

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL PARA
CAPACITACIONES VIVENCIALES Y SU
IMPORTANCIA VALORATIVA A NIVEL DE LAS
MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS DE CHICLAYO Y
PIURA, PERÚ.**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**JOSÉ RAÚL CACHAY DEL AGUILA
OMAR ALEXANDER GASTELO RAMÍREZ**

Chiclayo, 08 Julio del 2016

**DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL PARA
CAPACITACIONES VIVENCIALES Y SU
IMPORTANCIA VALORATIVA A NIVEL DE LAS
MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS DE CHICLAYO Y
PIURA, PERÚ.**

POR:

**JOSÉ RAÚL CACHAY DEL AGUILA
OMAR ALEXANDER GASTELO RAMÍREZ**

Presentada a la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, para optar el
Título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADO POR:

Mgtr. Luis Angulo Bustios
Presidente del Jurado

Lic. Marita Cruz Pupuche
Secretaria del Jurado

Mgtr. Rocío Saavedra Yorente
Asesor del Jurado

CHICLAYO, 2016

DEDICATORIA

A Dios por mostrarnos día a día que con humildad, paciencia y sabiduría toda es posible.

Para nuestros padres, por su comprensión y ayuda en todas las circunstancias. Nos han enseñado a vencer las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

Nos ha dado todo lo que somos como personas, nuestros valores, nuestros principios, nuestra perseverancia y nuestro empeño, y todo ello con una gran dosis de amor sin pedir nunca nada a cambio.

A nuestros maestros que con su sabiduría y experiencia nos ayudaron y aprendimos de ellos.

AGRADECIMIENTO

Queremos expresar también nuestros más sinceros agradecimientos a la asesora SAAVEDRA YORENTE, ROCÍO por su importante aporte y participación activa en el desarrollo de este trabajo.

Debemos destacar, por encima de todo, su disponibilidad y paciencia que hizo que nuestras siempre acaloradas discusiones redundaran benéficamente tanto a nivel científico como personal, llegando a ser más que un asesor una amiga en quien confiar.

También un profundo agradecimiento a nuestros padres por el apoyo económico y moral que nos brindaron. Y el agradecimiento eterno a Dios que siempre nos protege y nos guía por el buen camino.

RESUMEN

Las capacitaciones vivenciales constituyen actualmente una novedosa forma de capacitación y su importancia radica en las conexiones entre el individuo, sus compañeros de trabajo y el entorno que los rodea, mejorando así la integración y la productividad del equipo de trabajo dentro una empresa.

El presente trabajo de investigación de tipo exploratorio y descriptivo; con enfoque de investigación mixto, cuantitativo y cualitativo. Tuvo como objetivo general el de determinar la viabilidad de mercado para la creación de una empresa que brinde capacitaciones vivenciales a medianas y grandes empresas en las ciudades de Chiclayo y Piura. Para lograr este objetivo se ha evaluado la demanda clasificando el mercado en 4 sectores entre ellos: financiero, educación superior, industrial y retail (construcción), que mediante el método de recolección de datos del punto de saturación se ha podido recoger los datos referentes a sus necesidades, preferencias y expectativas de las empresas.

La metodología que se utilizó es la de plan de negocio a través del modelo CANVAS seleccionando exclusivamente la viabilidad de mercado, para posteriormente elaborar especificaciones necesarias que requiera el mercado de las medianas y grandes empresas de las ciudades de Chiclayo y Piura.

Los resultados obtenidos demostraron que existe un gran interés y la necesidad por parte de las medianas y grandes empresas de desarrollar capacitaciones vivenciales por considerarlas como innovadoras y novedosas, además de ello la expectativa es muy buena, pero falta empresas que puedan ofrecer este servicio en estas ciudades.

Palabras clave: capacitación, coach, capital humano, edad humana, fuerza laboral.

ABSTRACT

Experiential training now they constitute a novel form of training and its importance lies in the connections between the individual, their colleagues and the surrounding environment, thus improving integration and team productivity within a company.

This exploratory research and descriptive; with mixed approach, quantitative and qualitative research. It aimed to determine the market feasibility for the creation of a company that provides experiential training for medium and large enterprises in the cities of Chiclayo and Piura.

To achieve this demand has been evaluated in 4 classifying market sectors including financial, higher education. Industrial and retail (construction), that by the method of data collection the saturation point has been able to collect data on their needs, preferences and expectations of companies.

The methodology used is the business plan through selecting model CANVAS exclusively market viability, and later develop specifications necessary to require the market of medium and large enterprises in the cities of Chiclayo and Piura.

The results showed that there is great interest and need by medium and large enterprises to develop experiential training by considering them as innovative and novel addition to this the expectation is very good, but there companies that can offer this service in these cities.

Key words: Training, coach, human capital, human age, workforce.

ÍNDICE

PORTADA

DEDICATORIA**AGRADECIMIENTO**

RESUMEN.....	5
ABSTRACT	6
ÍNDICE	7
ÍNDICE DE TABLAS	10
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	11
I. INTRODUCCIÓN.....	12
II. MARCO TEÓRICO.....	15
2.1. Condiciones del entorno	15
2.1.1. Entorno económico	15
2.1.2. Entorno tecnológico	18
2.1.3. Entorno político.....	19
2.1.4. Entorno social	23
2.2. Modelo de negocio.....	23
2.2.1. Segmento de clientes	26
2.2.2. Propuesta de valor.....	26
2.2.3. Canales de distribución.....	27
2.2.4. Relación con los clientes	28
2.2.5. Flujos de ingresos.....	28
2.2.6. Recursos claves	28
2.2.7. Actividades claves	29
2.2.8. Socios claves.....	29
2.2.9. Estructura de costes	30
2.3. Antecedentes	31

2.4. Bases teóricas	32
2.4.1. Capacitación vivencial	32
2.4.2. Historia del aprendizaje vivencial	32
2.4.3. Principios de la capacitación vivencial	33
2.4.4. Ciclo del aprendizaje vivencial	33
2.4.5. Tipos de experiencias	36
2.5. Definición de términos claves	37
2.5.1. Capacitación	37
2.5.2. Coach	37
2.5.3. Capital humano.....	37
2.5.4. Edad humana	38
2.5.5. Fuerza laboral.....	39
III. MATERIALES Y MÉTODOS	40
3.1. Diseño y tipo de investigación.....	40
3.2. Población, muestra y muestreo	40
3.3. Métodos	41
3.4. Operacionalización de variables	43
3.5. Recolección de datos.....	44
3.6. Procesamiento de datos	44
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	47
4.1. Resultados	47
4.1.1. Análisis de la demanda.....	47
4.1.2. Análisis de la oferta	65
4.2. Discusión	67
4.2.1. Ciudad de Chiclayo.....	67

4.2.2. Ciudad de Piura	75
4.3. Propuesta	81
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	84
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	86
VII. ANEXOS	88

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°01: Modelo de negocio Canvas de Osterwalder	25
--	-----------

Tabla N°02: Operacionalización de variables	43
Tabla N°03: Medianas y grandes empresas de Chiclayo	45
Tabla N°04: Medianas y grandes empresas de Piura.....	46
Tabla N°05: Paquete del producto.....	83

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°01: Tamaño de las empresas de Chiclayo	47
---	----

Gráfico N°02: Edades de los trabajadores en las empresas de Chiclayo	48
Gráfico N°03: Dificultades en las empresas de Chiclayo	48
Gráfico N°04: Acciones para corregir el tema en las empresas de Chiclayo	49
Gráfico N°05: Las empresas de Chiclayo realizan capacitaciones	50
Gráfico N°06: Última vez que invito a un especialista a la empresa	50
Gráfico N°07: Tipo de capacitación que utilizan las empresas de Chiclayo	51
Gráfico N°08: Método de capacitación por las empresas de Chiclayo	52
Gráfico N°09: Grado de satisfacción en las capacitaciones realizadas en las empresas de Chiclayo	53
Gráfico N°10: Que esperan de una capacitación las empresas de Chiclayo	54
Gráfico N°11: Temas que las empresas de Chiclayo consideran como más importantes a darse en una capacitación.....	55
Gráfico N°12: Tamaño de las empresas de Piura.....	56
Gráfico N°13: Edades de los trabajadores en las empresas de Piura	57
Gráfico N°14: Dificultades en las empresas de Piura	57
Gráfico N°15: Acciones para corregir el tema en las empresas de Piura	58
Gráfico N°16: Las empresas de Piura realizan capacitaciones	59
Gráfico N°17: Última vez que invito a un especialista a la empresa	59
Gráfico N°18: Tipo de capacitación que utilizan las empresas de Piura....	60
Gráfico N°19: Método de capacitación por las empresas de Piura.....	61
Gráfico N°20: Grado de satisfacción en las capacitaciones realizadas en las empresas de Piura	62
Gráfico N°21: Que esperan de una capacitación las empresas de Piura	63
Gráfico N°22: Temas que las empresas de Chiclayo consideran como más importantes a darse en una capacitación.....	64

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente las empresas realizan distintos tipos de capacitaciones para potenciar el capital humano. En este ámbito es que las empresas tercerizan servicios y contactan a otras empresas para encaminar la solución de los problemas que surgen. A raíz de dicha necesidad es que aparecen las empresas consultoras o capacitadoras, destinadas a brindar formación profesional efectiva. En los últimos años las capacitaciones tradicionales vienen siendo complementadas con un nuevo tipo de capacitación denominada vivencial la cual tiene como objetivo primordial que el talento humano aprenda en base a la experiencia y ha logrado con ello potenciar la integración de los trabajadores dando como resultado la productividad laboral.

Es por ello que la necesidad existente es la falta de empresas que brinden este tipo de capacitación, distinta a la tradicional claro está, una capacitación más dinámica, basada en la experiencia en la zona norte del país. Siendo conscientes que la demanda sería corta si solo se enfoca a la ciudad de Chiclayo, se ha de considerar además para el presente estudio la ciudad de Piura, la cual se encuentra en un pleno crecimiento económico y desarrollo empresarial.

Según el Ministerio de Producción (2012) de las 376 empresas entre medianas y grandes que existen en las ciudades de Chiclayo y Piura, la mayor parte tiene dificultades para motivar y capacitar a sus trabajadores para que puedan desarrollar ciertas competencias que les resulta muy esencial para trabajar y crecer como profesionales, tales como el liderazgo, trabajo en equipo, toma de decisiones, etc., debido al modelo tradicional que emplean, es decir la típica capacitación basada en charlas de auditorio, que en ocasiones resulta tediosa y aburrida. En el Perú, según la Guía de Capacitación Empresarial (2014), existen empresas que brindan capacitación vivencial, en las que se encuentran AD JUNTOS, FG Consulting Corporation, , Ariva, Campo Krasiba, FINDES, Kansei, DO IT Internacional, Seminarios Carpe Diem, PTC – PERUVIAN TEAMWORK CENTER, PROWORK, TARGET DDI PERÚ, todas estas empresas con sede principal en la ciudad

de Lima, mientras que actualmente han surgido otras empresas con sede en la zona norte del país como es el caso de Ítaca, siendo sus principales mercados Chiclayo y Piura.

Como problema de investigación del presente trabajo se ha determinado, ¿Será viable el mercado para una empresa que brinde capacitaciones vivenciales a medianas y grandes empresas en las ciudades de Chiclayo y Piura?

La idea de la presente tesis se basa en una innovadora metodología que ayuda a desarrollar el potencial del capital humano de las empresas. De lo que se trata, en efecto, es de aprender en base a la experiencia.

Según Acevedo (2000) el ser humano aprende un 20% de lo que escucha, un 50% de lo que lee y un 80% de lo que vive. Por lo tanto, la experiencia a través de la vivencia directa de las personas, ofrece una gran ventaja en cuanto al aprendizaje. Es por ello que los beneficiados con el modelo de negocio serían los clientes internos de las empresas, ya que al mantener el capital humano capacitado y motivado, mejorarán su eficiencia y con ello el compromiso para lograr los objetivos planteados.

La metodología a utilizar para responder el problema, será a través de una investigación con una metodología de plan de negocio a través del modelo canvas seleccionando exclusivamente la viabilidad de mercado, para posteriormente elaborar especificaciones necesarias que requiera el mercado de las medianas y grandes empresas de las ciudades de Chiclayo y Piura, optando por estas debido al gran crecimiento económico que presentan. Según la ESSAN Business (2014) gran parte de este crecimiento económico, que incluye un aumento del empleo, se ha generado por la actuación de las PYMES y de los emprendedores, quienes conforman la mayor parte del PBI del país.

El objetivo general de la investigación es determinar la viabilidad de mercado para una empresa que brinde capacitaciones vivenciales en las ciudades de Chiclayo y Piura, aplicando el modelo Canvas de Osterwalder; mientras que como objetivos específicos son identificar las necesidades, preferencias y expectativas del servicio de capacitaciones vivenciales por los gerentes de Recursos Humanos en las ciudades de Chiclayo y Piura, además de determinar la demanda potencial del servicio de capacitaciones vivenciales en las empresas de las ciudades de Chiclayo y Piura, asimismo especificar el perfil de los clientes para el servicio de capacitaciones vivenciales en las ciudades de Chiclayo y Piura, de igual forma el de proponer un paquete de productos para el servicio de capacitaciones vivenciales en las ciudades de Chiclayo y Piura y finalmente el de identificar a la competencia del servicio de capacitaciones vivenciales en las empresas de las ciudades de Chiclayo y Piura.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. CONDICIONES DEL ENTORNO

2.1.1. Entorno Económico

Según el dossier de Perú Económico (2015) el país tendrá un crecimiento ligeramente mayor que el registrado el año pasado (4.5% contra menos de 3%), el cambio de ciclo a partir del 2015, producto de la lenta recuperación económica que el Perú experimentará, implica un crecimiento más moderado para las ventas al mercado local, así como oportunidades de negocio. En ese contexto, la 'nueva normalidad' para las empresas en este año será la cautela para tomar decisiones de negocio, además de buscar nuevas estrategias para generar valor.

En los últimos años, la economía peruana ha crecido impulsada por los altos precios de los metales, el financiamiento barato del exterior y la fuerte demanda externa de nuestros productos no tradicionales. En esa línea, la inversión despegó y la creación de empleo permitió ensanchar la clase media y expandir diversos mercados de consumo. En contraste, el crecimiento de este año dependerá más de factores locales. Por ejemplo habrá nuevas fuentes de crecimiento de la inversión. En los próximos años, la inversión en infraestructura concesionada crecerá fuertemente por el desarrollo de proyectos como la línea 2 del Metro de Lima o el Gasoducto del Sur.

Las oportunidades de negocio serán más claras para aquellas empresas con ventas vinculadas a los motores de crecimiento del nuevo ciclo económico. Por ejemplo, el ciclo al alza en la inversión en infraestructura beneficiará el año entrante principalmente a los negocios de construcción. Asimismo, la mayor producción minera generará en el 2015 oportunidades para las empresas vinculadas a la operación y al mantenimiento del sector. La continua expansión de la clase media seguirá dinamizando mercados aún poco atendidos, como salud y educación. En respuesta a estas características, muchas empresas replantearán sus estrategias de crecimiento. Si antes generaban valor aprovechando el fuerte crecimiento de la economía, en el año que comienza será necesario

buscar eficiencias, reducir costos y diseñar estrategias para ganar mercado a la competencia.

Según el Ministerio de Economía y Finanzas (2014) la ciudad de Piura va tomando liderazgo en el crecimiento económico del país, y esto se ve reflejado en el Producto Bruto Interno que viene creciendo a un ritmo de 20 millones de soles por año. Se ha cerrado el 2014 con un PBI superior a los 26 mil millones de soles, por el ritmo de crecimiento que se viene teniendo; sin embargo, no es suficiente. Además indicó que las obras de infraestructura que se ejecutan a lo largo y ancho de la región constituyen parte de ese eje principal de crecimiento, ya que permite la llegada de la inversión privada y la generación de miles de puestos de trabajo.

Según el Portal del Capital Humano (2015), en los últimos años la capacitación vivencial se ha expandido de forma extraordinaria en nuestro país, dando de esta manera crecimiento económico por ser fuente generadora de trabajo, y aumento de rentabilidad efecto de la buena capacitación que se hace por parte de las empresas dedicadas a este rubro.

Como informe especial de Ricardo Rivadeneira Gerente General de Vértigo Perú (2014), las empresas transnacionales aún todavía muestran mayor interés, pero poco a poco la empresa nacional se está interesando más y está empezando a destinar parte de su presupuesto a esta modalidad de capacitación. Es por ello que en el Perú el costo de estas capacitaciones está asociado, en primer lugar, a la duración del evento, la complejidad de las dinámicas y el número de participantes. Pero también, evidentemente, al lugar que se elija para llevar a cabo el entrenamiento.

Normalmente, las empresas que ofrecen esta capacitación presentan varias alternativas para que elija el cliente. Por ejemplo, un evento de un día de duración, que se realiza en los alrededores de Lima y que está diseñado para aproximadamente 40 personas puede costar entre \$2000 a

\$3000 dólares, si se ejecuta en provincias toma más tiempo e implica mayores gastos, lo que eleva sustancialmente el costo por evento programado.

Empresas como Peruvian Teamwork Center (2015), fundada en el año 2010, ha logrado que este tipo de capacitaciones resulte un éxito en nuestro país ya que, PTC es un equipo de profesionales especializados en desarrollar habilidades, fortalecer actitudes positivas y consolidar valores en las organizaciones, a fin de potenciar el rendimiento de sus colaboradores, entre los resultados que busca destacan el aumento de identificación a su empresa, la minimización de conflictos, el fortalecimiento del trabajo en equipo entre sus colaboradores, el liderazgo basado en el ejemplo y la motivación y cambio actitudinal. Esta empresa viene demostrando un gran crecimiento en términos de rentabilidad como de prestigio, ya que como experiencia en el mercado viene trabajando con compañía de seguros La Positiva Vida Seguros y Nexans Indeco.

Además de PTC, existen otras empresas que brindan estas capacitaciones como es el caso de FG Consulting Corporation (2015), cuya misión es facilitar a las empresas soluciones a través de sistemas y metodologías de aprendizaje innovadoras que se alinean a la estrategia de la organización para que logren sus metas a través del desarrollo del talento de sus colaboradores. Lo que busca es desarrollar a su principal capital: los talentos de sus colaboradores, y con ellos, convertirlos en fortalezas para alcanzar resultados extra-ordinarios. La empresa posee diversos tipos de coaching entre los que más se destaca el ejecutivo, que ayuda a identificar en sus ejecutivos sus talentos y convertirlos en fortalezas, además de potenciarlos y comprometerlos al logro de resultados sobresalientes; otro tipo de coaching es el de equipos en el cual la clave es generar la conciencia, motivación y confianza de sus miembros para que tomen responsabilidad sobre su aporte en la creación de un equipo extra-ordinario. Además se encuentra la empresa AD Juntos la cual está

incursionando en el mercado del norte del país, brindando ya capacitaciones vivenciales a instituciones públicas como es el Banco de la Nación, demostrando que esta nueva metodología de aprendizaje es muy requerida por este tipo de instituciones, junto con la empresa Ítaca

Para estas empresas que brindan capacitaciones vivenciales, su visión no es simplemente un tema de lucro económico sino buscan descubrir y potenciar al personal de las empresas, esto con la finalidad que el talento humano pueda fidelizarse, involucrarse y que se generen mejores resultados en términos de eficiencia y productividad en la empresa.

2.1.2. Entorno Tecnológico

Según el diario Gestión (2015), el Perú retrocedió cuatro posiciones en ranking global de competitividad del WEF(Foro Económico Mundial) en infraestructura, entorno macroeconómico, salud y educación primaria, bajó del puesto 69 al 65 en el ranking 2015, pero mejoró en instituciones, educación superior, capacitación, desarrollo del mercado financiero, preparación tecnológica e innovación.

El empleo de la tecnología en las capacitaciones traerá necesariamente una serie de cambios en el trabajo, ya que casi todos los capacitadores tendrán que ser muy hábiles en el manejo de esta.

Según la revista Capacitando en redes sociales (2015), actualmente en el mundo de los negocios, el uso de las redes sociales representa un camino más para la interacción con los clientes, los usuarios de las redes sociales constantemente se encuentran inmersos en un constante flujo de información, convirtiéndolo en un factor clave entre el producto y el consumidor. Las redes sociales más frecuentadas por las personas o en este caso clientes son Facebook y Twitter, representando las más populares para los usuarios con perfiles activos. El poder que pueden alcanzar las redes sociales para promocionar y generar clientes es enorme. Aquí es en donde comienza el desafío para las empresas, al crear sus

perfiles muchas veces no saben cómo manejarlos. Para poder cumplir con el objetivo de las redes sociales es necesario contar con una estrategia a la medida del rubro de la empresa. El buen uso y manejo de las redes sociales es una tarea sencilla y a la vez compleja pero no imposible de realizar.

Es por esto que las diversas empresas de capacitaciones vivenciales deben contar con un sitio web, ya que según la revista Wave publicidad (2015), especialista en marketing y publicidad web, afirma que la red es el medio más utilizado por todos los usuarios para buscar información y llegar hasta las empresas a las cuales se les va a comprar un producto o servicio.

2.1.3. Entorno Político y Legal

Según el Ministerio de Producción (2015) y la legislación vigente en el Perú existen unos pasos para la creación de una empresa en el Perú.

Legislación para la creación de una empresa

Paso 1: Elaborar la minuta de constitución

- ✓ Reserva del nombre en la SUNARP

Reservar el nombre, impide la inscripción (durante la constitución de su empresa) de cualquier otra empresa adoptando una razón social o una denominación, completa o abreviada, igual o semejante a aquella que esté gozando del derecho de Reserva de Preferencia Registral. Al ser una empresa fundada por 2 personas naturales, será una empresa jurídica con modalidad de SRL ya que la responsabilidad de la empresa está asociada a su patrimonio.

- ✓ Documentos personales

Presentar copia simple del DNI vigente del titular o de los socios.

- ✓ Descripción de la actividad económica

Se debe describir claramente la actividad a la cual se dedicará la empresa se debe presentarla en una hoja suelta redactada y firmada por los interesados. La empresa tendrá como actividad económica la de brindar capacitaciones vivenciales.

✓ Capital de la empresa

Indicar el aporte del titular o de los socios que se hace para la constitución de la empresa.

Paso 2: Escritura Pública

Es un documento en el que se hace constar un determinado hecho o derecho, contiene una o más declaraciones de las personas intervinientes, es autorizado por un fedatario público (Notario), que da fe sobre la capacidad jurídica de los otorgantes, el contenido del mismo y la fecha en que se realizó. Sus requisitos son minuta de constitución y pago de los derechos notariales.

Paso 3: Inscripción en los Registros Públicos

Una vez que se obtenga la escritura pública de constitución, el notario o el titular o los socios tendrán que realizar la inscripción de la empresa en la Oficina Registral competente en el Registro de Personas Jurídicas de la SUNARP. La calificación del título está a cargo de un registrador público de la oficina registral competente, que debe extender el asiento de inscripción en un plazo de 01 DÍA ÚTIL. A partir de la fecha y hora de presentación de los respectivos documentos, la empresa gozará de los derechos y beneficios que brinda la inscripción.

Paso 4: Tramitar el registro único de contribuyente (RUC)

- ✓ Obtener el Registro único de Contribuyentes en el Registro único de contribuyentes.

- ✓ Este Número lo identificará como contribuyente fiscal; lo obtiene inscribiéndose en el registro único de contribuyentes en las oficinas de la SUNAT en Lima o en Provincias.
- ✓ Elegir el régimen tributario
- ✓ Se podrá elegir el régimen tributario que más convenga, acorde con el negocio que se va desempeñar, se deberá poner énfasis en este paso ya que dependiendo del régimen tributario se pagan tributos y se podrá acceder a beneficios.
- ✓ Solicitar autorización para impresión de comprobantes de pago
- ✓ Al momento de solicitar la activación del RUC, en un plazo no mayor de 7 días y una vez verificado el domicilio donde funcionará el negocio indicado, llegará al mismo el RUC y la clave sol la misma que permitirá realizar diversos trámites a través de Internet, tales como: pagar y presentar mis declaraciones, solicitar autorización de impresión de comprobantes de pago a través de imprentas conectadas a este sistema, entre otros. Con la Clave sol puede solicitar a través de internet la impresión de comprobantes de pago y hacerla efectiva.

Paso 5: Inscribir a los trabajadores en ESSALUD

Lo primero que hay que hacer es registrar la entidad empleadora (empresa), se realiza mediante el Programa de Declaración Telemática – PDT o el Formulario N° 402, los cuales pueden adquirirse en la SUNAT o en las entidades bancarias.

Paso 6: Solicitar permiso o autorización o registro especial ante el ministerio respectivo en caso lo requiere su actividad económica

Los permisos, autorizaciones y/o registros especiales se solicitan a los Ministerios y/o oficinas descentralizadas en las regiones según el giro y/o

rubro del negocio, permiten certificar que se cumple con las normas de salud, de seguridad, de infraestructura, etc. Permiten que pueda operar el negocio garantizando sobre todo no poner en riesgo la vida humana.

Paso 7: Obtener la autorización del libro de planillas y legalización de libros contables

Toda empresa que tenga uno o más trabajadores deberá registrar las planillas de pago. Las planillas de pago son un registro contable que brindan elementos que permiten demostrar, de manera transparente, ante la autoridad competente, la relación laboral del trabajador con la empresa, su remuneración y los demás beneficios que se le pagan

Paso 8: Tramitar la licencia municipal

En el departamento de Lambayeque los formularios y formatos para obtener la Licencia de Funcionamiento se encuentran en el acuerdo a Ley N° 28976, Ley Marcos de Licencia de Funcionamiento y de la Ordenanza.

2.1.4. Entorno Social

Según INEI (2014) las proyecciones de población indican que la Provincia de Chiclayo, cuenta con una población de 850, 421 habitantes, de los cuales 409, 356 son hombres y 441,095 mujeres. La tasa de crecimiento promedio anual de la población censada entre el censo de 1993 y 2007 es de 1,3%, lo que indica que la población total de Lambayeque en términos absolutos se incrementa a un promedio anual de 20 mil 847 habitantes.

En el 2007, se observa que la provincia de Chiclayo ha logrado mejor nivel educativo superior (33,9%) y educación secundaria (39,5%) en el departamento de Lambayeque. Mientras la población con apenas algún nivel de primaria o que no tienen estudios se encuentran en mayor porcentaje en la provincia de Lambayeque con 47,5% del total de habitantes de 15 y más años de edad. La fuerza de trabajo o población económicamente activa (PEA), en el departamento de Lambayeque está constituida por alrededor de 630 mil 800 personas, de las cuales el 95,9% están en la condición de ocupados.

En el departamento de Lambayeque, la población económicamente activa (PEA) en el año 2009 está conformada principalmente por personas de 14 a 29 años de edad (36,2%), seguido por las que tienen entre 30 y 39 años (23,1%) y los de 40 a 49 años (18,2%), entre otras. Por otro lado, el 33,9% de la PEA, cuenta con algún año de educación primaria como nivel educativo alcanzado, el 43,6% tiene educación secundaria y el 22,5% educación superior.

Según las proyecciones poblacionales del INEI, en el año 2010 Piura contaba con una población de 1'769,555 habitantes (6,0 por ciento de total nacional), siendo la segunda región más poblada del país, después de Lima. La ciudad capital es Piura (40,4 por ciento de la población departamental). Su última tasa de crecimiento intercensal es del 1,3 por ciento anual. Casi las tres cuartas partes de su población son urbanas. Al 2012 el departamento de Piura cuenta con una población de 1'799,607 habitantes, su capital Piura alberga al 41,5 % de la población. Según las proyecciones poblacionales del INEI, en el año 2016 Piura contará con una población de 1'858,617 habitantes (6,0 % del total nacional).

Del 100% de población del departamento de Piura de acuerdo al nivel educativo alcanzado, se puede distinguir que el 49,85% son hombres y el 50,15% son mujeres. Cabe resaltar que del total de hombres el 3,58% no tiene instrucción alguna, el 7,20% tiene primaria completa, el 7,53%

secundaria completa, el 2,92% superior no universitaria completa, el 1,48% universitaria completa y el 0,09 % cuentan con Post grado y el restante cursó algún tipo de estudios pero no lo concluyó. En cuanto a las mujeres podemos apreciar que del total de ellas el 7,53% tiene primaria completa, el 7,76% secundaria completa, 3,25% superior no universitaria completa, el 0,98% superior universitaria completa, el 0,13% realizó estudios de Postgrado y el restante cursó estudios de manera incompleta.

2.2. MODELO DE NEGOCIO

El modelo de negocio con el que se trabajará la investigación es el modelo Canvas de Osterwalder.

Tabla N° 01

Modelo Canvas de Osterwalder.

ASOCIACIONES CLAVES ➤ Lugar de esparcimiento: Jockey Club y Restaurante El Tambo – Monsefú. ➤ Comercial Textil S.A ➤ Market Producciones ➤ Sodimac ➤ Representaciones Emerplast E.I.R.L ➤ Centro esparcimiento CONAFOVICER (Piura)	ACTIVIDADES CLAVES ➤ Visita a la empresa antes y después de la capacitación vivencial. ➤ Entrevista y encuesta con representante de la empresa. ➤ Seguimiento de la empresa después de la capacitación.	PROPUESTA DE VALOR La capacitación vivencial es una innovadora metodología que ayuda a desarrollar el potencial del capital humano de las empresas. De lo que se trata, en efecto, es de aprender en base a la experiencia.	RELACION CON LOS CLIENTES Mediante entrevista y encuesta directa con el Gerente de RRHH.	SEGMENTO DE CLIENTES Los clientes serán medianas y grandes empresas de Chiclayo y Piura. Además de ello estarán ordenados por sectores económicos los cuales son: educación superior, financiero, industrial y retail construcción.
	RECURSOS CLAVES ➤ Materiales y accesorios. ➤ Campos abiertos o lugares cerrados. ➤ Página Web y redes sociales. ➤ Financiero		CANALES DE DISTR. ➤ Sitio web ➤ Redes sociales ➤ Centro de atención al cliente ➤ Venta personal	
ESTRUCTURA DE COSTOS ➤ Activos: viene hacer todo lo que tiene la empresa y posee valor como los equipos y materiales ➤ Pasivos: las deudas que se tenga para solventar dicho proyecto serán pagadas a plazos, conforme se estipule con la empresa financiera ➤ Patrimonio: la empresa tendrá un patrimonio perteneciente a los encargados del proyecto con un capital de trabajo		FLUJO DE INGRESOS Los ingresos se generarán mediante el pago del servicio por parte de los clientes.		

Fuente: Elaboración Propia

2.2.1. Segmento de clientes

Para poder desarrollar la presente investigación relacionado con la capacitación vivencial que necesiten las empresas, es primordial encontrar la necesidad existente de cada empresa para mejorar sus procesos, la cual será distinta a la tradicional, dinámica basada en la experiencia. Es por ello, se ha definido que el modelo no solo se enfocará en la ciudad de Chiclayo, ya que la demanda es limitada, sino también se va a considerar una ciudad más como Piura, siendo estas dos el mercado objetivo debido al crecimiento económico que ha tenido cada una de estas ciudades.

Segmentado ya el mercado objetivo, el modelo se enfocará:

- ✓ La presente tesis está orientada a las medianas y grandes empresas de las ciudades de Chiclayo y Piura, empresas que tengan entre 50 a más trabajadores debido a la magnitud de las dinámicas, ya que se necesita diverso capital humano para la distinta cartera de productos, además de ello se determinara por sectores económicos, los cuales son educación superior, financiero, industrial y retail construcción, es decir, estos sectores darán la información necesaria para la viabilidad de la investigación.
- ✓ Las capacitaciones vivenciales estarán enfocadas a trabajadores de nivel operativo y táctico, con la finalidad de incrementar el trabajo en equipo y desarrollar el capital humano en las empresas mediante la cartera de productos que se ofrecerán.

2.2.2. Propuesta de Valor

La capacitación vivencial es una innovadora metodología que ayuda a desarrollar el potencial del capital humano de las empresas. De lo que se trata, en efecto, es de aprender en base a la experiencia. Se considera que uno puede aprender lo que es liderazgo en un aula, pero es totalmente diferente si se “experimenta” el concepto de manera vivencial. Para ello, el

aprendizaje vivencial recurre a varios elementos: actividades al aire libre, juegos y dinámicas en general. Éstos se enfocarán de acuerdo a la problemática de la empresa, de las metas y objetivos que se quieren lograr.

La empresa desarrollará una cartera de productos entre ellos:

- ✓ Dinámicas vivenciales de integración y juegos grupales, dependiendo del tipo de dificultad de cada empresa.

2.2.3. Canales de Distribución

Para el servicio que se pretende realizar se han identificado los siguientes canales de distribución:

- ✓ **Sitio web:** En la que se detallará todos los servicios que ofrece la empresa, así como datos generales de la misma.
- ✓ **Redes sociales:** Se contará con una página de Facebook oficial para estar en contacto con los clientes de manera activa y cotidiana. Además de responder a sus preguntas y resolver cualquier duda.
- ✓ **Centro de atención al cliente:** Este centro servirá para atender a los diferentes representantes de las empresas que requieran el servicio de capacitación vivencial. Este centro será para brindar información, cerrar trato y atender cualquier reclamo.
- ✓ **Venta personal:** Esta es una forma de hacer llegar, dar a conocer y vender el servicio de Capacitación Vivencial, que será mediante visitas a gerentes de Recursos Humanos o Gerentes Generales de las diversas empresas.

2.2.4. Relación con los clientes

Para que se pueda tener una buena y larga relación con los futuros clientes, es necesario poder satisfacer bien sus necesidades y que esta metodología innovadora los ayude a mejorar sus habilidades en sus respectivas empresas. Es por ello que la recolección de información se realizará con los Gerentes Generales, de Recursos Humanos o un representante de la empresa, ya que a ellos se les cotizará la cartera de productos dependiendo de las necesidades de cada empresa para sus trabajadores; por lo que se busca fidelizar a estos clientes para que la empresa empiece a posicionarse en el mercado y obtenga diversos clientes a lo largo de todo el año.

2.2.5. Flujo de ingresos

Los flujos de ingresos que se obtengan serán por el uso del servicio que se adecue a las necesidades de las empresas, cabe decir que para cada paquete de productos hay un precio fijo estimado.

2.2.6. Recursos claves

Personal capacitado para la realización de los diferentes talleres, se llevará a cabo por un coach y el personal de staff a su cargo.

- ✓ **Materiales y accesorios:** Será brindada por la empresa, quien tendrá previsto lo que se requiera para el desarrollo óptimo de las dinámicas. En ellos tenemos, materiales de escritorio, ropa adecuada para cada participante, sonido, artículos de plástico, entre otros.
- ✓ **Campos abiertos o lugares cerrados:** Previa coordinación con los representantes de la empresa se determinará el lugar donde se desarrollará la capacitación. Existen instituciones que requieren se realice en ambientes propios de la empresa como auditorio, en cambio otras fuera de ella como en un lugar de esparcimiento, todo ello se tendrá planificado.

- ✓ **Página Web y redes sociales:** Este medio nos permitirá estar al alcance de todos nuestros clientes, dando a conocer nuestros servicios y a su vez facilitando el proceso de negociación.
- ✓ **Financiero:** El mayor porcentaje será cubierto por la Institución Financiera Banco Crédito del Perú a cargo de darle el crédito al proyecto en un 70%, y el 30% restante será por las personas a cargo del proyecto.

2.2.7. Actividades claves

Visita a la empresa antes y después de la capacitación vivencial: se realizará una reunión previa con el Jefe de Recursos Humanos o directamente con el Gerente General de la empresa para saber cuáles son sus necesidades y en base a eso se puedan trabajar las dinámicas, así mismo después de realizada la capacitación se hará una visita a la empresa para analizar los resultados. En los talleres, la primera parte consiste en una reunión en el que se dan a conocer las instrucciones o indicaciones para el desarrollo de la dinámica por parte del coach. Luego, viene la dinámica en sí desarrollada por participantes y, por último, está la etapa de reflexión.

2.2.8. Socios claves

Se determina quienes son los socios, y los proveedores de la empresa.

➤ **Socios**

- ✓ Lugar de esparcimiento: Jockey Club y Restaurante El Tambo – Monsefú.

➤ **Proveedores**

- ✓ Empresa para uniformes del personal y de los participantes:

Comercial Textil S.A, ubicado en avenida Pedro Ruiz #826. Chiclayo-Lambayeque.

- ✓ Empresa de Sonido:

Market Producciones, ubicado en Tacna # 403. Chiclayo-Lambayeque.

- ✓ Empresa de juegos inflables.

Sodimac.

- ✓ Empresa de materiales plásticos

Representaciones Emerplast E.I.R.L

- ✓ Centro de esparcimiento CONAFOVICE R, ubicado en la ciudad de Piura.

2.2.9. Estructura del coste

Los costos son el valor monetario de los insumos requeridos para la realización del proyecto y se han clasificado de la siguiente manera:

- ✓ **Activos:** viene hacer todo lo que tiene la empresa y posee valor como los equipos y materiales entre los cuales se encuentran: materiales plásticos, juegos inflables, vehículos, materiales escolares, sonido, uniformes para las actividades de integración, etc.
- ✓ **Pasivos:** las deudas que se tenga para solventar dicho proyecto serán pagadas a plazos, conforme se estipule con la empresa financiera. Los diferentes ingresos al inicio del negocio servirán para cancelar la deuda pendiente; pasada este periodo, será ganancia para la empresa y para pagar los diferentes costos que demanda este tipo de actividades.
- ✓ **Patrimonio:** la empresa tendrá un patrimonio perteneciente a los encargados del proyecto con un capital de trabajo es decir, el aporte

inicial hecho por los socios del proyecto, además de utilidades retenidas y reserva legal.

2.3. ANTECEDENTES

Según el Gerente General de la empresa de Consultoría y Capacitación Marcelo Márquez (2015) expresa que este servicio es un generador de espacios de aprendizaje centrado en el participante (colaboradores, clientes u otros públicos de interés). Además la considera como una excelente manera de integrar equipos de trabajo, realizar jornadas estratégicas y generar alto impacto positivo, esto lo ha demostrado en las diferentes capacitaciones brindadas a empresas argentinas como Surco sur, ADECO y diversas universidades, además de empezar a expandir su mercado por otros países de América Latina como Chile y Perú.

De igual forma existen empresas Peruanas que brinda este tipo de capacitaciones como lo es la empresa AD JUNTOS GESTION HUMANA (2014), ubicada en la ciudad de Lima, que se caracteriza por ser un equipo de trabajo de alto desempeño compartiendo conocimientos, habilidades y experiencias que comprometidos con un propósito común establecen metas realistas, retadoras y una manera eficiente de alcanzarlas. Asegura resultados oportunos, previsibles y de calidad. Y todos los miembros se hacen mutuamente responsables. Esta empresa actualmente cuenta con una gran cartera de clientes tanto en Lima como provincias siendo los más destacados el Banco de la Nación, la SUNAT y diversas entidades privadas. Además en la actualidad ha surgido una empresa en la zona norte del país que también brinda este tipo de capacitaciones vivenciales como es el caso de Ítaca, la cual es una escuela de liderazgo que busca desarrollar habilidades personales que permitan el éxito en la vida profesional como cotidiana, siendo sus principales mercados las ciudades de Chiclayo y Piura.

2.4. BASES TEÓRICAS

2.4.1. Capacitación Vivencial

De acuerdo al artículo científico *Desarrollan el Potencial Humano* (2009) la capacitación vivencial trabaja sobre un eje, el participante. Los conceptos a transmitir se experimentan en forma individual y colectiva. La capacitación ha sido diseñada en módulos. Dentro del experimental, los asistentes aplican los conocimientos y enseñanzas aprendidas para ponerlas en juego en la práctica. A través de ella, inician el proceso de aprendizaje de la vivencia incorporando adicionales, dejando atrás los viejos modelos. El módulo de análisis desarrolla las síntesis, el debate, las conclusiones a las que se arriban.

Esta práctica puede realizarse en modalidad sala en donde el entrenamiento se realiza en un área cubierta de la amplitud que requiera el evento, o en áreas descubiertas para aprovechar los beneficios del terreno (irregularidad, contacto con la naturaleza, desarrollo de destrezas con elementos, etc.).

2.4.2. Historia del Aprendizaje Vivencial

Los orígenes del Aprendizaje o Capacitación Vivencial se remontan a la antigua Grecia y al pensamiento de Platón quien creía que la experiencia directa era la mejor manera para desarrollar virtudes como la sabiduría, la templanza, el coraje y la justicia. Pensadores como Jean Piaget, Paolo Freire, Kurt Lewin, Kurt Hahn, David Kolb y John Dewey contribuyeron a consolidar el modelo.

John Dewey padre de la educación vivencial moderna consideraba que la educación debía formar parte de la vida en lugar de pensarse como una manera de prepararse para ésta. Dewey creía en la importancia del trabajo cooperativo para la construcción del conocimiento en contraposición al modelo que pregona la memorización en una carrera competitiva por las mejores calificaciones.

2.4.3. Principios de la capacitación vivencial

Según el Programa de capacitación vivencial (2010) existen 7 principios esenciales para las capacitaciones vivenciales los cuales son: el aprendiz es protagonista en lugar de espectador; el aprendizaje vivencial es posible cuando existe una selección adecuada de las experiencias y éstas son acompañadas con reflexiones, análisis crítico y síntesis; el aprendizaje vivencial se despliega en el intento del aprendiz por restablecer el equilibrio luego de ser llevado convenientemente por la experiencia a una zona de discomfort o disonancia adaptativa; el aprendizaje debe tener presente la pertinencia y relevancia para el aprendiz; el aprendizaje vivencial utiliza como material de trabajo las consecuencias naturales de una manera de pensar, sentir o comportarse dentro una experiencia; el proceso de aprendizaje vivencial debería promover la formulación de preguntas, la investigación, la experimentación, la curiosidad, la responsabilidad, la creatividad y la construcción de significados y finalmente los participantes deberían poder experimentar el éxito, el fracaso, el asumir riesgos y la incertidumbre.

2.4.4. Ciclo del aprendizaje vivencial

El aprendizaje vivencial como disciplina surge a partir del trabajo del filósofo, psicólogo y pedagogo norteamericano John Dewey (1859-1952), quien creía que el hombre y el niño aprendían mediante su enfrentamiento con situaciones problemáticas que surgen en el curso de las actividades que han merecido su interés.

Esta teoría es tomada por otro notable educador, el Sr. David Kolb (1939-), quien propone a principios de la década del 70 un modelo de aprendizaje basado en experiencias. En su propuesta presenta un ciclo espiralado de aprendizaje compuesto por 4 elementos.

2.4.4.1. Experiencia

El proceso se inicia con una experiencia dentro del programa de aventuras que ha sido diseñada especialmente para promover la aparición de

determinadas situaciones vinculadas al objetivo que se pretende. Esta primera experiencia se utiliza a modo de espejo para observar las imágenes individuales y colectivas que darán cuenta de lo que allí acontece.

2.4.4.2. Reflexión crítica

Gracias al recuerdo inmediato de lo sucedido se abre el diálogo con el objeto de reconstruir lo sucedido desde las múltiples miradas de los allí presentes. Con la coordinación de un facilitador entrenado para este propósito se ingresa en la exploración profunda de los significantes de la experiencia. Se busca responder a la siguiente pregunta. ((Que paso)).

2.4.4.3. Generalización y transferencia

En esta etapa se intenta conectar las conclusiones particulares de la experiencia reciente con posibles patrones generales de conducta. El hacerlo permite la expansión del nivel de autoconciencia del participante, respecto de lo que piensa, siente y hace en relación a determinada temática, sirviendo como punto de partida para la expansión de habilidades específicas. La pregunta a responder en esta etapa es» ((Qué significa lo que pasó)). Además este es uno de los ejes de la metodología; la parte de la actividad que permite convertir la experiencia en aprendizajes y cambios comportamentales e ir más allá del rato de encuentro y diversión. Consiste en un proceso de reflexión que se realiza después de cada ejercicio, cuyo objetivo es hacer concreto, evidente y palpable lo aprendido y estimular compromisos de cambio personales y/o grupales.

2.4.4.4. Aplicación

Una vez identificados los posibles obstáculos y las capacidades individuales y colectivas se promueve la elaboración del plan de acción donde se experimente con nuevas formas de ser tendientes a obtener

resultados diferentes y superadores. En esta instancia se intenta responder la siguiente pregunta» ((Y ahora qué voy a hacer con lo que descubrí.))

2.4.4.5. Nueva Experiencia

El ciclo se cierra con una nueva actividad vivencial donde los participantes ejecutan el plan de acción que diseñaron en la etapa anterior. A la luz de la nueva experiencia se analizan los resultados obtenidos dentro de un segundo ciclo de aprendizaje. La cantidad de ciclos dependerá de los requerimientos de cada programa y sus restricciones de tiempo.

Es por ello que como idea principal, el aprendizaje experiencial se basa en el supuesto de que el conocimiento se crea a través de la transformación provocada por la experiencia concreta, la cual es trasladada a una conceptualización abstracta y ésta a su vez es probada activamente a través de nuevas experiencias. El comienzo del ciclo siempre es práctico: actuar, hacer algo, para después poder explorar sobre la base real. Esta exploración - apropiadamente guiada - proporciona información de calidad. Dicha información estructurada y secuenciada forma la base de una nueva comprensión práctica y operativa de la situación. Esta nueva comprensión, a su vez, constituye una nueva base a partir de la que actuar y así vuelve a comenzar el ciclo de aprendizaje y cambio

2.4.5. Tipos de experiencias

Existen cuatro tipos de experiencias en función de los objetivos que se pretendan en relación al aprendizaje:

2.4.5.1. Recreacionales

Diseñadas para promover un cambio en la manera de sentir (Buscan entretener, re-energizar, relajar, re-crear, socializar, etc.)

2.4.5.2. Educativas

Diseñadas para promover un cambio en la manera de sentir y pensar (Pretender fomentar la expansión de la conciencia, el desarrollo de nuevos conocimientos y habilidades, y la integración de nuevas formas de observar los viejos conceptos ya adquiridos)

2.4.5.3. Transformacionales

Diseñadas para promover un cambio en la manera de sentir, pensar y comportarse (Pretender estimular la aparición de comportamientos funcionales positivos y mejorar las relaciones inter e intrapersonales)

2.4.5.4. Re direccionales

Diseñadas para promover un cambio en la manera de sentir, pensar, comportarse y resistirse (A partir de intentar disminuir el comportamiento disfuncional, generar mayor conciencia respecto de los mecanismos defensivos inconscientes, etc.)

2.5. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS CLAVES

2.5.1. Capacitación

De acuerdo al artículo científico la Capacitación Efectiva, como detonante de éxito (2014) la capacitación es un conjunto de actividades

didácticas orientadas a suplir las necesidades de la empresa y que se orientan hacia una ampliación de los conocimientos, habilidades y aptitudes de los empleados la cual les permitirá desarrollar sus actividades de manera eficiente. La capacitación es aprendizaje y el aprendizaje es cambio de conducta, por lo tanto, los cambios que se produzcan en los trabajadores deben ser producto de necesidades previamente diagnosticadas y reforzadas en la línea de trabajo.

2.5.2. Coach

De acuerdo al artículo científico *Desarrollan el Potencial Humano* (2009) un coach es una persona que nunca deja de aprender, ya que exhorta y estimula a las personas con las que trabaja a hacer lo mismo. Un coach no es alguien que dice qué hacer o cómo hacer las cosas; es la gran diferencia entre el coaching y la consultoría. Uno de los principios del coaching es desarrollar el potencial de la gente, pues las personas tienen mucho más potencial que desempeño. Es decir, el desempeño de las personas es más pobre que su potencial, y es ahí donde el coach puede hacer grandes aportaciones para que las personas logren pulir y desarrollar su potencial.

2.5.3. Capital humano

Según García Zambrano, L., García Merino, J. D. & Rodríguez Castellanos, A. (2012) el capital humano está formado por los conocimientos y habilidades individuales de los miembros de la organización que permiten incrementar su productividad y su contribución a la generación de valor en la empresa.

De acuerdo al artículo científico *Capital Humano Elemento Diferenciador* (2009) el rol del Capital Humano en la creación de valor agregado en procesos de una empresa es esencial. Se dice que la experiencia es el factor, y dentro de la experiencia el diferenciador más importante es el Capital Humano. Las empresas deben reaccionar y

asegurar la culturización de la organización alrededor del valor de la persona. El Capital Humano es el activo más importante que puede tener una empresa, que al final del día es gente sirviendo gente.

2.5.4. Edad humana

Según Joerres J. (2012) actualmente el mundo se encuentra en un momento de cambio para entrar a una nueva realidad en la que el potencial humano mismo será el principal agente de crecimiento económico. Las compañías que puedan actuar ahora para aprovechar esto, y los individuos que verdaderamente pueden involucrarse para participar en Human Age, serán quienes salgan adelante. Los empleadores necesitan contar con los modelos de fuerza laboral y prácticas adecuadas de recursos humanos para atraer, retener y liberar este potencial humano interior de la gente para alcanzar el éxito. Estos centros de poder emergentes necesitan individuos más calificados, entrenados bajo los estándares de comportamiento y de forma de operar que existen actualmente.

Lo que hoy requieren las empresas para lograr competir en el mercado es el talentismo por parte de sus colaboradores, empleados dictando condiciones, movilidad frecuente, agilidad organizacional y pasión por su trabajo.

2.5.5. Fuerza Laboral

De acuerdo al artículo científico La Fuerza Laboral y su incidencia en el territorio nacional (2011), varios aspectos deben ser tomados en consideración al analizar las cuestiones relacionadas con la fuerza laboral (cantidad de recurso humano que tiene una empresa de cualquier tipo para

cumplir sus objetivos y metas). En este sentido, reconoció la importancia que se le atribuye en las últimas décadas, en función de lograr una mayor productividad y desarrollo al interior de las organizaciones, fundamentalmente a partir de la capacitación.

De acuerdo al artículo científico Jóvenes de la Generación Z (2015), detalló que del total de la PEA que se estima para el año 2030, es decir, 20 millones de personas, la mayor fuerza laboral serán los millennials, es decir, unos 7 millones de jóvenes menores de 30 años. Asimismo, en el artículo se menciona que la mayoría están más preparados que las generaciones anteriores ya que cuentan con conocimientos de idiomas y no sólo de inglés sino incluso de un tercer idioma ya que tienen un pensamiento global.

III. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. DISEÑO Y TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de estudio según el nivel de investigación será exploratorio y descriptivo; con enfoque de investigación mixto, cuantitativo y cualitativo. Cuantitativa, ya que busca identificar la demanda de mercado que tendrían

las capacitaciones vivenciales, y cualitativa ya que determinará las características que requieren las capacitaciones vivenciales en las empresas de la ciudad de Chiclayo y Piura.

De otro lado para la presente investigación la secuencia de tiempo es de corte transversal ya que el estudio se realizará en un tiempo determinado.

3.2. POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO

Población: Las medianas y grandes empresas de las ciudades de Chiclayo y Piura.

- Chiclayo
 - ✓ Medianas empresas: 56 empresas, según Ministerio de Producción (2012).
 - ✓ Grandes empresas: 115 empresas, según Ministerio de Producción (2012).
- Piura
 - ✓ Medianas empresas: 53 empresas, según Ministerio de Producción (2012).
 - ✓ Grandes empresas: 152 empresas, según Ministerio de Producción (2012).
 - ✓ **Total de empresas:** 376 empresas

Muestra: Para la presente investigación se utilizará el método del punto de saturación por consiguiente el número de empresas o instituciones a entrevistar se realizará a criterio de los autores, y para no inferir en la población se escogerá al azar, pero delimitándose por sectores económicos los cuales son educación superior, industrial, financiero y negocio retail basándose en venta de materiales de construcción en los que se logrará la diversidad máxima y heterogeneidad del universo total de empresas.

3.3. MÉTODOS

Se utilizará entrevistas mediante el método del punto de saturación. La entrevista es una técnica de recolección de datos utilizada para recabar información en forma verbal, a través de preguntas que propone el analista. Quienes respondan pueden ser gerentes o representantes de nuestra población de estudio, los cuales proporcionarán datos acerca de las necesidades sobre capacitaciones vivenciales.

Utilizaremos entrevistas semi estructuradas o libres y el formato de respuesta de los entrevistados será abierto tanto para la analizar la demanda como la oferta de la presente investigación, es decir, sin un orden preestablecido, adquiriendo características de conversación. Serán valiosas las opiniones, percepciones, comentarios, ideas o sugerencia en relación a como se ejecutará el proyecto.

Asimismo se diseñará un cuestionario que permitirá tener una encuesta que contenga una serie de preguntas o ítems respecto a una o más variables de estudio. Estas pueden ser preguntas cerradas y abiertas. Las preguntas cerradas contienen categorías fijas de respuesta que han sido delimitadas, las respuestas incluyen dos posibilidades (dicotómicas) o incluir varias alternativas. Y las preguntas abiertas no delimitan de antemano las alternativas de respuesta, y las utilizaremos cuando no se tenga información sobre las posibles respuestas.

Al finalizar, en base a los resultados que se obtengan se determinará si las capacitaciones vivenciales tendrán o no una demanda potencial y con ello analizar si será viable o no el negocio.

3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla N° 02

Operacionalización de variables.

VARIABLE	DIMENSIONES	CONCEPTO	INDICADORES	SUB INDICADORES
Demanda	Necesidades, preferencias y expectativas	Se necesita conocer de las necesidades de la empresa referente a la capacitación de su personal, saber si se desarrolla capacitaciones y cuáles sus preferencias, si se ha tenido una experiencia similar a capacitaciones vivenciales anteriormente, y cuáles serían sus expectativas.	Empresa	Rendimiento de trabajadores Experiencia de trabajo con un coach Resolución de situaciones problemáticas Tipo de capacitación que utiliza
			Capacitaciones vivenciales	Temas a desarrollar Manejo del tema Nivel de expectativa de las C.V. Horario de trabajo Lugar de trabajo
	Demanda potencial de capacitaciones vivenciales	Se necesita conocer aspectos generales sobre la demanda para el servicio en empresas de Chiclayo y Piura referente a capacitaciones vivenciales.	Factores demográficos	Número de trabajadores Tamaño de la empresa
			Competencia	Precios Procesos
	Perfil de los clientes	Se busca identificar las características de los clientes con el fin de obtener una información que ayude a facilitar aspectos relevantes de del cliente como de la empresa en general.	Trabajadores nivel operativo y táctico	Edades Trabajo en equipo
			Experiencia de uso del producto	Hábitos Costumbres
	Paquete de productos	Se necesita conocer que productos o servicios se pueden brindar a estas empresas mediante las capacitaciones vivenciales pero dependiendo el tipo de dificultad que se haya encontrado en la empresa	Percepción de los gerentes o representantes de los paquetes de productos ofrecidos.	Guía de observación
	Oferta	Competencia	Se requiere conocer a la competencia para poder identificar cual sería la ventaja competitiva que ofrecería la futura empresa con respecto al mercado existente	Experiencia de las empresas

Fuente: Elaboración propia

3.5. RECOLECCIÓN DE DATOS

Para el desarrollo de la investigación se hará uso de fuentes secundarias: libros, artículos científicos, páginas web entre otros y como fuentes primarias se realizarán entrevistas y encuestas a los gerentes o gerencia de recursos humanos de las empresas. La recolección de datos se realizará en las ciudades de Chiclayo y Piura y se delimitará por sectores económicos entre los cuales están educación superior, industrial, financiero y construcción.

3.6. PROCESAMIENTO DE DATOS

Los datos que se obtengan de las entrevistas a profundidad y de las encuestas a los gerentes de las medianas y grandes empresas servirán para describir los atributos que requiere el servicio y determinar la demanda y oferta del negocio. Luego de recoger la información brindada por las entrevistas a profundidad y de las encuestas se formará un solo cuadro de la situación, dependiendo del sector que se ha recogido la información, para ello se requiere del programa Microsoft Excel, el cual facilitará el orden de la información y la minimización del error humano, cada pregunta de la encuesta tendrá su resultado. (Ver anexo N°05)

Tabla N° 03

Medianas y grandes empresas de Chiclayo.

SECTORES DE INVESTIGACIÓN MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS DE CHICLAYO			
FINANCIERO	EDUCACIÓN SUPERIOR	INDUSTRIAL	RETAIL (CONSTRUCCIÓN)
Caja Piura.	Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo	Induamérica PERUPAST	SODIMAC PROMART
Caja Sipán SA	Universidad San Martin de Porres	Molinera Tropical del Norte S.R.L.	Maestro Home Center
Caja Trujillo	Universidad Señor de Sipan	Moligrain S.A.C.	
Interbank	Universidad Cesar Vallejo	Molinos El Pirata	
Scotiabank	Universidad Alas Peruanas	Fertilizantes Santa Ana.	
BBVA Banco Continental	Universidad Tecnologica del Peru	Molino Agroindustrias San Francisco	
BCP	Universidad Angeles de Chimbote (ULADECH)	King Kong San Roque	
Banco de la Nación	Instituto Superior República Federal de Alemania	King Kong Lambayecano	
	Instituto de Formación Bancaria	Backus	
	Senati	Fertilizantes Santa Ana S.A.C	
		Altomayo PERU S.A.C.	

Fuente: Ministerio de Producción.

Tabla N° 04

Medianas y grandes empresas de Piura.

SECTORES DE INVESTIGACION MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS DE PIURA			
FINANCIERO	EDUCACIÓN SUPERIOR	INDUSTRIAL	RETAIL (CONSTRUCCIÓN)
Caja Piura.	Universidad de Piura UDEP	Molinos & Cía Fertilizantes	PROMART
Caja Sipán SA	Universidad Cesar Vallejo	Molino Monte Lima S.A.C	SODIMAC
Caja Trujillo	Universidad San Pedro	Molinos Asociados del Norte S.A.C	Maestro Home Center
Interbank	Instituto Superior Tecnológico Privado Pacífico Norte de Piura	Molino San Lorenzo	
Scotiabank	IPAE Escuela de Empresarios	Fertisa Peru S.A.	
BBVA Banco Continental	Senati	Alicorp	
BCP	Universidad Alas Peruanas	Camposol S.A.	
Banco de la Nación	Universidad Angeles de Chimbote (ULADECH)		

Fuente: Ministerio de Producción.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

4.1.1. Análisis de la demanda

4.1.1.1. Ciudad de Chiclayo

De acuerdo al análisis obtenido mediante encuestas realizadas a los jefes de RR.HH, Gerentes Generales o representantes de empresas en el estudio de los 4 sectores económicos enfocados en la presente investigación en la ciudad de Chiclayo, se ha podido determinar lo siguiente:

De la población total se ha delimitado aleatoriamente a 18 empresas para ser entrevistadas y encuestadas, dividiéndose en 5 del sector educación superior, 5 del financiero, 5 del industrial y 3 del retail construcción, ya que al recolectar la información, el punto de saturación permitió limitarlas hasta este número debido a la reincidencia de información que fue brindada por cada sector.

Para determinar el cargo en la empresa, el 80% de los encuestados afirman que son Gerentes de Recursos Humanos, mientras que un 20% representante de las empresas.

Al determinar el tamaño de las empresas y edades de los trabajadores se observó lo siguiente:

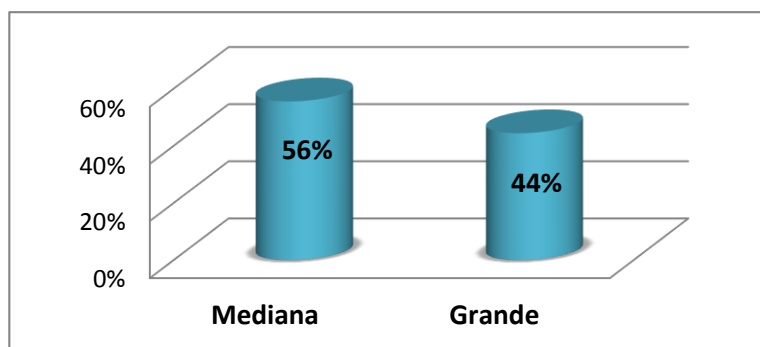


Gráfico 4.1. Tamaño de las empresas de Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

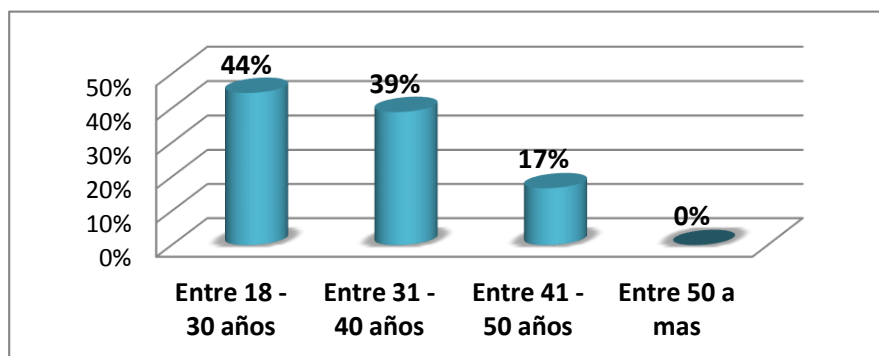


Gráfico 4.2. Edades de los trabajadores en las empresas de Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

La información obtenida para la investigación proviene por empresas de la ciudad de Chiclayo siendo un 56% mediana y un 44% grande respecto al tamaño de estas. Con respecto a las edades que oscilan los trabajadores, la mayoría se encuentran entre 18 a 30 años, siendo este dato el 44% de los resultados obtenidos, quedando como segundo intervalo de edad entre 31 a 40 años con un 39%, es decir la mayoría de estas empresas buscan tener trabajadores jóvenes creativos, con gran emprendimiento para lograr los objetivos de la empresa.

Al identificar las dificultades en las empresas de Chiclayo y acciones para corregir el tema se demostró:

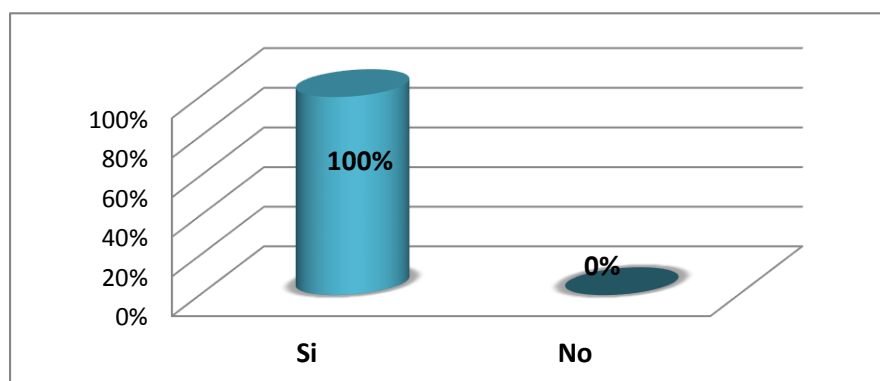


Gráfico 4.3. Dificultades en las empresas de Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

Se ha demostrado en las empresas de Chiclayo que el 100% tiene dificultades especialmente en lo que respecta al trabajo en equipo debido a la incompatibilidad de caracteres y comportamientos de los trabajadores, generando de esta manera que la productividad no sea la más óptima, siendo este un segundo aspecto a mejorar ya que es otro tema que las empresas presentan como inconveniente.

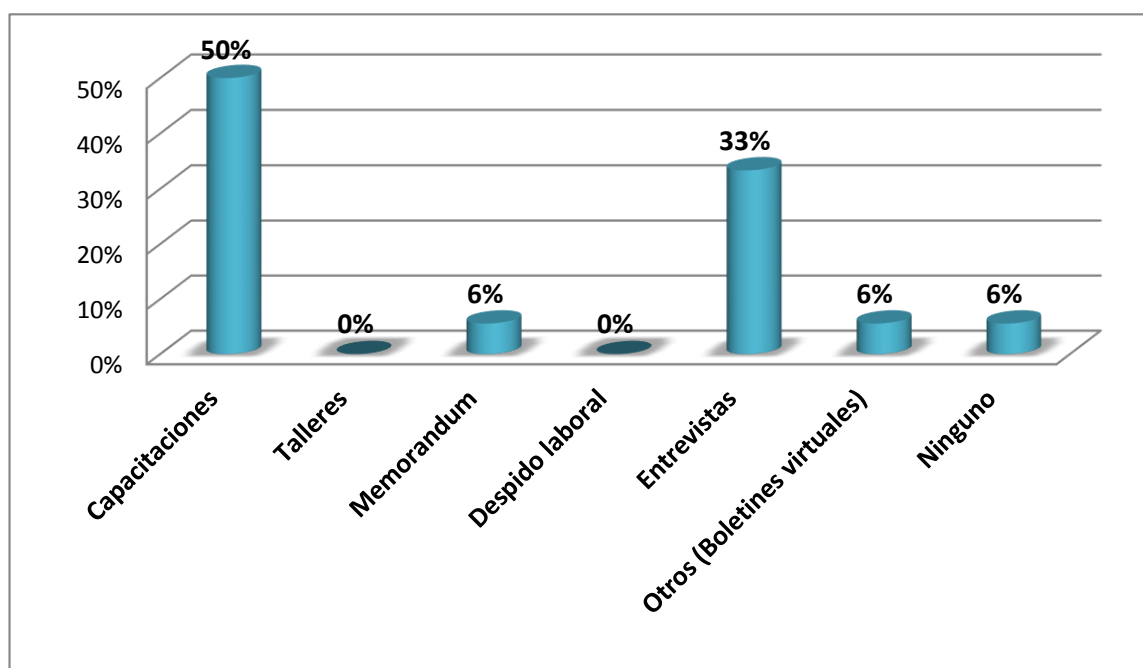


Gráfico 4.4. Acciones para corregir el tema en las empresas de Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

Las empresas de Chiclayo han demostrado que de todas las encuestadas el 100% afirma que tienen dificultades con sus trabajadores y que como acciones para corregir el tema un 50% lo resuelve mediante capacitaciones tradicionales, mientras que un 33% realiza entrevistas cara a cara para resolver estas dificultades.

Al determinar si las empresas realizan capacitaciones y la última vez que invitó a un especialista a la empresa se identificó lo siguiente:

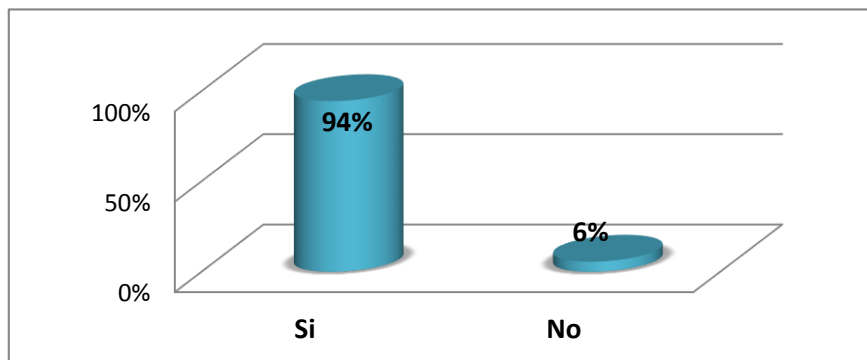


Gráfico 4.5. Las empresas de Chiclayo realizan capacitaciones

Fuente: Elaboración propia

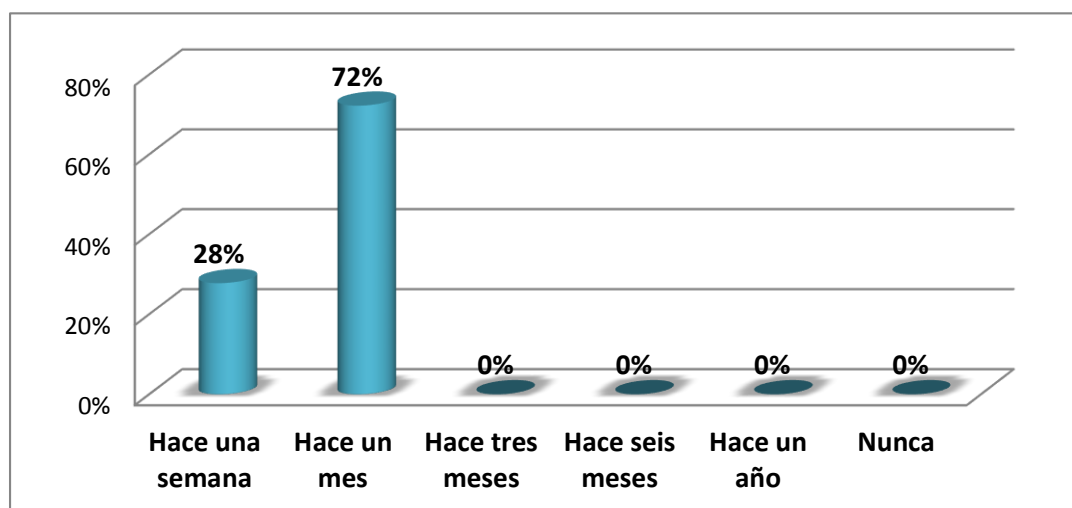


Gráfico 4.6. Última vez que invitó a un especialista a la empresa

Fuente: Elaboración propia

Las medianas y grandes empresas de Chiclayo realizan capacitaciones a sus trabajadores, siendo demostrado con un 94% del total de las encuestas realizadas, además el 72% de estas empresas, la última vez que han invitado a un especialista a brindar capacitaciones tradicionales ha sido hace un mes, mientras que un 28% hace una semana.

Al determinar el tipo de capacitación que utilizan las empresas con sus trabajadores se demostró:

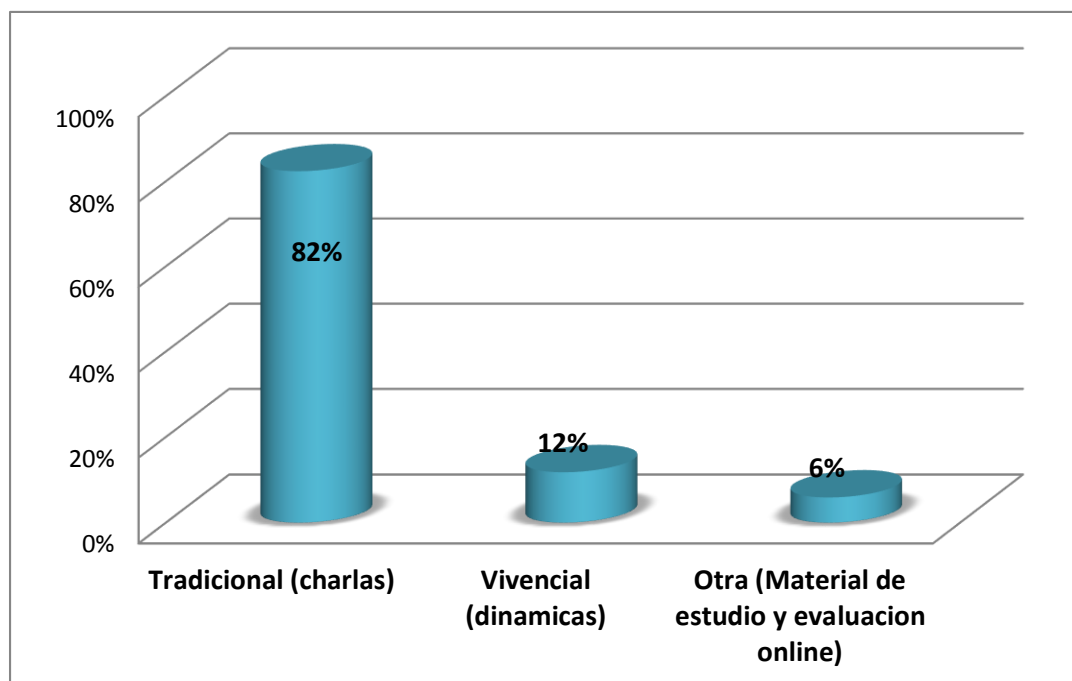


Gráfico 4.7. Tipo de capacitación que utilizan las empresas de Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

En relación al tipo de capacitaciones que realizan las empresas de Chiclayo el 82% han mencionado que lo realizan de manera tradicional, mientras que el 12% de manera vivencial. De acuerdo a estos porcentajes se puede determinar la escasez existente de capacitaciones vivenciales en las empresas Chiclayanas, siendo un indicador de la falta de empresas que las brinde y haga conocido este tipo de capacitación.

Al describir la manera de como capacita las empresas de Chiclayo a sus trabajadores se observó:

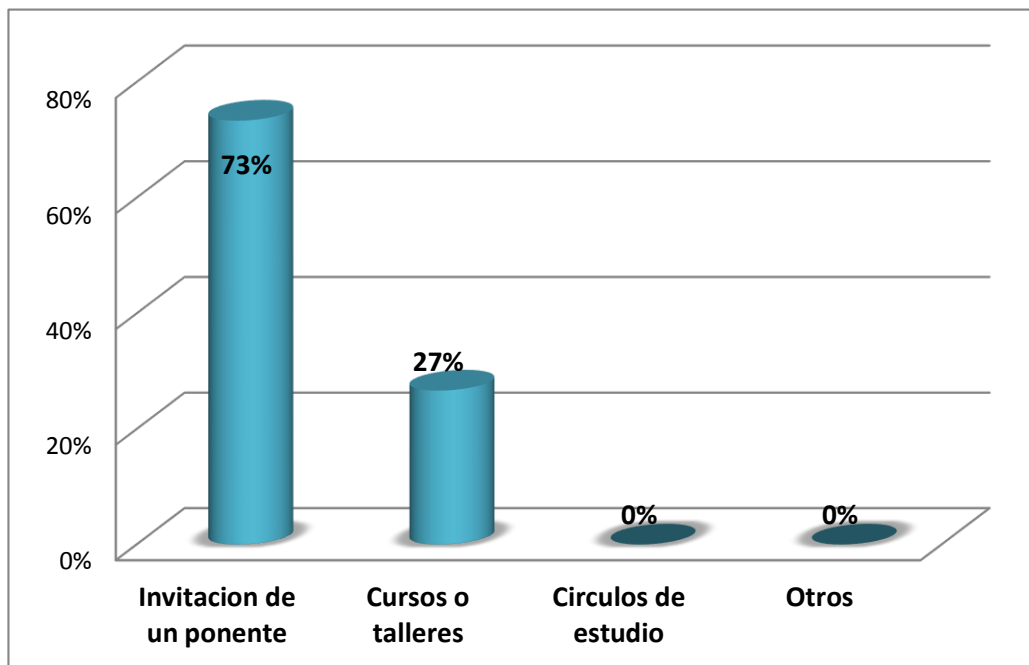


Gráfico 4.8. Método de capacitación por las empresas de Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los gerentes capacitan a sus trabajadores mediante la invitación de un ponente con un 73% frente al 27 % que lo realiza mediante cursos y talleres. En el caso de las capacitaciones vivenciales lo que se hace es trabajar con un coach que será quien indique todas las dinámicas a realizar y explicar las enseñanzas por cada tema, por lo que será similar a un ponente pero con una metodología muy distinta y más efectiva.

Al conocer el grado de satisfacción de las capacitaciones que se brindan en las empresas de Chiclayo los resultados fueron:

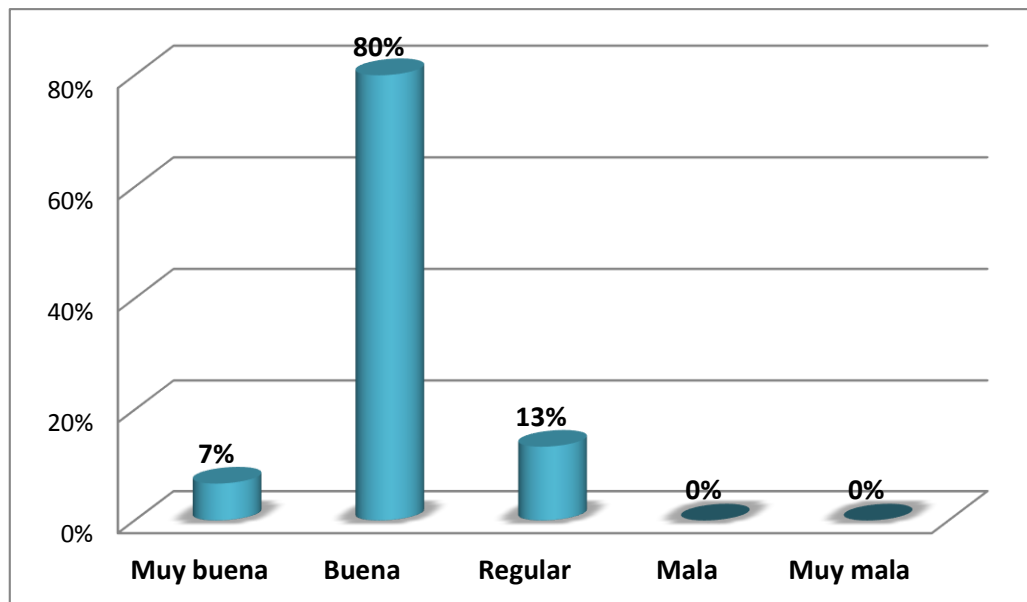


Gráfico 4.9. Grado de satisfacción en las capacitaciones realizadas en las empresas de Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

El grado de satisfacción con las capacitaciones realizadas en las empresas chiclayanas es bueno para la mayor parte de ellas con un 80% en el estudio. Por lo que la expectativa por este tipo de capacitaciones vivenciales en el mercado Chiclayano es favorable considerando que esta metodología generaría igual o mejores resultados, porque no solo se basa en la teoría sino en la experiencia.

Al identificar lo que esperan las empresas de Chiclayo de una capacitación se demostró que:

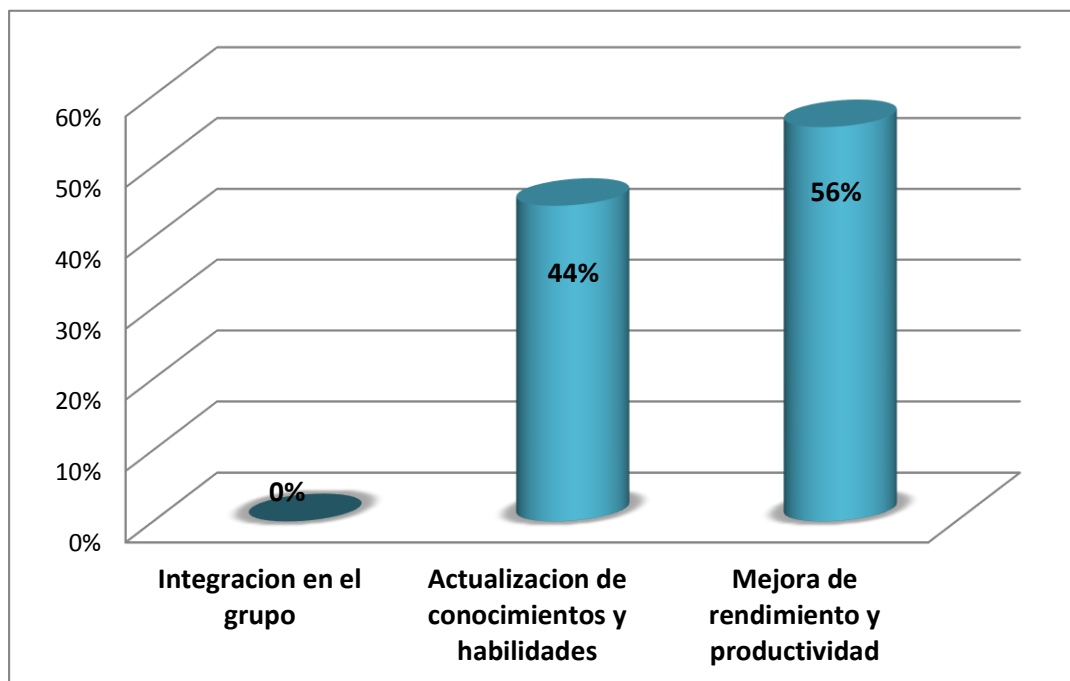


Gráfico 4.10. Que esperan de una capacitación las empresas de Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

La mayor parte de empresas chiclayanas con un 56% esperan de una capacitación la mejora del rendimiento y productividad, mientras que con un 44% se espera la actualización de conocimientos y habilidades. Estos porcentajes obtenidos en el presente estudio serán indicio para que todas las dinámicas y actividades sean enfocadas en el logro de estos resultados que buscan las empresas chiclayanas de los diferentes sectores.

Al determinar qué tema a tratar en una capacitación, que se da o podrían darse en las empresas de Chiclayo son los más importantes, los resultados fueron:

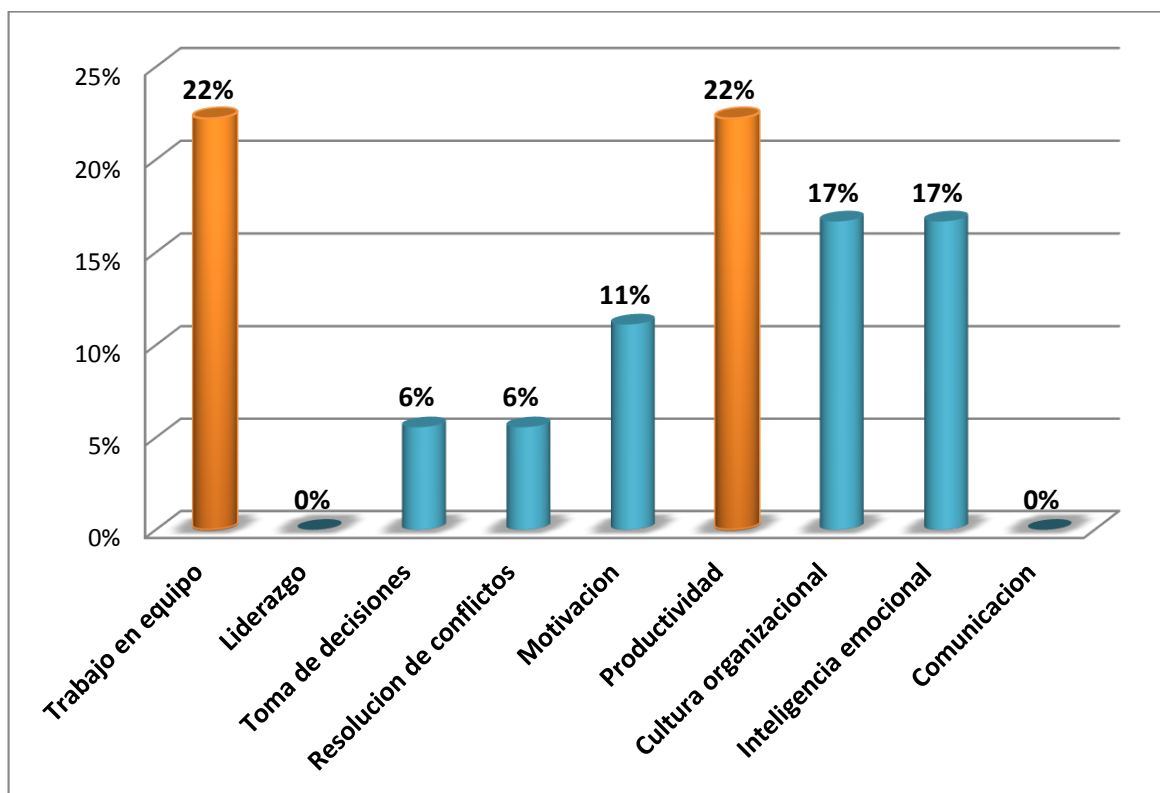


Gráfico 4.11. Temas que las empresas de Chiclayo consideran como los más importantes a darse en una capacitación

Fuente: Elaboración propia

Respecto a los temas a tratar en las capacitaciones, las empresas de Chiclayo consideran como más importantes al trabajo en equipo y productividad, así como cultura organizacional e inteligencia emocional. Con porcentajes de 22% los dos primeros y de 17% los que siguen, sirviendo de esta manera un indicador para que se pueda elaborar y organizar paquetes de capacitaciones vivenciales en base a los temas que tienen mayor acogida por estas empresas.

4.1.1.2. Ciudad de Piura

De acuerdo al análisis obtenido mediante encuestas realizadas a los jefes de RR.HH, Gerentes Generales o representantes de empresas en el estudio de los 4 sectores económicos enfocados en la presente investigación en la ciudad de Piura, se ha podido determinar lo siguiente:

De la población total se ha delimitado aleatoriamente a 18 empresas para ser entrevistadas y encuestadas, dividiéndose en 5 del sector educación superior, 5 del financiero, 5 del industrial y 3 del retail construcción, ya que al recolectar la información, el punto de saturación permitió limitarlas hasta este número debido a la reincidencia de información que fue brindada por cada sector.

Para determinar el cargo en la empresa, el 90% de los encuestados afirman que son Gerentes de Recursos Humanos, mientras que un 10% representante de las empresas.

Al determinar el tamaño de las empresas y edades de los trabajadores se observó lo siguiente:

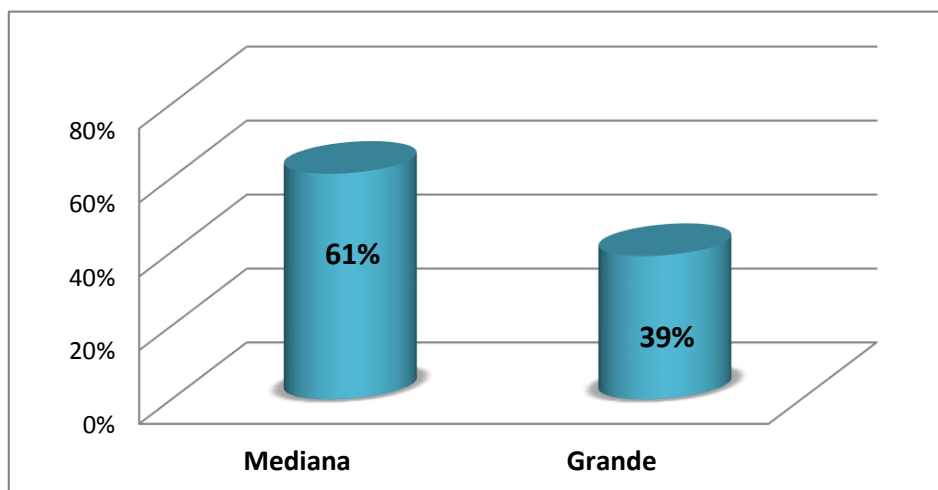


Gráfico 4.12. Tamaño de las empresas de Piura

Fuente: Elaboración propia

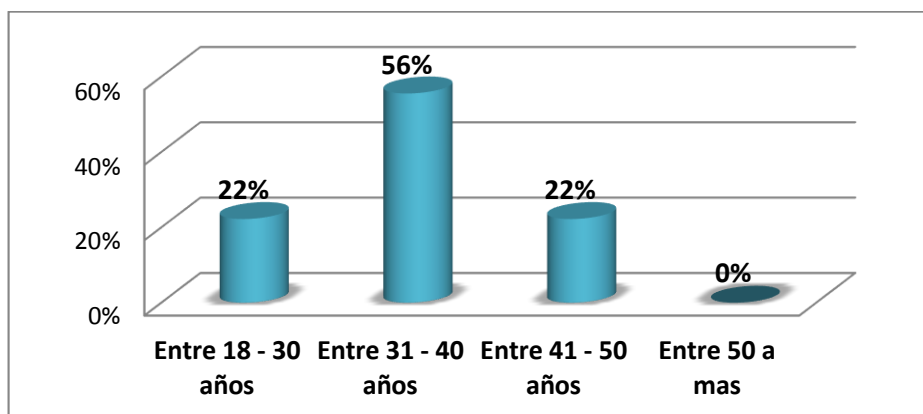


Gráfico 4.13. Edades de los trabajadores en las empresas de Piura

Fuente: Elaboración propia

La información obtenida para la investigación proviene por empresas de la ciudad de Piura siendo un 61% mediana y un 39% grande respecto al tamaño de estas. Con respecto a las edades que oscilan los trabajadores, la mayoría se encuentran entre 31 a 40 años, siendo este dato el 56% de los resultados obtenidos, quedando como segundo intervalo de edad entre 18 a 30 años y entre 41 a 50 años con un 22% cada uno de estos, es decir la mayoría de estas empresas buscan tener trabajadores no tan adultos, con gran empeño para lograr los objetivos de la empresa.

Al identificar las dificultades en las empresas de Piura y acciones para corregir el tema se demostró:

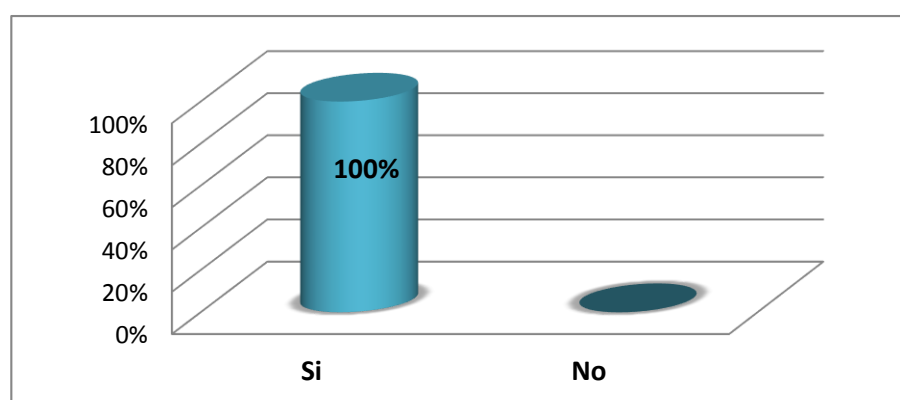


Gráfico 4.14. Dificultades en las empresas de Piura

Fuente: Elaboración propia

Las medianas y grandes empresas de Piura entrevistadas presentan dificultades en su 100% debido al deficiente trabajo en equipo que tienen, en comparación con la ciudad de Chiclayo el porcentaje de dicho tema es mayor. A pesar que en las empresas de Piura el personal está más capacitado no hay la debida integración ni ayuda mutua que se requiere, repercutiendo en la baja productividad de su empresa, siendo este tema otro punto a subsanar.

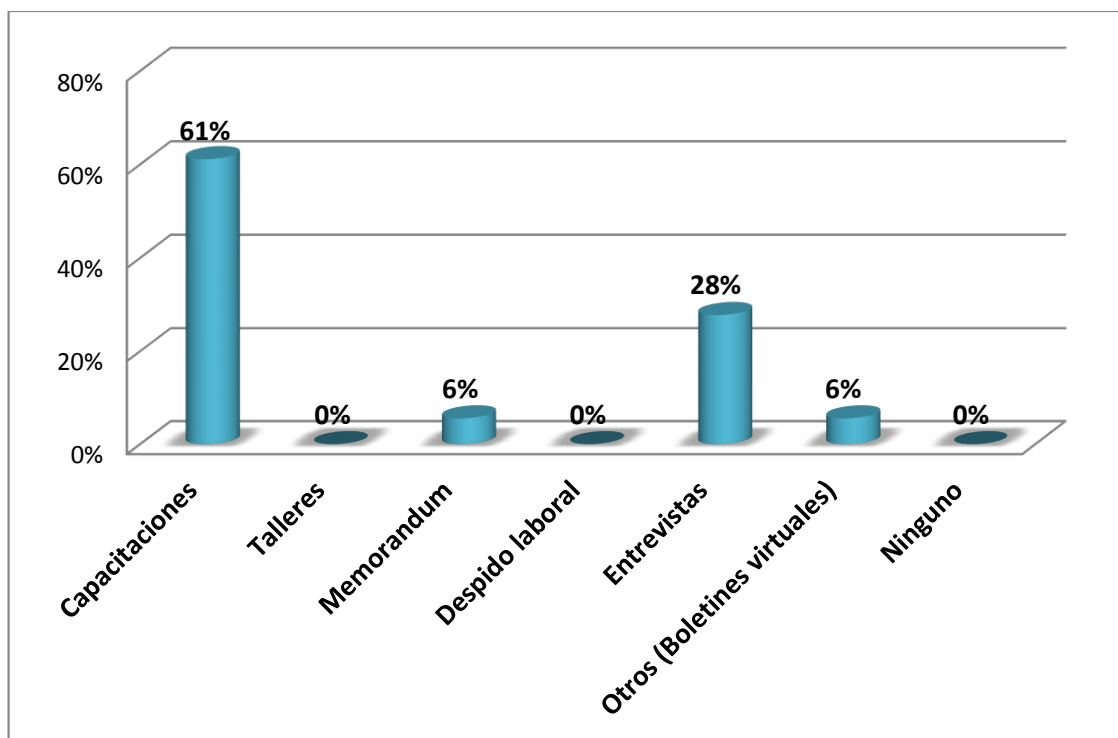


Gráfico 4.15. Acciones para corregir el tema en las empresas de Piura

Fuente: Elaboración propia

Las empresas de Piura han demostrado que de todas las encuestadas el 100% afirma que tienen dificultades con sus trabajadores y que como acciones para corregir el tema un 61% lo resuelve mediante capacitaciones tradicionales, mientras que un 28% realiza entrevistas cara a cara para resolver estas dificultades.

Al determinar si las empresas realizan capacitaciones y la última vez que invitó a un especialista a la empresa se identificó lo siguiente:

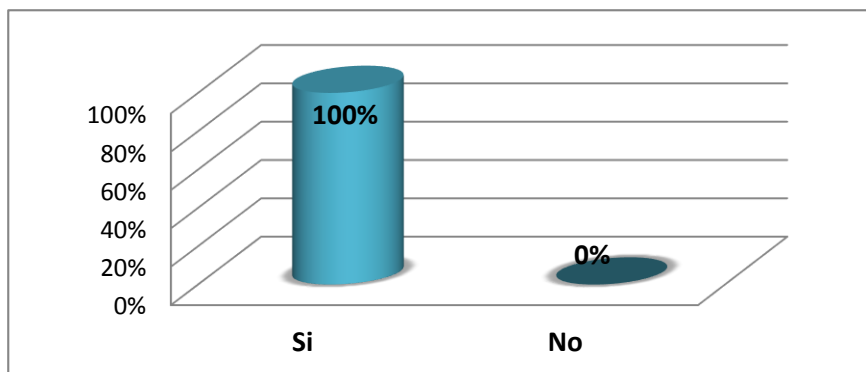


Gráfico 4.16. Las empresas de Piura realizan capacitaciones

Fuente: Elaboración propia

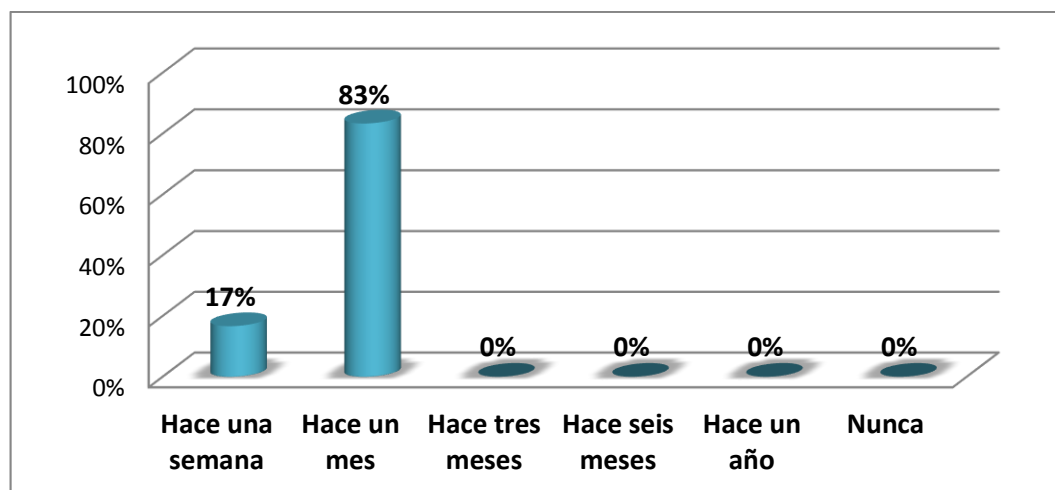


Gráfico 4.17. Última vez que invitaron a un especialista a la empresa

Fuente: Elaboración propia

Las medianas y grandes empresas de Piura realizan capacitaciones a sus trabajadores, siendo demostrado con un 100% del total de las encuestas realizadas, además el 83% de estas empresas, la última vez que han invitado a un especialista a brindar capacitaciones ha sido hace un mes, mientras que un 17% hace una semana.

Al determinar el tipo de capacitación que utilizan las empresas con sus trabajadores se demostró:

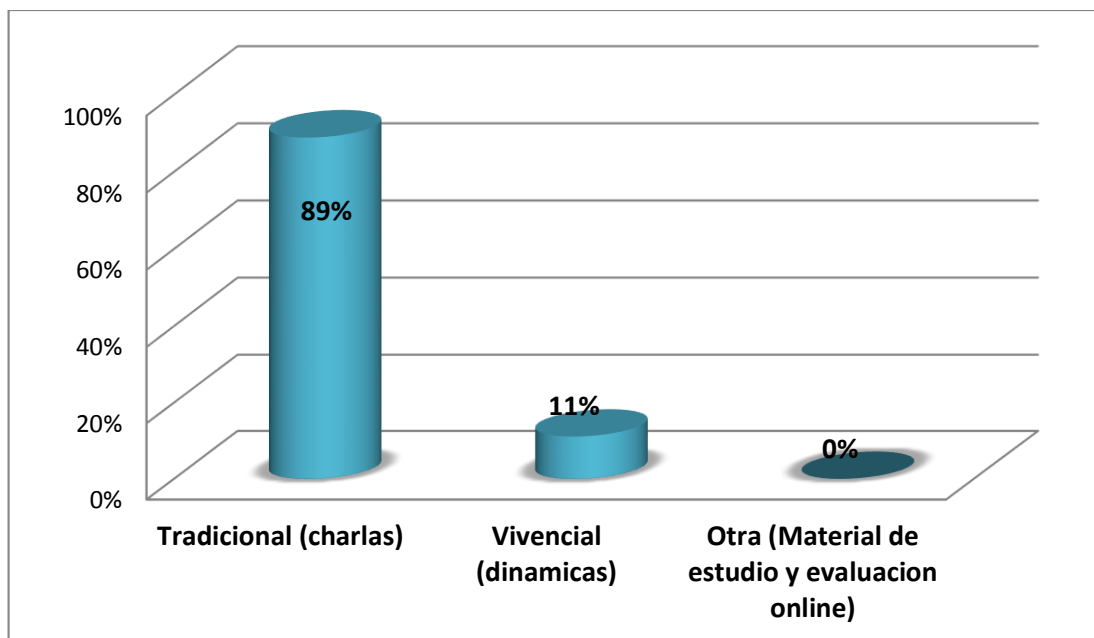


Gráfico 4.18. Tipo de capacitación que realizan las empresas de Piura

Fuente: Elaboración propia

En relación al tipo de capacitaciones que realizan las empresas de Piura el 89% han mencionado que lo realizan de manera tradicional, mientras que el 11% de manera vivencial. De acuerdo a estos porcentajes se puede determinar que no existen muchas empresas que realicen capacitaciones vivenciales en la ciudad de Piura, siendo un indicador la falta de empresas que las brinde y haga conocido este tipo de capacitación.

Al describir la manera de como capacita las empresas de Piura a sus trabajadores se observó:

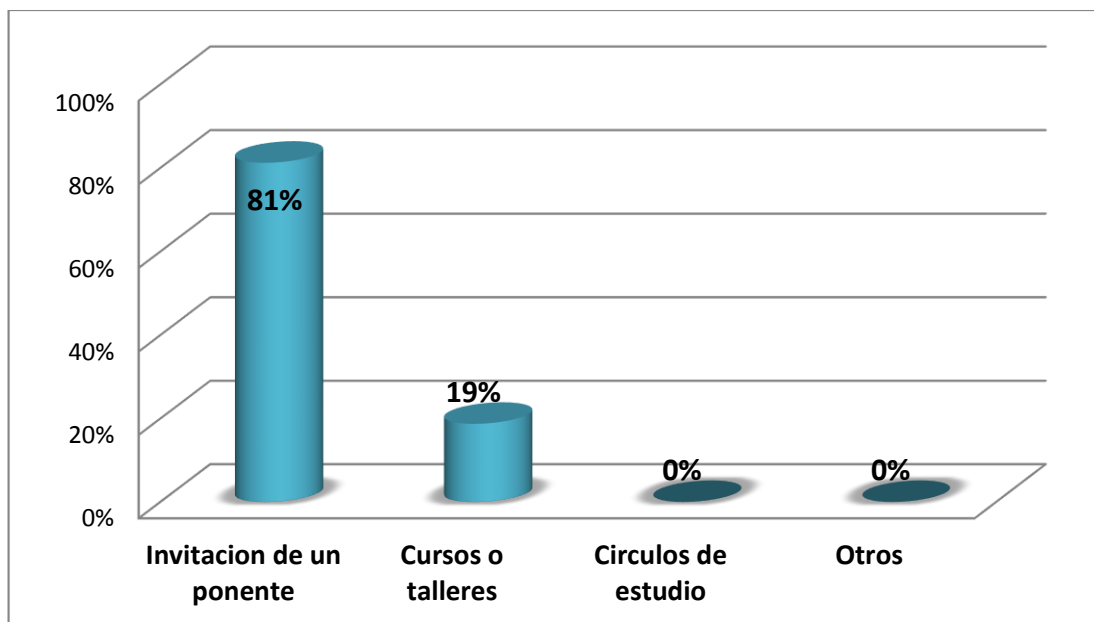


Gráfico 4.19. Método de capacitación de las empresas de Piura

Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los gerentes capacitan a sus trabajadores mediante la invitación de un ponente con un 81% frente al 19 % que lo realiza mediante cursos y talleres. En el caso de las capacitaciones vivenciales lo que se hace es trabajar con un coach que será quien indique todas las dinámicas a realizar, explicar las enseñanzas por cada tema, para finalmente hacer una reflexión de la experiencia vivida en dicha capacitación.

Al conocer el grado de satisfacción de las capacitaciones que se brindan en las empresas de Piura los resultados fueron:

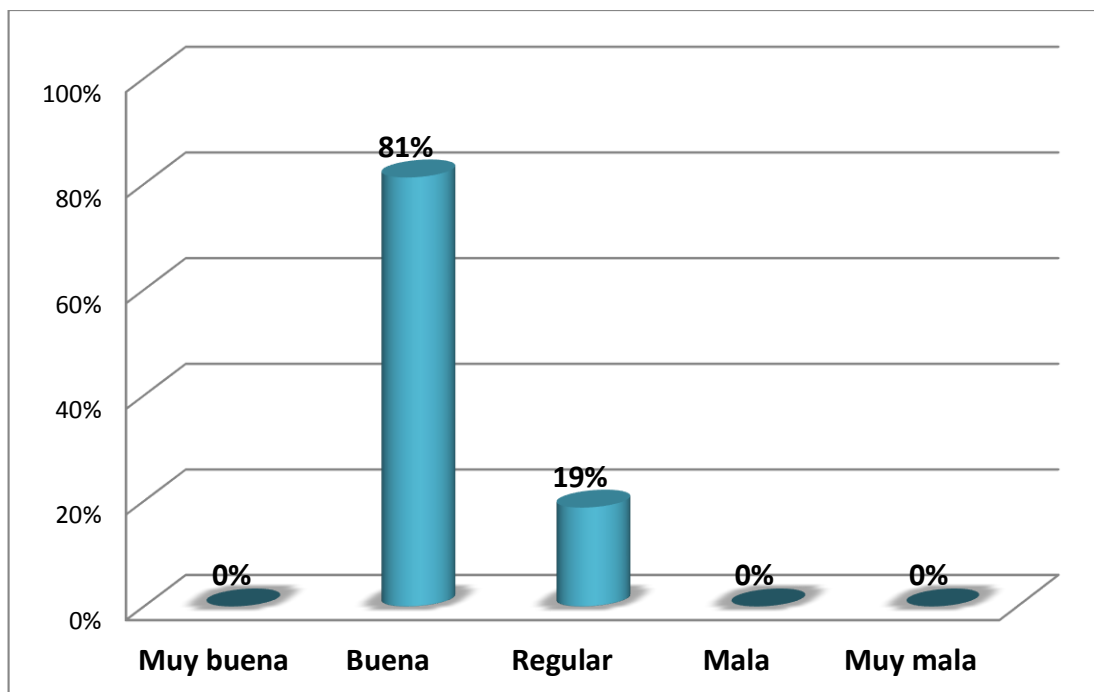


Gráfico 4.20. Grado de satisfacción de las capacitaciones realizadas en las empresas de Piura

Fuente: Elaboración propia

El grado de satisfacción con las capacitaciones realizadas en las empresas piuranas es bueno para la mayor parte de ellas con un 81% en el estudio. Por lo que la expectativa por este tipo de capacitaciones vivenciales en el mercado Piurano es favorable considerando que esta metodología innovadora construye el conocimiento y los trabajadores aprenden en base a la experiencia vivida.

Al identificar lo que esperan las empresas de Piura de una capacitación se demostró que:

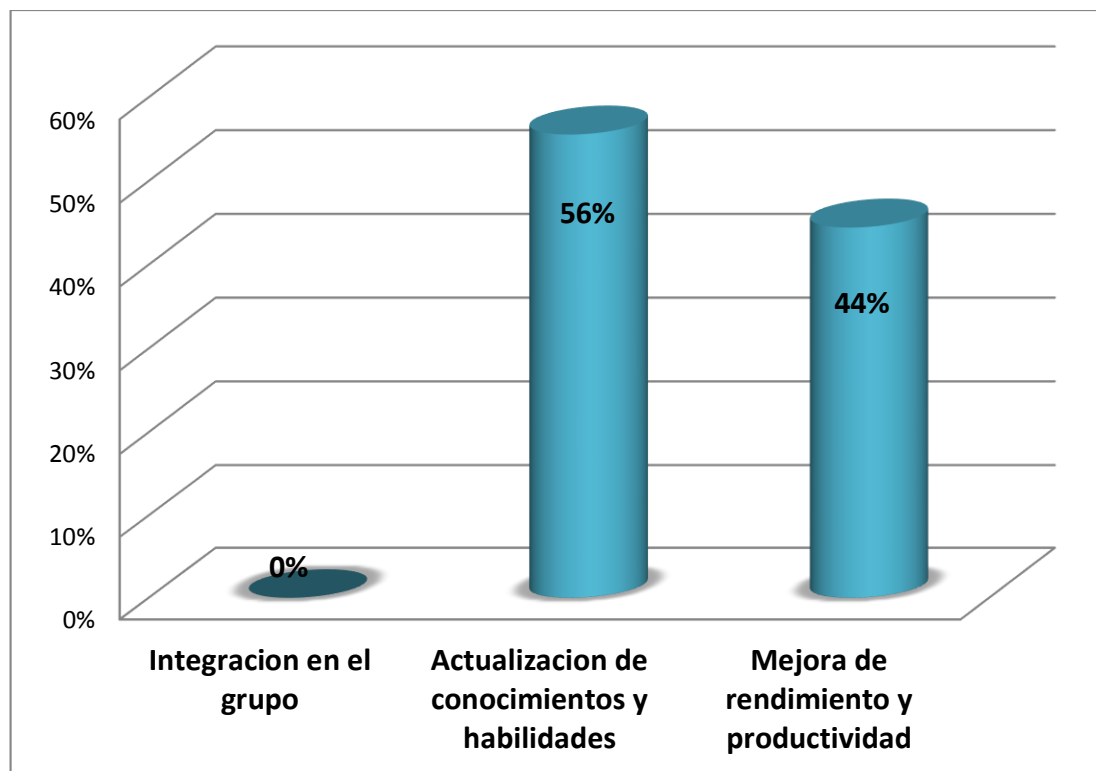


Gráfico 4.21. Que esperan de una capacitación las empresas de Piura

Fuente: Elaboración propia

La mayor parte de empresas piuranas con un 56% esperan de una capacitación la actualización de conocimientos y habilidades, mientras que con un 44% se espera la mejora de rendimiento y productividad. Estos porcentajes obtenidos en el presente estudio serán indicio para que todas las dinámicas y actividades sean enfocadas en el logro de estos resultados que buscan las empresas de los diferentes sectores, siendo la formación académica la más importante por parte de las empresas de Piura.

Al determinar qué tema a tratar en una capacitación, que se da o podrían darse en las empresas de Chiclayo son los más importantes, los resultados fueron:

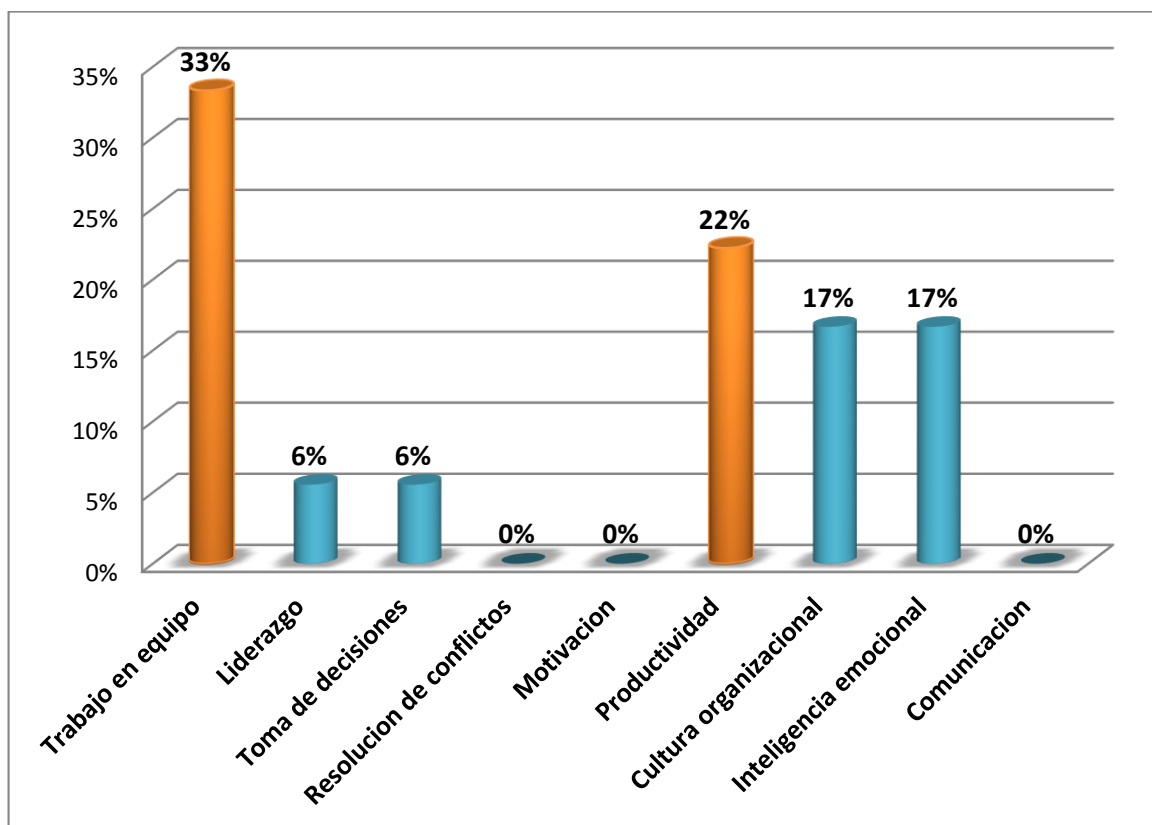


Gráfico 4.22. Temas que las empresas de Piura consideran como los más importantes a darse en una capacitación

Fuente: Elaboración propia

Respecto a los temas a tratar en las capacitaciones, las empresas de Piura consideran como más importantes al trabajo en equipo y productividad, así como cultura organizacional e inteligencia emocional. Con porcentajes de 33% y 22% los dos primeros y de 17% los que siguen, sirviendo de esta manera como un indicador para que se pueda elaborar y organizar paquetes de capacitaciones vivenciales en base a los temas que tienen mayor acogida por estas empresas.

4.1.2. Análisis de la oferta

De acuerdo a la información obtenida con la entrevista realizada a un representante de la empresa Ítaca, competencia en el mercado de Chiclayo y Piura, los resultados han sido los siguientes:

Para la empresa Ítaca su misión es proporcionar a los jóvenes estudiantes, ejecutivos y empresas del Perú un servicio de formación complementario a los estudios tradicionales. Se basan en la enseñanza teórica-práctica, plasmados en un programa de formación específico, de las principales competencias exigidas en el mundo laboral.

En cuanto a su personal de trabajo son profesionales y coaching, es decir, personas dedicadas a la formación, desarrollo personal y profesional tanto de jóvenes como trabajadores de empresas, teniendo como 3 coaching principales a Brian Savitzky Olaya, Sergio Tenorio Pando y Evelyn Calle Ore, los cuales son expertos en temas de liderazgo, motivación y trabajo en equipo.

Además la empresa para llegar al mercado potencial de clientes posee una plataforma virtual que es <http://www.itaca.com.pe/> en la cual el cliente podrá encontrar desde la misión hasta enterarse de los talleres que brinda. En dicha página se puede inscribirse para cualquier taller o pedir alguna información necesaria. También cuenta con un local en la que de manera presencial se puede atender al cliente face to face, cerrar tratos y conversar con ellos, presentando los servicios de la empresa en base a las necesidades de los clientes.

Otro aspecto importante en la entrevista fue analizar cómo es la metodología empleada por Ítaca, la cual se describe de la siguiente manera: la primera fase es de conocimiento en la que todos los integrantes se van conociendo así como conociendo al coach o entrenador que trabajará con ellos, esta persona explica el tema y pasa a la segunda fase, en la que se desarrolla el taller con la participación de todos los integrantes, en dicho taller hay un momento de relajación mediante pequeños coffe-breaks que se realiza y luego

se continua con la exposición asentada en la práctica a cargo del coach, esta fase puede durar desde un día hasta aproximadamente 5 días, esto a criterio de los clientes quienes eligen sus paquetes de productos o los talleres a los cuales quieren asistir. Una vez culminada dicha etapa se hace un repaso de todo lo aprendido para luego obtener un certificado avalado por 2 empresas internacionales y una peruana a nombre de la empresa en la que se hace constar dicha capacitación.

Finalmente se quiso destacar cual es la expectativa que tiene sus clientes con los servicios que brinda Ítaca, demostrando que al ser una empresa nueva en este rubro de capacitación está teniendo una gran acogida en las ciudades de Chiclayo y Piura, teniendo más mercado en Piura pero que recientemente en Chiclayo tiene un acuerdo con la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, siendo uno de sus primeros clientes en dicha ciudad.

4.2. DISCUSIÓN

4.2.1. Ciudad de Chiclayo

La presente discusión está basada en las entrevistas realizadas a Gerentes de Recursos Humanos y a representantes de las empresas de los diversos sectores. El método utilizado para las entrevistas ha sido el punto de saturación en el cual el número de entrevistas queda a criterio de los autores basándose en la coincidencia de respuestas para determinar el límite de estas. Al ser altos directivos de las empresas la dificultad ha sido mayor para la recolección de información debido al corto tiempo libre que estas personas disponen.

Se han realizado 5 entrevistas en el sector educación superior, 5 en financiero, 5 en industrial y 3 en construcción retail en la ciudad de Chiclayo, por lo que se ha determinado lo siguiente:

➤ Sector Educación Superior

En este sector las dificultades en cuanto al rendimiento de los trabajadores está relacionado con la carga administrativa no distribuida convenientemente, lo que genera estrés y el mal desempeño de los mismos, como también quedo demostrado en las encuestas realizadas ya que el 100% de las empresas afirman que sus trabajadores tienen dificultades para desempeñar sus funciones . Esto se explica en la asignación de muchas responsabilidades hacia algunos docentes, por lo que se debería ser equitativo. Este tipo de sector considera que se ha tomado medidas correctivas al respecto para solucionar dichas dificultades, como es el caso de las entrevistas, coincidiendo de esta manera con las encuestas realizadas.

De la misma manera coincide el sector que el personal necesita de capacitaciones para solucionar problemas del día, lo que fue evidenciado en el 80% de las empresas encuestadas que si lo realiza. Respecto al conocimiento sobre capacitaciones vivenciales, coincide este sector en haber escuchado del tema pero no en su totalidad, es decir, tiene la noción

de ello sin haberlo experimentado, quedado demostrado en las encuestas, ya que el 100% realiza capacitaciones tradicionales.

Considera el sector que se deberían desarrollar este tipo de capacitaciones fuera del horario de trabajo porque son actividades que planeado y previa coordinación no afectarían las labores cotidianas, al contrario la enriquecerían. Además de ello la preferencia sobre este tipo de capacitaciones, es que deberían darse dentro de su centro de trabajo aprovechando las áreas verdes u ambientes adecuados para que se pueda realizar. El desenvolvimiento de los trabajadores ante situaciones problemáticas se da con total tranquilidad, en la que se llama a una entrevista personal, se conversa con el docente y se soluciona de la mejor manera. En cuanto al nivel de expectativa que tiene acerca de capacitaciones vivenciales a sus empleados para este sector es alta, considerándolo como innovador y por el hecho de ser aplicativo le da un plus adicional, ya que las empresas buscan de una capacitación con un 80% la actualización de conocimientos y habilidades como es evidenciado en las encuestas realizadas, y los temas a mas tratar vendrían hacer la cultura organizacional y trabajo en equipo.

En relación al número de trabajadores no se conoce fácilmente esta cifra ya que en muchas de las instituciones educativas se trabaja a tiempo parcial y tiempo completo, pero si cuentan con un gran número de docentes. Se obtuvo como resultado que este sector no conoce a ninguna empresa que brinde este tipo de capacitaciones en la ciudad de Chiclayo.

En cuanto a la experiencia en este tipo de capacitaciones se ha mencionado que aún no la experimentan. Del mismo modo se determinó que las capacitaciones tradicionales que se hacen, en algunos casos se reúnen al personal operativo y táctico, mientras que en otros se hace por separado.

➤ **Sector Financiero**

En este sector se ha podido determinar que las dificultades en cuanto al rendimiento de trabajadores está relacionada con el estado anímico del trabajador y la falta de concentración del mismo, ocasionando el no cuadre de balance general que se da por haber dado un excedente en el vuelto, mal registro, recepción de billetes falsos, quedando demostrado en las encuestas realizadas ya que el 100% de las empresas afirman que tienen dificultades en el desempeño.

Las medidas correctivas que se han tomado a cabo en este sector son capacitaciones mediante charlas, círculos de estudios en la que se refuerza la parte técnica e intelectual, además de reuniones mensuales de coordinación para compartir los reglamentos internos de la empresa y el desempeño mensual, y en algunos casos memorándum o despidos laborales por temas de honestidad e incapacidad intelectual, coincidiendo de esta manera con las encuestas realizadas.

Este tipo de sector considera como muy importantes las capacitaciones para solucionar los problemas del día. Respecto al conocimiento sobre capacitaciones vivenciales coinciden que si han escuchado y experimentado sobre el tema. Los temas que más requerimientos tienen, son los de inteligencia emocional y resolución de conflictos, demostrado en las encuestas realizadas con un 60% y 40% respectivamente.

Considera el sector de igual forma que se deberían desarrollar este tipo de capacitaciones dentro del horario de trabajo, es decir se escoge un número de trabajadores por agencias para no afectar la atención al público por lo que se determina una hora en específico para realizar estas capacitaciones. En cuanto a la preferencia sobre este tipo de capacitaciones, la mayor parte de las empresas afirman que deberían darse fuera de su centro de trabajo porque es una forma de que el personal se relaje y despeje de su rutina.

El desenvolvimiento de los trabajadores ante situaciones problemáticas es de ayuda constante, preferentemente se muestra en el apoyo que se hace a los compañeros que tiene problemas de transacciones, al no cuadrar sus cajas y que tiene que reponer el dinero faltante a la entidad financiera, organizan actividades en la que todos participan para ayudar al compañero afectado; además de hacer reuniones mensuales en el área para dialogar los puntos de vista de las acciones negativas ocurridas en el mes. En cuanto al nivel de expectativa que tiene acerca de capacitaciones vivenciales a sus empleados para este sector es alta, considerando que es un tipo de capacitación importante y necesaria para poder ser implementado dentro de su plan de capacitaciones anuales.

En relación al número de trabajadores, las empresas tienen aproximadamente entre 15 a 30 colaboradores. Además se obtuvo como resultado que este sector conoce a empresas que brinde este tipo de capacitaciones en Chiclayo, como por ejemplo la consultora AD Juntos, FG Consulting Corporation y Peruvian Teamwork Center ubicadas en la ciudad de Lima. En cuanto a la experiencia en este tipo de capacitaciones se ha mencionado que ha sido muy buena ya que ayudo a mejorar temas de productividad y valores en la persona, demostrado con las encuestas realizadas ya que un 60% esperaba la actualización de conocimientos y habilidades. Del mismo modo se determinó que las capacitaciones tradicionales que se hacen, se reúnen al personal operativo y táctico, y en ocasiones se hace por separado.

➤ **Sector Industrial**

En este sector las dificultades en cuanto al rendimiento de trabajadores está relacionado con el escaso trabajo en equipos que existe, los trabajadores por malos entendidos no coordinan de la mejor manera sus actividades diarias, se percibe que no trabajan muy sincronizados en algunas actividades, lo que genera que por correos internos se paren llamando la atención. Quedando demostrado en las encuestas realizadas ya que el 100% de las empresas afirman que tienen dificultades en el desempeño.

En cuanto a las medidas correctivas que se ha tomado al respecto para mejorar estos problemas se ha realizado capacitaciones tradicionales y entrevistas personales en algunos casos, dichos resultados se pueden contrastar en las encuestas realizadas, con un 60% y 40% respectivamente. Este tipo de sector considera como muy importantes las capacitaciones para solucionar los problemas del día. Respecto al conocimiento sobre capacitaciones vivenciales coinciden que no han escuchado ni experimentado sobre el tema. Los temas que más requerimientos tienen, son los de productividad y cultura organizacional, demostrada en las encuestas realizadas con un 60% respectivamente para cada tema.

Considera el sector que se debería desarrollar este tipo de capacitaciones fuera del horario de trabajo, porque de lo contrario interrumpiría las labores cotidianas, y en cuanto a su preferencia sobre este tipo de capacitaciones, deberían darse fuera de su centro de trabajo, al aire libre para salirse de la rutina y que los trabajadores se despejen. El desenvolvimiento de los trabajadores ante situaciones problemáticas es de la búsqueda de una solución inmediata, que mediante reuniones extraordinarias se logra resolver prontamente, así mismo las capacitaciones que se realizan para el personal es una ayuda constante para su mejor desempeño, coincidiendo con las encuestas realizadas ya que para las empresas el 80% espera de una capacitación la mejora de

rendimiento y productividad. En cuanto al nivel de expectativa que tiene acerca de capacitaciones vivenciales a sus empleados para este sector es alta, considerándola como una alternativa nueva, pero que se tendría que probar primero para poder implementarla. Se obtuvo como resultado que este sector no conoce a ninguna empresa que brinde este tipo de capacitaciones en la ciudad de Chiclayo.

En cuanto a la experiencia en este tipo de capacitaciones se ha mencionado que no se tiene experiencia previa. Del mismo modo se determinó que las capacitaciones tradicionales que se hacen, normalmente reúnen tanto al nivel operativo y táctico, pero en ocasiones se da de manera separada.

➤ **Sector Retail Construcción**

En este sector las dificultades en cuanto al rendimiento de trabajadores está relacionado mayormente con el personal de atención al servicio, en ocasiones probablemente el personal no pasa por un buen momento o el estrés juega en su contra que ya existen antecedentes de quejas de algunos clientes anteriores por el trato no muy amable. Como medidas correctivas estas empresas realizan capacitaciones en la que un ponente brinda charlas sobre diferentes temas en base a la futura formación del personal, evidenciado en las encuestas realizadas ya que con un 100% las empresas de este sector han tomado las capacitaciones como la mejor medida correctiva.

Este tipo de sector considera como muy importantes las capacitaciones para solucionar los problemas del día, por constituir un mecanismo de formación constante. Respecto al conocimiento sobre capacitaciones vivenciales, coincide este sector en haber escuchado y conoce del tema no en su totalidad pero tienen la noción de ello, ya que las empresas de este sector si han participado en algunas de estas dinámicas pero normalmente lo realizan de manera tradicional.

Considera de igual forma que se deberían desarrollar este tipo de capacitaciones fuera del horario de trabajo, para no interrumpir las labores asignadas durante ese periodo de tiempo, siendo el fin de semana lo adecuado, y de su preferencia este tipo de capacitaciones, deberían darse fuera de su centro de trabajo para evitar la fatiga de estar en un solo lugar. El desenvolvimiento de los trabajadores ante situaciones problemáticas se da con total tranquilidad, en la que se llama a una entrevista con el administrador, se dialoga con el personal y se soluciona el problema, así mismo se realiza capacitaciones que son charlas para todos. En cuanto al nivel de expectativa que tiene acerca de capacitaciones vivenciales a sus empleados para este sector es alta, considerándola que sería una alternativa que tendría que probarse para que a base de resultados se pueda adaptar ya que en las encuestas realizadas el 100% de las empresas afirman que esperan de una capacitación la mejora del rendimiento y productividad; y que como temas a tratar los más importantes son trabajo en equipo y productividad.

En relación al número de trabajadores estas empresas tiene aproximadamente entre 50 a más trabajadores por sucursal, lo que demuestra que si hay un gran número de capital humano para desarrollar las dinámicas. Se obtuvo como resultado que este sector conoce a algunas empresas que brinde este tipo de capacitaciones. En cuanto a la experiencia en este tipo de capacitaciones se ha mencionado que se tiene conocimiento bueno de estas dinámicas, ya que son muy interactivas y apreciadas por los trabajadores. Del mismo modo se determinó que las capacitaciones tradicionales que se hacen, se reúnen tanto al nivel operativo y táctico.

4.2.2. Ciudad de Piura

La presente discusión está basada en las entrevistas realizadas a Gerentes de Recursos Humanos y a representantes de las empresas de los diversos sectores. El método utilizado para las entrevistas ha sido el punto de saturación en el cual el número de entrevistas queda a criterio de los autores basándose en la coincidencia de respuestas para determinar el límite de estas. Al ser altos directivos de las empresas la dificultad ha sido mayor para la recolección de información debido al corto tiempo libre que estas personas disponen.

Se han realizado 5 entrevistas en el sector educación superior, 5 en financiero, 5 en industrial y 3 en construcción retail en la ciudad de Piura, por lo que se ha determinado lo siguiente:

➤ **Sector Educación Superior**

En este sector las dificultades en cuanto al rendimiento de los trabajadores está relacionado con las insatisfacciones salariales ocasionando con ellos algunos sindicatos y conflictos académicos, como también quedo demostrado en las encuestas realizadas ya que el 100% de las empresas afirman que sus trabajadores tienen dificultades para desempeñar sus funciones. Este tipo de sector considera que se ha tomado medidas correctivas al respecto para solucionar dichas dificultades, como es el caso de las entrevistas, coincidiendo de esta manera con la totalidad de las encuestas realizadas.

De la misma manera coincide el sector que el personal necesita de capacitaciones para solucionar problemas del día, lo que fue evidenciado en el 100% de las empresas encuestadas que si lo realiza. Respecto al conocimiento sobre capacitaciones vivenciales, coincide este sector en haber escuchado del tema pero no en su totalidad, es decir, tiene la noción de ello sin haberlo experimentado, quedado demostrado en las encuestas, ya que el 100% realiza capacitaciones tradicionales.

Considera el sector que se deberían desarrollar este tipo de capacitaciones fuera del horario de trabajo, porque no se puede interrumpir la responsabilidad laboral que se tiene en la semana, siendo un fin de semana lo adecuado. Además de ello la preferencia sobre este tipo de capacitaciones, es que deberían darse dentro de su centro de trabajo aprovechando los espacios suficientes que se adaptarían a lo que se pretende ofrecer. El desenvolvimiento de los trabajadores ante situaciones problemáticas se da con prudencia, en la que se cita a los trabajadores a reuniones extraordinarias para solucionar los problemas. En cuanto al nivel de expectativa que tiene acerca de capacitaciones vivenciales a sus empleados para este sector es alta, considerándolo como una metodología interesante y novedosa que podría ayudar a mejorar las competencias personales de los trabajadores, ya que las empresas buscan de una capacitación con un 100% la actualización de conocimientos y habilidades como es evidenciado en las encuestas realizadas, y los temas más a tratar vendrían hacer la cultura organizacional y trabajo en equipo.

En relación al número de trabajadores no se pudo obtener una cantidad exacta por tratarse de una información confidencial, pero si se logró evidenciar que cuentan con un gran número de docentes que superan las 100 personas. Se obtuvo como resultado que este sector no conoce a ninguna empresa que brinde este tipo de capacitaciones en la ciudad de Piura.

En cuanto a la experiencia en este tipo de capacitaciones se ha mencionado que aún no la experimentan. Del mismo modo se determinó que las capacitaciones tradicionales que se hacen se dan por separado, es decir, el nivel táctico con el nivel operativo tienen capacitaciones diferentes en algunas ocasiones con los mismo ponentes y en otros con distintos.

➤ **Sector Financiero**

En este sector se ha podido determinar que las dificultades en cuanto al rendimiento de los trabajadores está relacionada con problemas de preparación, es decir, la falta de conocimiento al momento de realizar algunas transacciones o quejas de los clientes ante algún percance, quedando demostrado en las encuestas realizadas ya que el 100% de las empresas afirman que tienen dificultades en el desempeño.

Las medidas correctivas que se han tomado a cabo en este sector son capacitaciones mediante cursos o talleres en la que se refuerza la parte operacional e intelectual, además boletines virtuales mensuales de coordinación para reforzar las políticas internas de la empresa y el desempeño laboral, y en algunos casos memorándum por temas de honestidad e incapacidad intelectual, coincidiendo de esta manera con las encuestas realizadas.

Este tipo de sector considera como muy importantes las capacitaciones para solucionar los problemas del día. Respecto al conocimiento sobre capacitaciones vivenciales coinciden que si han escuchado y experimentado sobre el tema. Los temas que más requerimientos tienen, son los de inteligencia emocional y trabajo en equipo, demostrado en las encuestas realizadas con un 60% y 40% respectivamente.

Considera el sector de igual forma que se deberían desarrollar este tipo de capacitaciones dentro del horario de trabajo, ya que es parte de las políticas de la empresa y con ello no perjudicaría sus tiempos libres destinados a otras actividades personales. En cuanto a la preferencia sobre este tipo de capacitaciones, la mayor parte de las empresas afirman que deberían darse fuera de su centro de trabajo porque es una forma de que el personal se desestrese y salga de la rutina.

El desenvolvimiento de los trabajadores ante situaciones problemáticas es de ayuda constante, ya que existe una cultura de solidaridad institucional como el apoyo que se hace a los compañeros que tienen

problemas técnicos, al no funcionar algunas herramientas de trabajo como impresoras, datafonos, etc. En cuanto al nivel de expectativa que tiene acerca de capacitaciones vivenciales a sus empleados para este sector es alta, considerando que es un tipo de capacitación importante y necesaria para poder ser implementado dentro de su plan de capacitaciones anuales debido al hecho que si han realizado lo han experimentado, siendo demostrado en las encuestas realizadas con un 40% del total.

En relación al número de trabajadores, las empresas tienen aproximadamente entre 20 a 40 colaboradores. Además se obtuvo como resultado que este sector conoce a empresas que brinde este tipo de capacitaciones en Piura, como por ejemplo la consultora AD Juntos, PROWORK, TARGET DDI PERÚ ubicadas en la ciudad de Lima. En cuanto a la experiencia en este tipo de capacitaciones se ha mencionado que ha sido buena ya que mejoro las competencias personales de los trabajadores, demostrado con las encuestas realizadas ya que un 60% esperaba la actualización de conocimientos y habilidades. Del mismo modo se determinó que las capacitaciones tradicionales que se hacen, en algunas ocasiones se hacen conjuntamente y en otras por separado.

➤ Sector Industrial

En este sector las dificultades en cuanto al rendimiento de los trabajadores está relacionado con la poca motivación de los mismos, por el tema de comodidad en cuanto al ambiente de trabajo, como se sabe, por el mismo dinamismo de las actividades que se dan en las empresas industriales, los ambientes no son tan espaciosos y no hay muchas áreas libres para la circulación cómoda del personal. Quedando demostrado en las encuestas realizadas ya que el 100% de las empresas afirman que tienen dificultades en el desempeño.

En cuanto a las medidas correctivas que se ha tomado al respecto para mejorar estos problemas se ha realizado capacitaciones tradicionales, dicho resultado se pueden contrastar en las encuestas realizadas, con un 100% del total. Este tipo de sector considera de importancia las capacitaciones para solucionar algunas complicaciones que se presenten tanto en el tema de manejo de maquinaria como de competencias del personal. Respecto al conocimiento sobre capacitaciones vivenciales coinciden que no han escuchado ni experimentado sobre el tema. Los temas que más requerimientos tienen, son los de productividad y toma de decisiones, demostrada en las encuestas realizadas con un 60% y 20% respectivamente para cada tema.

Considera el sector que se debería desarrollar este tipo de capacitaciones fuera del horario de trabajo, porque al ser una producción continua no puede detenerse las actividades, y en cuanto a su preferencia sobre este tipo de capacitaciones, deberían darse fuera de su centro de trabajo, al aire libre para salirse de la rutina y que los trabajadores puedan desarrollar más fácilmente sus capacidades. El desenvolvimiento de los trabajadores ante situaciones problemáticas es de la búsqueda de una solución rápida por el hecho que un problema no solucionado brevemente podría generar cuellos de botellas en la producción constante ocasionando pérdidas monetarias a la empresa, así mismo en las capacitaciones que se realizan para el personal se dan mediante la invitación de un ponente que los

ayude a resolver dudas de las partes técnicas de producción y de conocimientos intelectuales, mejorando con ello su productividad, coincidiendo con las encuestas realizadas ya que para las empresas el 60% espera de una capacitación la mejora de rendimiento y productividad. En cuanto al nivel de expectativa que tiene acerca de capacitaciones vivenciales a sus empleados para este sector es alta, considerándola como una nueva forma de capacitar a su personal. Se obtuvo como resultado que este sector no conoce a ninguna empresa que brinde este tipo de capacitaciones en la ciudad de Piura.

En cuanto a la experiencia en este tipo de capacitaciones se ha mencionado en un 100% que no se tiene experiencia previa. Del mismo modo se determinó que las capacitaciones tradicionales que se hacen, normalmente reúnen tanto al nivel operativo y táctico, pero en ocasiones se da de manera separada.

➤ **Sector Retail Construcción**

En este sector las dificultades en cuanto al rendimiento de trabajadores está relacionado mayormente con la alta tasa de rotación del personal, debido al contrato de personal joven que no tiene inestabilidad laboral en la mayoría de los casos. Se retiran por temas de estudio o por oportunidades laborales. Como medidas correctivas estas empresas realizan capacitaciones tradicionales en la que un ponente brinda charlas sobre diferentes temas, evidenciado en las encuestas realizadas ya que con un 100% las empresas de este sector han tomado este tipo de capacitaciones como la mejor medida correctiva.

Este tipo de sector considera como muy importantes las capacitaciones para solucionar los problemas del día, porque consideran que es una manera efectiva de formar a su personal en distintos campos. Respecto

al conocimiento sobre capacitaciones vivenciales, coincide este sector en no haber escuchado del tema, pero les suena interesante.

Considera de igual forma que se deberían desarrollar este tipo de capacitaciones fuera del horario de trabajo, para no retardar ni afectar sus actividades laborales, siendo el fin de semana lo adecuado, y de su preferencia este tipo de capacitaciones, deberían darse fuera de su centro de trabajo para salir de la rutina. El desenvolvimiento de los trabajadores ante situaciones problemáticas se da de manera discreta en la que se trata de minimizar el problema y no agrandarlo, realizándose capacitaciones que son charlas para todos. En cuanto al nivel de expectativa que tiene acerca de capacitaciones vivenciales a sus empleados para este sector es alta, considerándola como atractiva para mejorar el desempeño, contrastando de esta manera con las encuestas realizadas en la que el 100% de las empresas afirman que esperan de una capacitación la mejora del rendimiento y productividad; y que como temas a tratar los más importantes son trabajo en equipo y productividad.

En relación al número de trabajadores estas empresas tiene aproximadamente entre 50 a más trabajadores por sucursal, lo que demuestra que si hay un gran número de capital humano para desarrollar las dinámicas. Se obtuvo como resultado que este sector no conoce a empresas que brinde este tipo de capacitaciones. En cuanto a la experiencia en este tipo de capacitaciones se ha mencionado que no hay experiencia alguna. Del mismo modo se determinó que las capacitaciones tradicionales que se hacen, se reúnen tanto al nivel operativo y táctico.

4.3. PROPUESTA

Para la presente tesis se ha determinado realizar una propuesta para las ciudades de Chiclayo y Piura, dos ciudades con características similares en los distintos sectores analizados, pero con algunas variables distintas como el

poder adquisitivo y la dimensión de algunas empresas, siendo Piura la ciudad que lidere en estos aspectos.

A partir de la investigación se propone la creación de una empresa que brinde capacitaciones vivenciales en las ciudades de Chiclayo y Piura con las especificaciones encontradas en las técnicas aplicadas.

Para complementar la presente investigación se ha analizado a la competencia, la cual ha surgido en los últimos años en la zona norte del país, como es el caso de la empresa Ítaca, una empresa joven que está enfocada en el rubro de la experiencia vivencial, para lo cual se ha elaborado una entrevista en la cual se detalla la metodología y dinámica que utiliza esta empresa. (Ver Anexo N° 03)

Finalmente, en base a la información obtenida, se recomienda las siguientes especificaciones para la creación de una futura empresa:

Coach: Para el funcionamiento de una empresa de capacitaciones vivenciales esta debe contar con un coach, independientemente del personal de staff que apoye a cada grupo de trabajo.

Oficina: Para estar en contacto directo con el público objetivo se debe contar con una oficina en la que se pueda determinar cuáles son las necesidades de las empresas a capacitar, siendo este un valor agregado que la competencia no tiene en la ciudad de Chiclayo.

Plataforma virtual: Además se debe de utilizar una plataforma virtual para la facilidad de acceso para los futuros clientes que se encuentren en otras ciudades, mediante el cual se logre la interacción empresa –cliente.

Tiempo determinado: La duración de las capacitaciones vivenciales en las empresas, será de acuerdo al paquete que se elija. Es decir, habrá paquetes en la que el tiempo de duración será mínima como 4 horas por ejemplo y otras que tendrán duración de hasta 30 horas, que se realizarán en varios días.

Paquetes: Los paquetes tendrán las especificaciones necesarias para que la empresa de acuerdo a sus necesidades pueda escoger la que más le conviene, además de ello las empresas podrán personalizar sus paquetes de productos en base a sus dificultades, siendo esto un plus adicional a la competencia de mercado. Estas especificaciones tendrán que ver con el tiempo de duración, con los distintos talleres que se pueda ejecutar, el lugar de realización, la forma de pago la cual será mediante una cuenta interbancaria hasta en 2 cuotas, etc.

Materiales: Se deberá contar con todos los materiales necesarios para la correcta realización de cada taller que se ejecute. Dentro de los materiales se considera también a la vestimenta o uniforme que llevará cada integrante en caso se requiera para alguna actividad específica.

Metodología: La metodología de estas capacitaciones se realizará en 3 partes la primera que será la explicación de tema, la segunda parte consistirá en la aplicación del taller y la tercera reflexión crítica. Las capacitaciones buscarán mejorar el aprendizaje experiencial, participativo e interactivo de los trabajadores mediante dinámicas que los harán mejorar sus competencias personales.

Certificados: Al finalizar las capacitaciones, la empresa entregará certificados, dichos certificados serán avalados por empresas nacionales e internacionales demostrando que las dinámicas han sido ejecutadas.

Para el desarrollo de la presente investigación se ha determinado la descripción del siguiente paquete de producto con la finalidad de ejemplificar como sería un paquete dado por una empresa que brinde este tipo de capacitación:

Tabla N° 05

Paquete del producto.

<u>CAPACITACIONES VIVENCIALES</u>	
<u>DINAMICAS DE CAPACITACION PARA MEJORA DEL CLIMA ORGANIZACIONAL</u>	
<u>Dirigido a:</u> Trabajadores de empresas Jefes de área	<u>Beneficios:</u> - Desarrollar capacitaciones afectivas - Intercambiar experiencias positivas - Mejora rendimiento
<u>Metodología:</u> - Experiencial - Dinámica - Participativa - Interactiva	<u>Tiempo de duración:</u> - 1 día
<u>Taller incluye:</u> - Materiales dinámicos - Coffee break y almuerzo	
<u>Programa:</u>	
<u>Bloque 1:</u>	Conocimiento de los participantes Dinámica de motivación (Monedas bajo la silla)
<u>Bloque 2:</u>	Coffee break Dinámica de trabajo en equipo (Decorando el árbol) Dinámica de cultura organizacional (En una palabra) Dinámica de comunicación (Circuito ciego)
<u>Bloque 3:</u>	Almuerzo Dinámica de productividad (Juego constructores) Dinámica de resolución de conflictos (Estrategias de negociación)
<u>Bloque 4:</u>	Dinámica de cierre y retroalimentación Clausura y entrega de certificados.
Costo del paquete: S/. 800.00 nuevos soles	

Fuente: Elaboración propia

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En la investigación realizada se ha identificado que en las ciudades de Chiclayo y Piura si existe la necesidad de desarrollar capacitaciones vivenciales por considerarlas como innovadoras y novedosas ya que en los

resultados obtenidos en las dos ciudades demuestran que les interesaría optar por un nuevo tipo de capacitación diferente a la tradicional, de esta manera se considera un mercado viable para ofertar este servicio. Además de ello la expectativa que tienen sobre este tipo de capacitaciones es muy buena, pero existe la falta de empresas que se dediquen a este tipo de rubro en estas ciudades por lo que algunas empresas cotizan con organizaciones de Lima, resultándoles efectivas pero a la vez costosas debido a temas logísticos. Al mencionar sobre las capacitaciones vivenciales en la mayoría de las empresas, la mayoría de los gerentes indican que se debería desarrollar estas capacitaciones fuera del horario de trabajo y fuera del centro de trabajo para no retardar ni afectar sus actividades laborales, siendo el fin de semana lo adecuado y salir de la rutina laboral. Además se ha concluido que las empresas de Chiclayo buscan de una capacitación la mejora de productividad y rendimiento, mientras que las empresas de Piura una actualización de conocimientos y habilidades, demostrando que en las dos ciudades toman como primera opción para corregir las dificultades que se dan en las empresas, las capacitaciones.

La demanda potencial de las empresas en la presente investigación se encuentra en las medianas y grandes empresas debido al número de trabajadores que tienen, los cuales son necesarios para el desarrollo de este tipo de capacitaciones, además del poder adquisitivo que poseen ya que las dinámicas se costean alrededor de los S/. 5000.00 nuevos soles aproximadamente por el total de días que requiera la capacitación.

Se ha determinado, que el perfil de los clientes se encuentra entre las edades de 18 a 40 años aproximadamente para los 4 sectores investigados por lo que la empresa que realice este tipo de capacitación se debe de enfocar en dinámicas acorde a este perfil. Se ha concluido que en estas ciudades el

personal de las empresas está acostumbrado a capacitarse del modo tradicional, es decir mediante la invitación de un ponente.

En cuanto al paquete de productos se ha determinado que se debe elaborar en base a las necesidades de cada empresa. En la ciudad de Chiclayo se determinó como los temas más importantes a desarrollar el trabajo en equipo y la productividad del trabajador, mientras que en la ciudad de Piura fueron cultura organizacional y trabajo en equipo

Y finalmente se ha analizado a la competencia siendo la empresa Ítaca la más representativa en las ciudades de Chiclayo y Piura. Por lo que se ve la necesidad de la creación de una empresa con características similares pero con una ventaja competitiva como es la personalización de paquetes que permita al cliente tener una oferta diseñada especialmente en sus necesidades.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acevedo, A. (2000). *Aprender jugando: dinámicas vivenciales para capacitación, docencia y consultoría*. México: Noriega Editores Limusa. Vol. 1.

- Capacitando en las redes sociales (2015). Recuperado de:
<http://capacitacionwebmexico.com/capacitacion-en-redes-sociales.html>
- Crecimiento económico de Lambayeque. (2013). Recuperado de:
<http://www.larepublica.pe/12-12-2013/crecimiento-economico-de-lambayeque-sera-de-7-superior-a-la-media-nacional>.
- Desarrollan el potencial humano. (2009, Mar 03). Recuperado de:
<http://search.proquest.com/docview/308216763?accountid=37610>
- El marketing y la publicidad web (2015). Recuperado de:
<http://www.wavepublicidad.com.ar/blog/disenio-de-paginas-web-y-la-importancia-para-las-empresas>
- FG Consulting Corporation (2015). Recuperado de:
<http://fgconsultingcorporation.com>
- García Zambrano, L., García Merino, J. D. & Rodríguez Castellanos, A. (2012). *Impacto de la inversión en capital humano sobre el valor empresarial*. Recuperado de:
<http://www.redalyc.org/pdf/716/71625040006.pdf>
- Guía de capacitación empresarial. (2014). Recuperado de:
<http://www.guiadecapacitacion.com/>
- Indicadores sociales, económicos y gestión municipal de Lambayeque. (2010). Recuperado de:
<http://www.unfpa.org.pe/publicaciones/publicacionesperu/INEI-Lambayeque-Indicadores.pdf>
- Joerres J. (2012). *Entrando a human age*. Recuperado de:
<http://manpower.com./>
- Jóvenes de la Generación Z. (2015). Recuperado de:
<http://www.larepublica.pe/05-03-2015/los-millennials-seran-la-mayor-fuerza-laboral-del-peru-en-el-2030>
- La capacitación efectiva, como detonante del éxito. (2014, Ene 14). Recuperado de:
<http://search.proquest.com/docview/1477206993?accountid=37610>
- La fuerza laboral y su incidencia en el desarrollo del territorio nacional. (2011). Recuperado de:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=269121519008#>

- Marcelo Marquez (2015). Recuperado de:
<http://www.marcelomarquez.com/capacitacion-vivencial/>
- Medina, J. (2014). *Guía de Negocios e Inversión en el Perú*. Ministerio de Relaciones Exteriores Pro Inversión Privada en el Perú. Recuperado de:
http://www.rree.gob.pe/promocioneconomica/invierta/Documents/Guia_de_Negocios_e_Inversion_en_el_Peru_2014_2015.pdf
- Mejia, J. (2000). *El muestreo en la metodología cualitativa*. México.
- Ministerio de Producción. *Mipyme*. (2012). Recuperado de:
<http://www.produce.gob.pe/remype/data/mype2012.pdf>
- Ministerio de Producción. *Crece mype*. (2015). Recuperado de:
<http://www.crecemype.pe/portal/index.php/registrese-en-el-remype/inscripcion-en-el-remype>
- Perú Económico. (2015). Recuperado de:
<http://semanaeconomica.com/article/economia/macroeconomia/150858-el-peru-en-el-2015-un-nuevo-entorno-de-negocios/>
- Peruvian Teamwork Center (2015). Recuperado de: <http://peruptc.com.pe>
- Programa de capacitación vivencial (2010). Recuperado de:
http://www.synapsis-patagonia.com/cursos/AV/AV-APUNTE_1.pdf
- Programa Regional de Población de Piura (2013-2016). Recuperado de:
http://www.mimp.gob.pe/webs/mimp/sispod/PROGRAMAS%20REGIONALES/Piura/PROG_PIURA.pdf
- Ven en capital humano elemento diferenciador. (2009, Nov 24). Recuperado de: <http://search.proquest.com/docview/308338482?accountid=37610>

VII. ANEXOS

Anexo N°01

GUIA DE PREGUNTAS ENTREVISTAS DE PROFUNDIDAD



Sector de la empresa _____

Nombre de la empresa _____

Buenas tardes Sra. / Sr. Gerente queremos agradecerle el tiempo que nos ha brindado para poder realizar la entrevista. También queremos mencionarle que los comentarios e información que nos proporcione sera confidencial y muy valioso para nuestro proyecto.

Preguntas
<p>1. ¿Puede compartir algunas dificultades que encuentra en el rendimiento de sus trabajadores?</p> <p>2. Medidas correctivas que ha tomado al respecto</p> <p>3. ¿Usted cree que su personal necesita capacitaciones para solucionar los problemas del día?</p> <p>4. ¿Ha participado o escuchado sobre capacitaciones vivenciales?</p> <p>Si es si : Coméntenos su experiencia Si es no: Explicar sobre Capacitaciones Vivenciales</p> <p>5. ¿Para usted las capacitaciones deberían darse en horario de trabajo o fuera de este?</p> <p>6. ¿Su preferencia es que las capacitaciones se den al aire libre o en su centro de trabajo?</p> <p>7. ¿Cómo se desenvuelven sus trabajadores ante situaciones problemáticas que surgen en la empresa?</p> <p>8. ¿Cuál es el nivel de expectativa que tiene acerca de capacitaciones vivenciales a sus empleados?</p>
<p>9. ¿Cuántos colaboradores tiene a su disposición en la empresa?</p> <p>10. ¿Conoce empresas que brinden capacitaciones vivenciales en Chiclayo / Piura?</p>
<p>11. ¿Cuál es su experiencia en el tema relacionado a las capacitaciones vivenciales?</p> <p>12. ¿El personal del nivel operativo y táctico de su empresa reciben capacitaciones en conjunto o por separado?</p>
<p>13. Mostrar guía de observación a los gerentes o representantes</p>

Anexo N°02



**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

ENCUESTA PARA GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS

TEMA DE TESIS:

Capacitaciones vivenciales y su importancia valorativa a nivel de las medianas y grandes empresas de Chiclayo y Piura

OBJETIVO DE LA ENCUESTA:

Determinar la viabilidad de la creación de una empresa que brinde capacitaciones vivenciales en las ciudades de Chiclayo y Piura.

INSTRUCCIONES:

1. La información contenida en la presente encuesta es de uso confidencial ya que los datos serán aplicados a un estudio académico universitario.
2. Lea las preguntas detenidamente que se encuentran en el presente cuestionario, y responda con la mayor veracidad posible.
3. No deje ninguna pregunta sin responder según sea el caso, marque con una (X) el casillero correspondiente.

DESARROLLO DE LA ENCUESTA

1. Cargo que desempeñan actualmente en la empresa: _____
2. Según el número de trabajadores ¿Cuál es el tamaño de su empresa?
 Mediana empresa ()
 Grande empresa ()
3. ¿Indique las edades que oscilan sus trabajadores de nivel operativo y táctico en su empresa?
 18 – 30 años ()
 31 – 40 años ()
 41 – 50 años ()
 50 a más ()
4. Ha notado dificultades en el desempeño laboral de algunos de sus trabajadores
 SI () NO ()

Si la respuesta es SI, responda la siguiente pregunta.
 Si la respuesta es NO, responda la pregunta 6 en adelante.

5. De las siguientes alternativas, que acción ha tomado para corregir el tema

Capacitaciones	
Talleres	
Memorándum	
Despido laboral	
Entrevistas	
Otros	
Ninguno	

6. ¿Su empresa realiza capacitaciones a sus colaboradores?
 SI () NO ()

Si la respuesta es SI, responda la siguiente pregunta.
 Si la respuesta es NO, responda la pregunta 11 en adelante.

7. ¿Cuándo fue la última vez que invitó a un especialista para capacitar a sus trabajadores?

- Hace una semana ()
- Hace un mes ()
- Hace tres meses ()
- Hace seis meses ()
- Hace un año ()
- Nunca ()

8. ¿Cuál es el tipo de capacitación que utiliza con sus trabajadores normalmente?
 Tradicional (charlas) ()
 Vivenciales (dinámicas) ()
 Otra:.....

* Si la respuesta es vivencial, conteste la pregunta 11 en adelante.

9. ¿De qué manera capacita usted a sus colaboradores?

- Mediante la invitación de un ponente ()
- Mediante cursos o talleres ()
- Círculos de estudios ()
- Otros: _____

10. ¿Cuál es el grado de satisfacción que ha obtenido de las capacitaciones brindadas a sus colaboradores?

- Muy buena ()
- Buena ()
- Regular ()
- Mala ()
- Muy mala ()

11. Enumere en base al grado de importancia valorativa que espera de una capacitación, considerando uno el de más importancia y 3 el de menos.

Integración en el grupo	
Actualización de conocimientos y habilidades	
Mejora del rendimiento y productividad	

12. En los talleres de capacitación que se dan o podrían darse en su empresa ¿Que temas son los más importantes para desarrollar en beneficio de esta? Enumere

del 1 al 9 según el grado de importancia, considerando uno el de más importancia y 9 el de menos.

Trabajo en equipo	
Liderazgo	
Toma de decisiones	
Resolución de conflictos	
Motivación	
Productividad	
Mejora cultura organizacional	
Mejora inteligencia emocional	
Mejora en la comunicación	

Anexo N°03



**GUIA DE PREGUNTAS ENTREVISTA
DE PROFUNDIDAD PARA ANALIZAR LA OFERTA DE MERCADO**

Nombre de la empresa: Ítaca

Buenas tardes Sr. Representante de la empresa Ítaca queremos agradecerle el tiempo que nos ha brindado para poder realizar la entrevista. También queremos mencionarle que los comentarios e información que nos proporcione será confidencial y muy valioso para nuestro proyecto.

Preguntas

1. ¿Cuál es la misión de su empresa?
2. ¿Cuáles son los requerimientos necesarios que toma la empresa Ítaca para reclutar a su personal de trabajo?
3. ¿Cómo llega el servicio que brinda la empresa Ítaca al mercado potencial?
4. ¿Cuál es la metodología que utiliza la empresa Ítaca para sus talleres?
5. ¿Cómo analiza la empresa Ítaca la expectativa de los clientes que posee con sus servicios?

Anexo N°04



GUÍA DE OBSERVACIÓN PAQUETE DE PRODUCTOS

OBJETIVO DE LA GUÍA: Paquete de productos capacitaciones vivenciales

A continuación se describirán dinámicas vivenciales de talleres de capacitación que podrían desarrollarse en su empresa, dependiendo la dificultad encontrada en cada una de ellas.

TEMAS A DESARROLLAR:

1. TRABAJO EN EQUIPO

a) DECORANDO EL ÁRBOL DE NAVIDAD

Objetivo: usa la imaginación para crear una actividad divertida que fomente el que todos se conozcan un poquito más, se comuniquen de formas diferentes y generen soluciones creativas.



Figura N°01 y 02

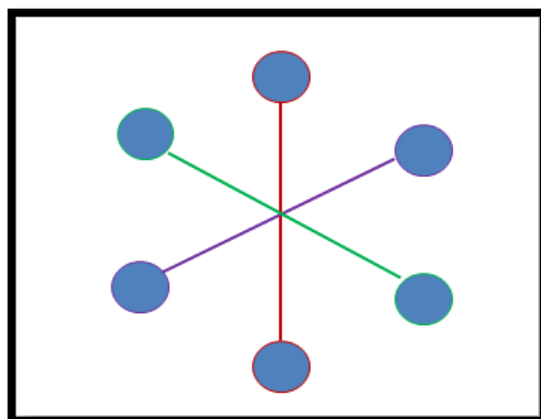
b) ORDENA MI DESORDEN O RECOGE MI TIRADERO

Objetivo: concientizar a los equipos de trabajo acerca del impacto negativo que sus actos u omisiones pueden tener en otras personas o equipos, afectando así la efectividad organizacional.

Disposición: por lo menos dos equipos de 6-10 personas (en pares)

Material: cada equipo dispondrá de 1 cordón de 75 cm. de largo cada uno por cada pareja.

Duración: 5 minutos para anudar, 10 minutos para desanudar, 5 minutos de reflexión.



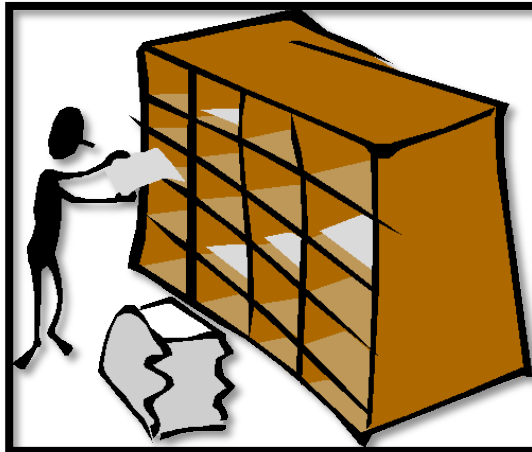


Figura N°03 y 04

2. LIDERAZGO

a) CONCIENCIAS BIZARRAS

Objetivo: Descubramos nuestras pasiones comunes. A veces pasamos días y días trabajando con las mismas personas, y sin embargo, no sabemos nada de ellas, de su vida personal, de sus gustos o aficiones. El hacerlo nos lleva a encontrar coincidencias con nuestros compañeros y esto estrecha los lazos afectivos, el liderazgo hacia ellos y la empatía. Esta sencilla actividad puede ayudarnos a estimular la apertura y tal vez encontrar alguien con quién podamos compartir momentos divertidos o agradables fuera de la oficina.

Material: Una bolsa de chocolates miniatura como premios.

Número de participantes: Ilimitado

Objetivo: Estimular la comunicación interpersonal, empatía, integración

Duración: 10 a 30 min., según el número de subgrupos.

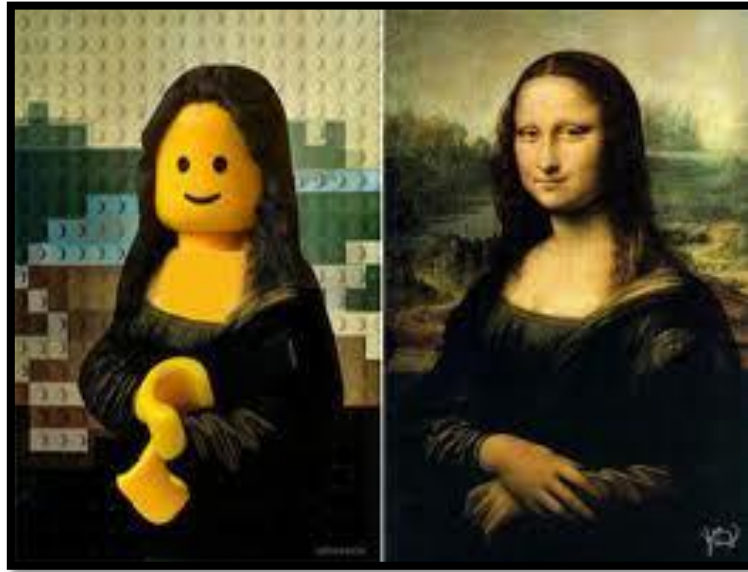


Figura N°05

3. TOMA DE DECISIONES

a) LLEGAR A LA ISLA

Objetivo: analizar el proceso de toma de decisiones del grupo. Como dijimos el objetivo es llegar a la isla, por lo tanto Ud. debe arrojar siete de los diez elementos que hay en el barco. Para que el barco avance el tripulante debe deshacerse del elemento que arroja. Tampoco sirve decir que la comida se ingiere durante el camino porque el recorrido no es físico ni temporal.

Importante: no hay una “solución” a este caso. Sirve para discutir reflexivamente, argumentar, contra-argumentar y poner en jaque la condición del ser humano).

Tamaño del grupo: ilimitado. Dividir en equipos de 5 ó 6 personas.

Desarrollo: (60 – 90 minutos)



Figura N°06

b) EL REFUGIO

Objetivo: Llegar a una toma de decisiones y reflexionar sobre los prejuicios que influyeron en el resultado final. Imaginemos que estamos

bajo la amenaza de un bombardeo en nuestra ciudad. Existe un único refugio subterráneo, el cual solo puede albergar a siete personas. Abajo Ud. encontrará una lista de personas que podrían ingresar al mismo. Es necesario conformar un equipo de trabajo que será el que ingrese al refugio. Hay que tomar una decisión inmediata con respecto a quienes conformarán el equipo. Recuerde sólo siete serán los integrantes del mismo. El objetivo es estar preparado – por si ellos son los únicos que sobreviven – para recomenzar la vida en la tierra. Ahora es su tarea tomar la decisión.

Importante: no hay una “solución” a este caso. Sirve para discutir reflexivamente, argumentar, contra-argumentar y poner en jaque la condición del ser humano).

Tamaño del Grupo: Ilimitado: Hacer subgrupos de 5 ó 6 personas.



Figura N°07

4. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

Objetivo: concientizar acerca de las estrategias usadas en las situaciones de conflicto. Examinar los métodos usados para resolver los conflictos. Introducir estrategias para negociar y mostrar capacidad de negociación.

Los participantes son invitados, por el animador, a hacer un ejercicio de fantasía, con el objetivo de examinar su estrategia en la solución de conflictos individuales, Durante aproximadamente cinco minutos, el Facilitador conducirá el grupo a través una fantasía.

Tiempo: duración: 30 minutos

Tamaño del grupo: ilimitado

Lugar: aula normal, una sala suficientemente amplia con sillas, para acomodar a todos los miembros participantes.



5. MOTIVACIÓN

a) MONEDAS BAJO LA SILLA

Objetivo: Mostrar que la motivación es interna, pero los incentivos externos pueden iniciar la acción en los humanos.





b) SIGUIENDO EL HIELO

Objetivo:

1. Profundizar sobre las motivaciones e intereses personales y como los proyectamos en nuestras acciones.

2. Descubrir la capacidad creativa que tiene cada persona.



Figura N°11 y 12

6. PRODUCTIVIDAD

a) EL JUEGO DE LOS CONSTRUCTORES

Objetivo:

1. Comprender que cosa es la productividad del trabajo.

2. Cuáles son los factores que inciden en el aumento o disminución de la productividad del trabajo.
3. Ayudar a reconocer la diferencia entre producción y productividad.



Figura N°13 y 14

7. CULTURA ORGANIZACIONAL

a) EN UNA PALABRA

Objetivo:

Este “rompehielos” ayuda al grupo a profundizar en sus pensamientos respecto a un tema conocido, y es una gran forma para introducir el tema de la sesión de team building. Normalmente los participantes quedan maravillados con la variedad de palabras que ellos mismos han elegido.



Figura N°15 y 16

b) ENCUENTRA DIEZ (10) COSAS EN COMÚN

Objetivo: Esta dinámica es rápida, fácil y divertida.

Resulta muy útil porque es muy corta y además da lugar a unas buenas risas cuando los participantes descubren que tienen en común cosas realmente inesperadas entre ellos.



Figura N°17 y 18

8. INTELIGENCIA EMOCIONAL

a) ME VENDEN

Objetivo: Con esta dinámica lo que se pretende es hacer un "anuncio por palabras" para intentar "vender" a otra persona.

No se trata de redactar una gran parrafada, simplemente y de la manera más breve posible, tenemos que describir las cualidades de una persona del grupo a la que conocemos bien.



Figura N°19

9. COMUNICACIÓN

- a) "SIEMPRE HAY UNA MANERA DE DECIR BIEN LAS COSAS"
(ASERTIVIDAD)**

Objetivos:

1. Aprender a usar formas correctas de comunicación en cualquier situación.
2. Resolver los conflictos posibles de manera adecuada.



Figura N°20

b) CIRCUITO CIEGO

Objetivo: Es que los equipos recorran un circuito o camino guiados por el último de la fila el que puede dar las instrucciones al primero hablándole o transmitiendo un mensaje.

El mensaje lo transmite el último apretando el hombro al de adelante el que le apretará el mismo hombro al de delante suyo, así sucesivamente hasta llegar al primero.



Figura N°21

Resultados de las encuestas realizadas a las empresas de los diferentes sectores económicos de la ciudad de Chiclayo.

➤ **Sector educación superior en la ciudad de Chiclayo**

Gráfico 7.1. Tamaño de las empresas de Chiclayo

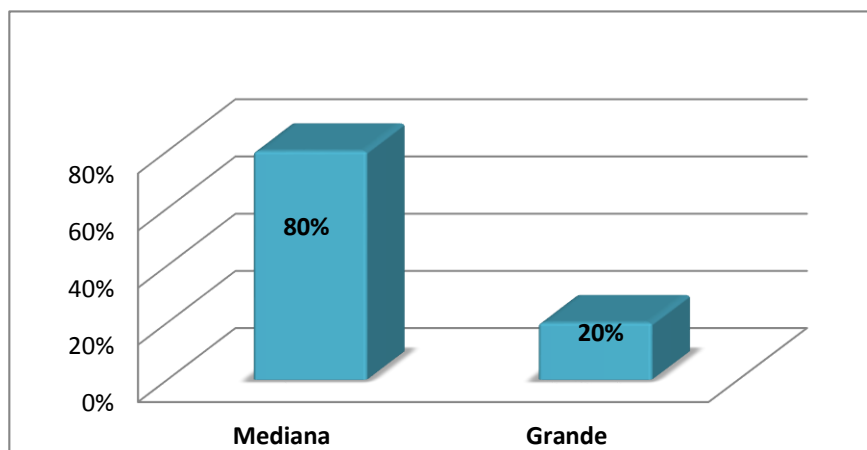


Gráfico 7.2. Edades de los trabajadores

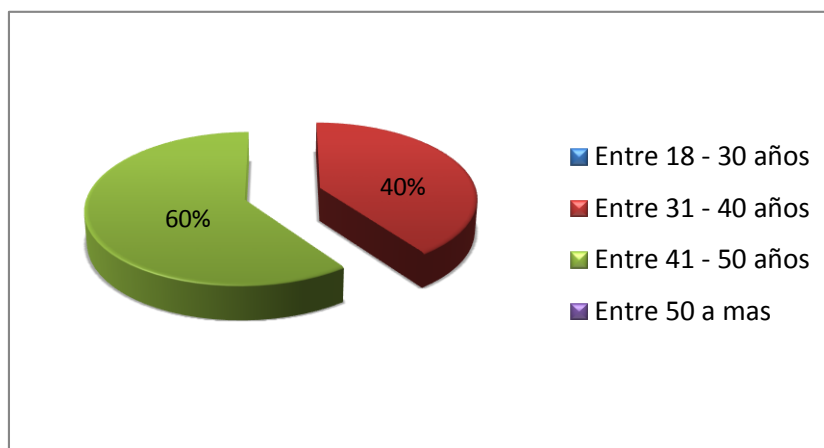


Gráfico 7.3. Dificultades en las empresas de Chiclayo

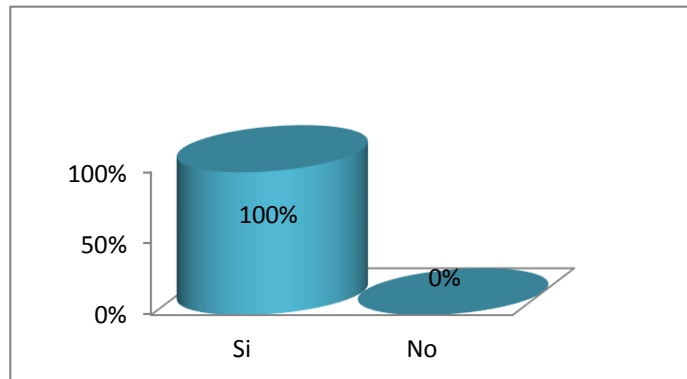


Gráfico 7.4. Acciones para corregir el tema

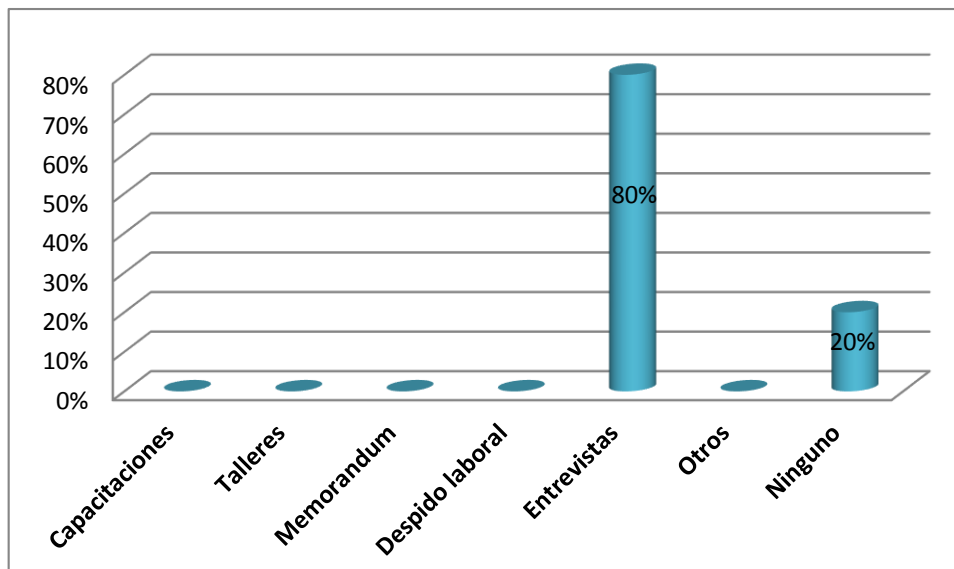


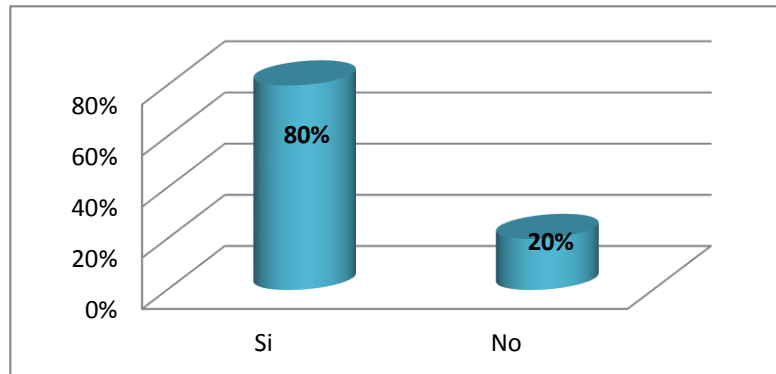
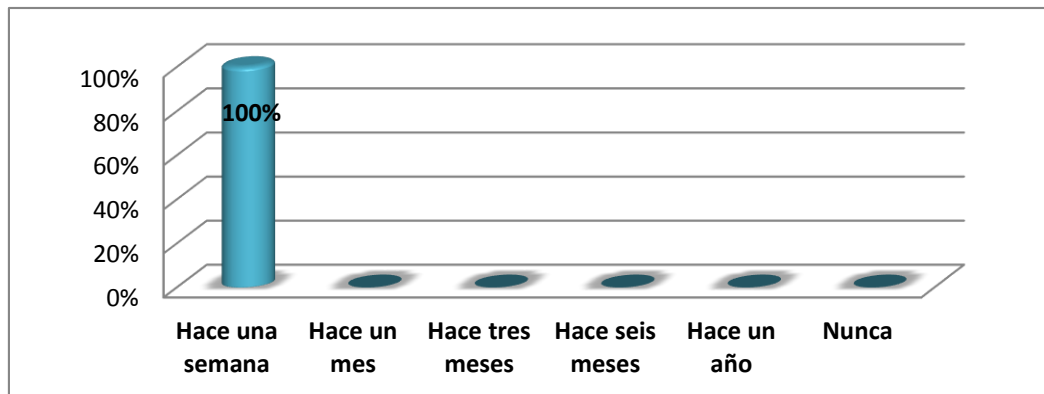
Gráfico 7.5. Las empresas realizan capacitaciones**Gráfico 7.6. Última vez que invitaron a un especialista**

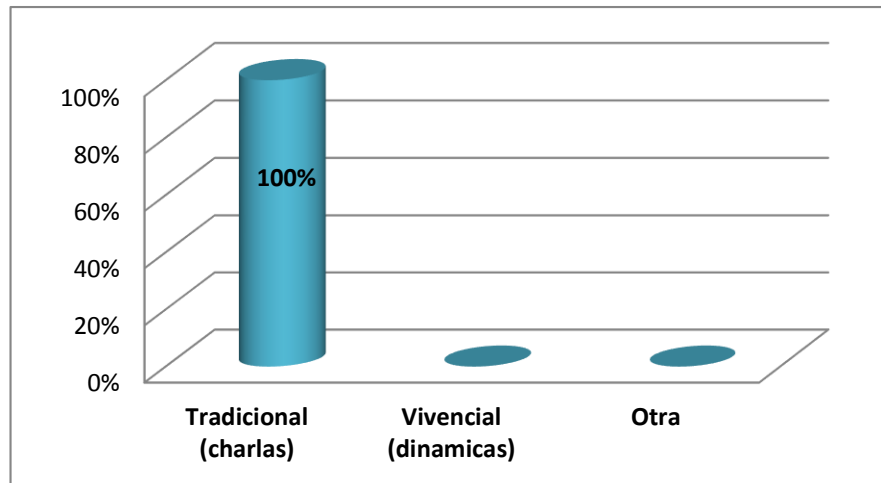
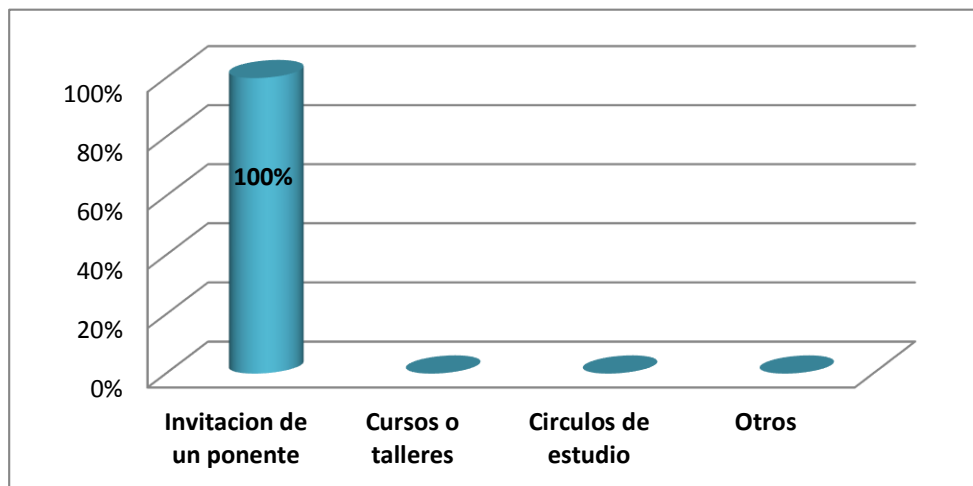
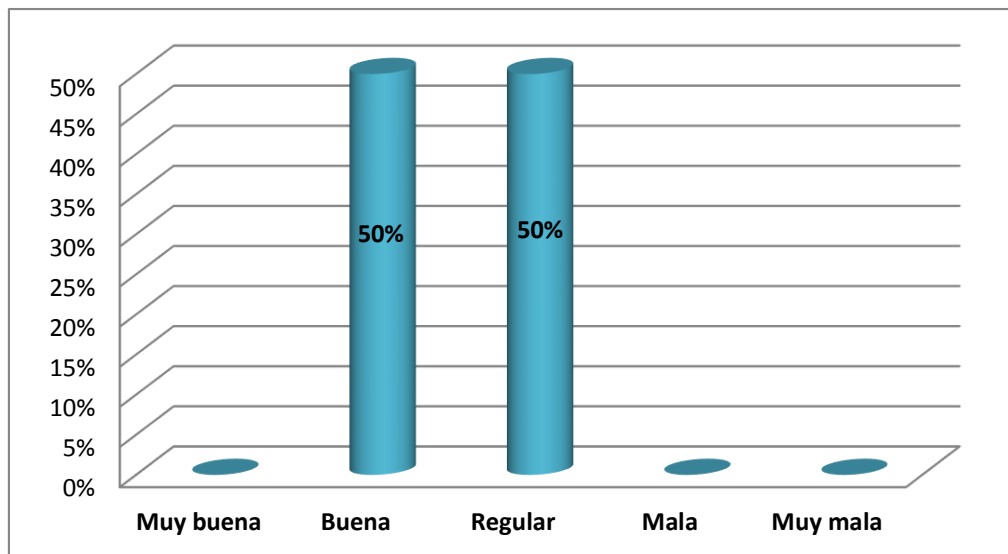
Gráfico 7.7. Tipo de capacitación que se realiza en la empresa**Gráfico 7.8. De qué manera capacita a sus trabajadores**

Gráfico 7.9. Grado de satisfacción con las capacitaciones**Gráfico 7.10. Las empresas que esperan de una capacitación**

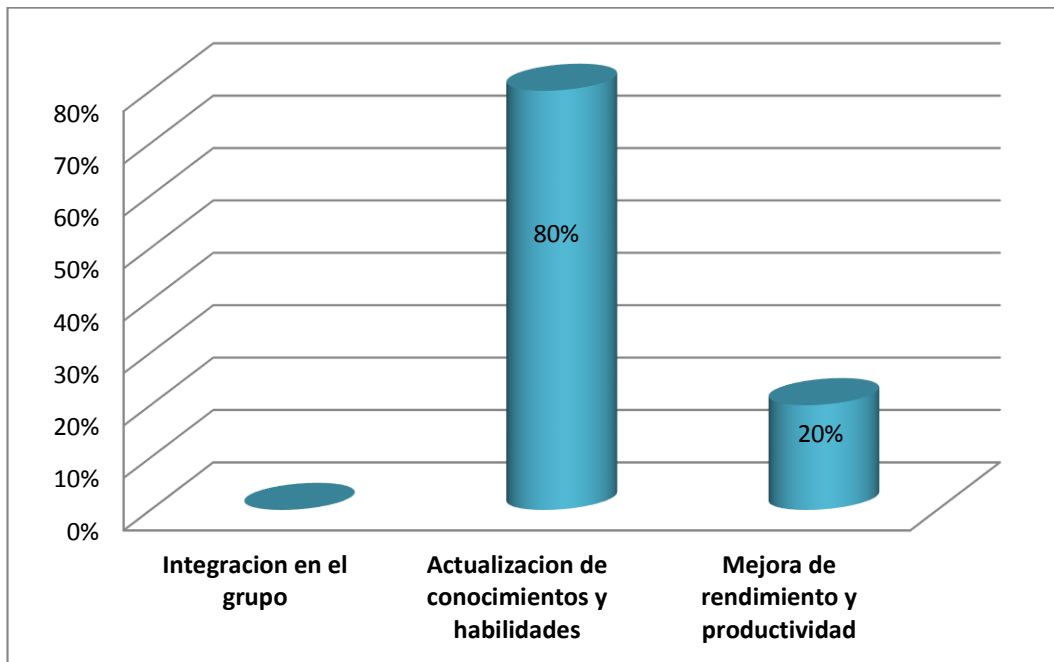


Gráfico 7.11. Que tema a tratar en una capacitación es el más importante

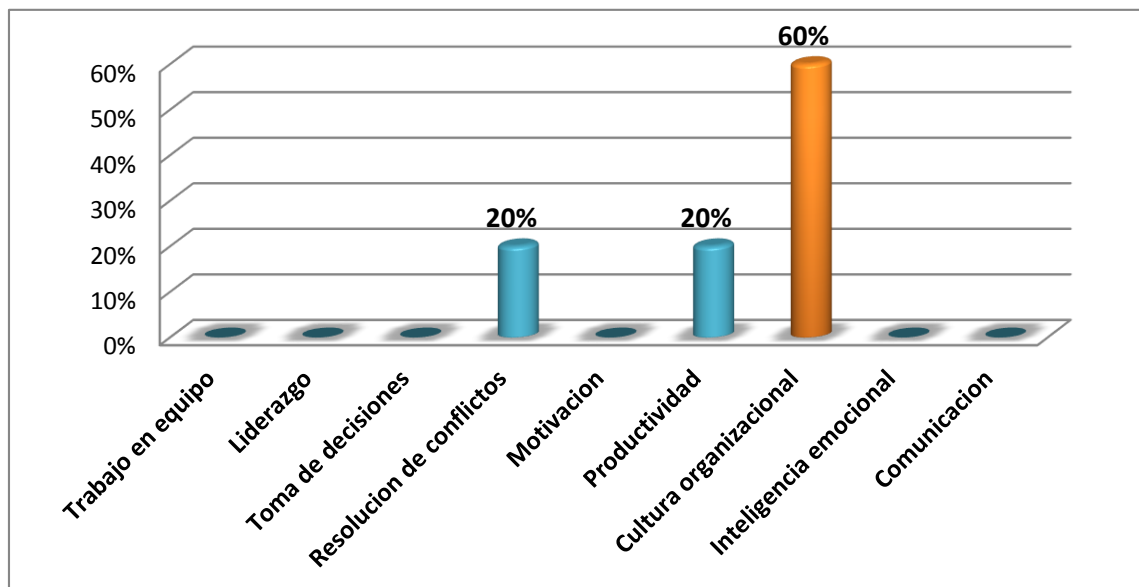
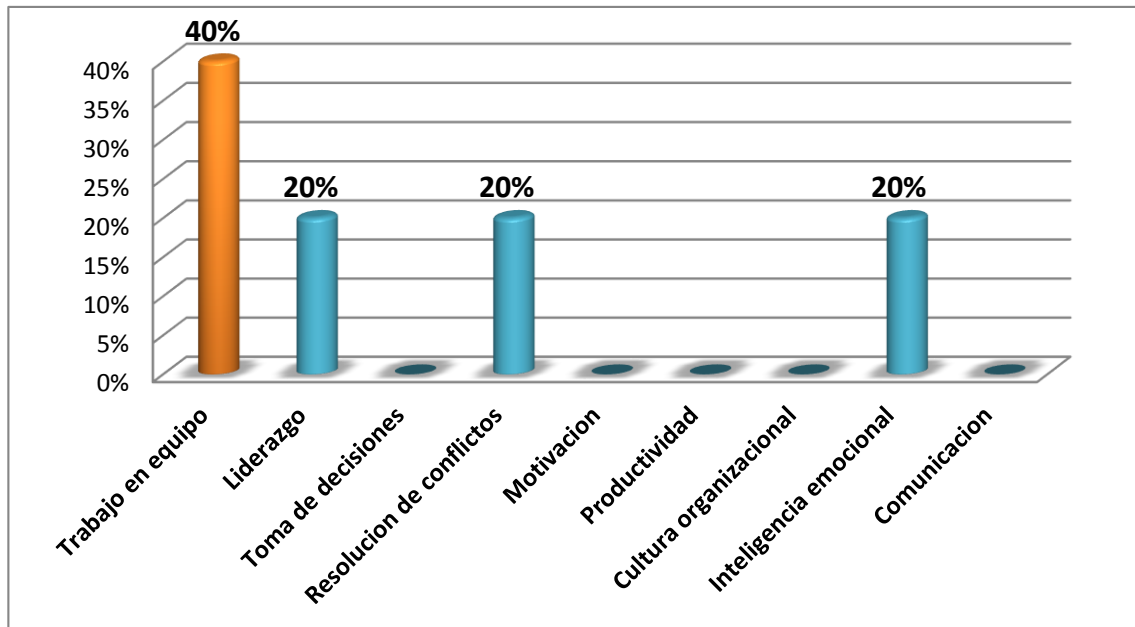


Gráfico 7.12. Que tema a tratar en una capacitación es el segundo importante



➤ **Sector financiero en la ciudad de Chiclayo**

Gráfico 7.13. Tamaño de las empresas de Chiclayo

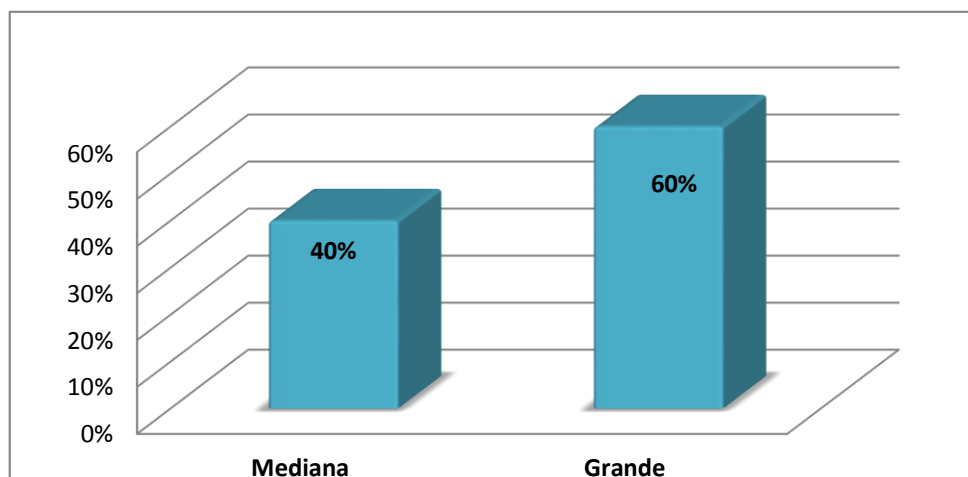


Gráfico 7.14. Edades de los trabajadores

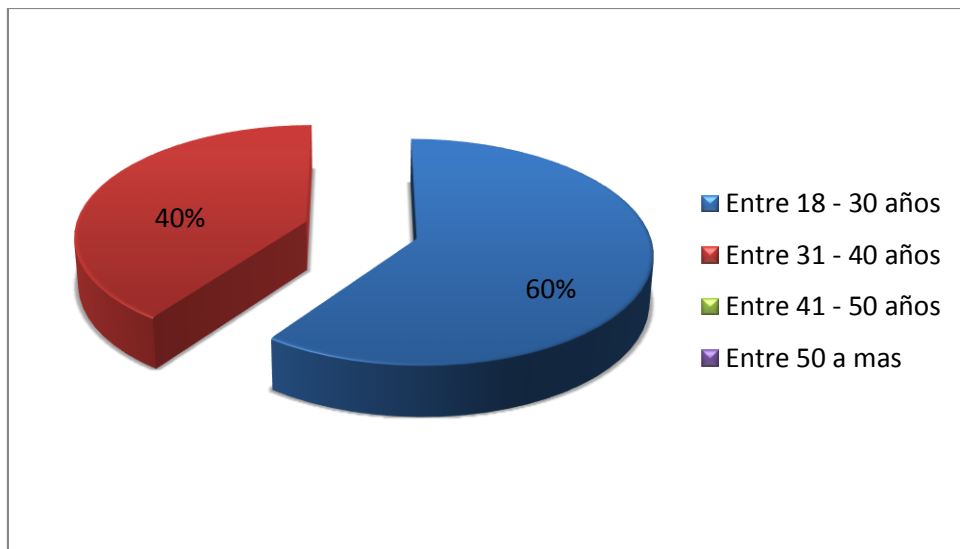


Gráfico 7.15. Dificultades en las empresas de Chiclayo

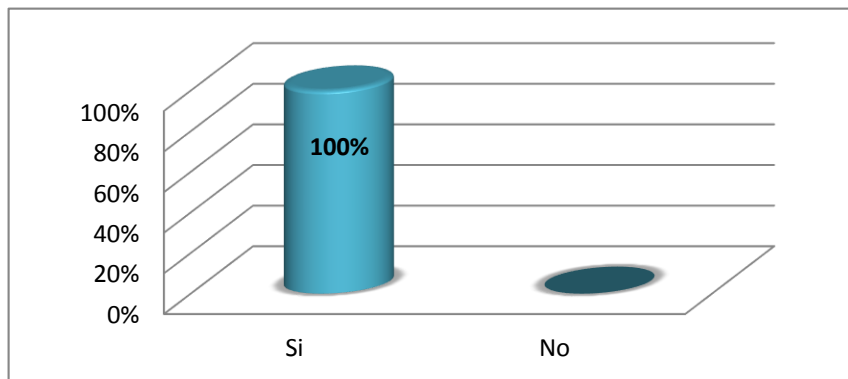


Gráfico 7.16. Acciones para corregir el tema

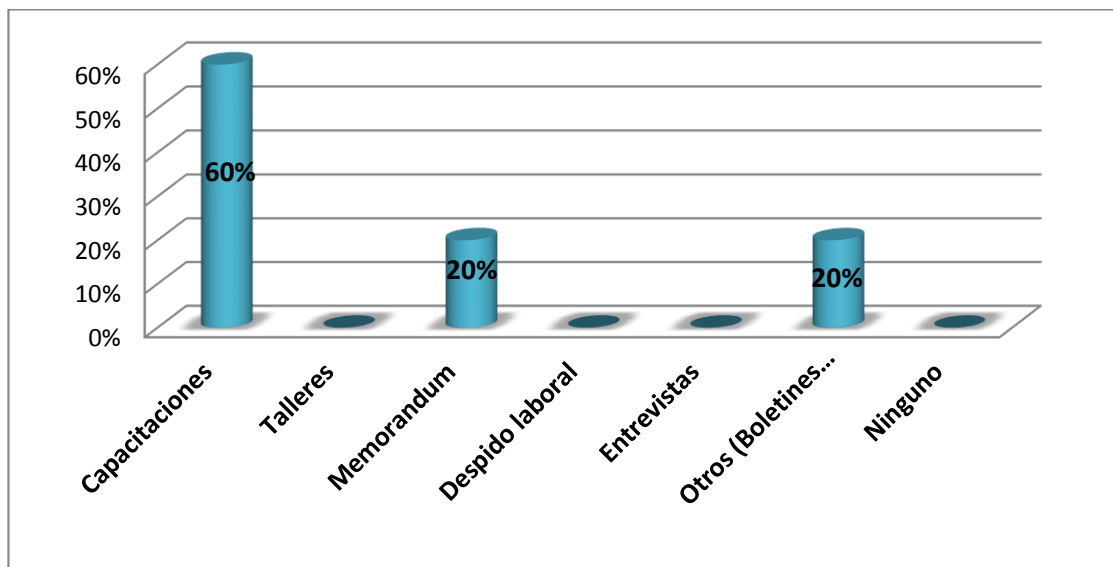


Gráfico 7.17. Las empresas realizan capacitaciones

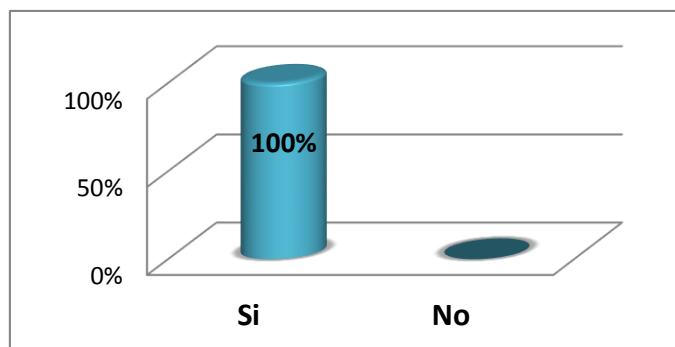


Gráfico 7.18. Ultima vez que invitaron a un especialista

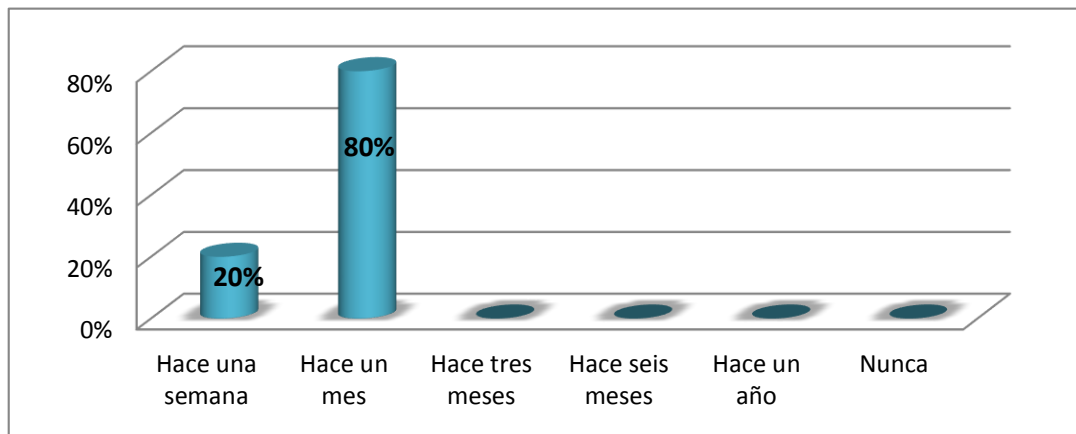


Gráfico 7.19. Tipo de capacitación que realiza en la empresa

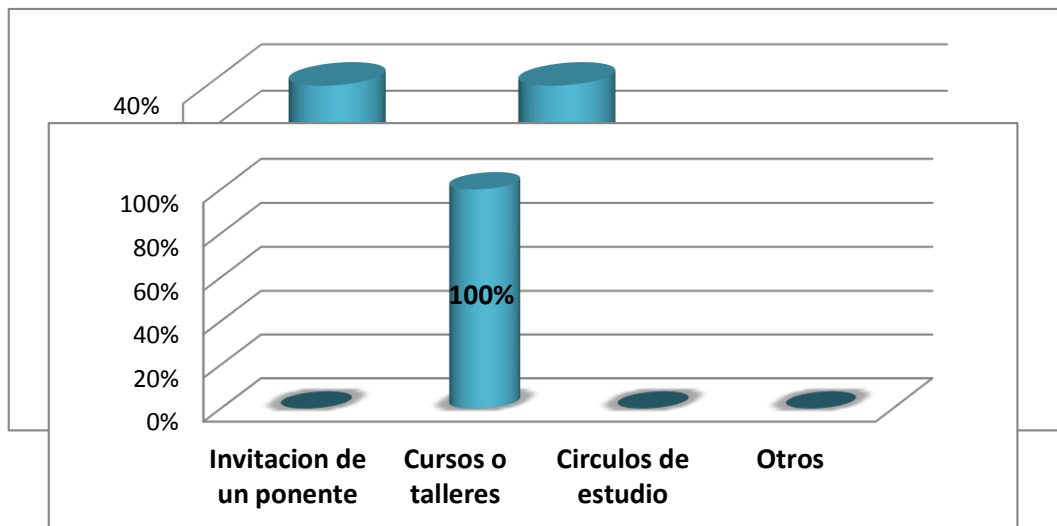
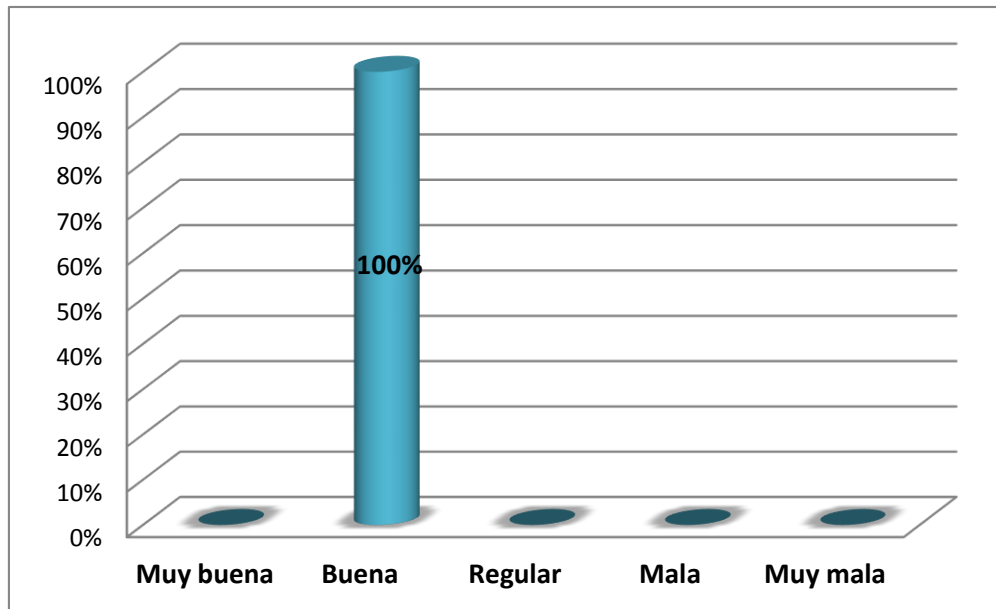


Gráfico 7.20. De qué manera capacitan a sus trabajadores

Gráfico 7.21. Grado de satisfacción con las capacitaciones**Gráfico 7.22. Que esperan de una capacitación**

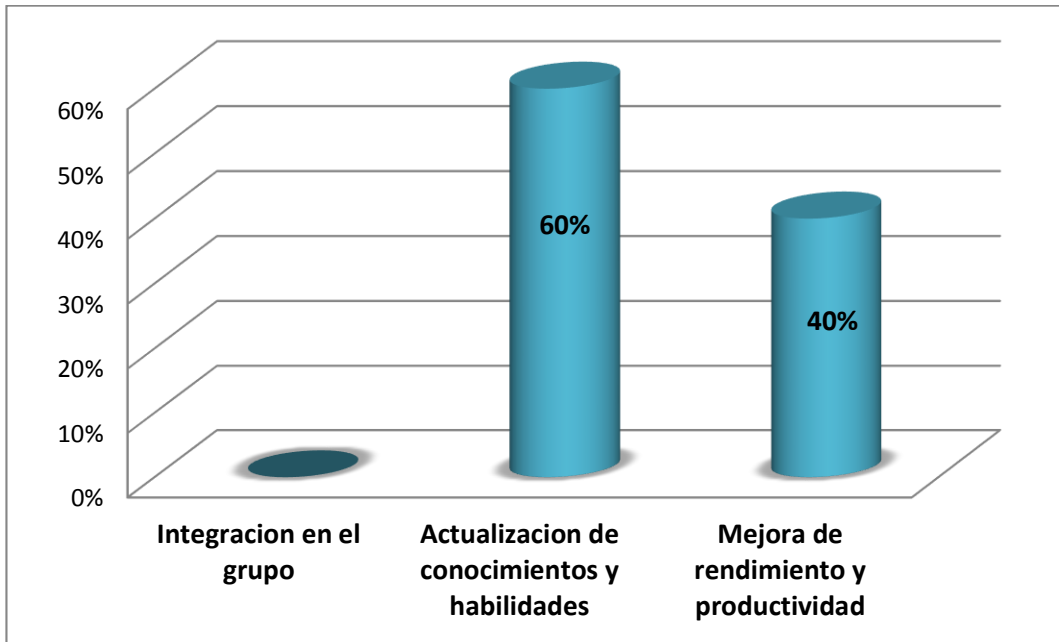


Gráfico 7.23. Que tema a tratar en una capacitación es el más importante

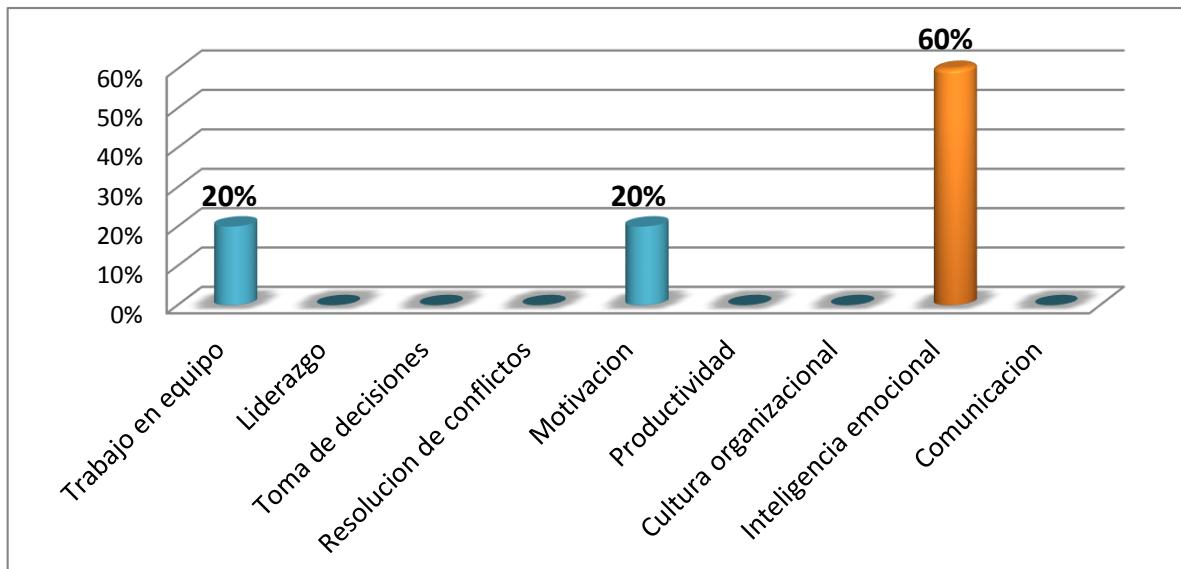
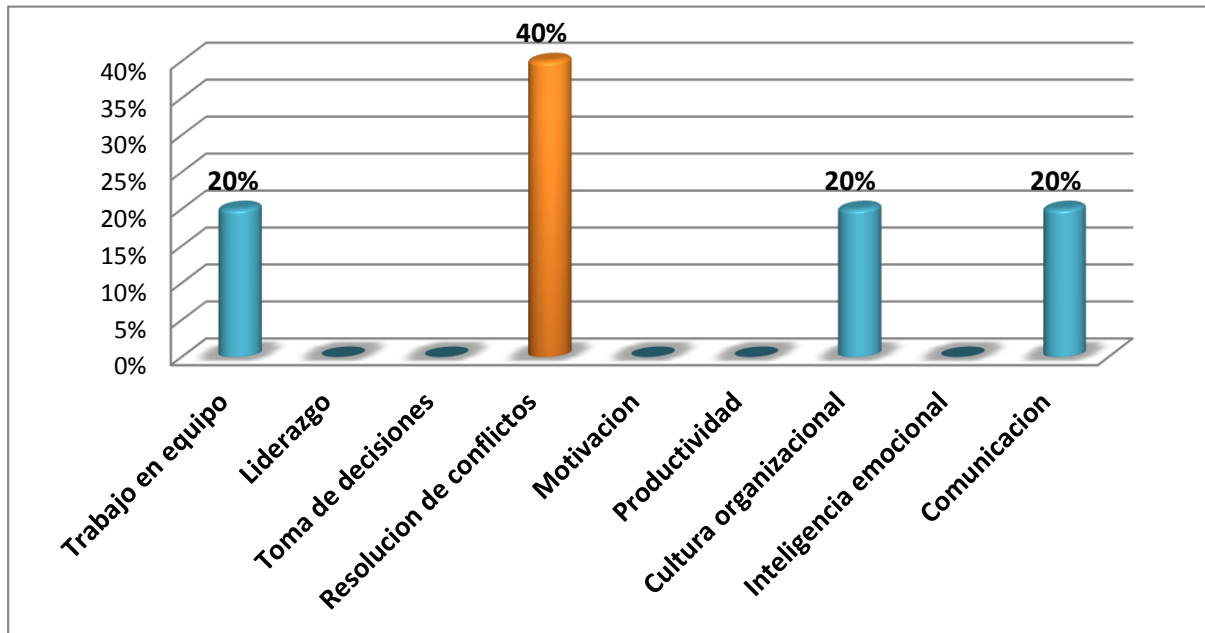


Gráfico 7.24. Que tema a tratar en una capacitación es el segundo importante



➤ **Sector industrial en la ciudad de Chiclayo**

Gráfico 7.25. Tamaño de las empresas en la ciudad de Chiclayo

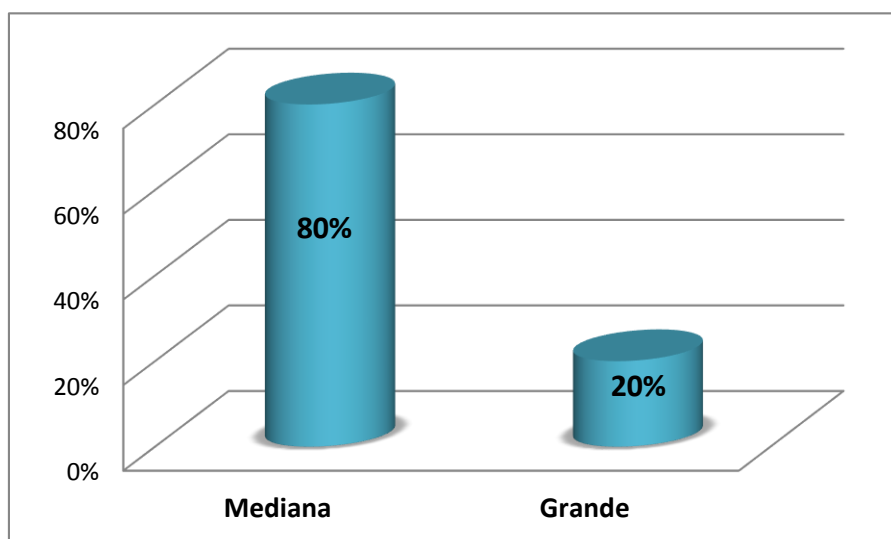
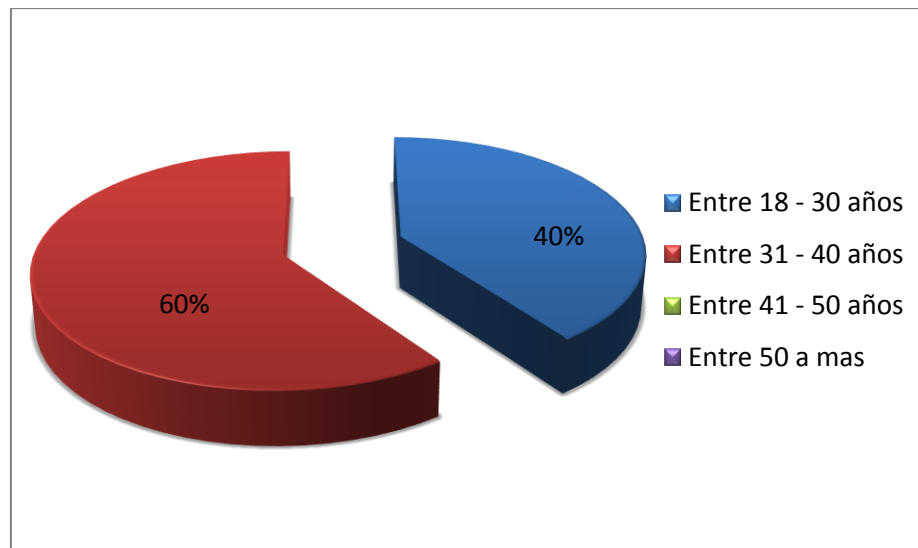
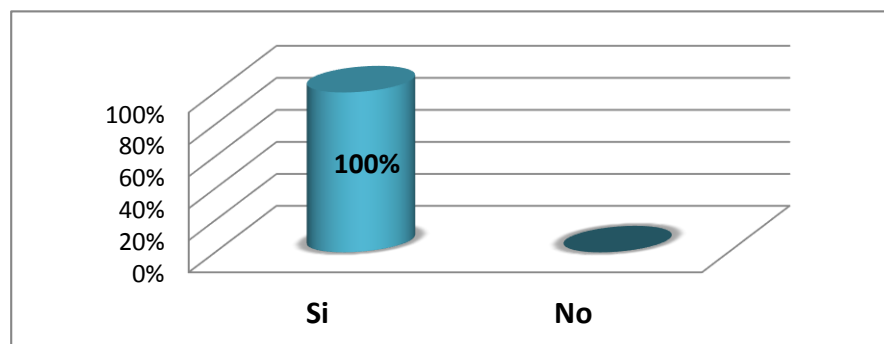


Gráfico 7.26. Edades de los trabajadores**Gráfico 7.27. Dificultades en las empresas de Chiclayo****Gráfico 7.28. Acciones para corregir el tema**

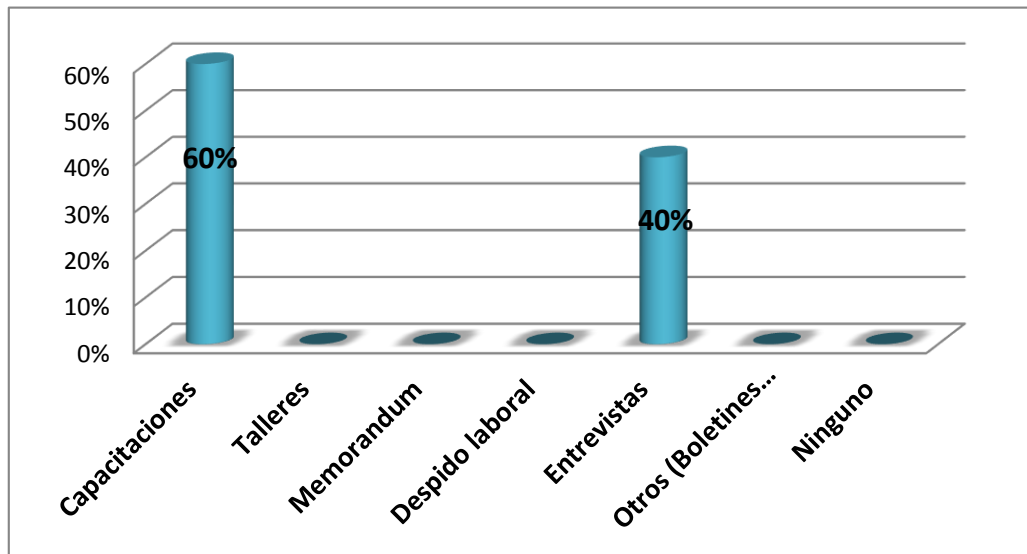


Gráfico 7.29. Las empresas realizan capacitaciones

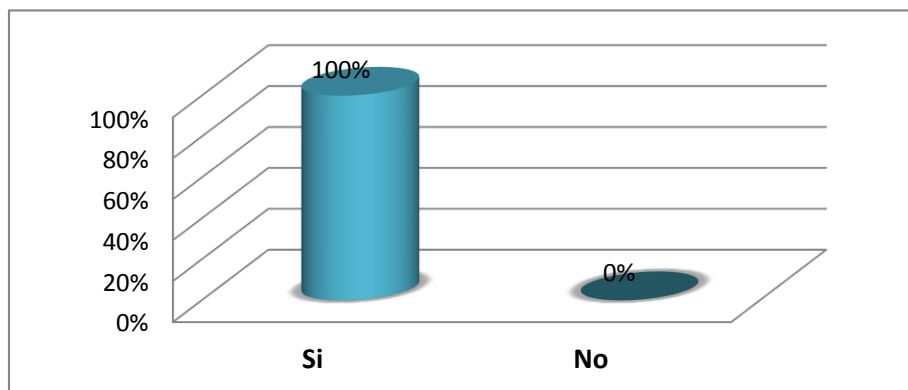


Gráfico 7.30. Última vez que invitaron a un especialista

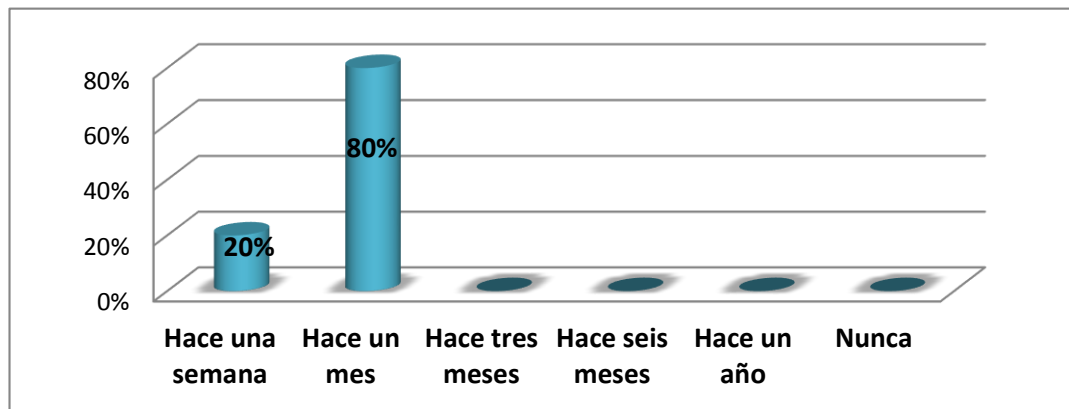


Gráfico 7.31. Tipo de capacitación que se realiza en la empresa

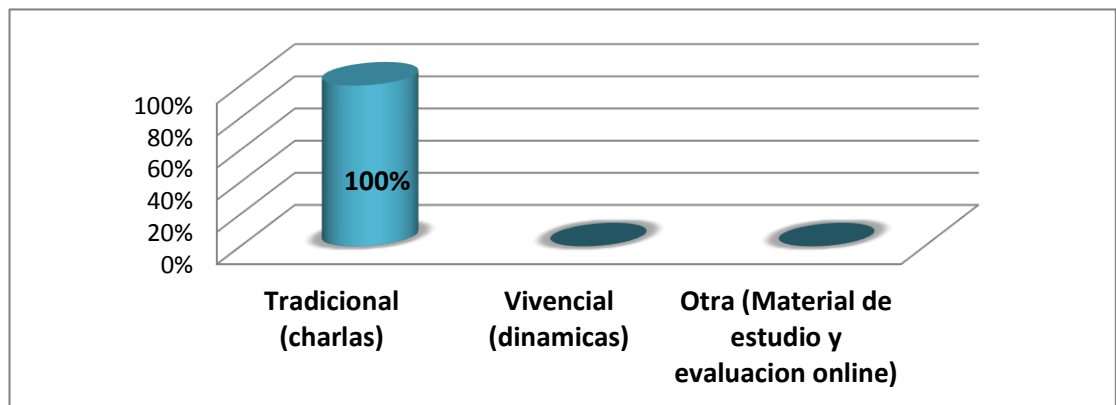


Gráfico 7.32. De qué manera capacitan a sus trabajadores

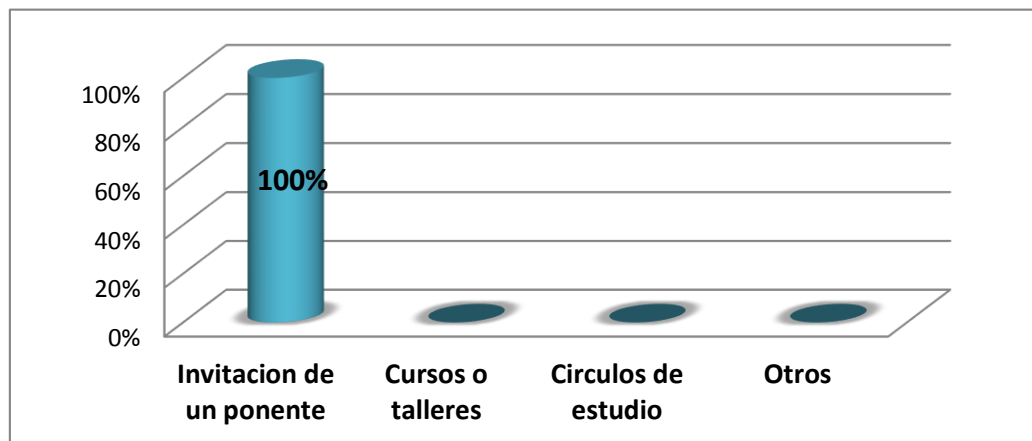


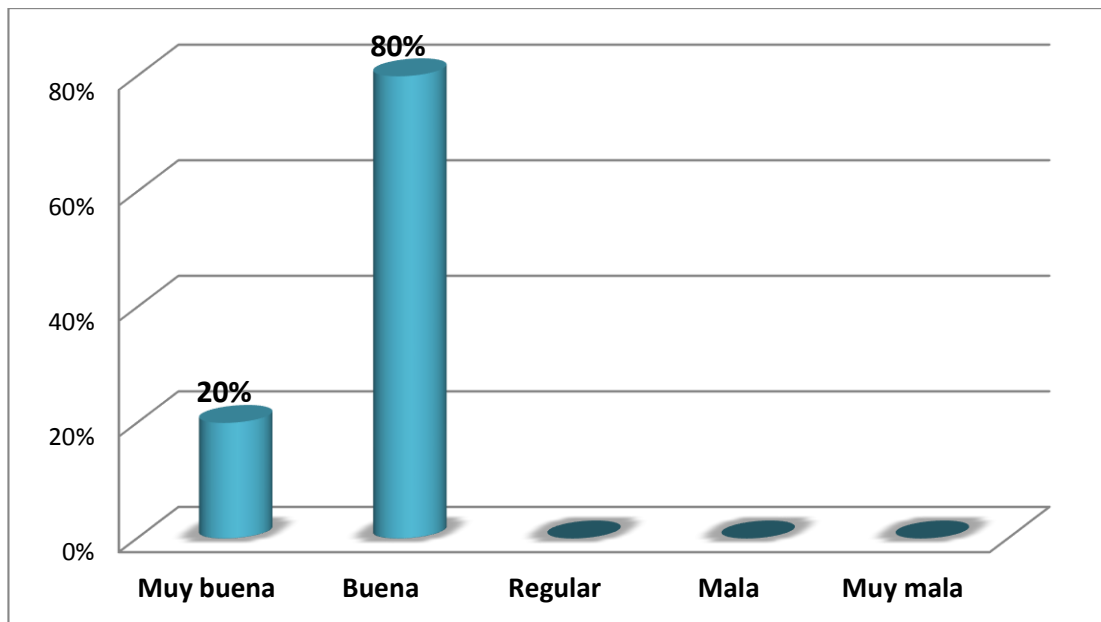
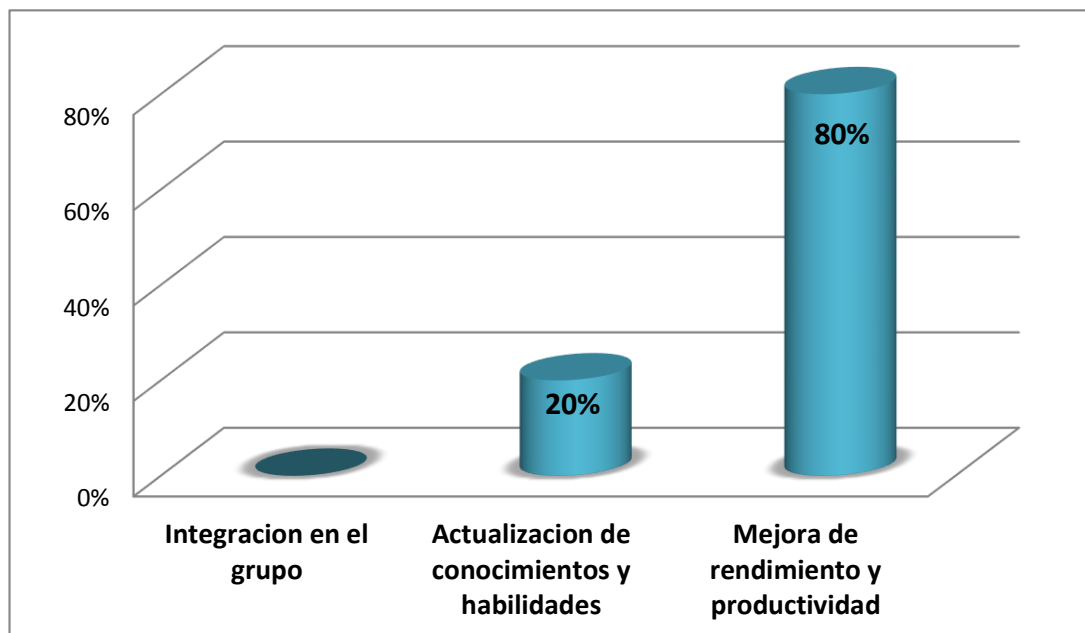
Gráfico 7.33. Grado de satisfacción con las capacitaciones**Gráfico 7.34. Que esperan las empresas de una capacitación**

Gráfico 7.35. Que tema a tratar en una capacitación es el más importante

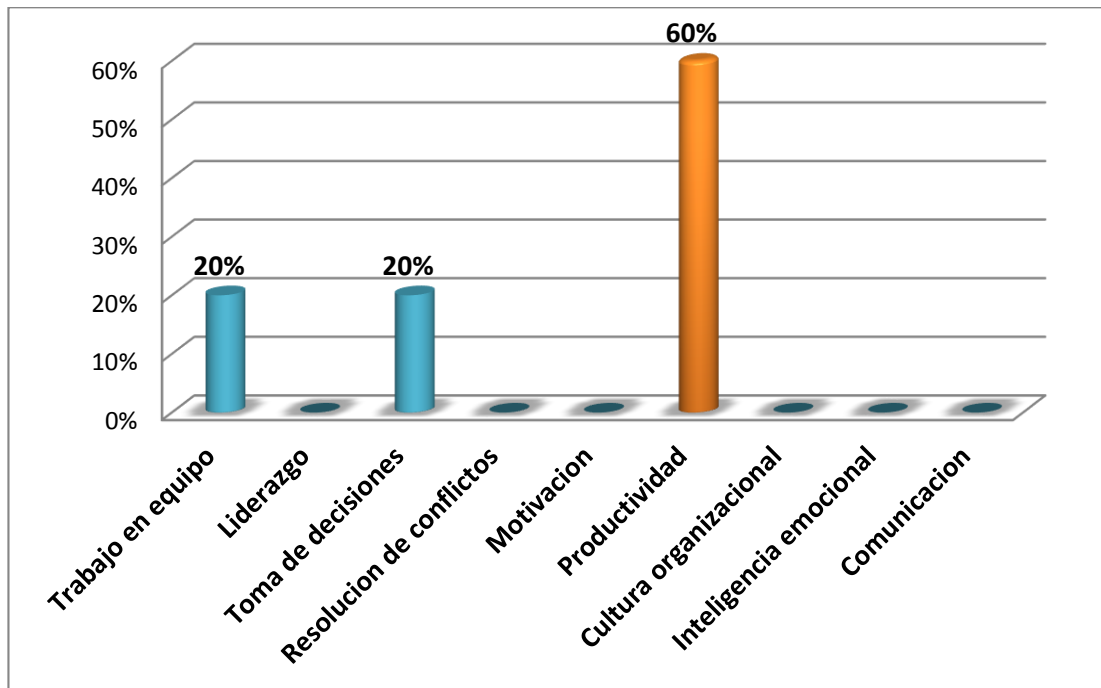
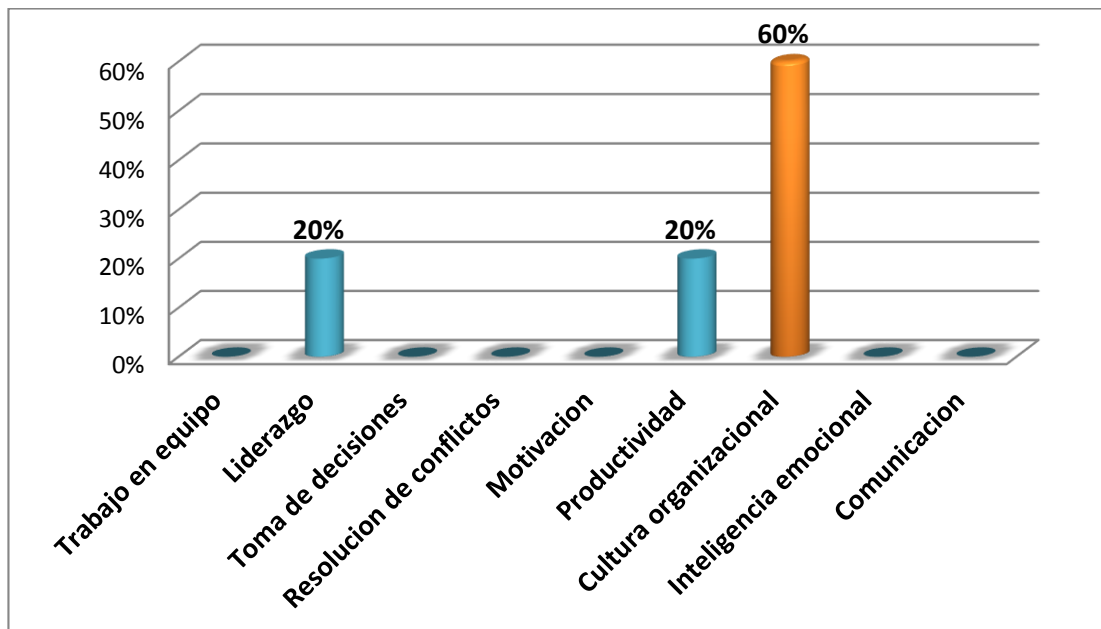


Gráfico 7.36. Que tema a tratar en una capacitación es el segundo importante



➤ **Sector Retail Construcción en la ciudad de Chiclayo**

Gráfico 7.37. Tamaño de las empresas en la ciudad de Chiclayo

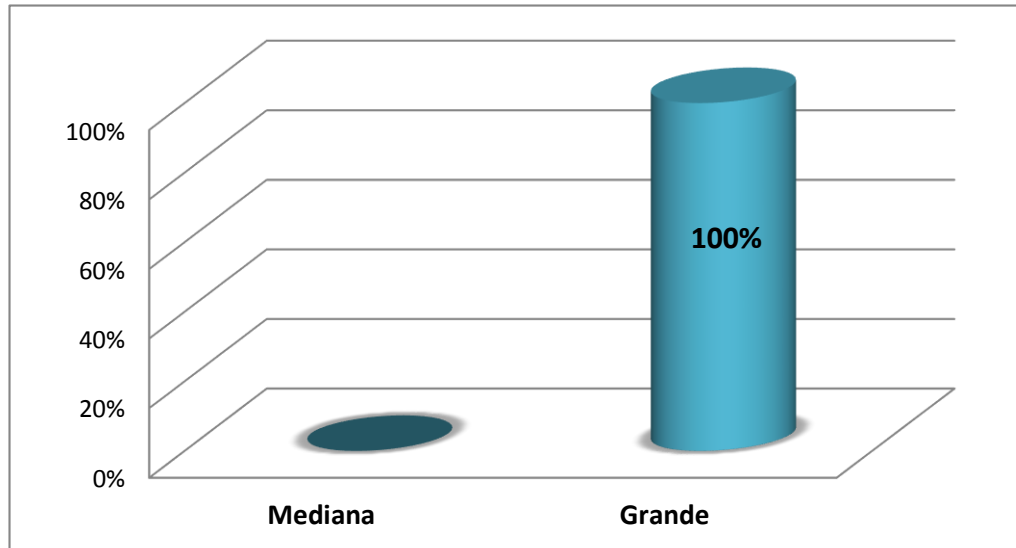


Gráfico 7.38. Edades de los trabajadores

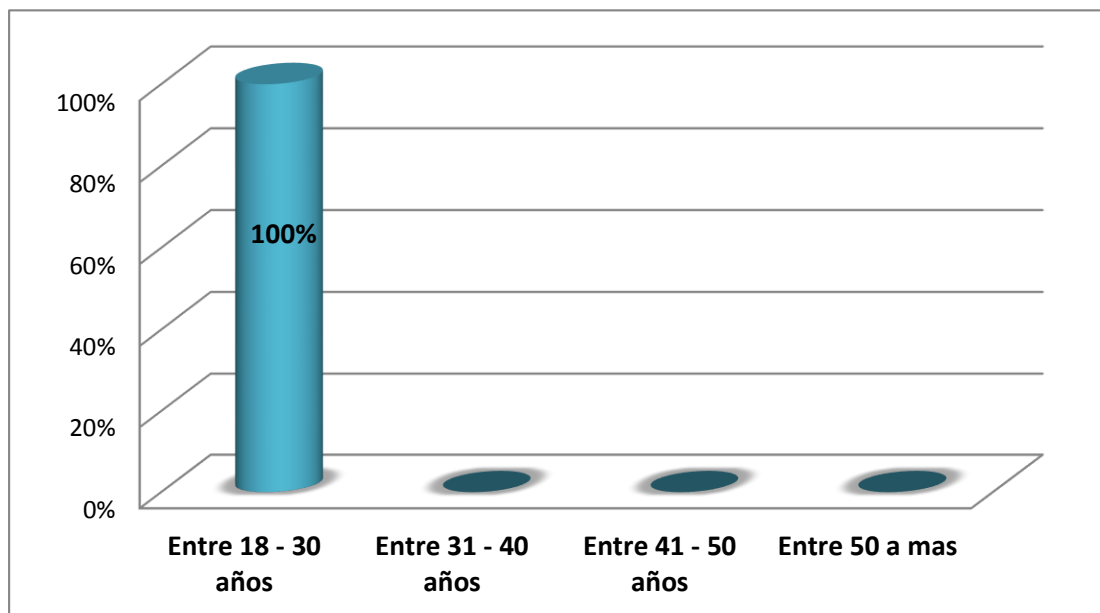


Gráfico 7.39. Dificultades en las empresas de Chiclayo

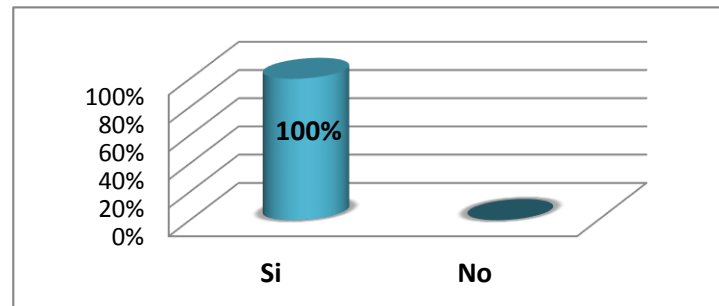


Gráfico 7.40. Acciones para corregir el tema

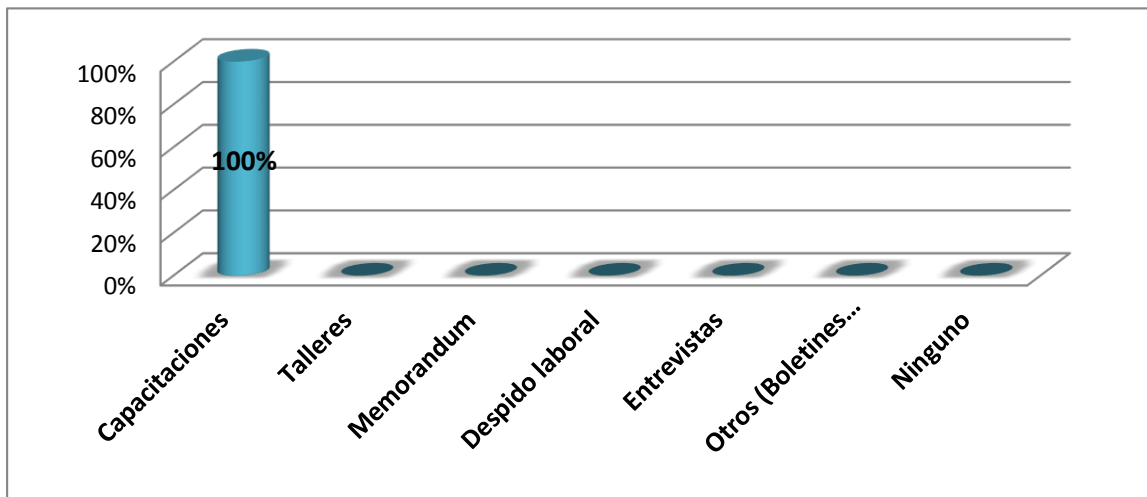


Gráfico 7.41. Las empresas realizan capacitaciones

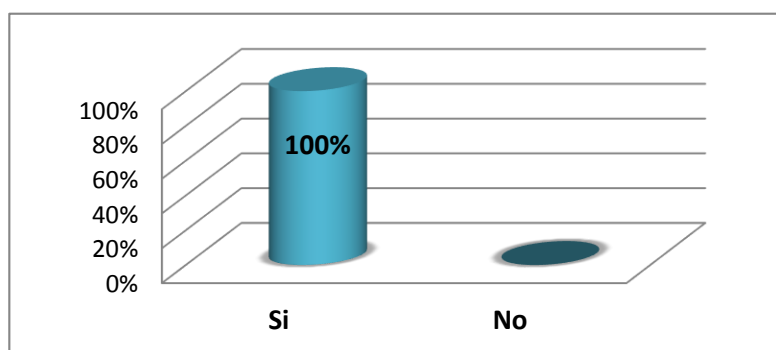


Gráfico 7.42. Ultima vez que invitaron a un especialista

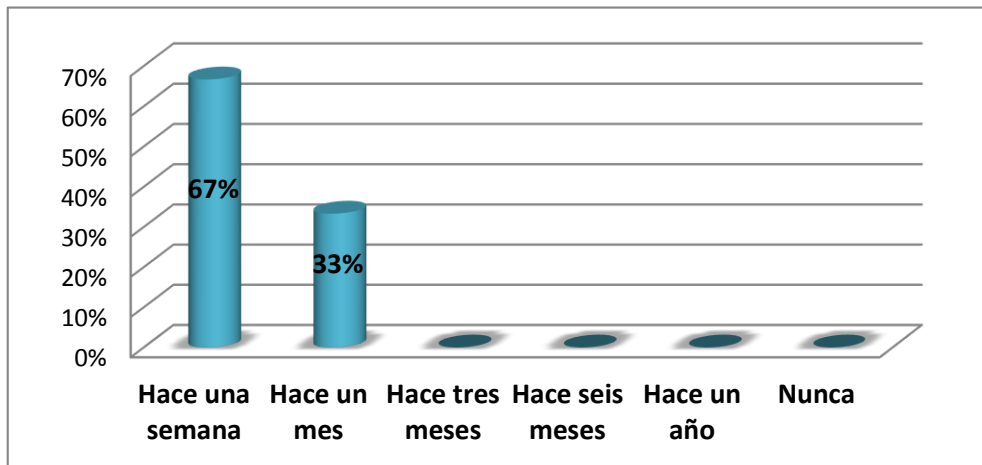


Gráfico 7.43. Tipo de capacitación que se realiza en la empresa

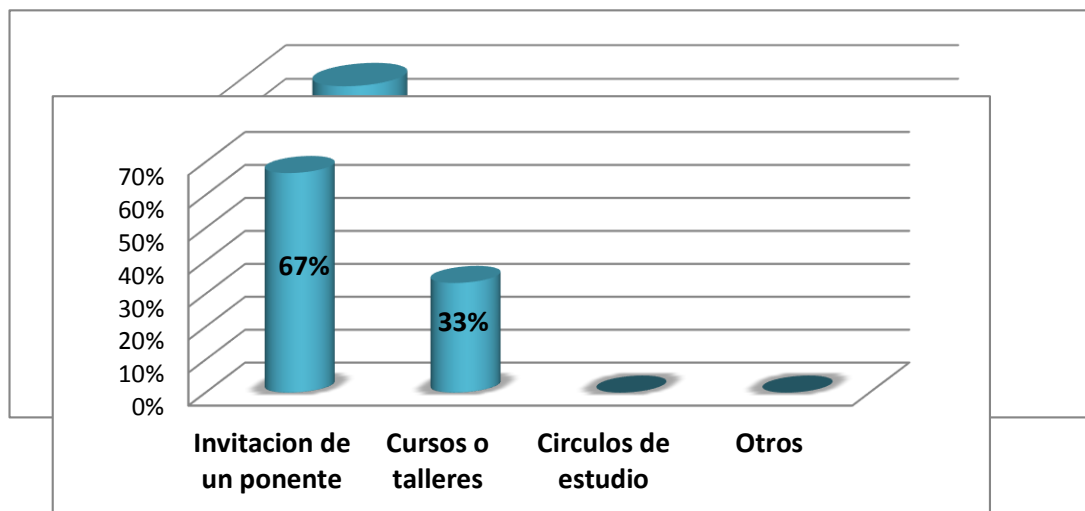


Gráfico 7.44. De qué manera capacitan a sus trabajadores

Gráfico 7.45. Grado de satisfacción con las capacitaciones

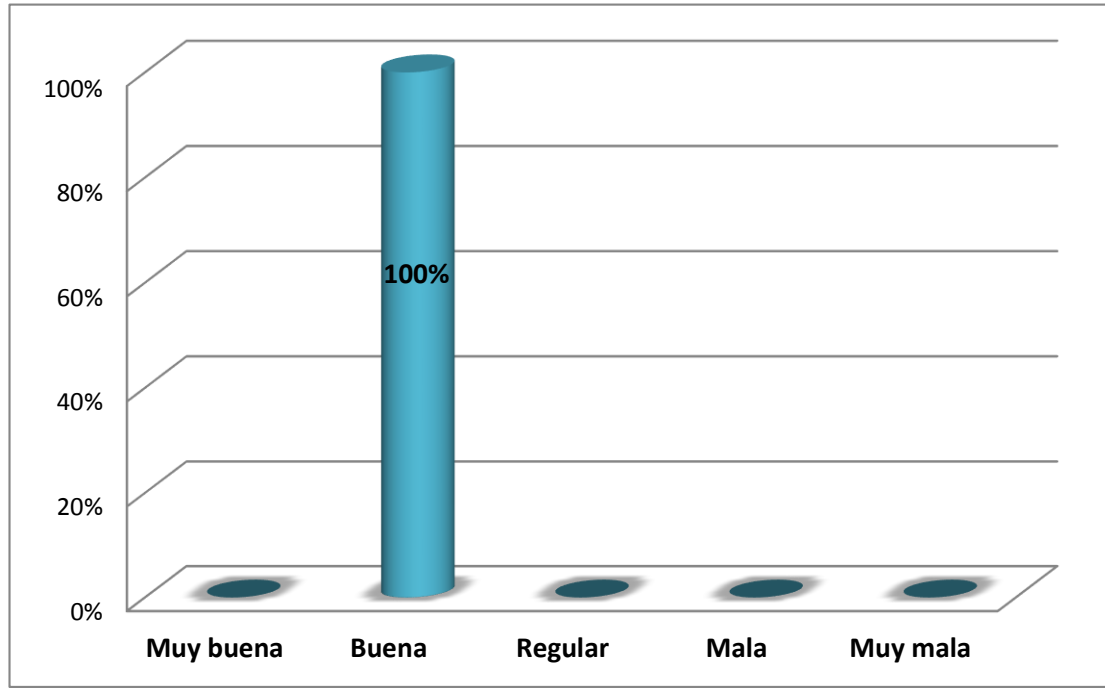


Gráfico 7.46. Que espera de una capacitación

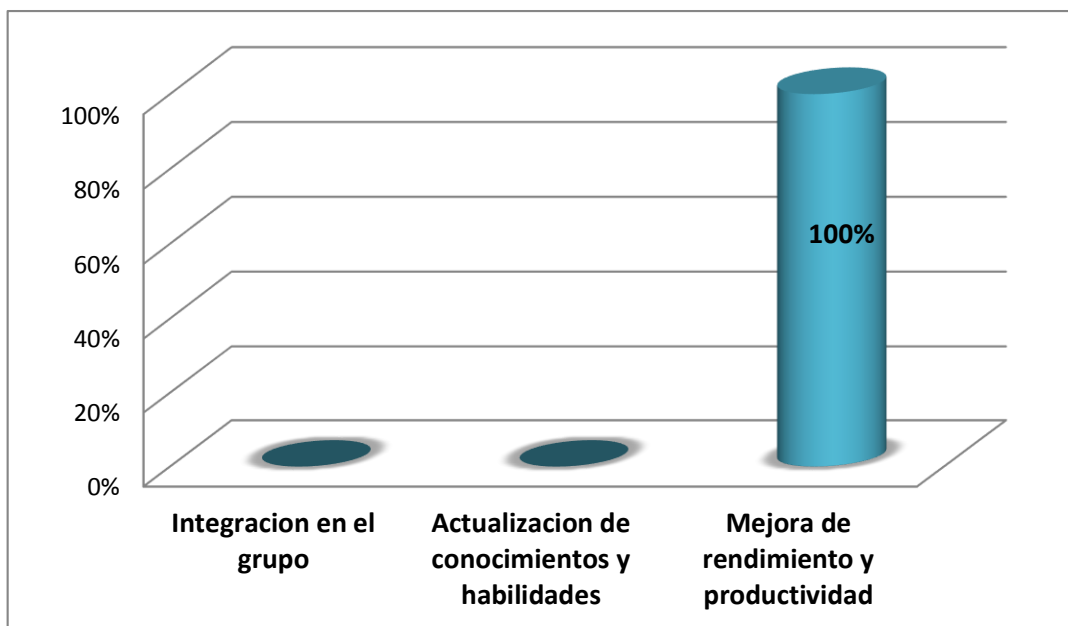


Gráfico 7.47. Que tema a tratar en una capacitación es el más importante

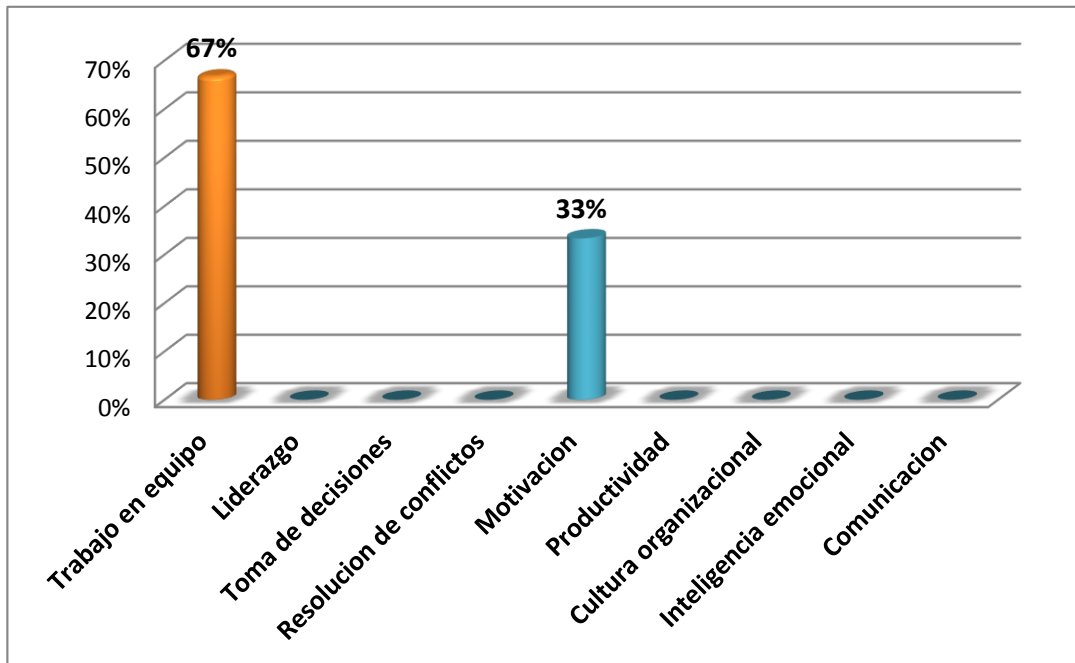
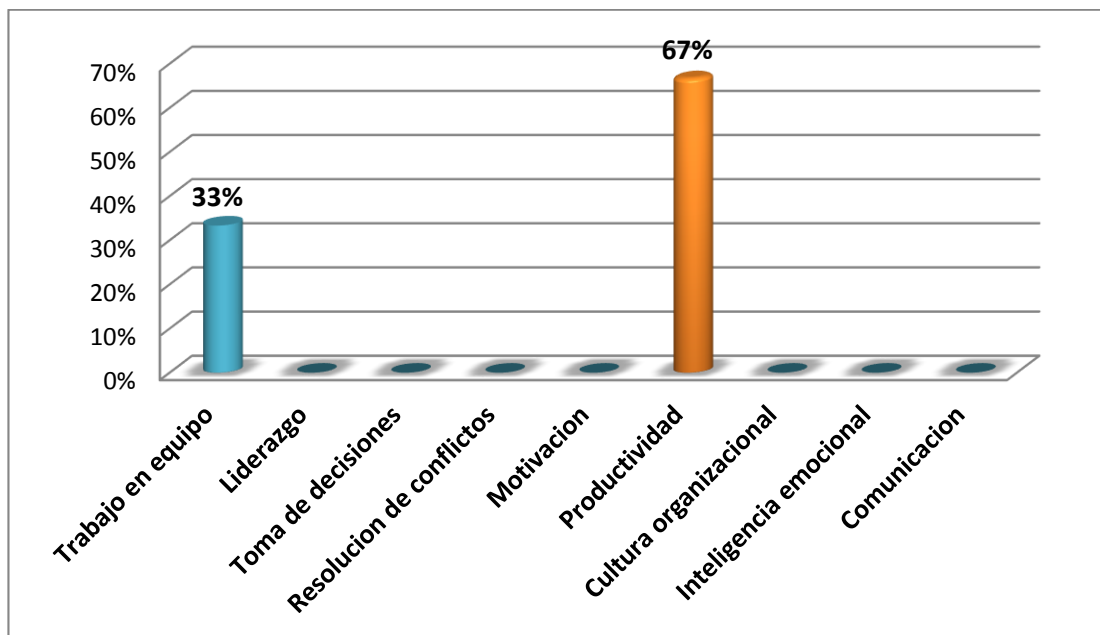


Gráfico 7.47. Que tema a tratar en una capacitación es el segundo importante



Anexo N°06

Resultados de las encuestas realizadas a las empresas de los diferentes sectores económicos de la ciudad de Piura.

➤ Sector educación superior en la ciudad de Piura

Gráfico 7.48. Tamaño de las empresas en la ciudad de Piura

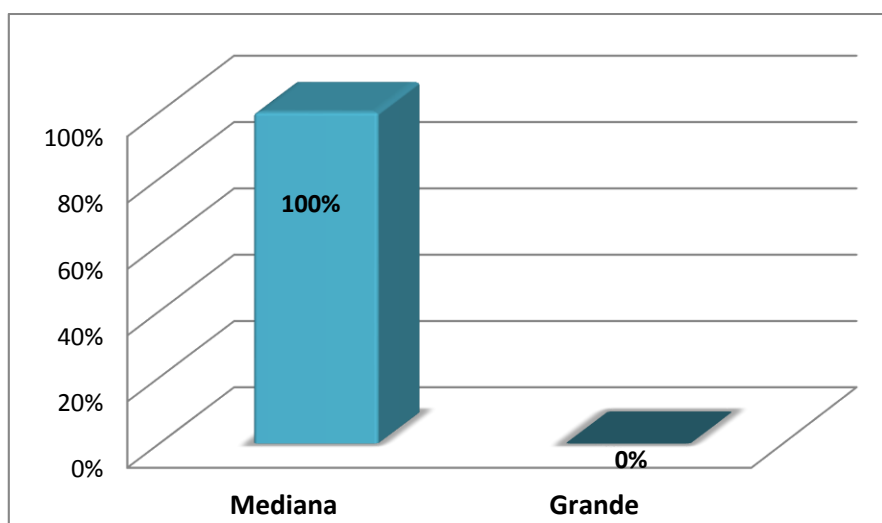


Gráfico 7.49. Edades de los trabajadores

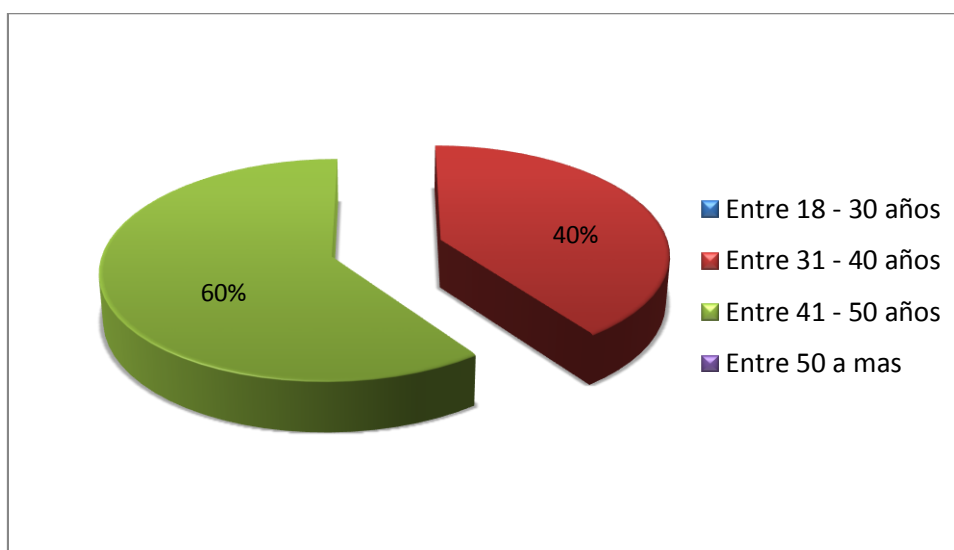


Gráfico 7.49. Dificultades en las empresas de Chiclayo

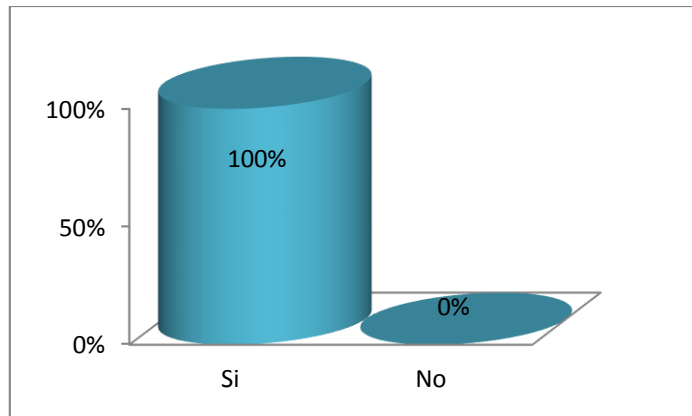


Gráfico 7.50. Acciones para corregir el tema

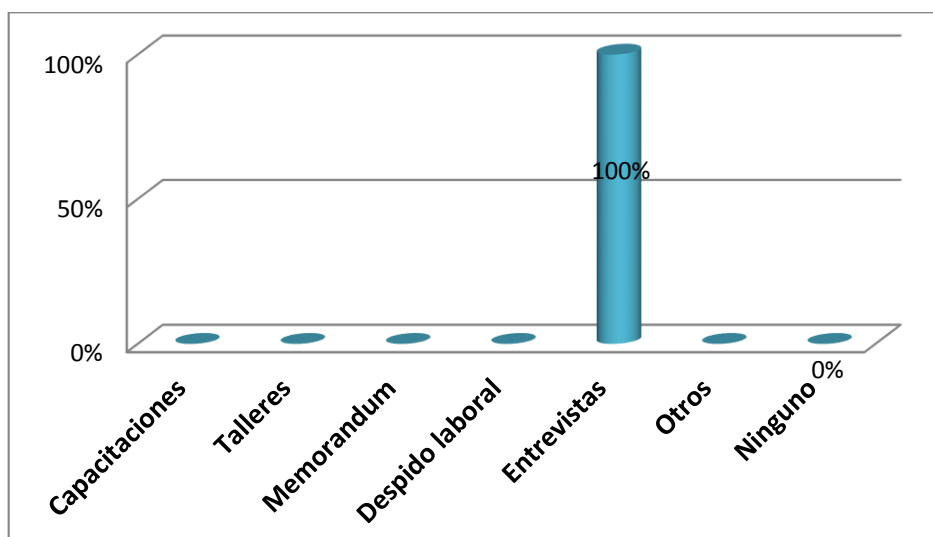


Gráfico 7.51. Las empresas realizan capacitaciones

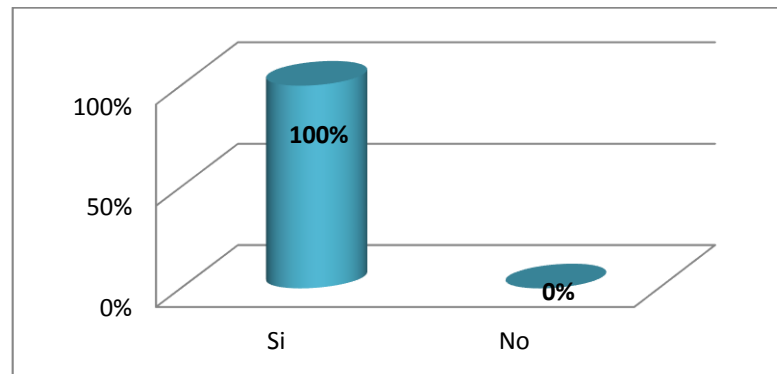


Gráfico 7.52. Última vez que invitaron a un especialista

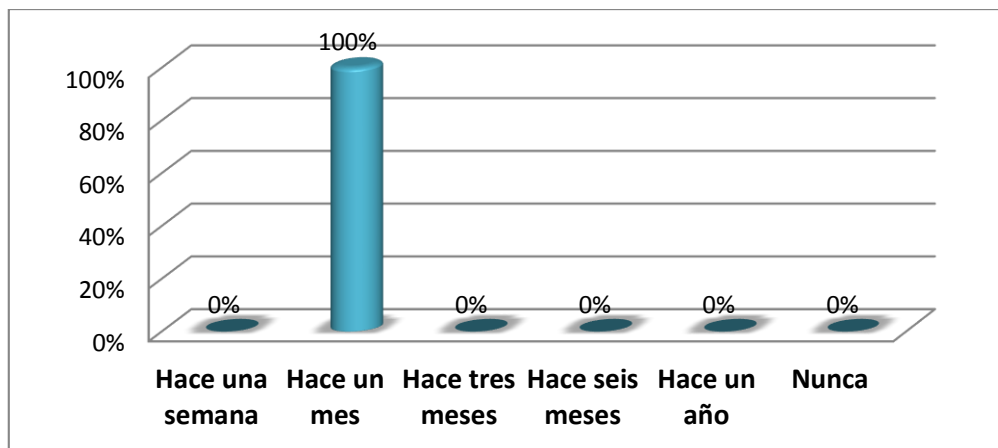


Gráfico 7.53. Tipo de capacitación que realizan las empresas

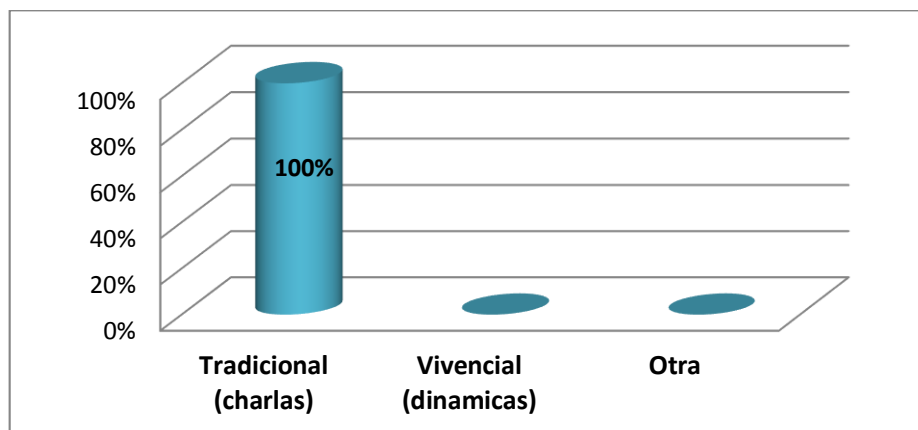


Gráfico 7.54. De qué manera capacitan a sus trabajadores

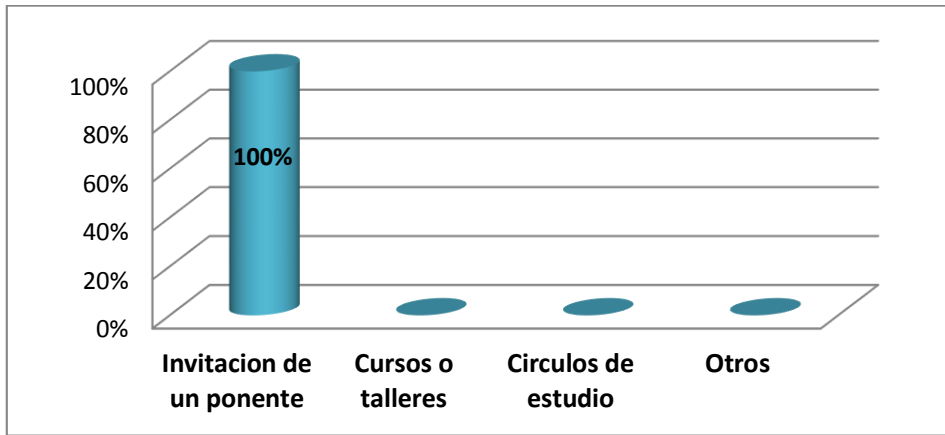


Gráfico 7.55. Grado de satisfacción con las capacitaciones

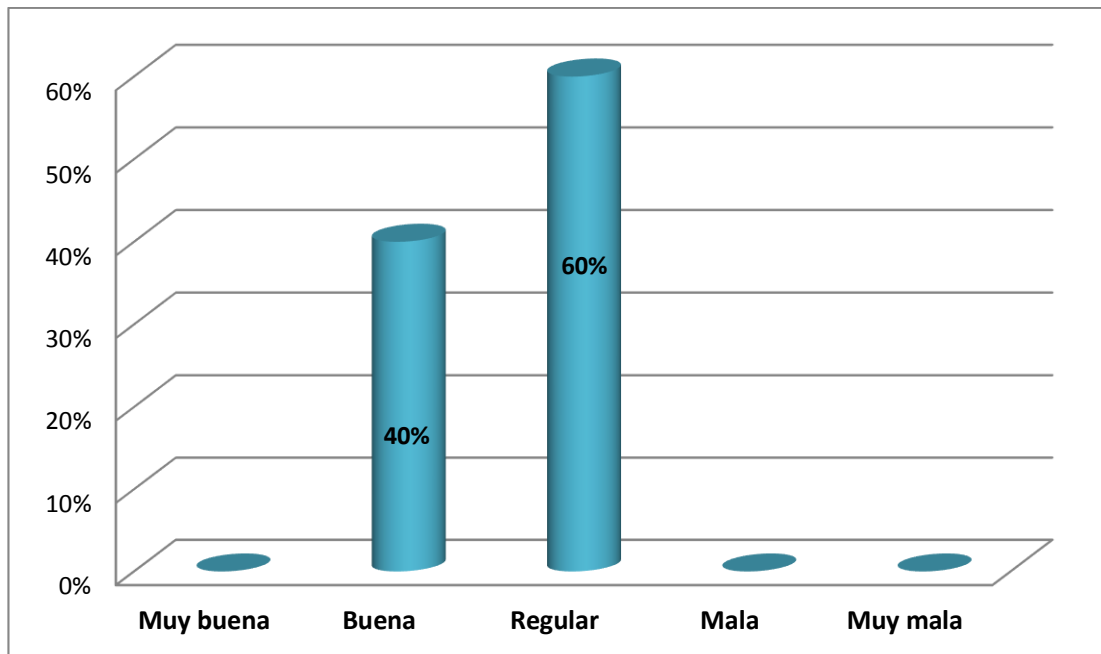


Gráfico 7.56. Que esperan de una capacitación

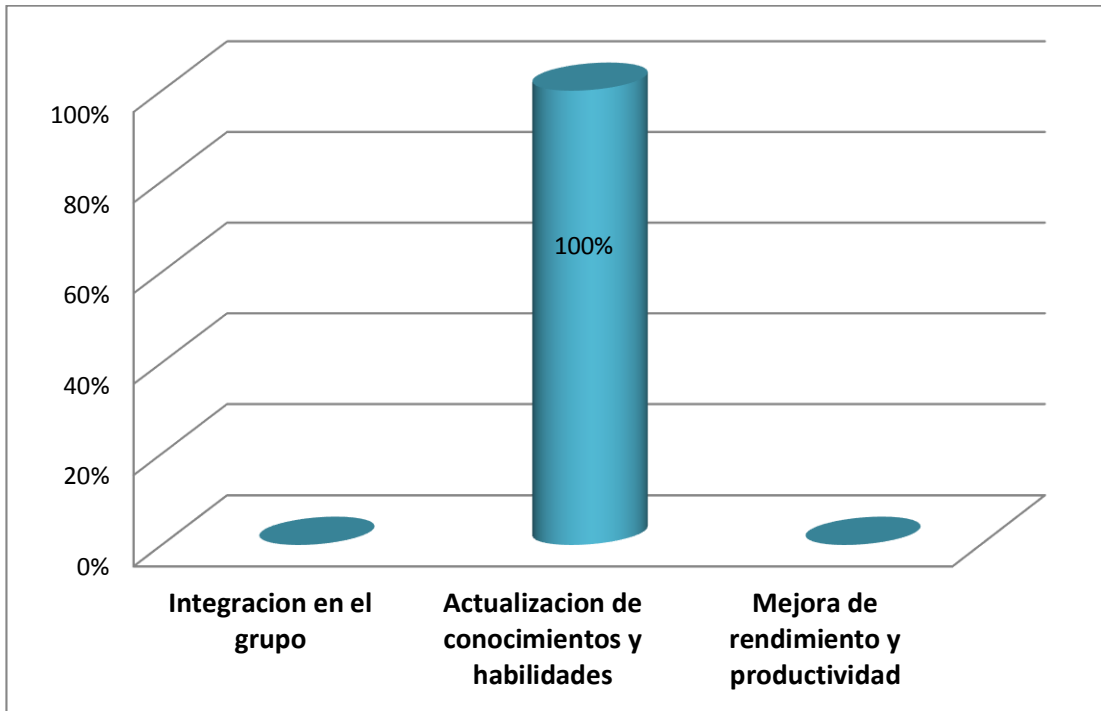


Gráfico 7.57. Que tema a tratar en una capacitación es el más importante

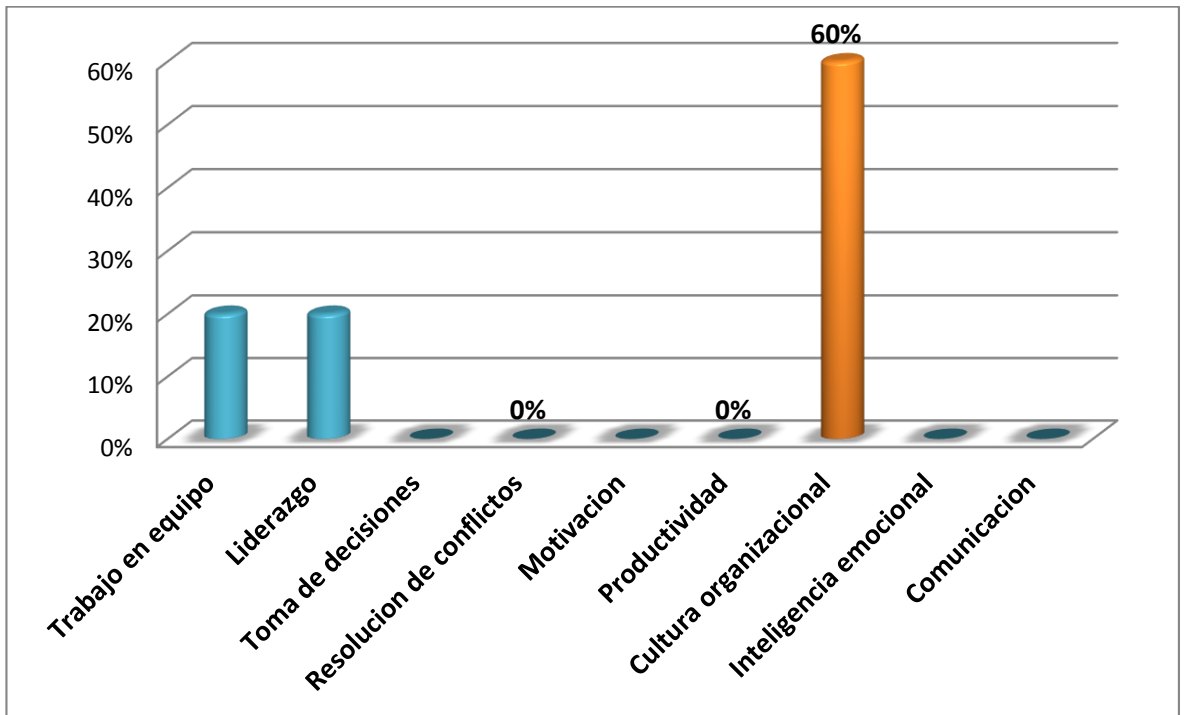
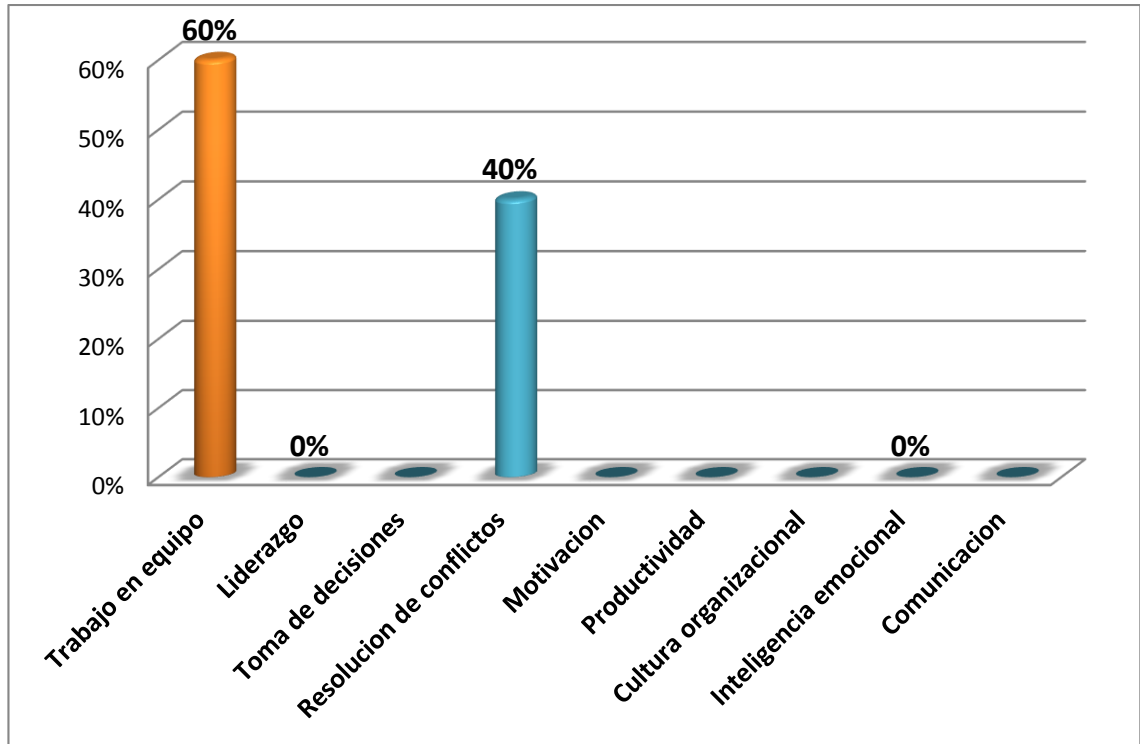


Gráfico 7.58. Que tema a tratar en una capacitación es el segundo más importante



➤ **Sector financiero en la ciudad de Piura**

Gráfico 7.59. Tamaño de las empresas en la ciudad de Piura

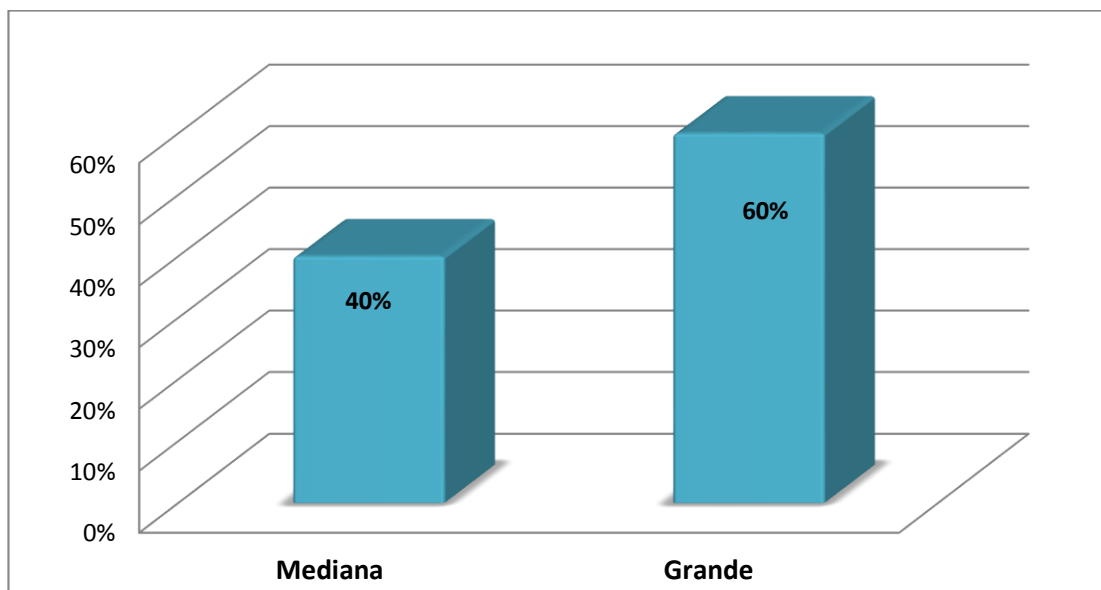
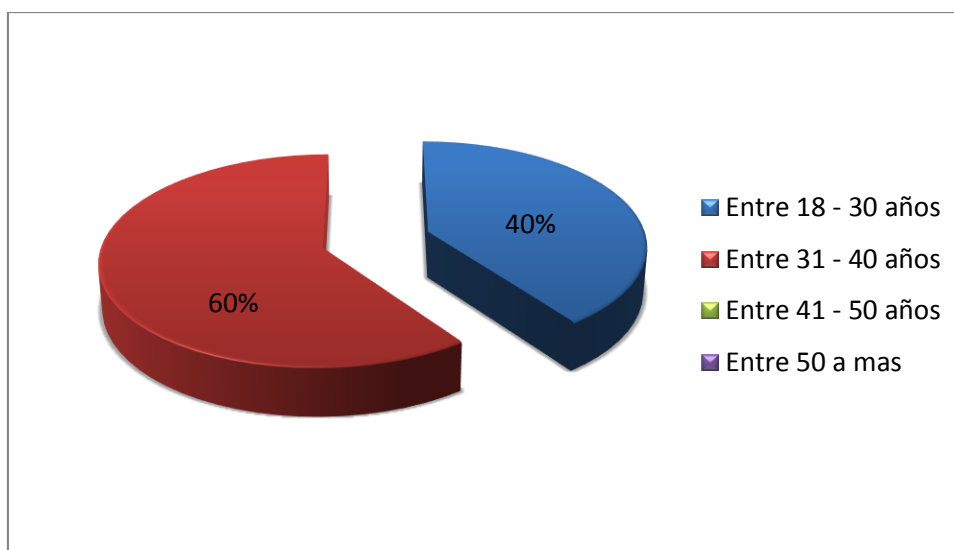
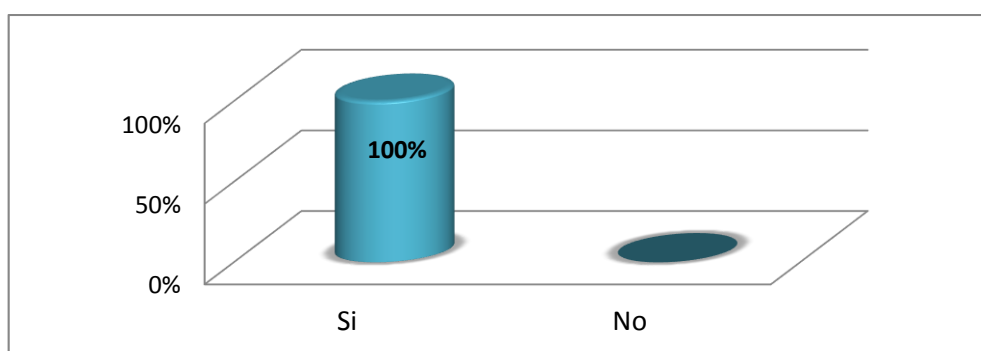


Gráfico 7.60. Edades de los trabajadores**Gráfico 7.61. Dificultades en las empresas de la ciudad de Piura****Gráfico 7.62. Acciones para corregir el tema**

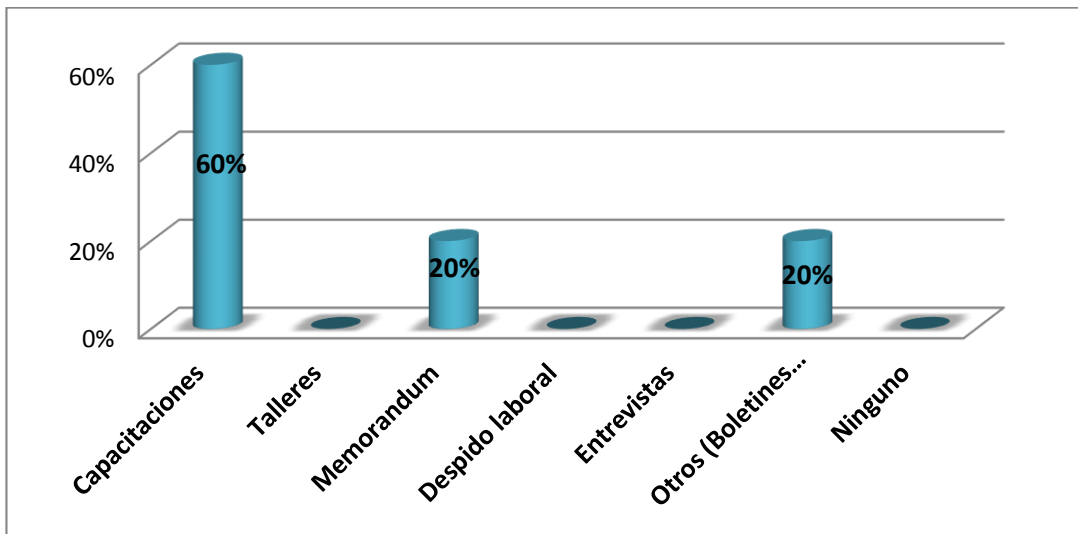


Gráfico 7.63. Las empresas realizan capacitaciones

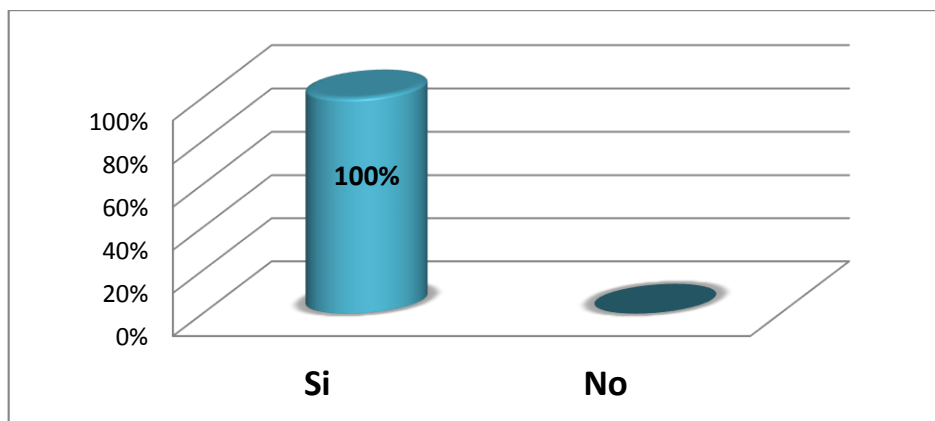


Gráfico 7.64. Ultima vez que invitaron a un especialista

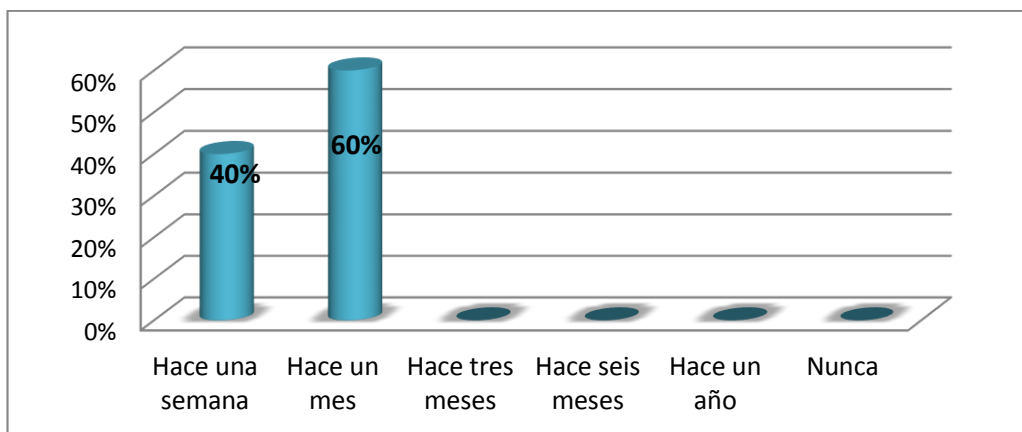
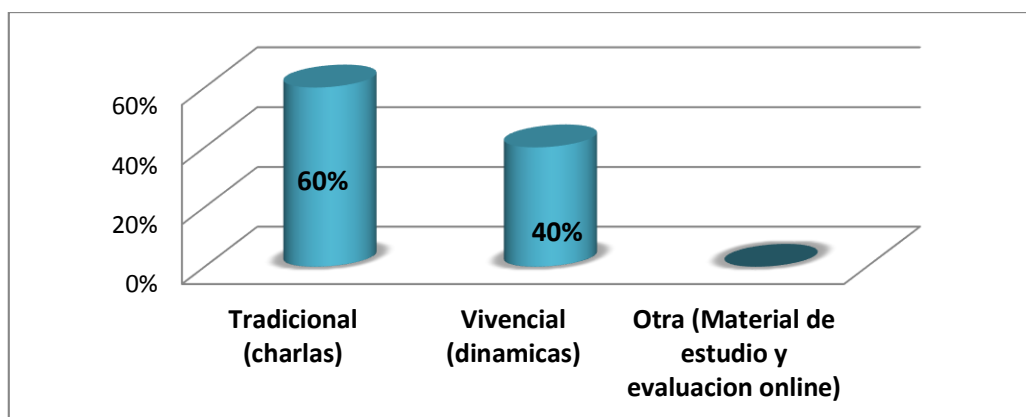
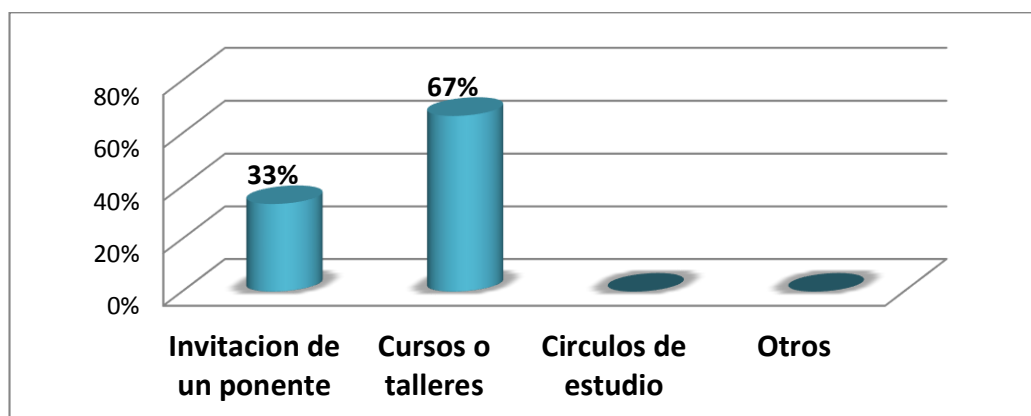


Gráfico 7.65. Tipo de capacitaciones que realizan**Gráfico 7.66. De qué manera capacitan a sus trabajadores****Gráfico 7.67. Grado de satisfacción con sus trabajadores**

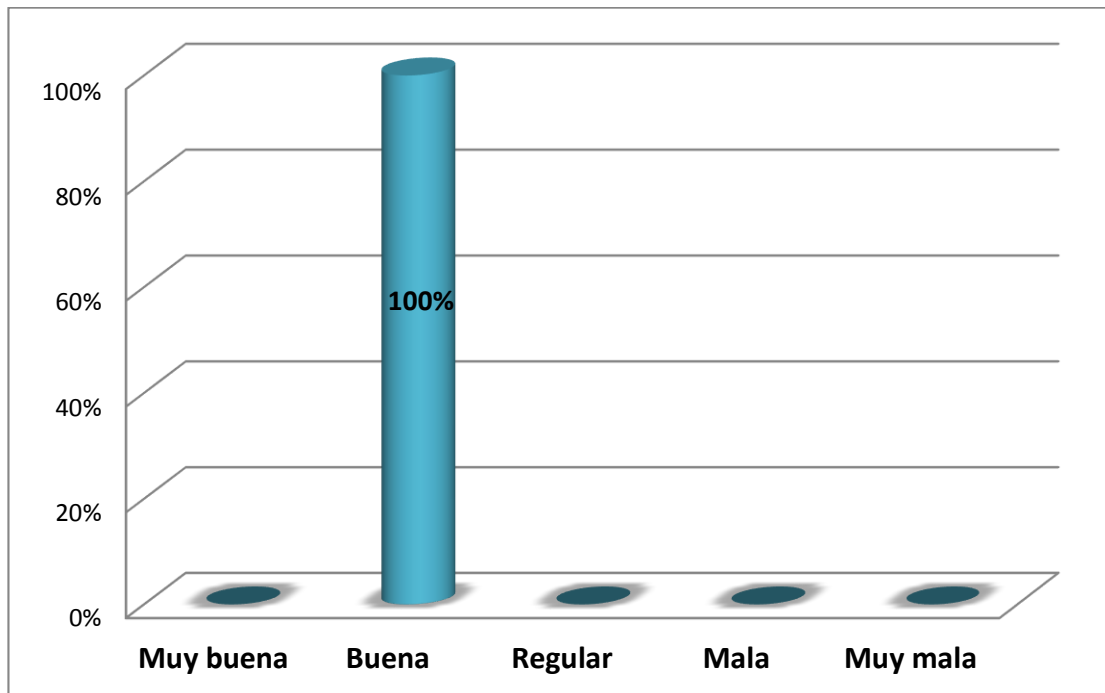


Gráfico 7.68. Que esperan de una capacitación

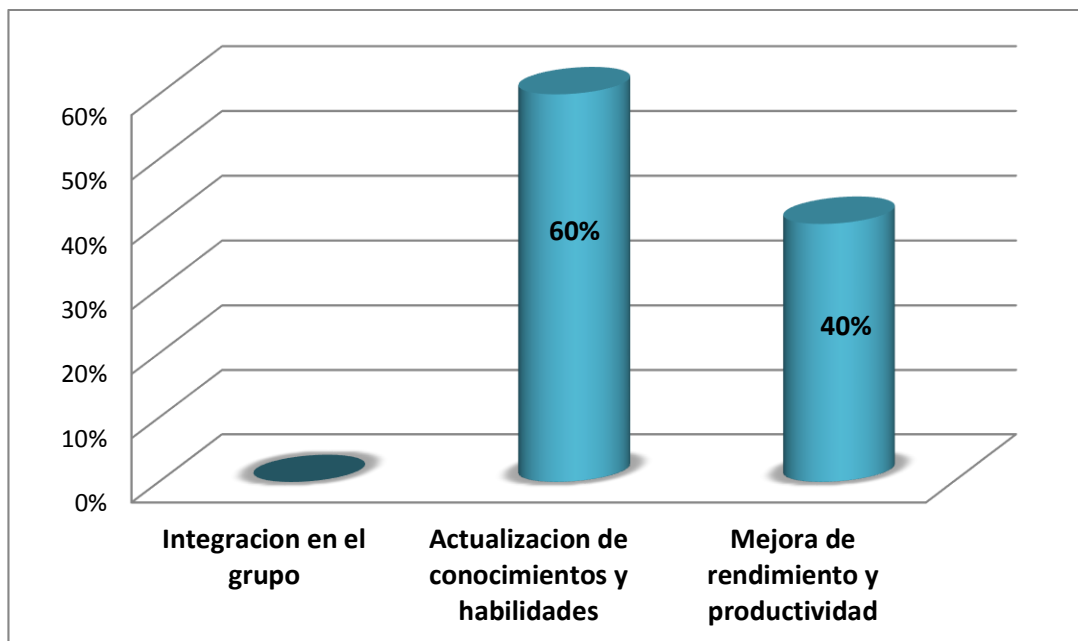


Gráfico 7.68. Que tema a tratar en una capacitación es el más importante

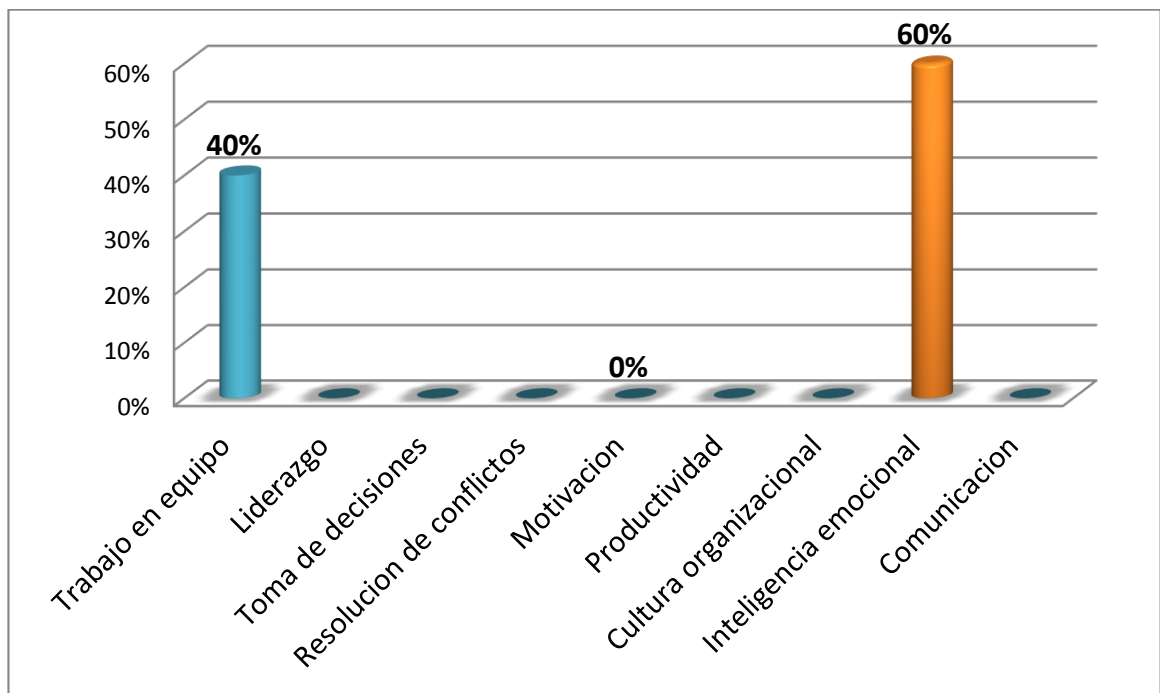
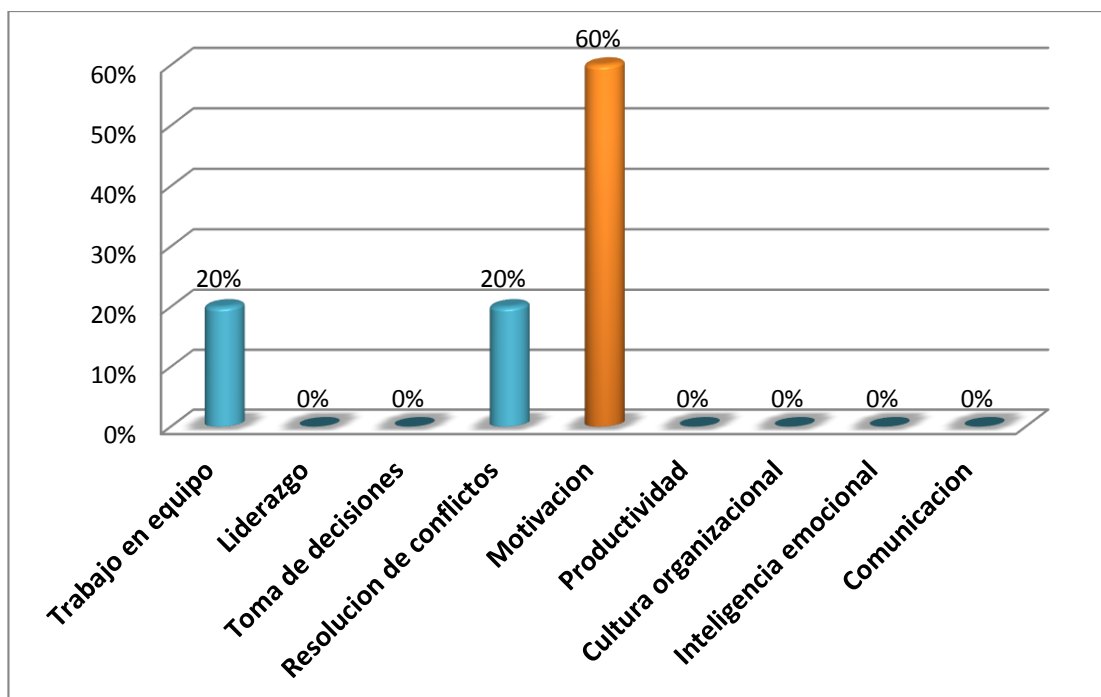
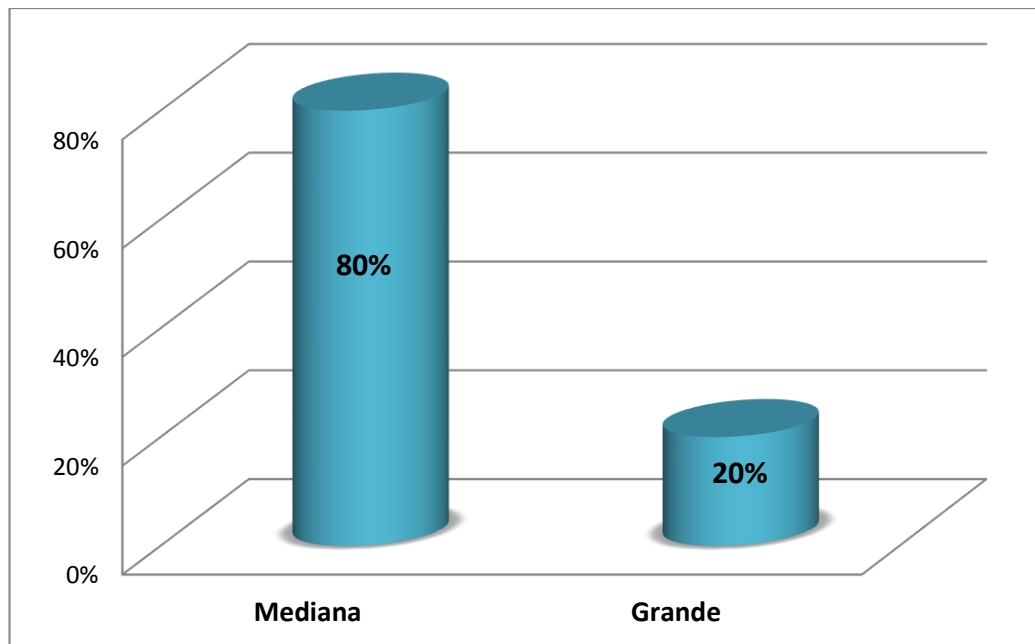
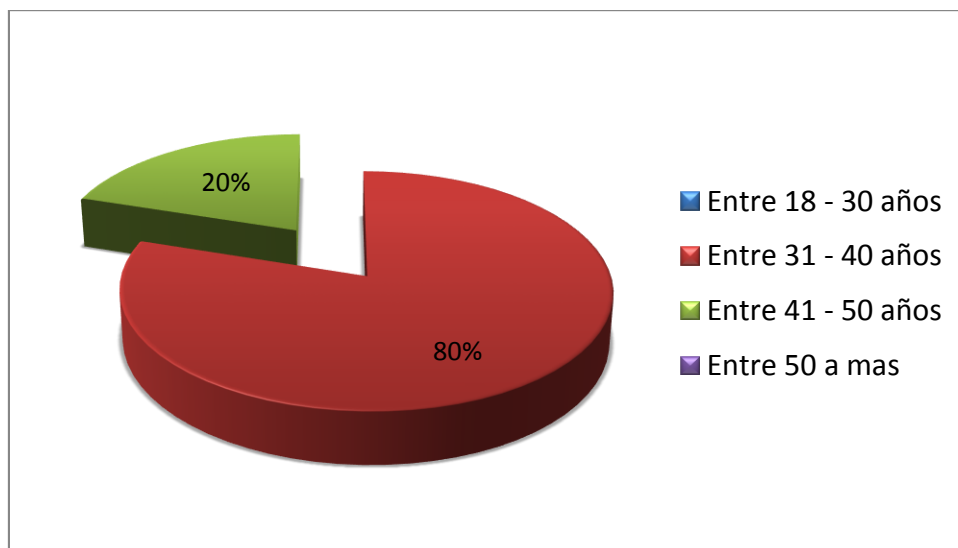


Gráfico 7.69. Que tema a tratar en una capacitación es el segundo más importante



➤ **Sector industrial en la ciudad de Piura**

Gráfico 7.70. Tamaño de las empresas en la ciudad de Piura**Gráfico 7.71. Edades de los trabajadores****Gráfico 7.72. Dificultades en las empresas de Piura**

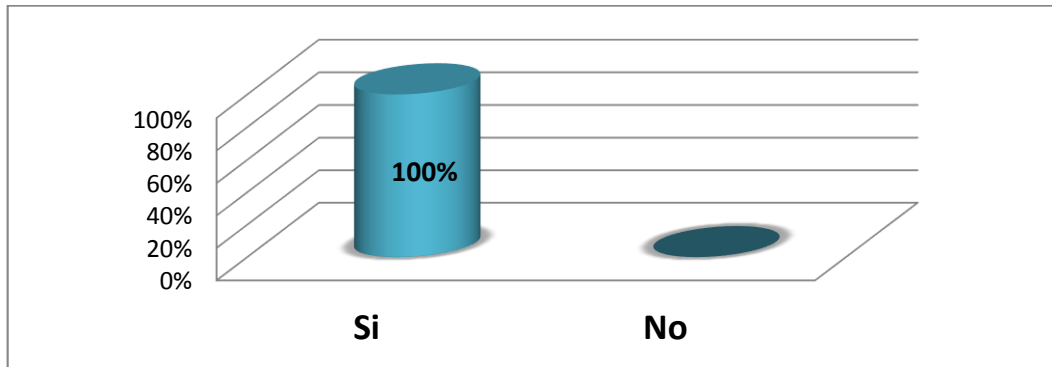


Gráfico 7.73. Acciones para corregir el tema

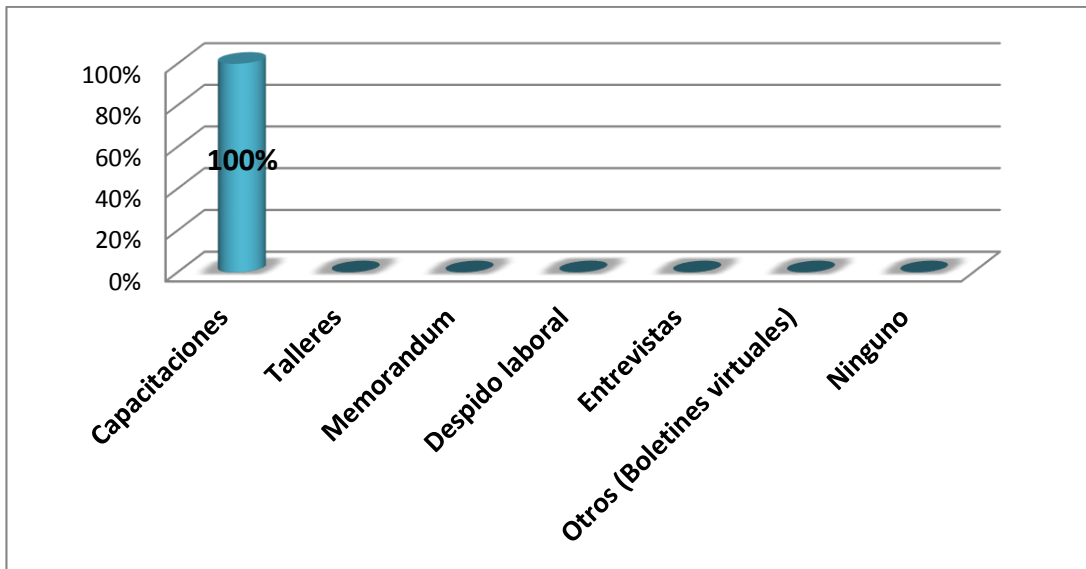


Gráfico 7.74. Las empresas realizan capacitaciones

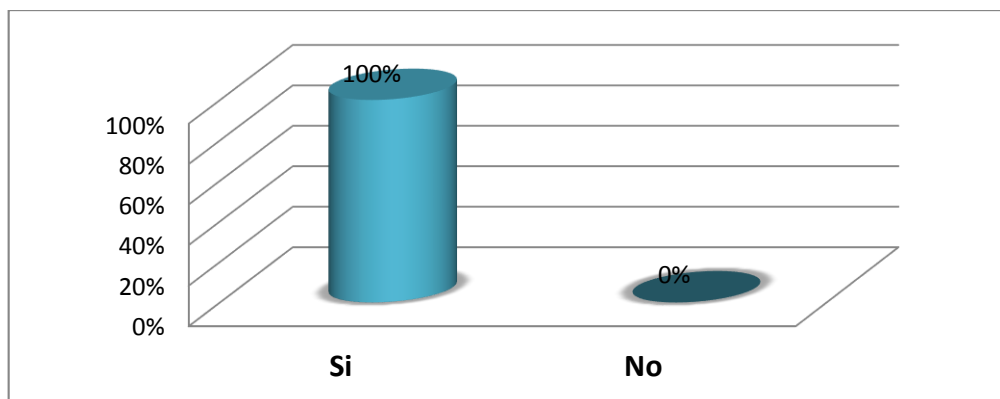


Gráfico 7.75. Ultima vez que invitaron a un especialista



Gráfico 7.76. Tipo de capacitación que realizan

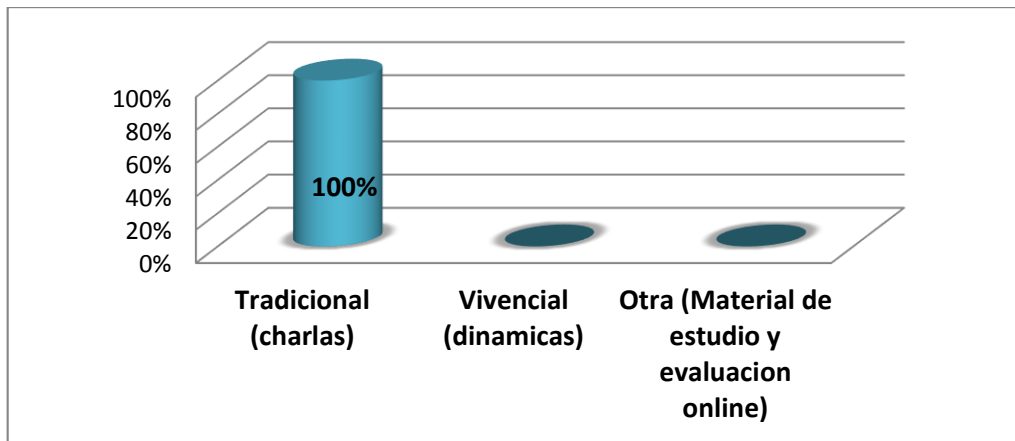


Gráfico 7.77. De qué manera capacitan a sus trabajadores

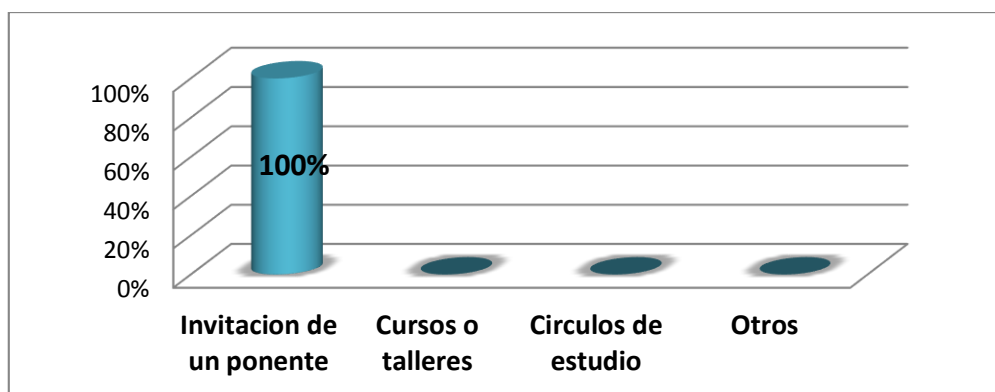


Gráfico 7.78. Grado de satisfacción con las capacitaciones

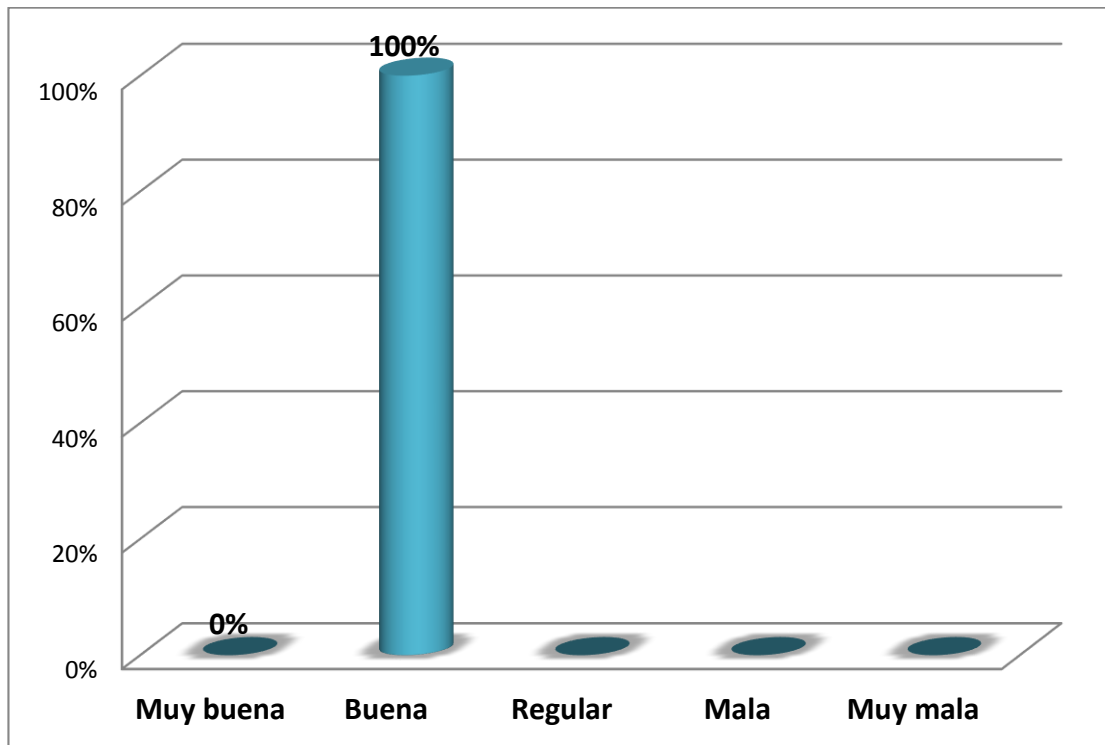


Gráfico 7.79. Que esperan de una capacitación

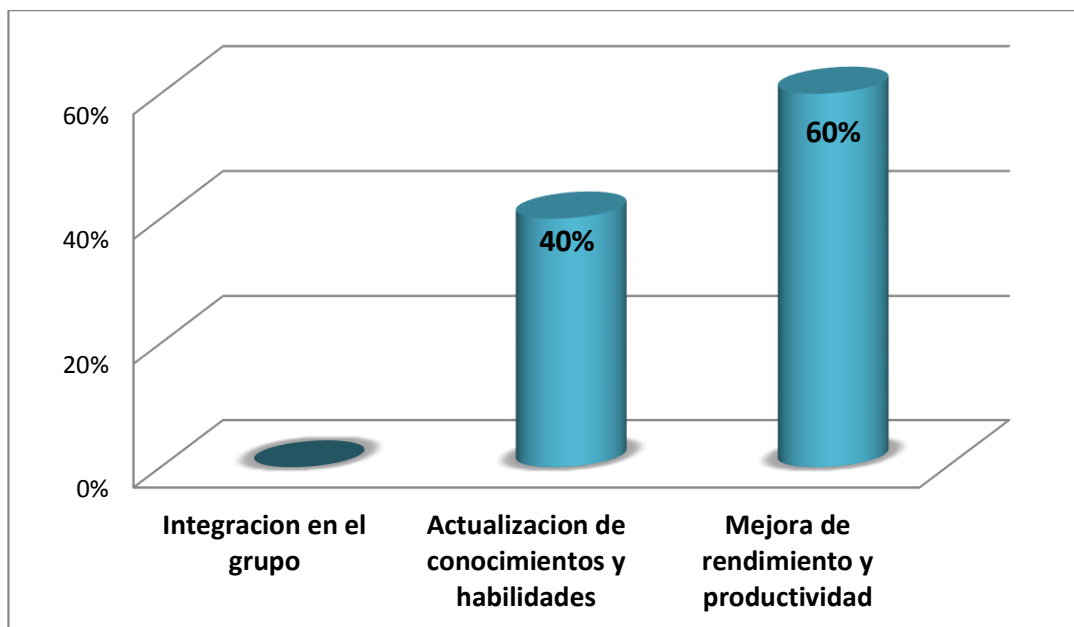


Gráfico 7.80. Que tema a tratar en una capacitación es el más importante

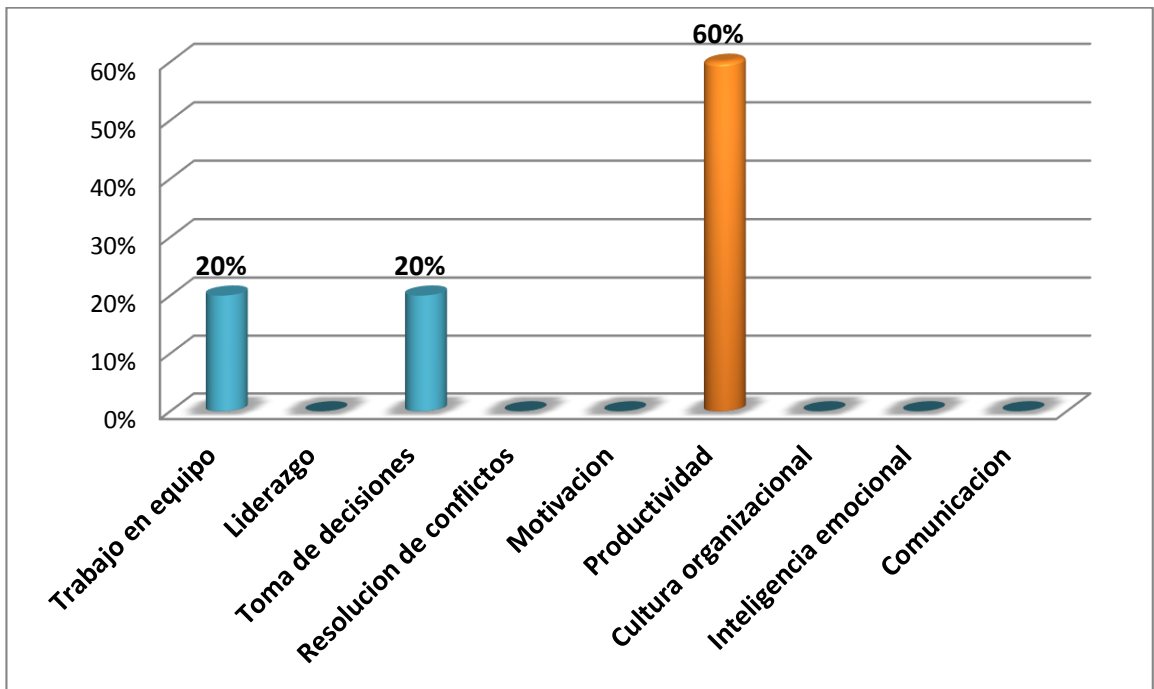
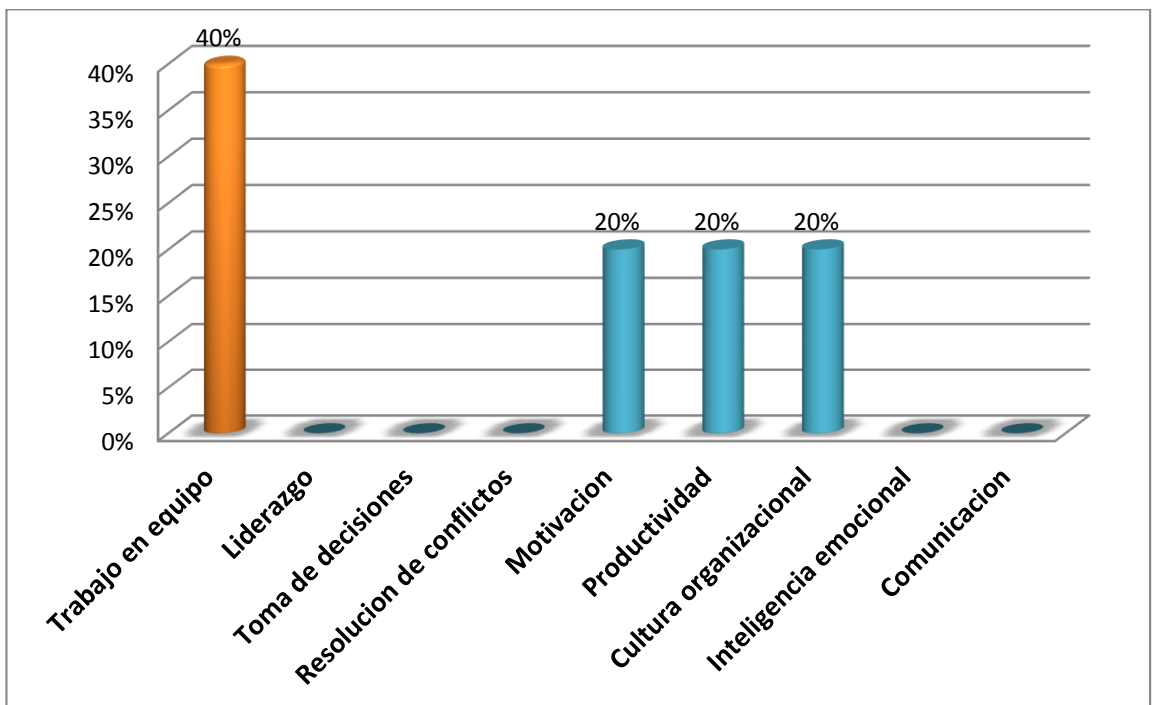
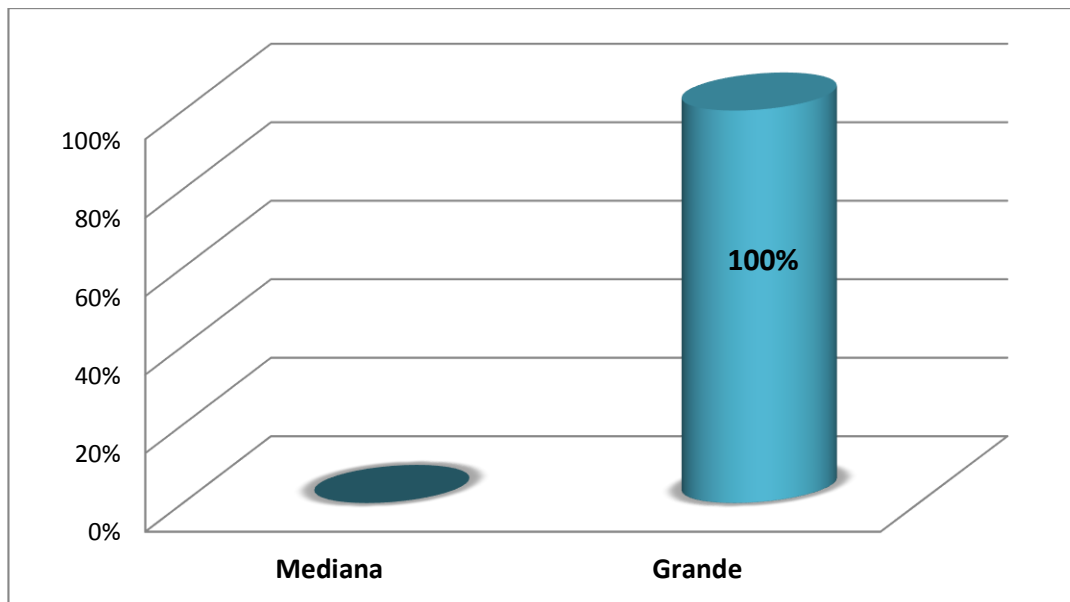
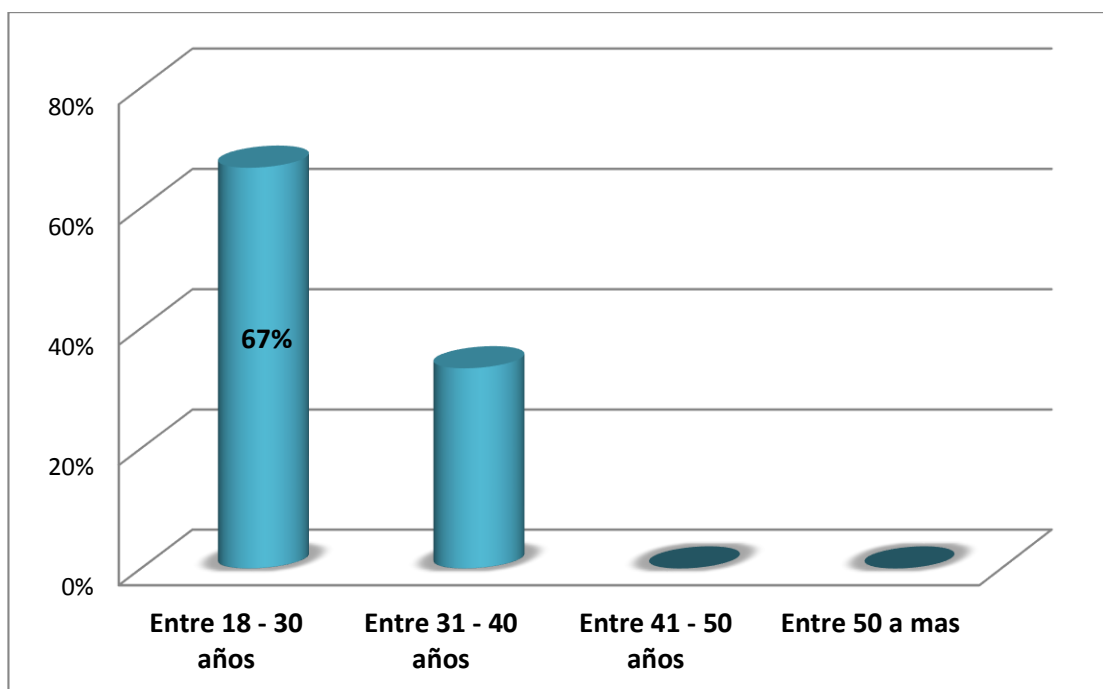


Gráfico 7.81. Que tema a tratar en una capacitación es el segundo más importante



➤ **Sector Retail Construcción en la ciudad de Piura**

Gráfico 7.82. Las empresas realizan capacitaciones**Gráfico 7.83. Edades de los trabajadores****Gráfico 7.84. Dificultades en las empresas de la ciudad de Piura**

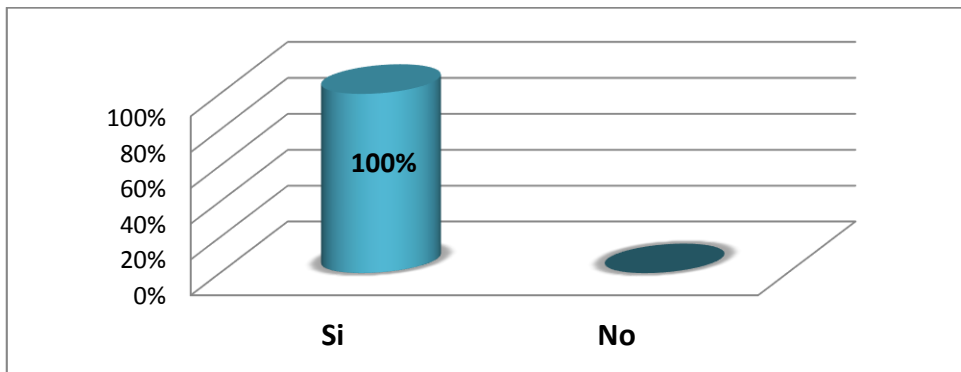


Gráfico 7.85. Acciones para corregir el tema

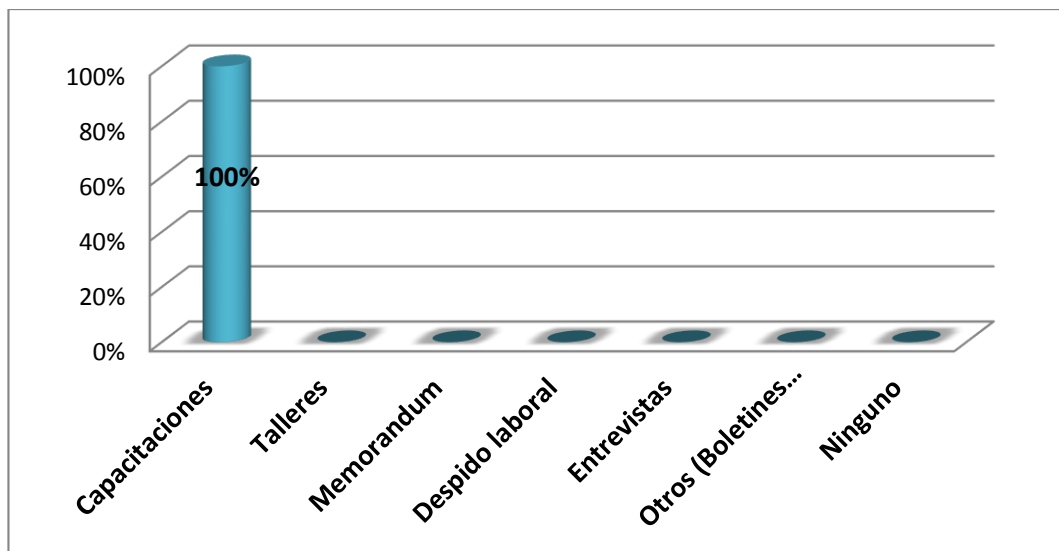


Gráfico 7.86. Las empresas realizan capacitaciones

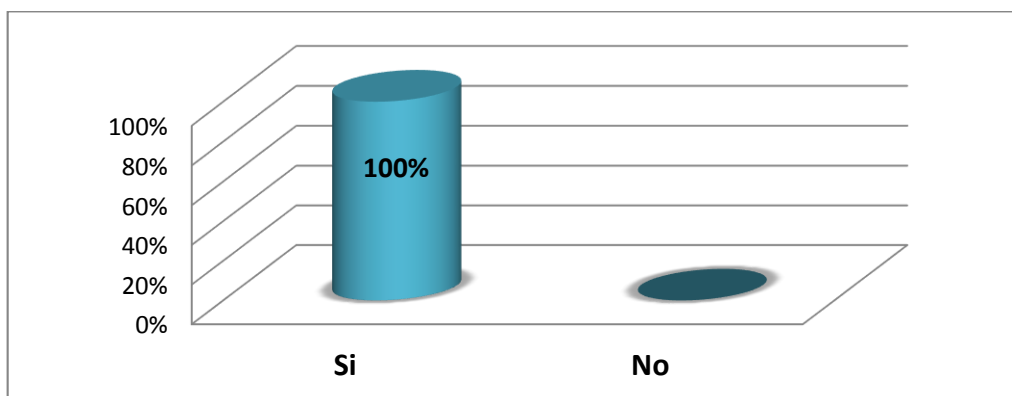


Gráfico 7.87. Ultima vez que invitaron a un especialista

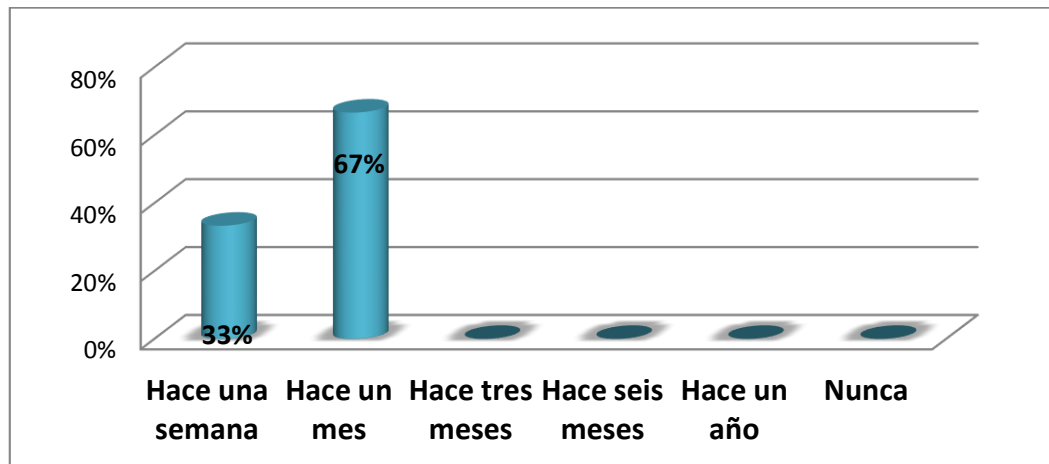


Gráfico 7.88. Tipo de capacitación que realizan

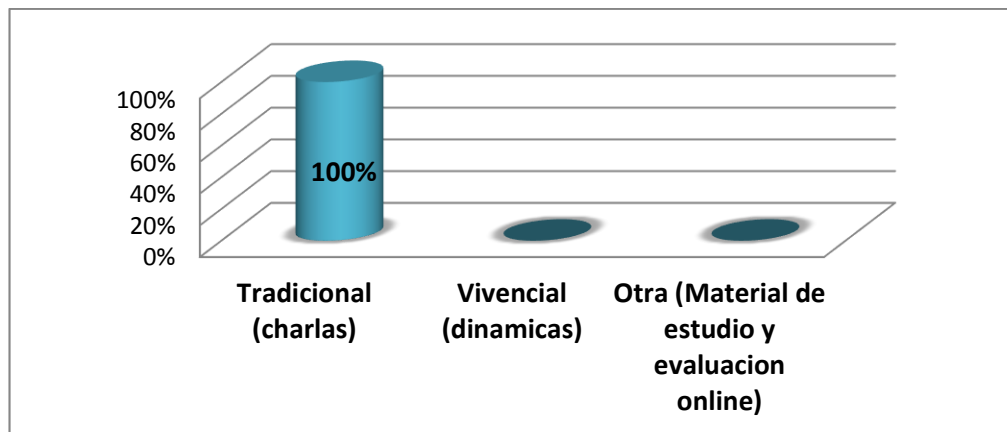


Gráfico 7.89. De qué manera capacitan a sus trabajadores

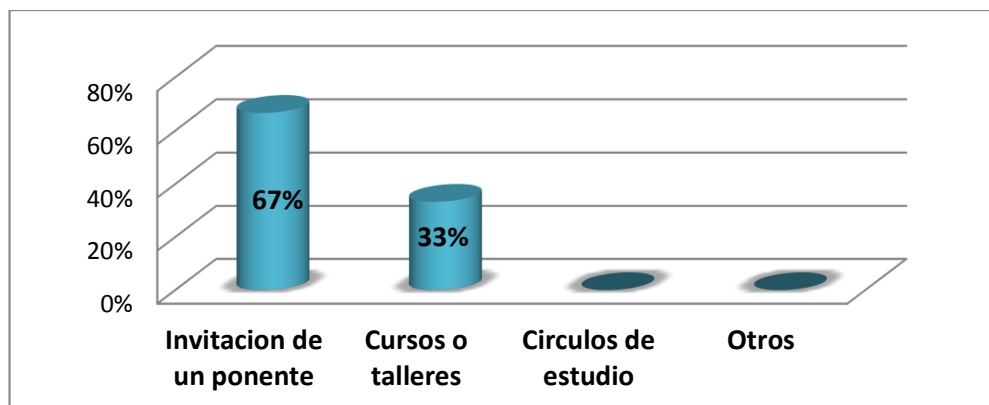


Gráfico 7.90. Grado de satisfacción con las capacitaciones

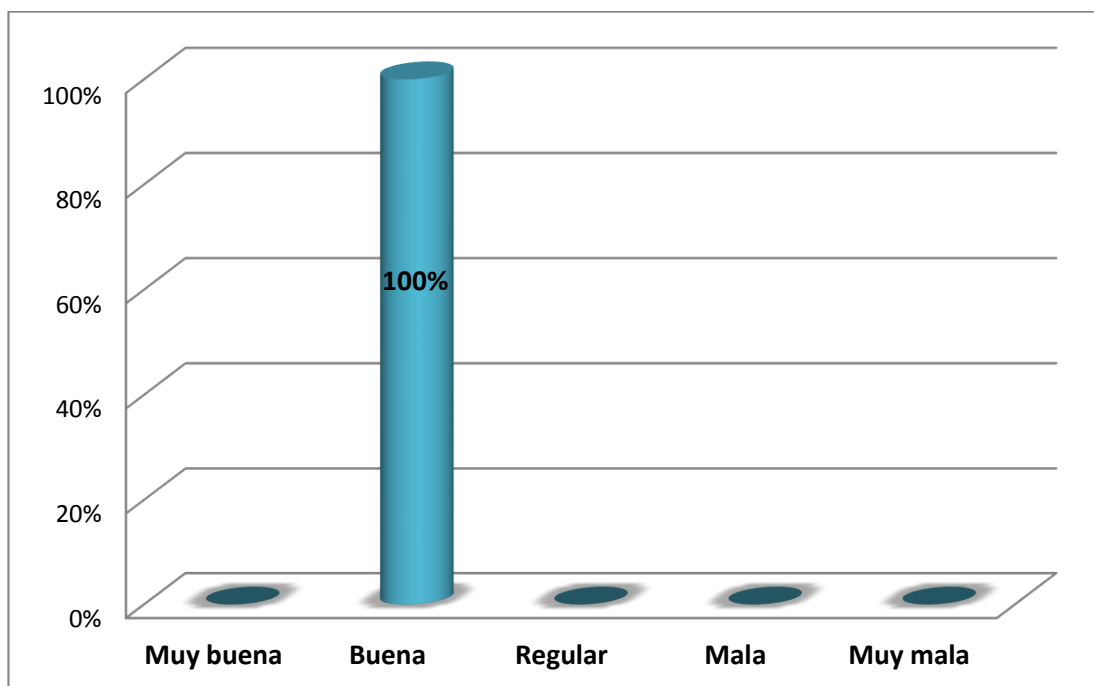


Gráfico 7.91. Que espera de una capacitación

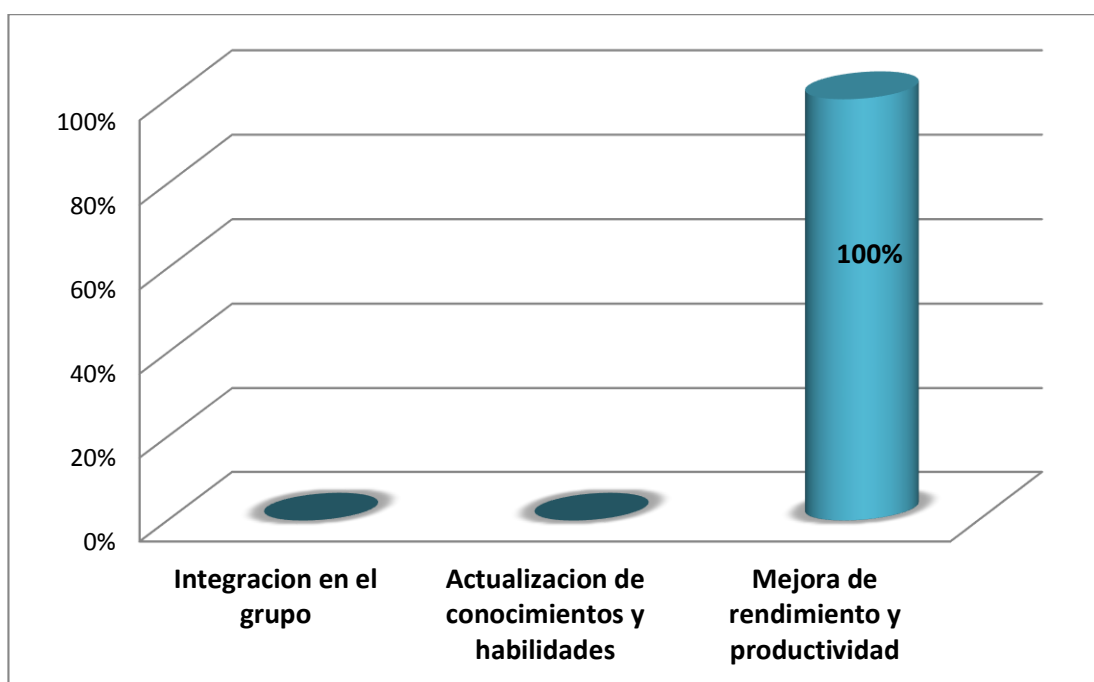


Gráfico 7.92. Que tema a tratar en una capacitación es el más importante

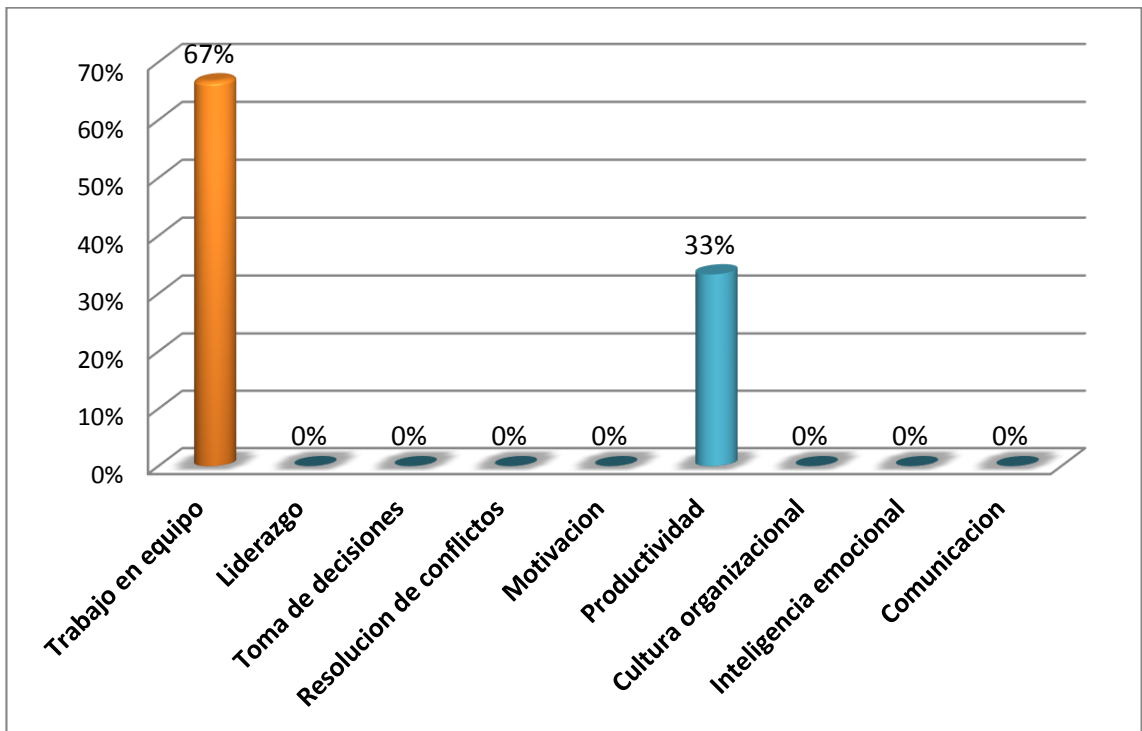


Gráfico 7.93. Que tema a tratar en una capacitación es el segundo más importante

