



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA FORTALECER LAS  
COMPETENCIAS LABORALES DE LOS TRABAJADORES DEL  
AREA DE MARKETING Y PROMOCIÓN DE LA UNIVERSIDAD  
CESAR VALLEJO CAMPUS CHICLAYO**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR:**

Sánchez Benavides, María Graciela Celesste

**ASESORA:**

Mgtr. Carbajal Cornejo Katherine

**LINEA DE INVESTIGACION:**

Gestión del Talento Humano

**CHICLAYO – PERÚ**

**2017**

## PÁGINA DEL JURADO



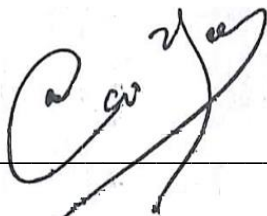
---

Mgtr. Sonia M. Nuñez Puse  
PRESIDENTA



---

Mgtr. Feonila Colunche Campos  
SECRETARIA



---

Dra. Katherine Carbajal Cornejo  
VOCAL

## DEDICATORIA

Dedicado a Dios, por la vida y por las fuerzas necesarias para culminar esta etapa tan maravillosa, y a mis padres, por ser mi soporte y mi apoyo incondicional siempre.

María Sánchez

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, por permitirme tener esta linda experiencia.

A mis padres, por su apoyo constante e incondicional.

A cada uno de mis maestros por su dedicación y por sus enseñanzas.

A mis compañeros de aula, por ser quienes alegraron día a día mi etapa universitaria y finalmente a mi asesora, la Dra. Katherine Carbajal, por la paciencia brindada y por su apoyo constante para culminar el desarrollo de esta tesis.

María Sánchez

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, **María Graciela Celesste Sánchez Benavides** identificada con D.N.I. 73133692, de la Escuela Profesional de Administración, autora de la tesis titulada: “Programa de capacitación para fortalecer las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo”, declaro que:

El tema de tesis es auténtico, siendo resultado de mi trabajo personal, que no se ha copiado, que no se ha utilizado ideas, formulaciones, citas integrales e ilustraciones diversas, sacadas de cualquier tesis, obra, artículo, memoria, etc., sin mencionar de forma clara y exacta su origen o autor, tanto en el cuerpo del texto, figuras, cuadros, tablas u otras que tengan derechos de autor.

En este sentido, soy consciente de que el hecho de no respetar los derechos de autor y hacer plagio, son objeto de sanciones universitarias y/o legales.

Chiclayo, diciembre del 2017



---

María Graciela Celesste Sánchez Benavides

D.N.I.: 73133692

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del jurado:

Cumpliendo con las disposiciones de la escuela profesional de Administración de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo, procedo a presentar mi trabajo de investigación titulado: Programa de capacitación para fortalecer las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo.

La presente investigación, con el fin de obtener el título de Licenciada en Administración, tiene como objetivo general determinar si la implementación de un programa de capacitación fortalece las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción.

Cabe resaltar que se recurrió a la jefa del área y a la jefa de Gestión del Talento Humano para que brinden las facilidades y así poder obtener la información deseada, implementando mejoras para la universidad.

Por ello, se recomienda al área de Marketing y Promoción y al área de Gestión del Talento Humano, no pasar por alto esta propuesta de un programa de capacitación para los colaboradores, puesto que es muy importante para el desarrollo de sus habilidades y por supuesto de sus competencias laborales.

La autora

## INDICE

PÁGINA DEL JURADO .....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD .....	v
PRESENTACIÓN .....	vi
INDICE .....	vii
RESUMEN .....	ix
ABSTRACT .....	x
I. INTRODUCCIÓN .....	11
1.1 Realidad Problemática .....	11
1.2 Trabajos Previos .....	14
1.3 Teorías relacionadas al tema .....	17
1.4 Formulación del problema.....	24
1.5 Justificación del estudio .....	24
1.6 Hipótesis .....	25
1.7 Objetivos .....	25
II. MÉTODO.....	27
2.1 Diseño de investigación .....	27
2.2 Variables y operacionalización.....	27
2.3 Población y muestra.....	30
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad .....	30
2.5 Métodos de análisis de datos.....	31
2.6 Aspectos éticos .....	31
III. RESULTADOS .....	32
IV. DISCUSIÓN .....	39
V. CONCLUSIONES .....	41
VI. RECOMENDACIONES .....	42
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	43
VIII. PROPUESTA.....	47
ANEXOS .....	57
Anexo 1: Instrumento .....	57
Anexo 2: Validación de los instrumentos .....	57

Anexo 3: Matriz de consistencia .....	64
Anexo 4: Cuadros estadísticos de las preguntas por dimensión.....	66
Anexo 5: Correo dirigido a la jefa del área de Marketing y Promoción de la Universidad César Vallejo.....	80
Anexo 6: Fotografías de la capacitación .....	81
ACTA DE APROBACION DE ORIGINALIDAD DE TESIS .....	84
AUTORIZACION DE PUBLICACION DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV .....	85



## RESUMEN

En la Universidad César Vallejo campus Chiclayo, específicamente en el área de Marketing y Promoción, se encontró el siguiente problema: que los trabajadores de dicha área, no cuentan con el adecuado desarrollo de sus competencias laborales, como por ejemplo; tienen dificultades en la orientación de los resultados que la empresa desea lograr, deficiente orden, calidad y presión al momento de informar a los clientes, también suelen dificultar el convencimiento del cliente, pues no atienden con la correcta amabilidad, no interactúan adecuadamente con él y tampoco lograr entender sus actitudes y necesidades y sumado a ello los trabajadores tienen dificultades para adaptarse a los cambios, ordenar sus actividades y objetivos que se desean alcanzar. Analizada la información de dicha problemática, se propuso aplicar un Programa de Capacitación, cuyo objetivo fue fortalecer las competencias laborales de los 33 trabajadores del área, para la ejecución eficiente de sus responsabilidades que asuman en sus puestos. Metodológicamente la investigación es de tipo explicativa y aplicada, el diseño de investigación es pre experimental. La muestra estuvo conformada por los 33 trabajadores del área. Para la recolección de datos se usó una guía de verificación con un instrumento de evaluación: lista de cotejo y una encuesta, también con su instrumento de evaluación respectivo: el cuestionario. Los datos del pre y post test fueron procesados a través del software estadístico SPSS-22, haciendo uso de tablas de frecuencia y medidas estadísticas. Posteriormente se procedió a realizar la comparación de resultados donde se concluye que después de la aplicación del Programa de Capacitación, el grupo experimental logró fortalecer de manera aceptable con un 52%, sus competencias laborales.

**Palabras claves:** Programa de capacitación, competencias laborales.

## ABSTRACT

At the César Vallejo University Chiclayo campus, specifically in the area of Marketing and Promotion, the following problem was found: that the workers in that area do not have the adequate development of their work skills, as for example; They have difficulties in guiding the results that the company wants to achieve, poor order, quality and pressure at the time of informing the clients, they are usually difficult, the client's conviction, because they do not respond with the correct kindness, they do not interact adequately with he and does not understand, means, their, attitudes, and, added, to, them, the workers, have, for, the, changes, order, their, activities, and, objectives, that, they are looking for, to reach Analyze the information of this problem, it was proposed to apply a Training Program, whose objective was to improve the labor capacities of the workers of the area, for the efficient execution of their responsibilities that they assume in their positions. Methodologically the explanatory and applied research, the research design is pre-experimental. The sample consisted of the 33 workers in the area. For the collection of data, a verification guide is also used with an evaluation instrument: a checklist and a survey, also with its respective evaluation instrument: the questionnaire. The pre and post test data were processed through the statistical software SPSS-22, making use of frequency tables and statistical measures. Later it was processed to perform the comparison of results, when it concluded that after the application of the Training Program, the experimental group managed to improve its capacity with 52%, their work skills.

**Key Words:** *Training program, work skills*

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1 Realidad Problemática**

En el mundo, existen profesionales que carecen de competencias, conocimientos, habilidades y destrezas, lo que les dificulta ser lo suficiente proactivos y desarrollar sus funciones eficientemente. Todo ello se debe a que las empresas no se preocupan por capacitarlos o no logran identificar adecuadamente en lo que necesitan ser capacitados. En Estados Unidos, las empresas se están viendo constantemente afectadas porque los profesionales no cuentan con las competencias que se requieren para el puesto de trabajo, debido a ello, las empresas tienen mayor rotación de personal y sobrecostos. Otros de los problemas muy comunes en las empresas es el bajo compromiso y la falta de capacitación de los talentos, ya que no se encuentran adecuadamente motivados y preparados para lograr los objetivos planteados (Weaver, 2017).

La rotación del personal, por consecuencia de lo anterior mencionado, se hace cada vez más constante y perjudica económicamente a las empresas, pues los talentos como no se encuentran adecuadamente capacitados y completamente comprometidos, hacen que las empresas restrinjan su productividad y bajen su nivel de competitividad. En Estados Unidos, según la investigación realizada por Dale Carnegie Training, durante el año 2012, la pérdida de personal en una empresa, tiene un costo anual de US\$11,000 millones. En vista de ello, es considerable mejor invertir en capacitación, y así los talentos logren fortalecer sus habilidades y desarrollen sus funciones adecuadamente logrando de esta manera que la empresa sea competitiva, pueda evitar la constante rotación del personal y obtenga una adecuada imagen y rentabilidad.

Según el estudio realizado por Dale Carnegie Training, en el año 2016, reveló que el 24% de los trabajadores de las empresas se encuentran con deficiente compromiso, el 29% completamente comprometido y el 47% con mediano compromiso. Para mejorar la problemática mencionada, consideraban fundamental la comunicación entre subordinados y gerentes, constante

motivación, aprendizaje y desarrollo de habilidades. Asimismo, afirmaban que el personal que se encuentra comprometido, ayuda a mejorar en un 20% el desempeño de los trabajadores (Duarte, 2017).

Por otro lado, existen trabajadores que suelen a renunciar y tener deficiente desempeño, por la falta de crecimiento personal y profesional, incómodo clima laboral, baja remuneración y deficiente motivación. Para que esto deje de ser un problema y los trabajadores continúen laborando en una empresa, cuenten con la habilidades y competencias necesarias y desempeñen adecuadamente sus actividades, es importante el reconocimiento continuo por los resultados alcanzados, la alta comunicación para plantear nuevas estrategias y lograr objetivos planteados y, las capacitaciones constantes en las funciones que realizan para facilitar la adaptación al cambio (Pérez, 2016).

En México, el 60% de las PYMES, carecen de financiamiento, y, del total de su personal con el que cuentan, el 86% no cuenta con alguna formación profesional. En el mencionado país, las empresas que cuentan con menos de diez (10) colaboradores, solo el 14% han estudiado alguna carrera profesional; además, el 89% de los empresarios, no se preocupan por entrenar, capacitar y desarrollar las habilidades de los colaboradores, ya que, lo consideran como un gasto innecesario o indican que los talentos cuentan con los conocimientos necesarios para realizar las funciones que se les asigna (Álvarez, 2016).

En el Perú, para que una empresa logre tener éxito, se requiere de personal altamente capacitado y comprometido, para que demuestre siempre adecuadas actitudes, habilidades y competencias necesarias y logre un alto desempeño y productividad. En nuestro país, según el estudio realizado por Deloitte, el 50% de los empresarios consideran que la falta de compromiso de los trabajadores es el principal problema y en el plano mundial el 87%, considera que los talentos no se encuentran comprometidos y el 51% afirman que no cuentan con un programa de capacitación establecido para desarrollar sus habilidades y fortalecer las competencias de los talentos (Gestión, 2015).

Algunos de los talentos en el Perú, suelen carecer de habilidades, destrezas y competencias, lo que les dificulta ejercer su carrera profesional o realizar sus

actividades satisfactoriamente. Por ello, se considera que el objetivo principal del área de Recursos Humanos, debe ser la capacitación y preparación de los talentos, para maximizar sus conocimientos y así mejorar la productividad, aplicando los mejores métodos que aseguren el entendimiento de los colaboradores para que luego los pongan en práctica en su labor diaria (El comercio, 2017).

La capacitación y actualización de los talentos, debe ser considerada como primordial en todas las empresas, empezando por la identificación de las deficiencias que tienen los colaboradores en su desempeño y habilidades, para pasar a diseñar temas, implementarlos y dar solución a los problemas identificados (Vizárraga, 2017).

Según Vizárraga, citado por La Republica (2016), el 68% de los empresarios, en el Perú, están teniendo dificultades al encontrar y reclutar profesionales que cumplan con el perfil que se requiere para el puesto de trabajo ofertado. El problema se debe a que los talentos no desarrollan adecuadamente sus competencias y habilidades duras y blandas, por ello, tienen constantes dificultades al desarrollar sus actividades en conjunto y enfocados al mismo objetivo, tampoco suelen ser capaces de dirigir a un determinado número de personas al éxito, ni tampoco de manejar sus emociones.

La Universidad César Vallejo, que se encuentra ubicada en la ciudad de Chiclayo, región Lambayeque, cuenta con trabajadores poco capacitados en el área de Marketing y Promoción. Los colaboradores del área mencionada, no cuentan con el adecuado desarrollo de sus competencias laborales, siendo su nivel muy deficiente en un 52%, por ello, suelen tener dificultades al momento de orientarse hacia los resultados que la empresa desea lograr, desorden de ideas, baja calidad y presión al momento de informar a los clientes, lo que dificulta tener una gran interacción con ellos y lograr la meta que la empresa se plantea, tampoco suelen tener iniciativa, proactividad en sus labores y presentan dificultades para adaptarse a los cambios.

Otro de los problemas es la falta de convencimiento al cliente, pues a veces no suelen atenderlo con la correcta amabilidad, no interactúan adecuadamente con él, pocas veces logran entender sus actitudes y necesidades y suelen estatizarse cuando hablan y terminan incomodándolo. Muy aparte de ello, cuando los clientes realizan preguntas, no logran resolverlas de manera eficiente.

Es por estas razones que se propone la aplicación de un programa de capacitación dentro del área de Marketing y Promoción, para fortalecer las competencias laborales de sus colaboradores y, exista el logro de objetivos personales, objetivos como área y por ende, objetivos como organización.

## **1.2 Trabajos Previos**

Carpio (2016) en su tesis “Caracterización de la competencia laboral y competitividad en las MYPE, del sector servicio rubro Courier de la provincia de San Román, año 2015”, de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Obtuvo como resultados que el 63% de colaboradores se sienten comprometidos con la organización y se preocupan por superar las expectativas de los clientes. Concluye “Los trabajadores no cuenta con competencias laborales adquiridas y que solo la minoría cuenta con competencias laborales desarrolladas; además que la mayoría de las MYPE Courier no son competitivas y que solo la minoría considera que la competitividad es importante”. Es importante porque considera que los colaboradores, al no sentirse comprometidos y los empresarios al no invertir en capacitaciones, dificulta el adecuado desempeño de los talentos y afecta la satisfacción de la clientela.

Aguilar y Marlo (2016) en su tesis “Plan de capacitación para mejorar el desempeño laboral de los trabajadores del Hospital regional Lambayeque 2015” de la Universidad Señor de Sipan. Los resultados muestran que solo el 45.4% de los talentos, indicaron que la empresa se preocupa por capacitarlos. Concluye que “se identifica un alto porcentaje de trabajadores con respecto a falta de conocimiento de la existencia de un plan de capacitación, lo cual

generó un bajo rendimiento laboral y una debilidad para el HRL; por no tener bien definidas las funciones de su talento humano”. Las capacitaciones a los talentos son prioritales para tener un mejor entendimiento de las funciones, mejor enfoque a lo que la empresa desea alcanzar, y ser lo suficiente efectivo en el desarrollo de las actividades.

Acevedo, Herazo, Jiménez y Martínez (2015) en su investigación titulada “Diseño de un plan de capacitación para la cooperativa ASOBANARCOP, a partir de la evaluación de desempeño por competencias”, de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Colombia. Tuvo como objetivo: fortalecer las necesidades de competencias de los talentos mediante el diseño de un plan de capacitación. Concluye que, “es necesario que cada uno de los colaboradores actualicen sus competencias para que tengan claridad de los diferentes aspectos relacionados con su puesto de trabajo, estén pendientes de actualizar y de retroalimentar sus propios saberes con relación a las actividades laborales, conviertan los conocimientos en resultados destacados y tengan manejo y apropiación de los conocimientos requeridos para la elaboración de sus tareas”. La capacitación ayuda en que los colaboradores tengan claras sus funciones, mejoren los procesos y obtengan resultados satisfactorios, ya que se basa en reforzamiento de sus competencias y modificación de las dificultades.

Herrera (2015) en su investigación denominada "Competencias laborales en los colaboradores del departamento de ventas de Bimbo Centroamérica, agencia Huehuetenango", de la universidad Rafael de Landívar, Guatemala. Tuvo como objetivo general: determinar las competencias laborales que poseen los colaboradores del departamento mencionado. Los resultados muestran que el 92% de los colaboradores cuentan con habilidades y destrezas desarrolladas, el 88% con los conocimientos necesarios. Concluye que “las competencias laborales juegan un papel relevante en materia de recursos humanos, puesto que, al hablar de ser competente en el ámbito laboral, se refiere a los conocimientos (saber), actitudes (saber ser) y habilidades (saber hacer) que posee una persona en relación a su desenvolvimiento profesional”. Esta investigación, es importante porque considera a los talentos para desarrollar

sus actividades de forma eficiente y eficaz y así, tener un alto desempeño laboral, pero para esto es importante que cuenten con las competencias respectivas (habilidades y destrezas, amplio conocimiento y actitudes positivas).

Vergara (2015) en su tesis “Propuesta metodológica de indicadores del impacto de la capacitación en programas formativos por competencias en una organización de servicios”, de la Universidad Nacional Agraria La Molina, Perú. Tuvo como objetivo evaluar el impacto de la capacitación por competencias. Deduce que “El programa “Creciendo” diseñado en base a brechas detectadas en la evaluación de desempeño laboral 2013-I, junto a la información del perfil de puesto, no sólo logró el fortalecimiento del sentido de pertenencia del personal, sino que permitió implementar un modelo de evaluación de impacto de la capacitación como herramienta de gestión, permitiendo además obtener el retorno de la inversión. Estas herramientas deben utilizarse con mayor frecuencia dado los beneficios que mediante éstas se pueden obtener”. Considera como dimensiones de capacitación a los siguientes pasos: detección de necesidades a capacitar, planteamiento de objetivos a lograr, diseño del programa y evaluación o contrastación de resultados, para dar un adecuado fortalecimiento a las competencias y hacer que los colaboradores alcancen el éxito.

Rodríguez (2014) en su tesis “Capacitación por competencias y desempeño laboral en una empresa de Lima Metropolitana”, de la Universidad Nacional Agraria la Molina. Tuvo como objetivo proponer un plan de capacitación para mejorar el rendimiento de los talentos. Llego a concluir que “Del mismo modo, se debe tomar en cuenta los principales intereses no satisfechos desde la perspectiva de los conocimientos del personal y que, en la medida que sean abordados, puedan contribuir a un mejor desempeño laboral, sea por la aplicación de nuevas o mejores competencias a su trabajo, como también por un mayor fortalecimiento del sentido de pertenencia a la empresa o la tranquilidad de la persona al visualizar que su potencial de empleabilidad se mantiene vigente y actualizado”. La capacitación se realiza tomando en cuenta las competencias con las que cuenta los colaboradores y las dificultades que



tienen en las mismas, que al no ser resueltas de inmediato terminan afectando la empresa.

Díaz y Delgado (2014) en su tesis “Competencias gerenciales para los directivos de las instituciones educativas de Chiclayo: una propuesta desde la socioformación”, de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo, tuvo como objetivo diseñar un modelo de competencias gerenciales para los directivos de mencionada I. E. Concluye que “El Modelo Teórico comprende cinco competencias gerenciales que a nuestro criterio deben tener los directivos de las instituciones educativas de educación básica: 1) manejo de dirección, 2) liderazgo, 3) trabajo en equipo, 4) gestión del cambio y 5) capacidad de comunicación”. Si los colaboradores cuentan con el adecuado desarrollo de las competencias mencionadas, lograrán realizar los procesos con mayor calidad, ofreciendo los productos y servicios con calidad, dando paso a la fidelización de los clientes.

Urías (2013) en su tesis “Diseño de un programa de capacitación para una empresa de giro restaurantero”, del Instituto Tecnológico de Sonora, tuvo como objetivo diseñar un plan de capacitación que ayude a los trabajadores a desarrollar mejor sus funciones. Concluye que “el programa de capacitación enfocado a la atención al cliente, liderazgo y relaciones humanas, fue diseñado para contribuir en la mejora de la empresa y que los participantes adquieran los conocimientos para proporcionar un servicio de calidad al cliente y que al mismo tiempo desarrollen las habilidades en su ámbito laboral”. El capacitar a los talentos, ayuda a que sean más productivos, tomen mejores decisiones, fortalezcan sus competencias y logren los objetivos planteados, haciendo que las organizaciones incrementen su nivel de productividad.

### **1.3 Teorías relacionadas al tema**

#### **Capacitación**

La capacitación, es un proceso de la gestión del talento humano, donde se les forma a los talentos ampliando sus conocimientos, desarrollando habilidades y destrezas y mejorando competencias para lograr el desarrollo de sus

actividades de manera eficiente y eficaz. También es considerada como una inversión más no un gasto, por que ayuda a los colaboradores a mejorar su desempeño y modificar sus actitudes, haciendo que se sientan más comprometidos con la organización. (Chiavenato, 2013).

Para Flores, citado por Viera (2017), es un conjunto de actividades que genera beneficio a las empresas y personas ya que mejoran las habilidades y destrezas de estas y aumentan los conocimientos para reforzar competencias y facilitar el desarrollo de sus funciones satisfactoriamente.

### **Programa de capacitación**

Según Snell y Bohlander (2013), es un proceso estructurado y organizado por medio del cual se brinda información y se proporcionan habilidades a una persona para que desempeñe a satisfacción un trabajo determinado.

### **Pasos para elaborar un programa de capacitación**

Según Snell y Bohlander (2013), para elaborar un programa de capacitación se debe considerar los siguientes pasos:

#### **A) Evaluación de necesidades**

Si los talentos no logran las metas y objetivos trazados, se debe a la falta de capacitación, ya que, no cuentan con los conocimientos, habilidades y destrezas necesarias para desarrollar sus funciones asignadas. Además, si existen excesivas quejas de los usuarios, también es un factor que evidencia que la empresa no está capacitando a los colaboradores o que la capacitación brindada no ha sido la adecuada. En este proceso se identifican todas las deficiencias que tienen los colaboradores y que necesitan ser de inmediato solucionadas, para garantizar la competitividad y productividad de la empresa, por ello, es necesario evaluar del análisis de tareas, organización y personas.

#### **-Análisis de las tareas**

Se refiere al análisis de funciones específicas de los puestos de los trabajadores para identificar cómo y con qué pueden lograr dichas funciones, implicando sus capacidades, habilidades y conocimientos.

En primer lugar, se realiza un listado de las actividades incluidas sí o sí en el puesto. Luego, se realiza una siguiente lista donde el trabajador pueda dar una serie de pasos para cumplir con esas actividades. En este segundo paso, el trabajador hará uso de sus capacidades, habilidades y conocimientos. Finalmente, gracias a estos dos pasos, se podrá conocer cómo es su desempeño dentro del área.

#### **-Análisis de las personas**

En la realización de este tipo de análisis se logra identificar cuantas son las personas que necesitan ser capacitadas inmediatamente y en que se les debe capacitar. También ayuda a que el encargado diseñe adecuadamente los temas de la capacitación y evite los errores al implementarlo.

### **B) Diseño del programa de capacitación**

Después de tener claro las necesidades y saber cuáles y cuantas son las personas que necesitan ser capacitadas, se procede con el diseño del programa, donde es necesario considerar los objetivos que se desean alcanzar, las destrezas y nivel de motivación que se desea lograr, los tipos de equipos a utilizar y el nivel de aprendizaje que se desea lograr.

#### **-Objetivos instruccionales**

Es la definición de lo que la empresa desea alcanzar mediante la aplicación del programa, como la mejora de las habilidades y destrezas, aumento de conocimientos, modificación de actitudes e incremento del desempeño y productividad.

#### **-Disposición y motivación de los capacitandos**

La disposición hace referencia a que, si los talentos que necesitan ser capacitados, cuentan con los conocimientos y experiencia, para procesar y poner en práctica lo desarrollado. La motivación es lo primordial, para que los individuos mencionados, puedan retener el máximo la información transmitida.

#### **-Principios del aprendizaje**

Son los aspectos que se deben considerar en la elaboración del programa, que facilitan el entendimiento de los colaboradores, enfocados en su vida personal, para luego ser ejecutado en el

desarrollo de sus funciones asignadas, conllevándolos a tener un mejor enfoque y desempeño.

#### **-Características del capacitador**

El encargado de llevar cabo la capacitación, debe demostrar que domina el tema, asegurar que las personas a las que se está capacitando aprendan al mismo ritmo, demostrar serenidad y buen humor, tener interés en la enseñanza, utilizar la mejor metodología, demostrar entusiasmo y transmitir la capacitación de manera clara, precisa y coherente.

#### **C) Implementación del programa de capacitación**

Es la elección del método a utilizar para asegurar que las personas amplíen sus conocimientos, teniendo en cuenta el material a utilizar y la población a capacitar; por ejemplo, se podrían desarrollar capacitaciones en el puesto de trabajo o simulaciones, en caso el material esté referido al comportamiento de los colaboradores. Existen dos tipos de trabajadores a capacitar, pero variedad de métodos a utilizar.

#### **-Métodos de capacitación para empleados no gerenciales**

Con avance de la tecnología, existen varios métodos que resultas ser más eficaces al llevaba a cabo una capacitación, los mismo que ayuda a las personas a tener un mejor aprendizaje y motivación.

#### **-Métodos de capacitación para el desarrollo gerencial**

Los métodos utilizados, para capacitar a los colaboradores anteriormente mencionados, son también puestos en práctica al capacitar a los supervisiones o gerentes de un nivel alto de opuesto.

#### **D) Evaluación del programa de capacitación**

Es la comparación de los resultados, para evidenciar si el programa de capacitación implementado ha logrado fortalecer las comercias de los colaboradores de la organización.

### **Competencias laborales**

#### **Definición**

Dentro de nuestro contexto social, encontramos varias definiciones con respecto a la competencia laboral. Así, Alles (2008), nos dice que es una capacidad efectiva para desarrollar con excelencia una tarea en el trabajo.

La competencia laboral no supondrá el éxito de una función laboral, al contrario, lo originará y lo demostrará.

También considera que las competencias laborales son las capacidades de los individuos que llegan a ser súper productivas en las funciones del trabajo y, que suelen ser medidas en base al desempeño de cada colaborador; teniendo en cuenta que, no sólo son las habilidades, destrezas o conocimientos, las capacidades suficientes, sino que hace falta otras para un desempeño exitoso.

Las competencias laborales son la unión de actitudes, habilidades y conocimientos aplicados al ámbito de la producción, ya sea en un trabajo o en alguna unidad para generar ingresos por cuenta propia, arrojando de esta manera en resultados eficientes y eficaces influyentes en el logro de objetivos de la organización o en el propio negocio.

En resumen, la competencia laboral, es la capacidad del individuo para ejecutar una función de manera productiva dentro de espacios laborales y así poder asegurar el éxito del logro de objetivos.

### **Tipos de competencias laborales**

Según el autor Spencer y Spencer, citado por Alles (2008), las competencias se pueden clasificar en:

#### **A) Competencias de logro y acción**

Este tipo de competencias se centran más en cada una de las acciones que pueden ejecutar las personas para lograr los objetivos organizacionales.

##### **-Orientación al logro**

Es la preocupación que pueden sentir las personas para realizar su trabajo de la mejor manera o para competir. Este tipo de competencias pueden ser el antiguo desempeño propio, el desempeño de sus

compañeros de trabajo, las metas propias establecidas o cualquier persona que haya hecho una innovación.

**-Preocupación por el orden, la calidad y la exactitud**

Necesidad que tienen algunas personas de ordenar tareas y reducir la tensión del ambiente laboral.

**-Iniciativa**

Es la base principal para tomar decisiones. La iniciativa es realizar algo más de lo que está exigido o de lo que está esperado, es hacer cosas que no han sido solicitadas pero que mejorarán sí o sí la productividad de la empresa.

**-Búsqueda de información**

Es la curiosidad o deseo de las personas de saber más allá de alguien o de alguna tarea o cosa. El problema de estas personas, es que no están conformes con lo que observan y simplemente quieren conocer más de lo que ya conocen, implicando, de todas maneras, algún esfuerzo extra.

**B) Competencias de ayuda y servicio**

Este tipo de competencias influye en las ganas de cumplir las necesidades de alguien más.

**-Entendimiento interpersonal:**

Es la capacidad de entender a los demás, ya sea individual o grupalmente. También quiere decir que es la habilidad para escuchar claramente y con precisión a los demás y así poder entender sus pensamientos, sentimientos o preocupaciones.

**-Orientación al cliente:**

Es el deseo de ayudar a otros con el fin de averiguar sus necesidades e intentar satisfacerlas.

**C) Competencias de influencia**

Este tipo de competencia se refiere al convencimiento que se puede generar con ayuda de la influencia hacia los demás.

**-Influencia e impacto:**

Con este tipo de competencia, la persona intenta convencer, persuadir o impresionar a los demás para que apoyen lo que están argumentando y por supuesto, lleguen tal vez a adquirir lo que estén ofreciendo.

**-Construcción de relaciones:**

Desarrollar esta competencia es de suma importancia, puesto que, gracias a ella, se puede hacer o mantener relaciones amistosas con personas que pueden apoyarnos en un futuro en nuestras metas laborales. A esto se le llama generar una red de contactos.

**-Conciencia organizacional:**

Es la capacidad para entender cómo funciona la organización en donde se labora y cuáles son las relaciones de poder. También quiere decir que esta competencia ayuda a comprender la posición en la que está la organización a nivel local, nacional y mundial.

**D) Competencias cognoscitivas**

Todos los seres humanos poseemos este tipo de competencias, ya que es la capacidad de conocer o comprender lo que desea. Cabe resaltar que existen algunas personas que tienen estas competencias un poco más desarrolladas y esto facilita aún más la comprensión que suelen dar a cada conocimiento adquirido.

**-Pensamiento analítico:**

Es la capacidad de analizar cada situación que pasa de manera minuciosa, detalle a detalle, separándola en piezas más pequeñas para entender cuáles fueron las causas.

**-Razonamiento conceptual:**

Es el entender una situación juntando esta vez, todas las partes posibles. También es la capacidad de utilizar el razonamiento creativo, conceptual o inductivo para aplicar conceptos que ya existen o definir conceptos nuevos.

**-Experiencia técnica/profesional/de dirección:**

Esta experiencia incluye todos los conocimientos adquiridos en algún puesto de trabajo ya sea técnico, profesional o gerencial. Por otro lado está la motivación para ampliar y distribuir aquel conocimiento con las demás personas.

**E) Competencias de eficacia personal**

Las competencias de eficacia personal están relacionadas a la madurez que posee el individuo con respecto a los demás y su trabajo, controlando su desempeño al presentarse ciertas presiones o dificultades ambientales,

apoyando de una u otra forma también el desempeño de los demás para que sea eficiente.

**-Autocontrol:**

Es la capacidad de manejar las emociones en situaciones negativas: enfrentamiento entre compañeros de trabajo, oposición a alguna actividad porque no le parece correcto o situaciones que demandan un nivel de estrés elevado.

**-Confianza en sí mismo:**

La autoconfianza se refleja en la seguridad y en la creencia que tiene una persona con respecto a su propia capacidad para realizar distintas tareas, incluyendo la expresión de confianza que posee al momento de enfrentarse a una situación cada vez más desafiante y al momento de tomar decisiones u opiniones.

**-Comportamiento ante los fracasos:**

Es la capacidad de hacerse responsable de las causas de fracasos corregibles. Está relacionada con la desesperanza aprendida y el optimismo aprendido para subsanar los fracasos.

**-Flexibilidad:**

Es la habilidad para adaptarse al surgimiento de cambios dentro de la organización y a trabajar eficazmente en base a ello. También es la capacidad de entender y valorar las perspectivas diferentes y opuestas de una situación.

#### **1.4 Formulación del problema**

¿De qué manera la implementación de un programa de capacitación fortalece las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo?

#### **1.5 Justificación del estudio Implicancia Social**

El aporte de la presente investigación radica en que, al momento de evaluar y diagnosticar la situación actual de las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción, se podrán identificar los



factores tanto internos como externos que ejercen influencia, y con dicha información se podrá hacer hincapié en la mejora precisa de las deficiencias. La justificación se orienta básicamente a que con la investigación se podrá otorgar a la institución, herramientas y conocimientos necesarios que están dentro del programa de capacitación propuesto y aporten en fortalecer las competencias laborales de los trabajadores. La propuesta en primera instancia, desarrollará temas en un tiempo determinado que se encaminen con técnicas para su comprensión y así los trabajadores puedan aplicarlos en sus funciones diarias.

### **Implicancia Académica**

En el ámbito de lo académico, el presente estudio representa una contribución a la idea del estudio sobre las variables Programa de capacitación y Competencias laborales, en el departamento de Lambayeque. Los resultados podrían considerarse a futuro, como referencia bibliográfica para los interesados en el tema investigado y/o con problemáticas parecidas.

### **Implicancia Investigativo:**

En el ámbito de la investigación, el presente estudio se podrá utilizar de fuente bibliográfica para el aporte en alguna investigación con más profundidad sobre el tema propuesto, así mismo servirá como base para la creación de nuevas teorías.

## **1.6 Hipótesis**

Por la naturaleza de la investigación no corresponde.

## **1.7 Objetivos**

### **Objetivo general**

Determinar si la implementación de un programa de capacitación fortalece las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.

## **Objetivos específicos**

Diagnosticar la situación actual de las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.

Diseñar e implementar un programa de capacitación para fortalecer las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.

Evaluar la situación actual de las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo, después de la aplicación del programa de capacitación.

Comparar la situación actual de las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo, antes y después de la aplicación del programa de capacitación.

## II. MÉTODO

### 2.1 Diseño de investigación

La investigación es aplicada, de tipo experimental con diseño pre experimental, ya que solo se valorarán los cambios sobre una sola muestra de estudio, la misma para ambos casos: antes y después de la implementación de la variable independiente; tal como se muestra en el siguiente esquema:

G: O1 – X – O2
----------------

Donde:

G: Equivale a la muestra a trabajar.

O1: Se evalúan las Competencias Laborales antes de aplicar el programa de capacitación.

X: Programa de capacitación.

O2: Se evalúan las Competencias Laborales después de aplicar el programa de capacitación.

### 2.2 Variables y operacionalización

#### **Variable Independiente: Programa de capacitación**

“El termino capacitación se puede utilizar a menudo para describir cualquier esfuerzo que realice la organización para inducir el aprendizaje entre sus colaboradores”. (Snell y Bohlander, 2013)

#### **Variable Dependiente: Competencias laborales**

“Es una capacidad efectiva para desarrollar con excelencia una tarea en el trabajo”. (Alles, 2008).

## Operacionalización

Tabla 1: Operacionalización de la variable independiente

VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADOR			
Programa de capacitación	Según Snell y Bohlander (2013), es un proceso estructurado y organizado por medio del cual se brinda información y se proporcionan habilidades a una persona para que desempeñe a satisfacción un trabajo determinado.	El programa de capacitación es un proceso que promueve la inducción de conocimientos a los trabajadores de una organización, desarrollando también sus habilidades, destrezas y competencias para el cumplimiento eficiente de sus funciones dentro del puesto en el que laboran.	Evaluación de necesidades	Análisis de las tareas			
				Análisis de las personas			
			Diseño del programa de capacitación	Objetivos instruccionales			
				Disposición y motivación de los capacitandos			
				Características de los instructores			
			Implementación del programa de capacitación	Principios del aprendizaje			
				Métodos de capacitación para empleados no gerenciales			
			Evaluación del programa de capacitación	Métodos de capacitación para el desarrollo gerencial			
				Aprendizaje			
				Comportamiento			
							Reacciones

Fuente: Marco Teórico  
Elaboración

propia

Tabla 2: Operacionalización de la variable dependiente.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	TÉCNICA E INSTRUMENTO
Competencias laborales	Es una capacidad efectiva para desarrollar con excelencia una tarea en el trabajo. Alles (2008)	Es el conjunto de habilidades y destrezas que posee una persona para realizar una función dentro de su puesto laboral. Estas pueden ser innatas y otras pueden desarrollarse en base a experiencia o capacitaciones.	Competencias de logro y acción	Orientación al logro	Encuesta Cuestionario
				Preocupación por el orden, calidad y precisión	
				Iniciativa	
				Búsqueda de información	
			Competencias de ayuda y servicio	Entendimiento interpersonal	
				Orientación al cliente	
			Competencias de influencia	Influencia e impacto	
				Construcción de relaciones	
				Conciencia organizacional	
			Competencias cognoscitivas	Pensamiento analítico	
				Razonamiento conceptual	
				Experiencia técnica/profesional	
			Competencias de eficacia personal	Autocontrol	
				Confianza en sí mismo	
Compromiso organizacional					
Flexibilidad					

Fuente: Marco Teórico

Elaboración propia.

## 2.3 Población y muestra

### Población

Conjunto de todos los casos que concuerde con una serie de especificaciones (Sampieri, Collado y Lucio 2006, p. 239).

La población estará conformada por los 33 trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo, los cuales de manera desagregada son:

*Tabla 3: Población*

JEFES	MARKETING Y PROMOCIÓN	1
	ADMISIÓN	1
COORDINADORES	PROMOCIÓN	1
ASESORES EDUCATIVOS	PREGRADO	10
	POSTGRADO	5
	FORMACION PARA ADULTOS	5
TELEMARKETING	OPERADORES	5
ATENCIÓN AL CLIENTE	ASESORES	5
TOTAL		33

**Fuente:** Planilla de RRHH – Agosto 2017.  
**Elaboración Propia**

### Muestra

Está conformada por la misma cantidad representada en la población.

## 2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

### Técnicas de recolección de datos

En cuanto a las técnicas para recolectar los datos, en la investigación se utilizarán:

**Encuesta:** Para la investigación se aplicará una encuesta dirigida a los trabajadores del área de marketing y promoción de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo, antes y después de aplicado el programa de capacitación para evaluar las competencias laborales.

### Instrumentos de recolección de datos

**Cuestionario:** Conjunto de preguntas para recopilar los datos necesarios que permitan conseguir los objetivos de la investigación. El cuestionario contendrá ítems sobre la variable competencias laborales, el cual estará elaborado de

acuerdo a la escala de tipo Likert que según Bernal (2009). Cada ítem tiene varias alternativas que el encuestado debe contestar con una sola alternativa, estas expresiones son fijas para todos los ítems del 1 al 5, a cuyo número se le asigna una calificación de Nunca (1), Casi nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4) y Siempre (5).

### **Validez y confiabilidad de los instrumentos:**

Para la confiabilidad de la encuesta para trabajadores se aplicó el alfa de cronbach:

*Tabla 4: Estadísticos de fiabilidad para el cuestionario a utilizar.*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.758	25

En la tabla 4, se observa el valor obtenido de alfa de Cronbach para los ítems del cuestionario para los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo, es de 0.758 siendo el resultado del indicador como bueno.

### **2.5 Métodos de análisis de datos**

Para el procesamiento de la información tras aplicados los instrumentos, se utilizará el programa SPSS22 y Excel para ordenar, tabular y presentar los datos en cuadros, gráficos, que apoyen su descripción, interpretación y análisis.

### **2.6 Aspectos éticos**

Los criterios éticos tomados para la presente investigación son: Consentimiento informado, ya que los participantes tienen que estar de acuerdo con ser informantes y reconocer sus derechos y responsabilidades; confidencialidad, al brindar seguridad y protección de los datos de los informantes; y manejo de riesgos, relacionado con los principios de no maleficencia y beneficencia para hacer investigación con seres humanos. (Noreña, Alcaraz-Moreno, Rojas y Rebolledo-Malpica, 2012).

### III. RESULTADOS

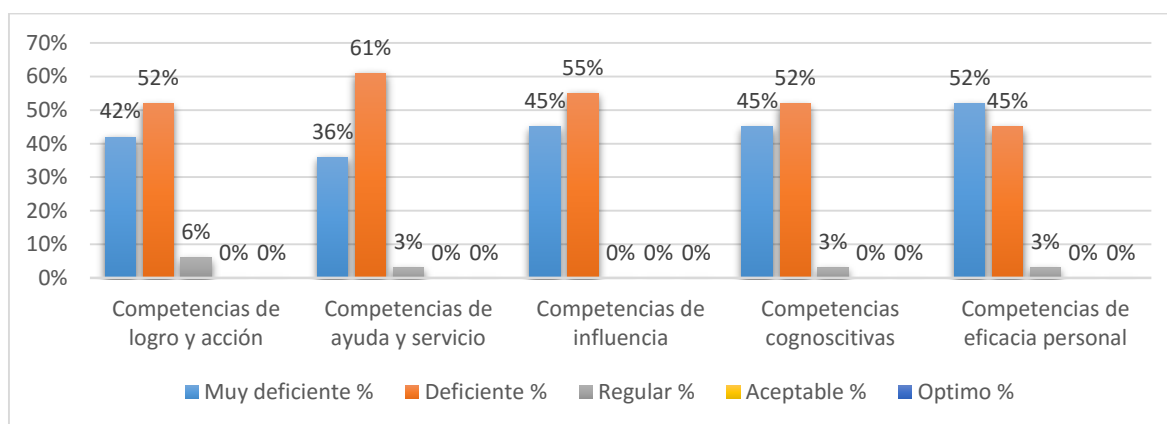
#### RESULTADOS DEL PRE TEST

**Objetivo específico 1. Diagnosticar la situación actual de las competencias laborales de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.**

**Tabla 5:** Nivel de dimensiones de las Competencias Laborales de los colaboradores del Área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejos campus Chiclayo.

Dimensiones	Muy deficiente		Deficiente		Regular		Aceptable		Optimo		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Competencias de logro y acción	14	42%	17	52%	2	6%	0	0%	0	0%	33	100%
Competencias de ayuda y servicio	12	36%	20	61%	1	3%	0	0%	0	0%	33	100%
Competencias de influencia	15	45%	18	55%	0	0%	0	0%	0	0%	33	100%
Competencias cognoscitivas	15	45%	17	52%	1	3%	0	0%	0	0%	33	100%
Competencias de eficacia personal	17	52%	15	45%	1	3%	0	0%	0	0%	33	100%

Fuente: Elaboración propia.



**Figura 1:** Nivel de dimensiones de las Competencias Laborales de los colaboradores del Área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejos campus Chiclayo.

En la tabla 5, el diagnóstico del nivel de Competencias Laborales de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo con respecto a la dimensión competencia de logro y acción es deficiente en un 52%, muy deficiente en un 42% y regular en un 6%, esto quiere decir que la mayoría de los colaboradores no está centrando el desarrollo de sus actividades en lograr los objetivos organizacionales. Así mismo, la dimensión de competencia de ayuda y servicio es deficiente en un 61%, muy deficiente en un 36% y regular en un 3%, esto quiere decir que la mayoría de trabajadores no cuentan con la capacidad de influir en las demás

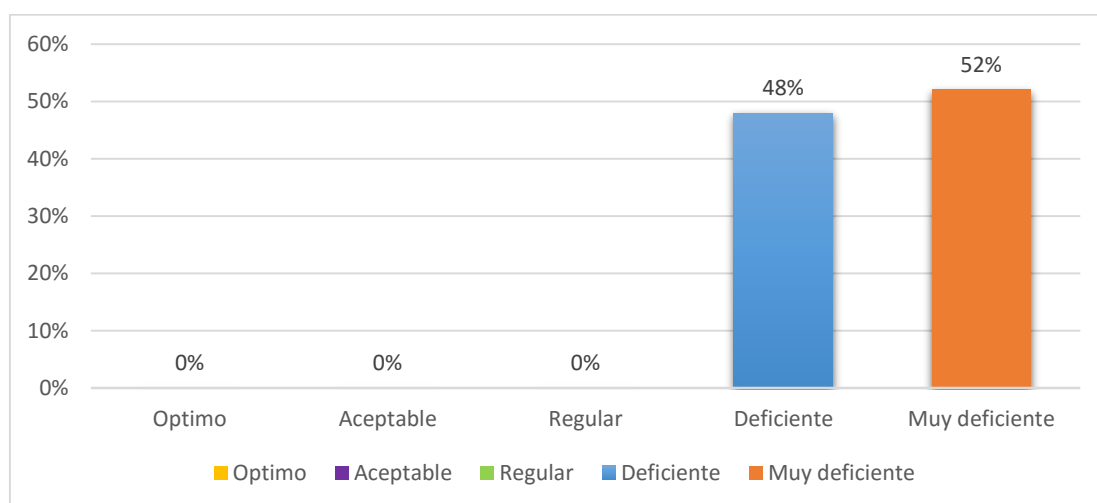


personas para el cumplimiento de necesidades. Por otro lado, la dimensión de competencias de influencia es deficiente en un 55% y muy deficiente en un 45%, esto significa que los trabajadores no poseen la capacidad de convencer a las personas para que adquieran lo que ofrecen en una venta. También nos dice que la dimensión de competencias cognoscitivas es deficiente en un 52%, muy deficiente en un 45% y regular en un 3%, significando que los trabajadores no poseen la capacidad de analizar cada situación detalle a detalle para aplicar conceptos nuevos o viejos o darles solución, y, finalmente el nivel de la dimensión de competencias de eficacia personal es muy deficiente en un 52%, deficiente en un 45% y regular en un 3%, queriendo decir que los trabajadores no cuentan con la capacidad de hacerle frente a situaciones tensas con la respectiva madurez.

**Tabla 6:** Nivel de Competencias Laborales de los colaboradores del Área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejos campus Chiclayo.

Competencia Laboral	Pre test	
	n	%
Optimo	0	0%
Aceptable	0	0%
Regular	0	0%
Deficiente	16	48%
Muy deficiente	17	52%

Fuente: Elaboración propia.



**Figura 2:** Nivel de Competencia Laboral de los colaboradores del Área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejos campus Chiclayo.

En la tabla 6, podemos observar que el nivel de Competencia Laboral de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo es muy deficiente en un 52% y deficiente en un 48%.

**Objetivo específico 2. Diseñar e Implementar un programa de capacitación para fortalecer competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.**

*Tabla 7: Cronograma del programa de capacitación.*

COMPETENCIAS	TALLER	TEMA	OBJETIVO	LUGAR	DIAS					MATERIALES	RESPONSABLE
					1	2	3	4	5		
COMPETENCIAS DE LOGRO Y ACCIÓN	Orientación al logro	<i>“Los desafíos actuales para lograr mis metas y objetivos de venta”</i>	Mejorar la actitud y esfuerzo aplicado en la ejecución de las actividades de venta dirigido a lograr metas o resultados específicos.	-Aula del edificio principal de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo  -02 de octubre del 2017	x					-Proyector -Plumones acrílicos -Mota -Separatas -Diapositivas	Tesista y un especialista en el tema.
	Búsqueda de información	<i>“La información, una oportunidad potencial en las ventas”</i>	Fortalecer los conocimientos relevantes para una venta futura.			x					
COMPETENCIAS DE AYUDA Y SERVICIO	Entendimiento interpersonal	<i>“El arte de escuchar y observar en las ventas”</i>	Mejorar el proceso de la comunicación para lograr una venta eficaz y satisfactoria.			x					
	Orientación al cliente	<i>“Como concentrarme en las necesidades del cliente”</i>	Contribuir en la construcción de un enfoque que opere en función al cliente.				x				
COMPETENCIAS DE INFLUENCIA	Construcción de relaciones	<i>“Cómo formar una red de contactos para la obtención de información”</i>	Crear oportunidades para incrementar las ventas y por ende la rentabilidad del área.				x				
COMPETENCIAS DE EFICACIA PERSONAL	Autocontrol	<i>“Cómo domino el estrés en una venta intensa”</i>	Fortalecer la capacidad de reconocer los propios sentimientos y los ajenos, la capacidad de motivarnos y de manejar bien las emociones, en nosotros mismos y en nuestras relaciones.					x			
	Confianza en sí mismo	<i>“Cómo lograr una imagen de confianza”</i>	Lograr romper esa barrera del miedo para mejorar el estilo de vida.					x			
COMPETENCIAS COGNOSCITIVAS	Pensamiento analítico	<i>“Cómo determinar las causas de cualquier situación que se presente dentro de mi centro de trabajo o en un proceso de venta”</i>	Lograr que los trabajadores determinen causas de situaciones tensas y no tensas y brinden posibles soluciones.					x			

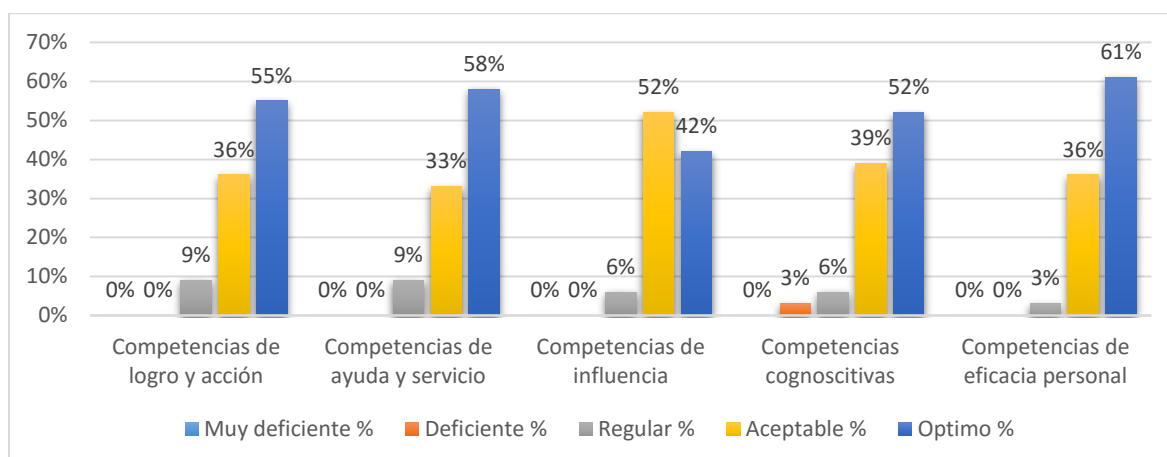
## RESULTADOS POST TEST

**Objetivo específico 3. Evaluar la situación actual de las competencias laborales de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo, después de la aplicación de un programa de capacitación.**

**Tabla 8:** Nivel de dimensiones de las Competencias Laborales de los colaboradores del Área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejos campus Chiclayo después de la aplicación del programa de capacitación.

Dimensiones	Muy deficiente		Deficiente		Regular		Aceptable		Optimo		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Competencias de logro y acción	0	0%	0	0%	3	9%	12	36%	18	55%	33	100%
Competencias de ayuda y servicio	0	0%	0	0%	3	9%	11	33%	19	58%	33	100%
Competencias de influencia	0	0%	0	0%	2	6%	17	52%	14	42%	33	100%
Competencias cognoscitivas	0	0%	1	3%	2	6%	13	39%	17	52%	33	100%
Competencias de eficacia personal	0	0%	0	0%	1	3%	12	36%	20	61%	33	100%

Fuente: Elaboración propia.



**Figura 3:** Nivel de dimensiones de las Competencias Laborales de los colaboradores del Área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejos campus Chiclayo.

En la tabla 8, el diagnóstico del nivel de las Competencias Laborales de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo con respecto a la dimensión competencia de logro y acción es óptimo en un 55%, es decir que gracias al programa de capacitación, los trabajadores ya tienen orientadas sus actividades hacia el logro de los objetivos organizaciones, aceptable en un 36% y regular en un 9%; es decir que gracias al programa de capacitación, los trabajadores ya tienen orientadas sus actividades hacia el logro de los objetivos organizaciones, también nos dice que el nivel de la dimensión de competencias de ayuda y servicio en un 58% es óptimo, aceptable en un 33% y regular en un 9%, quiere decir que después de

aplicado el programa, los trabajadores fortalecieron su capacidad de influir en los demás y la capacidad de saber escuchar. Asimismo, el nivel de la dimensión de competencias de influencia es aceptable en un 52%, óptimo en un 42% y regular en un 6%, quiere decir que los trabajadores fortalecieron su capacidad de convencimiento con buen argumentos ha sido fortalecida gracias al programa. Por otro lado, el nivel de la dimensión de competencias cognoscitivas es óptimo en un 52%, aceptable en un 39%, regular en un 6% y deficiente en un 3%, esto quiere decir que se fortaleció en los trabajadores la capacidad de analizar situaciones para aplicar conceptos y soluciones y finalmente en un 61% el nivel de la dimensión de competencias de eficacia personal es óptimo, aceptable en un 36% y regular en un 1% según se puede apreciar en el presente estudio, queriendo decir que los trabajadores fortalecieron la capacidad de hacerle frente a situaciones tensas con la respectiva madurez.

**Tabla 9:** Nivel de Competencia Laboral de los colaboradores del Área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejos campus Chiclayo.

Competencia Laboral	Post test	
	n	%
Optimo	16	48%
Aceptable	17	52%
Regular	0	0%
Deficiente	0	0%
Muy deficiente	0	0%

Fuente: Elaboración propia.

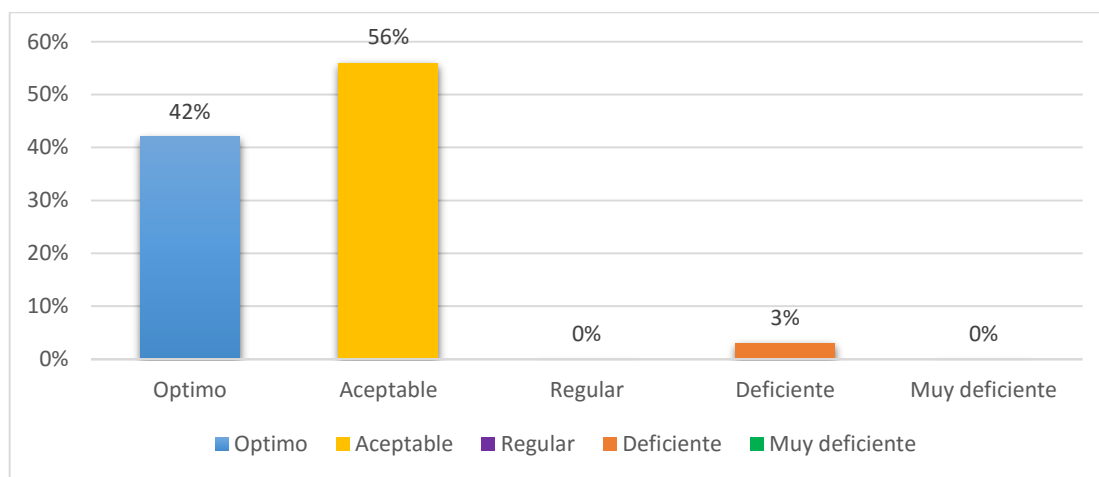


Figura 4: Nivel de Competencia Laboral de los colaboradores del Área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejos campus Chiclayo.

En la tabla 9, podemos observar que el nivel Competencia Laboral de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejos campus Chiclayo es aceptable en un 52% y óptimo en un 48%.

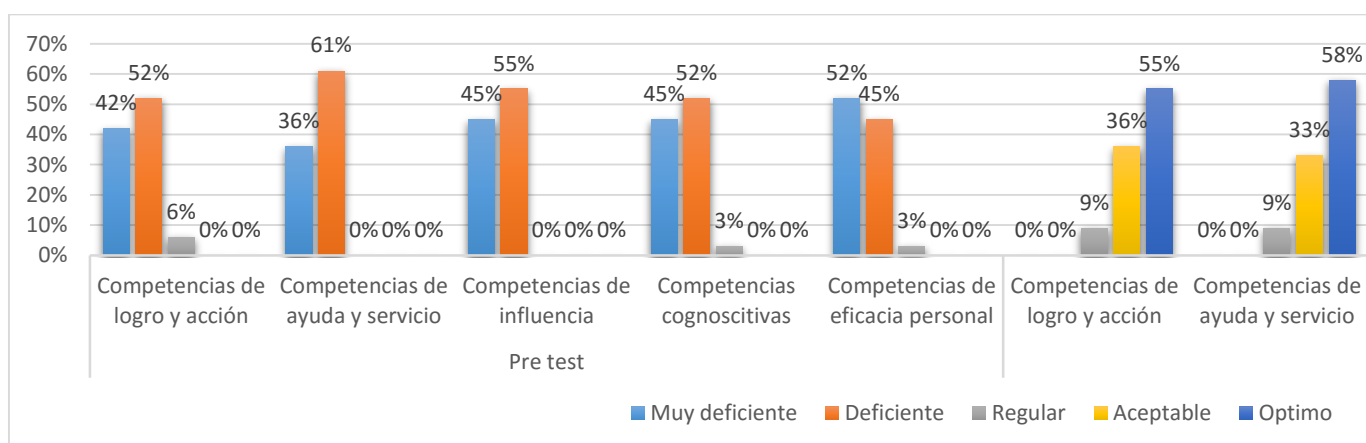
**Objetivo específico 4. Comparar la situación actual de las competencias laborales de los colaboradores de área de Marketing y Promoción de la**

## universidad Cesar Vallejos campus Chiclayo, antes y después de la aplicación de un programa de capacitación.

**Tabla 10:** Dimensión de la variable Competencia Laboral de los colaboradores del Área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejos campus Chiclayo, según Pre test – Post test.

Dimensiones	Pre test					
	Muy deficiente	Deficiente	Regular	Aceptable	Optimo	Muy deficiente
Competencias de logro y acción	42%	52%	6%	0%	0%	0%
Competencias de ayuda y servicio	36%	61%	0%	0%	0%	0%
Competencias de influencia	45%	55%	0%	0%	0%	0%
Competencias cognoscitivas	45%	52%	3%	0%	0%	0%
Competencias de eficacia personal	52%	45%	3%	0%	0%	0%

Fuente: Elaboración propia



**Figura 5:** Dimensión de la variable Competencia Laboral de los colaboradores del Área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejos campus Chiclayo, según Pre test – Post test.

En la tabla 10 podemos determinar que las competencias de logro y acción de los colaboradores, antes de aplicar el programa de capacitación, presentaban un nivel deficiente en un 52%. Asimismo, las competencias de ayuda y servicio, presentaban un nivel deficiente en un 61%. Por otro lado, las competencias de influencia, presentaban un nivel deficiente en un 55%. También nos dice que las competencias cognoscitivas, presentaban un nivel deficiente en un 52% y finalmente, las competencias de eficacia personal, presentaban un nivel muy deficiente en un 52%. Sin embargo, después de aplicar el programa de capacitación, se puede observar una mejora, pues el nivel de las competencias de logro y acción de los trabajadores se fortaleció de manera óptima en un 55%, el nivel de competencias de ayuda en servicio en un 58%, el nivel de competencias de influencia en un 42%, el nivel de competencias cognoscitivas en un 52% y finalmente el nivel de competencias de eficacia personal en un 61%.

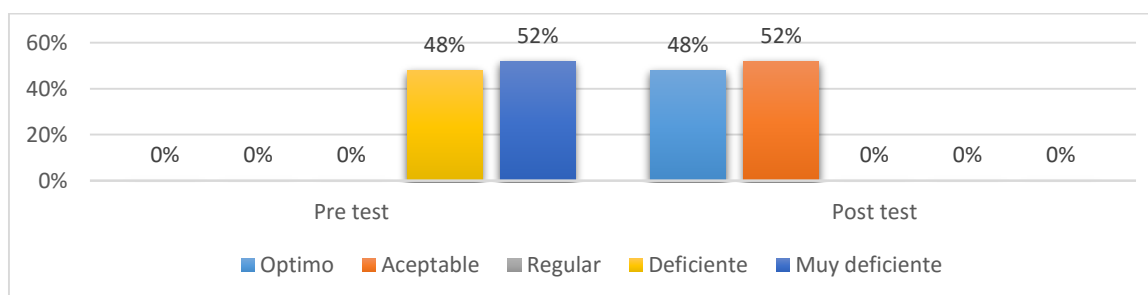
**Objetivo general.** Determinar si la implementación de un programa de capacitación fortalece las competencias laborales de los trabajadores del

## Área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo

**Tabla 11:** Comparación del nivel de la variable competencia laboral de los colaboradores del Área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo, entre pre test y post test.

Competencia Laboral	Pre test		Post test	
	n	%	n	%
Óptimo	0	0%	16	48%
Aceptable	0	0%	17	52%
Regular	0	0%	0	0%
Deficiente	16	48%	0	0%
Muy deficiente	17	52%	0	0%

Fuente: Elaboración propia.



**Figura 6:** Comparación del Nivel de la variable Competencia Laboral de los colaboradores del Área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejos campus Chiclayo, entre pre test y post test.

En la tabla 11, podemos observar que existe una gran mejoría con respecto al pre test y post test dado que las competencias laborales de los colaboradores del Área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejos campus Chiclayo se fortalecieron de una manera aceptable con un 52% y óptimo en un 48% después de haber aplicado el programa de capacitación.

#### IV. DISCUSIÓN

En un primer plano, podemos observar que el nivel de las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo es muy deficiente en un 52% y deficiente en un 48%, al igual que Carpio (2016) en su tesis *“Caracterización de la competencia laboral y competitividad en las MYPE, del sector servicio rubro Courier de la provincia de San Román, año 2015”* concluyó que “los trabajadores no cuentan con competencias laborales adquiridas y que solo la minoría cuenta con competencias laborales desarrolladas”. Pese a la problemática encontrada, se espera fortalecer de manera óptima las competencias laborales porque son capacidades efectivas para desarrollar con excelencia una tarea en el trabajo, según Alles (2008).

Después de encontrar aquella problemática, se propuso aplicar un programa de capacitación para fortalecer sus competencias laborales del mismo modo que Acevedo, Herazo, Jiménez y Martínez (2015) al concluir en su tesis que, “los colaboradores deben actualizar sus competencias para que tengan claridad de los diferentes aspectos en relación a su puesto de trabajo, estén pendientes de actualizar y de retroalimentar sus propios saberes con relación a las actividades laborales, conviertan los conocimientos en resultados destacados y tengan manejo y apropiación de los conocimientos requeridos para la elaboración de sus tareas”.

Por lo tanto, se llevó a cabo la aplicación del programa de capacitación, puesto que es un conjunto de actividades que genera beneficio a las empresas y personas ya que mejoran las habilidades y destrezas de estas y aumentan los conocimientos para reforzar competencias y facilitar el desarrollo de sus funciones satisfactoriamente, según Viera (2017).

Asimismo, se cumplió con el objetivo general planteado, al aplicar el programa de capacitación, pues, podemos observar que la implementación de este, fortaleció las competencias laborales de los trabajadores de una manera aceptable en un 52% y de una manera óptima en un 48% ya que el objetivo de estos programas de capacitación según Rodríguez (2014) es repotenciar al

cliente interno, no sólo desde una perspectiva de rendimiento, sino también desde una óptica de significación del trabajo y del desarrollo de las capacidades que cada persona posee.

Finalmente, se realizó la comparación respetando la clasificación según el autor Spencer y Spencer (como se citó en Alles 2008), acerca de las competencias labores, diciendo que estas se pueden clasificar en competencias de logro y acción, competencias de ayuda y servicio, competencias de influencia, competencias de eficacia personal y competencias cognoscitivas.



## V. CONCLUSIONES

- ✓ Se puede concluir que la situación actual de las competencias laborales de los trabajadores es que poseen un nivel muy deficiente en un 52% y deficiente en un 48%.
- ✓ Se aplicó un programa de capacitación para fortalecer las competencias laborales de los trabajadores del área, desarrollando talleres que puedan ser de gran ayuda para el buen desarrollo de funciones, utilizando de esta manera métodos para que los temas puedan ser entendibles.
- ✓ Podemos observar que el nivel de las competencias laborales de los colaboradores del área es aceptable en un 52% y óptimo en un 48%, después de la aplicación del programa de capacitación.
- ✓ Podemos determinar que los colaboradores del área, antes de la aplicación del programa, presenta un nivel deficiente con respecto a las competencias de logro y acción en un 52%, el 61% de ellos, en competencias de servicio y ayuda, el 55% en competencias de influencia, el 52% en competencias cognoscitivas y muy deficiente en competencias de eficacia personal con un 52%. Podemos observar también que después de aplicado el programa, se ve una mejoría en todos los aspectos evaluados de manera óptima en la dimensión de competencias de logro y acción con un 55%, en las competencias de servicio y ayuda en un 58%, en las competencias cognoscitivas en un 52% y en las competencias de eficacia personal con un 61%; y de manera aceptable con un 52% las dimensiones de competencia de influencia.
- ✓ Podemos observar que existe una gran mejoría con respecto a la comparación del pre test y post test, dado que las competencias laborales de los colaboradores se fortalecieron de una manera aceptable con un 52% y óptima en un 48% después de haber aplicado el programa de capacitación.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Se recomienda al área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo aplicar un programa de capacitación desarrollando temas que enriquezcan los conocimientos, habilidades y destrezas, debido a que estas características fortalecen las competencias laborales.

Se recomienda al encargado del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo, realizar cada cierto tiempo una evaluación de necesidades de capacitación, reconociendo actitudes y labores de sus colaboradores, con la finalidad de presenciar en qué necesitan ser capacitados y quiénes necesitan la capacitación.

Se recomienda al área de Recursos Humanos realizar también capacitaciones basadas en el desarrollo de competencias laborales, con la finalidad de insertar en sus trabajadores,

habilidades de liderazgo, trabajo en equipo, compromiso organizacional, interacción con los demás, capacidad de convencimiento, etc. para enaltecer el desempeño laboral.

Se recomienda a los trabajadores, potenciar por cuenta propia, su desarrollo personal en base a competencias que optimicen su desempeño laboral, con el propósito de cumplir las metas establecidas por la organización e identificarse con la misma.

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Alles, M. (2008). Dirección estratégica de recursos humanos: gestión por competencias. Buenos Aires: Granica. 2da Ed.

Álvarez, S. (2016). La falta de capacitación, el financiamiento y la burocracia frena a las MIPYMES. Recuperado de <http://expansion.mx/emprendedores/2016/07/13/la-falta-de-capacitacion-el-financiamiento-y-la-burocracia-frena-a-las-mipymes>

Acevedo, A. Herazo, P. Jiménez, M. y Martínez, E. (2017). *Diseño de un plan de capacitación para la cooperativa ASOBANARCOP, a partir de la evaluación de desempeño por competencias* (Tesis de maestría). Recuperado de <file:///C:/Users/YEYMI/Downloads/Documents/43204379.pdf>

Aguilar, J. M. y Marlo, O. G. (2016). *Plan de capacitación para mejorar el desempeño laboral de los trabajadores del Hospital regional Lambayeque 2015* (Tesis de pregrado). Recuperado de [http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/3100/5/Aguilar\\_Zapana\\_Juan\\_a.pdf](http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/3100/5/Aguilar_Zapana_Juan_a.pdf)

Carpio, D. (2016). *Caracterización de la competencia laboral y competitividad en las MYPE, del sector servicio rubro Courier de la provincia de San Román, año 2015* (Tesis de pregrado). Recuperado de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/576/CARPIO\\_VALDEZ\\_DELIA\\_COMPETENCIA\\_LABORAL\\_COMPETITIVIDAD.pdf?sequence=1](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/576/CARPIO_VALDEZ_DELIA_COMPETENCIA_LABORAL_COMPETITIVIDAD.pdf?sequence=1)

Chiavenato, I. (2013). *Gestión del Talento Humano*. Recuperado de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Gesti%C3%B3n-del-Talento-Humano-Chiavenato-3a-Ed%20(1).pdf

Díaz, D. M. y Delgado, M. (2014). *Competencias gerenciales para los directivos de las instituciones educativas de Chiclayo: una propuesta desde la socioformación (Tesis de pregrado)*. Recuperado de [http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/563/1/TM\\_DiazCastilloDoris\\_DelgadoLeyvaMiguel.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/563/1/TM_DiazCastilloDoris_DelgadoLeyvaMiguel.pdf)

Duarte, I. (2017). *Empresas pagan alto costo por rotación de personal*. Recuperado de <http://www.elnuevodiario.com.ni/economia/427284-empresas-pagan-alto-costo-rotacion-personal/>

El comercio (2017). *La capacitación debe ser una prioridad entre quienes trabajan en recursos humanos. El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/publiirreportaje/capacitacion-debe-prioridad-quienes-recursos-humanos-noticia-457290>

Guerrero, J. (2015). Programa de Capacitación en Inteligencia Emocional con Técnicas Cognitivo-conductuales para los Directivos de Educación. Tesis Doctoral. Mérida: Venezuela.

Herrera, E. C. (2015). *Competencias laborales en los colaboradores del departamento de ventas de Bimbo Centroamérica, agencia Huehuetenango (Tesis de maestría)*. Recuperado de file:///C:/Users/YEYMI/Downloads/Documents/Herrera-Andrea.pdf

La Republica (2016). *En el Perú hay una evidente escasez de talento. La Republica*. Recuperado de <http://larepublica.pe/economia/805658-en-el-peru-hay-una-evidente-escasez-de-talento>

Lira, J. (2015). El 87% de empresas considera que la falta de compromiso laboral es su principal problema. *Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/empleo-management/87-empresas-considera-que-falta-compromiso-laboral-su-principal-problema-2149055>

Pérez, O. (2016). Principales razones de rotación de personal en tu empresa. [Blog Peoplenext](http://blog.peoplenext.com.mx/principales-razones-de-rotacion-de-personal-en-tu-empresa). Recuperado de <http://blog.peoplenext.com.mx/principales-razones-de-rotacion-de-personal-en-tu-empresa>

Rodríguez, N. A. (2014). *Capacitación por competencias y desempeño laboral en una empresa de Lima Metropolitana (Tesis de pregrado)*. Recuperado de <http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/2270/C20-R67-T.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sampieri, C. y. L. (2006). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGRAWHILL.

Snell, S. y Bohlander, G. (2013). *Administración de recursos humanos*. México: Cengage Learning Editores. 16a Ed.

Urías, P. B. (2013). *Diseño de un programa de capacitación para una empresa de giro restaurantero (Tesis de maestría)*. Recuperado de [file:///C:/Users/YEYMI/Downloads/Documents/717\\_urias\\_priscila.pdf](file:///C:/Users/YEYMI/Downloads/Documents/717_urias_priscila.pdf)

Vergara, G. R. (2015). *Propuesta metodológica de indicadores del impacto de la capacitación en programas formativos por competencias en una organización de servicios (Tesis de maestría)*.

<http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/1663/C20-V4-T.pdf?sequence=5>

Viera, J. G. (2017). *Caracterización de la capacitación y rentabilidad en las MYPE comercializadoras de arroz - Las Lomas (Tesis de pregrado)*.

Recuperado de

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1057/COMPETITIVIDAD\\_RENTABILIDAD\\_CASTILLO\\_OROZCO\\_LEVIN.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1057/COMPETITIVIDAD_RENTABILIDAD_CASTILLO_OROZCO_LEVIN.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Vizarraga, R. (2017). Un trabajador motivado es clave en la organización. *El peruano*. Recuperado de <http://www.elperuano.pe/noticia-un-trabajador-motivado-es-clave-la-organizacion-56585.aspx>

[Weaver](#), A. (2017). ¿Trabajadores poco cualificados o empresas confundidas?

*América Latina*. Recuperado de

<http://www.cioal.com/2017/09/01/trabajadores-ti-poco-cualificados-o-empresas-confundidas/>

## **VIII. PROPUESTA**

### **PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA FORTALECER LAS COMPETENCIAS LABORALES DE LOS TRABAJADORES DEL ÁREA DE MARKETING Y PROMOCIÓN DE LA UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO CAMPUS CHICLAYO**

#### **I. PRESENTACIÓN**

En el marco de los lineamientos y las estrategias generales y específicas de la Universidad, se encuentra establecida en el Plan Operativo Institucional, la capacitación del personal administrativo y/o docente, a través de las diversas áreas que la fomenten y desarrollen la participación activa de los involucrados, como, por ejemplo, la oportunidad de una investigación de tesis de tipo aplicada de la Universidad, de su facultad y escuela de Administración. Es por ello que, dentro de la tesis a aplicar, se presenta el Programa de Capacitación para los trabajadores del área de marketing y promoción con el objetivo de fortalecer sus competencias laborales.

Cabe señalar que, durante estos meses se trabajó en un diagnóstico, tanto en las variables de competencias laborales como en la capacitación, para instaurar una propuesta de capacitación sobre la base de competencias, lo cual implicó generar un modelo basado tanto en la visión, misión y objetivos estratégicos de la Universidad, como en las características particulares de cada colaborador y su función en el área que pertenece.

Se desarrollará un trabajo con recursos compartidos (propios e institucionales), cuyos productos obtenidos han sido el insumo para la programación de los temas a tratar.

En primer lugar, se presenta una lista de cotejo para verificar los procedimientos de capacitación de la Universidad; posterior a ello, una serie de estrategias, según lo diagnosticado gracias a la situación actual de las competencias laborales de los trabajadores del área de marketing y promoción.

El Programa de Capacitación incluye a los trabajadores del área de marketing y promoción de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo, quienes integran la organización, agrupados de acuerdo a las funciones y con temas puntuales, algunos de ellos recogidos de la sugerencia de los propios trabajadores, identificados en el diagnóstico de la investigación de tesis.

Estamos seguros que las actividades de Capacitación programadas en el presente cumplirán con los objetivos establecidos en el Plan Operativo Institucional 2017.

## **II. ACTIVIDADES DE LA EMPRESA**

La Universidad César Vallejo Campus Chiclayo, es una entidad privada, dedicada a la formación y educación universitaria, ofreciendo diversas carreras profesionales, divididas en tres propuestas educativas; como: Pregrado, la cual cuenta con las carreras de Administración, Contabilidad, Derecho, Educación Inicial, Educación Primaria; Ingeniería Ambiental, Ingeniería Civil, Ingeniería Empresarial, Ingeniería de Mecánica y Eléctrica, Ingeniería de Minas, Marketing y Dirección de Empresas, Negocios Internacionales, Psicología y Traducción e Interpretación; Postgrado, donde encontramos una diversidad de maestrías, doctorados, diplomados y cursos de especializaciones y; finalmente el Programa de Formación para Adultos (SUBE) que, también, cuenta con las carreras de Administración, Contabilidad, Derecho, Ingeniería Civil, Ingeniería Industrial, Ingeniería de Sistemas e Ingeniería de Mecánica y Eléctrica.

## **III. JUSTIFICACIÓN**

En las organizaciones modernas, el recurso más importante son los trabajadores que están involucrados y/o comprometidos en las diversas funciones y acciones laborales. Esto es vital para una organización como la Universidad César Vallejo, en donde la conducta y rendimiento de los trabajadores influye directamente en la calidad y la optimización del servicio que brindan, que es la educación superior universitaria.

Un trabajador motivado en un entorno agradable y trabajando en equipo, son los pilares fundamentales en los que las organizaciones exitosas sustentan sus



logros. Estos aspectos toman una gran importancia para alcanzar elevados niveles de competitividad.

En nuestro país y especialmente en nuestra ciudad de Chiclayo, estos factores, son aún incipientes, en la mayoría de organizaciones; puesto que, no tienen una visión clara y objetiva de lo que significa cultivar el trabajo de la motivación y trabajar en el desarrollo de las competencias laborales.

Es por ello que esta investigación conduce automáticamente a enfocar inevitablemente el tema de la capacitación como uno de los elementos fundamentales para mantener, modificar o cambiar las actitudes y los comportamientos de las personas dentro de las organizaciones.

En tal sentido se plantea el presente Programa de Capacitación en el área de marketing y promoción de la Universidad César Vallejo Campus Chiclayo.

#### **IV. ALCANCE**

El presente plan de capacitación es de aplicación para todos los trabajadores que pertenecen al área de marketing y promoción de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo.

#### **V. METAS**

Capacitar al 100% de los trabajadores del área de marketing y promoción de la Universidad César Vallejo Campus Chiclayo.

#### **VI. INDICADORES DE GESTIÓN**

##### **Indicadores:**

1. Porcentaje de colaboradores capacitados.
2. Promedio de horas de capacitación por funcionario: meta 10 horas.

### Cuadro de personal:

<b>CARGO</b>	<b>ÁREA</b>	<b># DE COLABORADORES</b>
JEFES	MARKETING Y PROMOCIÓN	1
	ADMISIÓN	1
COORDINADORES	PROMOCIÓN	1
ASESORES EDUCATIVOS	PREGRADO	10
	POSTGRADO	5
	FORMACION PARA ADULTOS	5
TELEMARKETING	OPERADORES	5
ATENCIÓN AL CLIENTE	ASESORES	5
<b>TOTAL</b>		<b>33</b>

### VII. FINES

- Mejorar la relación entre los colaboradores y clientes, con ello, asegurar la calidad en el servicio del área de marketing y promoción de la Universidad César Vallejo Campus Chiclayo.
- Generar conductas positivas y mejoras en los objetivos y metas de trabajo (productividad), del área de marketing y promoción de la Universidad César Vallejo Campus Chiclayo.
- Mantener al colaborador actualizado con las diversas técnicas, habilidades y conocimientos, del área de marketing y promoción de la Universidad César Vallejo Campus Chiclayo.

### VIII. OBJETIVOS

#### OBJETIVO GENERAL

Fortalecer las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción para la ejecución eficiente de sus responsabilidades que asuman en sus puestos.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Mejorar la actitud de los trabajadores que ayude a fortalecer los conocimientos para una venta futura y así poder lograr metas o resultados específicos.
- Mejorar la creación de oportunidades con una comunicación fluida para incrementar las ventas y la rentabilidad del área.
- Contribuir en la concentración de los trabajadores para que detecten las necesidades de los clientes.
- Mejorar la capacidad del manejo de sentimientos y emociones, rompiendo barreras del miedo.
- Lograr la identificación de los trabajadores con el área en donde laboran.

## **IX. ESTRATEGIAS**

- Implementar y regular mecanismos de difusión interna para informar a los trabajadores sobre las acciones de capacitación.
- Evaluar las necesidades de capacitación de los trabajadores.
- Diseñar los talleres para el programa de capacitación.
- Desarrollar el programa de capacitación.

## **X. ACCIONES A DESARROLLAR**

**1era ESTRATEGIA:** Implementar y regular mecanismos de difusión interna para informar a los trabajadores sobre las acciones de capacitación.

### **Acción:**

Enviar un correo a la jefa del área de Marketing y Promoción y a la Coordinadora del área de Promoción para que les comunique a los trabajadores las fechas y horarios pactados para el desarrollo de las capacitaciones, además de facilitarles el permiso para que puedan asistir a todas las sesiones programadas.

**2da ESTRATEGIA:** Evaluar las necesidades de capacitación de los trabajadores.

### **Acción:**

Evaluar los resultados del cuestionario aplicado a los trabajadores para determinar la situación actual de sus competencias laborales.

**ESTRATEGIA 3:** Diseñar los talleres de capacitación.

**Acción:**

Diseñar los temas según los resultados del cuestionario aplicado a los trabajadores. Los temas son los siguientes:

**COMPETENCIAS DE LOGRO Y ACCIÓN:**

TALLER 1: Orientación al logro					
TEMA	OBJETIVO	DURACION	MATERIALES	LUGAR Y FECHA	RESPONSABLE
<b>“Los desafíos actuales para lograr mis metas y objetivos de venta”</b>	Mejorar la actitud y esfuerzo aplicado en la ejecución de las actividades de venta dirigido a lograr metas o resultados específicos.	1 h 15 min	-Proyector -Plumones acrílicos -Mota -Separatas -Diapositivas	-Aula del edificio principal de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo  -02 de octubre del 2017	María Graciela Sánchez Benavides
TALLER 2: Búsqueda de información					
TEMA	OBJETIVO	DURACION	MATERIALES	LUGAR Y FECHA	RESPONSABLE
<b>“La información, una oportunidad potencial en las ventas”</b>	Fortalecer los conocimientos relevantes para una venta futura.	45 min	-Proyector -Plumones acrílicos -Mota -Separatas -Diapositivas	-Aula del edificio principal de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo  -03 de octubre del 2017	María Graciela Sánchez Benavides

**COMPETENCIAS DE AYUDA Y SERVICIO:**

TALLER 3: Entendimiento interpersonal					
TEMA	OBJETIVO	DURACION	MATERIALES	LUGAR Y FECHA	RESPONSABLE
<b>“El arte de escuchar y observar en las ventas”</b>	Mejorar el proceso de la comunicación para lograr una venta eficaz y satisfactoria.	45 min	-Proyector -Plumones acrílicos -Mota -Separatas -Diapositivas	-Aula del edificio principal de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo  -03 de octubre del 2017	María Graciela Sánchez Benavides
TALLER 4: Orientación al cliente					
TEMA	OBJETIVO	DURACION	MATERIALES	LUGAR Y FECHA	RESPONSABLE

<b>“Como concentrarme en las necesidades del cliente”</b>	Contribuir en la construcción de un enfoque que opere en función al cliente.	45 min	-Proyector -Plumones acrílicos -Mota -Separatas -Diapositivas	-Aula del edificio principal de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo  -04 de octubre del 2017	María Graciela Sánchez Benavides
---	--	--------	---	---	----------------------------------

### COMPETENCIAS DE INFLUENCIA:

TALLER 5: Construcción de relaciones					
TEMA	OBJETIVO	DURACION	MATERIALES	LUGAR Y FECHA	RESPONSABLE
<b>“Cómo formar una red de contactos para la obtención de información”</b>	Crear oportunidades para incrementar las ventas y por ende la rentabilidad del área.	45 min	-Proyector -Plumones acrílicos -Mota -Separatas -Diapositivas	-Aula del edificio principal de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo  -04 de octubre del 2017	María Graciela Sánchez Benavides

### COMPETENCIAS DE EFICACIA PERSONAL:

TALLER 6: Autocontrol					
TEMA	OBJETIVO	DURACION	MATERIALES	LUGAR Y FECHA	RESPONSABLE
<b>“Cómo domino el estrés en una venta intensa”</b>	Fortalecer la capacidad de reconocer los propios sentimientos y los ajenos, la capacidad de motivarnos y de manejar bien las emociones, en nosotros mismos y en nuestras relaciones.	45 min	-Proyector -Plumones acrílicos -Mota -Separatas -Diapositivas	-Aula del edificio principal de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo  -05 de octubre del 2017	María Graciela Sánchez Benavides

TALLER 7: Confianza en sí mismo					
TEMA	OBJETIVO	DURACION	MATERIALES	LUGAR Y FECHA	RESPONSABLE
<b>“Cómo lograr una imagen de confianza”</b>	Lograr romper esa barrera del miedo para mejorar el estilo de vida.	45 min	-Proyector -Plumones acrílicos -Mota -Separatas -Diapositivas	-Aula del edificio principal de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo  -05 de octubre del 2017	María Graciela Sánchez Benavides

## COMPETENCIAS COGNOSCITIVAS:

TALLER 8: Pensamiento analítico					
TEMA	OBJETIVO	DURACION	MATERIALES	LUGAR Y FECHA	RESPONSABLE
<b>“Cómo determinar las causas de cualquier situación que se presente dentro de mi centro de trabajo o en un proceso de venta”</b>	Lograr que los trabajadores determinen causas de situaciones tensas y no tensas y brinden posibles soluciones.	1 hora	-Proyector -Plumones acrílicos -Mota -Separatas -Diapositivas	-Aula del edificio principal de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo  -06 de octubre del 2017	María Graciela Sánchez Benavides

## XI. FINANCIAMIENTO

El programa de capacitación será financiado por la tesista.

La Universidad asumirá y/o prestará sus ambientes y equipos para la realización de las capacitaciones.

## XII. PRESUPUESTO

DESCRIPCIÓN	C.U (S/.)	CANTIDAD	TOTAL
Materiales	10.00	35	<b>350.00</b>
Ambientes y equipos	0.00	0	<b>0.00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>350.00</b>

### XIII. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

**Estrategia 1:** Implementar y regular mecanismos de difusión interna para informar a los trabajadores sobre las acciones de capacitación.

<b>CORREO: COMUNICAR SOBRE EL DESARROLLO DE LA CAPACITACION, FECHAS Y PONENTE</b>			
<b>PARA</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>FECHA</b>	<b>RESPONSABLE</b>
-Lic. Ana Karina Cardoso Aurazo (jefa del área de Marketing y Promoción)	Informar acerca de las sesiones de capacitación, fecha y lugar a la jefa del área para que ella les comunique a los trabajadores y puedan asistir sin ningún problema.	22 de setiembre del 2017	María Graciela Sánchez Benavides

**Estrategia 2: Desarrollar los talleres de la capacitación.**

COMPETENCIAS	TALLER	TEMA	OBJETIVO	LUGAR	DIAS					MATERIALES	RESPONSABLE
					1	2	3	4	5		
COMPETENCIAS DE LOGRO Y ACCIÓN	Orientación al logro	<i>“Los desafíos actuales para lograr mis metas y objetivos de venta”</i>	Mejorar la actitud y esfuerzo aplicado en la ejecución de las actividades de venta dirigido a lograr metas o resultados específicos.	-Aula del edificio principal de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo  -02 de octubre del 2017	x					-Proyector -Plumones acrílicos -Mota -Separatas -Diapositivas	María Graciela Sánchez Benavides
	Búsqueda de información	<i>“La información, una oportunidad potencial en las ventas”</i>	Fortalecer los conocimientos relevantes para una venta futura.			X					
COMPETENCIAS DE AYUDA Y SERVICIO	Entendimiento interpersonal	<i>“El arte de escuchar y observar en las ventas”</i>	Mejorar el proceso de la comunicación para lograr una venta eficaz y satisfactoria.			x					
	Orientación al cliente	<i>“Como concentrarme en las necesidades del cliente”</i>	Contribuir en la construcción de un enfoque que opere en función al cliente.				X				
COMPETENCIAS DE INFLUENCIA	Construcción de relaciones	<i>“Cómo formar una red de contactos para la obtención de información”</i>	Crear oportunidades para incrementar las ventas y por ende la rentabilidad del área.				x				
COMPETENCIAS DE EFICACIA PERSONAL	Autocontrol	<i>“Cómo domino el estrés en una venta intensa”</i>	Fortalecer la capacidad de reconocer los propios sentimientos y los ajenos, la capacidad de motivarnos y de manejar bien las emociones, en nosotros mismos y en nuestras relaciones.					X			
	Confianza en sí mismo	<i>“Cómo lograr una imagen de confianza”</i>	Lograr romper esa barrera del miedo para mejorar el estilo de vida.					x			
COMPETENCIAS COGNOSCITIVAS	Pensamiento analítico	<i>“Cómo determinar las causas de cualquier situación que se presente dentro de mi centro de trabajo o en un proceso de venta”</i>	Lograr que los trabajadores determinen causas de situaciones tensas y no tensas y brinden posibles soluciones.					x			



## ANEXOS

### Anexo 1: Instrumento

**Cuestionario para analizar las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo.**

1 = Nunca; 2 = Casi nunca; 3 = A veces; 4 = Casi Siempre; 5= Siempre

Dimensión	PREGUNTA	1	2	3	4	5
<b>Competencias de logro y acción.</b>	Me planteo metas desafiantes en beneficio propio y la empresa.					
	Cumplo con los objetivos (cuotas) de venta establecidos.					
	Reviso y aseguro constantemente los procesos e información de mis funciones.					
	Me esfuerzo para conseguir información adicional.					
	Busco oportunidades potenciales que pueda ser de utilidad en el futuro.					
<b>Competencias de ayuda y servicio.</b>	Percibo el humor o los sentimientos de los demás.					
	Utilizo el entendimiento logrado mediante la escucha y la observación para predecir y prepararme para las reacciones de los demás.					
	Entiendo las actitudes, intereses, necesidades y perspectivas de los demás.					
	Me concentro en las necesidades del cliente.					
	¿Ayuda usted a sus colaboradores, tanto directos como indirectos?					
<b>Competencia de influencia.</b>	Expreso o retengo información para tener efectos específicos.					
	Utilizo las destrezas de procesos de grupo para dirigir a un grupo.					
	Formo redes o establezco relaciones amistosas con mucha gente que algún día podrían ser consultados para obtener información o cualquier otra ayuda.					
	Entiendo las estructuras informales de la organización (identifico a los actores clave influenciadores de decisiones).					
	¿Determina usted los resultados o metas a alcanzar en su unidad de trabajo?					
<b>Competencias cognoscitivas.</b>	Reconozco varias causas probables y/o consecuencias de las acciones.					
	Uso varias técnicas analíticas para identificar y priorizar varias soluciones.					
	Aplico y modifico apropiadamente conceptos o métodos complejos ya aprendidos.					
	Actúo para mantener destrezas y conocimientos vigentes.					
	¿Alguna vez ha participado usted en algún proyecto estratégico para su organización?					
<b>Competencias de eficacia personal.</b>	Permanezco calmado en situaciones estresantes.					
	Encuentro salidas para combatir el estrés.					
	Me presento de una forma impresionante.					
	Alineo mis propias actividades y prioridades y coopero para alcanzar objetivos organizacionales más grandes.					
	Me adapto fácilmente a cambios en el trabajo.					

### Anexo 2: Validación de los instrumentos

- Luis Miguel Gonzáles (Experto en el tema)

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS**

**1. INFORMACIÓN DEL EXPERTO:**

- 1.1 Nombre y Apellido : *Don Miguel Gonzalo Zorpena*
- 1.2 Profesión : Docente Universitario
- 1.3 Grados académico : Magister en *Administración (HRA)*
- 1.4 Título Profesional : Licenciado en *Administración*
- 1.5 Institución donde trabaja : *UEV*
- 1.6 Cargo que desempeña : *DTP*
- 1.7 Teléfono : *932540003*
- 1.8 Correo Electrónico : *lgonzalo.zorpena@uev.edu.pe*
- 1.9 Nombre del Investigador :

**3. VALORACIONES A LOS INSTRUMENTOS:**

**3.1. Pertinencia de las preguntas o ítems con los objetivos de la investigación:**

Instrumento	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente (1)	Observaciones
Cuestionario para medir las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo.	✓			

**3.2. De los ítems con la(s) Variable(s):**

Instrumento	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente (1)	Observaciones
Cuestionario para medir las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo.	✓			

**3.3. Pertinencia de los ítems con las dimensiones:**

Instrumento	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente (1)	Observaciones
Cuestionario para medir las competencias laborales de los trabajadores del área de	✓			

Marketing y Promoción de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo.				
--	--	--	--	--

**3.4. Pertinencia de los ítems con los Indicadores:**

Instrumento	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente (1)	Observaciones
Cuestionario para medir las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo.	✓			

**3.5. Redacción de ítems:**

Instrumento	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente (1)	Observaciones
Cuestionario para medir las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo.	✓			

**4. CONCLUSIONES:**

---



---



---



---

Lambayeque.....



MBA. Lic. Adm. Luis Miguel  
Gonzales Zapán  
ASESOR

Mag.

- Roxana Paredes López (Estadista)

## FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

### 1. INFORMACIÓN DEL EXPERTO:

- 1.1 Nombre y Apellido : *Parades Lopez Lilian Roxana*  
 1.2 Profesión : *Docente Universitario*  
 1.3 Grados académicos : *Magister en*  
 1.4 Título Profesional : *Licenciado en Estadística*  
 1.5 Institución donde trabaja : *UCV - Chiclayo*  
 1.6 Cargo que desempeña : *Docente*  
 1.7 Teléfono : *988615005*  
 1.8 Correo Electrónico : *roxanaparedeslopez@hotmail.com*  
 1.9 Nombre del Investigador : *Graciela Sánchez Benaúdes*

### 3. VALORACIONES A LOS INSTRUMENTOS:

#### 3.1. Pertinencia de las preguntas o ítems con los objetivos de la investigación:

Instrumento	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente (1)	Observaciones
Cuestionario para medir las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo.	✓			

#### 3.2. De los ítems con la(s) Variable(s):

Instrumento	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente (1)	Observaciones
Cuestionario para medir las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo.	✓			

#### 3.3. Pertinencia de los ítems con las dimensiones:

Instrumento	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente (1)	Observaciones
Cuestionario para medir las competencias laborales de los trabajadores del área de	✓			

Marketing y Promoción de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo.				
--	--	--	--	--

**3.4. Pertinencia de los ítems con los Indicadores:**

Instrumento	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente (1)	Observaciones
Cuestionario para medir las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo.	✓			

**3.5. Redacción de ítems:**

Instrumento	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente (1)	Observaciones
Cuestionario para medir las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo.	✓			

**4. CONCLUSIONES:**

---



---



---



---



---

Lambayeque,.....

  
 \_\_\_\_\_  
 Mgtr./ Dr. Lilian Roxana Paredes López  
 Firma y sello del experto

Lic. Lilian Roxana Paredes López  
 COESPE N° 394  
 COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

- Rosa Mejía Chumán (Metodóloga)

## FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

### 1. INFORMACIÓN DEL EXPERTO:

- 1.1 Nombre y Apellido : ROSA MARIA MEJIA CHUMAN  
 1.2 Profesión : Docente Universitario  
 1.3 Grados académicos : Magister en  
 1.4 Título Profesional : Licenciado en EDUCACIÓN Y ABOGADA  
 1.5 Institución donde trabaja : UCV - Chiclayo  
 1.6 Cargo que desempeña : Docente  
 1.7 Teléfono : 945 977773  
 1.8 Correo Electrónico : rmejia.ch14@hotmail.com  
 1.9 Nombre del Investigador : Graciela Sánchez Benavides

### 3. VALORACIONES A LOS INSTRUMENTOS:

#### 3.1. Pertinencia de las preguntas o ítems con los objetivos de la investigación:

Instrumento	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente (1)	Observaciones
Cuestionario para medir las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo.	✓			

#### 3.2. De los ítems con la(s) Variable(s):

Instrumento	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente (1)	Observaciones
Cuestionario para medir las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo.	✓			

#### 3.3. Pertinencia de los ítems con las dimensiones:

Instrumento	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente (1)	Observaciones
Cuestionario para medir las competencias laborales de los trabajadores del área de	✓			

Marketing y Promoción de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo.				
--	--	--	--	--

**3.4. Pertinencia de los ítems con los Indicadores:**

Instrumento	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente (1)	Observaciones
Cuestionario para medir las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo.	✓			

**3.5. Redacción de ítems:**

Instrumento	Suficiente (3)	Medianamente suficiente (2)	Insuficiente (1)	Observaciones
Cuestionario para medir las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo.	✓			

**4. CONCLUSIONES:**

*Su satisfacción*

---



---



---

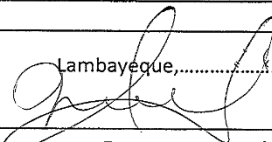


---



---

Lambayeque,.....



Mag.

**DRA. ROSA MARÍA MEJÍA CHUMÁN**  
**DOCENTE TP UCV.**  
**METODÓLOGA**

### Anexo 3: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	TIPO DE INVESTIGACION	POBLACION	TECNICAS	METODOS DE ANALISIS DE DATOS
¿De qué manera la implementación de un programa de	<b>GENERAL</b> Determinar si la implementación de un programa de capacitación fortalece las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo. <b>ESPECÍFICOS</b>	Por la naturaleza de la investigación no	<b>DEPENDIENTE</b>  Competencias laborales  <b>INDEPENDIENTE</b>	Aplicativa	33	- Encuesta	Para el procesamiento de la información tras aplicados
				<b>DISEÑO</b>	<b>MUESTRA</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>	



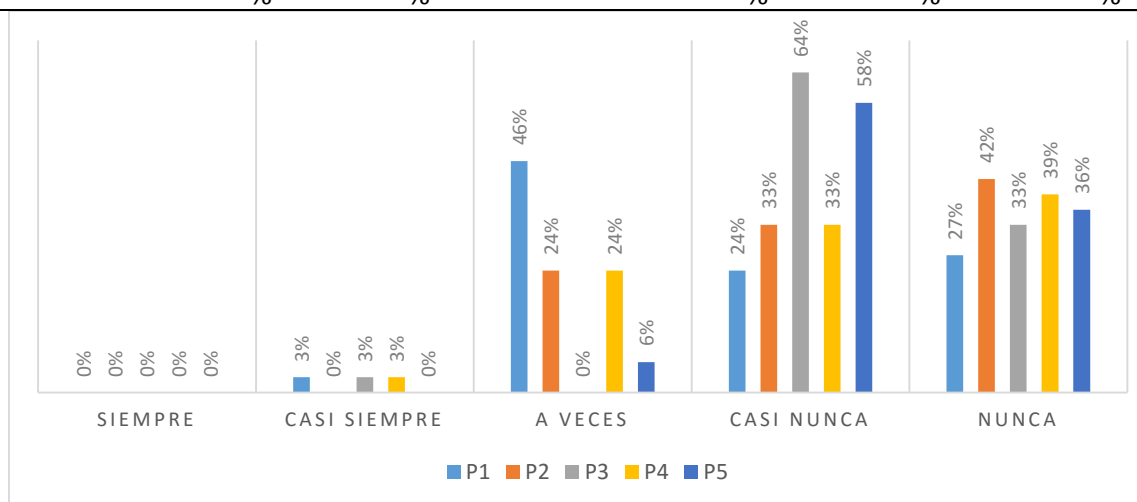
<p>capacitación fortalece las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnosticar la situación actual de las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo.</li> <li>• Diseñar e implementar un programa de capacitación para fortalecer las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo.</li> <li>• Evaluar la situación actual de las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo, después de la aplicación del programa de capacitación.</li> <li>• Comparar la situación actual de las competencias laborales de los trabajadores del área de Marketing y Promoción de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo, antes y después de la aplicación del programa de capacitación.</li> </ul>	<p>corresponde</p>	<p>Programa de capacitación</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin-bottom: 10px;"> <p><b>G: O1-X-02</b></p> </div> <p><b>Dónde:</b></p> <p><b>G:</b> Muestra a trabajar</p> <p>O1: Competencias laborales, pre test</p> <p>X: Programa de capacitación</p> <p>O2: Competencias laborales, post test</p>	<p>33</p>	<p>-Cuestionario</p>	<p>los instrumentos, se utilizará el programa SPSS22 y Excel para ordenar, tabular y presentar los datos en cuadros, gráficos, que apoyen su descripción, interpretación y análisis.</p>
---	---	--------------------	---------------------------------	--	-----------	----------------------	--

**Anexo 4: Cuadros estadísticos de las preguntas por dimensión.**  
**Tabla 1**

*Preguntas de la Dimensión Competencia de logro y acción de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.*

*Fuente: Elaboración propia.*

Ítems	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total	
	n	%	n	%	N	%	n	%	n	%	n	%
P1	0	0%	1	3%	15	46%	8	24%	9	27%	33	100%
P2	0	0%	0	0%	8	24%	11	33%	14	42%	33	100%
P3	0	0%	1	3%	0	0%	21	64%	11	33%	33	100%
P4	0	0%	1	3%	8	24%	11	33%	13	39%	33	100%
P5	0	0%	0	0%	2	6%	19	58%	12	36%	33	100%



*Figura 1. Preguntas de la Dimensión Competencia de logro y acción de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.*

En la tabla 1, podemos observar que el 27% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo nunca formula metas desafiantes en beneficio propio ni de la empresa, el 24% casi nunca y el 46% a veces. El 42% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo nunca cumple sus metas establecidos, el 33% casi nunca y el 24% a veces. El 33% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo nunca revisa constantemente el proceso de sus funciones y el 64% casi nunca. El 39% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo nunca se esfuerza por conseguir información adicional, el 33% casi nunca y el 24% a veces. El 36% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo nunca busca oportunidades que puedan ser útil para el futuro, el 58% casi nunca y el 6% a veces.

**Tabla 2**

*Estadísticas de la Dimensión Competencia de logro y acción de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.*

Valores	P1	P2	P3	P4	P5
$\bar{x}$	2.24	1.82	1.73	1.91	1.70
$\sigma$	.902	.808	.626	.879	.585
<i>cv</i>	0.40	0.44	0.36	0.46	0.35

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 3**

*Preguntas de la Dimensión Competencia de ayuda y servicio de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.*

Ítems	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
P6	0	0%	0	0%	10	30%	9	27%	14	42%	33	100%
P7	0	0%	0	0%	2	6%	9	27%	22	67%	33	100%
P8	0	0%	0	0%	8	24%	6	18%	19	58%	33	100%
P9	0	0%	0	0%	11	33%	10	30%	12	36%	33	100%
P10	1	3%	1	3%	5	15%	14	42%	12	36%	33	100%

Fuente: Elaboración propia.

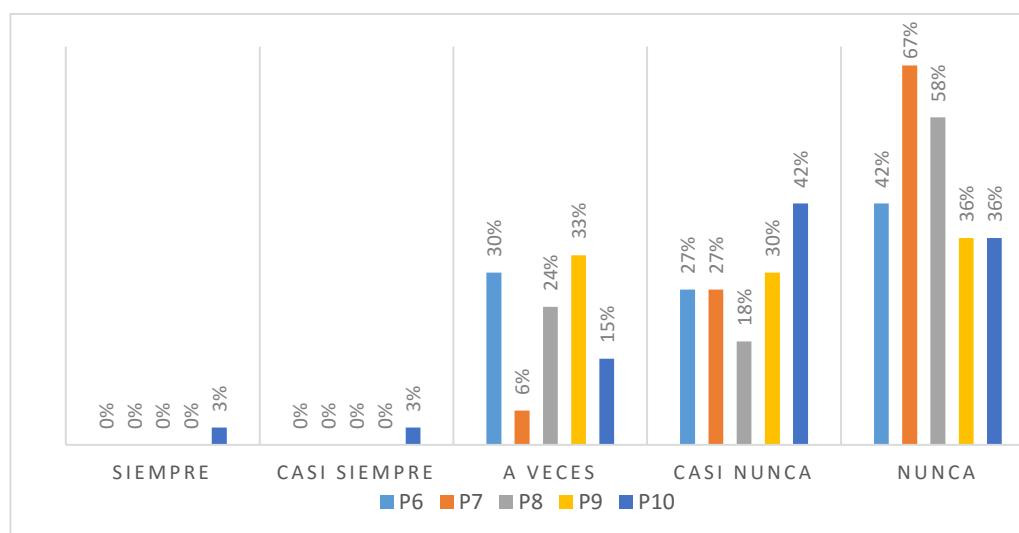


Figura 2. Preguntas de la Dimensión Competencia de ayuda y servicio de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.

En la tabla 3, podemos observar que el 42% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo nunca capta el humor o los sentimientos de los demás, el 27% casi nunca y el 30% a veces. El 67% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo nunca utiliza el

entendimiento logrado mediante la escucha para poder predecir las reacciones de los demás, el 27% casi nunca y el 6% a veces. El 58% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo nunca logra a entender las actitudes, interés, necesidades y perspectivas de los demás, el 18% casi nunca y el 24% a veces. El 36% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo nunca se concentra en las necesidades del cliente, el 30% casi nunca y el 33% a veces. El 36% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo nunca ayuda a sus colaboradores tantos directos como indirectos, el 42% casi nunca y el 15% a veces.

**Tabla 4**

*Estadísticas de la Dimensión Competencia ayuda y servicio de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.*

Valores	P6	P7	P8	P9	P10
$\bar{x}$	1.88	1.39	1.67	1.97	1.94
$\sigma$	.857	.609	.854	.847	.966
$cv$	0.46	0.44	0.51	0.43	0.50

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 5**

*Preguntas de la Dimensión Competencia de influencia de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.*

Ítems	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
P11	0	0%	0	0%	2	6%	10	30%	21	64%	33	100%
P12	0	0%	0	0%	8	24%	7	21%	18	55%	33	100%
P13	0	0%	0	0%	8	24%	13	39%	12	36%	33	100%
P14	0	0%	1	3%	8	24%	11	33%	13	39%	33	100%
P15	0	0%	1	3%	3	9%	11	33%	18	55%	33	100%

Fuente: Elaboración propia.

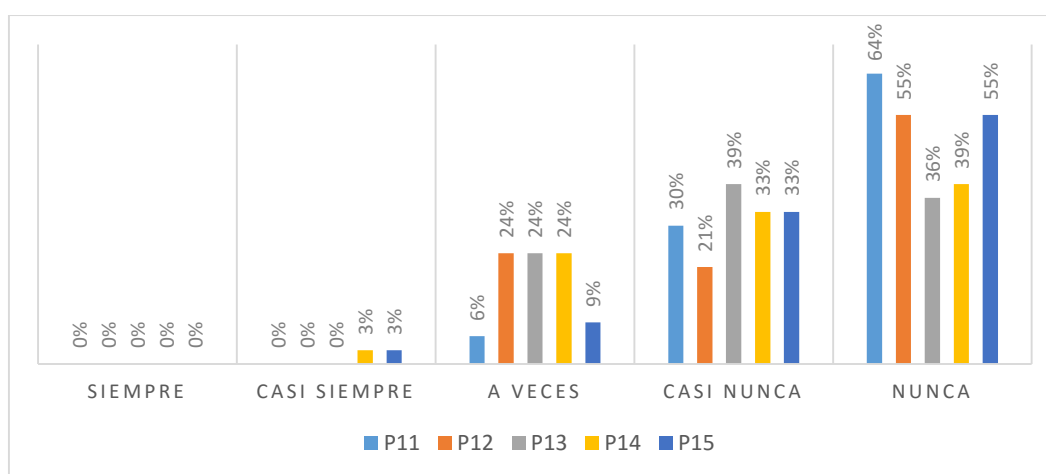


Figura3. Preguntas de la Dimensión Competencia de influencia de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.

En la tabla 5, podemos observar que el 64% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo nunca expresa y detiene información para efectos específicos, el 30% casi nunca y el 6% a veces. El 55% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo nunca utiliza las destrezas de procesos en grupo para dirigir a un grupo, el 21% casi nunca y el 24% a veces. El 36% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo nunca logra establecer relaciones amistosas con gente que podría ayudarlo más adelante con cualquier tipo de información, el 39% casi nunca y el 24% a veces. El 39% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo nunca entiende sobre las estructuras informales de la organización, el 33% casi nunca y el 24% a veces. El 55% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo nunca determina las metas a alcanzar en su unidad de trabajo, el 33% casi nunca y el 9% a veces.

**Tabla 6**

*Estadísticas de la Dimensión Competencia de influencia de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.*

Valores	P11	P12	P13	P14	P15
$\bar{x}$	1.42	1.70	1.88	1.91	1.61
$\sigma$	.614	.847	.781	.879	.788
cv	0.43	0.50	0.42	0.46	0.49

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 7**

*Preguntas de la Dimensión Competencias cognoscitivas de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.*

Ítems	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
P16	0	0%	0	0%	3	9%	13	39%	17	52%	33	100%
P17	0	0%	0	0%	3	9%	14	42%	16	49%	33	100%
P18	0	0%	1	3%	8	24%	12	36%	12	36%	33	100%
P19	0	0%	1	3%	8	24%	11	33%	13	39%	33	100%
P20	0	0%	1	3%	3	9%	11	33%	18	55%	33	100%

Fuente: Elaboración propia.

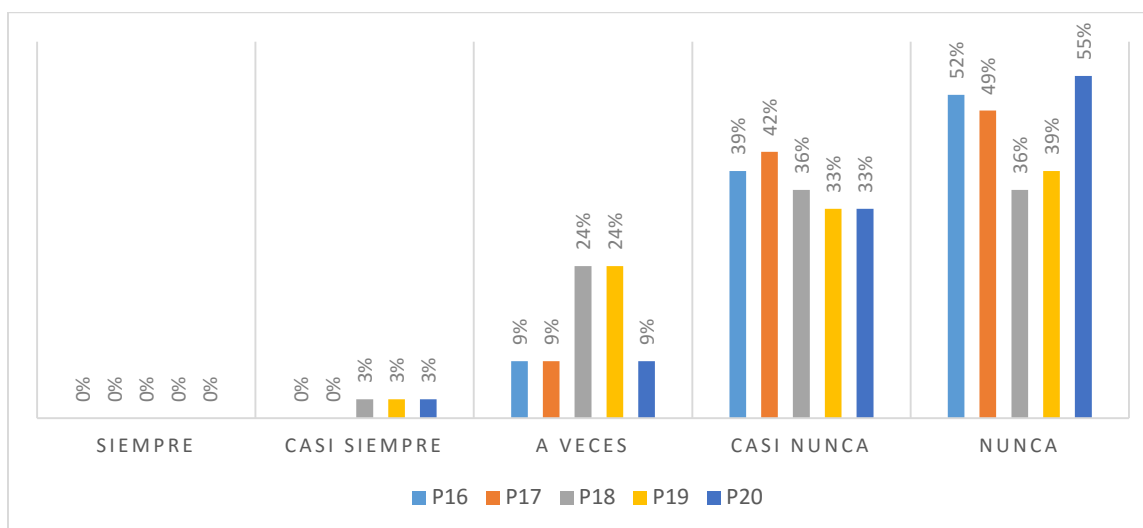


Figura 4. Preguntas de la Dimensión Competencias cognitivas de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.

En la tabla 7, podemos observar que el 52% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo nunca reconoce causas probables y/o consecuencias de las acciones, el 39% casi nunca y el 9% a veces. El 49% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo nunca utiliza técnicas analíticas para identificar y priorizar soluciones, el 42% casi nunca y el 9% a veces. El 36% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo nunca aplica y modifica apropiadamente los conceptos o métodos ya aprendidos, el 36% casi nunca y el 24% a veces. El 39% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo nunca actúa para mantener destrezas y conocimientos vigentes, el 33% casi nunca y el 24% a veces. El 55% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo nunca ha participado en algún proyecto estratégico para su empresa, el 33% casi nunca y el 9% a veces.

**Tabla 8**

*Estadísticas de la Dimensión Competencias cognitivas de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.*

Valores	P16	P17	P18	P19	P20
$\bar{x}$	1.58	1.61	1.94	1.91	1.61
$\sigma$	.663	.659	.864	.879	.788
$cv$	0.42	0.41	0.45	0.46	0.49

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 9**

*Preguntas de la Dimensión Competencia de eficacia personal de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.*

Ítems	Casi										Total	
	Siempre		siempre		A veces		Casi nunca		Nunca			
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
P21	0	0%	0	0%	5	15%	8	24%	20	61%	33	100%
P22	0	0%	0	0%	7	21%	11	33%	15	46%	33	100%
P23	0	0%	0	0%	7	21%	11	33%	15	46%	33	100%
P24	0	0%	0	0%	10	30%	9	27%	14	42%	33	100%
P25	0	0%	0	0%	0	0%	14	42%	19	58%	33	100%

Fuente: Elaboración propia.

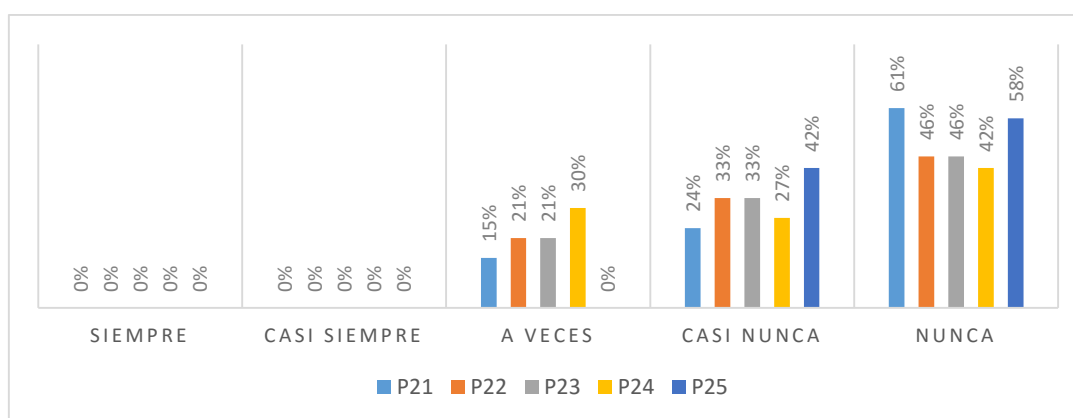


Figura 5. Preguntas de la Dimensión Competencia de eficacia personal de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.

En la tabla 9, podemos observar que el 61% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo nunca permanece calmado en situaciones estresantes, el 24% casi nunca y el 15% a veces.

El 46% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo nunca encuentra salidas para combatir el estrés, el 33% casi nunca y el 21% a veces. El 46% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo nunca se presenta de una manera impresionante, el 33% casi nunca y el 21% a veces. El 42% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo nunca alinea sus actividades y prioridades para alcanzar objetivos organizacionales, el 27% casi nunca y el 30% a veces. El 58% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo nunca se adapta fácilmente a los cambios que se realiza en el trabajo y el 42% casi nunca.

**Tabla 10**

*Estadísticas de la Dimensión Competencia de influencia de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.*

Valores	P21	P22	P23	P24	P25
$\bar{x}$	1.55	1.76	1.76	1.88	1.42
$\sigma$	.754	.792	.792	.857	.502
<i>cv</i>	0.49	0.45	0.45	0.46	0.35

Fuente: Elaboración propia.

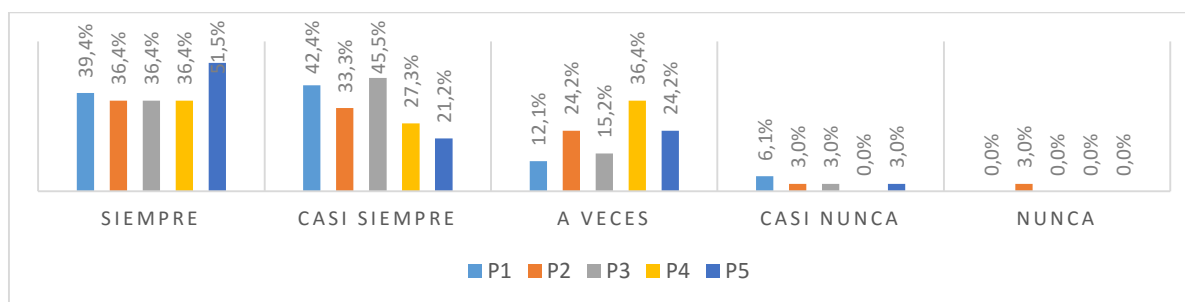
**Objetivo específico 3. Evaluar la situación actual de las competencias laborales de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo, después de la aplicación de un programa de capacitación.**

**Tabla 11**

*Preguntas de la Dimensión Competencias de logro y acción de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.*

Ítems	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
P1	13	39%	14	42%	4	12%	2	6%	0	0%	33	100%
P2	12	36%	11	33%	8	24%	1	3%	1	3%	33	100%
P3	12	36%	15	46%	5	15%	1	3%	0	0%	33	100%
P4	12	36%	9	27%	12	36%	0	0%	0	0%	33	100%
P5	17	52%	7	21%	8	24%	1	3%	0	0%	33	100%

Fuente: Elaboración propia.



*Figura 6. Preguntas de la Dimensión Competencia de logro y acción de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo*

En la tabla 11, podemos observar que el 39% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo siempre formula metas desafiantes en beneficio propio y de la empresa, el 42% casi siempre y el 12% a veces. El 36% de los colaboradores



del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo siempre cumple con sus metas establecidos, el 33% casi siempre y el 24% a veces. El 36% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo siempre revisa constantemente el proceso de sus funciones, el 46% casi siempre y el 15% a veces. El 36% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo siempre se esfuerza por conseguir información adicional, el 27% casi siempre y el 36% a veces. El 52% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo siempre busca oportunidades que puedan ser útil para el futuro, el 21% casi nunca y el 24% a veces.

**Tabla 12**

*Estadísticas de la Dimensión Competencias de logro y acción de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.*

Valores	P1	P2	P3	P4	P5
$\bar{x}$	4.15	3.97	4.15	4.00	4.21
$\sigma$	.870	1.015	.795	.866	.927
<i>cv</i>	0.21	0.26	0.19	0.22	0.22

*Fuente:* Elaboración propia.

**Tabla 13**

*Preguntas de la Dimensión Competencias de ayuda y servicio de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.*

Ítems	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
P6	12	36%	13	39%	8	24%	0	0%	0	0%	33	100%
P7	14	42%	13	39%	5	15%	1	3%	0	0%	33	100%
P8	15	46%	10	30%	7	21%	0	0%	1	3%	33	100%
P9	14	42%	16	49%	1	3%	0	0%	2	6%	33	100%
P10	13	39%	12	36%	7	21%	1	3%	0	0%	33	100%

*Fuente:* Elaboración propia.

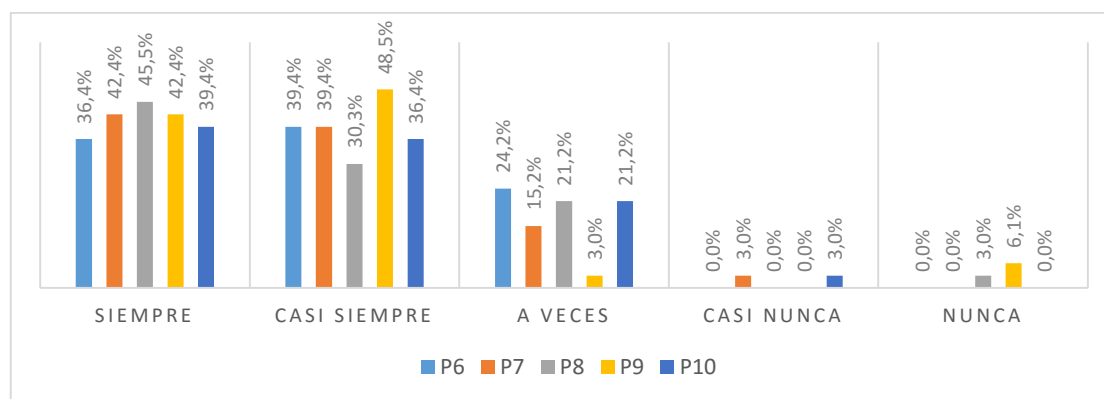


Figura 7. Preguntas de la Dimensión Competencia de ayuda y servicio de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.

En la tabla 13, podemos observar que el 36% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo siempre capta el humor o los sentimientos de los demás, el 39% casi siempre y el 24% a veces. El 42% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo siempre utiliza el entendimiento logrado mediante la escucha para poder predecir las reacciones de los demás, el 39% casi nunca y el 15% a veces. El 46% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo siempre logra a entender las actitudes, interés, necesidades y perspectivas de los demás, el 30% casi siempre y el 21% a veces. El 42% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo siempre se concentra en las necesidades del cliente, el 49% casi siempre y el 3% a veces. El 39% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo siempre ayuda a sus colaboradores tanto directos como indirectos, el 36% casi nunca y el 21% a veces.

**Tabla 14**

*Estadísticas de la Dimensión Competencias de ayuda y servicio de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.*

Valores	P6	P7	P8	P9	P10
$\bar{x}$	4.12	4.21	4.15	4.21	4.12
$\sigma$	.781	.820	.972	.992	.857
$CV$	0.19	0.19	0.23	0.24	0.21

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 15**

*Preguntas de la Dimensión Competencia de influencia de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.*

Ítems	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
P11	6	18%	18	55%	9	27%	0	0%	0	0%	33	100%
P12	12	36%	12	36%	9	27%	0	0%	0	0%	33	100%
P13	10	30%	10	30%	12	36%	0	0%	1	3%	33	100%
P14	12	36%	13	39%	6	18%	0	0%	2	6%	33	100%
P15	10	30%	14	42%	9	27%	0	0%	0	0%	33	100%

Fuente: Elaboración propia.

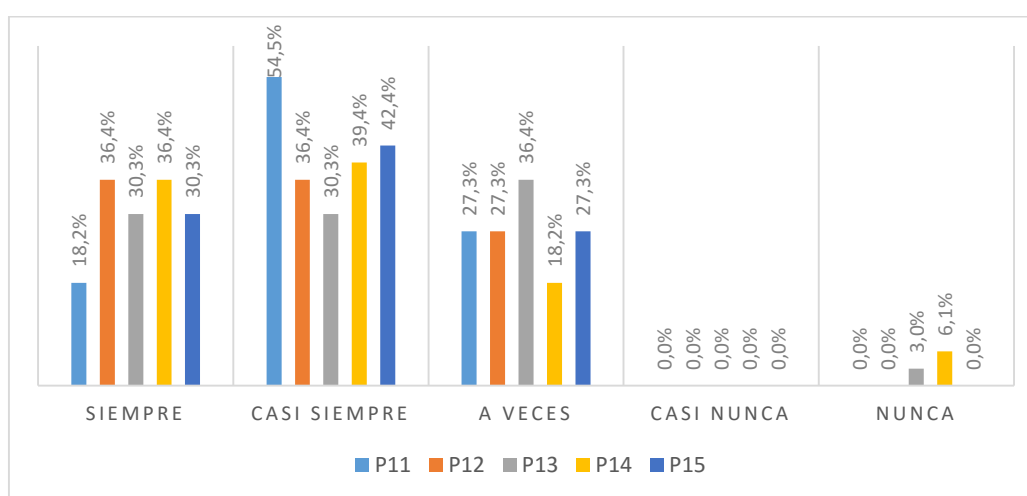


Figura 8. Preguntas de la Dimensión Competencia de influencia de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.

En la tabla 15, podemos observar que el 18% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo siempre expresa y detiene información para efectos específicos, el 55% casi siempre y el 27% a veces. El 36% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo siempre utiliza las destrezas de procesos en grupo para dirigir a un grupo, el 36% casi siempre y el 27% a veces. El 30% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo siempre logra establecer relaciones amistosas con gente que podría ayudarlo más adelante con cualquier tipo de información, el 30% casi siempre y el 36% a veces. El 36% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo siempre entiende sobre las estructuras informales de la organización, el 39% casi siempre y el 18% a veces. El 30% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo siempre determina las metas a alcanzar en su unidad de trabajo, el 42% casi siempre y el 27% a veces.

**Tabla 16**

*Estadísticas de la Dimensión Competencia de influencia de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.*

Valores	P11	P12	P13	P14	P15
$\bar{x}$	3.91	4.09	3.85	4.00	4.03
$\sigma$	.678	.805	.972	1.061	.770
$cv$	0.17	0.20	0.25	0.27	0.19

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 17**

*Preguntas de la Dimensión Competencias cognoscitivas de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.*

Fuente: Elaboración propia.

Ítems	Casi siempre										Total	
	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		n	%
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
P16	12	36%	13	39%	6	18%	2	6%	0	0%	33	100%
P17	13	39%	11	33%	5	15%	3	9%	1	3%	33	100%
P18	16	49%	9	27%	7	21%	1	3%	0	0%	33	100%
P19	11	33%	12	36%	9	27%	1	3%	0	0%	33	100%
P20	14	42%	9	27%	8	24%	2	6%	0	0%	33	100%

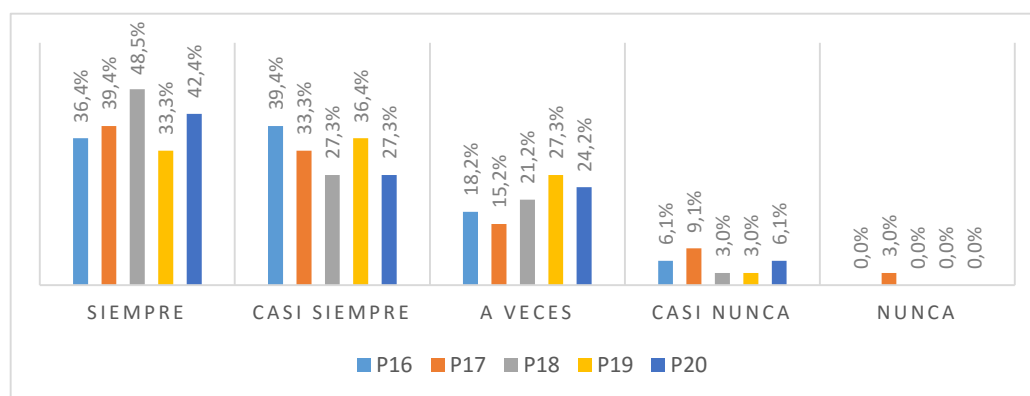


Figura 9. Preguntas de la Dimensión Competencia cognoscitivas y pensamiento analítico de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.

En la tabla 17, podemos observar que el 36% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo siempre reconoce causas probables y/o consecuencias de las acciones, el 39% casi siempre y el 18% a veces. El 39% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo siempre utiliza técnicas analíticas para identificar y priorizar soluciones, el 33% casi siempre y el 15% a veces. El 49% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo siempre aplica y modifica apropiadamente los conceptos o métodos ya aprendidos, el 27% casi siempre y el 21% a veces. El 33% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo siempre actúa para mantener destrezas y conocimientos vigentes, el 36% casi siempre y el 27% a veces. El 42% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo siempre ha participado en algún proyecto estratégico para su empresa, el 27% casi siempre y el 24% a veces.

**Tabla 18**

*Estadísticas de la Dimensión Competencias cognoscitivas de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.*

Valores	P16	P17	P18	P19	P20
$\bar{x}$	4.06	3.97	4.21	4.00	4.06
$\sigma$	.899	1.104	.893	.866	.966
$cv$	0.22	0.28	0.21	0.22	0.24

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 19**

*Preguntas de la Dimensión Competencias de eficacia personal de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.*

Ítems	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
P21	7	21%	17	52%	9	27%	0	0%	0	0%	33	100%
P22	14	42%	11	33%	6	18%	2	6%	0	0%	33	100%
P23	18	55%	7	21%	6	18%	1	3%	1	3%	33	100%
P24	12	36%	12	36%	8	24%	1	3%	0	0%	33	100%
P25	18	55%	12	36%	3	9%	0	0%	0	0%	33	100%

Fuente: Elaboración propia.

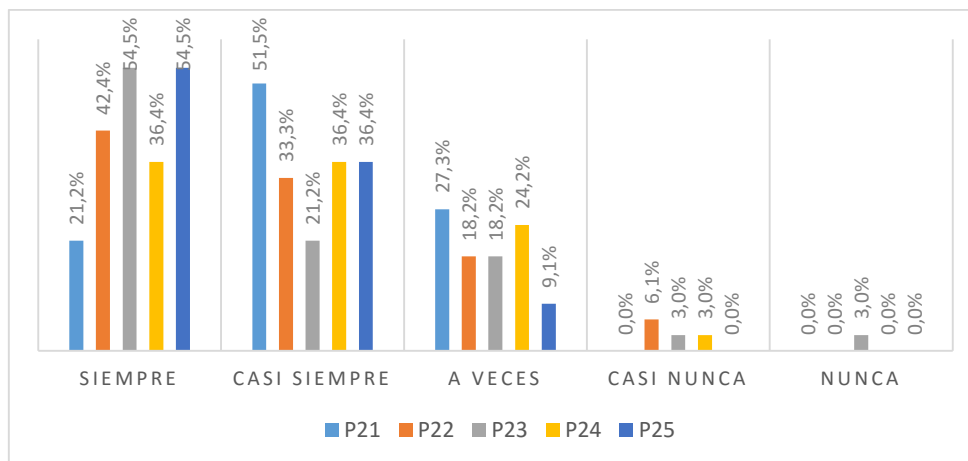


Figura 10. Preguntas de la Dimensión Competencia de eficacia personal de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.

En la tabla 19, podemos observar que el 21% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo siempre permanece calmado en situaciones estresantes, el 52% casi siempre y el 27% a veces.

El 42% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo siempre encuentra salidas para combatir el estrés, el 33% casi siempre y el 18% a veces. El 55% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo siempre se presenta de una manera impresionante, el 21% casi siempre y el 18% a veces. El 36% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo siempre alinea sus actividades y prioridades para alcanzar objetivos organizacionales, el 36% casi siempre y el 24% a veces. El 55% de los colaboradores del área de Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo siempre se adapta fácilmente a los cambios que se realiza en el trabajo, el 36% casi siempre y el 9% a veces.

**Tabla 20**

*Estadísticas de la Dimensión Competencia de eficacia personal a de los colaboradores del área del Marketing y Promoción de la Universidad Cesar Vallejo campus Chiclayo.*

Valores	P21	P22	P23	P24	P25
$\bar{x}$	3.94	4.12	4.21	4.06	4.45
$\sigma$	.704	.927	1.053	.864	.666
$cv$	0.18	0.23	0.25	0.21	0.15

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 22***Baremo para la dimensión Competencia de logro y acción.*

Valores	Rango
Optimo	[21 - 25]
Aceptable	[17 - 20]
Regular	[13 - 16]
Deficiente	[9 - 12]
Muy deficiente	[5 - 8]

*Fuente:* Elaboración propia.**Tabla 23***Baremo para la dimensión Competencia de servicio y ayuda.*

Valores	Rango
Optimo	[21 - 25]
Aceptable	[17 - 20]
Regular	[13 - 16]
Deficiente	[9 - 12]
Muy deficiente	[5 - 8]

*Fuente:* Elaboración propia.**Tabla 24***Baremo para la dimensión Competencia de influencia.*

Valores	Rango
Optimo	[21 - 25]
Aceptable	[17 - 20]
Regular	[13 - 16]
Deficiente	[9 - 12]
Muy deficiente	[5 - 8]

*Fuente:* Elaboración propia.**Tabla 25***Baremo para la dimensión Competencias cognoscitivas*

Valores	Rango
Optimo	[21 - 25]
Aceptable	[17 - 20]
Regular	[13 - 16]
Deficiente	[9 - 12]
Muy deficiente	[5 - 8]

*Fuente:* Elaboración propia.**Tabla 26***Baremo para la dimensión Competencia de eficacia personal.*

Valores	Rango
Optimo	[21 - 25]
Aceptable	[17 - 20]
Regular	[13 - 16]
Deficiente	[9 - 12]

Muy deficiente [5 – 8]

Fuente: Elaboración propia.

## Tabla 27

Baremo para la variable Competencia Laboral.

Valores	Rango
Optimo	[105 - 125]
Aceptable	[85 - 104]
Regular	[65 - 84]
Deficiente	[45 - 64]
Muy deficiente	[25 - 44]

Fuente: Elaboración propia.

## Anexo 5: Correo dirigido a la jefa del área de Marketing y Promoción de la Universidad César Vallejo



Ilustración 1: Correo electrónico enviado a la jefa del área.



## Anexo 6: Fotografías de la capacitación



*Ilustración 2: Los trabajadores participando eficientemente de las capacitaciones.*



*Ilustración 3: Trabajadores del área de Marketing y Promoción en las capacitaciones programadas*

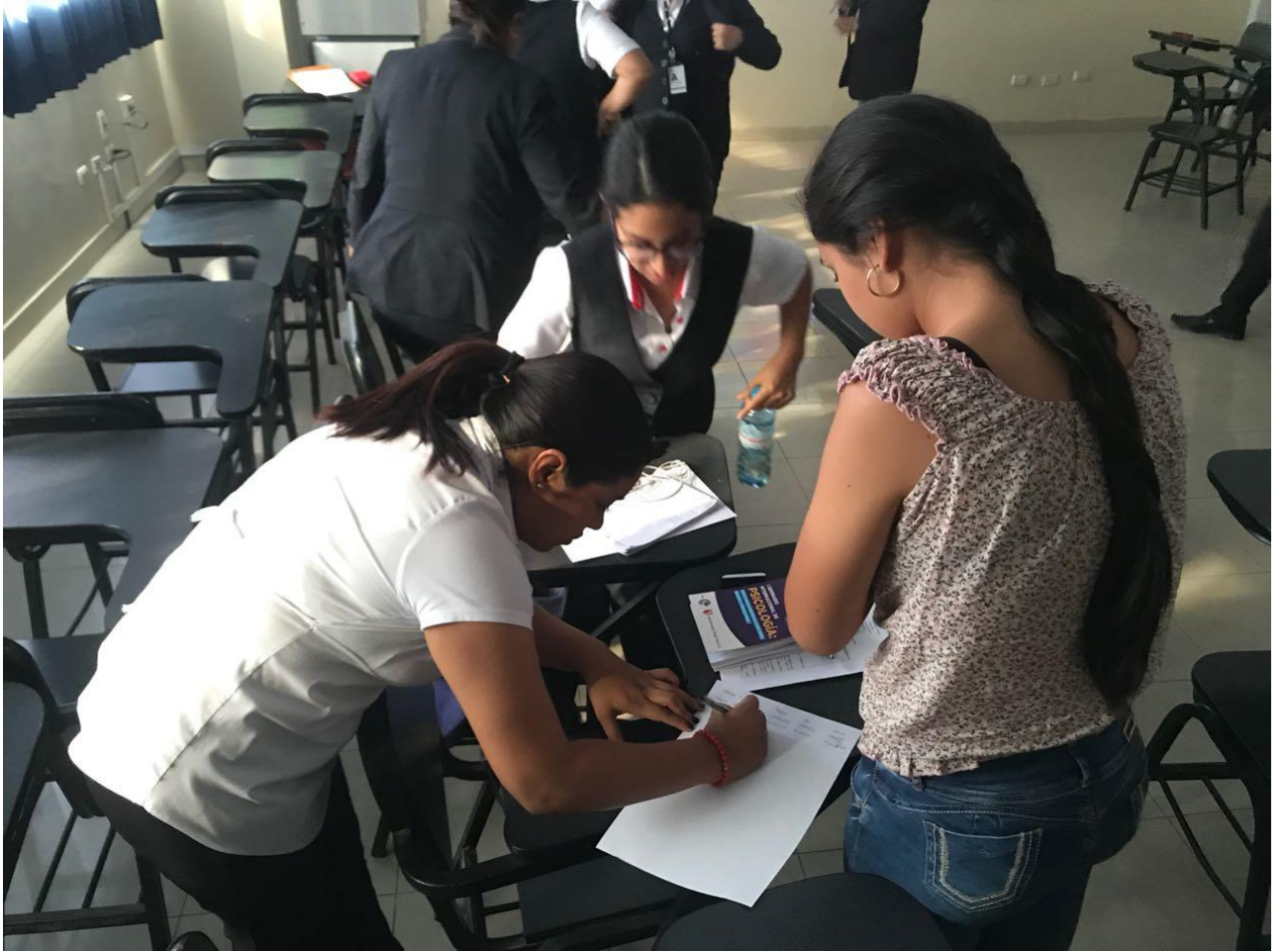


*Ilustración 4: Trabajadores del área participando en las capacitaciones.*




*Ilustración 5: Dos de los trabajadores realizando un juego de roles.*





*Ilustración 6: Los trabajadores participando de la capacitación.*

## ACTA DE APROBACION DE ORIGINALIDAD DE TESIS

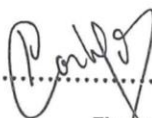
 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS</b>	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 31-03-2017 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo, Katherine Carbajal Cornejo, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de administración de la Universidad César Vallejo Chiclayo revisor (a) de la tesis titulada

"PROGRAMA DE CAPACITACION PARA FORTALECER LAS COMPETENCIAS LABORALES DE LOS TRABAJADORES DEL AREA DE MARKETING Y PROMOCION DE LA UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO CHICLAYO", de la estudiante **María Graciela Celesste Sánchez Benavides**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

05 de diciembre del 2017



Firma

Dra. Katherine Carbajal Cornejo

DNI: 16785153

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

## AUTORIZACION DE PUBLICACION DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV</b>	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 31-03-2017 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo, Maria Graciela Celeste Rueda Benavides, identificado con DNI N° 73133692, egresado de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, autorizo (  ) , No autorizo (  ) la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Programa de Capacitación para fortalecer las competencias laborales de los trabajadores del área de marketing y Promoción de la Universidad César Vallejo campus Chiclayo" ; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....  
 .....  
 .....  
 .....

  
 \_\_\_\_\_  
 FIRMA

DNI: 73133692

FECHA: 8 de Agosto del 2018.

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------