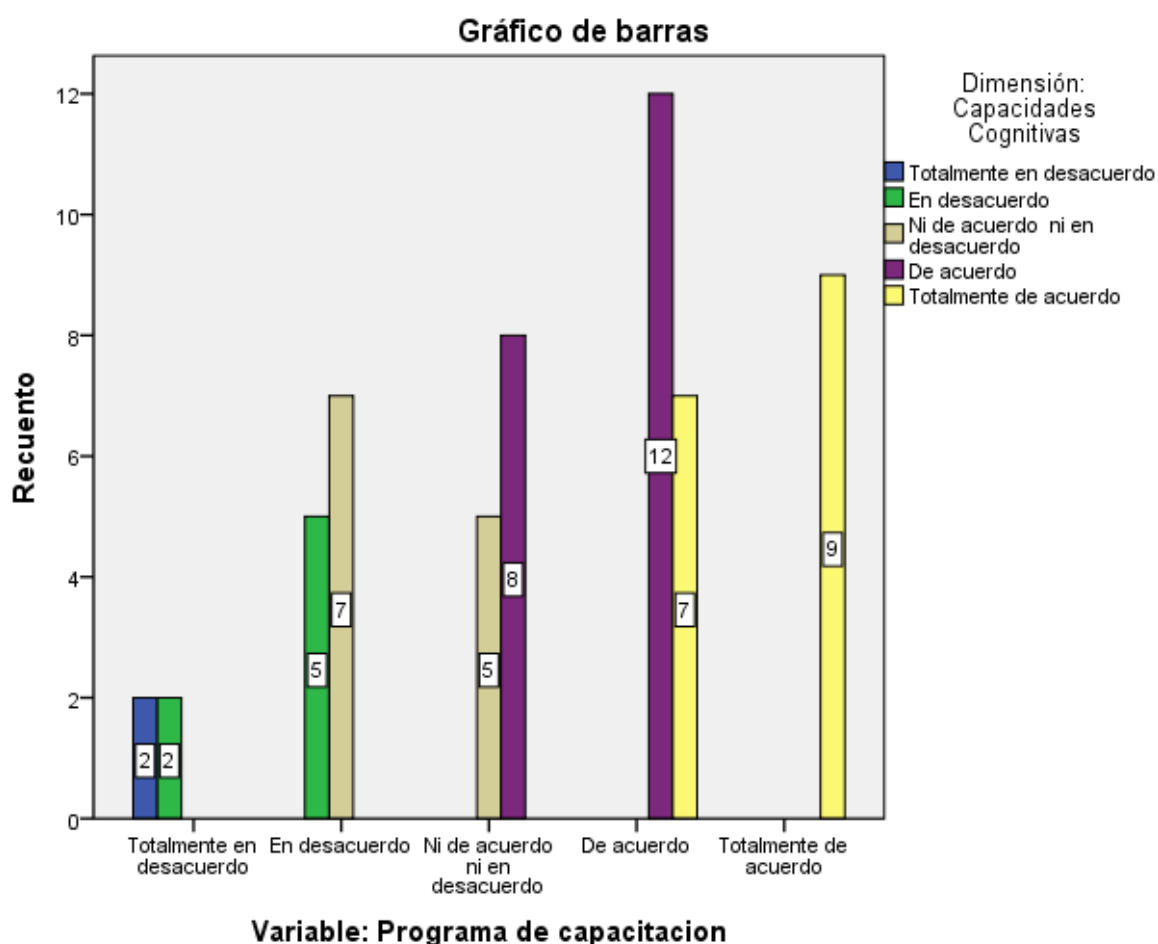
Se observa en la tabla número 19, que el 7% está totalmente en desacuerdo con el programa de capacitación que se realiza actualmente, de ellos el 3.5% está totalmente en desacuerdo con el nivel de capacidades cognitivas y el 3.5% está en desacuerdo. El 21.1% nos dice estar en desacuerdo con el programa de capacitación, de ellos el 8.8% está en desacuerdo con el nivel de capacidades cognitivas y el 12.3% no está ni acuerdo ni en desacuerdo. Además, el 22.8% nos dice no estar ni acuerdo ni en desacuerdo con el programa de capacitación que se realiza actualmente, de ellos el 8.8% no está ni acuerdo ni en desacuerdo con el nivel de capacidades cognitivas y el 14% está de acuerdo con el desarrollo de las capacidades cognitivas. Por otro lado 33.3% nos dice estar de acuerdo con el programa que se realiza en materia de capacitación

y de ellos el 21.1% está de acuerdo con las capacidades cognitivas y el 12.3% está totalmente de acuerdo. Finalmente, el 15.8% nos dice estar totalmente de acuerdo con el programa de capacitación y de ellos el 15.8% es decir todos, dicen estar totalmente de acuerdo con el nivel de capacidades cognitivas.

Inferencia:

De acuerdo a la prueba de hipótesis específica 1, observamos que el valor Chi-cuadrado es de 102.018, con 16 grados de libertad y un valor de significancia de 0.000, como el valor de significancia es inferior que 0.05 se tiene razones suficientes para rechazar la hipótesis nula, por lo tanto, se acepta que el programa de capacitación tiene relación con las capacidades cognitivas de los asesores de venta vía telemarketing en la empresa estudiada en el año 2018.

**Gráfico 2: Programa de Capacitación y Capacidades Cognitivas**



Fuente: Datos de la propia investigación.

### Tablas de contingencia

He2: Un programa de capacitación se relaciona con las capacidades técnicas de los asesores de venta vía telemarketing de la empresa planteada en el año 2018.

Ho2: Un programa de capacitación no se relaciona con las capacidades técnicas de los asesores de venta vía telemarketing de la empresa planteada en el año 2018.

**Tabla 20: Tabla de contingencia Variable: Programa de capacitación \* Dimensión: Capacidades Técnicas**

		Dimensión: Capacidades Técnicas											
		Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Variable: Programa de capacitación	Totalmente en desacuerdo	3	5,3%	1	1,8%	0	,0%	0	,0%	0	,0%	4	7,0%
	En desacuerdo	0	,0%	7	12,3%	5	8,8%	0	,0%	0	,0%	12	21,1%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	,0%	0	,0%	7	12,3%	6	10,5%	0	,0%	13	22,8%
	De acuerdo	0	,0%	0	,0%	0	,0%	16	28,1%	3	5,3%	19	33,3%
	Totalmente de acuerdo	0	,0%	0	,0%	0	,0%	0	,0%	9	15,8%	9	15,8%
Total		3	5,3%	8	14,0%	12	21,1%	22	38,6%	12	21,1%	57	100,0%

Chi-cuadrado de Pearson: 131,509 gl: 16 Sig.: 0.000

Fuente: Datos de la propia investigación.

#### Descripción:

Se observa en la tabla número 20, que el 7% está totalmente en desacuerdo con el programa de capacitación que se realiza actualmente, de ellos el 5.3% está totalmente en desacuerdo con el nivel de capacidades técnicas y el 1.8% está en desacuerdo. El 21.1% nos dice estar en

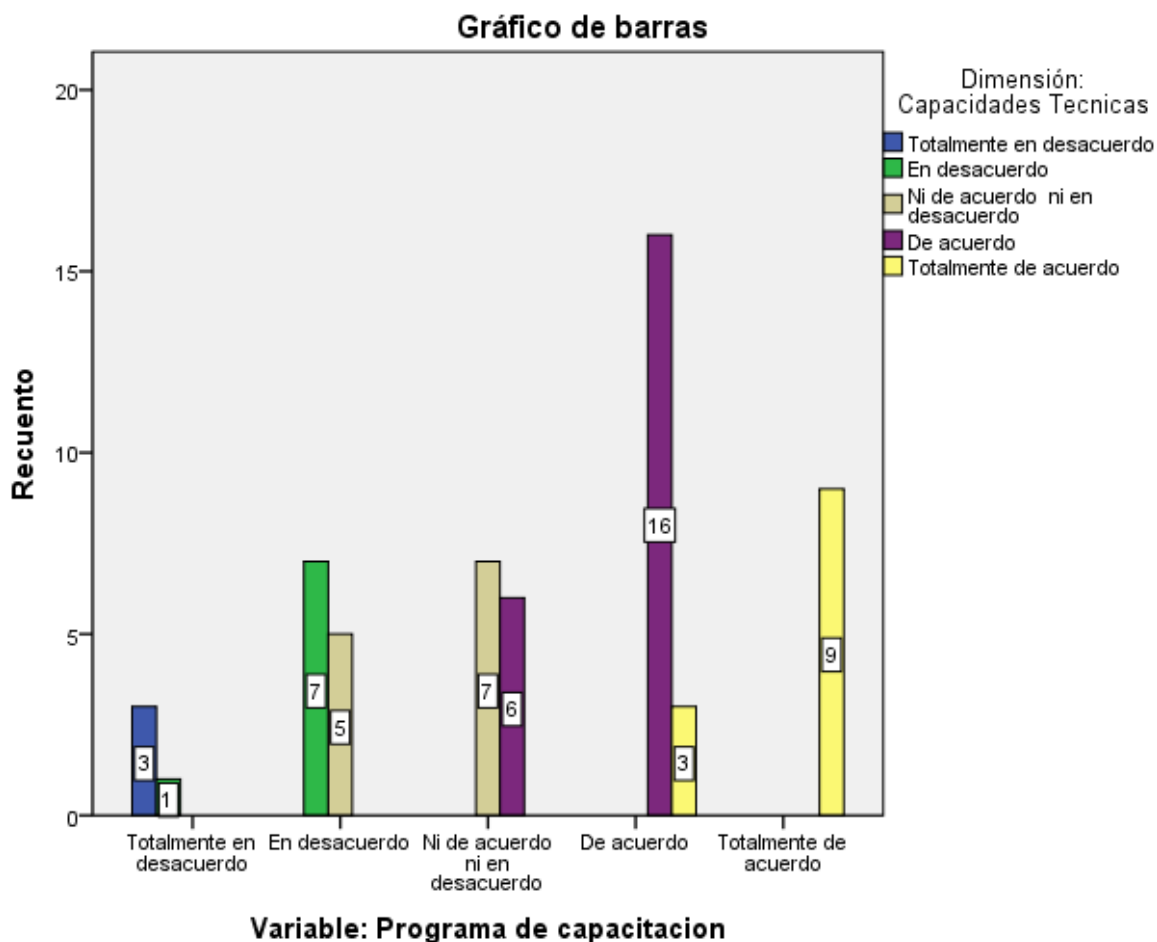


desacuerdo con el programa de capacitación, de ellos el 12.3% está en desacuerdo con el nivel de capacidades técnicas y el 8.8% no está ni acuerdo ni en desacuerdo. Además, el 22.8% nos dice no estar ni acuerdo ni en desacuerdo con el programa de capacitación que se realiza actualmente, de ellos el 12.3% no está ni acuerdo ni en desacuerdo con el nivel de capacidades técnicas y el 10.5% está de acuerdo con el desarrollo de las capacidades técnicas. Por otro lado 33.3% nos dice estar de acuerdo con el programa que se realiza en materia de capacitación y de ellos el 28.1% está de acuerdo con el desarrollo de las capacidades técnicas y el 5.3% está totalmente de acuerdo. Finalmente, el 15.8% nos dice estar totalmente de acuerdo con el programa de capacitación y de ellos el 15.8% es decir todos, dicen estar totalmente de acuerdo con el nivel de capacidades técnicas.

#### Inferencia:

De acuerdo a la prueba de hipótesis específica 2, observamos que el valor Chi-cuadrado es de 131.509, con 16 grados de libertad y un valor de significancia de 0.000, como el valor de significancia es inferior que 0.05 se tiene razones suficientes para rechazar la hipótesis nula, por lo tanto, se acepta que el programa de capacitación tiene relación con las capacidades técnicas de los asesores de venta vía telemarketing en la empresa estudiada en el año 2018.

**Gráfico 3: Programa de capacitación y Capacidades Técnicas**



Fuente: Datos de la propia investigación.

**Tablas de contingencia**

He3: Un programa de capacitación se relaciona con las capacidades actitudinales de los asesores de venta vía telemarketing de la empresa planteada en el año 2018.

Ho3: Un programa de capacitación no se relaciona con las capacidades actitudinales de los asesores de venta vía telemarketing de la empresa planteada en el año 2018.

**Tabla 21: Tabla de contingencia Variable: Programa de capacitación \* Dimensión: Capacidades Actitudinales**

		Dimensión: Capacidades Actitudinales											
		Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Variable: Programa de capacitación	Totalmente en desacuerdo	2	3,5%	2	3,5%	0	,0%	0	,0%	0	,0%	4	7,0%
	En desacuerdo	0	,0%	3	5,3%	9	15,8%	0	,0%	0	,0%	12	21,1%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	,0%	0	,0%	5	8,8%	8	14,0%	0	,0%	13	22,8%
	De acuerdo	0	,0%	0	,0%	0	,0%	11	19,3%	8	14,0%	19	33,3%
	Totalmente de acuerdo	0	,0%	0	,0%	0	,0%	0	,0%	9	15,8%	9	15,8%
Total		2	3,5%	5	8,8%	14	24,6%	19	33,3%	17	29,8%	57	100,0%

Chi-cuadrado de Pearson: 102,107 gl: 16 Sig.: 0.000

Fuente: Datos de la propia investigación.

#### Descripción:

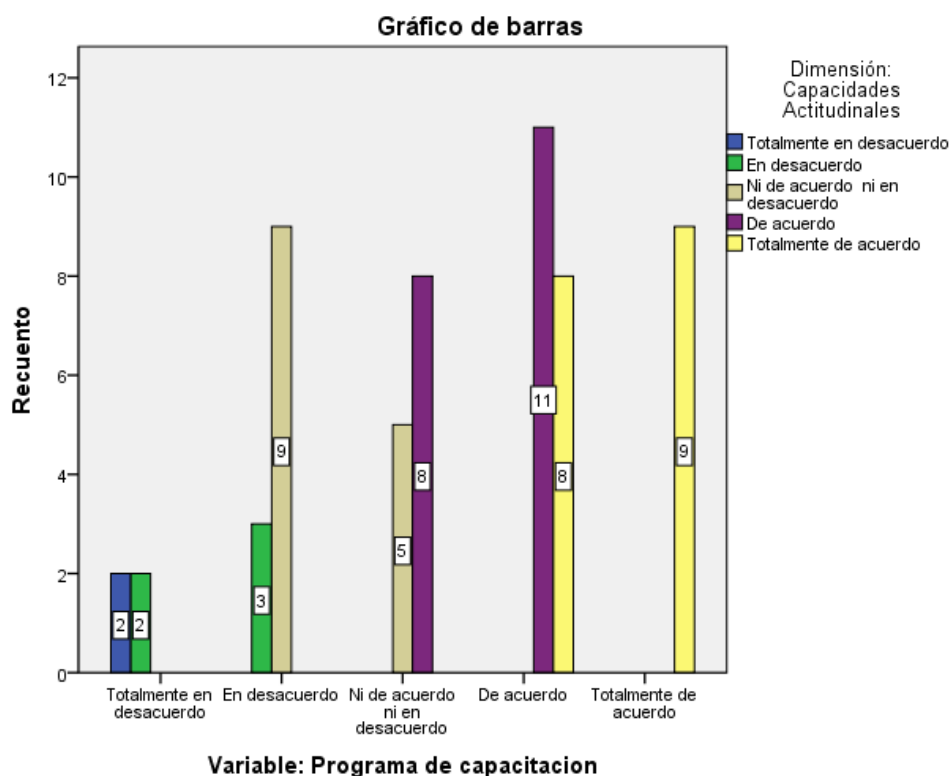
Se observa en la tabla número 21, que el 7% está totalmente en desacuerdo con el programa de capacitación que se realiza actualmente, de ellos el 3.5% está totalmente en desacuerdo con el nivel de capacidades actitudinales y el 3.5% está en desacuerdo. El 21.1% nos dice estar en desacuerdo con el programa de capacitación, de ellos el 5.3% está en desacuerdo con el nivel de capacidades actitudinales y el 15.8% no está ni acuerdo ni en desacuerdo. Además, el 22.8% nos dice no estar ni acuerdo ni en desacuerdo con el programa de capacitación que se realiza actualmente, de ellos el 8.8% no está ni acuerdo ni en desacuerdo con el nivel de capacidades

actitudinales y el 14% está de acuerdo con el desarrollo de las capacidades actitudinales. Por otro lado 33.3% nos dice estar de acuerdo con el programa que se realiza en materia de capacitación y de ellos el 19.3% está de acuerdo con el desarrollo de las capacidades actitudinales y el 14% está totalmente de acuerdo. Finalmente, el 15.8% nos dice estar totalmente de acuerdo con el programa de capacitación y de ellos el 15.8% es decir todos, dicen estar totalmente de acuerdo con el nivel de desarrollo de capacidades actitudinales.

Inferencia:

De acuerdo a la prueba de hipótesis específica 3, observamos que el valor Chi-cuadrado es de 102.107, con 16 grados de libertad y un valor de significancia de 0.000, como el valor de significancia es inferior que 0.05 se tiene razones suficientes para rechazar la hipótesis nula, por lo tanto, se acepta que el programa de capacitación tiene relación con las capacidades actitudinales de los asesores de venta vía telemarketing en la empresa estudiada en el año 2018.

**Gráfico 4: Programa de capacitación y Capacidades Actitudinales**



Fuente: Datos de la propia investigación.

### 3. Discusión de resultados

De acuerdo al objetivo general determinar de qué manera un programa de capacitación desarrollará las competencias laborales de asesores de venta vía telemarketing. De acuerdo a la prueba de hipótesis principal observamos que el valor Chi-cuadrado es de 102.018, con 16 grados de libertad y un valor de significancia de 0.000, como el valor de significancia es inferior que 0.05 se tiene razones suficientes para rechazar la hipótesis nula, por lo tanto, se acepta que el programa de capacitación tiene relación con las competencias laborales de los asesores de venta vía telemarketing en la empresa estudiada en el año 2018. Los programas de capacitación son muy importantes para el desempeño profesional de nuestros trabajadores. En el estudio de Jorge, M (2008) Tesis “Capacitación empresarial y desempeño laboral en el Fondo de Empleados del Banco de La Nación - FEBAN, Lima 2006”. Educación. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Perú. Llegaron a la conclusión de que un Programa de Capacitación Empresarial se relaciona significativamente con el Desempeño Laboral de los Trabajadores del Fondo de Empleados del Banco de la Nación durante el 2006. Después de la capacitación obtuvieron los resultados esperados, hubo un mejor desempeño laborar así mismo podemos decir que desarrollaron adecuadamente sus competencial laborales. Así mismo las competencias laborales son un conjunto conocimientos, habilidades y actitudes, por ende, el desarrollo de un buen programa de capacitación puede mejorar la productividad laboral e incrementar la rentabilidad de una empresa. Siempre y cuando este enfocada a las necesidades de capacitación y los objetivos trazados.

De acuerdo al objetivo específico 1 (uno), determinar de qué manera un programa de capacitación que desarrolla capacidades cognitivas en equipos de vendedores vía telemarketing. De acuerdo a la prueba de hipótesis específica 1 (uno) observamos que el valor Chi-cuadrado es de 102.018, con 16 grados de libertad y un valor de significancia de 0.000, como el valor de significancia es inferior que 0.05 se tiene razones suficientes para rechazar la hipótesis nula, por lo tanto, se acepta que el programa de capacitación tiene relación con las capacidades cognitivas de los asesores de venta vía telemarketing en la empresa estudiada en el año 2018. Para desarrollar las capacidades cognitivas se debe procesar la información proporcionada, además la memoria, percepción y atención son fundamentales podemos decir que se relaciona directamente ya que un programa de capacitación debe estar bien estructurado y tener un capacitador competente y experimentado para captar la atención del personal capacitado, esto puede relacionarse con la capacidad de respuesta, las intervenciones orales y participaciones que tengan los participantes en cada sesión, la evaluación es permanente y así podemos observar cómo se desarrollan las capacidades cognitivas de cada participante.

De acuerdo al objetivo específico 2 (dos), determinar de qué manera un programa de capacitación desarrolla capacidades técnicas en equipos de vendedores vía telemarketing. De acuerdo a la prueba de hipótesis específica 2 (dos) observamos que el valor Chi-cuadrado es de 131.509, con 16 grados de libertad y un valor de significancia de 0.000, como el valor de significancia es inferior que 0.05 se tiene razones suficientes para rechazar la hipótesis nula, por lo tanto, se acepta que el programa de capacitación tiene relación con las capacidades técnicas de los asesores de venta vía telemarketing en la empresa estudiada en el año 2018. Se puede decir que el desarrollo de un programa de capacitación mejora las capacidades técnicas de los participantes, ya que, al adquirir nuevos conocimientos y capacidades cognitivas, aplicaran todos los conocimientos basados en técnicas de venta y tendrán un mejor desempeño.

De acuerdo al objetivo específico 3 (tres), determinar de qué manera un programa de capacitación que desarrolla capacidades actitudinales de equipos de vendedores vía telemarketing. De acuerdo a la prueba de hipótesis específica 3 (tres) observamos que el valor Chi-cuadrado es de 102.107, con 16 grados de libertad y un valor de significancia de 0.000, como el valor de significancia es inferior que 0.05 se tiene razones suficientes para rechazar la hipótesis nula, por lo tanto, se acepta que el programa de capacitación tiene relación con las capacidades actitudinales de los asesores de venta vía telemarketing en la empresa estudiada en el año 2018. Podemos decir que las capacidades actitudinales se relacionan directamente con el desarrollo de un programa de capacitación. En el siguiente estudio, el autor Oscar, T (2013) Tesis “Programa de capacitación para la profesionalización de la fuerza de ventas en empresas comercializadoras del sector industrial del distrito federal”. Comercio e investigación. Instituto Politécnico Nacional. México. Llegaron a la siguiente conclusión, la capacitación en ventas, no se trata de tomar todos los cursos existentes, sino de analizar cuáles son los conocimientos deficientes que se requieran actualizar, mejorar o implementar para cada uno de los ejecutivos de ventas. Esto generaría menos incertidumbre y menos estrés por parte de los trabajadores, se sentirían más cómodos en sus puestos de trabajo porque ante cualquier deficiencia o desconocimiento laboral, serian capacitados, esto genera un mejor ambiente laboral y una buena actitud por parte de la fuerza de ventas.

## CAPÍTULO VI

### Conclusión y Recomendaciones

#### 1. Conclusiones

De acuerdo al resultado de la hipótesis general se comprueba que el programa de capacitación tiene relación con las competencias laborales de los asesores de venta vía telemarketing en la empresa estudiada, sin embargo los sujetos informantes observan que dicho programa de capacitación no toma en cuenta la descripción del puestos y las funciones que conllevan a un diagnóstico de necesidades de capacitación, lo que permitiría desarrollar los aspectos cognitivos, habilidades técnicas y actitudinales con más precisión en los niveles que se requieran, siendo compatibles con las necesidades del puesto de asesor de venta.

De acuerdo al resultado de la primera hipótesis secundaria se acepta que el programa de capacitación tiene relación con las capacidades cognitivas de los asesores de venta vía telemarketing en la empresa estudiada, sin embargo, el material que se entrega para el desarrollo de la capacitación no es el adecuado para fortalecer los aprendizajes en un proceso de ventas de acuerdo a la oferta de intangibles ya que los participantes no cuentan con estudios superiores culminados, lo que hace difícil que comprendan y analicen dicho proceso y esto afecta el aprendizaje de los niveles cognitivos.

El programa de capacitación fomenta la participación activa de los participantes y se relaciona directamente con el desarrollo de capacidades técnicas, sin embargo, las personas que brindan la capacitación carecen de tiempo completo para cumplir el cronograma y esto puede afectar el desarrollo de capacidades técnicas de los participantes ya que instruyen los conocimientos adecuadamente pero no realizan llamadas de practica como deberían.

El programa de capacitación por parte de los participantes se considera adecuado con relación a las capacidades actitudinales ya que fomentamos la participación en equipo e individual; y esto se puede observar en la actitud que tienen los participantes en el desarrollo de la capacitación. Sin embargo, con forme pasan los días se observan cambios de actitud como el

llegar tarde o participar menos o no regresar al día siguiente de capacitación. Esto se puede deber a la falta de coordinación y reflejar falta de profesionalismo por parte de la empresa.

## **2. Recomendaciones**

El programa de capacitación que actualmente se desarrolla debería reestructurarse para un mejor desarrollo de competencias laborales, se debería evaluar primero las necesidades de capacitación, se debe elaborar un nuevo cronograma y que sea respetado para una mejor organización, además, de deben identificar las necesidades de la empresa para fijar metas y estas deben ser progresivas en base a su conocimiento y experiencia.

Para el adecuado desarrollo del programa de capacitación los participantes deben pasar un filtro previo, elaborar un perfil profesional más detallado, como estudios técnicos terminados como mínimo, y un nivel de experiencia profesional, para que así en la capacitación puedan desarrollar sus capacidades cognitivas con más facilidad y a un mejor nivel

Las capacidades técnicas son muy importantes para este puesto de trabajo, es por ello que se debe dedicar tiempo suficiente para el desarrollo de capacidades técnicas por parte de los participantes, incentivar la participación al momento de realizar las llamadas a posibles clientes y así poder desarrollar con éxito lo instruido. Además, instruir adecuadamente el uso del sistema propio de la empresa ya que fue diseñado exclusivamente para ese tipo de negocio.

Para un mejor desarrollo de capacidades actitudinales en el programa de capacitación que se desarrolla, se debería tener todo organizado antes que este empiece la capacitación, tener todo el material que se desarrollará y no elaborarlos a última hora, para mostrar profesionalismo ante los nuevos colaboradores que se capacitaran. Dar incentivos por mostrar proactividad, por participar o por llegar temprano, incentivar la participación, para así obtener un feedback por parte de los participantes.



## REFERENCIAS

- AAmodt, M. G. (2010). *Psicología industrial/organizacional* (6a ed.). Mexico D.F: Cengage Learning.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano* (3a ed.). México, D. F: McGraw-Hill/Interamericana.
- Davis, W. B. (2008). *Administración de Recursos Humanos* (6ta ed.). Mexico D.F: McGraw Hill.
- E, E. M., & A, F. M. (2009). *Capacitación por competencias: Principios y Metodos*. Santiago de Chile: Derechos Reservados.
- Jhonston, M. W., & Marshall, G. W. (2009). *Administración de Ventas* (novena ed.). Mexico D.F: McGRAW-Hill/Interamericana Editores.
- Nadia, T (2015) Programa de Capacitación constante y la Productividad en las ventas del Área de Consultas Generales del Centro de Contacto del BCP (Tesis de Pregrado) Universidad Nacional de Trujillo. Perú.
- Jorge, M (2008). Capacitación empresarial y desempeño laboral en el Fondo de Empleados del Banco de La Nación - FEBAN, Lima 2006. (Tesis Doctoral). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú.
- Luis, M (2012). Eficacia de cuatro sistemas en capacitación sobre el desempeño laboral de empleados de una empresa de servicios telefónicos. (Tesis de Pos-grado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú.
- Oscar, T (2013). Programa de capacitación para la profesionalización de la fuerza de ventas en empresas comercializadoras del sector industrial del distrito federal (Tesis de Maestría). Instituto Politécnico Nacional, México
- López, C (2015). Guía para un telemarketing exitoso, en las empresas de seguros cuencanas". Carrera de Administración de Empresas (Tesis de Pre-Grado). Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca, Ecuador.
- María, S (2011). Proceso de elaboración de un plan de capacitación que permita un mejor rendimiento y aumento de la satisfacción laboral con parámetros basados en la evaluación de desempeño con Productos Avon S.A (Tesis de Pre-Grado), Universidad de las Américas, Ecuador.

## APÉNDICE

### APÉNDICE A. MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
PROBLEMA PRINCIPAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS CENTRAL	V.I			
¿De qué manera un programa de capacitación se relaciona con el desarrollo de competencias laborales de asesores de venta vía telemarketing?	Determinar de qué manera un programa de capacitación se relaciona con el desarrollo de competencias laborales de los asesores de venta vía telemarketing	Un programa de capacitación se relaciona con el desarrollo de competencias laborales de los asesores de venta vía telemarketing.	<b>Programa de capacitación:</b> La capacitación es un programa educacional, estratégico y dinámico diseñado para los colaboradores de las organizaciones, su fin principal es brindar diferentes conocimientos y habilidades prácticas que aportaran en su desempeño diario.	Necesidades de Capacitación	Horas de capacitación	¿Las horas de capacitación recibidas por los colaboradores son suficientes?
						¿Las horas programadas de la capacitación se cumplen según el cronograma?
						¿Considera usted que los contenidos teóricos sean más que prácticos?
						¿Las horas de cada módulo son suficientes?
				Tipo de contenido	¿Los contenidos de los talleres son los necesarios?	
					¿Los contenidos de los talleres son muy interesantes y útiles?	
				Establecer metas y objetivos	Logros de aprendizaje	¿Considera usted que el contenido se estructuro adecuadamente?
						¿Los contenidos de los cursos dictados le permitieron mejorar su función laboral?
						¿Se cumplen totalmente los objetivos de los talleres?
						¿En la capacitación dictada, consideras que aprendiste lo necesario?
Nivel de satisfacción		¿Los contenidos de los talleres son aplicables a mi puesto de trabajo?				
		¿El material que se reside en los talleres tiene contenidos interesante?				

				Motivación de los participantes		¿Los expositores que desarrollan los talleres son motivadores?
						¿Los materiales recibidos son muy didácticos?
				Métodos de capacitación	Nivel de participación	¿Los expositores lo incentivar a participar de las sesiones de capacitación?
						¿Con que tanta frecuencia participa usted en el desarrollo de las sesiones?
						¿En los talleres le gusta participar en forma individual?
						¿En los talleres le gusta participar en forma grupal?
			V.D			
			<b>Competencias laborales:</b> conocimientos en los cuales un profesional se puede desempeñar en ciertos ámbitos, es de suma importancia que estos conocimientos sean comprobados, esto hará que su desempeño sea óptimo.	Capacidades Cognitivas	Nivel de conocimiento	¿Es comprensible lo que se desarrolla en los talleres de capacitación?
						¿Los textos que se entregan le permiten analizar y entender la información?
						¿En los talleres de capacitación conoce información nueva para usted?
						¿Considera usted que la información recibida es obsoleta?
					Capacidades Técnicas	Nivel de aplicabilidad
						¿Considera que la capacitación contribuye a la mejora continua de la empresa?
						¿Con la información que se recibe en los talleres, puede incrementar el nivel de ventas?
				Capacidades Actitudinales		¿La capacitación recibida mejora su conocimiento profesional?

					Nivel de internalización del contenido	¿Usted valora el tiempo invertido en las sesiones de capacitación? ¿Considera usted que los talleres son muy útiles para su vida personal?
PROBLEMAS SECUNDARIOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICAS	SBD			
¿De qué manera un programa de capacitación se relaciona con el desarrollo cognitivo de los asesores de venta vía telemarketing?	Determinar de qué manera un programa de capacitación se relaciona con el desarrollo cognitivo de los asesores de venta vía telemarketing	Un programa de capacitación se relaciona con el desarrollo de capacidades cognitivas de los asesores de venta vía telemarketing.	CAPACIDADES CONGNITIVAS			
¿De qué manera un programa de capacitación se relaciona con el desarrollo de capacidades técnicas de los asesores de venta vía telemarketing?	Determinar de qué manera un programa de capacitación se relaciona con el desarrollo	Un programa de capacitación se relaciona con el desarrollo de capacidades técnicas de los asesores de venta vía	CAPACIDADES TECNICAS			

	de capacidades técnicas de los asesores de venta vía telemarketing.	telemarketing.				
¿De qué manera un programa de capacitación se relaciona con el desarrollo de capacidades actitudinales los asesores de venta vía telemarketing?	Determinar de qué manera un programa de capacitación se relaciona con el desarrollo de capacidades actitudinales de los asesores de venta vía telemarketing.	Un programa de capacitación se relaciona con el desarrollo de capacidades actitudinales de los asesores de venta vía telemarketing.	CAPACIDADES ACTITUDINALES			

## APENDICE 2. ENCUESTA

### ENCUESTA (AREA COMERCIAL)

El objetivo de esta encuesta anónima es tener mayor información por parte de nuestros colaboradores para mejorar los programas de capacitación del área comercial. Debe responder con objetividad cada una de las preguntas. Agradecemos su tiempo y participación.

Nombre (opcional):

Edad:

1. ¿Las horas de capacitación recibidas por los colaboradores son suficientes?

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. ¿Las horas programadas de la capacitación se cumplen según el cronograma?

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. ¿Considera usted que los contenidos teóricos sean más que prácticos?

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. ¿Las horas de cada módulo son suficientes?

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. ¿Los contenidos de los talleres son los necesarios?

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. ¿Los contenidos de los talleres son muy interesantes y útiles?

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. ¿Considera usted que el contenido se estructuró adecuadamente?

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. ¿Los contenidos de los cursos dictados le permitió mejorar su función laboral?

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. ¿Se cumplen totalmente los objetivos de los talleres?

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. ¿En la capacitación dictada, consideras que aprendiste lo necesario?

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. ¿Los contenidos de los talleres son aplicables a mi puesto de trabajo?

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. ¿El material que se recibe en los talleres tiene contenidos interesante?

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. ¿Los expositores que desarrollan los talleres son motivadores?

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. ¿Los materiales recibidos son muy didácticos?

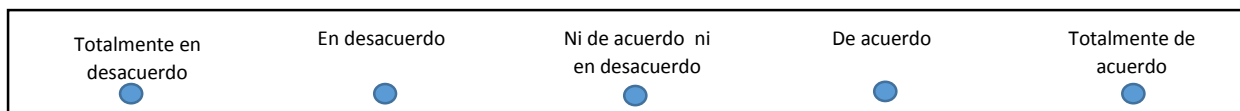
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. ¿los expositores lo incentivar a participar de las sesiones de capacitación?

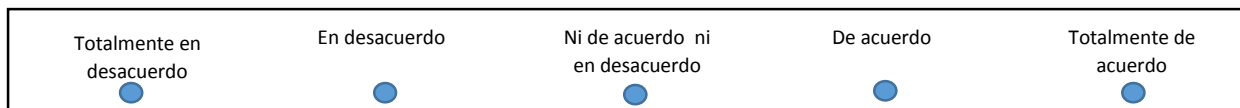
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



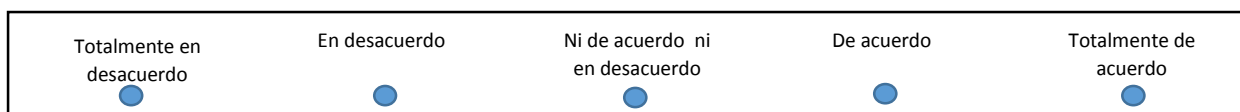
16. ¿con que tanta frecuencia participa usted en el desarrollo de las sesiones?



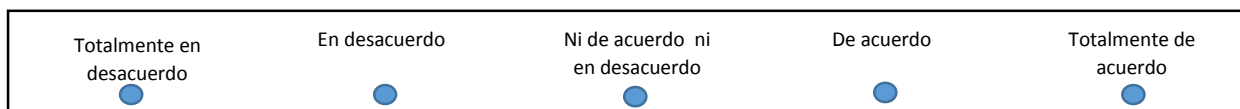
17. ¿En los talleres le gusta participar en forma individual?



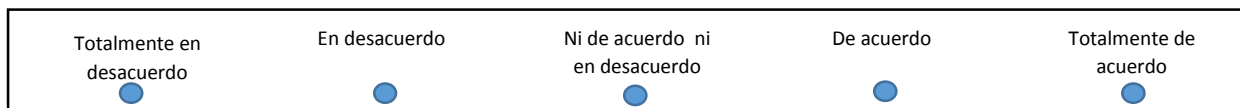
18. ¿En los talleres le gusta participar en forma grupal?



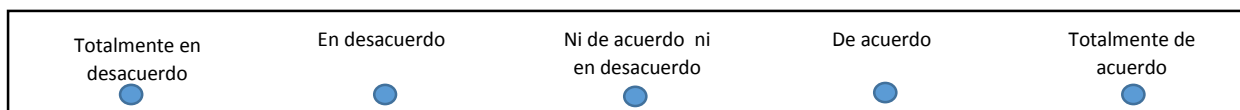
19. ¿Es comprensible lo que se desarrolla en los talleres de capacitación?



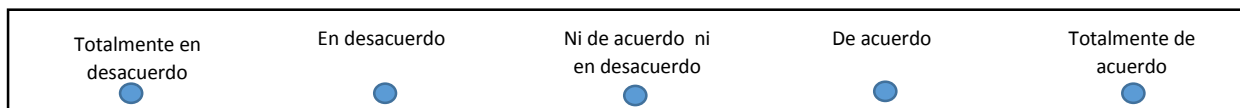
20. ¿Los textos que se entregan le permite analizar y entender la información?



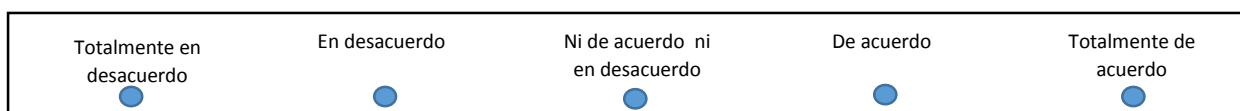
21. ¿En los talleres de capacitación conoce información nueva para usted?



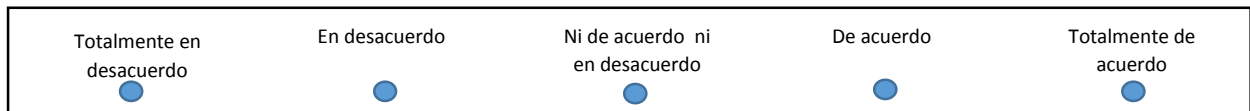
22. ¿Considera usted que la información recibida es obsoleta?



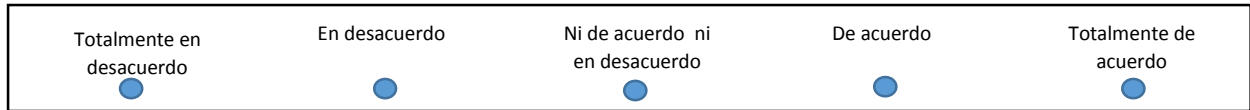
23. ¿La información que se entrega en los talleres cree que sea aplicable en su puesto de trabajo?



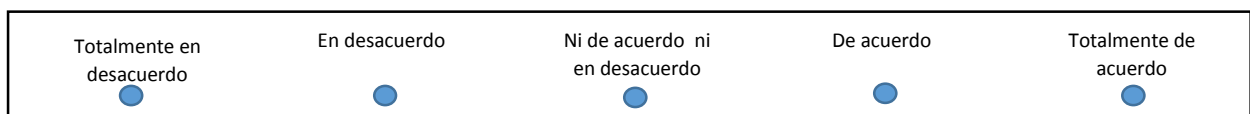
24. ¿Considera que la capacitación contribuye a la mejora continua de la empresa?



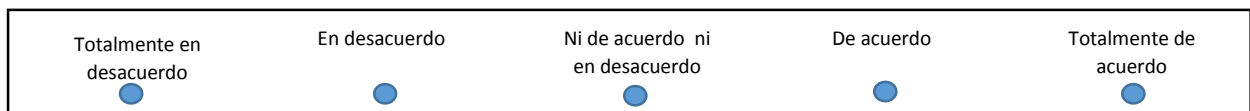
25. ¿Con la información que se recibe en los talleres, puede incrementar el nivel de ventas?



26. ¿La capacitación recibida mejora su conocimiento profesional?



27. ¿Usted valora el tiempo invertido en las sesiones de capacitación?



28. ¿Considera usted que los talleres son muy útiles para su vida personal?

