

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE
MOGROVEJO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**PROPUESTA DE MEJORA DE PLAN DE CAPACITACIÓN PARA
LOS COLABORADORES DE UN SALON DE JUEGOS
TRAGAMONEDAS, APLICADO EN BALTA SLOTS DE CHICLAYO –
2013**

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

Autor:

Bach. Fernando José Loconí Enríquez

Chiclayo, 09 de julio 2015

**PROPUESTA DE MEJORA DE PLAN DE CAPACITACIÓN PARA
LOS COLABORADORES DE UN SALON DE JUEGOS
TRAGAMONEDAS, APLICADO EN BALTA SLOTS DE CHICLAYO –
2013**

POR:

Bach. Fernando José Loconí Enríquez

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, Rafael Martel Acosta

Presidente de Jurado

Mgtr, Camilo Girón Córdoba

Secretaria de Jurado

Mgtr, Carlos Vargas Orozco

Vocal/Asesor de Jurado

CHICLAYO, 2015

DEDICATORIA

A Dios, por darme el apoyo espiritual y entendimiento para lograr las metas trazadas. A mis padres y hermanos, por creer en mí y darme su constante apoyo a fin de crecer en lo personal y profesional

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo, cuna de grandes profesionales, la que me acogió en sus claustros y permitió mi desarrollo académico y profesional.

A los docentes por su paciencia, profesionalismo y amistad. A mis compañeros universitarios por su solidaridad

RESUMEN

En la presente tesis se ha estudiado la realidad en el mundo de casinos y tragamonedas en la ciudad de Chiclayo, como referente el salón tragamonedas Balta Slots, la falta de capacitación en los procesos de inducción y socialización que dan como resultado el índice de alta rotación y el no poder conformar un equipo de trabajo direccionado con objetivos en común.

Dada la importancia de cualquier tipo de trabajo, se ve la necesidad que existe de capacitar al personal de una empresa, tener los conocimientos y habilidades para desarrollarse eficientemente, en sus actividades y funciones diarias, que compiten en una determinada empresa.

Para esto, el caso de estudio se dio en el salón tragamonedas Balta Slots, donde se desarrolló un plan de capacitación para el aprendizaje del manejo interno y externo de las actividades que se desarrollan en la atención del cliente de un tragamonedas, manejando las diversas herramientas y tecnología apropiadas.

Por lo tanto, se propuso una solución integral que incluye criterios de fácil implementación, que garanticen la permanencia de los nuevos trabajadores desde su ingreso hasta el término de su contrato.

Palabras claves: Tragamonedas, capacitación, trabajadores

ABSTRACT

In this work we study the reality in the world of casinos and slot machines in the city of Chiclayo, as regards the slot Slots Balta living, lack of training in the process of induction and socialization resulting high turnover rate and not being able to form a team with common goals addressed.

Given the importance of any work, the need is there to train the staff of a company, have the knowledge and skills to develop efficiently in their daily activities and functions, competing in a particular company.

For this, the case study occurred in the lounge Balta Slots slot where a training plan for learning internal and external management of activities taking place in the customer's attention developed a slot, handling the various tools and appropriate technology.

Therefore, a comprehensive solution that includes easy implementation criteria that guarantee the permanence of new workers from admission until the end of his contract was proposed

Keywords: Slots, training, workers

INDICE

DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
RESUMEN	5
ABSTRACT	6
I. INTRODUCCIÓN	10
II. MARCO TEÓRICO	12
2.1. Antecedentes del problema	12
2.2. Bases teóricas	15
2.2.1. Plan de capacitación	15
2.2.1.1. Etapas del proceso de capacitación	15
2.2.1.2. Determinación de necesidades de capacitación	17
2.2.1.3. Objetivos de la capacitación	19
2.2.1.4. Programas de capacitación	20
2.2.1.5. Beneficios de capacitar	21
2.2.1.6. Capacitación y Desarrollo del Talento Humano	22
2.2.1.7. Importancia de la Capacitación	23
2.2.2. Desempeño laboral	25
2.2.3. Importancia de evaluar el desempeño	26
2.3. Definición de Términos básicos	27
III. MATERIALES Y MÉTODOS	28
3.1. Tipo y diseño de investigación	28
3.2. Población, muestra y muestreo	28
3.3. Métodos	29
3.4. Recolección de datos	29
3.5. Procesamiento y análisis de datos	29
IV. RESULTADOS, DISCUSIÓN Y PROPUESTA	30
4.1. Resultados	30
4.1.1. ¿Recibiste capacitación al momento de ingresar a la empresa?	30
4.1.2. ¿Crees necesaria la capacitación en tu área de trabajo?	31
4.1.3. ¿Crees que necesitas capacitación?	32
4.1.4. ¿Te han impartido algún curso de capacitación fuera de la empresa?	33
4.1.5. ¿Consideras importante la capacitación en todas las empresas?	34
4.1.6. ¿Te han impartido cursos de capacitación relevante e importante en tus áreas de trabajo?	35
4.1.7. ¿Qué tan importante es para la empresa dar capacitación, en cuanto a atención al cliente, a sus empleados?	36
4.1.8. ¿Al nuevo personal se le da capacitación?	37
4.1.9. Si se le diera capacitación, ¿Cuánto tiempo se les da?	38

4.1.10.	En caso de no dar capacitación, ¿Por qué cree que no se da?	39
4.1.11.	Usted como empleado, ¿Cree que la capacitación para los empleados de nuevo ingreso es importante?	40
4.1.12.	En caso de haber recibido capacitación en su empleo, ¿Le ha sido de ayuda?	41
4.1.13.	¿Cada cuánto tiempo cree usted que se debe capacitar al personal?	42
4.1.14.	Dentro del área de atención a clientes, ¿Qué aspectos ve mejorados después de una capacitación?	43
4.1.15.	¿Los horarios de capacitación deben ser ajustados a tu horario de trabajo?	44
4.1.16.	¿Deben de existir días especiales para un curso de capacitación dentro de la empresa?	45
4.1.17.	Prueba de hipótesis	45
4.2.	Discusión	47
4.3.	Propuesta	50
4.3.1.	Objetivos	50
4.3.2.	Base legal	50
4.3.3.	Alcance	50
4.3.4.	Estrategia de capacitación	51
4.3.5.	Determinación de grupos ocupacionales y/o estamentos a capacitar	51
4.3.6.	Presupuesto	51
4.3.7.	Implementación	51
4.3.8.	Principal Objetivo	52
4.3.9.	Trato personalizado	52
4.4.	Plan	53
4.4.1.	Estrategia integral	54
4.4.2.	Tema de casinos y tragamonedas	54
4.4.3.	Clases de usuarios	55
4.4.4.	Fin administrativo	56
4.4.5.	Desarrollo	56
V.	CONCLUSIONES	58
VI.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	59
VII.	ANEXOS	60
7.1.	Anexo 01	60
7.2.	Anexo 02: Plan de capacitación	64
7.3.	Anexo 03: Encuesta	77
7.4.	Anexo 04: Resumen de entrevistas	79

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: ¿Recibiste información al momento de ingresar a la empresa? _____	30
Gráfico 2: ¿Crees necesaria la capacitación en tu área de trabajo? _____	31
Gráfico 3: ¿Crees que necesitas capacitación? _____	32
Gráfico 4: ¿Te han impartido algún curso de capacitación fuera de la empresa? _____	33
Gráfico 5: ¿Consideras importante la capacitación en todas las empresas? _____	34
Gráfico 6: ¿Te han impartido cursos de capacitación relevante e importante en tus áreas de trabajo? _____	35
Gráfico 7: ¿Qué tan importante es para la empresa dar capacitaciones, en cuanto a atención al cliente, a sus empleados? _____	36
Gráfico 8: ¿Al nuevo personal se le da capacitación? _____	37
Gráfico 9: Si se le diera capacitación, ¿Cuánto tiempo se les da? _____	38
Gráfico 10: En caso de no dar capacitación, ¿Por qué cree que no se da? _____	39
Gráfico 11: Usted como empleado, ¿Cree que la capacitación para los empleados de nuevo ingreso es importante? _____	40
Gráfico 12: En caso de haber recibido capacitación en su empleo, ¿Le ha sido de ayuda? _____	41
Gráfico 13: ¿Cada cuánto tiempo cree usted que se debe capacitar al personal? _____	42
Gráfico 14: Dentro del área de atención a clientes, ¿Qué aspectos ve mejorados después de una capacitación? _____	43
Gráfico 15: ¿Los horarios de capacitación deben ser ajustados a tu horario de trabajo? _____	44
Gráfico 16: ¿Deben de existir días especiales para un curso de capacitación dentro de la empresa? _____	45

I. INTRODUCCIÓN

En los últimos cinco años en el Perú, el crecimiento de la industria de los juegos de azar ha venido creciendo vertiginosamente, así como también la informalidad, el gobierno a través del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR, trata de formalizar la industria de los juegos de azar, y de reglamentar e incentivar a ello a las empresa de este rubro. Esto involucra la capacitación al personal que trabaja en este tipo de empresas.

Durante sus labores diarias, es frecuente que al personal se le presenten problemas y fallas de diferente tipo ya sea personal de servicio de sala. Estos deberán ser capaces de resolver en forma inmediata y precisa el problema según se vaya presentando en el equipo; Se ve en la realidad que en estos tipos de puestos, existe una constante rotación, pues la permanencia del personal en promedio dura de 01 a 06 meses renovando contratos cada mes.

Se pudo observar que la habilidad que pudieran tener estos trabajadores, se reforzaría con una buena capacitación y adiestramiento, a todo el personal que ingresa a laborar y el gusto por el trabajo por él.

En el caso de Salón Tragamonedas Balta Slots, el tema no es aislado pues no cuenta con un soporte de su holding central en este ramo, y la administración trata de escoger pequeñas empresas locales para que puedan brindar capacitaciones bianuales en el servicio, viendo que hasta la fecha no hay resultados alentadores, lo que ha motivado la investigación actual.

Es por ello que se plantea la siguiente pregunta ¿Cuál es el efecto que tiene en el desempeño laboral de los colaboradores del Salón de juegos Tragamonedas Balta Slots, con la implementación de mejoras en el plan de capacitación?

La hipótesis estuvo delimitada de la siguiente manera: La implementación de una mejora en el plan de capacitación mejoró el desempeño laboral de los colaboradores del Salón Tragamonedas Balta Slots y permitió desarrollar las habilidades y destrezas, durante el tiempo de relación laboral en la empresa, siendo más competitivo, disminuyendo así la alta rotación de personal.

Esta investigación tuvo como objetivo general demostrar que el desempeño laboral del personal que labora en el Salón de Juegos Tragamonedas Balta Slots de Chiclayo mejora con la implementación de mejoras en el plan de capacitación permitiendo en los trabajadores la ejecución eficiente de sus funciones.

De igual modo tuvo como objetivos específicos: Diagnosticar la situación del desempeño laboral de los trabajadores del Salón de Juegos Tragamonedas Balta Slots de Chiclayo antes de la implementación del plan de capacitación , Analizar los beneficios de la implementación del plan de capacitación en el desempeño laboral de los trabajadores Salón de Juegos Tragamonedas Balta Slots de Chiclayo, Realizar un análisis comparativo del desempeño laboral de los trabajadores del Salón de Juegos Tragamonedas Balta Slots de Chiclayo antes y después de la implementación del plan de capacitación.

La presente investigación fue importante porque buscó contribuir a la mejora de la calidad de servicio mediante una capacitación integral y buen proceso de inducción al personal, dado que la falta de capacitación es una de las causas principales que conllevan a la rotación de personal y esto se lograría implementando un programa de adiestramiento y capacitación permanente; que al mismo tiempo sirva para tener claro un mejor panorama en la toma de decisiones y diseño de estrategias a nivel gerencial.

Esta investigación sirvió para que el personal que labora en Salón Tragamonedas Balta Slots tenga la oportunidad de interactuar con los clientes con una atención personalizada y honesta con el compromiso de apoyar y facilitar en el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del problema

Mera (2010), en su tesis denominada “Propuesta de un plan de capacitación para el personal” señala: La capacitación, es un proceso educacional de carácter estratégico aplicado de manera organizada y sistémica, mediante el cual el personal adquiere o desarrolla conocimientos y habilidades específicas relativas al trabajo, y modifica sus actitudes frente a aspectos de la organización, el puesto o el ambiente laboral.

Como componente del proceso de desarrollo de los Recursos Humanos, la capacitación implica por un lado, una sucesión definida de condiciones y etapas orientadas a lograr la integración del colaborador a su puesto y a la organización, el incremento y mantenimiento de su eficiencia, así como su progreso personal y laboral en la empresa. Por otro lado, un conjunto de métodos, técnicas y recursos para el desarrollo de los planes y la implantación de acciones específicas de la empresa para su normal desarrollo.

En tal sentido la capacitación constituye un factor importante para que el colaborador brinde el mejor aporte en el puesto asignado, ya que es un proceso constante que busca la eficiencia y la mayor productividad en el desarrollo de sus actividades, así mismo contribuye a elevar el rendimiento, la moral y el ingenio creativo del colaborador.

Aguirre (2007), en su tesis denominada “Plan de capacitación continua para el crecimiento empresarial” señala: La moderna gestión del talento humano implica varias actividades, como descripción y análisis de cargos, planeación de recursos humanos,

reclutamiento, selección, orientación y motivación de las personas, evaluación del desempeño, remuneración, entrenamiento y desarrollo, relaciones sindicales, seguridad, salud y bienestar. Cada administrador desempeña en su trabajo las cuatro funciones administrativas que constituyen el proceso administrativo: Planear, Organizar, Dirigir y Controlar

Mendoza (2008), en su tesis acerca de “La capacitación como medio generador de beneficios empresariales” señala: La capacitación es una actividad sistemática, planificada y permanente cuyo proceso productivo, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño de todos los trabajadores en sus actuales y futuros cargos y adaptarlos a las exigencias cambiantes del entorno.

El Desarrollo, se refiere a la educación que recibe una persona para el crecimiento profesional a fin de estimular la efectividad en el cargo. Tiene objetivos a largo plazo y generalmente busca desarrollar actitudes relacionadas con una determinada filosofía que la empresa quiere desarrollar.

Córdova (2002): Nivel de satisfacción del cliente y estrategias para mejorar el desempeño laboral en la Caja Sipán, llega a las siguientes conclusiones:

El 92% de los clientes tienen un alto nivel de satisfacción respecto a la atención brindada por parte del personal en comunicación, cortesía, credibilidad y confianza que es lo más importantes que se ha revelado mediante este estudio.

El servicio y la atención al cliente constituye en la actualidad el principal estándar que usa el cliente para medir el desempeño de una empresa y el de la competencia, y si las expectativas no se satisfacen se corre el riesgo de perder al cliente.

Pinillos (2004): Relación entre la calidad de desempeño y el nivel de satisfacción en los clientes del Restaurant – Cafetería Gonzales en la ciudad de Trujillo, llega a las siguientes conclusiones:

La calidad de atención se relaciona con el nivel de satisfacción en los clientes de la cafetería Gonzales, según la contrastación de la hipótesis realizada como base la recopilación primaria de datos.

La calidad en la atención a los clientes del Restaurant Cafetería Gonzales es buena para el 63.78% de sus clientes, debido básicamente a la calidad de los productos y la atención del personal.

El nivel de satisfacción de los clientes del Restaurant Cafetería Gonzales es alto, pues el 65% manifiesta su satisfacción en líneas generales con el local y el 35% están regularmente satisfechos.

Benítez y Ramos (2000): Nivel de satisfacción con respecto a la calidad del servicio que brinda la empresa de transportes Ave Fénix SAC, llega a las siguientes conclusiones:

Los clientes de la empresa de transportes Ave Fénix SAC se encuentran satisfechos con el servicio que reciben en la ruta Chiclayo-Trujillo, calificándolo como bueno.

Con respecto a la confiabilidad, su opinión es favorable por la puntualidad de las salidas y llegadas de los buses y la frecuencia de la utilización del servicio de la empresa.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Plan de capacitación

Según Amaya (2003), un plan de capacitación es la traducción de las expectativas y necesidades de una organización para y en determinado periodo de tiempo. Éste corresponde a las expectativas que se quieren satisfacer, efectivamente, en un determinado plazo, por lo cual está vinculado al recurso humano, al recurso físico o material disponible, y a las disponibilidades de la empresa.

Además este autor afirma que capacitación es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal y que la necesidad de capacitación surge cuando hay diferencia entre lo que una persona debería saber para desempeñar una tarea, y lo que sabe realmente. Estas diferencias suelen ser descubiertas al hacer evaluaciones de desempeño.

Según (González, 2007) el plan de capacitación es aquel que se elabora incluyendo los temas en los que los empleados necesitan instrucción para mejorar su desempeño y afirma que las etapas del proceso de capacitación son las siguientes:

2.2.1.1. Etapas del proceso de capacitación

a) Análisis de las necesidades

- Identificar las habilidades, conocimientos y actitudes específicas para el desempeño del trabajo con la finalidad de mejorar el rendimiento y la productividad.
- Evaluar a los participantes para asegurar que el programa se ajuste a sus niveles específicos de educación, experiencia y competencias así como a sus actitudes y motivaciones personales.

- Establecer los objetivos de un programa formal de capacitación.

b) Diseño de la instrucción

- Reunir objetivos, métodos, recursos, descripción y secuencia del contenido, ejemplos ejercicios y actividades de la instrucción.
- Organizarlos en un programa.
- Asegurarse de que todos los materiales como guías del instructor y cuadernos del trabajo de los participantes se complementen entre sí, estén escritos con claridad y se combinen en una capacitación unificada que se oriente directamente a los objetivos de aprendizajes que se establecieron.
- Elaborar un programa formal de capacitación.

c) Validación

- Presentar y validar previamente la capacitación.
- Basar las revisiones finales en resultados piloto para garantizar la eficacia del programa.

d) Aplicación

- Cuando sea aplicable, impulsar el éxito con un taller para capacitar al instructor que se centre en el conocimiento y las habilidades para la presentación, además del contenido mismo de la capacitación.

e) Evaluación y seguimiento

- Reacción, documentar las reacciones inmediatas de los apéndices ante la capacitación.
- Aprendizaje, usar tanto los recursos tanto para la retroalimentación como las pruebas previas y posteriores para medir lo que se aprendió en el proceso.
- Comportamiento, una vez terminada la capacitación anotar las reacciones que tienen los supervisores ante el desempeño de las personas que se entrenan.
- Resultados, determinar el grado de mejoría en el desempeño laboral.

2.2.1.2. Determinación de necesidades de capacitación

Según (Reza, 2006) la determinación de necesidades de capacitación es una de las preguntas que aparecen de manera constante por parte de los empleadores que tienen la preocupación de hacer más productivo el trabajo de su organización.

Además este autor nos presenta:

- Medios para la determinación de necesidades de capacitación

Para (Reza, 2006), los principales medios utilizados para la determinación de necesidades de capacitación son:

- Evaluación de desempeño

Mediante la evaluación de desempeño es posible descubrir no sólo a los empleados que vienen efectuando sus tareas por debajo de un nivel satisfactorio, sino también averiguar qué sectores de la empresa reclaman una atención inmediata de los responsables del entrenamiento.

- Observación

Verificar donde haya evidencia de trabajo ineficiente, como excesivo daño de equipo, atraso con relación al cronograma, pérdida excesiva de materia prima, número acentuado de problemas disciplinarios, alto índice de ausentismo, etc.

- Cuestionarios

Investigaciones mediante cuestionarios y listas de verificación (checklist) que pongan en evidencia las necesidades de entrenamiento.

- Entrevistas con supervisores y gerentes

Contactos directos con supervisores y gerentes, con respecto a posibles problemas solucionables mediante entrenamiento, por lo general se descubren en las entrevistas con los responsables de diversos sectores.

2.2.1.3. Objetivos de la capacitación

(Robbins, 1998), plantea que establecer objetivos de la capacitación concretos y medibles es la base que debe resultar de la determinación de las necesidades de capacitación:

- Preparar al personal para la ejecución inmediata de las diversas tareas del cargo.
- Proporcionar oportunidades para el desarrollo personal continuo, no solo en su cargo actual, sino también en otras funciones en las cuales puede ser considerada la persona.
- Cambiar la actitud de las personas, bien sea para crear un clima más satisfactorio entre los empleados, aumentar su motivación o hacerlos más receptivos a las técnicas de supervisión y gerencia.
- Proporcionar a la empresa recursos humanos altamente calificados en términos de conocimiento, habilidades y actitudes para un mejor desempeño de su trabajo.
- Desarrollar el sentido de responsabilidad hacia la empresa a través de una mayor competitividad y conocimientos apropiados.
- Mantener a los ejecutivos y empleados permanentemente actualizados frente a los cambios científicos y tecnológicos que se generen proporcionándoles información sobre la aplicación de nueva tecnología.
- Lograr cambios en su comportamiento con el propósito de mejorar las relaciones interpersonales entre todos los miembros de la empresa.

2.2.1.4. Programas de capacitación

Según (Dessler, 2001), los programas de capacitación son un instrumento de planificación que permite al instructor establecer el conjunto de actividades, estrategias didácticas, criterios de evaluación, tiempos y recursos implicados en el desarrollo del curso, además comunica la propuesta programática tanto a las personas involucradas en el curso como a los instructores, administradores y evaluadores de la capacitación. Para elaborar estos programas se debe tomar como punto de partida la planeación anual de la empresa, en la que usualmente aparecen los siguientes datos:

- Datos de identificación (nombre del responsable, jefe de área, instructor, departamento, entre otros).
- Objetivos generales.
- Horas, temas y subtemas.
- Rangos porcentuales asignados al rubro de evaluaciones parciales y finales.
- La organización invierte recursos con cada colaborador al seleccionarlo, incorporarlo, y capacitarlo. Para proteger esta inversión, la organización debería conocer el potencial de sus hombres. Esto permite saber si cada persona ha llegado a su techo laboral, o puede alcanzar posiciones más elevadas. También permite ver si hay otras tareas de nivel similar que puede realizar, desarrollando sus aptitudes y mejorando el desempeño de la empresa.

2.2.1.5. Beneficios de capacitar

(Reza, 2006), dice acerca de los beneficios de capacitar y afirma que la capacitación, permite evitar la obsolescencia de los conocimientos del personal, que ocurre generalmente entre los empleados más antiguos si no han sido reentrenados. También permite adaptarse a los rápidos cambios sociales, como la situación de las mujeres que trabajan, el aumento de la población con títulos universitarios, la mayor esperanza de vida, los continuos cambios de productos y servicios, el avance de la informática en todas las áreas, y las crecientes y diversas demandas del mercado. Disminuye la tasa de rotación de personal, y permite entrenar sustitutos que puedan ocupar nuevas funciones rápida y eficazmente. Por ello, las inversiones en capacitación redundan en beneficios tanto para la persona entrenada como para la empresa que la entrena. Y las empresas que mayores esfuerzos realizan en este sentido, son las que más se beneficiarán en los mercados competitivos que llegaron para quedarse.

Para complementar lo expuesto, se cita a (Dessler, 2001), quien cita los siguientes beneficios del proceso de capacitación:

- Ayuda a prevenir riesgos de trabajo.
- Produce actitudes más positivas entre los trabajadores.
- Aumenta la rentabilidad de la empresa reflejada en los estados financieros.
- Eleva la moral del personal.
- Mejora el conocimiento de los diferentes puestos y, por lo tanto, el desempeño.
- Crea una mejor imagen de la empresa.

- Facilita que el personal se identifique con la empresa.
- Mejora la relación jefe-subordinados.
- Facilita la comprensión de las políticas de la empresa.
- Proporciona información sobre necesidades futuras de personal a todo nivel.
- Ayuda a solucionar problemas.
- Facilita la promoción de los empleados.
- Incrementa la productividad y calidad del trabajo.
- Promueve la comunicación en la organización.

2.2.1.6. Capacitación y Desarrollo del Talento Humano

(Blake, 1997), señala que toda empresa en su presupuesto incluye el desarrollo de programas de capacitación, dará a conocer a sus empleados el interés que tienen en ellos como personas, como trabajadores, como parte importante de la organización.

La capacitación está diseñada para permitir que los aprendices adquieran conocimientos y habilidades necesarias para su puesto de trabajo. El crecimiento de la necesidad de capacitar surge de la necesidad de adaptarse a los rápidos cambios ambientales, mejorar la calidad de los productos y servicios e incrementar la productividad para que la organización siga siendo competitiva. (Ulrich, 1998)

El desarrollo del personal implica un aprendizaje que ve más allá de la actualidad y el puesto de hoy. Tiene un enfoque de más largo plazo, prepara a los trabajadores para estar al día con la organización a medida que cambia y crece.

La capacitación y desarrollo del recurso humano, es una estrategia empresarial importante que deben acompañar a los demás esfuerzos de cambio que las organizaciones lleven adelante (Blake M, 2000).

Mediante esta estrategia los colaboradores aprenden cosas nuevas, crecen individualmente, establecen relaciones con otros individuos, coordinan el trabajo a realizar, se ponen de acuerdo para introducir mejoras, etc. Es decir le conviene tanto al colaborador como a la empresa, por cuánto los colaboradores satisfacen sus propias necesidades y por otra parte ayudan a las organizaciones alcanzar sus metas.

Como podrá apreciarse la capacitación y desarrollo comienza con una inversión que las empresas deberán poner atención e invertir más para lograr con eficiencia y rentabilidad mejores logros.

2.2.1.7. Importancia de la Capacitación

(Pinto V, 2005), señala que la capacitación va dirigida al perfeccionamiento técnico del trabajador para que éste se desempeñe eficientemente en las funciones asignadas, producir resultados de calidad, dar excelente servicio a sus clientes, prevenir y solucionar anticipadamente problemas potenciales dentro de la empresa.

A través de la capacitación se hace que el perfil del trabajador se adecue al perfil de conocimientos, habilidades y actitudes requerido en un puesto de trabajo.

Por tanto, desarrollar las capacidades del trabajador proporciona beneficios para los empleados y para la organización. Ayuda a los trabajadores aumentando sus habilidades y cualidades y beneficia a la organización incrementando las habilidades del personal de una manera costo-efectiva. La capacitación hará que el trabajador sea más competente y hábil. Generalmente, es más costoso contratar y capacitar nuevo personal, aun cuando este tenga los requisitos para la nueva posición, que desarrollar las habilidades del personal existente. (Rodríguez S, 2000)

Además, al utilizar y desarrollar las habilidades del trabajador, la empresa en general se vuelve más fuerte, productiva y rentable. Por esta razón la empresa debe diseñar planes de desarrollo a nivel individual, relacionados con los objetivos del puesto de trabajo y las proyecciones de la empresa.

La confianza viene de la palabra crédito que quiere decir creer y creen significa tener confianza si hoy en día todo el aparato económico se mueve en base a los créditos, y por qué no se podrían mover en base a la confianza también del otro recurso indispensable, el capital humano se muestra congruente el sentido común.

Se tiene la responsabilidad de crear un entorno de confianza donde el talento humano la innovación y el compromiso de nuestros profesionales se den de la mano y poder así dar respuestas las necesidades presentes y futuras de nuestros clientes, bases del éxito personal y empresarial (Gasallla-Leila, 2008).

Otra fase muy importante en los procesos de inducción es identificar como un proceso de doble vía que conducen tanto para entrar, con los candidatos que tiene ciertas características así como su competencias personales, para alcanzar sus objetivos y la cultura interna, pero las empresas no son la únicas las personas también escogen donde quieren ir a trabajar, así se trata de una elección reciproca de ambas vías (Chiavenato A. , 2001).

La primera etapa en el proceso de inducción es dar a conocer al colaborador a conocer la organización , describir la cultura organizacional en su diferentes niveles, así como también la forma de cambiar de la cultura organizacional , comprender las características de las culturas que tiene éxito, definir la socialización organizacional y la manera eficiente para integrar a las personas a la organización y sobre todo comprender los procesos de socialización organizacional (Chiavenato A. , 2001).

2.2.2. Desempeño laboral

El Desempeño Laboral, según (Stoner, 1996) es la manera como los miembros de la organización trabaja eficazmente, para alcanzar metas comunes, sujeto a las reglas básicas establecidas con anterioridad.

Adicionalmente, para (Bohórquez, 2002), el desempeño laboral se define como el nivel de ejecución alcanzado por el trabajador en el logro de las metas dentro de la organización en un tiempo determinado.

Por otro lado, (Chiavenato I. , 2003) define el desempeño laboral como la eficacia del personal que trabaja dentro de las organizaciones, la cual es necesaria para la organización, funcionando el individuo con una gran labor y satisfacción laboral. En este sentido, el desempeño laboral de las personas va a depender de su comportamiento y también de los resultados obtenidos y va ligado a las características de cada persona, entre las cuales se pueden mencionar: las cualidades, necesidades y habilidades de cada individuo, que interactúan entre sí, con la naturaleza del trabajo y con la organización en general, siendo el desempeño laboral el resultado de la interacción entre todas estas variables (Chiavenato I. , 2003).

Además, expone que el desempeño de los trabajadores se evalúa mediante factores previamente definidos y valorados, tales como:

- Factores actitudinales: disciplina, actitud cooperativa, iniciativa, responsabilidad, habilidad de seguridad, discreción, presentación personal, interés, creatividad y capacidad de realización.
- Factores operativos: conocimiento del trabajo, calidad, cantidad, exactitud, trabajo en equipo y liderazgo.

Así mismo, (Zelaya, 2006) afirma que en el desempeño laboral intervienen factores o condiciones relacionados dentro del llamado contexto del desempeño, y son en primer lugar las condiciones antecedentes las cuales constituyen una fuente de causalidad desde remota o mediata del desempeño, que actúan sobre factores llamados intervinientes conformados por 3 categorías: las características de las condiciones sociales (status, roles), culturales (valores, creencias y actitudes) y demográficas (edad, ocupación, nivel socio-económico, estado civil, salud y educación); las categorías de los factores de personalidad: incluyen un conjunto de tendencias, patrones de comportamiento y reacciones de la persona; y las categorías de las características del puesto de trabajo: constituyen circunstancias o hechos externos a las personas; sus especificaciones y características inducen a ciertos patrones de acción en las personas que desempeñan el cargo.

2.2.3. Importancia de evaluar el desempeño

(Stoner, 1996), manifiesta que la importancia de evaluar el desempeño radica en que permite implantar nuevas políticas de compensación, mejora el desempeño, ayuda a tomar decisiones de ascensos o de ubicación, permite determinar si existe la necesidad de volver a capacitar, detectar errores en el diseño del puesto y ayuda a observar si existen problemas personales que afecten a la persona en el desempeño del cargo.

(Werther W, 2005), señala que la mayor parte de los empleados procura obtener retroalimentación sobre la manera como vienen ejecutando su trabajo y los jefes que tienen a su cargo la dirección de otros empleados deben evaluar el desempeño individual para decidir las acciones que deben tomar.

Esto significa que día a día habrá mayor inversión en la capacitación, retención y sustitución del personal que conforma una organización. Los cambios se producen cada vez en menor espacio de tiempo. La adaptación de la empresa a los mismos exige un compromiso especial de su recurso humano. La identificación del ser humano con la empresa es la única base que hará posible el cambio permanente para evitar el avance de la competencia.

Incluso después de un programa de orientación, en pocas ocasiones los nuevos empleados están en condiciones de desempeñarse satisfactoriamente. Es preciso entrenarlos en las labores para las que fueron contratados. La orientación y la capacitación pueden aumentar la aptitud de un empleado para un puesto. (Siliceo, 2004)

2.3. Definición de Términos básicos

- Capacitación: es la fase final del desarrollo donde adquiere habilidad.
- Casino: Establecimiento de diversión y esparcimiento donde se lleva a cabo juegos de azar.
- Cohesión: grado de consenso de los miembros de grupo social.
- Colaborador: persona involucrada con su trabajo.
- Cultura Organizacional: son expresiones utilizadas para determinar un concepto de cultura empresa o negocio.
- Inducción: un conocimiento de quepas de lo particular a lo global.
- Inversión: termino económico relacionada con el ahorro la ubicación del capital y postergación del consumo.

- Proceso: un conjunto de actividades o eventos organizados.
- Salón Tragamonedas: Salón de esparcimiento donde se explotan máquinas tragamonedas.
- Selección: acción o efecto de elegir a varias personas o cosas entre ellas separándolas.
- Valor: llamado luminosidad o luz, en el trabajo se define como una teoría que considera que el valor del bien o servicio se debe a la cantidad de trabajo que lleva incorporado.

III. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Tipo y diseño de investigación

Se desarrolló una investigación cualitativa, de carácter subjetivo. Donde la población fue de 35 personas.

3.2. Población, muestra y muestreo

La realización de dos tareas centrales, en primer término se realizó un levantamiento de información en el salón de juegos tragamonedas Balta Slots a los 35 colaboradores, por ser una población pequeña se utilizó la misma para la muestra.

La unidad de análisis principal de este estudio fueron los cuestionarios de preguntas que se realizó a los colaboradores de sala y sus experiencias.

Las técnicas de recolección de datos que se empleó son cuestionarios semi estructurados, entrevistas y levantamiento de documentación.

3.3. Métodos

Se creyó conveniente realizar una encuesta preliminar que permitió conocer la información necesaria para esta investigación.

3.4. Recolección de datos

La recolección de datos fue a través de:

- Revisiones de diversos documentos e informes obtenidos vía internet y algunos libros.
- Encuesta
- Entrevistas

3.5. Procesamiento y análisis de datos

Para la ejecución del procesamiento y análisis de datos se utilizó el programa Excel; en el que se trabajaron las tablas estadísticas de doble entrada, de las cuales se presentaron sus respectivos gráficos, desarrollándose el análisis respectivo de los datos recaudados, así como la correspondiente confrontación con los resultados.

IV. RESULTADOS, DISCUSIÓN Y PROPUESTA

4.1. Resultados

4.1.1. ¿Recibiste capacitación al momento de ingresar a la empresa?

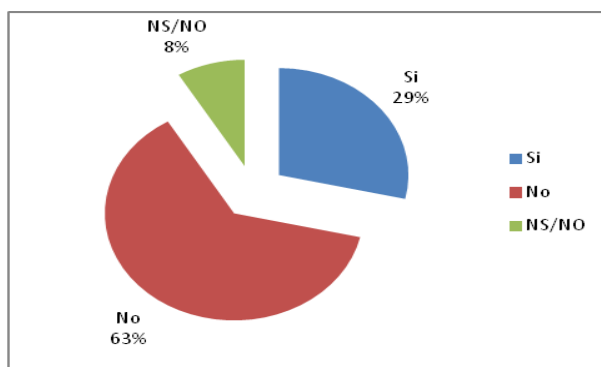


Gráfico 1: ¿Recibiste información al momento de ingresar a la empresa?

Descripción

Del total de encuestados el 63% señaló no haber recibido capacitación al momento de ingresar a la empresa, mientras que el 29% manifestó haber recibido capacitación al momento de ingresar a la empresa.

4.1.2. ¿Crees necesaria la capacitación en tu área de trabajo?

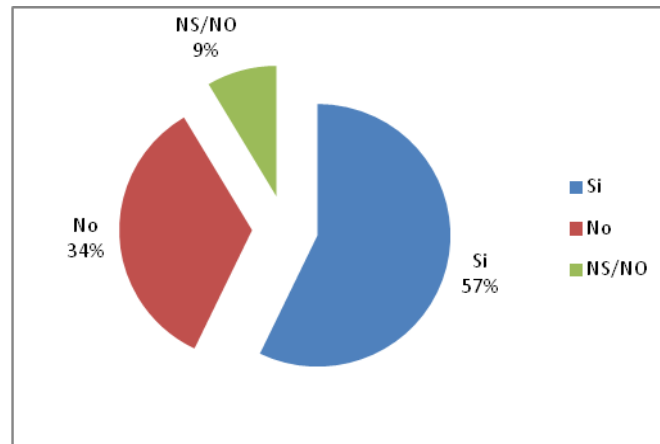


Gráfico 2: ¿Crees necesaria la capacitación en tu área de trabajo?

Descripción

Del total de encuestados el 57% señala que es necesaria la capacitación en su área de trabajo; mientras que el 34% manifiesta que no es necesaria la capacitación en su área de trabajo.

4.1.3. ¿Crees que necesitas capacitación?

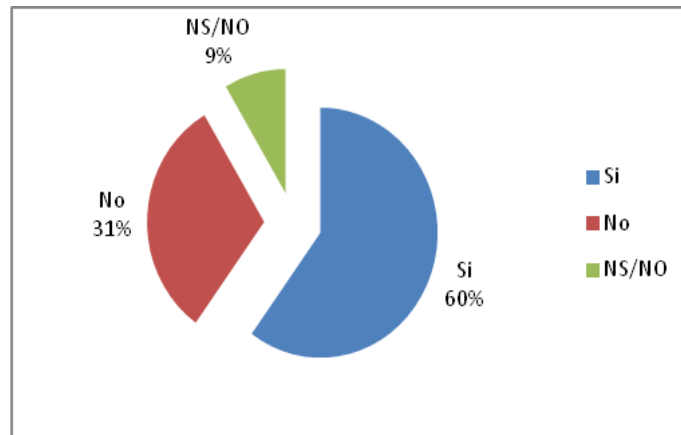


Gráfico 3: ¿Crees que necesitas capacitación?

Descripción

Del total de encuestados el 60% señala que si es necesaria la capacitación por parte de la empresa; por su parte el 31% de los encuestados manifiesta que no es necesaria la capacitación por parte de la empresa.

4.1.4. ¿Te han impartido algún curso de capacitación fuera de la empresa?

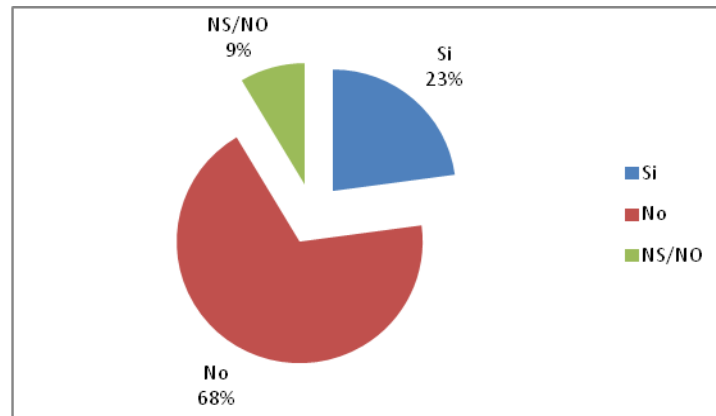


Gráfico 4: ¿Te han impartido algún curso de capacitación fuera de la empresa?

Descripción

Del total de encuestados el 68% señala no haber recibido algún curso de capacitación fuera de la empresa; mientras que el 23% de los encuestados señala si haber recibido cursos de capacitación fuera de la empresa.

4.1.5. ¿Consideras importante la capacitación en todas las empresas?

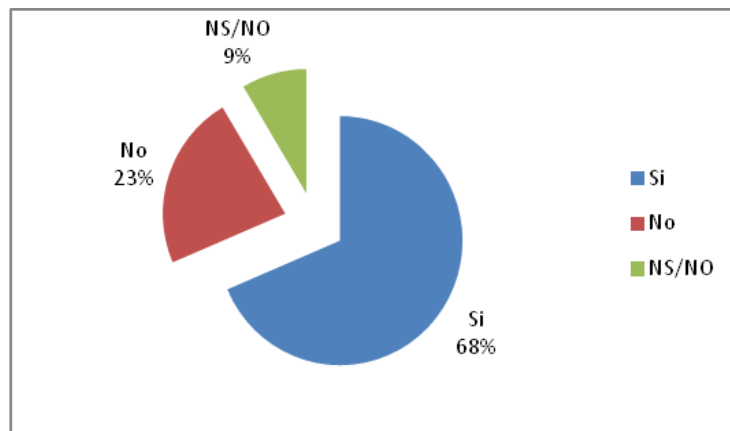


Gráfico 5: ¿Consideras importante la capacitación en todas las empresas?

Descripción

Del total de encuestados el 68% de los encuestados señala que si es importante la capacitación en todas las empresas; mientras que el 23% de los encuestados señala que no es importante la capacitación en las empresas.

4.1.6. ¿Te han impartido cursos de capacitación relevante e importante en tus áreas de trabajo?

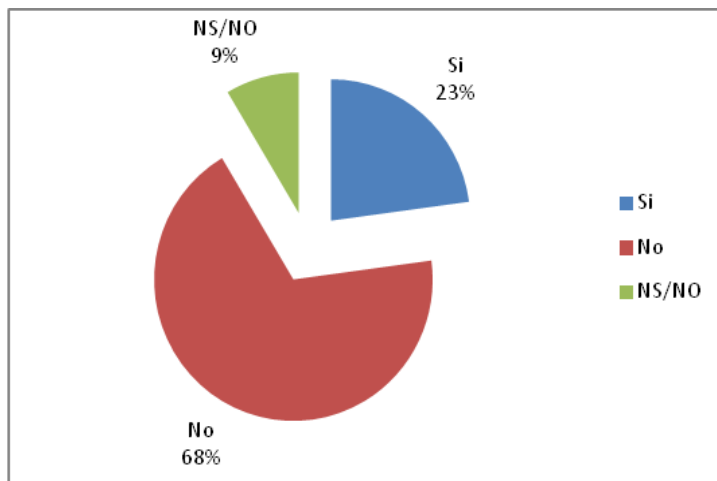


Gráfico 6: ¿Te han impartido cursos de capacitación relevante e importante en tus áreas de trabajo?

Descripción

Del total de encuestados el 68% de los encuestados señala no haber recibido cursos de capacitación relevante e importante en sus áreas de trabajo; mientras que 23% señala si haber recibido cursos de capacitación relevante e importante en sus áreas de trabajo.

4.1.7. ¿Qué tan importante es para la empresa dar capacitación, en cuanto a atención al cliente, a sus empleados?

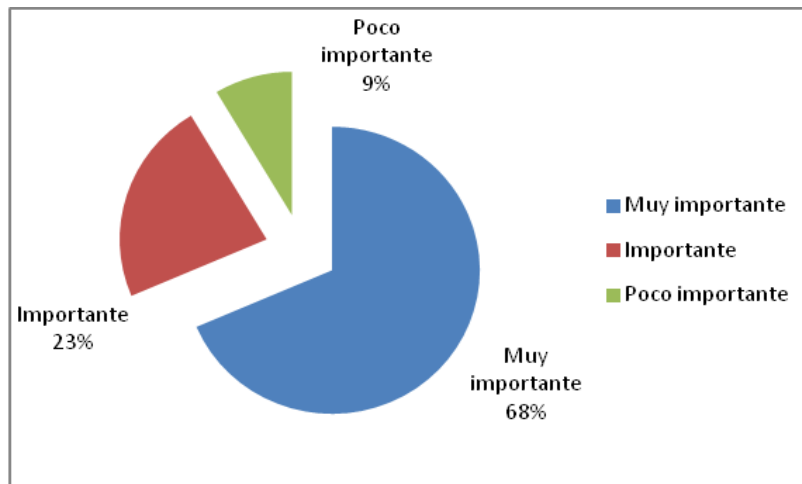


Gráfico 7: ¿Qué tan importante es para la empresa dar capacitaciones, en cuanto a atención al cliente, a sus empleados?

Descripción

Del total de encuestados el 68% señala que es muy importante para la empresa, dar capacitación en cuanto a atención al cliente, para sus empleados; el 23% de los mismos señalan que es importante dar capacitación en cuanto a atención al cliente, para sus empleados; mientras que el 9% de los encuestados señala que es poco importante para la empresa, dar capacitación en cuanto a atención al cliente.

4.1.8. ¿Al nuevo personal se le da capacitación?

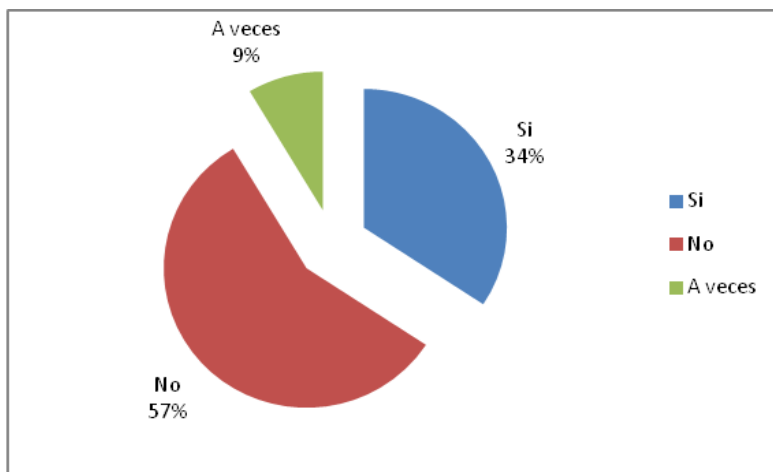


Gráfico 8: ¿Al nuevo personal se le da capacitación?

Descripción

Del total de encuestados el 57% señala que no se da capacitación al personal nuevo que llega a la empresa; mientras que el 34% señala que si se le da charlas como forma de capacitación.

4.1.9. Si se le diera capacitación, ¿Cuánto tiempo se les da?

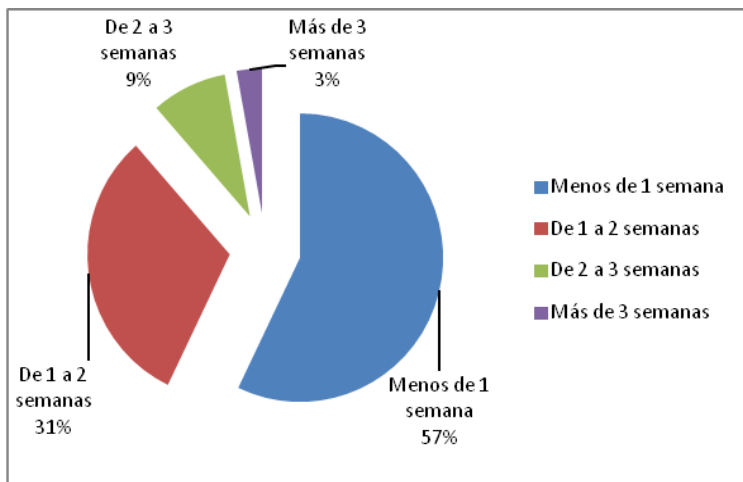


Gráfico 9: Si se le diera capacitación, ¿Cuánto tiempo se les da?

Descripción

Del total de encuestados el 57% señala que se debería de dar menos de una semana; el 31% de los mismos señala que debería de darse de 1 a 2 semanas; el 9% señala que debe de darse de 2 a 3 semanas; mientras que el 3% señala que debe de darse más de 3 semanas de capacitación.

4.1.10. En caso de no dar capacitación, ¿Por qué cree que no se da?

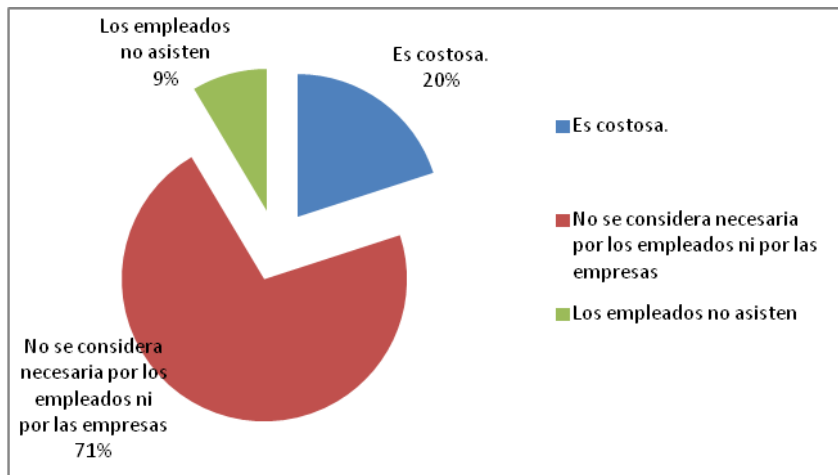


Gráfico 10: En caso de no dar capacitación, ¿Por qué cree que no se da?

Descripción

Del total de encuestados el 71% señala que los dueños de la empresa y el personal que ahí labora no la consideran necesaria; el 20% señala que es muy costosa para la empresa; mientras que el 9% señala que los empleados no asisten a los cursos de capacitación.

4.1.11. Usted como empleado, ¿Cree que la capacitación para los empleados de nuevo ingreso es importante?

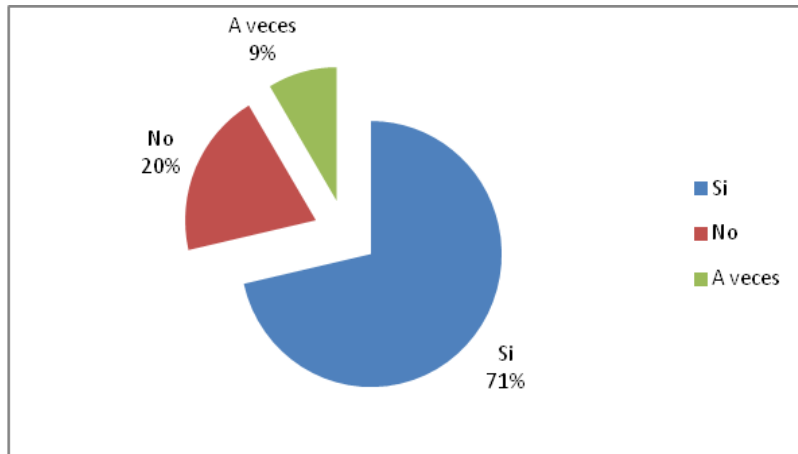


Gráfico 11: Usted como empleado, ¿Cree que la capacitación para los empleados de nuevo ingreso es importante?

Descripción

Del total de encuestados el 71% de los mismos señala que la capacitación para los empleados de nuevo ingreso a la empresa es importante; el 20% de los mismos señala que la capacitación para los empleados de nuevo ingreso a la empresa no es importante; mientras que el 9% de los encuestados señala que la capacitación para los empleados de nuevo ingreso a la empresa a veces es importante.

4.1.12. En caso de haber recibido capacitación en su empleo, ¿Le ha sido de ayuda?

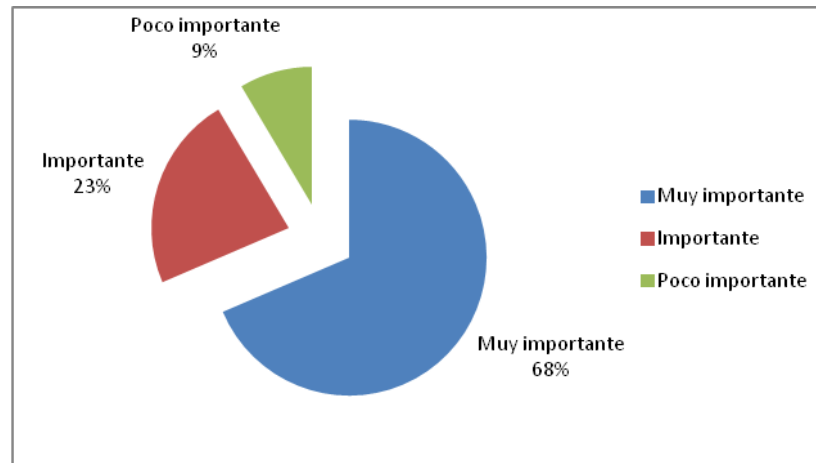


Gráfico 12: En caso de haber recibido capacitación en su empleo, ¿Le ha sido de ayuda?

Descripción

Del total de encuestados el 68% señala que es muy importante haber recibido capacitación dentro de la empresa; el 23% manifiesta que es importante haber recibido capacitación dentro de la empresa; mientras que el 9% señala que es poco importante haber recibido capacitación dentro de la empresa.

4.1.13. ¿Cada cuánto tiempo cree usted que se debe capacitar al personal?

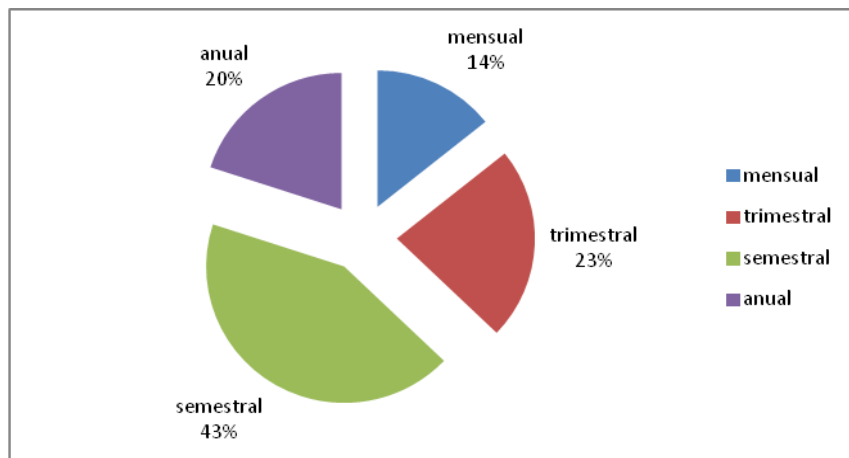


Gráfico 13: ¿Cada cuánto tiempo cree usted que se debe capacitar al personal?

Descripción

Del total de encuestados el 43% señala que se debe capacitar al personal en forma semestral; el 23% de los mismos opina que la capacitación debe de efectuarse en forma trimestral; el 20% señala que dichas capacitaciones deben de realizarse en forma anual; mientras que el 14% de los encuestados señala que las capacitaciones deben de efectuarse mensualmente.

4.1.14. Dentro del área de atención a clientes, ¿Qué aspectos ve mejorados después de una capacitación?

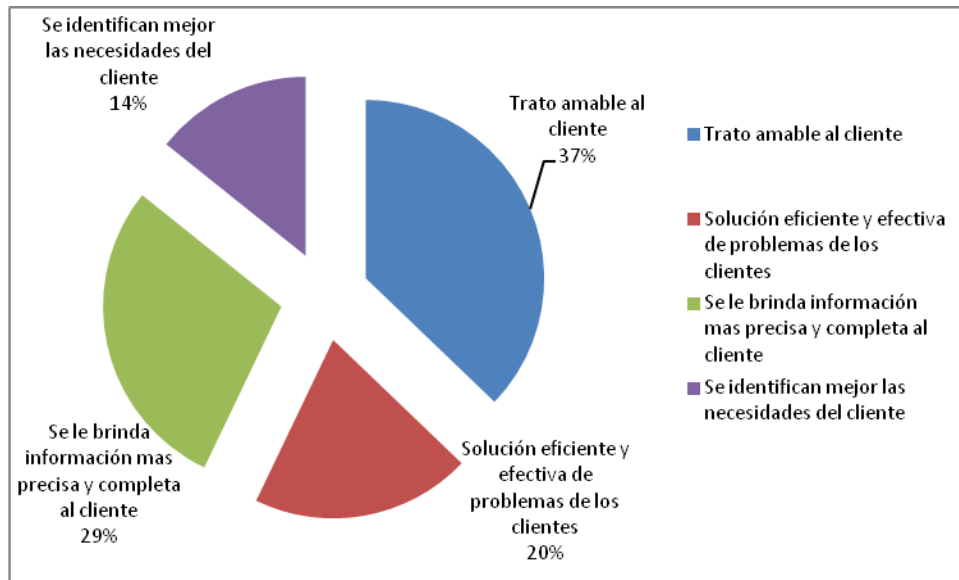


Gráfico 14: Dentro del área de atención a clientes, ¿Qué aspectos ve mejorados después de una capacitación?

Descripción

Del total de encuestados el 37% de los mismos señala haber mejorado en el trato amable con el cliente; el 29% señala que se le brinda la información más precisa y completa al cliente; el 20% manifiesta tener una solución eficiente y efectiva de solución de problemas de los clientes; mientras que el 14% señala que se identifican mejor las necesidades de los clientes.

4.1.15. ¿Los horarios de capacitación deben ser ajustados a tu horario de trabajo?

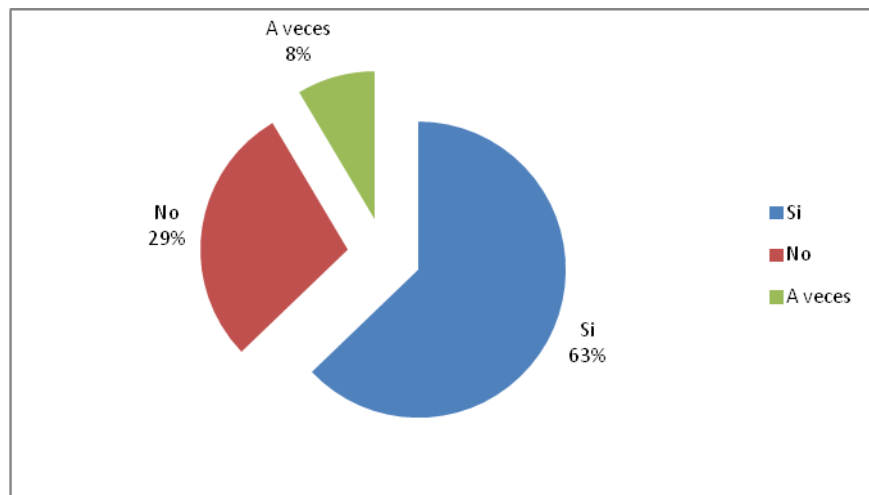


Gráfico 15: ¿Los horarios de capacitación deben ser ajustados a tu horario de trabajo?

Descripción

Del total de encuestados el 63% señala que las capacitaciones si deben ser ajustados a los horarios de trabajo; el 29% manifiesta que las capacitaciones no deben ser ajustados a los horarios de trabajo; mientras que el 8% señala que las capacitaciones a veces deben ser ajustados a los horarios de trabajo.

4.1.16. ¿Deben de existir días especiales para un curso de capacitación dentro de la empresa?

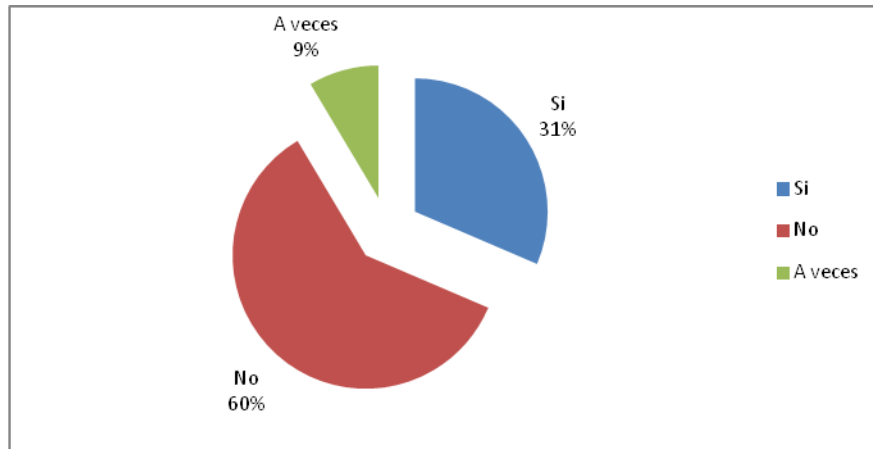


Gráfico 16: ¿Deben de existir días especiales para un curso de capacitación dentro de la empresa?

Descripción

Del total de encuestados el 60% señala que no deben de existir días especiales para un curso de capacitación dentro de la empresa; el 31% manifiesta que si deben de existir días especiales para un curso de capacitación dentro de la empresa; mientras que el 8% señala que a veces deben de existir días especiales para un curso de capacitación dentro de la empresa.

4.1.17. Prueba de hipótesis

Para el presente trabajo de investigación se empleó la prueba Z para aceptar o rechazar la H.

Prueba Z:

Nivel de significancia $\alpha=0.05$

Tamaño de muestra $n=35$

Promedio de puntaje otorgado antes de la implementación del plan de capacitación $X = 3.388$

Promedio de puntaje otorgado luego de la implementación del plan de capacitación $x = 7.825$

Desviación estándar $S=1.3667$

Se halla S_x = desviación estándar ajustada a la muestra

$$S_x = \frac{S}{\sqrt{n}}$$

$$\sqrt{n}$$

$$S_x = \frac{1.3667}{\sqrt{35}}$$

$$\sqrt{35}$$

$$S_x = 0.153$$

Se aplica la fórmula de la prueba Z:

$$Z = \frac{x - X}{S_x}$$

$$S_x$$

$$Z = \frac{7.825 - 3.388}{0.153}$$

$$0.153$$

Para el nivel de significancia $\alpha=0.05$ le corresponde un valor $z = 1.96$



Entonces se acepta la hipótesis: La implementación de un plan de capacitación mejora el desempeño laboral de los colaboradores del Salón Tragamonedas Balta Slots.

4.2. Discusión

Amaya (2003), afirma que un plan de capacitación es la traducción de las expectativas y necesidades de una organización. En el caso del presente trabajo de investigación, las expectativas y necesidades las plasmaron los clientes al ser encuestados: necesidad de mejor trato, mayor rapidez en el servicio, mejoras en el mantenimiento de la infraestructura y capacidad de respuesta bajo presión, aspectos que se considera se han logrado mejorar después de la implementación del plan de capacitación en el Salón de juegos tragamonedas Balta Slots de Chiclayo.

Además, se concuerda con Gonzáles (2007) en que el plan de capacitación es aquel que se elabora incluyendo los temas en los cuales los empleados necesitan instrucción para mejorar su desempeño. En la investigación, se vinculó las expectativas planteadas por el cliente y se tradujeron en temas, como son: atención al cliente, identificación del trabajo, ejecución del trabajo, control del trabajo y mejora continua, los mismos que han sido desarrollados.

Así mismo, según Bohórquez (2002), el desempeño laboral se define como el nivel de ejecución alcanzado por el trabajador en el logro de las metas dentro de la organización en un tiempo determinado, con lo cual se está totalmente de acuerdo ya que en la organización sobre la cual se realizó la investigación.

Se diagnosticó la situación del desempeño laboral de los trabajadores operativos del Salón de juegos tragamonedas Balta Slots de Chiclayo antes de la implementación del plan de capacitación, mediante la aplicación de la encuesta al personal. Paso fundamental en la investigación para poder conocer la situación real del desempeño cuyos resultados

arrojaron que los clientes, antes de la implementación del plan de capacitación le otorgaban al desempeño de los trabajadores un puntaje promedio de 3.39 (en una escala de 0 a 10 donde 0 representaba lo más cercano al pésimo desempeño y 10 el óptimo desempeño).

Se pudo analizar los beneficios de la implementación del plan de capacitación en el desempeño laboral de los trabajadores operativos del Salón de juegos tragamonedas Balta Slots de Chiclayo, entre los cuales resaltan la mejora en la capacidad para atender quejas y reclamos, el aumento de la rapidez en el servicio, la mejora en el mantenimiento de las instalaciones y una mejor calificación del desempeño de los trabajadores por parte de los clientes. Además, previo a la implementación del plan se identificaron los temas a incluir en el plan de capacitación, gracias a las expectativas y necesidades expresadas por los clientes en la encuesta. Mostrando que este método de recolección de información resultó efectivo para este caso del Salón de juegos tragamonedas Balta Slots de Chiclayo y es probablemente aplicable a empresas similares.

Se realizó un análisis comparativo de los resultados del diagnóstico del desempeño laboral de los trabajadores operativos del Salón de juegos tragamonedas Balta Slots de Chiclayo obtenido antes y después de la implementación del plan de capacitación, contrastando la percepción de los clientes con respecto al desempeño de los trabajadores operativos del Salón de juegos tragamonedas Balta Slots de Chiclayo antes y después de la implementación del plan de capacitación, notando la variación del promedio alcanzado (3.39) hasta llegar al puntaje promedio de 7.83 en la escala mencionada para el primer objetivo.

Para el caso del Salón de juegos tragamonedas Balta Slots de Chiclayo, la implementación del plan de capacitación, además de mejorar el desempeño de los trabajadores operativos, trajo consigo los beneficios que a continuación se cita:

- Contribuyó a prevenir riesgos de trabajo, se basó en que los clientes opinan que luego de la implementación del plan de capacitación los trabajadores tienen mayor dominio de su trabajo y menos posibilidades de manipular mal alguna máquina del establecimiento, por desconocimiento.
- Se creó una mejor imagen de la empresa, ya que ahora los clientes opinan que el comportamiento de los trabajadores es adecuado, que son más corteses en el trato y que se preocupan porque el servicio que recibe el cliente sea óptimo, cambiando la percepción del cliente a una imagen corporativa mejorada.
- Ha facilitado que el personal se identifique con la empresa, lo cual se ve reflejado en la percepción de los clientes, quienes manifiestan que es notorio que los trabajadores se identifican con la empresa, lo cual se ve reflejado en la nueva actitud de los trabajadores que incluso manifestaron su deseo de participar en más capacitaciones.
- Ayuda a agilizar la solución de problemas y la mejora en el trato al cliente, pues ahora los clientes notan que los trabajadores tienen mayor iniciativa al momento de resolver un problema y su cortesía en el trato ha mejorado comparada contra la percepción inicial cuando no se había implementado el plan de capacitación y los clientes notaban que los trabajadores no manejaban situaciones bajo presión y no tenían iniciativa para resolver problemas cotidianos.

4.3. Propuesta

4.3.1. Objetivos

- Mejorar el desempeño del personal operativo que labora en el Salón de juegos tragamonedas Balta Slots de Chiclayo.
- Brindar conocimientos teórico-prácticos, aplicables a las diversas áreas en las que los trabajadores deben desenvolverse.
- Ayudar al personal a identificarse con los objetivos de la organización y así poder elevar su productividad y mejorar su capacidad de atención al cliente.

4.3.2. Base legal

- Reglamento interno de Trabajo del Salón de juegos tragamonedas Balta Slots de Chiclayo.
- Texto único ordenado del Decreto Legislativo N° 728, Ley de productividad y competitividad laboral.
- Reglamento de Organización y funciones del Salón de juegos tragamonedas Balta Slots de Chiclayo.

4.3.3. Alcance

El desarrollo del presente Plan de Capacitación comprenderá exclusivamente al área operativa del Salón de juegos tragamonedas Balta Slots de Chiclayo.

4.3.4. Estrategia de capacitación

Para la ejecución del presente Plan de Capacitación se sugiere la estrategia de capacitación externa por cuanto está comprobado que este tipo de capacitación genera mayor motivación en el trabajador.

4.3.5. Determinación de grupos ocupacionales y/o estamentos a capacitar

Para el presente Plan de Capacitación se han considerado los siguientes Grupos ocupacionales:

- Trabajadores Operativos

4.3.6. Presupuesto

El costo total del programa de capacitación tentativo asciende a S/. 2,400 nuevos soles.

Se ha considerado el costo por hora de los cursos a 30 nuevos soles por hora.

4.3.7. Implementación

Dirigido al personal operativo del Salón de juegos tragamonedas Balta Slots de Chiclayo, quienes buscan adquirir conocimientos en atención al cliente y ampliar sus conocimientos en mantenimiento y operatividad de máquinas e instalaciones para asumir con éxito sus responsabilidades laborales.

4.3.8. Principal Objetivo

El principal objetivo de los programas de capacitación del personal es actualizar los conocimientos del personal con las nuevas tecnologías y las tendencias que se manejan en los grandes negocios. Para los salones tragamonedas, es también crear espacios para la innovación y las tácticas de marketing; alentar la labor de sus trabajadores, que ven en esta herramienta educacional una posibilidad de progreso.

Es así que ellos deben adaptarse a las nuevas necesidades de los usuarios y establecer como premisa de trabajo que los planes de capacitación no sólo generan el desarrollo de las compañías, sino que garantizan su supervivencia, su vida empresarial a largo plazo.

4.3.9. Trato personalizado

Se puede hablar de un tipo de educación específica para las empresas. Especializada según el tipo de personal, pues existen particularidades según la ocupación o el cargo dentro de una organización. Por eso es necesario contar con planes de estudios diferenciados.

(Olson, 2013), profesora de la Universidad de Nevada, en Estados Unidos, observa tres grandes grupos dentro de los casinos: los llamados empleados de primera línea, que tratan directamente con los visitantes, como los dealers, son los primeros.

En un segundo nivel está la gerencia y supervisión, donde se desarrolla la administración de las salas y debe trabajarse en función del impacto y los resultados de los negocios. En este nivel habrá que motivar también el liderazgo y las capacidades de comunicación interpersonal.

En el nivel ejecutivo, el más alto de la empresa y donde se toman las decisiones más importantes, debe fomentarse la generación de ideas visionarias y creativas.

El gran objetivo en los tres es que mediante la capacitación se forme un equipo heterogéneo de individuos para potenciar sus características particulares. “Un grupo de gente con las mismas fuerzas individuales no es un equipo. Es importante reconocer el estilo preferido de los diversos miembros para poder crear sinergia, permitiendo que cada individuo utilice sus habilidades en los campos en los que pueda contribuir mejor al éxito de la organización”, (Olson, 2013).

4.4. Plan

Para capacitar al personal las compañías deben seguir los mismos procesos derivados del proceso gerencial. Vecino, José Manuel citado por (Olson, 2013) señala que la primera etapa es el Diagnóstico, donde se evalúa las necesidades de formación a partir de las mediciones de las capacidades actuales de cada empleado. Allí se establecen los grados de profundidad requeridos en cada seminario o taller.

Luego se realiza la Intervención, donde se programan y se realizan talleres. Tras esto llega la etapa de Comprobación, que consiste en el monitoreo de la curva de aprendizaje del personal. Lo normal es que los nuevos conocimientos tarden en incorporarse en el trabajo cotidiano entre 2 y 3 meses.

Finalmente, la Evaluación permite conocer el avance real del proceso tras aplicar las mismas herramientas utilizadas para medir las capacidades de cada empleado durante el diagnóstico. Así se podrá ver las diferencias entre el comienzo y el final. Además, servirá como un nuevo inicio del proceso al permitir definir los aspectos que aún faltan potenciar.

4.4.1. Estrategia integral

Sobre esta división de funciones, los autores (Sisk, 2010) advierten que sólo se separan para comprenderlas con mayor facilidad pero que en realidad se pueden realizar simultáneamente.

“Aunque el proceso, para que pueda ser bien entendido, debe ser subdividido y discutido separadamente, en la práctica, un gerente puede ejecutar simultáneamente, o al menos en forma continuada, todas o algunas de las cuatro funciones”, refieren en una de sus publicaciones.

Sin duda, estos programas ayudarán al desarrollo de la empresa y sus empleados. Pues lo que se busca es reforzar la participación proactiva de los trabajadores. Con esa finalidad no están de más los incentivos adicionales para capacitarse.

La estrategia que recomienda (Olson, 2013) es incorporar en la capacitación planes de desarrollo de carrera. De ese modo las personas que integren los talleres podrán acceder a mayores oportunidades para ser promovidos a cargos superiores.

Si se desea ir más allá, se puede recompensar directamente la participación en los seminarios. Para esto se pueden dar periodos extraordinarios de tiempo libre, gratificaciones monetarias o hasta sorteos de algunos premios.

4.4.2. Tema de casinos y tragamonedas

En los años de experiencia de (Olson, 2013) trabajando el tema de juegos de azar, ha podido identificar las principales habilidades necesarias en las áreas de operación de esta industria. En sus estudios, pone especial énfasis en cuatro de ellas: el área de operaciones de máquinas tragamonedas, los juegos de mesa, la supervisión y las finanzas.

Para manejar las tragamonedas, por ejemplo, señala que es necesario profundizar en el control de los medidores de las máquinas, su diseño y disposición en la planta o saber analizar su desempeño. Además, se debe conocer la comercialización del piso de las máquinas, el análisis diario de los resultados y la utilización de máquinas progresivas o con pozos misteriosos.

Para el área de los juegos de mesa, en cambio, hay que profundizar las matemáticas, las estadísticas y las normas de reglamentación. El empleado también debe saber combinar correctamente las mesas de blackjack, poker y baccarat dentro de una sala. En algunos casos será necesario enfocarse en la administración de los ingresos y de los trabajadores.

4.4.3. Clases de usuarios

Tanto para el manejo de tragamonedas y de casinos es importante conocer el público al que atienden. Para eso hay que determinar qué tipo de perfil tiene el cliente. En primer lugar existe el visitante en noche de diversión, quien normalmente acude por distracción, con amigos y durante los fines de semana.

También se encuentra el que busca experiencias, que se caracteriza por priorizar más el hecho de participar que el de ganar. Este tipo de persona valora el contacto con el personal y otros clientes y asiste con un presupuesto fijo.

El último es el jugador real, que es más competitivo y se centra en ganar. Visita los casinos cuando lo desea y no tiene un patrón fijo para gastar al interior del local. Reconocer este tipo de personalidades ayuda a los trabajadores a establecer el diseño, combinar los juegos y realizar campañas de marketing.

4.4.4. Fin administrativo

En el tema de supervisión, las habilidades por desarrollar son algo distintas. Hay que dominar las posibilidades de fraude con alta tecnología y conocer sobre la selección y colocación de equipos. No está de más conocer la política y los procedimientos internos.

Finalmente, en el manejo de las finanzas, habrá que enfocarse en el dominio de la contabilidad y el análisis de ingresos de tragamonedas y casinos. Hay que capacitar también sobre los presupuestos de capital y los planeamientos estratégicos. En un mundo que evoluciona con rapidez las empresas no pueden mantenerse estáticas. Una buena gerencia siempre será una solución.

4.4.5. Desarrollo

Siguiendo el cronograma de capacitación expuesto, el diplomado estuvo planteando para desarrollarse a lo largo de 10 semanas. Con 8 horas semanales: sábados de 2 pm a 6 pm y domingos de 8 am a 12 pm.

El local escogido para esta capacitación fue el Salón de juegos tragamonedas Balta Slots de Chiclayo. Este local fue escogido por su capacidad de 35 personas, ya que la capacitación fue dictada a los 35 trabajadores operativos del Salón de juegos tragamonedas Balta Slots de Chiclayo y el espacio se adecuó a la perfección. Además su localización céntrica facilitó la llegada de los participantes.

El módulo de “identificación de trabajo” se realizó en la sala múltiple del Salón de juegos tragamonedas Balta Slots de Chiclayo por tratarse de temas más prácticos que teóricos relacionados con la empresa.

Esta capacitación se planteó en 5 módulos, cuyos temas fueron propuestos de acuerdo al resultado de la encuesta aplicada a los clientes, ya que como se mostró en la interpretación de resultados, existían varios puntos por reforzar, que son: atención al cliente, conocimientos básicos que faciliten la identificación del trabajo, planeamiento para ejecutar el trabajo, control del trabajo y mejora continua.

Previo a la aplicación del plan de capacitación se planteó una encuesta para conocer la percepción de los trabajadores operativos respecto a su desempeño y su disposición a capacitarse. Luego de la implementación del plan se volvió a aplicar la misma encuesta rápida a los trabajadores, observando un cambio en las cifras antes mostradas.

El 67% afortunadamente muestra disposición a recibir capacitación pues contestó estar de acuerdo con la proposición planteada en la encuesta, lo cual indica que el personal muestra actitud positiva ante la oportunidad que le brinda la empresa. El reto es lograr que el 33 % de indiferencia se distribuya hacia la aceptación.

Las sesiones de capacitación se llevaron a cabo con normalidad, cumpliendo el desarrollo de temas propuestos en el cronograma y con participación del 100% de los trabajadores, a quiénes al final de las 10 semanas, se les volvió a aplicar la misma encuesta, para obtener un nuevo panorama con la situación actual de ellos luego de la capacitación brindada.

Luego de la capacitación, se consultó a los trabajadores si creían tener la capacidad de resolver quejas de los clientes de manera rápida y adecuada, ante esto el 17% de los encuestados afirmó estar de acuerdo con la proposición: Puedo resolver quejas de cliente de manera rápida y adecuada, el 67% señaló estar muy de acuerdo y el 17% restante no está ni en acuerdo ni en desacuerdo con la proposición. En conclusión el 84% de los encuestados está de acuerdo con esta proposición lo que demuestra que sus habilidades de trato con clientes mejoraron luego de la capacitación.

V. CONCLUSIONES

Al diagnosticar la situación del desempeño laboral de los trabajadores operativos del Salón de juegos tragamonedas Balta Slots de Chiclayo antes de la implementación del plan de capacitación, se encontró que este era calificado por los clientes con un puntaje promedio de 3.39 en una escala de 0 a 10 donde 0 representaba lo más cercano al pésimo desempeño y 10 el óptimo desempeño, concluyendo que el enunciado del problema planteado para la presente investigación tuvo fundamento real, ya que el desempeño laboral no estaba bien visto por los clientes y tuvo que plantearse una medida para revertir la situación, que en este caso fue la implementación de un plan de capacitación.

Al analizar los principales beneficios de la implementación del plan de capacitación se concluyó en que no solo impactan en el ámbito económico, al mejorar la satisfacción del cliente con el desempeño de los trabajadores y fidelizarlos con la empresa, sino que también tienen impacto en el desarrollo personal de cada trabajador quienes notan la diferencia en sus capacidades para afrontar diversos problemas, para ejecutar su trabajo y relacionarse con los clientes.

Mediante el análisis comparativo de los resultados del diagnóstico del desempeño laboral de los trabajadores operativos del Salón de juegos tragamonedas Balta Slots de Chiclayo obtenido antes y después de la implementación del plan de capacitación y gracias al análisis estadístico descriptivo, se puede concluir que se ha demostrado que la implementación de un plan de capacitación mejora el desempeño laboral de los trabajadores operativos del Salón de juegos tragamonedas Balta Slots de Chiclayo.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Blake M, O. (2000). *Origen, detección y análisis de las Necesidades de Capacitación*. Buenos Aires: Macchi.
- Blake, O. (1997). *La capacitación Un Recurso dinamizador de las organizaciones*. Buenos Aires: Macchi.
- Bohórquez, B. (2002). *Planeación estratégica de capacitación*. D.F. México: Mc Graw-Hill.
- Chiavenato, A. (2001). *Gestión del talento humano*. D.F. México: Mc Graw-Hill.
- Chiavenato, I. (2003). *Administración de recursos humanos*. D.F. México: Mc Graw-Hill.
- Dessler, M. (2001). *Necesidades de Capacitación*. Buenos Aires: Macchi .
- Gasallla-Leila, N. (2008). *La capacitación*. Madrid: Planeta.
- Olson, C. (14 de mayo de 2013). *Revista casino Perú*. Obtenido de Revista casino Perú: http://www.revistacasinoperu.com/sumario.php?txt_valor=192&idrevista=14
- Pinto V, R. (2005). *Planeación estratégica de capacitación*. D.F. México: Mc Graw-Hill.
- Reza, C. (2006). *Los recursos humanos y la importancia de la capacitación*. DF.México: Prentice Hall.
- Robbins, W. (1998)). *Administración de personal* . D.F. México: Mc Graw-Hill.
- Rodríguez S, M. (2000). *Recursos humanos su misión trascendente y ética*. D.F. México: Grijalbo.
- Siliceo, A. (2004). *Capacitación y desarrollo de personal*. D.F. México: Limusa.
- Sisk, H. y. (24 de enero de 2010). *Academia Perú*. Obtenido de http://www.academia.edu/5100363/1_Administraci%C3%B3n
- Stoner, J. (1996). *Administración*. DF. México: Prentice Hall.
- Ulrich, D. (1998). *Recursos Humanos* . Buenos Aires: Granica.
- Werther W, B. y. (2005). *Administración de personal y recursos humanos*. D.F. México: Mc Graw-Hill.

Zelaya, D. (2006). *Recursos humanos su misión trascendente y ética*. D.F. México: Grijalbo.

VII. ANEXOS

7.1. Anexo 01

A. OBJETIVOS

- Mejorar el desempeño del personal operativo que labora en el Salón de juegos tragamonedas Balta Slots de Chiclayo.
- Brindar conocimientos teórico-prácticos, aplicables a las diversas áreas en las que los trabajadores deben desenvolverse.
- Ayudar al personal a identificarse con los objetivos de la organización y así poder elevar su productividad y mejorar su capacidad de atención al cliente.

B. BASE LEGAL

- Reglamento interno de Trabajo del Salón de juegos tragamonedas Balta Slots de Chiclayo.
- Texto único ordenado del Decreto Legislativo N° 728, Ley de productividad y competitividad laboral.
- Reglamento de Organización y funciones del Salón de juegos tragamonedas Balta Slots de Chiclayo.

C. ALCANCE

El desarrollo del presente Plan de Capacitación comprenderá exclusivamente al área operativa del Salón de juegos tragamonedas Balta Slots de Chiclayo.

D. ESTRATEGIA DE CAPACITACIÓN

Para la ejecución del presente Plan de Capacitación se sugiere la estrategia de capacitación externa de (Olson, 2013) por cuanto está comprobado que este tipo de capacitación genera mayor motivación en el trabajador.

E. DETERMINACIÓN DE GRUPOS OCUPACIONALES Y/O ESTAMENTOS A CAPACITAR

Para el presente Plan de Capacitación se han considerado los siguientes Grupos ocupacionales:

- Trabajadores Operativos

F. PRESUPUESTO

El costo total del programa de capacitación tentativo asciende a S/. 2,400 nuevos soles.

Se ha considerado el costo por hora de los cursos a 30 nuevos soles por hora.

G. IMPLEMENTACIÓN

Dirigido al personal operativo del Salón de juegos tragamonedas Balta Slots de Chiclayo, quienes buscan adquirir conocimientos en atención al cliente y ampliar sus conocimientos en mantenimiento y operatividad de máquinas e instalaciones para asumir con éxito sus responsabilidades laborales.

H. OBJETIVO

Desarrollar en los participantes una visión integral en calidad de atención y desempeño laboral, con un enfoque práctico de aplicación inmediata ajustado a la naturaleza de sus labores diarias.

I. DESARROLLO

Siguiendo el cronograma de capacitación expuesto, el diplomado estuvo planteando para desarrollarse a lo largo de 10 semanas. Con 8 horas semanales: sábados de 2 pm a 6 pm y domingos de 8 am a 12 pm.

El local escogido para esta capacitación fue el Salón de juegos tragamonedas Balta Slots de Chiclayo. Este local fue escogido por su capacidad de 35 personas, ya que la capacitación fue dictada a los 35 trabajadores operativos del Salón de juegos tragamonedas Balta Slots de Chiclayo y el espacio se adecuó a la perfección. Además su localización céntrica facilitó la llegada de los participantes.

El módulo de “identificación de trabajo” se realizó en la sala múltiple del Salón de juegos tragamonedas Balta Slots de Chiclayo por tratarse de temas más prácticos que teóricos relacionados con la empresa.

Esta capacitación se planteó en 5 módulos, cuyos temas fueron propuestos de acuerdo al resultado de la encuesta aplicada a los clientes, ya que como se mostró en la interpretación de resultados, existían varios puntos por reforzar, que son: atención al cliente, conocimientos básicos que faciliten la identificación del trabajo, planeamiento para ejecutar el trabajo, control del trabajo y mejora continua.

Previo a la aplicación del plan de capacitación se planteó una encuesta para conocer la percepción de los trabajadores operativos respecto a su desempeño y su disposición a capacitarse. Luego de la implementación del plan se volvió a aplicar la misma encuesta rápida a los trabajadores, observando un cambio en las cifras antes mostradas.

El 67% afortunadamente muestra disposición a recibir capacitación pues contestó estar de acuerdo con la proposición planteada en la encuesta, lo cual indica que el personal muestra actitud positiva ante la oportunidad que le brinda la empresa. El reto es lograr que el 33 % de indiferencia se distribuya hacia la aceptación.

Las sesiones de capacitación se llevaron a cabo con normalidad, cumpliendo el desarrollo de temas propuestos en el cronograma y con participación del 100% de los trabajadores, a quiénes al final de las 10 semanas, se les volvió a aplicar la misma encuesta, para obtener un nuevo panorama con la situación actual de ellos luego de la capacitación brindada.

Luego de la capacitación, se les consultó a los trabajadores si creían tener la capacidad de resolver quejas de los clientes de manera rápida y adecuada, ante esto el 17% de los encuestados afirmó estar de acuerdo con la proposición: Puedo resolver quejas de cliente de manera rápida y adecuada, el 67% señaló estar muy de acuerdo y el 17% restante no está ni en acuerdo ni en desacuerdo con la proposición. En conclusión el 84% de los encuestados está de acuerdo con esta proposición lo que demuestra que sus habilidades de trato con clientes mejoraron luego de la capacitación.

7.2. Anexo 02: Plan de capacitación

Plan de capacitación

“El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes. Ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios de entretenimiento”

El Cliente

Tomado del programa de Capacitación de (Olson, 2013), el cliente es el verdadero impulsor de todas las actividades de la empresa. De nada sirve que el producto o el servicio sean de buena calidad, a precio competitivo o esté bien presentado, si no existen consumidores

¿Quién es el cliente?

- Es la persona más importante de nuestro negocio.
- No depende de nosotros, nosotros dependemos de él.
- No está comprando un producto o servicio y no haciéndonos un favor de adquirirlo con nosotros.
- Es el propósito de nuestro trabajo, no una interrupción al mismo.
- Es un ser humano de carne y hueso con sentimiento y emociones (como uno), y no una fría estadística.
- Es la parte más importante de nuestro negocio y no alguien ajeno al mismo.

- Es una persona que nos trae sus necesidades y deseos y es nuestra misión satisfacerlo.
- Es merecedor del trato más cordial y atento que le podemos brindar.
- Es alguien a quien debemos complacer y no alguien con quien discutir o confrontar.
- Es la fuente de vida de este negocio y de cualquier otro.

¿Por qué se pierden los Clientes?

- 1 % Porque se mueren.
- 3 % Porque se mudan a otra parte.
- 5 % Porque se hacen amigos de otros.
- 9 % Por las ofertas y precios bajos de la competencia.
- 14 % Por la mala calidad de los productos o servicio.
- 68 % Por la indiferencia y la mala atención del personal de ventas y servicio en contacto con clientes.

¿Qué busca obtener el cliente cuando compra?

- Un precio razonable o sentirse bien.
- Una adecuada calidad por lo que paga.
- Una atención amable y personalizada.
- Un horario cómodo para ir a comprar o divertirse.
- Una razonable variedad de oferta.
- (marcas poco conocidas junto a las líderes).
- Un local cómodo y limpio.

Estrategia del servicio al cliente

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

- La satisfacción del cliente impulsa la lealtad del cliente Fidelización.
- La lealtad de los clientes impulsa las utilidades y la consecución de nuevos clientes.

Diez Reglas del Servicio

- Atienda al Cliente de inmediato.
- De al Cliente su Total Atención.
- Haga que los 30 primeros segundos cuenten.
- Sea natural, no falso ni mecánico.
- Demuestre Energía y Cordialidad.
- Sea el agente de su Cliente.
- Piense, use el sentido Común.
- Hacer algunos ajustes a las reglas.
- Haga que los últimos 30 segundos cuenten.
- Manténgase en forma, cuide bien su persona.

Los diez mandamientos de la atención al cliente

- El cliente por encima de todo.
- No hay nada imposibles cuando se quiere.
- Cumple todo lo que prometas.
- Solo hay una forma de satisfacer al cliente.
- Para el cliente tú marcas la diferencia.
- Fallar en un punto, significa fallamos todos.
- Un Colaborador insatisfecho, genera cliente insatisfecho.
- El juicio sobre la calidad del servicio lo hace el cliente.
- Por muy bueno que sea el servicio siempre se debe mejorar.
- Cuando se trate de satisfacer al cliente todos somos un equipo.

El servicio

Es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o es algo que va más allá de la amabilidad y de la gentileza. El servicio es un valor agregado para el CLIENTE.

Características del servicio

- Intangible: No se puede tocar, sentir, escuchar y oler antes de la compra.
- Inseparable: Se fabrica y se consume al mismo tiempo.
- Variable: Depende de quién, cuándo, cómo y dónde se ofrece.
- Perecedero: No se puede almacenar.

Atención al cliente

- Brindar un buen servicio no alcanza, si el cliente no lo percibe. Para ello es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos que hacen a la atención al público.
- Cortesía.
- Atención rápida.
- Confiabilidad.
- Atención personal.
- Personal bien informado.
- Simpatía.

- Comunicación efectiva. Cuando nos comunicamos con alguien no solamente emitimos un mensaje, también recibimos una respuesta y nuevamente comunicamos ante esa respuesta.
- Comunicación verbal. La habilidad de escuchar: Una de las partes esenciales de la comunicación es saber escuchar. Va más allá de lo que nosotros oímos con nuestro sentido.

Tipo de clientes

- **Cliente introvertido: Reservado, cauto, calculador, callado, distante**

Síntomas:

- Meticuloso.
- No exteriorizar sus pensamientos.
- Observador.
- Parece ausente.
- No opina.
- Fiel cuando se han roto las barreras (No decepcionarlo).
- Desconfiado ante tratos optimistas y extrovertidos. Empatía. Tratarlo como él quiere ser.

¿Cómo tratarlo?

- Argumentos serios.
 - Puntualizar.
 - Obtener confirmaciones u objeciones.
 - No dar la sensación de prisa.
 - Sondarlo para que se defina
- **Cliente duro: Seguro, tajante, firme entendido, absoluto.**

Síntomas:

- Puntualizan con detalles.
- Levantan la voz, gesticulan, contradicen y discuten (Usan mucho el NO).
- Expresión física de dureza.
- Están preparados, saben lo quieren: Profesionalidad, no hacer alardes de venta.
- Quieren que se les informe, pero no que se le apriete: Puntualizar y concretar.

Como tratarlo

- Seguridad y profesionalidad.
 - Realzar los hechos más importantes.
 - Usar buenos argumentos, no llevarles la contraria.
 - No usar nunca el “NO”.
 - No contradecirles, prestarles atención.
- **Cliente extrovertido: Amable, amistoso, cordial, simpático y hablador**

Síntomas

- Deseos de agradar.
- Muy expresivos.
- Muy humanos.
- Habladores, chistosos.
- Se sienten protagonistas.
- No les gusta profundizar.

Como tratarlo

- Simpatía.
 - Tratarlos igual.
 - Contacto con la mirada.
 - Hacerles protagonistas.
 - Dejar que lo sea.
 - Venderles las ventajas
- **Cliente nervioso: Excitable , agresivo, malhumorado, impaciente, grosero, quisquilloso**

Síntomas:

- Agresividad.
- Maniático y raro.
- Apabullador.
- Exigente.
- Impaciente.

Como tratarlo:

- Paciencia (No replicarle).
- No contradecirle.
- No demostrarle inferioridad.
- Tranquilidad y atención.
- Ser concreto.

Fabricar experiencias es como trabajar en cine

Así como en el cine, los actores saben en qué película están trabajando, tienen un guion y saben cómo deben interpretarlo, así también trabajadores del hotel o restaurantes, o casinos, sepan qué clase de experiencias deben fabricar para sus clientes, en caso contrario se podría encontrar personajes con los roles confundidos.

Similitudes**Cine:**

- Escenografía.
- El set.
- Iluminación – Detalles.

- Actores indispensables

Casino u Hotel:

- Máquinas tragamonedas.
- Soporte físico.
- (Local).
- La ambientación.
- Muebles –Luces- Música, Etc.
- Recepcionistas.
- azafatas, cajeros.
- Mozos, etc.

Servicio superior

Todo servicio implica una experiencia para el cliente, pero también para el prestador del servicio y, es más fácil fabricar experiencias inteligentes y legendarias para los clientes en la medida en el que trabajador también viva una experiencia de trabajo significativa, que realmente valga la pena.

Es la mejor forma de aumentar las ventas y hacerse una clientela fiel que al experimentar un servicio legendario (positiva, increíble, superior) se recuerda con agrado. Se convertirá en apóstol, o promotor con sus amistades, acerca de lo bien que fue atendido ¿Qué ocurrió? Simplemente que en cualquier casino o hotel donde se practique se entregará más de lo esperado.

- Al momento de entregar la cortesía, en la fuente, se realizará del lado derecho del cliente; así mismo en el momento de retirarla, se realizará del lado izquierdo del cliente.
- Cuando se vierte la bebida en el vaso o taza, se debe servir solo los $\frac{3}{4}$ en el recipiente, no olvidar de entregarlo junto con la servilleta (cuadrada).
- Se debe mantener un contacto visual con el cliente. Así como estar siempre sonriente.

Principios que nos guían

Debemos esforzarnos siempre en:

- Cuidar a nuestros clientes, consumidores y el mundo en que vivimos.
- Estar orgullosos de nuestro producto que podamos sentirnos orgullosos.
- Hablar con verdad y franqueza.
- Lograr un equilibrio entre corto y largo plazo.
- Ganar con la diversidad y la inclusión.

- b) De 1 a 2 semanas
 - c) De 2 a 3 semanas
 - d) Mas de 3 semanas
10. En caso de no dar capacitación, ¿Por qué cree que no se da?
- a) Es costosa.
 - b) No se considera necesaria por los empleados ni por las empresas
 - c) Los empleados no asisten
11. Usted como empleado, ¿Creé que la capacitación para los empleados de nuevo ingreso es importante?
- a) Si
 - b) No
 - c) A Veces
12. En caso de haber recibido capacitación en su empleo, ¿Le ha sido de ayuda?
- a) Muy importante
 - b) importante
 - c) Poco importante
13. ¿Cada cuánto tiempo cree usted que se debe capacitar al personal?
- a) Mensual
 - b) Trimestral
 - c) Semestral
 - d) Anual
14. Dentro del área de atención a clientes, ¿Qué aspectos ve mejorados después de una capacitación?
- a) Trato amable al cliente
 - b) Solución eficiente y efectiva de problemas de los clientes
 - c) Se le brinda información más precisa y completa al cliente
 - d) Se identifican mejor las necesidades del cliente y por lo tanto se satisfacen mejor
- 15.- ¿Los horarios de capacitación que te han dado son ajustados a tu horario de trabajo?
- a) Si
 - b) No
 - c) NS/NO
- 16.- ¿Existen días especiales para un curso de capacitación dentro de la empresa?
- a) Si
 - b) No
 - c) NS/NO

7.4. Anexo 04: Resumen de entrevistas



UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Resumen de entrevistas realizadas sobre el proceso de capacitaciones, a gerentes y administradores de los principales casinos y salas de juegos tragamonedas, de la ciudad de Chiclayo

George Hende T. – Gerente Casino Bagdad

Creo que la capacitación en nuestro negocio es muy importante, estamos en el rubro de empresas de servicio, pero cuando buscamos alguna empresa que nos brinde la capacitación que requerimos para nuestros colaboradores nos damos cuenta que en Chiclayo no la tenemos, dado que, nuestro rubro es un poco técnico también y solo podemos encontrar escuelas de gastronomía que nos pueden ayudar medianamente en lo que queremos enfatizar , por tal razón, preferimos que nuestro propio personal antiguo sea el que brinde la inducción y adiestramiento .por otro lado existe un factor importante , que nuestra primera línea de atención como son azafatas y mozos , rotan mucho vale decir siempre están en búsqueda de mejores opciones laborales y nuestra oferta a veces resulta un poco exquisita para ellos es por eso que terminan por retirarse .

Simón Hende T. – Gerente Casino Las Musas

Evidentemente las capacitaciones resultan un factor importante, sobre todo si queremos tener un servicio diferente y estandarizado. Pero las realidades son otras, primero porque no encontramos el personal idóneo y siempre estamos con constantes ingresos y ceses de personas, por innumerables razones como que no se adecuan a nuestros horarios rotativos, este detalle no permite encontrar un equipo ideal para capacitarlo e involucrarlos con nuestros objetivos empresariales, otro factor importante también es las inversiones que realizamos con la adquisición de máquinas tragamonedas resultan ser muy elevadas y son prioritarias para nuestro negocio por lo que tenemos que aminorar costos, en tal razón preferimos capacitar nosotros a nuestros colaboradores.

Patricia Chima P. –Gerente Solid Gold

Es muy importante tener a nuestros colaboradores capacitados por tal razón, tenemos agendada en el año 02 capacitaciones de servicio que se nos brindan de manera corporativa, además cuando ingresan colaboradores se les realiza una inducción por parte del personal antiguo que labora con nosotros.

Aroldo Ferrante C. Gerente Casino Win Meier

Sí, pensamos que son importantes en el inicio, es factor muy importante porque constituye un factor diferenciador, en los procesos de inducción tratamos de enfocarnos para que el colaborador muestre una eficacia en sus labores y que pueda tomar ciertas decisiones y tenga criterio para llegar hacia nuestros clientes de la mejor forma y esto es percibido por nuestros clientes. Llegamos nuevamente al factor diferenciador al cual me refiero, las capacitaciones si son cuantificables en función al rendimiento. pero por supuesto, que siempre tenemos que mejorar y para ello nos enfocamos en tener una agenda de capacitaciones genéricas para todo el personal sin diferenciar cargos y otra dirigida a

personal específico con características particulares en puesto que ocupa, para ello el colaborador acumulará horas de capacitación que estarán en su file y será evaluado en su ficha de evaluación de desempeño, sin lugar estas capacitaciones pueden hacer que nuestros colaboradores tengan una línea de carrera y por ende tendríamos menos rotación de personal por eso constituye un aporte valioso para los objetivos empresariales

Ernesto Lopez H. –Gerente Fragata

Las capacitaciones son muy importantes en nuestro rubro, porque permite que el colaborador conozca sobre el trabajo que realiza en la sala y además que tenemos la oportunidad de que pueda desenvolverse mejor en el día a día , actualmente en la empresa no se está brindando las capacitaciones , son muy pocas , y las veces que se pueden realizar, estas son para el área técnica de las máquinas , en cuanto a capacitaciones de servicio no se está llevando a cabo , lo que estamos haciendo es que el personal antiguo enseñe y induzca al trabajador en los primeros días de trabajo, pienso que , como siempre, contratamos a gente joven que solo ve el tema de remuneración como muy primordial y siempre está en búsqueda que este sea más beneficioso , por tal razón estos están en constante rotación e invertir en una persona que se retirara en corto tiempo , nos resulta negativo a veces .

Ana Melisa Gonzales T.- Administradora Big Slots

En este minuto no contamos con una capacitación en lo que se refiere a servicio, solo estamos capacitando en máquinas tragamonedas que lo tenemos agendado durante todo el año, según cronograma.

Es muy importante establecer en la misma balanza la capacitación en servicio de la primera línea de atención Azafatas, Barténder y la capacitación en máquinas dado que nuestro rubro hoy en día es muy exigente en lo que se refiere atención , casi todos los

tragamonedas tenemos las mismas maquinas o marcas , pero el efecto diferenciador se dará en la manera de atender y en lo valores agregados adicionales al servicio , en tal razón estoy convencida que si capacitamos a nuestro personal y lo involucramos con los objetivos de la empresa estaremos un paso adelante con la competencia que hoy en día se prepara mejor.

Alonso Che Taira. Administrador Money Money Sala de Juegos

Sabemos que la capacitación hoy en día juegan un rol muy importante en todos los negocio, la competencia se prepara mejor , en el caso de nosotros el que se encarga de la capacitación es el administrador o mánager de la Sala , para ello tiene que aportar todo su conocimiento y experiencia para poder llegar al colaborador y por ende este capte la razón del negocio , además de tener el apoyo de la corporación de enviar 02 veces al año a un profesional para que nos pueda dar charlas sobre el negocio que hoy manejamos y poder trasmitir en forma de cascada todos los conocimientos impartidos.