

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales



Una Institución Adventista

Nivel de capacitación del capital humano y la calidad de servicio en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.

Tesis presentada para optar el título profesional de licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Por:

Yuliana Margot Ñahui Gutierrez

Kelly Maricet Villoslada Romero

Asesor:

Dr. Edwin Octavio Cisneros González

Ñaña, Lima, Perú 2016

Como citar

Estilos APA

Ñahui, Y. & Villoslada, K. (2016) sostuvieron que el Nivel de capacitación del capital humano es el grado de competencia profesional para desempeñar las funciones dentro de la empresa lo cual permite al capital humano llegar al logro de las metas y objetivos de la organización y así puedan tener un crecimiento económico sostenido. Universidad Peruana Unión, Lima – Perú

Estilo Vancouver

Ñahui YM & Villoslada KM. Sostuvieron que el Nivel de capacitación del capital humano es el grado de competencia profesional para desempeñar las funciones dentro de la empresa lo cual permite al capital humano llegar al logro de las metas y objetivos de la organización y así puedan tener un crecimiento económico sostenido. Lima, Universidad Peruana Unión, 2016.

Estilo MLA

Ñahui, Yuliana Margot & Villoslada, Kelly Maricet. El Nivel de capacitación del capital humano es el grado de competencia profesional para desempeñar las funciones dentro de la empresa lo cual permite al capital humano llegar al logro de las metas y objetivos de la organización y así puedan tener un crecimiento económico sostenido. Lima, Universidad Peruana Unión, 2016.

Ficha catalográfica elaborada por el Centro de Recursos para el Aprendizaje y la

TA	Ñahui Gutierrez, Yuliana Margot
2	Nivel de capacitación del capital humano y la calidad de servicio en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Josfel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016 / Yuliana Margot Ñahui Gutierrez; Asesor: Dr. Edwin Octavio Cisneros González. -- Lima, 2016.
Ñ11	
2016	104 hojas: anexos, tablas
	Tesis (Licenciatura)--Universidad Peruana Unión. Facultad de Ciencias Empresariales. EP. Administración, 2016.
	Incluye referencias y resumen.
	Campo del conocimiento: Administración
	1. Capital humano. 2. Calidad de servicio. I. Villoslada Romero, Kelly Maricet autora.
	CDD 658.409

Agradecimientos

A Dios por bendecirnos y porque permitió que terminemos nuestra carrera.

A la Universidad Peruana Unión por darnos la oportunidad de estudiar y ser profesionales.

A nuestros padres por su apoyo en todo momento.

A nuestro asesor de tesis Dr. Edwin Cisneros González, por apoyarnos y dedicarnos su tiempo.

A cada uno de los docentes que aportaron con nuestra formación.

Y a los empresarios de la localidad del Centro Comercial Plaza Josfel de Ate Vitarte, por habernos permitido realizar

Dedicatoria

A Dios, ya que gracias a él pudimos concluir nuestra carrera profesional.

A nuestros padres, quienes nos animan y nos acompañan en cada paso de nuestras vidas con sus consejos y su apoyo incondicional, son nuestra inspiración para seguir superándonos cada día.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
Agradecimientos	ii
Dedicatoria	iii
Lista de tablas.....	vii
Lista de anexos.....	viii
Resumen.....	ix
Abstract	x
Introducción	xi
Capítulo I.....	1
1. Planteamiento del problema	1
1.1. Descripción de la situación problemática.....	1
1.2. Formulación del problema	7
1.2.1. Problema general.....	7
1.2.2. Problemas específicos	7
2. Objetivos	8
2.1. Objetivo general	8
3. Justificación.....	8
3.1. Teórica.....	8
3.2. Metodológico (descriptivo).....	9
3.3. Institucional	9
3.4. Social.....	9
Capítulo II.....	10
4. Marco Teórico.....	10
4.1. Antecedentes de investigación del capital humano	10
4.1.1. Antecedentes internacionales	10
4.1.2. Antecedentes nacionales	11
4.1.3. Antecedente local	13
4.2. Antecedentes de investigación de Calidad de servicio.....	13
4.2.1. Antecedente internacional	13
4.2.2. Antecedente local	15
4.3. Bases teóricas	16
Variable Capital Humano.....	16
Variable Calidad de servicio	39
4.4. Marco Filosófico	44

4.5. Marco conceptual	45
Capítulo III	51
5. Método de investigación	51
5.1. Tipo de estudio	51
5.2. Diseño de investigación	51
6. Hipótesis y variables	51
6.1. Hipótesis principal.....	51
6.2. Hipótesis derivadas	52
6.3. Identificación de variables.....	52
6.4. Operacionalización de variable	54
7. Población y técnicas de investigación	60
7.1. Delimitación espacial y temporal	60
7.2. Delimitación de la población y muestra	60
8. Criterios de inclusión	61
10. Instrumento de investigación.....	62
10.1. Diseño de instrumentos de investigación	62
11. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	63
11.1. Descripción de la aplicación de instrumentos	63
11.2. Técnicas para el procesamiento y análisis de los datos	63
12. Confiabilidad y Validez de los instrumentos	64
12.2. Confiabilidad del instrumento calidad de servicio y sus dimensiones	65
12.3. Validación de Expertos	67
Capítulo IV.....	68
1. Descripción de los resultados	68
2. Resultados	68
3. Discusión.....	76
Capítulo V.....	79
1. Conclusiones	79
2. Recomendaciones.....	80
3. Referencias	82
4. Índice de anexos.....	91
Anexo 1: Cuestionario.....	91
Anexo 2: Matriz de consistencia	93
Anexo 2: Matriz de consistencia	94
Anexo 3: Validación de instrumento.....	98

Anexo 4: Carta de autorización.....	103
Anexo 5: Carta de información de cantidad de tiendas por rubros de Plaza Jofel.....	104
Información sobre la lista de tiendas de Plaza Jofel	105
Anexo 6: Revisión lingüística de la tesis	106

Lista de tablas

Tabla 1: Proporción del tamaño de muestra para la población	62
Tabla 2: Prueba de Alfa de Cronbach para el instrumento nivel de capacitación del capital humano.....	64
Tabla 3: Estadística de correlación de los elementos del instrumento nivel de capacitación del capital humano	65
Tabla 4: Prueba de Alfa de Cronbach para el instrumento calidad de servicio.....	66
Tabla 5: Estadística de correlación de los elementos del instrumento calidad de servicio	66
Tabla 6: Información sociodemográfica	68
Tabla 7: Niveles de Capacitación del capital humano y sus dimensiones	69
Tabla 8: Niveles de Calidad de servicio y sus dimensiones.....	70
Tabla 9: Relación entre el Nivel de Capacitación del capital humano y la Calidad de servicio	71
Tabla 10: Estadístico Chi- cuadrado para medir la relación entre el Nivel de capacitación del capital humano y la calidad de servicio	71
Tabla 11: Relación entre el Nivel de Capacitación del capital humano y la Calidad de servicio ...	72
Tabla 12: Estadístico Chi- cuadrado para medir la relación entre el Nivel de capacitación del capital humano y la Atención a tiempo de pedido	73
Tabla 13: Relación entre el Nivel de Capacitación del capital humano y la Calidad de servicio ...	74
Tabla 14: Estadístico Chi- cuadrado para medir la relación entre el Nivel de capacitación del capital humano y el buen trato al cliente.....	74
Tabla 15: Relación entre el Nivel de Capacitación del capital humano y la Calidad de servicio ...	75
Tabla 16: Estadístico Chi- cuadrado para medir la relación entre el Nivel de capacitación del capital humano y la entrega oportuna del pedido.....	75

Lista de anexos

Anexo 1: Cuestionario	90
Anexo 2: Matriz de consistencia.....	93
Anexo 3: Validación de instrumento	97
Anexo 4: Carta de autorización.....	102
Anexo 5: Carta de información de cantidad de tiendas por rubros de Plaza Josef.....	103
Anexo 6: Revisión lingüística de tesis.....	105

Resumen

El objetivo de esta tesis fue determinar la relación que existe entre el nivel de capacitación del capital humano y la calidad de servicio en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en Ate Vitarte, en el período 2016. Esto se establece en las áreas: ropa, descartables y plásticos, venta de mochilas, ferretería, abarrotes, celulares y soporte técnico, calzado, salón de belleza, grifería, piñatería, confección y sastrería, venta de frutas, juguería, restaurantes y comidas típicas, alquiler de ternos y vestidos, especerías y embutidos. La investigación está desarrollada bajo el diseño no experimental transaccional, método descriptivo y correlacional, teniendo como variable independiente el nivel de capacitación del capital humano y como variable dependiente la calidad de servicio. Plaza Jوسفel tiene 1500 tiendas. La muestra se determinó mediante la fórmula de datos de población conocida. El tamaño de muestra fue conformado por 306 empresarios. Se aplicó un instrumento basado en la escala de Likert. Se evalúa 6 dimensiones: valor de activos intangibles, nivel de capacitación continua y nivel de años de experiencia; atención a tiempo de pedido, buen trato al cliente y entrega oportuna del pedido. Como resultado se encontró que existe relación directa con un chi cuadrado de 169.602 y un p valor de 0,00 entre el nivel de capacitación del capital humano con la calidad de servicio en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel.

Palabra clave: capital humano y calidad de servicio.

Abstract

The objective of this research is to determine the relationship between the level of training of human capital and quality of service in the PYME's businessmen of The commercial center "Plaza Jوسفel" in Ate-Vitarte's town, period 2016. This is established in the areas, disposable and plastic, selling backpacks, hardware, groceries, cellular and technical support, footwear, beauty salon, taps, Piñateria, dressmaking and tailoring, selling fruit, juguer, restaurants and typical food, rent suits and dresses, condiments and sausages. This research it's developed under the no experimental design, descriptive and correlational method, taking as independent variable the level of training of human capital and as the dependent variable the quality of service. "Plaza Jوسفel" has 1500 stores. The sample was determined through the data formula of known population. The sample size was comprised by 306 businessmen. The applied instrument was based in Likert's scale. It was evaluated six dimensions; value of intangible assets, level continuous training, and level of years of experience; attention to time on order, good customer care and timely delivery of order: As a result it was found that there is a direct relationship with a square chi of 169.602 and p value of 0.00 between the level of training of human capital and the quality of service in the PYME's businessmen of the commercial center "Plaza Jوسفel".

Key words: human capital and quality of service.

Introducción

El mundo enfrenta cambios sin precedentes. Las nuevas tecnologías impulsan el desarrollo de dinámicas económicas, culturales, y sociales que plantean nuevos desafíos a las formas de producción. Generar un diálogo entre el mundo de la formación y el mundo del trabajo; es un movimiento estratégico para asegurar el cumplimiento mutuo de expectativas entre trabajo y formación, y para formar capital humano de calidad (Rivera, 2005).

Nonaka y Takeuri (1992), citado por Madrigal (2009), señalaron que el capital humano es crear nuevos conocimientos. Significa recrear la empresa y a cada uno de los que la conforman un interrumpido proceso de renovación organizacional y personal; dirigido a alcanzar habilidades, destrezas y valores en los trabajadores.

En cuanto a calidad, Carlos, Montelongo & Nájera (2010), mencionaron que esta se produce durante la prestación del servicio, generalmente en una interacción entre el cliente y el personal de contacto de la organización. Por lo que la calidad del servicio se conceptúa como la discrepancia entre las expectativas del cliente y sus percepciones del servicio recibido, y depende en gran medida del desempeño de los empleados. Mientras que, Dávila, Coronado, & Cerecer (2012), dijeron que la calidad de servicio es un concepto complicado de abordar debido a la característica de intangibilidad que compone al servicio, los problemas en la recepción, la producción en tiempo real y la diferenciación entre la calidad humanística y mecanicista.

Como importancia, García & Edel (2008), mencionaron que un factor principal que puede hacer que una empresa suba o baje el nivel de competitividad y productividad es su gente. La empresa puede contar con la mejor infraestructura, los mejores sistemas y todos

los recursos para operar, pero sino invierte en el factor más importante, que es el factor del capital humano, es difícil que llegue a los objetivos planeados.

El modelo por el cual se fundamenta la presente investigación, es el modelo microeconómico, el mismo que se derivan de dos partes: Como Modelo de Capital Humano y como Modelo de señalización, criba o selección y filtro; porque este modelo nos dice que el capital humano, al invertir en sí mismos, aumentan el campo de sus posibilidades lo cual llevará a una mayor productividad.

De lo expuesto, surge el interés investigativo de conocer la realidad respecto al nivel de capacitación del capital humano y calidad de servicio en las PYMES del Centro comercial Plaza Jوسفel en Ate Vitarte a fin de conocer si existe relación entre ambos aspectos.

Por todas estas razones, es necesario realizar este estudio, a fin de ampliar los conocimientos de estos fenómenos. Es así que se hará un análisis del nivel de capacitación del capital humano y calidad de servicio en las PYMES del Centro comercial Plaza Jوسفel en Ate Vitarte, para posteriormente comprobar la relación que existe entre ambas.

Por último, la tesis se divide en 5 capítulos. El primer capítulo, contiene la presentación de la investigación, planteamiento de problema, objetivos y justificación; el segundo capítulo: el marco teórico, los antecedentes, las bases teóricas, el marco filosófico y el marco conceptual; en el tercer capítulo, están los métodos (metodología), la hipótesis, la población y técnica, el instrumento de investigación, las técnicas de recolección de datos; en el cuarto capítulo, está la presentación de resultados y discusión y el quinto capítulo: las conclusiones, las recomendaciones, las referencias, y la lista de anexos.

Capítulo I

1. Planteamiento del problema

1.1. Descripción de la situación problemática

El capital humano de un individuo, refleja muchas características en sus conocimientos aprendidos, desde que inicia el nivel de educación a las capacidades obtenidas mediante el trabajo a lo largo de su vida ya sea en una organización ajena o en su propia empresa, todo ello unido a la habilidad innata o desarrollada que tenga el individuo. De la misma manera, la calidad de servicio es un don que se tiene y también es aprendido y desarrollado a raíz de una necesidad. Sousa & Voss (2002), citado por Serrano, López & García (2007), mencionaron que algunos trabajos recientes proporcionan una importante revisión de la literatura sobre gestión de calidad; no abordan específicamente el área referente a la calidad de los servicios. Por ello, la naturaleza subjetiva de los servicios en combinación con un mercado cada vez más exigente ha desarrollado la necesidad de concentrar esfuerzos en el estudio de la calidad de los servicios (Gabriel, 2003).

A su vez, Cabezas, Bustamante & Peralta (2011), definieron al capital humano como la suma de las inversiones en educación, formación en el trabajo, emigración o salud, lo que debería redundar en la productividad de los trabajadores; se concibe la formación de los individuos como un proceso de inversión en el que la mayor capacitación se traducirá en mayor productividad y en consecuencia, en mayores salarios; así, la designación de capital humano es explicado por el hecho de tratarse de una modalidad de capital incorporado a las propias personas. De esta manera, el capital humano es conceptualizado como el stock inmaterial imputable a una persona, una opción individual y una inversión en algo intangible pero acumulable y utilizable en el futuro (Perla, 2007). Para Restrepo (2005), el capital

humano se refiere a la posibilidad que proporciona una persona, como perteneciente a una organización, de capitalizar valor. Asimismo, el capital humano, viene ser la aptitud, capacidad o dotes intelectuales que le dan valor a un individuo en una organización (Mejía, Jaramillo, & Bravo, 2006).

Es por ello, que el talento humano requiere de tres ingredientes al mismo tiempo, los cuales son: las capacidades, el compromiso y la acción; si falta uno de ellos, no se alcanzan los resultados superiores; si el profesional tiene compromiso y actúa, pero no dispone de las capacidades necesarias, casi seguro que no alcanzará resultados; si por el contrario, dispone de capacidades y actúa en el momento, pero no se compromete con el proyecto, puede que alcance resultados; y en el caso, si el profesional tiene capacidades y compromisos, pero cuando actúa ya ha pasado el momento, tampoco obtendrá los resultados deseados por la sencilla razón de que alguno se le ha podido adelantar; por esa razón, es importante desarrollar nuestros talentos a partir de un análisis interno en donde identifiquemos aspectos como fortalezas y oportunidades de mejoramiento para la realización de nuestros objetivos personales y profesionales Lozano (2007).

En consecuencia, el capital humano de una empresa, organización, región o país es la piedra angular. Es la fuente de desarrollo y uno de los factores que generan la competitividad. Está comprobado que los países que invierten en capital humano se encuentran entre los más desarrollados, los casos de Alemania, Suecia, Canadá, entre otros. Asimismo, el capital humano es el conocimiento que posee, desarrolla y acumula cada persona en su trayectoria universitaria o de formación, así como laboral y organizacional (Madrigal Torres B. E., 2009).

Además, Cotte & Cotrino (2006), señalaron que los conocimientos y a las habilidades de la población trabajadora, inciden positivamente en su productividad y en su

capacidad para desarrollar y adoptar nuevas tecnologías. Para ello, se distinguen dos efectos del capital humano sobre el crecimiento económico. El primero, se refiere a la mayor productividad o eficiencia que la sociedad adquiere con mayores niveles de educación o entrenamiento en sus actividades. El segundo, es el beneficio generado por mayores niveles de escolaridad de la sociedad o por innovaciones tecnológicas que se difunden libremente; es decir, es un efecto social no individual, que indica que aquellas economías con mayores niveles o mayores promedios de capital humano capacitado son más productivas que las demás.

Para Gabriel (2003), todas las empresas poseen una parte de servicio, algunas con más dosis de producto, otras con más de servicio, pero invariablemente todas tienen clientes, tanto externos como internos, a los cuales satisfacer, y de ello depende en gran medida el éxito que puedan alcanzar en el mercado. Más allá del giro del negocio, la calidad de los servicios es un aspecto fundamental para lograr una ventaja competitiva sobre los demás. En consecuencia, parece existir un consenso claro acerca del papel fundamental que desempeña el factor humano, a todos los niveles, en el desarrollo de Sistemas de Calidad Total (Serrano, López, & García, 2007). Carlos, Montelongo, & Nájera (2010), dijeron que la calidad en el servicio es esencial para la eficacia de las organizaciones, tanto privadas como públicas. Las acciones que se implementan para mejorarla, requieren de una medición de referencia que permita evaluar sus resultados. Por ende, es vital el factor humano en la calidad de servicio, se trata de la pieza clave que forma parte del producto y que realiza directamente el servicio prestado por las empresas (Gutierrez & Rubio, 2009).

Un estudio incorporó la información de microempresas operando en las ramas de alimentos y bebidas, y metal mecánica en los estados de Baja California y Nayarit,

localizadas en zonas con carencias de al menos algún servicio público; y de entre aquellas que no contaran con apoyo institucional, que sus dueños tuvieran un nivel máximo de estudios de preparatoria y que carecieran de algún sistema administrativo formal. Hay un nivel de escolaridad promedio mayor en Nayarit que en Baja California, pues en el primero se encontró que el 63% de las empresas cuentan con educación promedio de media superior, mientras que el segundo solo cuenta con 40% en este nivel; además, en Baja California 22% no cuenta con estudios, mientras que en Nayarit esta cifra es de 11%. En cuanto a la rama de actividad, un 84% de las empresas del ramo de la metalmecánica poseen un nivel de estudios promedio de secundaria y técnica, mientras que esta cifra es de 40% en alimentos. De igual forma, 20% de las empresas cuentan con educación promedio de media superior en los alimentos, mientras que en la metalmecánica esta cifra asciende a 25%, lo que implica que este sector requiere un mayor nivel de educación para operar los negocios debido a la mayor tecnificación relativa de la actividad en el contexto de este tipo de negocios (Mungaray & Ramirez Urquidy, 2007).

Mariño, Rodríguez, & Rubio (2013), en cuanto a los atributos del capital humano considerados, dijeron que el más valorado fue la formación, con una valoración media de 3,84, la experiencia, con un valor de 3,82 y las competencias con 3,78. En el lado opuesto se encuentra la participación, con una relativamente baja valoración de 3,24. El porcentaje de personas que completa la secundaria y la educación superior va en aumento en el mundo. Corea y Japón, tienen porcentajes superiores al 95% de la población con por lo menos el segundo ciclo de educación secundaria completa. Estados Unidos, Alemania, Canadá y Finlandia alcanzan un promedio cercano al 90%. Altos porcentajes de la PEA con esos niveles de educación, son importantes para que el capital humano se traduzca en un crecimiento estable, en la creación de empleos que demandan mayor uso de destrezas

cognitivas y creativas y en el aprovechamiento intenso de las nuevas tecnologías (Díaz Díaz, 2009).

A nivel mundial, 35% de casi 38.000 empleadores encuestados, están teniendo dificultades para cubrir puestos debido a la falta de talento disponible; el cual está impactando en las habilidades de cara al cliente en un grado medio o alto, aumentó a más de la mitad (54%). El porcentaje de empleadores que reportan que la escasez de talento impacta sus resultados de negocio en un nivel alto subió del 13% en 2012 a 19% en 2013, mientras que aquellos que identifican un impacto medio subieron de 29% en 2012 a 35% en 2013. La escasez de talento más aguda fue reportada por empleadores de Japón con 85%, Brasil con 68%, India con 61%, Turquía 58% y Hong Kong 57%, Bulgaria (54%) y Rumania (54%). Los empleadores son menos proclives a reportar problemas asociados con la escasez de talento en Irlanda (3%), España (3%), Sudáfrica (6%) y en los Países Bajos (9%). Aproximadamente uno de cuatro empleadores (24%) a nivel global reporta que la falta general de experiencia es la raíz de la escasez de talentos que enfrenta, mientras que uno de cada cinco empleadores (19%) dice que los candidatos carecen de las habilidades de empleabilidad requeridas o las habilidades blandas, los cuales son entusiasmo/motivación (5%), habilidades interpersonales (4%), profesionalismo (ej. Apariencia, puntualidad) (4%) y flexibilidad y adaptabilidad (4%) ManpowerGroup (2013).

Alvarado Daga (2013), dijo que en el Perú, la gestión de la calidad es reconocida a través del otorgamiento del Premio Nacional a la Calidad, denominado CDI 2013 (centro de desarrollo industrial). Se dan a las empresas que han demostrado ser muy eficientes, donde se incluye la Gestión del Talento Humano teniendo como base la capacitación continua del capital humano. Este instrumento ha sido diseñado para orientar a las

organizaciones en sus procesos de mejora continua; contribuyen, de esta manera a incrementar sus condiciones de competitividad, el mismo que está respaldado por un Modelo de Excelencia en la gestión que corresponda a las buenas practicas, a la cual se someten las organizaciones participantes. Este premio es otorgado por el Comité de Calidad a las organizaciones destacadas por sus logros al implementar el modelo el cual ha sido diseñado para llevar a cabo procesos de autoevaluación, postular al premio y retroalimentar a los postulantes.

Dávila Calderón (2010), sostuvo que la muestra examinada consiste en 44 empresas de Lima, la metodología trabajada es a través de encuestas, cuyos encuestados son representantes del Área de Recursos Humanos de las diferentes empresas, el procedimiento fue encuestar a 44 alumnos de Post-Grado del Área Académica de Factor Humano de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas-UPC, cerciorándonos que cada uno de los encuestados pertenezcan a diferentes empresas y que laboren en el Área de Recursos Humanos, consistió en 7 preguntas, cada pregunta se elaboró con base en el tema de la investigación; los tipos de preguntas se hicieron con la finalidad de percibir el desempeño de las áreas de recursos humanos y su relación con el personal, respecto de las 44 empresas analizadas; como resultado se obtuvo lo siguiente: entre el 2000-2009 las Áreas de Recursos Humanos de las empresas están teniendo cada vez mayor vínculo con la Gerencia General, entre 2000-2009 el incremento de empresas que tuvieron alguna consultoría en temas de Gestión de personas ha crecido 8 veces más; y las empresas cuyos ejecutivos han recibido capacitación en temas de Recursos Humanos se han incrementado en forma imparable en el tiempo, desde el 2000, dichas empresas representaban el 2.3% de la muestra analizada, para el 2009 éstas representaban 47.7% de la muestra analizada.

En la actualidad se vive en un círculo mundial, donde es necesario que circule libremente los bienes y servicios, y el mismo capital humano, por lo tanto, se debe tener un capital humano preparado en todos los ámbitos y lograr que obtenga una alta calidad de servicio para un mejor desarrollo económico tanto para el individuo, la organización y el país. Ante la problemática planteada, la propuesta presente es determinar cuál es el nivel de capacitación del capital humano y la calidad de servicio en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016, a través de sus dimensiones: valor de los activos intangibles, nivel de capacitación continua, nivel de los años de experiencia, atención a tiempo de pedido, buen trato al cliente y entrega oportuna de pedido.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Existe relación significativa entre el nivel de capacitación del capital humano y calidad de servicio en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016?

1.2.2. Problemas específicos

¿Existe relación significativa entre el nivel de capacitación del capital humano y la atención a tiempo de pedido en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016?

¿Existe relación significativa entre el nivel de capacitación del capital humano y el buen trato al cliente en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016?

¿Existe relación significativa entre el nivel de capacitación del capital humano y la entrega oportuna del pedido en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016?

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Determinar la relación del nivel de capacitación del capital humano y calidad de servicio en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.

2.2. Objetivos específicos

Determinar la relación del nivel de capacitación del capital humano y la atención a tiempo de pedido en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.

Determinar la relación del nivel de capacitación del capital humano y el buen trato al cliente en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.

Determinar la relación del nivel de capacitación del capital humano y la entrega oportuna del pedido en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.

3. Justificación

3.1. Teórica

La investigación permite que los supuestos teóricos del capital humano y la calidad de servicio sean una necesidad en los niveles de capacitación de las Pymes.

3.2. Metodológico (descriptivo)

El desarrollo metodológico será de diseño no experimental transaccional a un nivel descriptivo. Los datos están en función del tipo de variable de nivel de capacitación del capital humano y calidad de servicio.

3.3. Institucional

Los resultados de esta investigación servirán para que las PYMES identifiquen la relación que existe entre el nivel de capacitación del capital humano y la calidad de servicio en los empresarios de pequeñas empresas. Además, se constituirá en un antecedente de investigación para que pueda realizar otros estudios, y formarán parte de la base de datos de Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, constituyéndose como un antecedente de investigación y que sirva de idea para otras investigaciones futuras.

3.4. Social

En el aspecto social este trabajo pretende brindar un aporte a los empresarios, ya que gracias a los resultados de la investigación ellos podrán orientarse y fortalecer sus habilidades tanto a nivel individual como en sus colaboradores para que su nivel de capacitación de capital humano y calidad de servicio sean más eficientes.

Capítulo II

4. Marco Teórico

4.1. Antecedentes de investigación del capital humano

4.1.1. Antecedentes internacionales

El trabajo realizado por Giménez & Blanca (2002), titulado Una nueva perspectiva en la medición del capital humano, tuvo el propósito de elaborar un nuevo indicador del capital humano acumulado en el ámbito internacional. El estudio descriptivo se realizó con la muestra de ochenta y cuatro países, referido al año 1999, y que tiene presente la educación formal e informal, la experiencia laboral y la salud. Por ello, su metodología se basa en dos partes: en la primera, se explica el indicador confeccionado, en la segunda, se compara este con los indicadores de educación académica formal. Por último, se realiza una comparación de las dotaciones de capital humano de Europa, Estados Unidos y Japón teniendo en cuenta cada índice. En los resultados obtenidos, España ocupa, uno de los últimos lugares, sea cual sea, la medida utilizada. Los valores que toman los indicadores españoles están en el 56.5% de la media de los países analizados atendiendo a los índices de estudios completados, el 80.7% para los años medios de estudio y 59.6% para el indicador del capital humano propuesto.

El trabajo realizado por Mungaray & Ramírez (2007), titulado como el Capital humano y productividad en microempresas, tuvo como objetivo extender el enfoque del capital humano al análisis de microempresas de alimentos y bebidas, y metal mecánica de bajo valor agregado en los estados de Baja California y Nayarit, localizadas en zonas con carencias de al menos algún servicio público; y de entre aquellas que no contaran con apoyo institucional, que sus dueños tuvieran un nivel máximo de estudios de preparatoria y

que carecieran de algún sistema administrativo formal. Como resultado hay un nivel de escolaridad promedio mayor en Nayarit que en Baja California, pues en el primero se encontró que el 63% de las empresas cuentan con educación promedio de media superior, mientras que el segundo solo cuenta con 40% en este nivel; además, en Baja California 22% no cuenta con estudios, mientras que en Nayarit esta cifra es de 11%. En cuanto a la rama de actividad, un 84% de las empresas del ramo de la metalmecánica poseen un nivel de estudios promedio de secundaria y técnica, mientras que esta cifra es de 40% en alimentos. De igual forma, 20% de las empresas cuentan con educación promedio de media superior en los alimentos, mientras que en la metalmecánica esta cifra asciende a 25%, lo que implica que este sector requiere un mayor nivel de educación para operar los negocios debido a la mayor tecnificación relativa de la actividad en el contexto de este tipo de negocios.

4.1.2. Antecedentes nacionales

El trabajo realizado por Alvarado Daga (2013) titulado: La inversión en la capacidad del capital humano y la metodología de la gestión por competencias, tuvo el propósito de proporcionar información sobre la aplicación de Balance Scorecard en la empresa peruana, así como establecer que la capacitación de las personas es una inversión y como tal, debe ser canalizada adecuadamente a través de una metodología de expertos. Se seleccionó el personal adecuado para la capacitación por competencias; evaluando lo intangible, logrando la selección de las familias estratégicas para ser capacitadas, mejorando los procesos de la empresa y permitiendo llevar a cabo la alineación del Balanced Scorecard. La limitación radica en el acceso a la información para atender una mayor cantidad de empresas y por ello se tuvo que recurrir a los casos comprobados y verificados que participaron en el Premio Nacional a la Gestión de la Calidad de los años 2012 y 2010. Estos fueron AUSTRAL GROUP S.A.A. Utilizó un Modelo de Capacitación por

Competencias, y sus resultados fueron revisados a nivel de jefaturas y gerencias, la información estadística de la capacitación por temas de interés para la empresa que recibieron los trabajadores desde el 2010-2012, en el caso de los tripulantes de las embarcaciones que recibieron cursos relacionados con la interiorización de los valores de la empresa, competencias organizacionales, liderazgo, conocimientos sobre procesos de la empresa, administración y organización, luego evaluaron los cursos de capacitación recibidos, después se realizó encuestas a los participantes y posterior seguimiento de lo aprendido. TASA, aplica un Modelo de Gestión de desempeño en el cual utiliza capacitación por competencias. Se generó cambios en la estructura como la creación de la Gerencia de Investigación y Desarrollo, Gerencia de Omega 3 (nueva unidad de negocio), reestructuración de las Unidades de Pesca y Operaciones con apoyo de consultores externos; PETROPERÚ S.A. OPERACIONES TALARA, teniendo 589 trabajadores realiza Gestión por desempeño basado en las competencias esenciales alineadas a su misión y visión establecida, la Alta Dirección crea una organización sostenible cumpliendo y mejorando el proceso de implementación del PLES (Plan Estratégico), el cual se revisa anualmente y se concreta en objetivos y metas de seguimiento periódico; TELEATENTO DEL PERÚ S.A.C, demuestra que el logro del objetivo de diferenciación vía calidad y generación de valor en sus 4 estrategias: a) Academia de Atento: Consistente de un Programa de Formación especializada para Supervisores y Coordinadores, b) Puntos Max: Modelo de premiación personal en el que se le da puntos para canje de artículos motivando el mejor desempeño, c)Atento Rally era dirigido a todos sus colaboradores sin importar el rol dentro de la organización, d) Buena Onda: voluntariado y apoyo para plataformas de atención de llamadas telefónicas.

4.1.3. Antecedente local

El trabajo realizado por Dávila Calderón (2010) titulado: La creación de valor sobre la base del factor humano, la muestra examinada consiste en 44 empresas de Lima, la metodología trabajada es a través de encuestas; cuyos encuestados son representantes del Área de Recursos Humanos de las diferentes empresas. El procedimiento fue encuestar a 44 alumnos de Post-Grado del Área Académica de Factor Humano de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas-UPC, cercioro que cada uno de los encuestados pertenezcan a diferentes empresas y que laboren en el Área de Recursos Humanos; consistió en 7 preguntas, cada pregunta se elaboró con base en el tema de la investigación, los tipos de preguntas se hicieron con la finalidad de percibir el desempeño de las áreas de recursos humanos y su relación con el personal, respecto de las 44 empresas analizadas. Como resultado se obtuvo lo siguiente: entre el 2000-2009 las Áreas de Recursos Humanos de las empresas están teniendo cada vez mayor vínculo con la Gerencia General, entre 2000-2009 el incremento de empresas que tuvieron alguna consultoría en temas de Gestión de personas ha crecido 8 veces más; y las empresas cuyos ejecutivos han recibido capacitación en temas de Recursos Humanos se han incrementado en forma imparable en el tiempo, desde el 2000, dichas empresas representaban el 2.3% de la muestra analizada, para el 2009 éstas representaban 47.7% de la muestra analizada.

4.2. Antecedentes de investigación de Calidad de servicio

4.2.1. Antecedente internacional

Alén González y Fraiz Brea (2006) realizaron una investigación titulada: La relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor, su evaluación en el ámbito de turismo termal, cuyo objetivo principal fue analizar la influencia de la calidad de servicio percibida en establecimientos termales sobre el nivel de satisfacción, para conocer en qué medida el nivel de calidad de servicio percibida contribuye o determina el nivel de

satisfacción de las personas que reciben el servicio. El presente trabajo es un estudio de campo correlacional, realizado en la Comunidad Autónoma de Galicia. El proceso de recolección de datos comenzó el 14 de abril de 2003 y finalizó el 19 de mayo de 2003. Estas fechas fueron escogidas porque incluían un periodo vacacional largo (Semana Santa), un puente y varios fines de semana, para intentar minimizar el sesgo en las respuestas debido a la duración de la estancia y al efecto estacional. El diseño muestral es polietápico con estratificación por zonas y afijación proporcional al número de plazas ofertadas por cada establecimiento. El tamaño muestral es de 270 encuestas. Las encuestas se realizaron a los clientes de 12 establecimientos termales, que se eligieron en función de la categoría hotelera y de la provincia, intentando que todos los tipos de clientes estuvieran representados. El estudio pretende testar las siguientes hipótesis H1: Existe una relación positiva entre calidad de servicio y satisfacción. H1a: La calidad de servicio es un antecedente de la satisfacción. H1b: La satisfacción es un antecedente de la calidad de servicio. H1c: La calidad percibida no es el único elemento determinante del grado de satisfacción de los usuarios de establecimientos termales. La recogida de información se realizó mediante un cuestionario que se dividió en varias áreas diferenciadas: (1) Descripción del perfil socioeconómico. Se obtuvo información sobre: edad, sexo, estado civil, ocupación principal, ingresos medios mensuales; (2) Medida de la calidad percibida mediante la adaptación de la escala SERVQUAL. Se hizo necesaria la adaptación de los ítems, añadiendo unos y eliminando otros, para reflejar mejor las características específicas de cada servicio. Se tomaron como referencia investigaciones anteriores realizadas en el ámbito de los servicios de alojamiento y concretamente en turismo termal. El cuestionario final evalúa la importancia de 22 componentes de calidad de servicio en establecimientos termales, medidos en una escala Likert de 7 puntos que va desde 1 = Completamente en desacuerdo a 7=Completamente de acuerdo, y (3) Medida de la satisfacción. Se utilizó un

único ítem consistente en la siguiente sentencia: Respecto a los servicios prestados por este establecimiento termal, me siento y que fue medido en una escala Likert de 7 puntos cuyos extremos son 1=Muy insatisfecho y 7=Muy satisfecho. Los resultados evidencian que la mayoría de los clientes de establecimientos termales fueron españoles, concretamente gallegos. Además, el cliente tipo se corresponde con una persona de entre 35 y 54 años, casada o que vive en pareja, con estudios universitarios y con una renta media o media-alta; para la determinación de la estructura factorial de la escala de medición de la calidad percibida, se evaluó en primer lugar, la fiabilidad de los ítems que la conforman a través del coeficiente alfa de Cronbach. Este coeficiente alcanzó un valor de 0,8978. En lo que se refiere a las hipótesis de la investigación, se han confirmado parcialmente las relaciones propuestas en el modelo de medida. Se encontró que la calidad de servicio es un antecedente importante de la satisfacción, sobre la que ejerce una influencia clara y significativa (0.740), quedando de este modo contrastada positivamente la hipótesis 1a. La relación contraria ha sido rechazada (hipótesis 1b) por alcanzar la carga estandarizada un coeficiente crítico no significativo. En base a estos resultados, los directivos de establecimientos termales deberían dar una mayor importancia a la calidad percibida porque mejorará la satisfacción del cliente y por ende los resultados de la empresa.

4.2.2. Antecedente local

El trabajo realizado por Luis Humberto Roldán Arbieto, Jorge Luis Balbuena Lavado y Yanela Karin Muñoz Mezarina (2010) titulado calidad de servicio y lealtad de compra del consumidor en supermercados limeños, tiene la metodología de investigación aplicada que correspondió a un estudio cuantitativo de corte transversal del tipo descriptivo correlacional. Se utilizó el método de encuestas para obtener la información a través de un cuestionario estructurado y validado, basado en el instrumento de medición del

cuestionario CALSUPER. El estudio se aplicó a una muestra aleatoria de 415 clientes. Los resultados de la investigación permitieron establecer que hay una fuerte relación entre la calidad de servicio percibida por el cliente y su lealtad de compra. Los consumidores de los supermercados limeños mostraron una percepción favorable hacia la calidad de servicio recibida, así como altos niveles de lealtad, considerando la amplia oferta existente de este tipo de empresas.

4.3. Bases teóricas

Variable Capital Humano

Origen

En el transcurso del Siglo XX, las organizaciones pasaron por tres etapas: la era de la industrialización clásica, la era de la industrialización neoclásica y la era de la información.

Chiavenato (2011) dijo que en la 1° etapa, la era de la industrialización clásica abarca entre los años de 1900 a 1950, que consideraba a las personas recursos de producción junto con otros recursos organizacionales, como máquinas, equipo y capital; solía denominarse relaciones industriales. Y en la actualidad, aún es factible observar organizaciones con estilos de liderazgo autoritarios y sistemas de gestión verticales, clásicos o tradicionales; demostrando ser en la práctica extremadamente desmotivante, por la monotonía de las actividades y por el poco margen que se dejaba al uso de la iniciativa a los trabajadores (Ganga, Vera, & Araya, 2009).

En la 2° etapa, Chiavenato (2011), mencionó que la era de la industrialización neoclásica, se originó entre los años de 1950 a 1990, iniciándose a finales de la segunda guerra mundial, donde se vio a las personas como recursos vivos y no como factores inertes de producción, cambiando así la concepción antigua de relaciones industriales a administración de recursos humanos. Asimismo, se califica a la segunda mitad del siglo

XX como la era de la gente, debido a que el desarrollo de una nación se mide por la utilización de los conocimientos, de las técnicas y de los hábitos de la población (Villalobos & Pedroza, 2009).

Por último, Chiavenato (2011), enfatizó que la era de la información comenzó alrededor de 1990, mencionando que la base principal de la nueva organización, vienen hacer las personas, seres dotados de inteligencia conocimientos, habilidades, personalidad, aspiraciones, percepciones, etc. Es por ello que la administración de recursos humanos cede su lugar a un nuevo enfoque la gestión del talento humano. De tal forma, el capital humano es aquel que incluye componentes cualitativos, tales como la habilidad, los conocimientos y atributos similares que afectan la capacidad individual para realizar el trabajo productivo, los gastos introducidos para mejorar estas capacidades aumentan también el valor de la productividad del trabajo y producirán un rendimiento positivo, según Schultz, citado por (Villalobos & Pedroza, 2009).

Concepto

El capital humano puede ser abordado mediante dos criterios: como conocimiento y como un activo intangible.

Según, Nonaka y Takeuri, citado por Madrigal (2009), señaló que el capital humano es crear nuevos conocimientos. Significa producir en la empresa y a cada uno de los que la conforman un interrumpido proceso de renovación organizacional y personal. Bajo el mismo criterio, Millar (2009) mencionó que son los conocimientos que adquieren los individuos a lo largo de su vida para producir bienes, servicios e ideas bajo condicionantes tanto de mercado como de no mercado. De tal manera, el capital humano incluye dos elementos, primero el conocimiento tácito o explícito, poseído por las personas y equipos;

y segundo el capital humano se complementa con la capacidad de regenerar el conocimiento, es decir con la capacidad de aprender (Selva, 2004).

Por otro lado, Valencia (2005) mencionó que el capital humano constituye un activo intangible que tiene la capacidad de apoyar el incremento de la productividad, impulsar la innovación y con ello la competitividad. Conjuntamente es un recurso valioso, cuya gestión no solo implica una adecuada compensación económica por su labor, sino también hacerlo participe de los retos de la empresa, de modo que se sienta parte de ella y como tal adopte una actitud de compromiso con todos los grupos de interés de la organización (Santos Jiménez, 2012). Asimismo, Ospina, Stella, & Estrada (2004) afirmaron que los activos más valiosos de las empresas, son los activos intangibles, basados en conocimientos, habilidades, valores y actitudes de las personas que forman su núcleo estable.

Teoría del Capital humano

La teoría del capital humano puede ser abordado mediante dos fases: como capital humano en sus inicios y como capital humano en la actualidad.

La primera fase, como capital humano, en sus inicios se dará a identificar los diferentes puntos de vista de tres autores: Primero, Schultz, segundo Becker y tercero Blaug.

Primero, Schultz, citado por Villalobos & Pedroza (2009), identificó la dificultad para medir los beneficios de la inversión en capital humano, el cual señaló que el problema se origina en cómo uno puede diferenciar los gastos de consumo de los gastos de inversión; para ello la solución de esta cuestión propone un método alternativo: calcular la inversión humana a través de su rendimiento más que a través de su coste.

Asimismo, el costo debe ser evaluado con respecto a las ventajas que genera al mejorar la competencia de los adultos; es por ello, que los métodos utilizados en los análisis costo beneficio y costo eficiencia deberían hacer justicia a la multiplicidad de sus efectos sobre la sociedad. Además, que la educación de los adultos contribuye a su autosuficiencia y a su autonomía personal, al ejercicio de los derechos fundamentales y al mejoramiento de la productividad y de la eficacia del trabajo (Destinobles, 2006).

Segundo, Becker, citado por Villalobos & Pedroza (2009), calificó a la segunda mitad del siglo XX como la era de la gente, debido a que el desarrollo de una nación se mide por la utilización de los conocimientos, de las técnicas, de los hábitos de la población.

Por otro lado, los inicios del capital humano se dieron a fines del siglo XXI, por lo cual, empezaron a establecerse en diversas compañías los departamentos de bienestar, que constituyeron el antecesor directo de las áreas de las actuales áreas de capital humano (Werther, Davis, & Guzmán, 2014).

Por último, Blaug, citado por Villalobos & Pedroza (2009), señaló que el capital humano se caracterizaba por un individualismo metodológico, el cual no consideraba que la formación del capital humano es realizada por individuos que actúan por cuenta propia, pero que en muchos países el cuidado médico, la educación, la recuperación de información y la formación laboral son realizadas en su totalidad o en parte por los gobiernos. Por el contrario, los departamentos de capital humano deben construir y mantener una base de datos eficiente, la necesidad de contar con información actualizada y la manera óptima de poner en práctica las políticas del personal dependen de los objetivos generales que se haya trazado la organización (Werther, Davis, & Guzmán, 2014).

En esta segunda fase, es rescatable mencionar, que en la teoría de capital humano en la actualidad, es importante la relación de dos aspectos primordiales: la educación y el

desarrollo económico. Como primer aspecto, se tiene a la educación como factor importante en la formación del capital humano y se concibe de dos maneras: como consumo y como inversión.

Para Feroso, citado por Villalobos & Pedroza (2009), la educación en la formación del capital humano se da como consumo cuando produce satisfacciones o beneficios inmediatos, para ello se utilizan ciertos bienes y servicios para satisfacer necesidades humanas. Asimismo, el consumo se convierte en un factor clave en la sociedad que no sólo afecta al patrimonio natural y cultural, sino que tiene implicaciones en la vida personal y social de los individuos. Y, precisamente por ello, la educación no puede permanecer al margen del hecho del consumo. Sentar las bases de la educación para el consumo es un reto esencial para cualquier ciudadano y para la sociedad entera (Castillejo, y otros, 2011).

Por otro lado, García (1991) mencionó que la educación en la formación del capital humano, es considerada como una inversión que contribuye al aumento del capital humano, tanto para el demandante de educación como para la sociedad en su conjunto. De tal manera, la educación como inversión, implica el empleo del capital para obtener un beneficio en el futuro, dicha inversión se calcula de acuerdo al rendimiento, traduciéndose en que a mayor educación y menor edad, corresponderá mayor salario (Villalobos & Pedroza, 2009).

Como segundo aspecto tenemos al desarrollo económico, que según, Villalobos & Pedroza (2009), el capital humano es considerado como un factor propiciador de desarrollo y crecimiento económico. Para su formación entran en juego diversos elementos, los más importantes son la educación y la capacitación laboral, porque a través de ellos se descubren y desarrollan las capacidades, los talentos, las destrezas y habilidades de los individuos. Asimismo, se reconoce hoy que es rentable para las empresas y en general,

para el desarrollo económico de una sociedad, invertir en la capacitación y en la educación de los empleados. El nivel de educación asociado a la potenciación del talento humano es el fundamento del despliegue económico de países como Japón, Corea del Sur y China (Mejía, Bravo, & Montoya, 2013).

Por lo tanto, Villalobos & Pedroza (2009) mencionaron que la relación entre desarrollo económico y educación nos lleva a considerar lo relativo a la utilidad que, no es otra cosa que la ganancia que se deriva de una inversión.

Economía del conocimiento y capital humano

La gestión del capital humano es generado por dos aspectos importantes: el conocimiento como recurso principal y el aprendizaje de la organización en el conocimiento.

Según Madrigal (2009), la economía mundial se ha movido en su transformación de sociedad de la información (flujo de mensajes) a una del conocimiento. Se considera a este último como el recurso principal del crecimiento, la competitividad y el empleo lo cual nos lleva a determinar que debemos fortalecer los recursos humanos y desarrollar el capital humano, para que tenga las competencias y habilidades para un mejor desempeño en la economía del conocimiento. Asimismo, se concibe la inversión en capital humano como todo recurso invertido en la gente, pero se hizo énfasis en aspectos como el entrenamiento en el trabajo, la escolaridad y otros conocimientos cuyos retornos podían ser capturados por los empleados en mayores salarios y por las empresas en mayor productividad (Mungaray & Ramírez, 2007).

Por otro lado, el aprendizaje de la organización incluye todo aquel conocimiento que se genera a través de la interacción de las personas que intervienen en el proceso productivo, y de las capacidades y aprendizaje del que organiza la producción a lo largo del tiempo. Este tipo de aprendizaje incluye el conocimiento del equipo de trabajo y de las capacidades de cada integrante para responder ante diferentes problemas; la mejor organización, comunicación y coordinación entre los diferentes departamentos; y el conocimiento sobre el mercado (Mungaray & Ramírez, 2007). De tal manera, para Didier (2013) el capital humano refiere a los conocimientos y habilidades que poseen los individuos y que es adquirida a través de la educación y experiencia.

Corrientes de capital humano

El capital humano se divide en dos corrientes: la primera, la corriente economista; y la segunda, la corriente de gestión del capital humano.

La primera corriente economista aborda dos criterios: primero, en los años setenta el capital humano era considerado como un factor y segundo, en el siglo XX el capital humano es considerado como inversión.

Según Neira (2003), hasta los años setenta en los que se produjo el gran boom de la Economía de la Educación, y por lo tanto de la importancia del capital humano, los únicos bienes considerados generalmente como medio de producción eran la tierra, el trabajo y el capital, pero no se trataba al capital humano como un factor específico. Sin embargo ha habido contribuciones pioneras que ya anunciaban la importancia que habría de reconocerse a la educación como un factor productivo.

Conjuntamente la escuela Neoclásica que dominó el pensamiento económico hasta entrado el siglo XX, presenta dos aportaciones básicas relativas a la relación crecimiento económico y educación: primero, el desarrollo de la teoría del capital humano y segundo, el modelo de Solow.

El primer aporte, el desarrollo de la teoría del capital humano durante la década de los sesenta se produjo a raíz de la introducción de este concepto por parte de Fisher (2000), citado por Neira Gómez (2003), consideró a la educación del individuo como una forma de inversión, se trata pues de una inversión. En el propio individuo y de ahí deriva su calificación como capital humano. En ella se consideran las inversiones educativas como una forma de mejorar las capacidades innatas de las personas, produciendo un incremento en su productividad.

Asimismo, el análisis metodológico de esta escuela parte de los supuestos que los individuos son seres racionales que, en un mercado de competencia perfecta, intentarán maximizar su utilidad y considera a la educación como una inversión racional que hacen los individuos para aumentar su productividad y posteriormente, traducir esta mejor productividad en mayores ingresos (Ríos, 2009).

Por otra parte, Neira (2003) menciona que el segundo aporte es el modelo de Solow de 1956, que a pesar de no incluir de una manera implícita la educación en su formulación, se plantea la posibilidad de que una parte del crecimiento económico se deba a algún factor no conocido o “factor residual”. Por ello, el modelo de Solow es la base para un gran número de estudios que se desarrollan en la década de los noventa, ampliando el modelo con la inclusión del capital humano. Sin embargo, Ríos (2009) afirmó que el modelo Solow considera los factores productivos capital y trabajo, pero introduce al capital

humano como un nuevo factor de producción e incluye el nivel de tecnología presente en la economía y presenta rendimientos constantes a escala.

Por consiguiente, según Restrepo (2005), la economía debe preocuparse por dos tipos básicos: una es el ingreso macroeconómico y los logros alcanzados en términos de desarrollo y crecimiento, relación que la organización empresarial a nivel micro comparte con la economía; y la segunda es la relación existente entre los bienes producidos y las capacidades que las personas desarrollan.

En la actualidad, es comúnmente aceptado que los recursos intangibles o capital intangible son los que generan crecimiento económico en mucho de los sectores económicos; se puede afirmar que invertir en intangibles, hoy en día, es el camino que deben seguir las empresas para así reforzar su posición competitiva y asegurarse un crecimiento a largo plazo (García, García, & Rodríguez, 2012).

Asimismo, Calderón & Mousalli (2012) mencionaron que la evolución y relevancia en el concepto del capital humano ha permitido que sea considerado como parte del conjunto de activos intangibles de las empresas basados en el conocimiento, entendiéndose como conocimiento al nuevo agente productor de capitales económicos y organizacionales.

Por lo que se refiere a la segunda corriente gestión del capital humano está enmarcado en dos aspectos fundamentales: La Clásica Administración de Personal y la Era Moderna.

La gestión del capital humano, ha tenido una evolución desde la clásica administración de personal hasta la gestión del conocimiento en desarrollo, proceso este que, según Cuesta, citado por Villa (2009), ha comprendido esencialmente tres paradigmas: primero, los recursos humanos como costo; segundo, los recursos humanos

como activos; y tercero, como inversor de su potencial humano o capital humano. Teniendo en cuenta la importancia que hoy tiene el Capital Humano para las empresas, se puede afirmar que el Capital es la sumatoria de activos tangibles e intangibles, pero el Capital Humano es el que mayor relevancia toma para el desempeño de las funciones en cada organización.

Por ello, el capital humano es cuando los procesos de recursos humanos garantizan al mismo tiempo, impactar directamente en la implementación de todas las tareas necesarias para ejecutar la estrategia y en aquellas necesarias para la satisfacción de las necesidades de todos los grupos de individuos cuyos objetivos y logros dependen de los resultados de la organización (Villa, 2009).

En la era moderna, ha definido a la gestión del capital humano como el proceso continuo y simultáneo a la capacitación, dirigido a alcanzar habilidades, destrezas y valores en los trabajadores, que les permiten desempeñar puestos de trabajo de perfil amplio, con las competencias para un desempeño satisfactorio. Este proceso, asegura la formación del trabajador durante su vida laboral, que le posibilita promover a cargos de categorías superiores, así como estar más preparados para asumir los cambios y transformaciones que se producen en la entidad (Delgado & Rodríguez, 2009).

Por consiguiente, Madrigal (2009) planteó que las personas son un recurso tangible en la organización y su valor va a depender del conocimiento y las habilidades que este posea.

Sin embargo, Calderón & Mousalli (2012) argumentaron que algunas formas para desarrollar la gestión del capital humano pueden girar en torno a la identificación y visualización de los activos intangibles, captar y sostener la estructura interna y externa mediante tecnología para compartir conocimientos, promover el desarrollo profesional,

entrenamiento e intercambio de información y aumentar el valor agregado mediante la circulación del conocimiento, transferencia de destrezas y experiencia aplicada.

Diferencia de capital humano y recurso humano

Según Wayne & N., (2005), la administración de los recursos humanos es la utilización de las personas como recursos para lograr objetivos organizacionales, y el capital humano es generado a través de inversiones en aprendizaje, lo cual sucede a través de la educación formal, experiencias laborales y de vida en general (Madrigal, Capital humano e intelectual: su evaluación, 2009).

Asimismo, Porret (2007) sostuvo que el capital humano se refiere al conocimiento útil para las empresas, que poseen las personas y equipos, así como su capacidad para regenerarlo, es decir, su capacidad de aprender.

Por otro lado, en términos empresariales, se podría describir al capital humano como una combinación de los siguientes factores: primero, las características que el individuo aporta al trabajo, tales como inteligencia, energía, actitud, confianza y compromiso. En segundo lugar a la capacidad individual de aprendizaje, los cuales son la aptitud, imaginación, creatividad. Y por último a la motivación individual para compartir información y conocimientos: espíritu de equipo y orientación a los objetivos (Fitzenz, 2003).

Por el contrario, Díaz & Márquez (2005) afirmaron que el recurso humano también puede formarse a través del desarrollo de carrera, entendido este como la programación de movimientos de los empleados en diversos puestos en la organización; además, el desarrollo de carrera también implica identificar las necesidades futuras del personal y de desarrollo. Conjuntamente el personal de recursos humanos con frecuencia, es el

responsable de implementar programas de capacitación y de desarrollar oportunidades para aumentar el entendimiento (Sherman, Bohlander, & Snell, 1999).

Por ende, un recurso humano es imprescindible para que la empresa pueda hacer frente a todos los factores que condicionan su actividad y la obligan a adoptar programas de mejora en todas sus funciones (Ramírez de Paz & Velasquez, 2010).

Por consiguiente, la diferencia entre recurso humano y capital humano estriba en la capacidad, formación y aprendizaje de cada trabajador (Madrigal, Capital humano e intelectual: su evaluación, 2009).

Manuales de Medición de Capital humano

Para el estudio de medición del capital humano en ciencia y tecnología, se basó en la investigación de la OCDE (Organización para la cooperación y el desarrollo económico), el cual hace mención de tres manuales: el manual de medición de Frascati, el manual de medición de Canberra y el manual de medición de Oslo.

El Manual de Medición de Frascati

El manual de Frascati en el capital humano se basa, ciencia y tecnología encaminada a la investigación y en la transformación de un proceso. Se encarga de analizar los recursos humanos financieros, procesos y sistemas dedicados a la ciencia y tecnología encaminada a la investigación. Asimismo, hace un balance entre recursos económicos, humanos, entre otros. Por lo que también puede ser un material de consulta al hablar de economía del conocimiento enfocada en el Capital Humano (Madrigal, 2009).

Asimismo, OCDE (2002) trata exclusivamente de la medición de recursos humanos y financieros dedicados a la investigación y al desarrollo experimental I + D, estos denominados datos de entrada, el cual son indicadores útiles.

Sin embargo, para Escorsa, Castells & Valls (2003), se trata de la transformación de una idea en un producto o en un servicio comercializable, un procedimiento de fabricación o distribución operativo, nuevo o mejorado, o un nuevo método de proporcionar un servicio social.

El Manual Medición de Canberra:

El manual de Canberra en el capital humano se basa en la evaluación y está encaminada a la investigación en ciencia y tecnología.

Según Madrigal (2009) aconsejó que para cuestiones de evaluación de capital humano el manual de Canberra es el más indicado, ya que este es su principal objetivo de investigación. Por el cual, tiene indicadores como son: patentes, sociedad de la información y recursos humanos dedicados a la ciencia y tecnología. De tal manera, sirve de guía práctica para recopilar datos estadísticos comparables internacionalmente en relación con la existencia y demanda de personal dedicado a la ciencia y tecnología.

También, en el manual de Canberra, se utilizan criterios de calificación y de ocupación. Este manual hace un intento por unificar criterios para definir los recursos humanos en ciencia y tecnología (Pellegrino, 2008).

El Manual Medición de Oslo:

El manual de Oslo en el capital humano se basa en la tecnología que interviene en el proceso de la innovación.

En el manual de Oslo de la OCDE se afirma que las innovaciones tecnológicas hacen referencia tanto a los productos como a los procesos, así como a las modificaciones tecnológicas que se llevan a término en ellos. No se consideran innovaciones hasta que se ha introducido el producto en mercado (innovación de producto) o hasta que se ha utilizado en un proceso de producción (innovación de proceso). Finalmente, se menciona que no solo la tecnología interviene en el proceso de la innovación, sino también en las actividades diversas, de tipo organizativo, financieras y comerciales (Escorsa Castells & Valls Pasola, 2003).

Además, Madrigal (2009) afirmó que el manual de Oslo se enfoca a las innovaciones y sus conexiones en lo general, siendo como función principal evaluar el capital social de una comunidad, como sus vínculos de las empresas entre los agentes económicos; investiga la calidad de sistema educativo y su adecuación a las necesidades de la empresa y de las organizaciones innovadoras.

Al analizar los tres manuales, se puede ver que cada uno tiene alcances diferentes y que estos pueden ser complementarios, de tal forma que el análisis principal del manual de Frascati es evaluar el capital social de una comunidad científica, mientras tanto el Manual de Oslo es identificar vínculos de las empresas entre los agentes económicos. El de Frascati mide los procesos de innovación y los gastos de formación en las organizaciones de ciencia y tecnología. En cambio, en el manual de Canberra su enfoque principal es la evaluación del Capital Humano dedicado a la ciencia y tecnología de un país (Madrigal, 2009).

Capital humano en la ciencia y tecnología

En la gestión del capital humano influyen la investigación y el conocimiento, el cual estos son generados por dos pilares primordiales: la ciencia y tecnología.

El papel de la ciencia en la sociedad moderna ha cobrado en el siglo pasado una gran relevancia, en especial a través de las tres dimensiones siguientes. Primero, por su aportación teórica, que ha dado lugar a importantes revoluciones científicas caso, entre otras, de la Física, de la Química y de la Biología; segundo, por su configuración como institución social, la cual aporta al capital humano y materiales (organizativos, tecnológicos y económicos) para que en su interacción actúe como un sistema productivo de saberes nuevos; institución que se va independizando de otros sectores institucionales, caso de la economía, la política o la educación, y va señalando un carácter distintivo de la sociedad moderna; tercero, por su producción científica o conjunto de resultados alcanzados, por una continua espiral de conocimientos y otros recursos puestos en acción, los cuales al incorporarse a la sociedad configuran el matiz de la cultura de la ciencia Lamo de Espinosa, citado por Comunidad de Madrid (2002).

Según Villanueva (2012), la ciencia y tecnología y las tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el capital humano, contribuyen efectivamente con el desarrollo de un país.

De esta forma la demanda de capital humano avanzado en ciencia y tecnología proviene tanto del sector público como del sector privado. En ambos sectores, se trata cada vez más de una demanda de naturaleza cambiante. En el sector privado, la globalización y los ciclos de vida de producto más cortos influyen decisivamente en el modo en que se lleva a cabo la I+D y la innovación, y por tanto en la demanda relativa de competencias y de recursos humanos. El segundo componente de la demanda es el sector público de investigación, que incluye a las instituciones de educación superior y a los centros públicos de investigación. Esto implica que existe una reserva importante de conocimientos que

puede aplicarse a la ciencia como bien público, y en ese sentido un sector público investigador fuerte puede ser algo positivo (Cruz, 2007).

Por consiguiente Bueno, citado por la Comunidad de Madrid (2002), denominó a un proceso de conocimiento en acción, este se va concretando en la identificación y medición de un conjunto de activos intangibles, los cuales crean de manera principal las rentas económicas en la sociedad del conocimiento, es decir, estos activos viene a ser llamado como capital humano de la organización.

Es por ello, que la formación del individuo del talento humano, se fusiona cada vez más con la práctica de la investigación, la cual desarrolla las habilidades creativas encaminadas a propiciar la capacidad para innovar y generar nuevos paradigmas. Puesto que, a medida que el individuo ha desarrollado su capacidad intelectual, se interesa cada vez más por descubrir y transformar el conocimiento a través de su labor como investigador y esto le permite introducir cambios, propuestas, esquemas y metodologías que en muchos casos genera la ruptura en los paradigmas o enfoques ya existentes (Bustamante, Perez, & Maldonado, 2007).

Por otro lado, la necesidad de conocimientos y habilidades para una gestión efectiva puede ser tan amplia como se desee. Puede incluir aspectos relacionados con la tecnología del tipo de servicio o actividades en que se mueve la organización, los procesos de trabajo, el entorno, manejo de indicadores económicos entre otros (Genesi & Suarez, 2010).

Capital humano como ventaja competitiva

El capital humano se basa en el talento humano y en la introducción de nuevas tecnologías como ventaja competitiva.

Según Calderón & Naranjo (2004), el reconocimiento de la importancia de las personas en el desarrollo de las organizaciones, especialmente por la posibilidad de construir ventaja competitiva fundamentada en el talento humano (capital humano), está demandando de quienes lideran el área de recursos humanos el desarrollo de competencias que respondan a los nuevos retos.

En este sentido, la gestión que se haga en los recursos humanos tiene un carácter estratégico en el aumento de la competitividad de las empresas dentro de nuevas estructuras organizacionales en las que se indaga la introducción de nuevas tecnologías, el desarrollo del conocimiento organizacional y el servicio al cliente (Becerra & Alvarez, 2011).

Por consiguiente, Ramírez, citado por Lozano (2007), mencionó en su ponencia sobre el desarrollo del talento humano como ventaja competitiva. Plantea que este requiere de tres aspectos básicos: la capacidad, el compromiso y la acción.

La capacidad, es un conjunto de conocimientos, habilidades y competencias o actitudes (Lozano, 2007). Sin embargo, para Calderón & Naranjo (2004) es la capacidad que le permite a la persona controlar sus emociones en momentos críticos y aprovecharlos como retroalimentación para su crecimiento personal.

El compromiso, es el activo requerido para enfrentar las demandas de un entorno turbulento y alcanzar la misión organizacional. (Madrigal, Capital humano e intelectual: su evaluación, 2009). Por otro lado, Lozano (2007) mencionó que el compromiso es el motor para que el profesional aporte lo máximo posible y no se marche a otra compañía, la empresa que desarrolla las capacidades, también puede fortalecer el compromiso, motivando y pagando por ello.

Y por último, la acción innovadora en el campo de los recursos humanos debe estar proyectada en función de resultados u objetivos, para que se justifique como inversión (Calderón & Naranjo, 2004). Lozano (2007) agregó que la acción es una innovación constante que ejerce el individuo por su motivación y voluntad.

Modelos del capital humano

Los modelos para la medición del capital humano se clasifican en dos: como modelos microeconómicos y como modelos macroeconómicos. En la primera clasificación, los modelos microeconómicos se derivan de dos partes: Como Modelo de Capital Humano y como Modelo de señalización, criba o selección y filtro.

Modelo de capital humano

Según, Shultz (1960), citado por De la Rica & Iza (2013), el modelo de capital humano afirma que entre otras cosas que al invertir en sí mismos, los seres humanos aumentan el campo de sus posibilidades, siendo importante destacar, cómo desde su propio inicio, la teoría del capital humano relaciona de una manera directa la inversión de capital humano con un aumento de la productividad individual derivado de un aumento en los conocimientos del individuo. Dicho de otro modo, en principio, y por el valor que se le da al aprendizaje como alternativa de transformación permanente, se parte del supuesto de que la potencialidad y los talentos son construcciones humanas, individuales y colectivas, que son susceptibles de modificarse, fortalecerse y mantenerse, así como de desvanecerse y extinguirse (Tejada, 2003).

Asimismo, Humberto & Uribe (2007) dijeron que es generalmente aceptado que la capacidad productiva de los trabajadores aumenta con su nivel de educación, el aprendizaje en la práctica (experiencia), y la inversión en salud, salubridad y nutrición; todos estos

factores conjugados determinan el capital humano de los trabajadores de una economía. De tal manera, Becker (1964), citado por De la Rica e Iza (2013) menciona que cada individuo recibe como salario su productividad, y partiendo del hecho estilizado de que mayores niveles educativos están positivamente relacionados con incrementos salariales, este autor plantea un modelo de demanda de educación y de formación post-escolar a partir de un análisis de coste beneficio.

En cuanto a la obra de Mincer (1974), citado por De la Rica & Iza (2013) constituye en este sentido un gran avance dado que partiendo del modelo teórico de Becker desarrolla una especificación econométrica en la que relaciona directamente los ingresos individuales recibidos con la inversión que el propio individuo efectuó en capital humano. Mientras que, siguiendo la concepción que supone que las competencias son un eje central en la organización, proponen un modelo que busca la formación de empresarios con base en competencias personales y de conocimiento, situando ambos conceptos en el mismo plano y estableciendo entre ellos una relación de interdependencia, Várela y Bedoya, citado por Saldarriaga (2008).

Modelo de señalización, criba o selección y filtro

El siguiente aspecto, trata del Modelo de señalización, que para De la Rica & Iza (2013), el empresario entiende que un alto nivel educativo señala de alguna manera una alta productividad del trabajador; en cambio, los potenciales trabajadores deben decidir qué señales deben emitir; es decir, en último término, qué nivel educativo elegir, teniendo en cuenta que la emisión de señales es costosa para ellos; su inversión en educación será aquella que maximice la diferencia entre el coste de señalizarse y el rendimiento futuro esperado en forma de mayores salarios, por lo cual Spencer afirma que el coste de señalización está inversamente relacionado con la capacidad individual, esto implica que

los costes de señalización son crecientes con la educación pero decrecientes con la habilidad.

Al mismo tiempo, empieza a hablar del concepto de capital humano, argumentando que la educación y otros aspectos asociados con la vida de las personas, generaban rendimientos económicos al mejorar las capacidades y habilidades de la gente para trabajar y administrar sus asuntos y los de las empresas que los emplean; por ello, estos pioneros (Becker y Shultz), concibieron la inversión en capital humano como todo recurso invertido en la gente, pero hicieron énfasis en aspectos como el entrenamiento en el trabajo, la escolaridad y otros conocimientos cuyos retornos podían ser capturados por los empleados en mayores salarios y por las empresas en mayor productividad (Mungaray & Ramírez, 2007).

Por otra parte, Maté, García, & López (2009) mencionaron que la productividad laboral es una medida de factor simple que establece la relación entre medidas de output productivo y el personal ocupado y para calcular la productividad laboral, calculamos el cociente entre el valor añadido, a precios corrientes, y el número de empleados.

En el Modelo de Criba o Selección, según Corugedo e Hidalgo (1997), citado por Pons (2004), es aquel empresario que cuando contrata está interesado tanto en la productividad del individuo como en características adicionales como sexo, raza, modo de vestir; por ello, se plantea la maximización de la utilidad del empresario sujeta a una restricción presupuestaria en la que intervienen los salarios y el presupuesto de las empresas, y en el que se utiliza la educación como señal de la productividad del individuo (concretamente, los años de permanencia en los estudios, es decir, una señal inversa a la productividad). A partir de la maximización anterior se deriva una función de demanda de productividad (educación requerida, o mejor, años de permanencia). Sin embargo, para De

la Rica & Iza (2013) afirmaron una vez más, que la educación en este modelo se entiende como una señal y no como una inversión en capital humano cuya finalidad principal es el incremento en productividad. No obstante, los modelos de capital humano demuestran la forma en que la educación posibilita que todo el proceso de producción se beneficie con las externalidades que una sociedad genera con mayor nivel de educación. La mano de obra más capacitada utiliza el capital de manera más eficiente, con lo cual pasa a ser más productiva, es también más probable que se introduzcan innovaciones de modo de idear nuevas y mejores formas de producción, más aún, la difusión de los beneficios de la mano de obra capacitada aumenta la eficiencia global del trabajo, de esta manera, la elevación del nivel de educación provoca un aumento de la eficiencia de todos los factores de producción (Elías & Del R., 2002).

Por último, Arrow (1973), citado por De la Rica & Iza (2013), dijo que la educación, y más concretamente la educación superior, actúa como un filtro que clasifica a los individuos pero sin aportarles necesariamente ninguna característica que aumente su productividad. Sin embargo, cuando se considera que los trabajadores son complementarios, la clasificación de los trabajadores en diferentes tipos mediante la educación sí tiene un valor social positivo (Pons, 2004). También, Del campo & Salcines (2008), sostuvieron que el sistema educativo juega un papel de seleccionador de candidatos a un trabajo, accediendo sólo aquellos que superen unas “pruebas”, la educación es útil al facilitar un elemento diferenciador de atributos útiles al sistema productivo, la educación no incorpora en el sujeto capacidad productiva alguna, tampoco ello es su objeto, se pasa pues de una función transformadora de la educación a otra meramente selectiva.

En la segunda clasificación los modelos macroeconómicos se deriva: como modelo de crecimiento endógeno en capital humano, y a su vez este se subdivide en modelo de Lucas y modelo de Romer.

Modelo de Lucas

Según Lucas (1988), citado por De la Rica & Iza (2013), el modelo de Lucas se enfatiza en la acumulación de capital humano. Es una actividad social cuyo stock se pasa de unas generaciones a las siguientes, y en consecuencia, cada nueva generación acumula capital humano a partir de un nivel cada vez mayor; esto incluye uno de los factores en la función de producción, como cualquier otro factor. La inversión en capital humano, por parte de los individuos, viene determinada por los costes; de dicho modo, considera uno de los posibles efectos externos asociadas al capital humano, diferencia entre el efecto interno en la acumulación de capital humano, que mide el efecto que el capital humano tiene sobre la productividad individual de cada trabajador y el efecto externo, que refleja cómo el conocimiento adquirido por un individuo puede ser aprovechado por el resto de la sociedad, tanto en el mismo momento de tiempo, como a través del tiempo. Asimismo, los modelos econométricos en los que el efecto de capital humano en el crecimiento se estudia a través de dos ecuaciones, una ecuación para la función de producción que recoge el efecto directo de la educación sobre la producción, y una ecuación que recoge el efecto del capital humano en la inversión, y que por lo tanto implica un efecto indirecto sobre la producción (Neira & Guisán, 2002). De esta forma, Cotte & Cotrino (2006) dijeron que la existencia de las externalidades permite que la acumulación de factores productivos per cápita no derive necesariamente en rendimientos decrecientes.

Modelo de Romer

Finalmente, para De la Rica & Iza (2013), el modelo de Romer, es el nivel medio de capital humano de una economía el que debería tener un efecto positivo sobre la tasa de crecimiento de la renta per cápita en el largo plazo. Esto implica que el nivel de capital humano medio influye positivamente en la tasa de crecimiento de la renta per cápita de largo plazo, lo que induce a pensar que el canal tecnológico es crucial para entender la incidencia de la educación sobre el crecimiento. Así pues, Nelson y Phelps, citado por Gorostiaga (1999), postularon que un país con un mayor nivel de capital humano será más eficaz a la hora de crear, implementar y adoptar nuevas tecnologías; y por lo tanto, será capaz de generar un mayor crecimiento. Por consiguiente, el crecimiento económico proviene de la profundización de la división del trabajo que se logra a través de la incorporación de progreso técnico. Este último se traduce en la creación de nuevas variedades de bienes de capital, ni mejores ni peores que las existentes. En este modelo, el progreso técnico opera, pues, por diferenciación horizontal de dichos bienes. Esa gama más amplia de bienes de capital permite aumentar la división social del trabajo, habilitando a cada productor de bienes finales para encontrar instrumentos más adecuados, que le procuran una mayor productividad del capital físico, del capital humano y del trabajo no calificado (Hounie, Pittaluga, Porcile, & Scatolin, 1999).

Importancia del capital humano

La importancia del capital humano se deriva de dos aspectos fundamentales: las capacidades y competencias.

Según, Becerra & Alvarez (2011), la importancia del talento humano (capital humano) en el éxito de las empresas se deriva por los aspectos, tales como las capacidades y competencias distintivas de las personas que laboran en la organización; estas resultan

cruciales para la competitividad empresarial además, hay que reconocer que el capital humano es primordial, ya que si el proceso continuo lleva al logro de los objetivos trazados.

De tal manera, para Madrigal (2009), las capacidades son las habilidades que posee, desarrolla y acumula una persona. Asimismo, Rivera (2005) menciona que lo importante son las habilidades de las personas, no sus calificaciones, entonces habrá que saber mirar el desempeño de las personas, como estos resuelven problemas y han sumado logros a lo largo de sus trayectorias.

Por otro lado, las competencias ayudan a desarrollar las habilidades para aprovechar la información y ejercer su autonomía (Chiavenato, 2009). De este modo, debemos fortalecer y desarrollar el capital humano para que tenga las competencias y capacidades para un mejor desempeño en la economía del crecimiento (Madrigal, 2009).

Es por ello que la importancia del capital humano cada vez se adquiere en la información recibida por los sujetos a través de diversos medios de transmisión de información y asimilada de manera individual (Giménez & Blanca, 2002).

Variable Calidad de servicio

Concepto

La calidad de servicio puede ser abordado mediante dos criterios: como diferencia y como una filosofía empresarial. Según, Carlos, Montelongo, & Nájera (2010), la calidad del servicio se conceptúa como la discrepancia entre las expectativas del cliente y sus percepciones del servicio recibido. Asimismo, se denomina calidad del servicio a la dirección y grado de discrepancia entre la percepción del cliente y sus expectativas (Dávila, Coronado, & Cerecer, 2012). Aunque para, Pinto, Fernández, & Gómez (2007), la

calidad de servicio se entiende desde el punto de vista de la percepción del usuario/cliente sobre el servicio, y no por las características intrínsecas del servicio ofrecido.

Por el contrario, Berry (2004) citado por Clemenza, Gotera, & Araujo (2010), la calidad de servicio es la filosofía basada en los principios del liderazgo con espíritu colectivo de servicio proporcionando maneras eficaces para conservar a los clientes. Al mismo tiempo, la calidad de servicio está relacionado con el servicio entregado por el personal administrativo y con las instalaciones e infraestructura de la organización (Torres & Araya, 2010). Además, Lara (2002), la calidad del servicio se puede mejorar mediante el compromiso total de la organización, siendo este compromiso como parte de la filosofía en la empresa.

Enfoques de la calidad de servicio

Los enfoques de la calidad de servicio se clasifican mediante dos perspectivas: como enfoque del marketing y como enfoque del management.

Enfoque de marketing

Este enfoque se divide en dos escuelas: como escuela nórdica y como la escuela norteamericana.

En cuanto a la primera escuela, Serrano, López, & García (2007), sostuvieron que la calidad es el resultado de la comparación entre el servicio esperado y recibido e identifica dos dimensiones a la hora de hablar de calidad de servicio: calidad técnica y calidad funcional, siendo su interrelación un factor clave en la determinación de la imagen corporativa de la empresa en relación con la calidad. Incluso, también conocido como modelo de la imagen, formulado por Grönroos, relaciona la calidad con la imagen corporativa, plantea que la calidad percibida por los clientes es la integración de la calidad

técnica (qué se da) y la calidad funcional (cómo se da), y estas se relacionan con la imagen corporativa; por ello, el cliente está influido por el resultado del servicio, pero también por la forma en que lo recibe y la imagen corporativa (Duque, 2005). A parte de ello, Gronroos (1993) citado por Dávila, Coronado, & Cerecer (2012), postuló que la calidad de servicio percibida por el cliente tiene dos dimensiones: una técnica o dimensión de salida y una relacionada a procesos. También, Clemenza, Gotera, & Araujo (2010), plantearon tres dimensiones básicas: la técnica, la funcional y la imagen; la dimensión imagen presenta rasgos proyectados hacia el exterior de la organización; mientras, las otras dos (técnica y funcional), son elementos internos de la organización; donde la calidad técnica se enfoca en un servicio técnicamente correcto, conduciendo a un resultado aceptable; y la calidad funcional se encarga de la manera como el cliente es tratado en el desarrollo del proceso de producción del servicio, es decir, como el cliente recibe el servicio; y la imagen corporativa es la forma como el cliente percibe la calidad técnica y la funcional.

En la segunda escuela, se concretan en tres aspectos básicos: a) la definición del constructo calidad de servicio; b) la creación de un instrumento de medida de la calidad de servicio, la escala SERVQUAL, y la identificación de cinco dimensiones del constructo; y c) el desarrollo de un modelo de calidad de servicio basado en la existencia de gaps, que son procesos de comunicación y control para dirigir a los trabajadores, que explican las diferencias entre el servicio esperado y recibido (Serrano, López, & García, 2007). Asimismo, Duque (2005), dijo que la escuela americana ha sido denominada SERVQUAL, este instrumento les permitió aproximarse a la medición mediante la evaluación por separado de las expectativas y percepciones de un cliente. De tal manera, identifican cinco dimensiones que evalúan la calidad en el desarrollo del servicio: a) tangibles, entendida como las facilidades físicas, equipamiento y apariencia del personal; b) confiabilidad, que es la habilidad de desempeñar el servicio prometido exactamente y con formalidad; c)

sensibilidad, la cual definen como la buena voluntad para ayudar a los clientes y proveer un servicio oportuno; d) aseguramiento, que comprende el conocimiento y cortesía de los empleados y sus habilidades para inspirar confianza; e) empatía, que abarca la atención y cuidado individualizado que la compañía provee a sus clientes (Dávila, Coronado, & Cerecer, 2012). Es así que, Clemenza, Gotera, & Araujo (2010), mencionaron que el modelo con mayor aceptación es el SERVQUAL, donde la calidad del servicio es como una función de la discrepancia entre las expectativas de los clientes sobre el servicio a recibir y sus percepciones sobre el servicio efectivamente recibido. Así, un cliente valorará positiva o negativamente la calidad de un servicio cuando sus percepciones sean superiores o inferiores a las expectativas previas. Del mismo modo, el modelo SERVQUAL se ha difundido y utilizado ampliamente en el mundo, siendo un modelo de calidad de servicio, en el que ésta se define mediante la medida en que el servicio satisface las expectativas de los clientes o de los usuarios (Carlos, Montelongo, & Nájera, 2010). Además, Gutierrez & Rubio (2009), añadió que la escuela norteamericana tiene un enfoque desde el cliente, entiende la calidad del servicio como calidad percibida por los clientes, por lo que ahora la calidad reside en los ojos de quien lo contempla.

Enfoque del management

Sureshchandar, Rajendran & Anantharaman (2002) citado por Serrano, López, & García (2007), examinaron la influencia de las dimensiones de la calidad de servicios en la percepción que los consumidores tienen de la misma, lo que es considerado como uno de los factores clave de los resultados del negocio, y sus resultados indican que las variables soft del TQS (Total Quality Service, Calidad Total de los Servicios), gestión de los recursos humanos, enfoque a clientes, cultura de servicio, satisfacción de los empleados, compromiso y liderazgo de la alta dirección y responsabilidad social parecen ser más

vitales que las dimensiones «hard» como factores influyentes sobre la percepción de la calidad de los servicios por parte de los consumidores. Mientras otros trabajos sugieren que las investigaciones actuales en gestión de calidad para el sector servicios son insuficientes, por lo que se hace necesario el desarrollo de más estudios sobre el tema, este panorama se añade el hecho de que la mayoría de los trabajos sobre calidad en este sector se han tratado desde una perspectiva de marketing, lo que ha ocasionado que muchos de los elementos y componentes de los programas de Calidad Total no hayan sido analizados en los estudios existentes (Gómez, López Fernández, & Ana, 2007). De tal manera, Tarí (2000) mencionó que actualmente todas las organizaciones son conscientes de su importancia y observamos cómo están reconociendo el papel estratégico tanto de la calidad del producto como de la dirección de la calidad o total quality management (TQM).

Importancia de calidad de servicio

Para Carlos, Montelongo, & Nájera (2010), la calidad en el servicio es esencial para la eficacia de las organizaciones, tanto privadas como públicas. Las acciones que se implementan para mejorarla, requieren de una medición de referencia que permita evaluar sus resultados. De esta forma, la calidad en el servicio implica lograr un nivel de excelencia tal que cubra las necesidades de sus usuarios, así como alcanzar una satisfacción del mismo (Clemenza, Gotera, & Araujo, 2010). Por esta razón, Gutierrez & Rubio (2009), mencionaron que interviene en la calidad de servicio el factor humano, el cual es una pieza clave que forma parte del producto y que realiza directamente el servicio prestado por las empresas. Al mismo tiempo, parece existir un consenso claro acerca del papel fundamental que desempeña el factor humano, a todos los niveles, en el desarrollo de Sistemas de Calidad Total (Serrano, López, & García, 2007). Entonces, Gabriel (2003), la

calidad de los servicios es un aspecto fundamental para lograr una ventaja competitiva sobre los demás.

4.4. Marco Filosófico

El capital humano es la columna vertebral en las organizaciones de líderes en un mercado competitivo y rentable, que requiere un espíritu innovador, una actitud mental positiva y una proyección hacia el futuro con certeza y confianza en el logro de las metas y objetivos. Las organizaciones deben promover en sus colaboradores una formación integral, focalizando sus competencias y ubicándolos en el lugar adecuado para su desenvolvimiento y crecimiento. Podemos afirmar con certeza que la mejor inversión que una institución puede hacer en su personal es la potencialización de sus conocimientos y habilidades, su personalidad, sus aspiraciones y sobre todo sus valores y principios, con el único propósito de crecer, en primer lugar como persona y en segundo lugar progresar como organización.

Cuando hablamos del capital humano, estamos refiriéndonos a la persona, que fue creada a la imagen y semejanza de Dios con el propósito de ser feliz de manera plena e integral. En la Sagrada Biblia se encuentra el siguiente pensamiento: “¿Qué es el hombre, para que tengas de él memoria, y el hijo del hombre, para que lo visites? Le has hecho poco menor que los ángeles, y lo coronaste de gloria y honra. Le hiciste señorear sobre las obras de tus manos; todo lo pusiste debajo de sus pies” (Salmos 8:4, 5 y 6). Esta declaración confirma el gran valor del capital humano, que fue creado un poco menor que los ángeles. Con justa razón los gurús de la administración afirman y reconocen que las personas son importantes en el desarrollo de las organizaciones. Calderón & Naranjo (2004) aseguraron que el talento humano está capacitado para enfrentar los retos y desafíos en las organizaciones.

Se puede afirmar sin temor a equivocaciones, que los colaboradores (el capital humano) tienen un carácter estratégico en el crecimiento y desarrollo continuo de las empresas. La educadora Elena G. de White, en su libro Educación, pág. 57, valora el capital humano y reta la integridad y la práctica de los valores afirmando lo siguiente: “La mayor necesidad del mundo es la de hombres que no se vendan ni se compren; hombres que sean sinceros y honrados en lo más íntimo de sus almas; hombres que no teman dar al pecado el nombre que le corresponde; hombres cuya conciencia sea tan leal al deber como la brújula al polo; hombres que se mantengan de parte de la justicia aunque se desplomen los cielos”. Como gestores del capital humano y la calidad de servicio se deben valorar estas competencias en las personas. Es necesario que nuestros colaboradores sean íntegros, proactivos, disciplinados y con principios.

La Universidad Peruana Unión valora al talento humano y focaliza la formación de las personas para que sea un profesional con una visión sistémica, y con una proyección adecuada en el futuro.

4.5. Marco conceptual

Nivel de Capacitación del Capital Humano

Es el grado de competencia profesional para desempeñar las funciones dentro de la empresa lo cual permite al capital humano llegar al logro de las metas y objetivos de la organización y así puedan tener un crecimiento económico sostenido.

Capital Humano

Es crear nuevos conocimientos, significa recrear la empresa y a cada uno de los que la conforman un interrumpido proceso de renovación organizacional y personal; dirigido a alcanzar habilidades, destrezas y valores en los trabajadores, considerando el valor de

activos intangibles, la capacitación continua y los años de experiencia que les permiten desempeñar puestos de trabajo de perfil amplio, con las competencias para un desempeño satisfactorio.

El Capital humano es el conocimiento que posee, desarrolla y acumula cada persona en su trayectoria universitaria o de formación, así como la laboral y organizacional (Madrigal, 2009).

Capacitación

La capacitación está dirigida al perfeccionamiento técnico del trabajador para que éste se desempeñe eficientemente en las funciones que se le asignan, producir resultados de calidad, dar excelentes servicios a sus clientes, prevenir y solucionar anticipadamente problemas potenciales dentro de la organización (Jaramillo Naranjo, 2005).

Calidad de Servicio

Lehtinen y Lehtinen, (1982) citado por Roldán Abierto, Balbuena Lavado, & Mezarina (2010) sostienen que la calidad del servicio ocurre durante la entrega del servicio mismo, de igual modo ocurre en la interacción entre el cliente y la persona de contacto de la empresa, que ofrece el servicio.

Valor de los activos intangibles

Los activos intangibles son aquellos identificables, sin sustancia física, utilizados para la producción o abastecimiento de bienes, prestación de servicios o para propósitos administrativos que generarán beneficios económicos futuros controlados por la entidad, aportando beneficios específicos, reduciendo costos o aumentando los ingresos futuros (Funes Cataño, 2010).

Nivel de Capacitación Continua

Es una metodología sistemática y planificada, destinada a mejorar las competencias técnicas y profesionales de las personas en el trabajo, a enriquecer sus conocimientos, a desarrollar sus aptitudes y a la mejora de sus capacidades.

Nivel Años de Experiencia

Son las habilidades adquiridas y capacidades aprendidas de un individuo, que lo hacen potencialmente acreedor de la especialización del trabajo, existen trabajadores competentes, pero sin estudios formales, que no disponen de un mecanismo que reconozca los aprendizajes adquiridos en su experiencia de trabajo, afectando así su movilidad y trayectoria laboral.

Está constituida por todas las vivencias acumuladas por un sujeto, que le permiten reaccionar ante las circunstancias, basando su respuesta en los conocimientos previamente adquiridos, siendo los años de experiencia, que constituye un factor determinante de la productividad de los trabajadores (Giménez, 2005) citado por (Cabezas K., Bustamante A., & Peralta R., 2011).

Conocimiento

Es una capacidad que le permite al individuo o a las organizaciones actuar efectivamente para producir los resultados esperados en un entorno complejo y de incertidumbre (Rodríguez Orejuela, Hernández Espallardo, & Rodríguez Ramírez, 2011).

Habilidades

Son dotes innatas, destrezas, conocimientos, experiencia, inteligencia, juicio, actitud, carácter e iniciativa. Abarca también su capacidad de aprender, aprender a aprender y desarrollarse (Bustamante, Perez, & Maldonado, 2007).

Destreza

La destreza en el lenguaje coloquial inglés es el Know How y en francés el Savoir Faire, alude en primer lugar, al buen trato y al don de gentes, puesto que la amabilidad en todas sus formas, tanto al interior de la organización como a lo externo, confiere un prestigio diplomático y por supuesto, un valor intangible. Y el saber hacer, se refiere a la técnica particular imprescindible en cada empresa, por su naturaleza (Bortesi Longhi, 2014).

Motivación

Nace de una necesidad que puede generarse de forma espontánea y es necesario mantenerla para lograr los objetivos propuestos. Sin embargo, muchas veces se presentan situaciones que perjudican esos ánimos. Es importante superar esos momentos para no perder de vista las metas trazadas (López Calderon, 2013).

Compromiso

Es un estado psicológico, considerado como un vínculo o lazo del individuo con la organización. En otras palabras, es una actitud que refleja la lealtad de los empleados a su organización y es un proceso continuo mediante el cual los participantes organizacionales expresan su preocupación por la organización, su éxito y bienestar continuo (Dominguez Aguirre, Ramírez Campos, & García Méndez, 2013).

Capacidades y Aprendizaje

Son los elementos que permite aumentar el conocimiento y el capital intelectual de la empresa (García Parra, 2004).

Aptitudes

Las aptitudes se refieren a las habilidades específicas que son susceptibles de ser desarrolladas (Feldhusen, 1995).

Capacitación y actualización

La capacitación y actualización son procesos mediante el cual el personal adquiere habilidades que ayudan al logro de los objetivos de la organización. Debido a que este proceso está vinculado a diversos propósitos organizacionales, la capacitación puede darse de manera limitada o amplia (Marengo, Vizcaino Martinez, & Saladino, 2011).

Inversión en Capacitación continúa

La capacitación, forma parte de la inversión en capital humano y permite mejorar la calidad de la oferta laboral (Allendez Sullivan & Nayar, 2009).

Prestación de servicios

Lovelock et al (2004) citado por (Arzola & Mejías, 2007), es un acto o desempeño que ofrece una parte a otra.

Gestión de servicios

Es un elemento importante para garantizar un adecuado nivel de satisfacción del cliente es la necesidad de gestionar adecuadamente los servicios requeridos dentro de los procesos de negocio, donde la gestión de servicios de tecnología se convierte en un imperativo en casi todas las empresas (Gómez, Oltra, & Adarme, 2014).

Tiempo de pedido

Es un componente importante de lo que el cliente espera de su proveedor (Carrasco, 2000).

Buen trato al cliente

Es la confianza que da el proveedor hacia el consumidor, siendo la capacidad o competencia de la empresa, capaz de reducir la sensación de inseguridad previa a la compra. (Sanz, Ruiz, & Perez, 2009).

Entrega oportuna de pedido

Es el impacto logrado por las empresas generando en los clientes una buena satisfacción (González, Ortégón, & Rivera, 2003).

Capítulo III

5. Método de investigación

5.1. Tipo de estudio

La investigación es correlacional, el cual permitió conocer el grado de asociación entre las dos variables: el Nivel de Capacitación del capital humano y la calidad de servicio.

5.2. Diseño de investigación

Su diseño es no experimental transaccional, porque se tomaron datos en un solo momento. Es decir, se recolectaron datos en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. La investigación es sistemática y empírica en la que las variables independientes no se manipulan porque ya han sucedido.

6. Hipótesis y variables

6.1. Hipótesis principal

El nivel de capacitación del capital humano se relaciona favorablemente con la calidad de servicio en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.

6.2. Hipótesis derivadas

El nivel de capacitación del capital humano se relaciona favorablemente con la atención a tiempo de pedido en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.

El nivel de capacitación del capital humano se relaciona favorablemente con el buen trato al cliente en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.

El nivel de capacitación del capital humano se relaciona favorablemente con la entrega oportuna del pedido en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.

6.3. Identificación de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
V. INDEPENDIENTE		
Nivel de Capacitación del capital humano	Valor de los activos intangibles	Conocimientos
		Habilidades
		Destrezas
		Motivación
		Compromiso
	Nivel de Capacitación Continúa	Interés
		Capacidades y aprendizaje
		Aptitudes
		Capacitación y actualización
		Inversión en capacitación continúa
	Nivel de años de experiencia	Programa de desarrollo
		Tiempo de servicio
		Experiencias pasadas
		Prestación de servicios
Gestión de servicios		
V. DEPENDIENTE	Atención a tiempo de pedido	Por conveniencia
		Trato recibido
		Tiempo de atención
		Protocolo de Atención
		Reacción
Calidad de servicio		Atención personalizada

	Identificación
	Actitud proactiva
	Ambiente Laboral
	Accesibilidad de producto o servicio
Buen trato al cliente	Empatía
	Amabilidad
	Comprensión
	Imagen
	Seguridad
	Capacidad de respuesta
	Solución de la consulta
Entrega oportuna de pedido	Atención recibida
	Eficiencia
	Efectividad

6.4. Operacionalización de variable

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	DEFINICIÓN INSTRUMENTAL	ESCALA	TÉCNICA	FUENTE
				(DEFINICIÓN OPERACIONAL)	(INSTRUMENTO)	
Nivel de Capacitación del capital humano	Valor de los activos intangibles (Funes Cataño, 2009)	Conocimientos	1. El capital humano cuenta con los conocimientos necesarios para operar en su PYME.	Este indicador se mide con las siguientes categorías: a) Totalmente en desacuerdo=1 b) Bastante en desacuerdo=2 c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo=3 d) Bastante de acuerdo=4 e) Totalmente de acuerdo=5	Encuesta	Empresarios
		Habilidades	2. El capital humano cuenta con habilidades óptimas para laborar en su PYME.			
		Destrezas	3. Las destrezas del capital humano son importantes para laborar en su PYME.			
		Motivación	4. Se siente motivado el capital humano en su PYME.			
		Compromiso	5. Se siente comprometido el capital humano con su PYME.			
			6. El capital humano muestra			

	Interés	interés por lograr los objetivos de su PYME.			
Nivel de Capacitación Continúa (Mungaray & Ramírez, 2007)	Capacidades y aprendizaje	7. Las capacidades y aprendizaje de su capital humano son favorables para su PYME.	Este indicador se mide con las siguientes categorías: a) Totalmente en desacuerdo=1 b) Bastante en desacuerdo=2 c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo=3 d) Bastante de acuerdo=4 e) Totalmente de acuerdo=5	Encuesta	Empresarios
	Aptitudes	8. El capital humano es apto para desarrollar las actividades en su PYME.			
	Capacitación y actualización	9. El capital humano recibe capacitación y actualización constante de las funciones realizadas en su PYME.			
	Inversión en capacitación continua	10. Esta de acuerdo con la inversión en capacitación continua de su capital humano.			
	Programa de desarrollo	11. Esta de acuerdo en realizar un programa de desarrollo en su PYME.			
Nivel de años de experiencia	Tiempo de servicio	12. Es importante para usted, el tiempo de servicio del capital	Este indicador se mide con las siguientes categorías:	Encuesta	Empresarios

(Mungaray & Ramírez, 2007)		humano en su PYME.	a) Totalmente en desacuerdo=1 b) Bastante en desacuerdo=2 c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo=3 d) Bastante de acuerdo=4 e) Totalmente de acuerdo=5		
	Experiencias pasadas	13. Considera importante las experiencias adquiridas de su capital humano.			
	Prestación de servicios	14. Existe un acuerdo entre usted y su capital humano.			
	Gestión de servicios	15. Es favorable la gestión de servicios que realiza el capital humano con sus clientes.			
	Por conveniencia	16. Considera importante que su capital humano cuente con mayores años de experiencias.			

Calidad de servicio	Atención a tiempo de pedido (Carrasco, 2000)	Trato recibido	17. El capital humano ofrece un buen trato hacia sus clientes.	Este indicador se mide con las siguientes categorías: a) Totalmente en desacuerdo=1 b) Bastante en desacuerdo=2 c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo=3 d) Bastante de acuerdo=4 e) Totalmente de acuerdo=5	Encuesta	Empresarios
		Tiempo de atención	18. Los colaboradores de su PYME son eficientes con el tiempo de atención al cliente.			
		Protocolo de Atención	19. Los colaboradores siguen el protocolo de atención establecido en su microempresa.			
		Reacción	20. La reacción es inmediata respecto a la atención de pedido a tiempo.			
		Atención personalizada	21. Los colaboradores de su PYME muestran una atención personalizada con sus clientes.			
		Identificación	22. Los colaboradores se sienten identificados con su PYME.			
		Actitud proactiva	23. Los colaboradores mantienen una actitud proactiva en su PYME.			

		Ambiente Laboral	24. El ambiente laboral es adecuado para los colaboradores de su PYME.			
		Accesibilidad de producto o servicio	25. Existe accesibilidad de producto o servicio para la entrega oportuna.			
	Buen trato al cliente (Sanz, Ruiz & Perez,2009)	Empatía	26. Los colaboradores muestran empatía en el trato al cliente.	Este indicador se mide con las siguientes categorías: a) Totalmente en desacuerdo=1 b) Bastante en desacuerdo=2 c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo=3 d) Bastante de acuerdo=4 e) Totalmente de acuerdo=5	Encuesta	Empresarios
		Amabilidad	27. Los colaboradores muestran amabilidad en el trato al cliente.			
		Comprensión	28. Los colaboradores son comprensivos en el trato al cliente.			
		Imagen	29. Los colaboradores mantienen una imagen adecuada ante los clientes.			
		Seguridad	30. Los colaboradores muestran seguridad hacia los clientes en su PYME.			

		Capacidad de respuesta	31. Los colaboradores muestran una excelente capacidad de respuesta ante las dudas de los clientes.				
		Solución de la consulta	32. Los colaboradores ofrecen una solución inmediata ante las necesidades del cliente.				
	Entrega oportuna de pedido (González, Ortega & Rivera, 2003)	Atención recibida	33. Está de acuerdo con la atención percibida que ofrecen sus colaboradores en su PYME.				Este indicador se mide con las siguientes categorías: a) Totalmente en desacuerdo=1 b) Bastante en desacuerdo=2 c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo=3 d) Bastante de acuerdo=4 e) Totalmente de acuerdo=5
		Eficiencia	34. Los colaboradores muestran eficiencia en la entrega oportuna de pedido.				
		Efectividad	35. Los colaboradores muestran efectividad en la entrega oportuna de pedido.				
			Encuesta	Empresarios			

7. Población y técnicas de investigación

7.1. Delimitación espacial y temporal

La investigación sobre el Nivel de capacitación del capital humano y la calidad de servicio en los empresarios, se llevó a cabo en el Centro Comercial Plaza Josfel, teniendo como rubros: venta de ropa, descartables y plásticos, venta de mochilas, ferretería, abarrotes, celulares y soporte técnico, calzado, salón de belleza, grifería, piñatería, confección y sastrería, venta de frutas, juguería, restaurante y comidas típicas, alquiler de ternos y vestidos, especerías y embutidos, ubicados en el distrito de Ate Vitarte.

7.2. Delimitación de la población y muestra

Los participantes para este trabajo de investigación fueron determinados por el parámetro de muestreo probabilístico. La muestra se determinó mediante la fórmula tamaño de muestra para poblaciones conocidas o finitas.

Para el cálculo de la muestra se aplicó la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

N = 1500 (Tamaño de la población)

Z = 1.96 (Para un nivel de confianza del 95%)

p = 0.5 (Probabilidad de ocurrencia)

q = 0.5 (Probabilidad de no ocurrencia)

e² = 0.05 (Error de estimación)

Reemplazando valores se tiene que:

$$n = \frac{(1.96)^2(1500)(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(1500 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 1500 \times 0.5 \times 0.5}{0.0025 \times 1499 + 3.8416 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 306$$

Por lo tanto, el tamaño de la muestra estuvo conformado por 306 empresarios de las pequeñas empresas, los cuales fueron seleccionados a través del método estratificado proporcional, donde se muestra que los estratos están divididos en función al giro de negocio: como frutas, ferretería, abarrotes, prendas de vestir, locería, etc. los integrantes de cada estrato son homogéneos.

8. Criterios de inclusión

- 8.1.** La población está compuesta por varones y mujeres.
- 8.2.** Se les considera para la encuesta a las personas mayores de edad, quienes estaban presentes para la encuesta.
- 8.3.** La población encuestada deben tener un puesto dentro del Centro Comercial Plaza Jوسفel, ya sea propio o alquilado.
- 8.4.** Debe ser el dueño del negocio.
- 8.5.** La antigüedad del negocio no debe ser menor a un año.

9. Criterios de exclusión

- 9.1** No se considera en la encuesta a los empleados del negocio.
- 9.2** No se considera a menores de edad.
- 9.3** No se considera en la encuesta a los hijos de los dueños del negocio.

Tabla 1

Proporción del tamaño de muestra para la población

N°	Rubro	Cantidad	Fracción proporcional	Muestra
1	Verduras y tubérculos	60	0,204	12
2	Frutas	65	0,204	13
3	Juguería	50	0,204	10
4	Restaurantes	20	0,204	4
5	Comidas típicas	20	0,204	4
6	Cevichería	10	0,204	2
7	Especerías y embutidos	15	0,204	3
8	Pollo, Carnes y pescado fresco	40	0,204	8
9	Abarrotes	80	0,204	16
10	Descartables y plásticos	50	0,204	10
11	Grifería	30	0,204	6
12	Ferretería	55	0,204	11
13	Piñatería	25	0,204	5
14	Imprenta internet	10	0,204	2
15	Celulares y soporte técnico en general	40	0,204	8
16	Instrumentos musicales	10	0,204	2
17	Librería	10	0,204	2
18	Alquiler de disfraces	5	0,204	1
19	Mochilas y maletas	20	0,204	4
20	Florería	10	0,204	2
21	Cosmetología y peluquería	30	0,204	6
22	Zapatería	75	0,204	15
23	Confección y sastrería	45	0,204	9
24	Alquiler de ternos y vestidos	15	0,204	3
25	Prendas de vestir en general	550	0,204	112
26	Juguetería y peluches	25	0,204	5
27	Artefactos	15	0,204	3
28	Cds Y Dvds	10	0,204	2
29	Locería	20	0,204	4
30	Otros artículos	90	0,204	18
	Total de la Población	1500	Total de la muestra	306

10. Instrumento de investigación

10.1. Diseño de instrumentos de investigación

El instrumento para el nivel de capacitación del capital humano y la calidad de servicio fue diseñado por varios autores y acoplado mediante la escala de Likert, donde fue necesario la adaptación de los ítems, añadiendo unos y eliminando otros, para

obtener mejor información de los encuestados. Se tomaron como referencia investigaciones anteriores realizadas en ámbitos similares. La variable nivel de capacitación del capital humano consta de 16 ítems, lo cual se divide en tres dimensiones: el valor de activos intangibles, diseñado por Funes Cataño (2009) que consta de 6 ítems; el nivel de capacitación continua y el nivel de años de experiencia, diseñados por Mungaray & Ramirez (2007) que consta de 5 ítems cada una; y la variable calidad de servicio consta de 19 elementos, lo cual se divide en tres dimensiones: atención a tiempo de pedido, diseñado por Carrasco & Montelongo (2000) que consta de 9 ítems; buen trato al cliente diseñado por Sanz, Ruiz & Pérez (2007) que consta de 7 ítems; y entrega oportuna de pedido diseñado por Gonzales, Ortegón & Rivera (2003) que consta de 3 ítems. El cuestionario total de evaluación es de 35 ítems, cuyos indicadores se miden con las escala de Likert bajo las siguientes categorías: a) Totalmente en desacuerdo=1, b) Bastante en desacuerdo=2, c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo=3, d) Bastante de acuerdo=4, e) Totalmente de acuerdo=5.

11. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

11.1. Descripción de la aplicación de instrumentos

Para el desarrollo del estudio se hizo el trámite administrativo mediante una carta de autorización por parte de la universidad peruana unión, facultad de Ciencias Empresariales y debidamente firmada y sellada hacia el administrados del Centro Comercial Plaza Jوسفel con el fin de obtener la autorización respectiva. Luego se reunió a los empresarios de las PIMES para una capacitación sobre atención al cliente y ventas y se realizó la encuesta para recolectar la información necesaria en nuestro estudio

11.2 Técnicas para el procesamiento y análisis de los datos

Para el procesamiento y análisis de datos uso técnicas de estadística descriptiva, para hallar las frecuencias y porcentaje de los variables sociodemográficas, como

género, edad, etc. Y para contrastar las hipótesis, se usó la prueba estadística de Chi Cuadrado, la cual midió la relación entre las variables y así también la variable y las dimensiones de la otra variable. Para digitalizar la información se utilizó el Software SPSS versión 23.

12. Confiabilidad y Validez de los instrumentos

12.1. Confiabilidad del instrumento nivel de capacitación del capital humano y sus dimensiones

Para determinar la confiabilidad del instrumento Nivel de capacitación del capital humano y sus dimensiones, se aplicó una encuesta en los empresarios de las PIMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, la cual arrojó un coeficiente alfa de Crombach de 0.961 y consta de 16 elementos, en todas sus dimensiones, lo cual supera el coeficiente mayor a 0.7, lo que indica un alto nivel de confiabilidad. Ver tabla 1

Tabla 2

Prueba de Alfa de Cronbach para el instrumento nivel de capacitación del capital humano

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.961	16

En la tabla 2, se muestra el coeficiente de confiabilidad del instrumento que mide el nivel de capacitación del capital humano. El estadístico es de 0.961, lo cual refleja una consistencia interna aceptada.

Tabla 3

Estadística de correlación de los elementos del instrumento nivel de capacitación del capital humano

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P1	59.98	88.842	.726	.960
P2	59.90	89.314	.741	.960
P3	59.93	88.796	.756	.959
P4	59.96	86.635	.797	.958
P5	59.94	87.151	.764	.959
P6	59.88	87.147	.755	.959
P7	59.92	86.486	.819	.958
P8	59.95	86.987	.790	.959
P9	60.03	85.865	.774	.959
P10	60.00	86.833	.748	.959
P11	60.07	86.599	.749	.959
P12	60.03	85.881	.795	.958
P13	60.00	85.964	.770	.959
P14	59.92	87.669	.800	.958
P15	59.98	87.465	.781	.959
P16	60.01	85.669	.722	.960

En la tabla 3, se presenta el análisis de correlaciones de los ítems con el total del instrumento. Se observa que los ítems mantienen una correlación aceptable (> 0.3) lo cual indica que existe consistencia interna.

12.2. Confiabilidad del instrumento calidad de servicio y sus dimensiones

Para la determinación del instrumento calidad de servicio, se aplicó una encuesta en los empresarios de las PIMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, la cual arrojó un coeficiente alfa de Crombach de 0.976 y consta de 19 elementos, con todas sus

dimensiones, lo cual supera el coeficiente mayor a 0.7, lo que indica un alto nivel de confiabilidad. (Ver tabla 4)

Tabla 4

Prueba de Alfa de Cronbach para el instrumento calidad de servicio

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.976	19

En la tabla 4, se muestra el coeficiente de confiabilidad del instrumento que mide la calidad de servicio. El estadístico es de 0.976, lo cual refleja una consistencia interna aceptada.

Tabla 5

Estadística de correlación de los elementos del instrumento calidad de servicio

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P17	72.58	123.647	.796	.975
P18	72.63	123.730	.800	.975
P19	72.70	124.157	.725	.976
P20	72.67	125.638	.728	.976
P21	72.71	122.423	.842	.975
P22	72.67	123.928	.818	.975
P23	72.65	122.799	.834	.975
P24	72.71	123.368	.803	.975
P25	72.63	123.001	.798	.975
P26	72.60	123.074	.822	.975
P27	72.55	124.124	.822	.975
P28	72.62	122.899	.831	.975
P29	72.69	124.747	.798	.975
P30	72.66	122.873	.851	.975
P31	72.66	122.285	.861	.975
P32	72.68	123.538	.841	.975
P33	72.68	121.964	.865	.975
P34	72.64	122.276	.863	.975
P35	72.64	121.976	.856	.975

En la tabla 5, se presenta el análisis de correlaciones de los ítems con el total del instrumento. Se observa que los ítems mantienen una correlación aceptable (> 0.3) lo cual indica que existe consistencia interna.

12.3. Validación de Expertos

Los instrumentos fueron validados por juicio de expertos que fueron revisados por los docentes de la Facultad Ciencias Empresariales de la Escuela Profesional Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana Unión, quienes fueron: el Dr. Eddie Luis Cotacallapa Zubia, el Dr. Edwin Cisneros González, el Dr. Víctor Daniel Álvarez Manrique, el Mg. Edwin Sucapuca Sucapuca y el Mg. Néstor R. Apaza. (Revisar las validaciones de la pág. 97 a la pág. 101)

Capítulo IV

1. Descripción de los resultados

En este capítulo se muestra los resultados y el análisis de las respectivas variables de estudio, toda la información es el resultado de los datos extraídos y adaptados de otros instrumentos, tanto de nivel de capacitación del capital humano y la calidad de servicio, vale recalcar que el primer instrumento de medición constaba de 16 ítems y el segundo instrumento de medición de 19 ítems. Estos instrumentos fueron organizados por cada dimensión e indicador en las variables de estudio.

2. Resultados

Tabla 6

Información sociodemográfica

		Frecuencia	Porcentaje
Género	Masculino	90	29,4%
	Femenino	216	70,6%
	Total	306	100,0%
Edad	De 25 a 35 años	68	22,2%
	De 36 a 46 años	79	25,8%
	De 47 a 57 años	111	36,3%
	De 58 años a más	48	15,7%
	Total	306	100,0%
	Nivel de Estudios	Primaria	52
Secundaria completa		104	34,0%
Secundaria incompleta		123	40,2%
Técnico		17	5,6%
Superior		10	3,3%
Total		306	100,0%
Años de trabajo en la empresa	De 0 a 5 años	194	63,4%
	De 6 a 10 años	98	32,0%
	De 11 a 15 años	14	4,6%
	Total	306	100,0%

En la información sociodemográfica de las 306 personas encuestadas, el mismo que representa el 100%; el 29,4% es de género masculino, mientras que el 70,6% es femenino. Asimismo, el 22,2% del total de encuestados se encuentran en una edad de 25 a 35 años, como también el 25,8% se encuentra en una edad de 36 a 46 años, el 36,3% está entre los 47 a 57 años y 15,7% tiene de 58 años a más. Así también, en el nivel de estudios, el 17,0% tiene un nivel primario; el 34,0% ha realizado secundaria completa, el 40,2% tiene secundaria incompleta, mientras que en el 5,6% tiene nivel de estudio técnico y solamente un 3,3% tiene un nivel de estudio superior. En cuanto a los años de trabajo en la empresa, un 63,4% han trabajado menos de 5 años, el 32,0% de 6 a 10 años y el 4,6% trabajo de 11 a 15 años en la empresa.

Tabla 7

Niveles de Capacitación del capital humano y sus dimensiones

		Frecuencia	Porcentaje
Nivel de Capacitación del capital humano	Bajo	94	30,7%
	Medio	124	40,5%
	Alto	88	28,8%
Valor de los activos intangibles	Bajo	194	63,4%
	Medio	24	7,8%
	Alto	88	28,8%
Nivel de Capacitación Continúa	Bajo	101	33,0%
	Medio	129	42,2%
	Alto	76	24,8%
Nivel de años de experiencia	Bajo	195	63,7%
	Medio	35	11,4%
	Alto	76	24,8%

De los niveles de Capacitación del capital humano y sus dimensiones; se tiene un 30,7% que se encuentra en un nivel bajo, un 40,5% tiene un nivel medio y un 28,8% se encuentra en un nivel alto de capacitación de capital humano. Al igual que, un 63,4% de encuestados tiene un valor bajo de los activos intangibles, 7,8% tiene un valor medio y un 28,8% está en un nivel alto del mismo. Asimismo, en el nivel de capacitación

continua, el 33,0% es bajo, el 42,2% es medio y el 24,8% tiene un nivel alto. En cuanto al nivel de años de experiencia un 63,7% es bajo, un 11,4% es medio y un 24,8% es alto.

Tabla 8

Niveles de Calidad de servicio y sus dimensiones

		Frecuencia	Porcentaje
Calidad de servicio	Bajo	174	56,9%
	Medio	51	16,7%
	Alto	81	26,5%
	Total	306	100,0%
Atención a tiempo de pedido	Bajo	93	30,4%
	Medio	129	42,2%
	Alto	84	27,5%
	Total	306	100,0%
Buen trato al cliente	Bajo	190	62,1%
	Medio	25	8,2%
	Alto	91	29,7%
	Total	306	100,0%
Entrega oportuna de pedido	Bajo	66	21,6%
	Medio	159	52,0%
	Alto	81	26,5%
	Total	306	100,0%
Calidad de servicio	Bajo	174	56,9%
	Medio	51	16,7%
	Alto	81	26,5%
	Total	306	100,0%

De la tabla 8, niveles de calidad de servicio y sus dimensiones, la calidad de servicio es baja en un 56,9%, es medio en un 16,7% y alto en un 26,5%. La atención a tiempo de pedido es bajo en un 30,4%, medio en un 42,2% y alto en un 27,5%. Mientras que referente al buen trato al cliente, el 62,1% es bajo, 8,2% es medio y 29,7% es alto. Así también, la entrega oportuna de pedido es bajo con un 21,6%, es medio con un 52,0% y alto con un 26,5%. En cuanto a calidad de servicio, el 56,9% es bajo, el 16,7% es medio y 26,5% es alto.

Contrastación de hipótesis

Hipótesis General

H₀: El nivel de capacitación del capital humano no se relaciona favorablemente con la calidad de servicio en los empresarios de las PYMES del centro comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.

H_a: El nivel de capacitación del capital humano se relaciona favorablemente con la calidad de servicio en los empresarios de las PYMES del centro comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.

Regla de decisión

Si el p valor > 0,05 se acepta la Hipótesis Nula.

Si el p valor < 0,05 se rechaza la Hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la Hipótesis Alternativa.

Tabla 9

Relación entre el Nivel de Capacitación del capital humano y la Calidad de servicio

		Calidad de servicio							
		Bajo		Medio		Alto		Total	
Nivel de Capacitación del capital humano	Bajo	80	26.1%	12	3.9%	2	.7%	94	30.7%
	Medio	90	29.4%	20	6.5%	14	4.6%	124	40.5%
	Alto	4	1.3%	19	6.2%	65	21.2%	88	28.8%
	Total	174	56.9%	51	16.7%	81	26.5%	306	100.0%

Tabla 10

Estadístico Chi- cuadrado para medir la relación entre el Nivel de capacitación del capital humano y la calidad de servicio

Calidad de servicio		
Chi-cuadrado	gl	p valor

Nivel de Capacitación del capital humano	169.602	4	,000*
--	---------	---	-------

*. El estadístico de chi-cuadrado es significativo en el nivel ,05.

Con un nivel de confianza del 95% se rechaza la hipótesis nula, es decir, el nivel de capacitación del capital humano se relaciona favorablemente con la calidad de servicio en los empresarios de las PYMES del centro comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.

Primera hipótesis específica

Hipótesis General

H₀: El nivel de capacitación del capital humano no se relaciona favorablemente con la atención a tiempo de pedido en los empresarios de las PYMES del centro comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.

H_a: El nivel de capacitación del capital humano se relaciona favorablemente con la atención a tiempo de pedido en los empresarios de las PYMES del centro comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.

Regla de decisión

Si el p valor > 0,05 se acepta la Hipótesis Nula.

Si el p valor < 0,05 se rechaza la Hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la Hipótesis Alterna.

Tabla 11

Relación entre el Nivel de Capacitación del capital humano y la Calidad de servicio

		Atención a tiempo de pedido						Total	
		Bajo		Medio		Alto			
Nivel de Capacitación del capital humano	Bajo	78	25.5%	14	4.6%	2	.7%	94	30.7%
	Medio	13	4.2%	95	31.0%	16	5.2%	124	40.5%

Alto	2	0.7%	20	6.5%	66	21.6%	88	28.8%
Total	93	30.4%	129	42.2%	84	27.5%	306	100.0%

Tabla 12

Estadístico Chi- cuadrado para medir la relación entre el Nivel de capacitación del capital humano y la Atención a tiempo de pedido

	Calidad de servicio		
	Chi-cuadrado	gl	p valor
Nivel de Capacitación del capital humano	287.967	4	,000*

*. El estadístico de chi-cuadrado es significativo en el nivel ,05.

Con un nivel de confianza de 95% se rechaza la hipótesis nula, es decir, El nivel de capacitación del capital humano se relaciona favorablemente con la atención a tiempo de pedido en los empresarios de las PYMES del centro comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.

Segunda hipótesis específica

Hipótesis General

H₀: El nivel de capacitación del capital humano no se relaciona favorablemente con el buen trato al cliente en los empresarios de las PYMES del centro comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.

H_a: El nivel de capacitación del capital humano se relaciona favorablemente con el buen trato al cliente en los empresarios de las PYMES del centro comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.

Regla de decisión

Si el p valor > 0,05 se acepta la Hipótesis Nula.

Si el p valor < 0,05 se rechaza la Hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la Hipótesis Alternativa.

Tabla 13

Relación entre el Nivel de Capacitación del capital humano y la Calidad de servicio

		Buen trato al cliente						Total	
		Bajo		Medio		Alto			
Nivel de Capacitación del capital humano	Bajo	84	27.5%	4	1.3%	6	2.0%	94	30.7%
	Medio	94	30.7%	10	3.3%	20	6.5%	124	40.5%
	Alto	12	3.9%	11	3.6%	65	21.2%	88	28.8%
	Total	190	62.1%	25	8.2%	91	29.7%	306	100.0%

Tabla 14

Estadístico Chi- cuadrado para medir la relación entre el Nivel de capacitación del capital humano y el buen trato al cliente

	Calidad de servicio		
	Chi-cuadrado	gl	p valor
Nivel de Capacitación del capital humano	134.655	4	,000*

*. El estadístico de chi-cuadrado es significativo en el nivel ,05.

Con un 95% de confiabilidad, se rechaza la hipótesis nula; es decir, el nivel de capacitación del capital humano se relaciona favorablemente con el buen trato al cliente en los empresarios de las PYMES del centro comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.

Tercera hipótesis específica

Hipótesis General

H₀: El nivel de capacitación del capital humano no se relaciona favorablemente con la entrega oportuna del pedido en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.

Ha: El nivel de capacitación del capital humano se relaciona favorablemente con la entrega oportuna del pedido en los empresarios de las PYMES del centro comercial Plaza Josfel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.

Regla de decisión

Si el p valor > 0,05 se acepta la Hipótesis Nula.

Si el p valor < 0,05 se rechaza la Hipótesis Nula, por lo tanto, se acepta la Hipótesis Alternativa.

Tabla 15

Relación entre el Nivel de Capacitación del capital humano y la Calidad de servicio

		Entrega oportuna de pedido						Total	
		Bajo		Medio		Alto			
Nivel de Capacitación del capital humano	Bajo	60	19.6%	24	7.8%	10	3.3%	94	30.7%
	Medio	4	1.3%	108	35.3%	12	3.9%	124	40.5%
	Alto	2	0.7%	27	8.8%	59	19.3%	88	28.8%
	Total	66	21.6%	159	52.0%	81	26.5%	306	100.0%

Tabla 16

Estadístico Chi- cuadrado para medir la relación entre el Nivel de capacitación del capital humano y la entrega oportuna del pedido

	Calidad de servicio		
	Chi-cuadrado	gl	p valor
Nivel de Capacitación del capital humano	238.980	4	,000*

*. El estadístico de chi-cuadrado es significativo en el nivel ,05.

Con un 95% de nivel de confianza se rechaza la hipótesis nula; es decir, el nivel de capacitación del capital humano se relaciona directamente con la entrega oportuna del pedido en los empresarios de las PYMES del centro comercial Plaza Josfel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.

El análisis de la información se realizó por medio del SPSS, el cual es un software para análisis estadístico de aplicación general; cubre tanto las necesidades elementales para la obtención de estadísticas descriptivas, también se empleó la prueba de Chi Cuadrado, la cual mide la efectividad de la hipótesis en función de su importancia.

De los resultados obtenidos en esta investigación se puede deducir que existe un nivel de confianza del 95%; se rechaza la hipótesis nula, es decir, el nivel de capacitación del capital humano se relaciona favorablemente con la calidad de servicio, atención a tiempo de pedido, buen trato al cliente, entrega oportuna del pedido en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.

3. Discusión

El problema de ésta investigación es claro y concreto porque se redactó en forma precisa, fácil de comprender y con ideas claras y concisas. Se refiere a las necesidades de capacitación en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, también consideramos que la capacitación del capital humano es muy relevante ya que las necesidades de capacitación sirve para mejorar la calidad de servicio en los clientes y obtener mayor productividad. La calidad de servicio es el nivel de excelencia que los empresarios deben elegir para lograr satisfacer a sus clientes, es una característica que se muestra en el producto o servicio prestado.

Ante las evidencias estadísticas presentadas en las tablas 4 al 11, teniendo un p valor de 0,000, se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por lo cual, se concluye que existe relación directa y significativa entre el nivel de capacitación del capital humano y la calidad de servicio en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel.

Por lo cual, Najul Godoy (2011), mencionó que la importancia de la calidad radica en la actualización de los procesos, e integrar nuevas tecnologías a los mismos, vale la pena resaltar que como beneficio de la aplicación de la calidad y la transmisión de los conocimientos específicos relativos al trabajo incidirá en la productividad de la empresa. Es por ello que el autor afirma que hay relación en ambas variables y que la asociación proporciona a los trabajadores con conocimientos actualizados que puedan perfeccionar o corregir tales transformaciones y cuyos resultados conllevará a las empresas a crecer dentro del mercado hasta llegar a ser líderes.

Según, Shultz (1960), citado por De la Rica & Iza (2013), el modelo de capital humano afirma que entre otras cosas, que al invertir en sí mismos, los seres humanos aumentan el campo de sus posibilidades, siendo importante destacar, cómo desde su propio inicio, la teoría del capital humano relaciona de una manera directa la inversión de capital humano con un aumento de la productividad individual derivado de un aumento en los conocimientos del individuo. En cambio, con el resultado de los niveles de capacitación del capital humano y sus dimensiones, en el cual se encuentra en un nivel medio con un 40.5%, debido a que los empresarios de centro comercial Plaza Josfel no están realizando constantes capacitaciones.

Se establecen vínculos por semejanza con el estudio desarrollado, en donde el autor Najul Godoy (2011) mencionó que la importancia de la calidad radica en la actualización de los procesos, e integrar nuevas tecnologías a los mismos. Vale la pena resaltar que como beneficio de la aplicación de la calidad y la transmisión de los conocimientos específicos relativos al trabajo incidirá en la productividad de la empresa. Es por ello que el autor afirma que hay relación en ambas variables y que la asociación proporciona a los trabajadores conocimientos actualizados que puedan

perfeccionar o corregir tales transformaciones y cuyos resultados conllevará a las empresas a crecer dentro del mercado hasta llegar a ser líderes.

En la investigación de nuestro estudio se observa el nivel de estudios, el 17,0% tiene un nivel primario; el 34,0% ha realizado su secundaria completa, el 40,2% tiene secundaria incompleta, mientras que en el 5,6% tiene nivel de estudio técnico y solamente un 3,3% tiene un nivel de estudio superior, a pesar de ello, Arrow (1973), citado por De la Rica & Iza (2013), menciona que la educación, y más concretamente la educación superior, actúa como un filtro que clasifica a los individuos pero sin aportarles necesariamente ninguna característica que aumente su productividad. De tal manera, estos datos se asemejan con el estudio del autor. Asimismo también comparamos con el trabajo realizado por (Mungaray & Ramírez, 2007), titulado como el Capital humano y productividad en microempresas de alimentos y bebidas, y metal mecánica de bajo valor agregado en los estados de Baja California y Nayarit, por el cual se obtuvo como resultado en nivel de escolaridad en Baja California un 40% respecto a educación promedio de media superior y un 63% en Nayarit, y un 20% posee experiencia en cuanto al manejo de los negocios.

Capítulo V

1. Conclusiones

Como conclusión general, con respecto al objetivo general se concluye que existe una relación significativa entre el nivel de capacitación del capital humano y la calidad de servicio en los empresarios de las PYMES del centro comercial Plaza Jوسفel, en el periodo 2016. Los resultados obtenidos a través del estadístico Chi Cuadrado, mostraron que existe relación significativa con un p valor de 0,000 entre el nivel de capacitación del capital humano y la calidad de servicio en los empresarios de las PYMES del centro comercial Plaza Jوسفel; por lo tanto, las dimensiones que componen la calidad de servicio influyen con el nivel de capacitación del capital humano. Además, existe relación entre el nivel de capacitación del capital humano y la atención a tiempo de pedido, el buen trato al cliente, y la entrega oportuna del pedido en los empresarios de las PYMES del centro comercial Plaza Jوسفel.

Respecto al primer objetivo específico, se concluye que existe una relación significativa entre el nivel de capacitación del capital humano con la atención a tiempo de pedido en los empresarios de las PYMES del centro comercial Plaza Jوسفel, teniendo un nivel de confianza del 95%, el cual se rechaza la hipótesis nula, es decir, el nivel de capacitación del capital humano se relaciona favorablemente con la atención a tiempo de pedido en los empresarios de las PYMES del centro comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.

Respecto al segundo objetivo específico, se concluye que existe una relación significativa entre el nivel de capacitación del capital humano con el buen trato al cliente en los empresarios de las PYMES del centro comercial Plaza Jوسفel, teniendo un nivel de confianza del 95%, el cual se rechaza la hipótesis nula; es decir, el nivel de capacitación del capital humano se relaciona favorablemente con el buen trato al cliente

en los empresarios de las PYMES del centro comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.

Respecto al tercer objetivo específico, se concluye que existe una relación significativa entre el nivel de capacitación del capital humano con la entrega oportuna del pedido en los empresarios de las PYMES del centro comercial Plaza Jوسفel, teniendo un nivel de confianza del 95%, el cual se rechaza la hipótesis nula, es decir, el nivel de capacitación del capital humano se relaciona favorablemente con la entrega oportuna del pedido en los empresarios de las PYMES del centro comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.

2. Recomendaciones

Los administradores del centro comercial Plaza Jوسفel deben tomar conciencia de la relación significativa existente entre el nivel de capacitación del capital humano y la calidad de servicio. Siendo de esa manera, el permitir la mejora entre la relación de su capital humano, el cual puedan desempeñar mejor sus actividades siendo capacitados constantemente y por ello mejorar la relación en cuanto a calidad de servicio.

Los empresarios del centro comercial Plaza Jوسفel deben invertir en capacitación en su capital humano, tanto en el valor de activos intangibles, tales como conocimientos, motivación; y en capacitaciones continuas, con el fin de que las personas adquieran mucho mayor conocimiento y puedan aplicarlo en el día a día en su negocio.

Los empresarios del centro comercial Plaza Jوسفel deben mejorar en la calidad de servicio que ofrecen el capital humano hacia sus clientes, en cuanto a la atención a tiempo de pedido, el buen trato al cliente, y en entrega oportuna de pedido, ya que el mejorar ayudará a que los clientes se sientan seguros, cómodos, satisfechos al momento de realizar una compra o el pedir un servicio.

Además, estimular a los colaboradores con cursos constantes de gestión de capital humano, desarrollo del capital humano, motivación, formación, y desarrollo personal; esto hará que cada uno de sus colaboradores se sienta orgullosos el de estar capacitados, actualizados y, por lo tanto, mejorará su autoestima y estará motivado para realizar sus funciones.

Es importante realizar una mejor retroalimentación para con los colaboradores con la finalidad que cumplan adecuadamente sus tareas designadas, obligaciones y que promueva una mejora continua. De esta manera permitirá evaluar el desempeño del personal, encontrar los errores cometidos e identificar bajos rendimientos para tomar decisiones de acción al cambio.

Preparar programas que fortalezcan la integración entre todos los miembros que componen la organización, como actividades recreativas, que resuelvan conflictos identificados; tales como reducir el estrés laboral, promover la importancia del ejercicio físico en la salud, mejorar el clima laboral a través del ejercicio físico, aumentar el rendimiento laboral y otros, esto permitirá a los colaboradores sentirse más comprometidos y motivados.

Y finalmente, se recomienda desarrollar investigaciones que profundicen los estudios respecto al nivel de capacitación del capital humano y calidad de servicio en otras circunstancias y en otras instituciones, lo cual permitirá realizar comparaciones de resultados.

3. Referencias

- Allendez Sullivan, P., & Nayar, L. (2009). *Mercado de trabajo , capacitación continua y trayectoria laboral de los profesionales de Ciencias de la Información*. Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios, 85-104.
- Alvarado Daga, G. E. (2013). *La inversión en la capacidad del capital humano y la metodología de la gestión por competencias*. Quipukamayoc Revista de la Facultad de Ciencias Contables Vol. 21 N.º 40, 81-93.
- Arbulú, J., & Otoy, J. J. (2005). *Características e importancia de la Pyme en nuestra economía. La Pyme en el Perú*. PAD Revista de egresados, 1-6.
- Arzola, M., & Mejías, A. (2007). *Modelo conceptual para gestionar la innovación en las empresas del sector servicios*. Revista Venezolana de Gerencia v.12 n.37., 66-79.
- Becerra, F., & Alvarez, G. C. (2011). *El talento humano y la innovación empresarial en el contexto de las redes empresariales: el clúster de prendas de vestir en caldas Colombia*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Bortesi Longhi, L. (2014). *Los Intangibles*. Quipukamayoc Revista de la Facultad de Ciencias Contables. Vol. 22 N.º 41, 107-111.
- Briceño Mosquera, A. (2010). *La educación y su efecto en la formación de capital humano y en el desarrollo económico de los países*. CENES. Vol. 30 N° 51, 45-59.
- Bustamante, U. S., Perez, d. M., & Maldonado, P. M. (2007). *Talento humano, investigación y capacidad innovadora en educación superior*. Multiciencias, vol. 7, núm. 2, 167-175.
- Cabezas K., M., Bustamante A., A., & Peralta R., M. (2011). *Vigencia del concepto Capital Humano: Hacia una medición acorde con el advenimiento de la sociedad del conocimiento*. Instituto Nacional de Estadísticas-Chile, 1-41.
- Calderón V., J. A., & Mousalli K., G. M. (2012). *Capital humano: Elemento de diferenciación entre las organizaciones*. Actualidad contable Faces, vol. 15, núm. 24, 05-18.
- Calderón, H. G., & Naranjo, V. J. (2004). *Competencias laborales de los gerentes de talento humano*. Universidad Nacional de Colombia, 1-40.
- Carlos, O. C., Montelongo, C. Y., & Nájera, G. M. (2010). *La Calidad del Servicio de un Centro de Información*. Conciencia Tecnológica. Volumen 40. Julio-Diciembre, 5-9.

- Carrasco, J. (2000). *Evolución de los enfoques y conceptos de la logística Su impacto en la dirección y gestión de las organizaciones*. Economía industrial , 17-33.
- Castillejo, J. L., J., C. A., Pérez Geta, A., Rodríguez Neyra, T., Sarramona, J., Touriñán, J. M., & Vásquez, G. (2011). *Educación para el consumo*. Facultad de educación. Uned, 35-58.
- Chiavenato, I. (2009). *Administración de recursos humano. El capital humano de las organizaciones*. México: McGraw-Hill/Interamericana Editores.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Humano. El capital humano de las organizaciones*. México: Mc Graw - Hill/Interamericana editores S.A. De C.V.
- Clemenza, C., Gotera, A., & Araujo, R. (2010). *Calidad de los Servicios prestados por el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria*. Revista Venezolana de Gerencia. Vol. 15. N° 49., 103-124.
- ComunidaddeMadrid. (2002). *Capital intelectual y producción científica*. Madrid: Elecé Industria Gráfica.
- Cotte Poveda, A., & Cotrino Sossa, J. A. (2006). *Crecimiento económico y distribución del ingreso en Colombia: evidencia sobre el capital humano y el nivel de educación*. Cuadernos de Administración, vol. 19, núm. 32, 337-356.
- Cotte Poveda, A., & Cotrino Sossa, J. A. (2006). *Crecimiento económico y distribución del ingreso en Colombia: Evidencia sobre el capital humano y el nivel de educación*. Universidad de la Salle. Cuad. Adm. Bogotá, 337-356.
- Cruz, C. L. (2007). *La inserción laboral del capital humano en ciencia y tecnología*. Csic España, 1-17.
- Dávila Calderón, R. (2010). *Creación de valor sobre la base del factor humano*. Escuela de Postgrado de la UPC. CUADERNOS DE INVESTIGACIÓN EPG. Edición N° 10, 1-31.
- Dávila, B. M., Coronado, Q. J., & Cerecer, C. B. (2012). *Las dimensiones de la calidad del servicio en el proceso de distribución y comercialización de energía eléctrica*. Contaduría y Administración 57. Julio-Setiembre, 175-195.
- De la Fuente Arias, J. (2004). *Perspectivas recientes en el estudio de la motivación: la teoría de la orientación meta*. Revista electrónica de investigación psicoeducativa, 2 , 35-62.
- De la Rica, S., & Iza, A. (2013). *Capital humano, productividad y crecimiento: teorías y contrastes*. Ekonomiaz N° 45, 266-283.
- De León Toledo, N. (2012). *Relación entre inteligencia emocional y estrategias de manejo de conflictos en una empresa de la ciudad de guatemala que brinda*

servicios de comercio internacional. Facultad de humanidades. Departamento de psicología. Universidad rafael landívar, 2-75.

- Del campo Villares, O., & Salcines Cristal, V. (2008). *El valor económico de la educación a través del pensamiento económico en el siglo xx*. Revista de la Educación Superior Vol. XXXVII (3), No. 147, Julio-Septiembre, 45-61.
- Delgado, A. O., & Rodriguez, P. A. (2009). *Decálogo para la gestión eficiente del capital humano*. Contribuciones en la economía, 1-20.
- Destinobles, A. G. (2006). *El capital humano en las teorías del crecimiento económico*. Textos universitarios, Universidad Autónoma de Chihuahua, 59.
- Díaz Díaz, H. (2009). *La educación y el talento humano necesario para desarrollarnos*. Informe de Educación, 1-25.
- Díaz Pérez, M., Contreras, Y. d., & Rivero Amador, S. (2009). *El factor humano como elemento dinamizador del proceso empresarial en la gestión de la información y conocimiento*. ACIMED VOL. 20, 42-55.
- Díaz, J., & Márquez, J. (2005). *Formación del recurso humano: vision tradicional y visión por competencias*. Omnia, vol. 11, núm. 2, 75-91.
- Didier Pino, N. (2013). *A través de las nociones de Capital Humano*. Revista Iberoamericana de Psicología: Ciencia y Tecnología, 7-15.
- Dominguez Aguirre, L., Ramírez Campos, A., & García Méndez, A. (2013). *El clima laboral como un elemento del compromiso organizacional*. Revista Nacional de Administración, 59-70.
- Duque, O. E. (2005). *Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición*. Innovar, 65-79.
- Elías, S., & Del R., F. M. (2002). *Capital Humano y Educación: ¿ La calidad ?* Departamento de Economía. Universidad Nacional del Sur, 1-23.
- Escorsa Castells, P., & Valls Pasola, J. (2003). *Tecnología e innovación en la empresa*. Barcelona: Ediciones UPC.
- Feldhusen, J. (1995). *Identificación y desarrollo del talento en la educación*. Revista Ideación. N° 4. Mayo, 1-5.
- Fitzenz, J. (2003). *El ROI del capital humano*. Barcelona: Deusto .
- Funes Cataño, Y. (2010). *Valuación de los activos intangibles. Caso de la UNAM*. Rev. del centro de inv. Vol. 9, Núm. 33. Enero-Junio, 45-60.
- Gabriel, W. A. (2003). *Medición de la Calidad de los Servicios*. Universidad del CEMA, 2-35.

- Ganga, C. F., Vera, G. J., & Araya, M. J. (2009). *Diagnóstico y prospectiva de la administración de recursos humanos*. Revista Gaceta Laboral Vol. 15, Nro. 3, 53-73.
- García Parra, M. (2004). *Los elementos integrantes de la nueva riqueza de la empresa*. Intangible Capital - Nº 1 – Vol. 0, Julio, 1-22.
- García Pérez, E. (1991). *La estimación de la tasa de rendimiento de la inversión en educación: una aplicación al caso de la enseñanza media en España*. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales., 244.
- García Santillán, A., & Edel Navarro, R. (2008). *El capital humano en las organizaciones*. México: Experiencias de investigación Vol. I.
- García, Z. L., García, M. J., & Rodríguez, C. A. (2012). *Impacto de la inversión en capital humano sobre el valor empresarial*. Revista Latinoamericana de Administración, núm. 51, 15-26.
- Genesi, M., & Suarez, F. (2010). *Gestión de calidad del talento humano en las organizaciones educativas inteligentes*. Orbis Revista científica ciencias humanas, vol. 6 , 116-155.
- Giménez, G., & Blanca, S. (2002). *Una nueva perspectiva en la medición del capital humano*. Universidad de Zaragoza, 1-29.
- Gómez, H., Oltra, R., & Adarme, W. (2014). *Servicio de gestión de calidad basado en la aplicación de la norma ITIL*. DYNA vol.81 No.186 , 2-56.
- Gómez, L. R., López Fernández, M., & Ana, S. B. (2007). *Gestión de la calidad y turismo: revisión e implicaciones para futuras investigaciones*. Cuadernos de Turismo, núm. 20, julio-diciembre., 251-266.
- González, A., & Brea, F. (2006). *Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor. Su evaluación en el ámbito del turismo termal*. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa. Vol. 12, 251-272.
- González, G. J., Ortegón, M. K., & Rivera, C. L. (2003). *Desarrollo de una metodología de implementación de los conceptos de toc (teoría de restricciones), para empresas colombianas*. Estudios gerenciales, 27-49.
- Gorostiaga, A. (1999). *¿Cómo afectan el capital público y el capital humano al crecimiento? : Un análisis para las regiones españolas en el marco neoclásico*. Investigaciones Económicas Vol. XXIII, 95-114.
- Gutierrez, B. S., & Rubio, A. M. (2009). *El factor humano en los sistemas de gestión de calidad del servicio: un cambio de cultura en las empresas turísticas*. Cuadernos de Turismo, 129-147.

- Hounie, A., Pittaluga, L., Porcile, G., & Scatolin, F. (1999). *La CEPAL y las nuevas teorías del crecimiento*. Revista de la Cepal 68, 1-27.
- Humberto Ortiz, C., & Uribe, J. I. (2007). *Hacia un modelo de desarrollo incluyente para el valle del cauca*. Estudios Gerenciales, 13-62.
- Jaramillo Naranjo, O. L. (2005). *Gestión del talento humano en la micro, pequeña y mediana empresa vinculada al programa Expopyme de la Universidad del Norte en los sectores de confecciones y alimentos*. Pensamiento y Gestión N° 18, 1-35.
- Kaplan, R., & Norton, D. (2004). *Medir la disposición estratégica de los activos intangibles*. Harvard Business School Publishing Corporation , 3-13.
- Lara, L. R. (2002). *La gestión de la calidad en los servicios*. Conciencia Tecnológica, núm. 19, abril, 2-6.
- López Calderon, A. A. (2013). *Las compensaciones económicas como factor de motivación y productividad del recurso humano que labora en las microempresas manufactureras de textiles del municipio de san pedro sacatepéquez, san marcos*. Universidad Rafael Landívar. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Campus de Quetzaltenango, 2-105.
- Lozano Correa, L. J. (2007). *El talento humano, una estrategia de éxito en las empresas culturales*. Revista Escuela de Administración de Negocios, núm. 60, mayo-agosto, 147-164.
- Madrid, C. d. (2002). *Capital intelectual y producción científica*. Madrid: Dirección general de investigación. Consejería de educación .
- Madrigal Torres, E. B. (2009). *Capital humano e intelectual: su evaluación*. Observatorio laboral Revista Venezolana, vol 2, núm 3, 65-81.
- ManpowerGroup. (2013). *Encuesta de Escasez de talento 2013*. Investigaciones ManpowerGroup, 1-25.
- Mañas, M., Joan Boada, C., González, E., & Agulló, E. (2007). *La satisfacción y el bienestar psicológico como antecedentes del compromiso organizacional*. Psicothema. Vol 19. n° 3, 395-400.
- Marengo, A. M., Vizcaino Martinez, C., & Saladino, D. (2011). *La importancia de la formación de los recursos humanos en el desarrollo y crecimiento de una empresa de servicio*. UniRío 2011, 1-22.
- Mariño-Mesías, R. M., Rodríguez-Antón, J. M., & Rubio-Andrada, L. (2013). *Análisis de los atributos y variables que configuran el capital*. Universidad Autonoma de Madrid , 19.

- Maté Sánchez-Val, M., García Pérez De Lema, D., & López Hernandez, F. (2009). *La influencia de los efectos espaciales en el crecimiento de la productividad de la PYME*. Estudios de Economía Aplicada, vol. 27, núm. 1, abril, 1-23.
- Mejía, G. A., Bravo, C. M., & Montoya, S. A. (2013). *El factor del talento humano en las organizaciones*. Universidad de San Buenaventura. Caliz, Colombia., 2-11.
- Mejía, G. A., Jaramillo, A. M., & Bravo, C. M. (2006). *Formación del talento humano: factor estrategico para el desarrollo de la productividad y la competitividad sostenibles en las organizaciones*. Revista científica Guillermo de Ockman. Vol. 4, No. 1 Enero-Junio, 1-39.
- Mungaray, A., & Ramirez Urquidy, M. (2007). *Human capital and productivity in microenterprises*. México: Universidad Autonoma de Baja California.
- Mungaray, L. A., & Ramírez, U. M. (2007). *Capital humano y productividad en microempresas*. Investigación Económica, vol. LXVI, núm. 260, abril-junio., 81-115.
- Najul Godoy, J. (2011). *El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio*. Observatorio Laboral Revista Venezolana, Vol. 4, N° 8, julio-diciembre, 23-35.
- Neira Gómez, I. (2003). *Modelos econométricos de capital humano: principales enfoques y evidencia empírica*. España: Universidad Santiago de Compostela.
- Neira, I., & Guisán, M. d. (2002). *Modelos de capital humano y crecimiento económico: efecto inversión y otros efectos indirectos*. University of Santiago de Compostela. Faculty of Economics. Econometrics Working Paper Series Economic Development. nº 62, 1-30.
- OCDE. (2002). *Manual de Frascati*. España: Fundación española ciencia y tecnología (FECYT).
- Ospina, G. W., Stella, R. L., & Estrada, M. S. (2004). *Capital humano y conocimiento. Retos para la empresa del siglo XXI*. Scientia Et Technica, vol X, núm. 25, 215-219.
- Palmero Peña, M., Padrón Díaz, M., Rizo Hernández, J., Tejo Rodriguez, L., Rodriguez Medina, Y., & Torres Sucu, C. (2012). *Procedimiento para evaluar el impacto de la capacitación en la Empresa Constructora Integral de Mayabeque*. Ingeniería Industrial. Vol. XXXIII/No. 3., 2-11.
- Pellegrino, A. (2008). *La migración calificada en América Latina*. Foreign Affairs , 1-6.
- Pérez Gómez, C. H. (2007). *Tiempo y experiencia para la productividad: dos variables imprescindibles de la administración*. Universidad & Empresa, vol. 6, núm. 13, julio-diciembre., 113-130.

- Perla, A. P. (2007). *El retorno de la teoría del capital humano*. Fundamento en humanidades Universidad Nacional de San Luis - Argentina Año VIII-Número II, 9-26.
- Pinto, M., Fernández, V., & Gómez, C. (2007). *La herramienta « BiQual » como instrumento para el estudio de la calidad del servicio en bibliotecas universitarias españolas de ciencia y tecnología*. Revista Española de Documentación Científica, 465-491.
- Pons, B. M. (2004). *Determinación Salarial: Educación y Habilidad*. Valencia, España: Universidad de Valencia. Servei de Publicacions. C/ Artes Gráficas.
- Porret, G. M. (2007). *Recursos humanos: Dirigir y gestionar personas en las organizaciones*. Madrid: Esic Editorial.
- Rafael, T. S., & Peña Vines, J. (2011). *Diversidad entre empleados y mejoras en el rendimiento de las organizaciones*. Escuela de Organización Industrial, 1-129.
- Ramírez de Paz, M., & Velasquez, Z. R. (2010). *Procedimiento para la implantación de un sistema de Gestión integrada del Capital Humano*. Universida de Holguín Oscar Lucero Moya. Cuba, 1-10.
- Requena Ponce, M. V., & Serrano López, G. C. (2007). *Calidad de servicio desde la perspectiva de clientes, usuarios y auto-percepción de empresas de captación de talento*. Universidad Católica Andrés Bello Facultad de ciencias económicas y sociales escuela de ciencias sociales relaciones industriales mención recursos humanos, 19.
- Restrepo E., F. J. (2005). *El capital y las capacidades humanas*. Revista Ciencias estratégicas, vol. 13, núm. 14, 195-212.
- Riascos Erazo, S. C., & Aguilera Castro, A. (2011). *Herramientas TIC como apoyo a la gestión del talento humano*. Cuadernos de Administración, 141-154.
- Ríos Álvarez, M. (2009). *Desarrollo de capital humano y su impacto en el crecimiento económico de la República de Corea*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- Rivera Sanchez, F. (2005). *Capacitación y formación permanente. Un diagnóstico del proyecto redes educativo-productiva de Chilecalifica, en las perspectivas de los desafíos a enfrentar en el transito hacia la sociedad del conocimiento*. Santiago: Universidad de Chile.
- Robles Obando, N. (2008). *Metodología para la evaluación de la eficacia y la eficiencia en la capacitación del recurso humano*. Tecnología en Marcha, 51-59.
- Rodríguez Orejuela, A., Hernández Espallardo, M., & Rodríguez Ramírez, A. (2011). *Las precondiciones para la transferencia de conocimiento y desempeño en*

- relaciones cliente-proveedor*. Pensamiento & Gestión, núm. 30, enero-junio, 58-92.
- Roldán Abierto, L. H., Balbuena Lavado, J. L., & Mezarina, Y. K. (2010). *Calidad de servicio y lealtad de compra del consumidor en supermercados limeños*. Pontificia Universidad Católica del Perú, 7-12.
- Saldarriaga, R. J. (2008). *Gestión humana: tendencias y perspectivas*. Estudios Gerenciales Vol. 24 No. 107 (Abril - Junio), 137-159.
- Sánchez Díaz, M. (2005). *Breve inventario de los modelos para la gestión del conocimiento en las organizaciones*. Acimed, 1-18.
- Santos Jiménez, N. (2012). *El capital humano en empresas peruanas de generación eléctrica*. Industrial Data vol 15, núm. 1, 2.
- Sanz, S., Ruiz, C., & Perez, I. (2009). *Concepto, dimensiones y antecedentes de la confianza en los entornos virtuales*. Universidad de Valencia, 31-56.
- Sarmentero Bon, I., Alonso Elizondo, P., Zamora Rodríguez, M., & Leolimar, A. (2010). *El impacto de la capacitación, algunas consideraciones a partir de una experiencia de su evaluación en un Hotel Todo Incluido*. Revista Avanzada Científica Vol. 13 No. 3., 1-13.
- Selva, S. C. (2004). *El capital humano y su contribución al crecimiento económico*. España: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- Serrano, B. A., López, F. C., & García, P. G. (2007). *Gestión de la calidad en servicios : una revisión desde la perspectiva del management*. Cuadernos de Gestión, 33-49.
- Sherman, A., Bohlander, G., & Snell, S. (1999). *Administración de los recursos humanos*. Madrid: Ed International Thomson.
- Silva Hernández, F., & Martí Lahera, Y. (2006). *Conocimiento organizacional: la gestión de los recursos y el capital humano*. Acimed, 34.
- Simó, P., & Sallán, J. M. (2008). *Capital intangible y capital intelectual: Revisión, definiciones y líneas de investigación*. Estudios de economía aplicada vol. 26-2, 65-78.
- Tarí, G. J. (2000). *Calidad Total: Fuente de ventaja competitiva*. Murcia: Publicaciones Universidad de Alicante.
- Tejada, Z. A. (2003). *Los modelos actuales de gestión en las organizaciones. gestión del talento, gestión del conocimiento y gestión por competencias*. Psicología desde el Caribe, núm. 12, julio-diciembre, 115-133.

- Torres, M. E., & Araya, C. L. (2010). *Construcción de una escala para medir la calidad del servicio de las universidades: Una Aplicación al Contexto Chileno*. Revista de Ciencias Sociales. Vol. XVI, No. 1, Enero - Marzo, 54 - 67.
- Valencia Rodriguez, M. (2005). *El capital humano, otro activo de su empresa*. Entramado, Vol. 1, núm. 2, 20-33.
- Viedma, J. (s.f.). *La gestión del conocimiento y del capital intelectual*.
- Villa, B. J. (2009). *La gestión del capital humano en empresas de la agricultura. Caso de una granja de cultivos varios*. Universidad de Holguín. Pág. 1-30, Cuba.
- Villalobos, M. G., & Pedroza, F. R. (2009). *Perspectiva de la teoría del capital humano acerca de la relación entre educación y desarrollo económico*. Tiempo de educar, vol 10, núm. 20, 273-306.
- Villanueva Napuri, J. (2012). *Acceso universal a las tecnologías de la información y la comunicación en las zonas rurales del Perú*. Pontificie Universidad Católica del Perú, 1-20.
- Wayne, M. R., & N., N. R. (2005). *Administración de recursos humanos*. México: Pearson Prentice Hall.
- Werther, W., Davis, K., & Guzmán, B. M. (2014). *Administración de recursos humanos. Gestión del capital humano*. México D.F: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A DE C.V.
- Zamorano Ogállal, J. (2006). *Manual de Oslo* . España: Tragsa.

4. Índice de anexos

Anexo 1: Cuestionario

“NIVEL DE CAPACITACIÓN DEL CAPITAL HUMANO Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN LOS EMPRESARIOS DE LAS PYMES DEL CENTRO COMERCIAL PLAZA JOSEFEL, EN LA LOCALIDAD DE ATE VITARTE, EN EL PERÍODO 2016”

El presente cuestionario tiene el propósito de recoger información para el desarrollo de una tesis, cuya temática está relacionada con el Nivel de Capacitación del Capital humano y la Calidad de servicio en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Josefel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016. Para cuyo efecto, le agradecemos de antemano la veracidad de sus respuestas, pues así lo exigen la seriedad y la rigurosidad de la investigación.

I. INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA

Marque con una (X) el número que corresponda a su respuesta.

1. **Sexo del encuestado**

Masculino (1)

Femenino (2)

2. **Nivel de estudios**

- Primaria (1)
- Secundaria Completa (2)
- Secundaria Incompleta (3)
- Técnico (4)
- Superior (5)

3. **Años de trabajo en la empresa**

- De 0 a 5 años (1)
- De 06 a 10 años (2)
- De 11 a 15 años (3)
- De 16 a 20 años (4)
- De 21 a 25 años (5)
- De 26 a 30 años (6)

4. **Edad de los encuestados**

- De 25 a 35 años (1)
- De 36 a 46 años (2)
- De 47 a 57 años (3)
- De 58 a más (4)

5. Nombre de la empresa:

.....

6. Lugar donde funciona la empresa:
7. Giro de negocio:
8. Número de colaboradores:

II. INFORMACIÓN SOBRE LAS VARIABLES DE INVESTIGACIÓN:

Nivel de capacitación del capital humano y la calidad de servicio.

Cada ítem tiene cinco posibilidades de respuesta. Marque con una “X” solamente un número de la columna correspondiente a su respuesta.

Total mente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

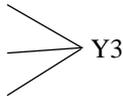
	Ítems	1	2	3	4	5
1	El capital humano cuenta con los conocimientos necesarios para operar en su PYME.					
2	El capital humano cuenta con habilidades óptimas para laborar en su PYME.					
3	Las destrezas del capital humano son importantes para laborar en su PYME.					
4	Se siente motivado el capital humano en su PYME.					
5	Se siente comprometido el capital humano con su PYME.					
6	El capital humano muestra interés por lograr los objetivos de su PYME.					
7	Las capacidades y aprendizaje de su capital humano son favorables para su PYME.					
8	El capital humano es apto para desarrollar las actividades en su PYME.					
9	El capital humano recibe capacitación y actualización constante de las funciones realizadas en su PYME.					
10	Está de acuerdo con la inversión en capacitación continua de su capital humano.					
11	Está de acuerdo en realizar un programa de desarrollo en su PYME.					
12	Es importante para usted, el tiempo de servicio del capital humano en su PYME.					
13	Considera importante las experiencias adquiridas de su capital humano.					
14	Existe un acuerdo entre usted y su capital humano.					
15	Es favorable la gestión de servicios que realiza el capital humano con sus clientes.					

16	Considera importante que su capital humano cuente con mayores años de experiencias.					
17	El capital humano ofrece un buen trato hacia sus clientes.					
18	Los colaboradores de su PYME son eficientes con el tiempo de atención al cliente.					
19	Los colaboradores siguen el protocolo de atención establecido en su microempresa.					
20	La reacción es inmediata respecto a la atención de pedido a tiempo.					
21	Los colaboradores de su PYME muestran una atención personalizada con sus clientes.					
22	Los colaboradores se sienten identificados con su PYME.					
23	Los colaboradores mantienen una actitud proactiva en su PYME.					
24	El ambiente laboral es adecuado para los colaboradores de su PYME.					
25	Existe accesibilidad de producto o servicio para la entrega oportuna.					
26	Los colaboradores muestran empatía en el trato al cliente.					
27	Los colaboradores muestran amabilidad en el trato al cliente.					
28	Los colaboradores son comprensivos en el trato al cliente.					
29	Los colaboradores mantienen una imagen adecuada ante los clientes.					
30	Los colaboradores muestran seguridad hacia los clientes en su PYME.					
31	Los colaboradores muestran una excelente capacidad de respuesta ante las dudas de los clientes.					
32	Los colaboradores ofrecen una solución inmediata ante las necesidades del cliente.					
33	Está de acuerdo con la atención percibida que ofrecen sus colaboradores en su PYME.					
34	Los colaboradores muestran eficiencia en la entrega oportuna de pedido.					
35	Los colaboradores muestran efectividad en la entrega oportuna de pedido.					

¡Muchas gracias por su colaboración!

Anexo 2: Matriz de consistencia

Título	Planteamiento del problema	Objetivos	Hipótesis	Diseño	Variabes e Indicadores
Nivel de capacitación del capital humano y la calidad de servicio en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.	<p>1. Problema general ¿Existe relación significativa entre el nivel de capacitación del capital humano y calidad de servicio en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016?</p> <p>2. Problemas específicos</p> <p>2.1 ¿Existe relación significativa entre el nivel de capacitación del capital humano y la atención a tiempo de pedido en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016?</p> <p>2.2 ¿Existe relación significativa entre el nivel de capacitación del capital humano y el buen trato al cliente en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016?</p>	<p>1. Objetivo general Determinar la relación del nivel de capacitación del capital humano y calidad de servicio en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.</p> <p>2. Objetivos específicos:</p> <p>2.1 Determinar la relación del nivel de capacitación del capital humano y la atención a tiempo de pedido en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.</p> <p>2.2 Determinar la relación del nivel de capacitación del capital humano y el buen trato al cliente en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.</p>	<p>1. Hipótesis general El nivel de capacitación del capital humano se relaciona favorablemente con la calidad de servicio en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.</p> <p>2. Hipótesis específicas</p> <p>2.1 El nivel de capacitación del capital humano se relaciona favorablemente con la atención a tiempo de pedido en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.</p> <p>2.2 El nivel de capacitación del capital humano se relaciona favorablemente</p>	<p>1. Tipo y nivel de estudio:</p> <p>a. Tipo: Transeccional y Descriptivo.</p> <p>b. Diseño. La estadística (esto nos dará el estadístico)</p> <p>c. Método: Descriptivo y Correlacional.</p> <p>X1 X2 X3</p> <p>X1 X2 X3</p> <p>Y1</p> <p>Y2</p>	<p>V1 Nivel de capacitación del capital humano.</p> <p><i>Dimensiones:</i></p> <p>a) <i>Valor de activos intangibles.</i></p> <p>b) <i>Nivel de capacitación continua</i></p> <p>c) <i>Nivel de años de experiencia</i></p> <p><i>Indicadores:</i></p> <p>a) - Conocimientos - Habilidades - Destrezas - Motivación - Compromiso - Interés</p> <p>b) - Capacidades y aprendizaje - Aptitudes</p>

	<p>2.3 ¿Existe relación significativa entre el nivel de capacitación del capital humano y la entrega oportuna del pedido en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016?</p>	<p>período 2016.</p> <p>2.3 Determinar la relación del nivel de capacitación del capital humano y la entrega oportuna del pedido en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el periodo 2016.</p>	<p>con el buen trato al cliente en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.</p> <p>2.3 El nivel de capacitación del capital humano se relaciona favorablemente con la entrega oportuna del pedido en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el período 2016.</p>	<p>X1 X2 X3</p>  <p>Y3</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Capacitación y actualización -Inversión en capacitación continua -Programa de desarrollo c) -Tiempo de servicio -Experiencias pasadas - Prestación de servicios - Gestión de servicios - Por conveniencia V2 Calidad de servicio <i>Dimensiones:</i> a) Atención a tiempo de
--	---	---	---	---	---

					<p><i>pedido</i></p> <p>b) Buen trato al cliente</p> <p>c) Entrega oportuna del pedido</p> <p><i>Indicadores:</i></p> <p>a)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trato recibido - Tiempo de atención - Protocolo de Atención - Reacción - Atención personalizada - Identificación - Actitud proactiva - Ambiente Laboral - Accesibilidad de producto o servicio
--	--	--	--	--	--

					<p>b)</p> <ul style="list-style-type: none">-Amabilidad-Comprensión-Accesibilidad de producto o servicio.-Empatía-Seguridad-Imagen-Capacidad de respuesta- Solución de la consulta <p>c)</p> <ul style="list-style-type: none">- Atención recibida- Eficiencia- Efectividad
--	--	--	--	--	--

Anexo 3: Validación de instrumento



UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
Facultad de Ciencias Empresariales
Validación del instrumento por juicio de expertos

Título del instrumento a validar: *Nivel de capacitación del personal humano*

INSTRUCCIÓN:

Sírvase encerrar dentro de un círculo, el número porcentual que usted considera que responde a la afirmación.

1. *¿Considera usted que el instrumento cumple el objetivo propuesto?*

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 ~~100~~

2. *¿Considera usted que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?*

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 ~~100~~

3. *¿Estima usted que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?*

0 10 20 30 40 50 60 70 80 ~~90~~ 100

4. *Considera usted que si aplicara este instrumento a grupos similares se obtendrían datos también similares?*

0 10 20 30 40 50 60 70 80 ~~90~~ 100

5. *¿Estima usted que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?*

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 ~~100~~

6. *¿Qué ítems cree usted que se podría agregar?*

7. *¿Qué ítems cree usted que se deben eliminar?*

Fecha (d/m/a): Firma:

Validado por: *Víctor Álvarez Mansique*

Grado Académico: *Doctor en Administración*

Institución: *Univesi. Nce. Villa real* Ciudad/País:



Una Institución Adventista

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN
DE CIENCIAS EMPRESARIALES

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Título de instrumento: Capacitación de Capital Humano y Calidad de Servicio

Instrucciones: Sírvase encerrar dentro de un círculo, el porcentaje que crea conveniente para cada pregunta.

- 1. ¿Considera Ud. que el instrumento cumple los objetivos propuestos?
0 ___ 10 ___ 20 ___ 30 ___ 40 ___ 50 ___ 60 ___ 70 ___ 80 ___ 90 ___ 100
- 2. ¿Considera Ud. que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?
0 ___ 10 ___ 20 ___ 30 ___ 40 ___ 50 ___ 60 ___ 70 ___ 80 ___ 90 ___ 100
- 3. ¿Estima Ud. que la cantidad de ítemes que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?
0 ___ 10 ___ 20 ___ 30 ___ 40 ___ 50 ___ 60 ___ 70 ___ 80 ___ 90 ___ 100
- 4. ¿Considera Ud. que si se aplicara este instrumento a muestras similares se obtendrían datos también similares?
0 ___ 10 ___ 20 ___ 30 ___ 40 ___ 50 ___ 60 ___ 70 ___ 80 ___ 90 ___ 100
- 5. ¿Estima Ud. que los ítemes propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?
0 ___ 10 ___ 20 ___ 30 ___ 40 ___ 50 ___ 60 ___ 70 ___ 80 ___ 90 ___ 100
- 6. ¿Qué preguntas cree Ud. que se podría agregar?

- 7. ¿Qué preguntas se podrían eliminar?

- 8. Recomendaciones

Fecha: 18/07/2016

Validado por:

[Signature]
Dr. Edwin Cisneros González

Gracias!!!



Una Institución Adventista

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN
DE CIENCIAS EMPRESARIALES

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Título de instrumento: Capacitación de Capital humano y Calidad de Servicio

Instrucciones: Sírvase encerrar dentro de un círculo, el porcentaje que crea conveniente para cada pregunta.

- 1. ¿Considera Ud. que el instrumento cumple los objetivos propuestos? 0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
2. ¿Considera Ud. que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga? 0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
3. ¿Estima Ud. que la cantidad de ítemes que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga? 0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
4. ¿Considera Ud. que si se aplicara este instrumento a muestras similares se obtendrían datos también similares? 0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
5. ¿Estima Ud. que los ítemes propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes? 0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100
6. ¿Qué preguntas cree Ud. que se podría agregar?

Horizontal lines for question 6 response

7. ¿Qué preguntas se podrían eliminar?
Horizontal lines for question 7 response

8. Recomendaciones
Horizontal lines for question 8 response

Fecha: 19/07/16 Validado por: Mg. Néstor B. Anaya

Gracias!!!



UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN
DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Una Institución Adventista

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Título de instrumento: Comparación del Capital Humano y Calidad de Servicios

Instrucciones: Sírvase encerrar dentro de un círculo, el porcentaje que crea conveniente para cada pregunta.

1. ¿Considera Ud. que el instrumento cumple los objetivos propuestos?
0 ___ 10 ___ 20 ___ 30 ___ 40 ___ 50 ___ 60 ___ 70 ___ 80 ___ 90 ___ **100**
2. ¿Considera Ud. que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?
0 ___ 10 ___ 20 ___ 30 ___ 40 ___ 50 ___ 60 ___ 70 ___ 80 ___ 90 ___ **100**
3. ¿Estima Ud. que la cantidad de ítemes que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?
0 ___ 10 ___ 20 ___ 30 ___ 40 ___ 50 ___ 60 ___ 70 ___ 80 ___ 90 ___ **100**
4. ¿Considera Ud. que si se aplicara este instrumento a muestras similares se obtendrían datos también similares?
0 ___ 10 ___ 20 ___ 30 ___ 40 ___ 50 ___ 60 ___ 70 ___ 80 ___ 90 ___ **100**
5. ¿Estima Ud. que los ítemes propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?
0 ___ 10 ___ 20 ___ 30 ___ 40 ___ 50 ___ 60 ___ 70 ___ 80 ___ 90 ___ **100**
6. ¿Qué preguntas cree Ud. que se podría agregar?

7. ¿Qué preguntas se podrían eliminar?

8. Recomendaciones

Fecha: 19/07/16

Validado por: Luis Cotacallas

[Handwritten signature]

Gracias!!!



Una Institución Adventista

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN
DE CIENCIAS EMPRESARIALES

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Título de instrumento:

Instrucciones: Sírvase encerrar dentro de un círculo, el porcentaje que crea conveniente para cada pregunta.

1. ¿Considera Ud. que el instrumento cumple los objetivos propuestos?
0 ___ 10 ___ 20 ___ 30 ___ 40 ___ 50 ___ 60 ___ 70 ___ 80 ___ 90 ___ 100
2. ¿Considera Ud. que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?
0 ___ 10 ___ 20 ___ 30 ___ 40 ___ 50 ___ 60 ___ 70 ___ 80 ___ 90 ___ 100
3. ¿Estima Ud. que la cantidad de ítemes que se utiliza son suficientes para tener una visión comprensiva del asunto que se investiga?
0 ___ 10 ___ 20 ___ 30 ___ 40 ___ 50 ___ 60 ___ 70 ___ 80 ___ 90 ___ 100
4. ¿Considera Ud. que si se aplicara este instrumento a muestras similares se obtendrían datos también similares?
0 ___ 10 ___ 20 ___ 30 ___ 40 ___ 50 ___ 60 ___ 70 ___ 80 ___ 90 ___ 100
5. ¿Estima Ud. que los ítemes propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los informantes?
0 ___ 10 ___ 20 ___ 30 ___ 40 ___ 50 ___ 60 ___ 70 ___ 80 ___ 90 ___ 100
6. ¿Qué preguntas cree Ud. que se podría agregar?

7. ¿Qué preguntas se podrían eliminar?

8. Recomendaciones

Fecha: 23/11/16

Validado por: Edelm Sucasua Sucasua

Gracias!!!

Anexo 4: Carta de autorización

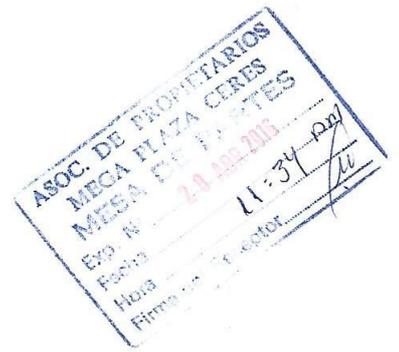


Universidad Peruana Unión

Programa de Educación Superior a Distancia
- PROESAD -

CARTA N° 041 – 2016 – UPeU/PROESAD

Villa Unión, 27 de Abril de 2016



Señor
Guillermo Alvarado Herrera
Presidente Centro Comercial Plaza Josef
Presente

De mi mayor consideración:

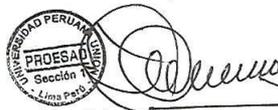
Reciba usted un cordial saludo de parte del Programa de Educación Superior a Distancia – de la Universidad Peruana Unión.

El motivo de la presente es manifestarle que dentro del desarrollo de su proceso formativo los estudiantes realizan cada ciclo visitas a Instituciones o Empresas ya que es un gran aporte para ellos en su vida profesional.

Para lo cual, en esta oportunidad se va a realizar una conferencia los días 12 y 13 de mayo de 4:00 pm a 6:00pm, en el Centro Comercial JOSEFEL, el tema será acerca de “Las claves para una efectiva atención al cliente” y obtener información que les permitan desarrollar el proyecto de tesis sobre el tema de investigación relacionado con el Nivel de capacitación del capital humano y la calidad de servicio en los empresarios de las PYMES. Asimismo solicitarle tenga a bien proporcionarles 100 sillas para desarrollar el evento.

Agradeciéndole por la atención al presente, me despido deseándole que Dios lo colme de bendiciones en todos los aspectos de su vida.

Atentamente,


Mg. Edwin Octavio Cisneros Gonzáles
COORDINADOR PROESAD

Anexo 5: Carta de información de cantidad de tiendas por rubros de Plaza Josfel



Una Institución Adventista

CARGO

Facultad de Ciencias Empresariales Escuela Profesional de Administración

“Año de la Consolidación del Mar de Grau”

Carta N° 0378/16- FCE /EPA

Ñaña, jueves 10 de noviembre de 2016

CPC.
Guillermo Alvarado Herrera
Presidente del Centro Comercial Plaza Josfel
Ciudad.-



De mi especial consideración:

Es grato hacerle llegar un cordial y sincero saludo, deseándole muchas bendiciones en la importante labor que desempeña.

Tengo el agrado de presentarles a las bachilleres: Yuliana Nahui Gutiérrez y Kelly Villoslada Romero, de la carrera de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana Unión, asimismo solicitar el permiso correspondiente para que los mencionadas bachilleres puedan recabar información sobre la lista de tiendas por cada rubro del Centro Comercial Plaza Josfel.

Dado que el Centro Comercial Plaza Josfel, es el lugar adecuado para que puedan realizar el estudio y puedan concluir con su investigación.

Agradezco su gentil atención.

Atentamente,




Mg. Mario Manuel Siles Nates
Director EP Administración

ASOC. PROP. MEGA PLAZA CERES
GUILERMO ALVARADO HERRERA
PRESIDENTE

Villa Unión - Ñaña, altura Km 19 de la Carretera Central, Lurigancho - Chosica, Lima 15 - Perú
Teléfono: (01) 618-6300 Web: www.upeu.edu.pe e-mail: universidadperuanaunion@upeu.edu.pe

Información sobre la lista de tiendas de Plaza Jوسفel

Información sobre la lista de tiendas de Plaza Jوسفel

En este documento se muestra la información estimada sobre la lista de tiendas por cada rubro del centro comercial Plaza Jوسفel.

	RUBRO	TIENDAS
1	Verduras y tubérculos	60
2	Frutas	65
3	Juguetería	50
4	Restaurantes	20
5	Comidas típicas	20
6	Cevichería	10
10	Descartables y plásticos	50
11	Grifería	30
12	Ferretería	55
13	Piñatería	25
14	Imprenta internet	10
15	Celulares y soporte técnico en general	40
16	Instrumentos musicales	10
17	Librería	10
18	Alquiler de disfraces	5
19	Mochilas y maletas	20
20	Florería	10
21	Cosmetología y peluquería	30
22	Zapatería	75
23	Confección y sastrería	45
24	Alquiler de ternos y vestidos	15
25	Prendas de vestir en general	550
26	Juguetería y peluches	25
27	Artefactos	15
28	CDs y DVDs	10
29	Locería	20
30	Otros artículos	90
	TOTAL	1500

ASOC. PROP. MEGA PLAZA CERES
GUILLERMO ALVARADO HERRERA
PRESIDENTE



Anexo 6: Revisión lingüística de la tesis

Informe n° 05

Para : Dr. Leonardo Rojas Atanasio
De : Mg. Edwin Sucapuca Sucapuca
Asunto : Revisión Lingüística de la tesis: Nivel de capacitación del capital humano y la calidad de servicio en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el periodo, 2016.
Fecha : 28 – 11 – 2016

Le informo que hice la revisión lingüística de la tesis: “Nivel de capacitación del capital humano y la calidad de servicio en los empresarios de las PYMES del Centro Comercial Plaza Jوسفel, en la localidad de Ate Vitarte, en el periodo, 2016”, de las Bachilleres: Yuliana Margot Ñahui Gutierrez y Kelly Maricet Villoslada Romero.

Las tesisistas levantaron todas las correcciones referidas a coherencia, cohesión y adecuación. Además, corrigieron todos los errores ortográficos señalados.

Es todo cuanto puedo informar.

Atentamente,



Mg. Edwin Sucapuca Sucapuca