



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**La capacitación del personal de ventas y la rentabilidad  
en las empresas que prestan servicios funerarios y de  
sepulturas, Lima - 2023**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Contador Público

**AUTORES:**

Salvatierra Carhuayano, Sandra Beatriz (orcid.org/0000-0001-9779-887X)

Vargas Ojeda, Douglas Estiven (orcid.org/0000-0001-6119-7570)

**ASESOR:**

Dr. Chipana Chipana, Hilario (orcid.org/0000-0002-5821-6088)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Finanzas

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Apoyo en la reducción de brechas y carencias en la educación en todos sus niveles

LIMA – PERÚ

2023

## **Dedicatoria**

A nuestros maestros, cuyas enseñanzas nos han guiado y nutrido nuestro intelecto con sabiduría y paciencia infinita, a nuestras familias, por su amor incondicional y apoyo constante, por creer en nosotros y alentarnos a alcanzar nuestras metas académicas.

## **Agradecimiento**

Queremos expresar en primer lugar nuestro agradecimiento a Dios, por permitirnos estar vivos y poder gozar de salud, a nuestro docente por su apoyo permanente y a nosotros mismos que hemos logrado superar las dificultades para poder lograr cumplir con nuestro objetivo



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, CHIPANA CHIPANA HILARIO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "La capacitación del personal de ventas y la rentabilidad en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepulturas, Lima - 2023", cuyos autores son SALVATIERRA CARHUAYANO SANDRA BEATRIZ, VARGAS OJEDA DOUGLAS ESTIVEN, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo 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.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 20 de Diciembre del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
CHIPANA CHIPANA HILARIO <b>DNI:</b> 10541585 <b>ORCID:</b> 0000-0002-5821-6088	Firmado electrónicamente por: HCHIPANA17 el 22- 12-2023 11:42:06

Código documento Trilce: TRI - 0703747





**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

### **Declaratoria de Originalidad de los Autores**

Nosotros, SALVATIERRA CARHUAYANO SANDRA BEATRIZ, VARGAS OJEDA DOUGLAS ESTIVEN estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "La capacitación del personal de ventas y la rentabilidad en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepulturas, Lima - 2023", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
SANDRA BEATRIZ SALVATIERRA CARHUAYANO <b>DNI:</b> 74975924 <b>ORCID:</b> 0000-0001-9779-887X	Firmado electrónicamente por: SANDRASC el 20-12- 2023 22:31:15
DOUGLAS ESTIVEN VARGAS OJEDA <b>DNI:</b> 70105502 <b>ORCID:</b> 0000-0001-6119-7570	Firmado electrónicamente por: DEVARGASV el 20-12- 2023 22:28:52

Código documento Trilce: TRI - 0703745



## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Declaratoria de autenticidad del asesor.....	iv
Declaratoria de originalidad de los autores.....	v
Índice de contenidos.....	vi
Índice de tablas.....	vii
Resumen.....	ix
Abstract.....	x
I.    INTRODUCCIÓN.....	1
II.   MARCO TEÓRICO.....	5
III.  METODOLOGÍA.....	16
3.1. Tipo y diseño de Investigación.....	16
3.2. Variables y operacionalización.....	17
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis.....	18
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	19
3.5. Procedimientos.....	22
3.6. Método de análisis de datos.....	23
3.7. Aspectos éticos.....	23
IV.  RESULTADOS.....	24
V.   DISCUSIÓN.....	34
VI.  CONCLUSIONES.....	38
VII. RECOMENDACIONES.....	40
REFERENCIAS.....	42
ANEXOS.....	48

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> Escala de Likert. ....	<b>18</b>
<b>Tabla 2.</b> Principales técnicas de instrumentos de investigación .....	<b>20</b>
<b>Tabla 3.</b> Validadores expertos de los instrumentos de investigación .....	<b>20</b>
<b>Tabla 4.</b> Confiabilidad de V1. Capacitación del personal .....	<b>21</b>
<b>Tabla 5.</b> Confiabilidad de V2. Rentabilidad .....	<b>22</b>
<b>Tabla 6.</b> Confiabilidad de V1. y V2 .....	<b>22</b>
<b>Tabla 7.</b> Capacitación del personal .....	<b>24</b>
<b>Tabla 8.</b> Conocimiento .....	<b>25</b>
<b>Tabla 9.</b> Desempeño eficaz .....	<b>25</b>
<b>Tabla 10.</b> Puestos de trabajo .....	<b>26</b>
<b>Tabla 11.</b> Rentabilidad .....	<b>27</b>
<b>Tabla 12.</b> Utilidad .....	<b>27</b>
<b>Tabla 13.</b> Rentabilidad Económica .....	<b>28</b>
<b>Tabla 14.</b> Rentabilidad Financiera .....	<b>28</b>

<b>Tabla 15.</b> Prueba de normalidad .....	<b>29</b>
<b>Tabla 16.</b> Capacitación del personal y Rentabilidad .....	<b>30</b>
<b>Tabla 17.</b> Capacitación del personal y utilidad .....	<b>31</b>
<b>Tabla 18.</b> Capacitación del personal y rentabilidad económica .....	<b>32</b>
<b>Tabla 19.</b> Capacitación del personal y rentabilidad financiera .....	<b>33</b>



## RESUMEN

En el presente trabajo de investigación el objetivo principal fue determinar la relación que existe entre la capacitación del personal de ventas y la rentabilidad en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepultura, Lima -2023, contando esta con una metodología trabajada de tipo básica, con un nivel descriptivo, de diseño no experimental. En donde se optó por tomar una muestra de 35 trabajadores de las empresas que prestan servicios de funerarios y de sepultura, se utilizó el cuestionario como instrumento y la encuesta como técnica de recolección de datos para posteriormente ser procesados en el sistema del SPSS, la confiabilidad se determinó por el coeficiente de alfa de Cron Bach. La información procesada nos permitió aprobar nuestra hipótesis propuesta y rechaza la nula. Llegando a la conclusión que hay una relación entre la capacitación del personal de ventas y la rentabilidad debido a que desarrollo y desenvolvimiento del personal de ventas se usa para obtener mejores resultados de rentabilidad y un mejor desarrollo sostenible a mediano y largo plazo.

**Palabras clave:** capacitación del personal, rentabilidad, personal de ventas.

## **ABSTRACT**

In this research work, the main objective was to determine the relationship that exists between the training of sales personnel and profitability in companies that provide funeral and burial services, Lima -2023, using a basic methodology. with a descriptive level, non-experimental design. Where it was decided to take a sample of 35 workers from companies that provide funeral and burial services, the questionnaire was used as an instrument and the survey as a data collection technique to later be processed in the SPSS system, reliability It was determined by Cronbach's alpha coefficient. The processed information allowed us to approve our proposed hypothesis and reject the null one. Coming to the conclusion that there is a relationship between the training of sales personnel and profitability because the development and development of personnel sales is used to obtain better profitability results and better sustainable development in the medium and long term.

**Keywords:** staff training, profitability, sales staff.

## I. INTRODUCCIÓN

La realidad problemática de la capacitación del personal de ventas de servicios funerarios y sepulturas presentan diversas realidades problemáticas ya que los servicios funerarios involucran temas delicados y emocionales relacionados con la pérdida de seres queridos. El personal de ventas debe abordar estas cuestiones con empatía y respeto, lo cual puede resultar desafiante y requerir habilidades especiales de comunicación.

En muchos casos, el personal de ventas no recibe una capacitación específica para lidiar con la sensibilidad y la complejidad de los servicios funerarios. La falta de conocimiento sobre el duelo, las tradiciones funerarias y la ética en este contexto puede afectar la calidad del servicio. En algunas empresas funerarias, puede haber una presión considerable para cerrar ventas, especialmente si se utilizan incentivos o comisiones. Esto podría conducir a prácticas de ventas agresivas que no son apropiadas dada la naturaleza sensible de los servicios.

La falta de empatía y la incapacidad para comprender las necesidades específicas de los clientes en momentos difíciles pueden llevar a la venta de servicios innecesarios o no deseados. En el ámbito de los servicios funerarios, es esencial mantener altos estándares éticos. Puede surgir una realidad problemática si el personal de ventas no sigue prácticas éticas, como la transparencia en la fijación de precios, la honestidad sobre los servicios ofrecidos y la gestión adecuada de las expectativas del cliente.

La alta rotación de personal en la industria contribuye a la escasez de inconsistencia en la calidad de la educación o enseñanza y el servicio al cliente. La falta de personal experimentado afectar negativamente la imagen de la compañía y la confianza de los clientes

La industria funeraria está experimentando variaciones tendencias y preferencias de los consumidores y en las prácticas tradicionales. El personal de ventas esta actualizado y capacitado para adaptarse a estas tendencias y ofrecer opciones modernas y personalizadas.

Para abordar estas problemáticas, las empresas de servicios funerarios deben invertir en programas de capacitación integral que incluya no solo habilidades de ventas, sino también sensibilidad cultural, empatía y conocimientos específicos sobre el duelo y las tradiciones funerarias. Además, se fomenta una cultura organizacional que valore la ética y la empatía por encima de las ventas a corto plazo.

Dentro de nuestro trabajo tenemos como pregunta general: ¿Cómo la capacitación del personal de ventas se relaciona con la rentabilidad de las empresas que prestan servicios funerarios y de sepulturas, Lima-2023?; como problemas específicos tenemos los siguientes: ¿De qué manera se relaciona la capacitación del personal de ventas y la utilidad en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepulturas, Lima-2023?; ¿De qué manera se relaciona la capacitación del personal de ventas y la rentabilidad económica en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepulturas, Lima- 2023? y por último ¿De qué manera se relaciona la capacitación del personal de ventas y la rentabilidad financiera de las empresas que prestan servicios funerarios y de sepulturas, Lima 2023?

**La justificación pertinente** es de vital importancia que esta investigación verifique cómo la capacitación del personal se relaciona con la rentabilidad de las empresas que prestan servicios funerarios y de sepulturas, Lima 2023, de modo que tenga conocimiento sobre el uso de estos.

**La justificación de relevancia social** A través de esta investigación, las empresas que trabajan en la industria de los funerales podrán comprender la importancia de la capacitación para los empleados. También podrán ver que la competitividad empresarial en el mundo actual requiere adaptarse a entornos dinámicos y cambiantes. Entonces, la formación de los empleados y el aumento de la rentabilidad son fundamentales.

**La justificación práctica** El objetivo de esta investigación es ser una guía para otros investigadores que desean estudiar temas similares. De esta manera, este trabajo es una aportación a la comunidad científica.

**La justificación teórica** Anticipa que esta investigación brindará conocimiento a las funerarias de Lima y cualquier otra empresa que desee abordar este tema. Considerando lo útil que es conocer sobre la aplicación de la capacitación del personal y su vinculación con la rentabilidad y otros temas relacionados.

Por último, la **justificación de viabilidad** nos dice que la realización de este trabajo de investigación es factible, porque es un tema de gran relevancia para las compañías dedicadas a este sector. Además, esta investigación será de gran utilidad para futuros investigadores que buscan expandir el conocimiento en esta área. El tema que aborda esta investigación, aunque no es muy conocido, es de vital importancia para las empresas.

Como acto seguido tenemos nuestro objetivo general que es: Determinar cómo se relaciona la capacitación del personal de ventas y la rentabilidad en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepulturas, Lima -2023; como objetivos específicos tenemos: Determinar cómo se relaciona la capacitación del personal de ventas y la utilidad en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepulturas, Lima -2023; Determinar cómo se relaciona la capacitación del personal de ventas y la rentabilidad económica en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepulturas, Lima -2023; y como último objetivo específico tenemos Determinar cómo se relaciona la capacitación del personal de ventas y la rentabilidad financiera en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepulturas, Lima -2023.

Hemos considerado como hipótesis general de nuestro trabajo lo siguiente: La capacitación del personal de ventas se relaciona con la rentabilidad en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepulturas, Lima - 2023; como hipótesis específicas tenemos las siguientes:

La capacitación del personal se relaciona con la utilidad de las empresas que prestan servicios funerarios y de sepulturas, Lima-2023; nuestra segunda hipótesis específica es:

La capacitación del personal se relaciona con la rentabilidad económica en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepulturas, Lima -2023; y por último: La capacitación del personal de ventas se relaciona con rentabilidad financiera en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepulturas, Lima -2023.

## II. MARCO TEÓRICO

A nivel internacional tenemos para la capacitación del personal de ventas como referencia a varios autores Según Chávez, F. (2019). En su tesis titulada “La capacitación del personal y el desempeño laboral” de la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador, para optar el título de licenciado de contabilidad, cuyo objetivo general de la investigación es evaluar el desempeño laboral de los trabajadores y permitir encontrar las necesidades de capacitación. El método de la investigación empleado es un enfoque cualitativo y cuantitativo. Se concluyó que no había una buena capacitación del personal ni un trabajo laboral por la falta de conocimientos de varios trabajadores en el área que desempeñan y por ello es la baja producción y la baja rentabilidad que se venía teniendo en la empresa, por ello estaba en riesgo de pérdida.

Así mismo, García, B. (2019). En su tesis titulada “Un análisis de la capacitación y su impacto en la productividad caso central termoeléctrica de ciclo combinado” de la Universidad Técnica de Ciateq, Chile, para optar el título de maestría, cuyo objetivo general es en examinar el proceso de evaluación de los elementos que influyen en el tipo de formación implementada y su influencia en la eficiencia de las Empresas Productivas del Estado. El método empleado en la investigación es descriptivo. Se concluyó que a partir de los resultados indica que la inversión en el desarrollo a través de programas de capacitación y entrenamiento tiene una buena impresión en el rendimiento y la producción de la empresa, permitiéndole alcanzar los objetivos y metas establecidos.

Por otro lado, González A. (2019). En su tesis titulada “Propuesta de gestión de capacitación para una empresa de productos prefabricados para la construcción” de la Universidad Técnica de Santiago, Chile, para optar el título de Magister, cuyo objetivo general es que propone implementar un plan de gestión de capacitación en la empresa con el fin de fomentar la adquisición de los conocimientos y habilidades necesarios para lograr los resultados deseados por la organización. El método de la investigación es cuantitativo.

Se concluyó que no existen estrategias ni procedimientos para una capacitación y que hasta la fecha no se han planificado ni tampoco han sido evaluadas para obtener buenos resultados para poder mejorar el desarrollo organizacional.

A nivel internacional tenemos para la rentabilidad como referencia a varios autores según Chaverra J. (2019). En su tesis titulada “rentabilidad patrimonial y direccionamiento estratégico de las empresas de servicios turísticos en Colombia” de la Universidad Técnica de la Costa, Colombia, para optar el título de Magister, cuyo objetivo general de la investigación es examinar la alineación existente entre la dirección estratégica y la rentabilidad del patrimonio en compañías dedicadas a la prestación de servicios turísticos. El método empleado en la investigación es cualitativo. Se concluyó que la rentabilidad promedio en este ámbito supera los valores del sector turismo, se observó que las agencias turísticas tienen una inversión patrimonial baja, mientras que los hoteles y restaurantes, a menudo ofreciendo servicios combinados, tienen un alto nivel de inversión patrimonial representado por su infraestructura. Estas variaciones tienen un impacto significativo en la medición del Retorno sobre el Patrimonio (ROE).

Así mismo, Guerrero, Ramírez y Gómez. (2021). En su tesis titulada “Análisis de la rentabilidad del modelo de negocio de las plataformas digitales (APPS) especializadas en alimentos en Bogotá”, para optar el título de maestría, cuyo objetivo general es analizar la rentabilidad del negocio de plataformas digitales y comprender la estructura financiera que manejan en Bogotá. El método de la investigación es descriptivo. Se concluyó que la rentabilidad de una empresa se refiere a su capacidad para mantenerse en el mercado y lograr una mayor eficacia en la rentabilidad de la inversión de capital. Diversas variables, como el EBITDA, el capital de trabajo y las inversiones en activos fijos, juegan un papel fundamental en la sostenibilidad futura de la empresa y, por consiguiente, en su rentabilidad.



Por otro lado, Torres y Yepes. (2021). En su tesis titulada “rentabilidad empresarial por el covid-19 en instituciones prestadoras de salud”, para optar al título de contador público, cuyo objetivo general es identificar y analizar los componentes y conocer los factores que tienen un golpe positivo o negativo en la rentabilidad de las instituciones de salud. El método es descriptivo. Se concluyó que, a pesar del impacto significativo provocado por la pandemia, las empresas del sector de salud han enfrentado obstáculos para brindar sus servicios básicos. No obstante, han logrado gestionar eficazmente esta situación al establecer los procedimientos requeridos para asegurar la provisión adecuada de esos servicios de manera óptima.

A nivel nacional tenemos para la capacitación del personal de ventas según Aponte Luna, J. A. (2021). En su tesis titulada “Propuesta de mejora del proceso de atención de clientes para aumentar volumen de ventas en la empresa R&A Computer Technology SAC, Trujillo 2020”, para optar el título de Ingeniero Industrial; el objetivo general de la investigación es incrementar el ratio de las ventas de la empresa y determinar los procesos pocos satisfactorios de los clientes; para ello se utilizó un método pre experimental. Se concluyó que lo planteado de mejora cumplen con el fin de incrementar la producción al reducir ventas inconclusas y mejorar la capacitación del personal. Así mismo, Cabana Peña, M. (2021). En su tesis titulada "Caracterización del control interno de la empresa Corporación Comercial Perú SAC"–Piura y propuesta de mejora, 2021, para optar el título de Contador Público. Su objetivo general es analizar y describir las características del control interno en la empresa. El diseño aplicado es cualitativo descriptivo. Se concluye luego de realizar las encuestas correspondientes, que existe una discrepancia entre el stock disponible y los registros del inventario, lo cual dificulta tener un conocimiento preciso de la mercadería disponible. Esta situación puede dar lugar a comportamientos deshonestos por parte de los empleados, así como a una organización deficiente en las áreas de trabajo, lo que resulta en errores de gestión. Además, se observa una falta de capacitación adecuada del personal, lo que se traduce en un rendimiento bajo. Asimismo, se identifica la ausencia de un organigrama claro y detallado, lo que implica que los empleados no tienen definidas por escrito sus responsabilidades y funciones.

Por otro lado, Díaz Bermejo, K. J., & Huanilo Rojas, Y. A. (2021). En su tesis titulada “Gestión de ventas para incrementar la productividad del área comercial de energía en una empresa de Lambayeque”, para optar el título profesional de Ingeniera Industrial. Tiene como objetivo general plantear una gestión de ventas con el fin de incrementar la producción del área comercial de energía, El diseño aplicado es no experimental. Se concluyó que la empresa no está implementando métodos de ventas, el personal carece de incentivos, Debido a una falta de capacitación y monitoreo en las llamadas a los clientes, la empresa solo alcanza el 48.47% de las ventas anuales, según el análisis estadístico aplicado.

A nivel nacional tenemos para la rentabilidad como referencia a varios autores Según Palomino Munaylla, E. (2019). En su tesis titulada “Financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios del Perú: caso de la empresa “Romis” EIRL-Ayacucho, 2019”; para optar el título profesional de contador público. Este trabajo tuvo como objetivo general analizar y describir las características principales del financiamiento del sector servicios en el Perú, El diseño fue del tipo cualitativo, no experimental. Se concluyó que el financiamiento tiene un impacto positivo en la rentabilidad de empresa (Mype) estudiada. Se observó que el financiamiento ha influido en mejorar la rentabilidad, lo que a su vez ha contribuido a aumentar los ingresos de estas empresas de menor tamaño.

Así mismo, Valenzuela Ortiz, M. (2021). En su tesis titulada “Control interno y rentabilidad de la Empresa Coltex Perú SAC Lurigancho, 2020”; para optar el título de contador público. Tiene como objetivo general examinar y establecer la conexión que existe entre el control interno y la rentabilidad. El método empleado es de diseño descriptivo correlacional, no experimental. Se concluye que después de analizar los resultados utilizando el programa estadístico SPSS versión 25, se llegó a la conclusión de que se acepta la hipótesis planteada de que existe una conexión entre la rentabilidad y el control interno.

Por otro lado, Panllo Soto, M. (2022). En su tesis titulada “Control de las cuentas por cobrar y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Doka Perú SAC del distrito de Lurín –2018.” Su objetivo principal es analizar cómo el control de las cuentas por cobrar afecta la rentabilidad de la empresa. Se busca investigar y comprender de qué manera el área de cuentas por cobrar, que presenta dificultades en su gestión debido a la falta de un control adecuado y la ausencia de personal capacitado exclusivamente para el control de cobranzas, influye en la rentabilidad de la empresa. El tipo de estudio es descriptivo y su diseño correlacional no experimental. En conclusión, se determina que la empresa Doka Perú S.A.C. no implementa procedimientos adecuados para realizar cobranzas a sus clientes y carece de personal capacitado en el área encargada de dar seguimiento a los clientes con pagos pendientes. Esta situación genera un desequilibrio ya que la falta de control en las cuentas por cobrar dificulta la recuperación de los pagos y afecta negativamente los resultados financieros. Es fundamental que las empresas tengan medidas y forme al personal para mejorar la gestión de las cobranzas y lograr un índice a favor en la rentabilidad.

Como teoría de la capacitación del personal de ventas tenemos según Tamez, Abreu, & Garza (2018) La capacitación se define como una inversión que la empresa realiza en su recurso humano con la expectativa de mejorar la producción, brindar un buen mantenimiento a los clientes y evitar o resolver posibles dificultades dentro de la entidad. La capacitación se considera una herramienta estratégica para desarrollar Las competencias y conocimientos de los trabajadores, permitiéndoles desempeñarse de manera más efectiva en sus roles y contribuir al éxito de la empresa., asimismo Konings & Vanormelingen (2020). Se ha observado que la prima de productividad para un trabajador es del 23%, mientras que la prima salarial correspondiente es solo del 12%, por otro lado, Casanueva & Rodríguez (2018), Indican que la disponibilidad de oportunidades de formación es crucial para aumentar los niveles de eficiencia y rendimiento. Además, destacan que la capacitación es parte integral del estado de las condiciones laborales en términos de calidad. Asimismo, resaltan que la Permanencia en el empleo, remuneración justa, protección social, participación sindical y equidad de género. También desempeñan un papel

crucial en este contexto, Chiavenato (2017) La capacitación es un proceso organizado y estructurado de enseñanza, en el cual los empleados aprenden nuevos conocimientos y desarrollan nuevas habilidades y adquieren competencias específicas según objetivos previamente definidos. Este proceso tiene como finalidad mejorar las capacidades y el desempeño de los individuos en su ámbito laboral, permitiéndoles adquirir nuevas habilidades técnicas, conocimientos teóricos o competencias prácticas necesarias para desempeñarse de manera efectiva en sus roles laborales.

Como teorías de la rentabilidad tenemos según Lawrence L. Michael D. (2017) dice que “La rentabilidad es el nivel de beneficio de una inversión”, quiere decir que es la recompensa que se gana cuando uno invierte en un determinado tiempo. Además, podemos decir que es valioso porque es la base de análisis empresarial ya que este indicador nos dirá si la inversión que se hizo es viable o no provechosa, así mismo Tafur (2021) La rentabilidad se refiere a las ganancias para la inversión realizada y también conocida como utilidad. Por otro lado, Millones (2020), La rentabilidad es la relación entre los recursos que una empresa utiliza para desarrollar su actividad económica, y los resultados económicos que obtiene de este proceso. En otras palabras, la rentabilidad se refiere al beneficio generado por una serie de inversiones en un período de tiempo establecido. Se considera como una forma de caracterizar los recursos empleados en una determinada acción y la ganancia generada como resultado de dicha acción. En resumen, la rentabilidad representa la eficiencia y la capacidad de generar beneficios a partir de la utilización de recursos en una actividad específica. Por último, según Barrero (2013) la rentabilidad es un tema o concepto de gran relevancia que las entidades deben estudiar, ya que es clave para evaluar el nivel de crecimiento de la empresa. A pesar de su importancia, se observa que muchos empresarios no comprenden completamente este concepto y no lo utilizan de manera adecuada en sus proyectos de inversión.

Para las dimensiones de la primera variable; Conocimiento tenemos como referencia según Porras J (2020), El conocimiento desempeña un papel fundamental en la búsqueda de la verdad, siempre respaldado por un marco epistemológico adecuado. Los diferentes enfoques, metodologías, técnicas y

formas de desarrollar el conocimiento contribuyen a ampliar nuestras formas de comprender y conocer el mundo que nos rodea, por otro lado, Ramírez A (2019) El conocimiento es el proceso consciente e intencional mediante el cual se busca comprender las características de un objeto. El desarrollo del conocimiento ha ido evolucionando en paralelo con la evolución del pensamiento humano a lo largo del tiempo, como segunda dimensión **Desempeño eficaz:** Torres J (2019) el desempeño eficaz es una herramienta que contribuye a optimizar el rendimiento de los recursos humanos en una organización. A través de este trabajo, nos indica que la falta de motivación a los trabajadores es la razón principal por la cual no hay motivación y desinterés por parte del emplead ya que no cuenta con la capacitación adecuada y no tiene conocimientos., por otro lado (Bittel, 2020), plantea que las expectativas que el empleado tiene sobre su trabajo, así como su actitud hacia el logro de metas y su deseo de mantener un ambiente armonioso, juegan un papel importante en su desempeño laboral. Asimismo, se destaca la relación directa entre el desempeño y las habilidades y conocimientos que el trabajador posee, ya que éstos respaldan las acciones emprendidas para consolidar los objetivos empresariales, como tercera dimensión **Puesto de trabajo:** Chiavenato (2020) define un puesto se puede entender como una entidad dentro de la organización que se caracteriza por un conjunto de normas que se le asigna a un trabajador para que pueda cumplir con sus funciones y poder realizar las tareas encomendadas por parte de la empresa para que pueda tener éxito al realizarlas y no se genere una confusión, otro lado, García L (2019) Un puesto son las diversas tareas y actividades y responsabilidades asociadas a una posición específica dentro de una entidad. Además, incluye los requisitos que se debe tener como buen perfil del empleador. La descripción detallada de un puesto se encuentra documentada en la empresa por parte del trabajador, dando, por ejemplo, en los manuales de funciones o en las descripciones de cargos.

Para las dimensiones de la segunda variable; **Utilidad** tenemos como referencia **según** Huete (2019) La utilidad se refiere a la satisfacción de un deseo o necesidad, y puede ser evaluada mediante comparaciones entre

personas. Estas comparaciones permiten sumar parcialmente las expectativas de los sujetos relevantes, ya sea dentro de una organización, un grupo de personas u otros contextos similares. El enfoque utilitarista busca maximizar la suma total de utilidad, considerando las preferencias y beneficios de un mayor número de individuos involucrados., por último (Bruje y Grant 2019) fundamenta que la demanda se basa en la premisa de que a medida que una persona ya tiene más cantidad de un objeto, la utilidad adicional que obtiene de cada unidad adicional disminuye, como segunda dimensión **Rentabilidad Económica:** Pérez (2016) señala que ganancia se da de una actividad económica utilizada en diferentes medios, como materiales, recursos financieros y humanos , para obtener diversos resultados., por último Córdoba (2015) “determina que la rentabilidad económica, también conocida como rentabilidad de transformación, es un indicador que mide el crecimiento del capital de una organización en relación con el tiempo y la actividad realizada. Representa la habilidad de las grandes empresas que invierten en sí misma y obtener rendimientos positivos., como tercera dimensión **Rentabilidad Financiera:** Córdoba (2015) La rentabilidad financiera es un método preciso para calcular el rendimiento de los accionistas o propietarios en términos de beneficios económicos. Actúa como una guía que determina qué tan eficientemente se utilizan las ganancias para generar retornos para aquellos que buscan desarrollar utilidades., por otro lado, Sánchez M (2020) La rentabilidad financiera evalúa la habilidad de obtener ganancias internas en la empresa con el objetivo de alcanzar sus propias ventajas, de manera similar a cómo se reconoce la rentabilidad de los socios o asociados.

Para los indicadores de la primera variable tenemos; **Tecnología de información;** según Saunkel (2019), esta capacidad implica posibilidades de acceder a materiales de excelente calidad desde ubicaciones remotas; adquirir conocimientos sin importar la ubicación física de los individuos; acceder a un aprendizaje interactivo y a opciones flexibles de educación., por otro lado Tedesco (2018) Para lograr una integración efectiva de las nuevas formas de la información en un proyecto destinado a reducir las desigualdades, es necesario que formen parte de un enfoque educativo en el cual los elementos identificados como fundamentales sean adoptados por los procesos

impulsados por las tecnologías. Este enfoque busca romper el determinismo social y se centra en la incorporación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), como se ha explorado a través de indicadores, como segundo indicador **La comunicación:** Jumbo (2013) La comunicación es primordial para que las personas puedan interactuar entre sí. Sin interacción, no puede haber comunicación, y viceversa. Es crucial examinar todos los elementos de la comunicación, ya que tienen un impacto directo en nuestras vidas., por último, León (2018) La comunicación es una necesidad fundamental en los seres humanos, ya que dependemos de las interacciones para funcionar en nuestro entorno. Es a través de la comunicación que dos o más personas intercambian conocimientos y experiencias, en un proceso que nos permite compartir información y establecer conexiones., como tercer indicador **Gestión de acontecimiento:** Martínez A. (2012) La administración de eventos como una empresa involucra la aplicación de conocimientos científicos, algunos de los cuales han sido desarrollados y comprobados a lo largo de siglos, mientras que otros surgen de las necesidades y circunstancias actuales, así como de los cambios en el entorno competitivo en el que operan., por otro lado Camejo(2012), La gestión se fundamenta en las medidas y elecciones necesarias para llevar a cabo los procesos de la organización, para lograr las metas deseadas, prestando una atención al medio en el que se encuentra, como cuarto indicador **Comportamiento:** según Chiavenato (2019) El comportamiento organizacional se trata de la manera en que las personas actúan y se refiere a la conducta exhibida por ellos. Los patrones de comportamiento son las formas en las que las personas suelen comportarse en sus actividades diarias., por otro lado, Piaget (2002) El comportamiento implica las acciones realizadas con el propósito de utilizar o modificar el entorno, así como preservar o mejorar las capacidades que los organismos ejercen sobre dicho entorno, como quinto indicador **Conjunto de deberes:** según Gonzales (2023) Los deberes son responsabilidades que debemos cumplir y a las cuales debemos responder. No podemos actuar de manera arbitraria todo el tiempo y en cualquier lugar; existen restricciones para proteger a los demás y a nosotros mismos, promoviendo la seguridad y la convivencia.; así mismo, la Fundación Humanismo y Democracia Se refiere a un conjunto de responsabilidades de

naturaleza ética, social y altruista que instan a los ciudadanos a colaborar voluntariamente, pero que en determinadas circunstancias cuentan con mecanismos de cumplimiento obligatorio; como sexto indicador **Nivel Jerárquico**: Según la BIDISS (1984) La decisión de la estructura organizativa administrativa implica asignar un nivel específico a las unidades internas, estableciendo su autoridad y responsabilidad, sin importar la naturaleza de las funciones que se les asignen. Así mismo, EUROINNOVA (2019) Los cargos determinan la posición en una organización en función de las funciones o tareas que se deben desempeñar, ya sea por su nivel jerárquico o por la importancia que tienen en la estructura organizativa.

Para los indicadores de la segunda variable tenemos; **Rendimiento de Operaciones Comerciales** según Gonzales (2019) nos permite determinar el valor que se obtiene para poder tener y optar por un beneficio, medido en términos de la relación ya que las ganancias y los costos, respecto a la inversión realizada, por otro lado, Córdoba (2018) Rendimiento es la proporción entre el gasto de los recursos, y el resultado que se logra con ese gasto. Se también conoce como el beneficio o provecho que se obtiene.; como segundo indicador **Inversión en factores productivos** según Piñol (2018) La inversión es la acción de colocar dinero a una empresa futuras. Son bienes o recursos que se destinan a desarrollar y mantener las actividades de la empresa, de manera que se alcance su objetivo principal, por otro lado García (2020)al nosotros poder hablar de inversión quiere decir el dinero destinado a una proyecto a corto mediano o largo plazo con la finalidad de que a futuro se pueda generar una rentabilidad y poder obtener una ganancia la cual nos beneficia y poder seguir invirtiendo, las cuales pueden ser inversiones financieras y económicas eso dependerá de que tipo de inversión se de en el proyecto . ; como tercer indicador **ROA** según Ehrhardt y Brighman (2018) La capacidad de generar ganancias de los activos disponibles en las instituciones se refleja en el indicador de rentabilidad, el cual muestra la relación entre las ganancias obtenidas y el total de sus activos; así también según Andrade (2011)El ROA es un medidor de rentabilidad que evidencia el manejo de las ganancias promedio de las empresas. Compara la utilidad obtenida en un determinado período con el promedio de sus activos totales en los dos periodos anteriores.



En otras palabras, el ROA da a mostrar las ganancias que tienen las empresas con sus activos y qué tan eficiente es en su utilización; como cuarto indicador **Capacidad de capitales invertidos** según Muñoz (2021) La eficiencia en el uso de recursos para generar un beneficio, midiendo el resultado neto para las empresas de su capital invertido por otro lado Sánchez (2019) Podemos definir como capital invertido "El capital invertido es el dinero invertido en la empresa para empezar y mantener el negocio, tanto a corto como a largo plazo; como quinto indicador **ROE** según Andrade (2018) El ROE es un medidor de rentabilidad que refleja la mejora en la gestión de sus recursos que tiene la empresa como patrimonio. Iguala la rentabilidad obtenida considerando el patrimonio de sus últimos periodos. En otras palabras, el ROE muestra la rentabilidad de la empresa en conexión al valor de su patrimonio o capital y qué tan eficiente es en su utilización.; así mismo según Asobanca (2018) El ROE es un indicador que muestra la rentabilidad obtenida a través de una inversión que se da para la empresa. Es decir, se calcula relacionando las pérdidas o ganancias producidas con el patrimonio de los bancos.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de Investigación**

##### **3.1.1 Tipo de Investigación**

El estudio presente es de una investigación de tipo básica, por lo cual, Hernández (2017), Investigación básica: se denomina teórica, pura o dogmática, ya que tiene un inicio en un marco teórico y se mantiene dentro de él. El propósito de este estudio es elevar los entendimientos científicos, pero sin aplicarlos a ninguna situación práctica en la vida real.

El enfoque de nuestro estudio de investigación es cuantitativo, por lo cual se escogerá un ejemplar que representa a la población. Se utilizará un instrumento en forma de cuestionario y el software SPSS para la elaboración de los resultados., Donald (2017) Se puede definir una cantidad específica que está relacionada con un objeto o persona. Esto hace que la muestra que elija me ayudará a determinar un cierto porcentaje de lo que he definido en mis variables.

##### **3.1.2 Diseño de investigación: No experimental**

Nuestro diseño de estudio es no experimental, por lo cual, no hubo manejo en las variables. Asimismo, Escamilla (2010) Es aquel que se caracteriza por tratarse de un tipo de investigación observacional, pues no se manipula de ninguna manera al objeto de estudio Por otro lado, Rodríguez (2003) La investigación no experimental se refiere a cualquier tipo de investigación en la cual no es posible cambiar las variables. En este tipo de investigación, los sujetos del estudio son observados en su entorno habitual, sin la presencia de condiciones o estímulos específicos a los que sean expuestos, permitiendo así estudiarlos en su realidad tal como se presenta.

### 3.2. Variables y operacionalización

Abordamos los conceptos de las variables, tenemos **Capacitación del personal de ventas**; según García, B. (2019) define que la capacitación no debe ser considerada únicamente como una obligación de la empresa hacia sus trabajadores, como se ha establecido en el pasado. Más bien, debe ser vista como una obligación y compromiso en relación a los trabajadores, con un enfoque específico en sus respectivos puestos de trabajo. El objetivo es adquirir conocimientos especializados y necesarios para lograr un desempeño eficaz; **Rentabilidad**; según Tafur (2021) La rentabilidad se refiere al rendimiento obtenido de una inversión, también conocido como utilidad. Por lo tanto, es la ganancia que recibe una persona por una inversión generada a corto mediano o largo plazo.

Abordamos las definiciones operacionales de las variables, tenemos **Capacitación del personal de ventas** esta variable es evaluada por las dimensiones propuestas que establecen la capacitación del personal de ventas como un proceso diseñado para lograr ciertos objetivos; **Rentabilidad** esta variable se evalúa utilizando los ingresos totales de las empresas.

#### 3.2.1 Indicadores

Para una mejora comprensión, Serna (2006) Los datos cuantitativos son aquellos que se obtienen a través de medidas o procedimientos estandarizados, los cuales producen resultados que son obtenidos por todos de la misma manera. Los resultados son especialmente relevantes para el investigador, y la metodología empleada es más importante que la información obtenida.

#### 3.2.2. Escala de medición

Este trabajo tiene una serie de objetivos comunes, ya que su finalidad requiere la exposición a programas estadísticos e informáticos, Reyes (2019) dice que Una escala de medición se trata de una serie de posibles valores que una variable puede alcanzar, medida en un continuo de valores ordenados de un punto inicial a un punto final.

**Tabla 1**  
*Escala de Likert*

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Nunca se cumple	Casi nunca se cumple	A veces se cumple	Casi siempre se cumple	Siempre se cumple

**Fuente:** Elaboración propia

### **3.3 Población, muestra y muestreo**

#### **Población**

En este trabajo, la población son las personas que laboran en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepulturas, de lo cual se tomara la muestra. Asimismo, Echen (2016), el término “población” se utiliza para hacer referencia a la agrupación de elementos que se desea averiguar, los cuales pueden ser sucesos, objetos, situaciones o grupos de individuos., por otro lado, Donald (2017) Se define como la agrupación completa de elementos, individuos o entidades que comparten similitudes y que se usarán como unidades de muestreo. También se le conoce como Universo.

#### **Muestra**

La muestra es 35, La muestra se eligió por conveniencia porque solo se encuestó a unos pocos empleados en cada empresa, es decir, el número de encuestados fue 35. Asimismo, Según Donald (2017) La muestra corresponde a una porción o segmento de la población seleccionada con el propósito de obtener información. En esta muestra se llevarán a cabo las medidas u observaciones de las variables de estudio. Por otro lado, Porras (2016) Una

muestra se refiere a un grupo de N elementos seleccionados de una población, y es importante que sea representativa para que sus características reflejen las de la población en general.

### **Muestreo**

El método que vamos a utilizar es el no probabilístico, por lo cual, se seleccionará a los empleados de las empresas que prestan servicios funerarios y de sepultura con la finalidad de aprobar o rechazar las hipótesis. Asimismo, Según Montgomery y Runger (2019) El muestreo implica la selección y análisis de una muestra que refleje de manera precisa una población más extensa, con la finalidad de obtener conclusiones válidas sobre el trabajo.

## **3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

### **Técnicas**

La técnica que se utilizó fue el método de acumulación de datos o también llamada la encuesta, se seleccionaron a los trabajadores en dichas empresas que prestan servicios funerarios y de sepultura.

### **Instrumentos**

En el trabajo de investigación, el instrumento aplicado es un cuestionario, por lo que se harán preguntas cerradas mediante una escala Likert con cinco opciones del 1 al 5.

**Tabla 2.**

*Principales técnicas de instrumentos de investigación*

<b>Técnicas</b>	<b>Instrumentos</b>
Encuesta	Cuestionario

**Fuente:** Elaboración propia

**Validez**

El instrumento fue administrado de acuerdo con los criterios de un panel de profesores competentes que revisaron y siguieron el enfoque de las preguntas del cuestionario aplicables al presente estudio. Asimismo, Según Rusque (2021) Ser válido consta de la capacidad para responder a las interrogantes de manera adecuada y satisfactoria, La validación de instrumentos se utiliza para reducir los errores en la escala de Likert y los ítems, con el fin de garantizar la fiabilidad de la investigación.

Por consiguiente, contamos con 3 jurados expertos los cuales son:

**Tabla 3.**

*Validadores expertos de los instrumentos de investigación*

Nombre del Validador	Grado
Ríos Lujan, Saud	Doctor
Lavalle Dioses , Junior Miguel	Doctor
Campos Mendoza, Juan Carlos	Doctor

**Fuente:** Elaboración propia

## Confiabilidad

En nuestra investigación, luego de la verificación del instrumento, se realizó una encuesta para calcular la confiabilidad de las 2 variables de estudio. La medición que se hará a las variables de estudio se realizará mediante el método Alfa de Cronbach por lo que se verá una tabla de rango alfa en el cual dirá si la confiabilidad de nuestras variables e instrumentos, 0.01 a 0.20 es muy bajo., hasta llegar a 0.81 a 1, que es un grado de confiabilidad elevado. Por otro lado, Guillermo Briones (2020), La confiabilidad en la investigación representa la confianza en los resultados obtenidos por el investigador mediante los procedimientos utilizados en el estudio

A continuación, nos fijaremos en la fiabilidad de cada variable estudiada y del instrumento en su conjunto.

Para observar la confiabilidad de variables e instrumentos se utiliza como referencia la escala alfa de Cronbach, la cual nos dice que cuanto más cercano a 1 esté el resultado, más confiable es.

**Tabla 4**

*Confiabilidad de V1. Capacitación del personal*

Alfa de Cronbach	N de
elementos 0,846	21

**Fuente:** Elaboración mediante spss

En la tabla 4, podemos notar, que en la variable Capacitación del personal, la fiabilidad es del 0.846, siendo muy confiable, por lo que está en un alcance considerable de confiabilidad.

**Tabla 5.**  
*Confiabilidad de V2. Rentabilidad*

Alfa de Cronbach	N	de
elementos 0,697		19

**Fuente:** Elaboración mediante spss

En la tabla 5, podemos notar, que en la variable Rentabilidad, la fiabilidad es del 0.697, siendo confiable, por lo que está en un alcance considerable de confiabilidad.

**Tabla 6.**  
*Confiabilidad de V1. y V2.*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,780	40

**Fuente:** Elaboración mediante spss

En la tabla 6, podemos notar, que en las variables Capacitación del personal y Rentabilidad, la fiabilidad es del 0.780, las cuales son aceptables y confiables, ya que se encuentra en un alcance considerable de confiabilidad.

### 3.5 Procedimiento

Toda nuestra investigación, fue recopilada por fuente con mayor confiabilidad, por lo que fueron de publicaciones científicas, libros, artículos, tesis, entre otros. Nuestra información recopilada nos permite sostener nuestra problemática vista en la investigación; por lo cual se realizó una encuesta a un total de 35



personas, la cual se realizó por un cuestionario, el cual fue establecido por 40 preguntas, los individuos encuestados son las cuales trabajan en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepultura, los resultados que arrojó la encuesta serán trasladados a una base de datos, ya que después serán llevados al spss y poder confirmar la confiabilidad de nuestra investigación.

### **3.6 Método de análisis de datos**

Una vez realizada la encuesta, se determina la confiabilidad utilizando el alfa de Cronbach para el muestreo y la selección. Asimismo, a partir de la información ingresada al SPSS se obtienen resultados descriptivos, el cual genera tablas con porcentajes e intervalos que muestran la frecuencia con la que se encuentran, de modo que los resultados también se muestran gráficamente; Finalmente, se obtienen resultados consistentes ingresando la información en el software SPSS, que puede determinar la normalidad, y probando la hipótesis utilizando Rho de Spearman.

### **3.7 Aspectos éticos**

Se llevó a cabo una revisión y evaluación del trabajo para afirmar la realización de los aspectos éticos. Se respetó el principio de autonomía al realizar una revisión documental en el estudio. Se garantizó el principio de beneficencia y no maleficencia al codificar y proteger los datos recolectados en el equipo se implementaron claves de acceso por parte del investigador para garantizar la seguridad de los datos recolectados. Al concluir el estudio, se hizo un informe general y se eliminó la información, asegurando que los datos de los participantes no fueron expuestos en la publicación. Los datos recolectados no se utilizaron con fines distintos a la investigación.

#### IV. RESULTADOS

En los resultados que se obtuvo del trabajo, se trató los temas relacionadas a la estadística, en lo que se respecta a nuestras dimensiones y variables. Por lo que se desbordara sobre el análisis descriptivo, los cuales son la prueba de confiabilidad y los baremos de preguntas, lo cual nos va a permitir ver si se va a emplear Rho de Spearman o Pearson, y se verán y se aceptan o rechazan las hipótesis de la investigación.

**Tabla N° 7**

<i>CAPACITACION DEL PERSONAL</i>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	3	4,5	5,6	5,6
	NI DEACUERDO NI EN DESACUERDO	3	10,6	13,0	18,5
	DE ACUERDO	18	47,0	57,4	75,9
	MUY DE ACUERDO	11	19,7	24,1	100,0
	Total	35	81,8	100,0	
	Total	35	100,0		

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

La capacitación del personal, es fundamental para toda empresa, ya que, se mejora el rendimiento y ayuda a mejorar las habilidades y los conocimientos de los trabajadores, ayuda a la adaptación y el aumento de la productividad siendo los trabajadores más eficientes en su ámbito laboral.

**Tabla N° 8**

		<b>CONOCIMIENTO</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces se cumple	1	2,9	2,9	2,9
	casi siempre se cumple	15	42,9	42,9	45,7
	siempre se cumple	19	54,3	54,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

Al analizar la tabla 8, conocimiento, se puede confirmar que las empresas tienen aspectos muy importantes como son, la empresa realiza capacitaciones digitales al personal de manera constante, asimismo, la empresa cumple con la evaluación del personal en el desarrollo de habilidades tecnológicas , además el personal en algunos casos usa la tecnología de manera adecuada y en otros casos no, así como también, muchas veces la capacitación en tecnología no contribuye con el rendimiento del personal de ventas, también la empresa suele usar de manera constante la sensibilización en sus ventas y la empresa brinda un soporte casi constante con los trabajadores. La empresa cumple con la evaluación del personal en el desarrollo de habilidades tecnológicas, Muchas veces no se realizan trabajos en equipos para brindar un servicio completo y coordinado.

**Tabla N° 9**

		<b>DESEMPEÑO EFICAZ</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces se cumple	1	2,9	2,9	2,9
	casi siempre se cumple	21	60,0	60,0	62,9
	siempre se cumple	13	37,1	37,1	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

Al analizar la tabla 9, desempeño eficaz , se puede confirmar que las empresa suelen promover la honradez dentro de la institución La empresa promueve de manera constante la resiliencia entre sus trabajadores, asimismo ,la empresa suele realizar capacitaciones para realizar oraciones, así también muchas veces no se realizan trabajos en equipos para brindar un servicio completo y coordinado, además la empresa tiene un constante personal que logra el equilibrio en el centro laboral, la empresa solo suele tener un manual de apoyo sobre las ventas en algunos casos, asimismo la empresa de manera constante tiene sus políticas de post ventas y la empresa suele realizar dinámicas de ventas para los trabajadores

**Tabla N° 10**

		<b>Puestos de Trabajo</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca se cumple	1	2,9	2,9	2,9
	a veces se cumple	3	8,6	8,6	11,4
	casi siempre se cumple	15	42,9	42,9	54,3
	siempre se cumple	16	45,7	45,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

Al analizar la tabla 10, puestos de trabajo, se puede confirmar que el área de ventas requiere personal que tenga disponibilidad tiempo completo, asimismo la normativa laboral es conocida por la mayoría de trabajadores, además no están muy bien definidas las responsabilidades de los puestos de trabajos. En la empresa no hay mucha facilidad para ascender de puestos, asimismo, la empresa no suele brindar mucha estabilidad laboral en algunos casos, además en la empresa a algunos trabajadores les da línea de carrera, mientras que a otros no y no siempre existen categorías entre los trabajadores.

**Tabla N° 11**

		<i>RENTABILIDAD</i>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	4,5	4,5	4,5
	NI DEACUERDO NI EN DESACUERDO	2	10,6	10,6	15,2
	DE ACUERDO	17	60,6	60,6	75,8
	MUY DE ACUERDO	15	24,2	24,2	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

Las empresas están de acuerdo, que la rentabilidad, es fundamental, ya que asegura que la empresa genere suficientes ingresos para cubrir costos y gastos operativos.

**Tabla N° 12**

		<b>Utilidad</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi siempre se cumple	26	74,3	74,3	74,3
	siempre se cumple	9	25,7	25,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

Al analizar la tabla 12, utilidad, se puede confirmar que las utilidades a los trabajadores no se dan por completo, no todos la reciben, asimismo, gran parte de las utilidades son destinadas a un fondo de contingencia, además la empresa en su mayor parte genera ingresos adicionales, también, la empresa invierte constantemente parte de sus utilidades en programas de servicio social, se incrementaron hornos crematorios para generar mayor ventas y la empresa brinda acompañamientos en los velorios brindados

**Tabla N° 13**

		<b>Rentabilidad Económica</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca se cumple	1	2,9	2,9	2,9
	a veces se cumple	1	2,9	2,9	5,7
	casi siempre se cumple	20	57,1	57,1	62,9
	siempre se cumple	13	37,1	37,1	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

Al analizar la tabla 13, rentabilidad económica, se puede confirmar que muchas veces la empresa no distribuye en los dividendos las ganancias, asimismo, no se realizan mejoras en las instalaciones, además las ganancias no se utilizan como incentivos para los trabajadores, también se hacen eventos para mejorar la conexión con los clientes, asimismo, se destina parte de las ganancias para el marketing y no se usan recursos para la publicidad en las redes sociales.

**Tabla N° 14**

		<b>Rentabilidad Financiera</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces se cumple	1	2,9	2,9	2,9
	casi siempre se cumple	26	74,3	74,3	77,1
	siempre se cumple	8	22,9	22,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

Al analizar la tabla 14, rentabilidad financiera, se puede confirmar que se administra eficientemente los costos operativos, además, no se fijan los precios acordes al mercado los cuales cubren los costos operativos, también muchas veces no se optimizan los procesos para reducir los costos y aumentar la

rentabilidad, asimismo, se utilizan constantemente los datos y las métricas para evaluar el rendimiento financiero, además.

Siempre se aseguran de cumplir con las regulaciones y requisitos para evitar multas, se lleva un control financiero estricto que le permite manejar un flujo de efectivo positivo y la empresa tiene un plan estratégico a largo plazo donde se plasman las necesidades cambiantes de la comunidad.

**Tabla N° 15**

<i>Prueba de normalidad</i>			
Shapiro - Wilk			
	Estadístico	gl	Sig.
Capacitación del personal	,950	35	,110
Rentabilidad	,946	35	,083

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

Podemos analizar, en la prueba de normalidad que las variables de estudio Capacitación del personal y Rentabilidad; muestra el Sig. ,110 la cual nos indica que la conducta de los datos es normal estableciendo utilizar para la prueba estadística de correlación Rho de spearman.

**Tabla N°16**

## Capacitación del personal y Rentabilidad

			V1	V2
Rho de Spearman	Variable Capacitación del personal	Coeficiente de correlación	1,000	,490
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	35	35
	Variable Rentabilidad	Coeficiente de correlación	,190	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	35	35

**Fuente:** Elaboración mediante spss 27

H1: La Capacitación del personal se relaciona con la Rentabilidad en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepultura en Lima en el año 2023

H0: La Capacitación del personal no se relaciona con la Rentabilidad en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepultura en Lima en el año 2023

En la tabla 16, se puede apreciar, que al ejecutar la correlación de Rho de spearman se obtiene una correlación relevante de ,490, igualmente nos da un p-valor de ,000 el cual es menor al p-valor exigido ,050. Por consiguiente, nuestra hipótesis nula queda rechazada y aprobamos la hipótesis de estudio. Por consiguiente, se puede afirmar: La Capacitación del personal se relaciona con la Rentabilidad en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepultura en Lima en el año 2023.



**Tabla N°17**

## Capacitación del personal y utilidad

			V1	D4
Rho de Spearman	V1	Coefficiente de correlación	1,000	,505**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	35	35
	D4	Coefficiente de correlación	,505**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	35	35

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

H1: La Capacitación del personal se relaciona con la utilidad en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepultura en Lima en el año 2023

H0: La Capacitación del personal no se relaciona con la utilidad en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepultura en Lima en el año 2023

En la tabla 17, se puede apreciar, que al ejecutar la correlación de Rho de spearman se obtiene una correlación relevante de ,505, igualmente nos da un p-valor de ,000 el cual es menor al p-valor exigido ,050. Por consiguiente, nuestra hipótesis nula queda rechazada y aprobamos la hipótesis de estudio. Por consiguiente, se puede afirmar: La Capacitación del personal se relaciona con la utilidad en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepultura en Lima en el año 2023

**Tabla N° 18**

## Capacitación del personal y rentabilidad económica

			V1	D5
Rho de Spearman	V1	Coeficiente de correlación	1,000	,390**
		Sig. (bilateral)	.	,005
		N	35	35
	D5	Coeficiente de correlación	,390**	1,000
		Sig. (bilateral)	,005	.
		N	35	35

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

H1: La Capacitación del personal se relaciona con la rentabilidad económica en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepultura en Lima en el año 2023

H0: La Capacitación del personal no se relaciona con la rentabilidad económica en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepultura en Lima en el año 2023

En la tabla 18, se puede apreciar, que al ejecutar la correlación de Rho de spearman se obtiene una correlación relevante de ,390, igualmente nos da un p-valor de ,000 el cual es menor al p-valor exigido ,050. Por consiguiente, nuestra hipótesis nula queda rechazada y aprobamos la hipótesis de estudio. Por consiguiente, se puede afirmar que La Capacitación del personal se relaciona con la rentabilidad económica en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepultura en Lima en el año 2023

**Tabla N°19**

Capacitación del personal y rentabilidad financiera.

			V1	D6
Rho de Spearman	V1	Coeficiente de correlación	1,000	,548**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	35	35
	D6	Coeficiente de correlación	,548**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	35	35

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 26

H1: La Capacitación del personal se relaciona con la rentabilidad financiera en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepultura en Lima en el año 2023

H0: La Capacitación del personal no se relaciona con la rentabilidad financiera en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepultura en Lima en el año 2023

En la tabla 19, se puede apreciar, que al ejecutar la correlación de Rho de spearman se obtiene una correlación relevante de ,548, igualmente nos da un p-valor de ,000 el cual es menor al p-valor exigido ,050. Por consiguiente, nuestra hipótesis nula queda rechazada y aprobamos la hipótesis de estudio. Por consiguiente, se puede afirmar que La Capacitación del personal se relaciona con la rentabilidad financiera en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepultura en Lima en el año 2023.

## V. DISCUSIÓN

A partir de los resultados estadísticos y los antecedentes, se realizó un análisis de los datos obtenidos para determinar si era posible confirmar o no la hipótesis inicial. El resultado de esta comparación se expuso las tablas de frecuencia para poder determinar los resultados de la prueba de hipótesis y poder compararla con nuestros antecedentes.

En este capítulo se utilizó una métrica de alta confiabilidad y validez que se conoce como consistencia cronológica, la cual permite analizar la consistencia en los resultados a lo largo del tiempo. Para hacer esta comparación, se consideró el análisis de variables, en las cuales se determinó si había una relación entre el tema investigado y los antecedentes

La hipótesis general: la capacitación del personal se relaciona con la Rentabilidad en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepultura en Lima en el año 2023, en conformidad con los procesos estadísticos los cuales se hicieron en el trabajo, así como se obtuvo en la tabla 16. en el cual se dio la correlación significativa y disminuyo, al realizar la comparativa estadística, se acepta la hipótesis planteada en la tesis y se rechaza la hipótesis nula.

De este modo se logra determinar que, la capacitación del personal si se da de una manera constante y viable va a ayudar mucho en que las empresas generen mayor productividad y sean más rentables, en lo cual está relacionado en su mayoría a la rentabilidad.

Las conclusiones de esta investigación están de acuerdo con el autor Chávez, F. (2019). En su tesis titulada La capacitación del personal y el desempeño laboral, quien llega a la conclusión que de no haber una buena capacitación del personal y la poca motivación laboral debido a la falta de conocimientos de varios trabajadores en el área que laboran, se produce una baja producción y una baja rentabilidad en la empresa, por ello se daría en riesgo de pérdida.

Para la hipótesis específica 1: la Capacitación del personal se relaciona con la utilidad en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepultura en Lima en el año 2023, correspondiendo con el proceso estadístico que se realizó, en conjunto con el resultado de la tabla 17, en el cual se dio la correlación significativa y baja y al realizar la comparación estadística, se acepta la hipótesis planteada en la tesis y se rechaza la hipótesis nula.

De acorde a esta hipótesis específica podemos deducir que al haber una capacitación al personal va permitir que los empleados se adapten a cambios y procesos en entorno de trabajo. Una fuerza laboral adaptable y bien capacitada puede mantener la eficiencia durante periodos de cambio lo que es esencial para la utilidad a largo plazo. lo cual tiene un impacto directo en la eficiencia, la productividad y la calidad del trabajo todos los cuales son factores críticos para la utilidad de una empresa.

Las conclusiones de esta investigación están de acuerdo con el autor García, B. (2019). En su tesis titulada “Un análisis de la capacitación y su impacto en la productividad caso central termoeléctrica de ciclo combinado, quien llega a la conclusión que, la inversión en capacitación y entrenamiento es una medida clave para la mejora de la rentabilidad y la productividad de la empresa, al tiempo porque se posiciona en el mercado de manera más competitiva, en relación con sus competidores. El valor agregado que trae la calificación y preparación de los empleados, permiten a la empresa adaptarse rápidamente a las nuevas tendencias.

Para la hipótesis específica 2: la Capacitación del personal se relaciona con la rentabilidad económica en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepultura en Lima en el año 2023, correspondiendo con el proceso estadístico que se realizó, en conjunto con el resultado de la tabla 18, en el cual se dio la correlación significativa y baja y al realizar la comparación estadística, se acepta la hipótesis planteada en la tesis y se rechaza la hipótesis nula.

De acorde a esta hipótesis específica podemos deducir que la capacitación del personal efectiva proporciona a los trabajadores las enseñanzas necesarias para desempeñar sus funciones de manera más eficiente. Una fuerza laboral más productiva puede aumentar la producción y la entrega de servicios contribuyendo así a la rentabilidad económica, lo cual, en diversos aspectos en la rentabilidad económica de una empresa, desde la eficiencia operativa hasta la satisfacción del cliente y la veracidad de adaptación al entorno empresarial.

Las conclusiones de esta investigación están de acuerdo con el autor González A. (2019). En su tesis titulada Propuesta de gestión de capacitación para una empresa de productos prefabricados para la construcción, quien llega a la conclusión que, la inexistencia de estrategias y procedimientos de capacitación conlleva a una reducción en la ganancia productiva de la empresa, por lo que se carece de la necesaria preparación para abordar los desafíos y demandas del mercado. De esta manera, la falta de inversión en capacitación impacta de manera negativa la rentabilidad.

Para la hipótesis específica 3, la Capacitación del personal se relaciona con la rentabilidad financiera en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepultura en Lima en el año 2023, correspondiendo con el proceso estadístico que se realizó, en conjunto con el resultado de la tabla 19, en el cual se dio la correlación significativa y baja y al realizar la comparación estadística, se acepta la hipótesis planteada en la tesis y se rechaza la hipótesis nula.

De acorde a esta hipótesis específica podemos deducir que la capacitación mejora las habilidades y conocimientos de los trabajadores, lo que a su vez aumenta la productividad, un personal más productivo puede completar más tareas de manera más eficiente, contribuyendo a la rentabilidad financiera al optimizar los recursos existentes y reducir los costos.

Las conclusiones de esta investigación están de acuerdo con el autor Aponte Luna, J. A. (2021). En su tesis titulada "Propuesta de mejora del proceso de atención de clientes para aumentar volumen de ventas en la empresa R&A Computer Technology SAC, quien llega a la conclusión que, la capacitación del personal mejora y cumplen con el fin de incrementar la producción al reducir ventas inconclusas y mejorar la rentabilidad financiera.

## VI.CONCLUSIONES

1. Se ha determinado una relación entre la capacitación del personal y la rentabilidad en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepultura en Lima, 2023; la relación entre la capacitación del personal y la rentabilidad en las empresas es crucial debido a que el uso de esto de una manera constante va permitir que los empleados se adapten a cambios en que las empresas generen mayor productividad y sean más rentables, lo cual está relacionado en su mayoría a la rentabilidad.
2. Se ha determinado una relación significativa entre la capacitación del personal de ventas y la utilidad en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepultura en Lima, 2023; la relación entre la capacitación del personal de ventas y la utilidad en estas empresas es crucial y puede tener un impacto significativo en el rendimiento general del negocio; ya que la inversión en la capacitación del personal de ventas no solo es una herramienta estratégica para mejorar el rendimiento individual y colectivo, sino que también tiene una repercusión inmediata en la utilidad y el éxito general de la empresa. La capacitación continua es esencial con el fin de asegurar una posición empresarial en constante cambio y para asegurar que el equipo de ventas esté equipado con las habilidades necesarias para alcanzar y superar los objetivos establecidos.
3. Se ha determinado la relación entre la capacitación del personal de ventas y la rentabilidad económica en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepultura en Lima, 2023; el cual nos hace mención de que en las diferentes empresas de este sector la capacitación del personal de ventas no solo es una ganancia en el proceso de habilidades individuales, sino también una estrategia integral para mejorar la económica de una empresa y sea rentable. Un equipo de ventas bien entrenado puede contribuir significativamente a aumentar los ingresos, retener clientes y mantener la competitividad en un mercado en constante evolución.



4. Se ha determinado que existe la relación entre la capacitación del personal de ventas y la rentabilidad financiera de las empresas que prestan servicios funerarios y de sepultura en Lima, 2023; la capacitación del personal de ventas y la rentabilidad financiera están relacionadas entre sí. Una inversión estratégica en el avance de conocimientos y habilidades de ventas puede tener una impresión significativa de los resultados de una empresa a través de un aumento en las ventas, la fidelización del cliente, la eficiencia operativa y la adaptación continua al cambio en el mercado.

## VII. RECOMENDACIONES

- La capacitación del personal de ventas en empresas que ofrecen servicios funerarios es esencial para garantizar una experiencia compasiva y profesional para los clientes en un momento delicado. Aquí dejamos algunas recomendaciones que pueden ayudar a mejorar la capacitación y, por ende, la rentabilidad en este sector; ya que su naturaleza es la sensibilidad en los servicios funerarios, es crucial que el personal de ventas demuestre empatía y sensibilidad hacia los clientes en duelo. La capacitación debe centrarse en desarrollar habilidades emocionales para manejar situaciones difíciles con compasión.
- Se recomienda que el personal de ventas debe tener un conocimiento profundo de los servicios y productos funerarios ofrecidos. Esto incluye comprender los diferentes tipos de servicios, los costos asociados y la capacidad de guiar a los clientes a través de las opciones disponibles de manera clara y comprensible. Dada la sensibilidad del tema, es probable que los clientes tengan objeciones o preocupaciones específicas. La capacitación debe preparar al personal de ventas para abordar estas inquietudes de manera respetuosa, ofreciendo información clara y soluciones adecuadas
- Las habilidades de comunicación son fundamentales en la venta de servicios funerarios. El personal debe aprender a comunicarse de manera clara y efectiva, adaptando su lenguaje y tono a la situación. Además, la escucha activa es crucial para poder comprender a las personas. La ética y la transparencia son fundamentales en la industria de servicios funerarios. La capacitación debe hacer énfasis en prácticas comerciales éticas y en proporcionar información transparente sobre costos, servicios y opciones disponibles

- Recomendamos que se debe incorporar ejercicios prácticos, como simulaciones y juegos de roles, puede ayudar al personal de ventas a aplicar las habilidades aprendidas en situaciones de la vida real. Esto permite practicar la empatía, la comunicación y la gestión de situaciones emocionales antes de enfrentarse a clientes reales.
- Dado que la industria funeraria puede estar sujeta a cambios normativos y tendencias cambiantes, es importante proporcionar actualizaciones periódicas de capacitación. Mantener al personal informado sobre nuevas prácticas, regulaciones y servicios asegurará que estén siempre bien preparados.
- La capacitación del personal de ventas en la industria de servicios funerarios debe centrarse en habilidades emocionales, conocimiento detallado del producto y ética comercial. Al proporcionar una experiencia positiva y compasiva, se puede fortalecer la relación con los usuarios y, por último, caso mejorar la rentabilidad.

## REFERENCIAS

1. Alles, M. A. (2019). Formación, Capacitación, Desarrollo - Volumen 1: Diseñar, planificar e implementar actividades formativas efectivas y eficaces mirando al 2030/2040.. Argentina.
2. Baldwin, T. T., Magjuka, R. J., & Loher, B. T. (1991). The Perils of Participation: Effects of Choice of Training on Trainee Motivation and Learning. *Personnel Psychology*
3. Barney, J. B., & Arian, A. M. (2001). "The Resource-Based View: Origins and Implications." *Handbook of Strategic Management*, 124-188.
4. Blanchard, P. N., & Thacker, J. W. (2019). Capacitación efectiva: Sistemas, estrategias y prácticas.
5. Bohórquez Arévalo, L. E., Caro Ballestas, A. S., & Morales, N. D. (2017). Impacto de la capacitación del personal en la productividad empresarial: caso hipermercado. *Dimensión empresarial*, 15(1), 210-220.
6. Briones, Y. B. B. A., & Mendoza, S. A. E. (2017). Programa de capacitaciones al personal de ventas para incrementar los ingresos y mejorar el servicio al cliente en Hunting & Fishing de la ciudad de Guayaquil, perÃodo 2016. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, (227).
7. Broad, M. L., & Newstrom, J. W. (1992). Transfer of Training: Action-packed Strategies to Ensure High Payoff from Training Investment. Addison-Wesley.
8. Chaverra J. (2019). "rentabilidad patrimonial y direccionamiento estratégico de las empresas de servicios turísticos en Colombia". Recuperado de:

<https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/5239/PROYECTO%20DE%20INVESTIGACI%C3%93N.%20RENTABILIDAD%20PATRIMONIAL%20Y%20DIRECCIONAMIENTO%20ESTRAT%C3%89GICO%20DE%20LAS%20EMPRESAS%20DE%20SERVICIOS%20TURISTICOS%20EN%20COLOMBIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

9. Chávez, F. (2019). "La capacitación del personal y el desempeño laboral. Recuperado de:  
<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/28329>.
10. Chu Rubio, M. (2021). El ROI de las decisiones del marketing: Un enfoque de rentabilidad. Colombia.
11. Colquitt, J. A., LePine, J. A., & Wesson, M. J. (2021). Comportamiento organizacional: Mejorando el desempeño y el compromiso en el lugar de trabajo.
12. Corcuera Pretell, R. J. (2022). Impacto de la Covid-19 en la situación económica y financiera de un cementerio privado en la ciudad de Trujillo al 2021.
13. Cubas Torres, C. M., & Davila Sangama, D. E. (2022). Capacitación y desempeño laboral del personal de ventas en homecenters peruanos sa-tienda Salaverry 2016.
14. Fitzpatrick, J. L., Sanders, J. R., & Worthen, B. R. (2011). Program Evaluation: Alternative Approaches and Practical Guidelines. Pearson.
15. Flores Rojas, P. A. (2019). Influencia de la calidad de servicio en la decisión de compra de servicios funerarios en la ciudad de Chiclayo en el 2017.
16. García, B. (2019). "Un análisis de la capacitación y su impacto en la productividad caso central termoeléctrica de ciclo combinado. Recuperado

de:

[https://ciateq.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1020/281/1/Garcia TovarBlancaR%20MDGPI%202018.pdf](https://ciateq.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1020/281/1/Garcia_TovarBlancaR%20MDGPI%202018.pdf)

17. Goldstein, I. L., & Ford, J. K. (2002). *Training in Organizations: Needs Assessment, Development, and Evaluation*. Wadsworth Publishing.
18. Goldstein, I. L., & Ford, J. K. (2014). *Capacitación en las organizaciones: Evaluación de necesidades, desarrollo y evaluación*.
19. González A. (2019). "Propuesta de gestión de capacitación para una empresa de productos prefabricados para la construcción. Recuperado de: <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/149825/Gonzalez%20Leiva%20Rodrigo.pdf>
20. Holton III, E. F., Bates, R. A., & Ruona, W. E. (2000). Desarrollo de un inventario generalizado de transferencia de aprendizaje.
21. Holton, E. F., Bates, R. A., & Ruona, W. E. A. (2000). Development of a Generalized Learning Transfer System Inventory. *Human Resource Development Quarterly*.
22. Ittner, C. D., & Larcker, D. F. (1997). "Quality strategy, strategic control systems, and organizational performance." *Accounting, Organizations and Society*, 22(3-4), 293-314.
23. Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). "The Balanced Scorecard: Measures that Drive Performance." *Harvard Business Review*.
24. Kirkpatrick, D. L., & Kirkpatrick, J. D. (2006). *Evaluating Training Programs: The Four Levels*. Berrett-Koehler Publishers.
25. Kraiger, K. (Ed.). (2014). *Creación, implementación y gestión de capacitación y desarrollo efectivos: Lecciones de vanguardia para la*

- práctica.
26. Lev, B. (2001). "Intangibles: Management, Measurement, and Reporting." Brookings Institution Press.
  27. Miller, D. (1992). "The Icarus Paradox: How Exceptional Companies Bring About Their Own Downfall." Business Horizons.
  28. Morales A. (2011). "Las estrategias de comercialización y su incidencia en la venta de seguros de la empresa TECNISEGUROS en la ciudad de Ambato". Recuperado de: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1324/1/327%20Ing.pdf>
  29. New Perspectives on Enterprise Decision-Making Applying Artificial Intelligence Techniques. (2021). Alemania: Springer International Publishing.
  30. Noe, R. A. (2017). Capacitación y desarrollo de talento en las organizaciones (7ª ed.).
  31. Noe, R. A. (2017). Employee Training and Development. McGraw-Hill Education.
  32. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). "Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers." John Wiley & Sons.
  33. Palomino Munaylla, E. (2019). "Financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios del Perú: caso de la empresa "Romis" EIRL-Ayacucho, 2019".
  34. Penrose, E. T. (1959). "The Theory of the Growth of the Firm." Oxford University Press.
  35. Phillips, J. J., & Phillips, P. P. (2016). Handbook of Training Evaluation and

- Measurement Methods. Routledge.
36. Phillips, J. J., & Phillips, P. P. (2016). Manual de evaluación y medición de la capacitación.
  37. Porter, M. E. (1985). "Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance." Free Press.
  38. Ramírez y Gómez. (2021). "Análisis de la rentabilidad del modelo de negocio de las plataformas digitales (APPS) especializadas en alimentos en Bogotá. Recuperado de:  
[https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/13787/1/TE.GF\\_Cifuentes\\_Yamile-SeguraJorge-CelisVilma\\_2021](https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/13787/1/TE.GF_Cifuentes_Yamile-SeguraJorge-CelisVilma_2021).
  39. Rappaport, A. (1986). "Creating shareholder value: The new standard for business performance." Free Press.
  40. Rojas, E., & Jorgiño, Y. (2022). "Factores que influyen en la decisión de compra de servicios funerarios" caso: empresa Jardines de la Esperanza SAC Huánuco 2021.
  41. Rossett, A., & Sheldon, K. L. (2012). Más allá del podio: Entregando capacitación y rendimiento en un mundo digital.
  42. Saks, A. M., & Haccoun, R. R. (2018). Gestión del desempeño a través de la capacitación y el desarrollo.
  43. Salas, E., Tannenbaum, S. I., Kraiger, K., & Smith-Jentsch, K. A. (2012). La ciencia de la capacitación y el desarrollo en las organizaciones.
  44. Salas, E., Tannenbaum, S. I., Kraiger, K., & Smith-Jentsch, K. A. (2012). The Science of Training and Development in Organizations: What Matters in Practice. Psychological Science in the Public Interest.
  45. Santiesteban Zaldívar, E., Fuentes Frías, V. G., Leyva Cardeñosa, E.



- (2020). Análisis de la Rentabilidad Económica. Tecnología propuesta para incrementar la eficiencia empresarial. Cuba.
46. Schnarch Kirberg, A. (2021). Dirección efectiva de equipos de venta.: La gerencia de ventas para el siglo XXI.. Colombia.
47. Stewart, G. B. (1991). "The Quest for Value: A Guide for Senior Managers." HarperBusiness.
48. Stone, R. I., & Stone, E. F. (1990). The Effects of Feedback Favorability and Feedback Consistency. *Academy of Management Journal*.
49. Torres y Yepes. (2021). "rentabilidad empresarial por el covid-19 en instituciones prestadoras de salud. Recuperado de:  
<https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/3872/Trabajo%20de%20Grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
50. Vicente, M. M. (2019). Una mirada al futuro próximo en la transformación de los cementerios desde la perspectiva de la Arquitectura Emocional. *Revista Murciana de Antropología*, (26), 95-110.

## **ANEXOS**

1. Tabla de operacionalización de variable.
2. Matriz de consistencia.
3. Instrumento de recolección de datos.
4. Matriz Evaluación por juicio de expertos, formato UCV.
5. Tablas de preguntas con su interpretación.

## ANEXO 1 Tabla de operacionalización de variable

TÍTULO	"LA CAPACITACIÓN DEL PERSONAL DE VENTAS Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA PARQUE DEL RECUERDO DE LA SEDE VENTANILLA, AÑO 2022"				
VARIABLE DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	DEFINIR DIMENSIÓN	INDICADORES
CAPACITACIÓN	<p>García, B. (2019) La capacitación del personal debe verse no sólo como obligación de la empresa hacia los trabajadores como lo dictan los antecedentes, sino como una responsabilidad y compromiso hacia los empleados y debe tener un enfoque hacia el puesto de trabajo y así lograr un conocimiento especializado y necesario para el desempeño eficaz de los puestos de trabajo.</p>	<p>Las empresas deben ver la capacitación del personal como una prioridad para los trabajadores y de esa forma poder mejorar la calidad de la atención hacia los clientes y poder generar más ingresos a la empresa.</p>	CONOCIMIENTO	<p>Sosnoswsky (2019) Una de las maneras para construir conocimientos y socializar estos conocimientos es utilizando las tecnologías para la información, pero sobre todo para la comunicación. Estas tecnologías se desarrollan desde diversos programas epistémicos, ya que los conocimientos de cada persona están vinculados a los conocimientos de cada participante.</p>	<p>Tecnología de información</p> <p>La comunicación</p>
			DESEMPEÑO EFICAZ	<p>Palací, D (2020) Asegura que el desempeño eficaz es la utilidad que se desea proporcionar a la gestión de diversos acontecimientos, en relación al comportamiento de una persona en un lapso de tiempo, dichos comportamientos coadyuvan a la gestión de la eficiencia.</p>	<p>Gestión de acontecimiento</p> <p>Comportamiento</p>
			PUESTOS DE TRABAJO	<p>Chivenatto, (1993), Un puesto de trabajo constituye una unidad de la organización y consiste en un conjunto de deberes que lo separan y distinguen de otros. La posición del puesto en el organigrama define su nivel jerárquico, la subordinación, los subordinados, y el departamento o división donde está situado.</p>	<p>Conjunto de deberes</p> <p>Nivel jerarquico</p>

TÍTULO	"LA CAPACITACIÓN DEL PERSONAL DE VENTAS Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA PARQUE DEL RECUERDO DE LA SEDE VENTANILLA, AÑO 2022"				
VARIABLE DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	DEFINIR DIMENSIÓN	INDICADORES
RENTABILIDAD	Tafur (2021) La rentabilidad es el retorno de la inversión también conocida como utilidad. Se considera la rentabilidad económica como la utilidad medida en relación a los activos y la rentabilidad financiera como la medida de la utilidad con respecto al patrimonio.	La rentabilidad es un indicador financiero crucial que permite evaluar el éxito y la eficiencia de una inversión. La rentabilidad es esencial para los inversionistas, empresarios y gerentes, ya que proporciona información valiosa sobre el desempeño financiero de una empresa o una inversión.	Utilidad	Campuzano J (2020). La utilidad es de vital importancia si una empresa cotiza en el mercado de valores, pues la utilidad en gran medida explica el rendimiento de sus operaciones comerciales lo cual representa un factor importante para la atracción de nuevas inversiones. La utilidad puede alcanzar su punto máximo con una correcta combinación de inversión en factores productivos.	Rendimiento de operaciones Comerciales
					Inversión en factores productivos
			Rentabilidad Económica	Reyes L (2020). La rentabilidad económica mide la capacidad generadora de renta de los activos de la empresa o capitales invertidos y es independiente de la estructura financiera o composición del pasivo. Es el ratio o indicador que mejor expresa la eficiencia económica de la empresa.	ROA
					Capacidad de capitales invertidos
			Rentabilidad Financiera	Sánchez (2002) explica que la rentabilidad financiera o del capital, denominada en la literatura anglosajona return on equity (ROE), es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por sus capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado	ROE

## ANEXO 2 Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<b><u>GENERAL</u></b> ¿Cómo la capacitación del personal de ventas se relaciona con la rentabilidad de las empresas que prestan servicios funerarios y de sepulturas, Lima-2023?	<b><u>GENERAL</u></b> Determinar cómo se relaciona la capacitación del personal de ventas y la rentabilidad en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepulturas, Lima - 2023	<b><u>GENERAL</u></b> La capacitación del personal de ventas se relaciona con la rentabilidad en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepulturas, Lima - 2023	<b>(X)</b> <b>Variable independiente</b> <b>CAPACITACIÓN DEL PERSONAL DE VENTAS</b>	Tecnología de información	<b>Cuantitativa</b>  <b>No experimental</b>  <b>Correlacional</b>
				La comunicación	
				Gestión de Acontecimiento	
				Comportamiento	
<b><u>ESPECÍFICO</u></b> ¿De qué manera se relaciona la capacitación del personal de ventas y la utilidad en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepulturas, Lima-2023?	<b><u>ESPECÍFICO</u></b> Determinar cómo se relaciona la capacitación del personal de ventas y la utilidad en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepulturas, Lima-2023	<b><u>ESPECÍFICO</u></b> La capacitación del personal se relaciona con la utilidad de las empresas que prestan servicios funerarios y de sepulturas, Lima-2023		Conjunto de deberes	
				Nivel jerárquico	
<b><u>ESPECÍFICO</u></b> ¿De qué manera se relaciona la capacitación del personal de ventas y la rentabilidad económica en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepulturas, Lima-2023?	<b><u>ESPECÍFICO</u></b> Determinar cómo se relaciona la capacitación del personal de ventas y la rentabilidad económica en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepulturas, Lima - 2023	<b><u>ESPECÍFICO</u></b> La capacitación del personal se relaciona con la rentabilidad económica en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepulturas, Lima - 2023.	<b>(Y)</b> <b>Variable dependiente</b> <b>RENTABILIDAD</b>	Rendimiento de Operaciones Comerciales	
				Inversión en factores productivos	
				ROA	
<b><u>ESPECÍFICO</u></b> ¿De qué manera se relaciona la capacitación del personal de ventas y la rentabilidad financiera de las empresas que prestan servicios funerarios y de sepulturas, Lima 2023?	<b><u>ESPECÍFICO</u></b> Determinar cómo se relaciona la capacitación del personal de ventas y la rentabilidad financiera en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepulturas, Lima-2023	<b><u>ESPECÍFICO</u></b> La capacitación del personal de ventas se relaciona con la rentabilidad financiera en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepulturas, Lima - 2023.		Capacidad de capitales invertidos	
				ROE	

### ANEXO 3 Instrumento de recolección de datos

PREGUNTAS:		ESCALA				
VARIABLE INDEPENDIENTE: Capacitación del personal						
Nº	Dimensión: Conocimiento					
1	La empresa capacita al personal de ventas en ventas digitales.	1	2	3	4	5
2	La empresa usa la sensibilización en sus ventas	1	2	3	4	5
3	El personal de ventas usa la tecnología adecuadamente	1	2	3	4	5
4	La empresa mide el progreso del personal en el desarrollo de habilidades tecnológicas	1	2	3	4	5
5	Mediante la capacitación en tecnología la empresa contribuye con rendimiento del personal de ventas	1	2	3	4	5
6	La empresa brinda soporte técnico para aumentar eficazmente el desempeño de los trabajadores	1	2	3	4	5
<b>Dimensión: Desempeño eficaz</b>						
7	La empresa promueve la honradez dentro de la institución	1	2	3	4	5
8	La empresa promueve la resiliencia entre todo el personal	1	2	3	4	5
9	La empresa posee un manual de apoyo sobre la venta de los servicios funerarios	1	2	3	4	5
10	En la empresa se realizan trabajos en equipo para brindar un servicio completo y coordinado	1	2	3	4	5
11	La empresa realiza capacitaciones para realizar rezos y oraciones para distintas religiones al personal de ventas	1	2	3	4	5
12	La empresa tiene personal que logra el equilibrio entre el trabajo y la vida personal	1	2	3	4	5
13	La empresa tiene políticas de post venta para un mejor servicio	1	2	3	4	5
14	La empresa cuenta con dinámicas de ventas para los trabajadores	1	2	3	4	5
<b>Dimensión: Puestos de trabajo</b>						
15	Los trabajadores tiene facilidades para ascender de puesto laboral	1	2	3	4	5
16	Los trabajadores conocen la normativa laboral de la institución	1	2	3	4	5
17	Existen categorías entre los trabajadores de ventas	1	2	3	4	5
18	Las responsabilidades en los puesto de trabajo del area de ventas estan definidas	1	2	3	4	5
19	La empresa brinda estabilidad laboral pasado los 5 años de labor continuo	1	2	3	4	5
20	La empresa proporciona oportunidad de linea de carrera al personal de ventas	1	2	3	4	5
21	El area de ventas requiere personal que tenga disponibilidad durante las 24 horas y los 7 dias de la semana	1	2	3	4	5

PREGUNTAS:		ESCALA				
VARIABLE DEPENDIENTE: Rentabilidad						
Nº	Dimensión: Utilidad					
22	La empresa esta inafecta de dar utilidades a los trabajadores	1	2	3	4	5
23	Parte de las utilidades están destinadas a un fondo para contingencias	1	2	3	4	5
24	La empresa invierte parte de las utilidades en programas de servicio social	1	2	3	4	5
25	La empresa genera ingresos adicionales con el servicio de sepulturas en prevención	1	2	3	4	5
26	En la empresa adquirió el segundo horno crematorio para generar mas ventas	1	2	3	4	5
27	Se brinda acompañamientos durante los velorios brindando un servicio de apoyo para generar recomendaciones atrayendo mas clientes	1	2	3	4	5
Dimensión: Rentabilidad Económica						
28	La empresa distribuye en dividendos las ganancias generadas por la rentabilidad economica	1	2	3	4	5
29	La empresa destina parte de las ganancias generadas en marketing	1	2	3	4	5
30	La empresa realiza mejoras en las instalaciones de los cementerios	1	2	3	4	5
31	Las ganancias generadas tambien se utilizan para incentivos para los trabajadores de ventas	1	2	3	4	5
32	La empresa invierte en eventos en fechas conmemorativas para mejorar la conexión con los clientes	1	2	3	4	5
33	La empresa usa recursos para publicitar a la empresa en redes sociales	1	2	3	4	5
Dimensión: Rentabilidad Financiera						
34	Administra eficientemente los costos operativos	1	2	3	4	5
35	La empresa fija precios y tarifas acorde al mercado los cuales cubren los costos operativos	1	2	3	4	5
36	Optimiza los procesos internos y la logistica para reducir los costos y aumentar la rentabilidad	1	2	3	4	5
37	La empresa utiliza datos y métricas para evaluar el rendimiento financiero	1	2	3	4	5
38	La empresa se asegura de cumplir con las regulaciones y requisitos legales para evitar multas	1	2	3	4	5
39	Lleva un control financiero estricto que le permite mantener un flujo de efectivo positivo	1	2	3	4	5
40	Tiene un plan estratégico a largo plazo donde plasma las necesidades cambiantes de la comunidad para contribuir a la sostenibilidad y rentabilidad a largo plazo.	1	2	3	4	5

## ANEXO 4 Matriz Evaluación por juicio de expertos



### CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor:

Presente.

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO**

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiantes del Programa académico de Titulación en Contabilidad de la Escuela de Ciencias Empresariales de la UCV, en la sede LIMA NORTE, ciclo 2023 - II, requerimos validar los instrumentos con los cuales se recogerá la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la que sustentaremos nuestras competencias investigativas en la Experiencia curricular de Investigación.

El nombre de nuestro trabajo de investigación es: "La capacitación del personal de ventas y la rentabilidad en las empresas que brindan servicios funerarios y de sepultura en Lima", y siendo imprescindible contar con la aprobación de doctores especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Formato de Validación.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'SPP' or similar initials, written over a horizontal line.

Salvatierra Carhuayano, Sandra Beatriz

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Douglas Vargas', written over a horizontal line.

Vargas Ojeda, Douglas Estiven



## Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “La capacitación del personal de ventas y la rentabilidad en las empresas que brindan servicios funerarios y de sepultura en Lima”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 1. Datos generales del juez:

<b>Nombre del juez:</b>	MBA CPC JUAN CARLOS CAMPOS MENDOZA	
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( X )	Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )	Social ( )
	Educativa ( )	Organizacional ( X )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	CONTABILIDAD	
<b>Institución donde labora:</b>	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( )	Más de 5 años ( )
<b>Experiencia en Investigación Psicométrica:</b> (si corresponde)	No corresponde	

### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 3. Datos de la escala

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Cuestionario Capacitación del personal (VI o V1) Rentabilidad (VD o V2)
<b>Autores:</b>	Salvatierra Carhuayano, Sandra Beatriz Vargas Ojeda, Douglas Estiven
<b>Procedencia:</b>	Universidad César Vallejo
<b>Administración:</b>	Empresas del Sector Funerario
<b>Tiempo de aplicación:</b>	Agosto - Noviembre 2023
<b>Ámbito de aplicación:</b>	Lima metropolitana
<b>Significación:</b>	Variables, dimensión, indicadores e Ítems.  Objetivo: Evaluar cómo se relaciona la capacitación del personal de ventas y la rentabilidad en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepultura en Lima, 2023.

#### 4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Capacitación del personal (VI o V1)	Conocimiento	1. Una de las maneras para construir conocimientos y socializar estos conocimientos es utilizando las tecnologías para la información, pero sobre todo para la comunicación.
	Desempeño Eficaz	2. Es la utilidad que se desea proporcionar a la gestión de diversos acontecimientos, en relación al comportamiento de una persona en un lapso de tiempo, dichos comportamientos coadyuvan a la gestión de la eficiencia
	Puestos de trabajo	3. Un puesto de trabajo constituye una unidad de la organización y consiste en un conjunto de deberes que lo separan y distinguen de otros. La posición del puesto en el organigrama define su nivel jerárquico, la subordinación, los subordinados, y el departamento o división donde está situado.
Rentabilidad (VD o V2)	Utilidad	4. La utilidad es de vital importancia si una empresa cotiza en el mercado de valores, pues la utilidad en gran medida explica el rendimiento de sus operaciones comerciales lo cual representa un factor importante para la atracción de nuevas inversiones. La utilidad puede alcanzar su punto máximo con una correcta combinación de inversión en factores productivos.
	Rentabilidad Económica	5. La rentabilidad económica mide la capacidad generadora de renta de los activos de la empresa o capitales invertidos y es independiente de la estructura financiera o composición del pasivo.
	Rentabilidad Financiera	6. la rentabilidad financiera o del capital, denominada en la literatura anglosajona return on equity (ROE), es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por sus capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado

## 5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, le presentamos el cuestionario: “La capacitación del personal de ventas y la rentabilidad en las empresas que brindan servicios funerarios y de sepultura”, elaborado por Sandra Beatriz Salvatierra Carhuayano y Douglas Estiven Vargas Ojeda, en el año 2023.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

*Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente*

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel



DC. SANDRA BEATRIZ SALVATIERRA  
MATERIA: N° 3076

**Dimensiones del instrumento:**

**Primera variable: Capacitación del personal (VI o V1)**

Objetivos: Demostrar cómo la capacitación del personal de ventas se vincula con la rentabilidad de las empresas que brindan servicios funerarios y de sepulturas en Lima.

Dimensiones	Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Conocimiento	Tecnología de información	1. La empresa capacita al personal de ventas en ventas digitales.	X			
		2. La empresa mide el progreso del personal en el desarrollo de habilidades tecnológicas.	X			
		3. El personal de ventas usa la tecnología adecuadamente.	X			
		4. Mediante la capacitación en tecnología la empresa contribuye con el rendimiento del personal de ventas.	X			
	La comunicación	5. La empresa usa la sensibilización en sus ventas.	X			
		6. La empresa brinda soporte técnico para aumentar eficazmente el desempeño de los trabajadores.	X			
Desempeño eficaz	Comportamiento	7. La empresa promueve la honradez dentro de la institución.	X			
		8. La empresa promueve la resiliencia entre todo el personal.	X			
		9. La empresa realiza capacitaciones para realizar oraciones para distintas religiones al personal de ventas.	XX			
		10. En la empresa se realizan trabajos en equipo para brindar un servicio completo y coordinado.				

  
 DR. JUAN CARLOS CAMPOS MENDOZA  
 MATRICULA N° 30796

		11. La empresa tiene personal que logra el equilibrio entre el trabajo y la vida personal.	X			
	Gestión de acontecimiento	12. La empresa posee un manual de apoyo sobre la venta de los servicios funerarios.	X			
		13. La empresa tiene políticas de post venta para un mejor servicio.	X			
		14. La empresa cuenta con dinámicas de ventas para los trabajadores.	X			
Puestos de trabajo	Conjunto de deberes	15. El área de ventas requiere personal que tenga disponibilidad durante las 24 horas y los 7 días de la semana.	X			
		16. Los trabajadores conocen la normativa laboral de la institución.	X			
		17. Las responsabilidades en los puestos de trabajo del área de ventas están definidas.	X			
	Nivel jerárquico	18. Los trabajadores tiene facilidades para ascender de puesto laboral.	X			
		19. La empresa brinda estabilidad laborar pasado los 5 años de labor continuo.	X			
		20. La empresa proporciona oportunidad de línea de carrera al personal de ventas.	X			
		21. Existen categorías entre los trabajadores de ventas.	X			

  
 D.C. JUAN CARLOS CAMPOS MENDOZA  
 MATRICULA N° 30766

**Segunda variable: Rentabilidad (VD o V2)**

Objetivos: Demostrar cómo la capacitación del personal de ventas se vincula con la rentabilidad de las empresas que brindan servicios funerarios y de sepulturas en Lima.

Dimensiones	Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Utilidad	Rendimiento de operaciones comerciales	22. La empresa está inafecta de dar utilidades a los trabajadores.	X			
		23. Parte de las utilidades están destinados a un fondo para contingencias.	X			
		24. La empresa genera ingresos adicionales con el servicio de sepulturas en prevención.	X			
	Inversión en factores productivos	25. La empresa invierte parte de las utilidades en programas de servicio social.	X			
		26. En la empresa adquirió el segundo horno crematorio para generar más ventas.	X			
		27. Se brinda acompañamientos durante los velorios brindando un servicio de apoyo para generar recomendaciones atrayendo más clientes.	X			
Rentabilidad económica	ROA	28. La empresa distribuye en dividendos las ganancias generadas por la rentabilidad económica.	X			
		29. La empresa realiza mejoras en las instalaciones de los cementerios.	X			
		30. Las ganancias generadas también se utilizan como incentivos para los trabajadores de ventas.	X			

  
 DR. JUAN CARLOS CAMPOS MEDICAL  
 MATRICULA N° 30766

	Capacidad de capitales invertidos	31. La empresa invierte en eventos en fechas conmemorativas para mejorar la conexión con los clientes.	X			
		32. La empresa destina parte de las ganancias generadas en marketing.	X			
		33. La empresa usa recursos para publicitar a la empresa en redes sociales.	X			
Rentabilidad Financiera	ROE	34. Administra eficientemente los costos operativos.	X			
		35. La empresa fija precios y tarifas acorde al mercado los cuales cubren los costos operativos.	X			
		36. Optimiza los procesos internos y la logística para reducir los costos y aumentar la rentabilidad.	X			
		37. La empresa utiliza datos y métricas para evaluar el rendimiento financiero.	X			
	Distribución del resultado	38. La empresa se asegura de cumplir con las regulaciones y requisitos legales para evitar multas.	X			
		39. Lleva un control financiero estricto que le permite mantener un flujo de efectivo positivo.	X			
40. Tiene un plan estratégico a largo plazo donde plasma las necesidades cambiantes de la comunidad para contribuir a la sostenibilidad y rentabilidad a largo plazo.		X				

  
 C.D. LEON CARLOS PARRIS MENDOZA  
 MATRICULA N° 30766

Observaciones (precisar si hay suficiencia): .....

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [ X ]    Aplicable después de corregir [    ]    No aplicable [    ]

Apellidos y nombres del juez validador: CAMPOS MENDOZA JUAN CARLOS

Especialidad del validador: CONTADOR PUBLICO COLEGIADO

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima 03 de setiembre del 2023



CPC. JUAN CARLOS CAMPOS MENDOZA  
MATRICULA N° 30768

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003). Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.



## CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Mg. C.P.C. Ríos Lujan Saud

Presente.

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO**

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiantes del Programa académico de Titulación en Contabilidad de la Escuela de Ciencias Empresariales de la UCV, en la sede LIMA NORTE, ciclo 2023 - II, requerimos validar los instrumentos con los cuales se recogerá la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la que sustentaremos nuestras competencias investigativas en la Experiencia curricular de Investigación.

El nombre de nuestro trabajo de investigación es: “La capacitación del personal de ventas y la rentabilidad en las empresas que brindan servicios funerarios y de sepultura en Lima”, y siendo imprescindible contar con la aprobación de doctores especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

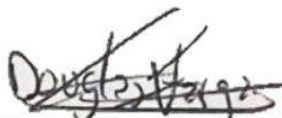
- Carta de presentación.
- Formato de Validación.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Salvatierra Carhuayano, Sandra Beatriz



Vargas Ojeda, Douglas Estiven

## Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “La capacitación del personal de ventas y la rentabilidad en las empresas que brindan servicios funerarios y de sepultura en Lima”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 1. Datos generales del juez:

<b>Nombre del juez:</b>	Ríos Lujan Saud	
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )	Social ( )
	Educativa ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Organizacional ( <input checked="" type="checkbox"/> )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Auditoria, tributación, proyecto, finanzas y contabilidad	
<b>Institución donde labora:</b>	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( )	
	Más de 5 años ( <input checked="" type="checkbox"/> )	
<b>Experiencia en Investigación Psicométrica:</b> (si corresponde)	No corresponde	

### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 3. Datos de la escala

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Cuestionario Capacitación del personal (VI o V1) Rentabilidad (VD o V2)
<b>Autores:</b>	Salvatierra Carhuayano, Sandra Beatriz Vargas Ojeda, Douglas Estiven
<b>Procedencia:</b>	Universidad César Vallejo
<b>Administración:</b>	Empresas del Sector Funerario
<b>Tiempo de aplicación:</b>	Agosto - Noviembre 2023
<b>Ámbito de aplicación:</b>	Lima metropolitana
<b>Significación:</b>	Variables, dimensión, indicadores e Ítems.  Objetivo: Evaluar cómo se relaciona la capacitación del personal de ventas y la rentabilidad en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepultura en Lima, 2023.

#### 4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Capacitación del personal (VI o V1)	Conocimiento	1. Sosnoswsky (2020) Una de las maneras para construir conocimientos y socializar estos conocimientos es utilizando las tecnologías para la información, pero sobre todo para la comunicación.
	Desempeño Eficaz	2. Palací, D (2020). Es la utilidad que se desea proporcionar a la gestión de diversos acontecimientos, en relación al comportamiento de una persona en un lapso de tiempo, dichos comportamientos coadyuvan a la gestión de la eficiencia
	Puestos de trabajo	3. Chivenatto, (2021). Un puesto de trabajo constituye una unidad de la organización y consiste en un conjunto de deberes que lo separan y distinguen de otros. La posición del puesto en el organigrama define su nivel jerárquico, la subordinación, los subordinados, y el departamento o división donde está situado.
Rentabilidad (VD o V2)	Utilidad	4. Campuzano J (2020). La utilidad es de vital importancia si una empresa cotiza en el mercado de valores, pues la utilidad en gran medida explica el rendimiento de sus operaciones comerciales lo cual representa un factor importante para la atracción de nuevas inversiones. La utilidad puede alcanzar su punto máximo con una correcta combinación de inversión en factores productivos.
	Rentabilidad Económica	5. Reyes L (2020).La rentabilidad económica mide la capacidad generadora de renta de los activos de la empresa o capitales invertidos y es independiente de la estructura financiera o composición del pasivo.
	Rentabilidad Financiera	6. Sánchez (2021).La rentabilidad financiera o del capital, denominada en la literatura anglosajona return on equity (ROE), es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por sus capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado

## 5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, le presentamos el cuestionario: “La capacitación del personal de ventas y la rentabilidad en las empresas que brindan servicios funerarios y de sepultura”, elaborado por Sandra Beatriz Salvatierra Carhuayano y Douglas Estiven Vargas Ojeda, en el año 2023.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

*Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente*

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Dimensiones del instrumento:**

**Primera variable: Capacitación del personal (VI o V1)**

Objetivos: Demostrar cómo la capacitación del personal de ventas se vincula con la rentabilidad de las empresas que brindan servicios funerarios y de sepulturas en Lima.

Dimensiones	Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Conocimiento	Tecnología de información	1. La empresa capacita al personal de ventas en ventas digitales.	4	4	4	
		2. La empresa mide el progreso del personal en el desarrollo de habilidades tecnológicas.	4	4	4	
		3. El personal de ventas usa la tecnología adecuadamente.	4	4	4	
		4. Mediante la capacitación en tecnología la empresa contribuye con el rendimiento del personal de ventas.	4	4	4	
	La comunicación	5. La empresa usa la sensibilización en sus ventas.	4	4	4	
		6. La empresa brinda soporte técnico para aumentar eficazmente el desempeño de los trabajadores.	4	4	4	
Desempeño eficaz	Comportamiento	7. La empresa promueve la honradez dentro de la institución.	4	4	4	
		8. La empresa promueve la resiliencia entre todo el personal.	4	4	4	
		9. La empresa realiza capacitaciones para realizar oraciones para distintas religiones al personal de ventas.	4	4	4	
		10. En la empresa se realizan trabajos en equipo para brindar un servicio completo y coordinado.	4	4	4	

		11. La empresa tiene personal que logra el equilibrio entre el trabajo y la vida personal.	4	4	4	
	Gestión de acontecimiento	12. La empresa posee un manual de apoyo sobre la venta de los servicios funerarios.	4	4	4	
		13. La empresa tiene políticas de post venta para un mejor servicio.	4	4	4	
		14. La empresa cuenta con dinámicas de ventas para los trabajadores.	4	4	4	
Puestos de trabajo	Conjunto de deberes	15. El área de ventas requiere personal que tenga disponibilidad durante las 24 horas y los 7 días de la semana.	4	4	4	
		16. Los trabajadores conocen la normativa laboral de la institución.	4	4	4	
		17. Las responsabilidades en los puestos de trabajo del área de ventas están definidas.	4	4	4	
	Nivel jerárquico	18. Los trabajadores tiene facilidades para ascender de puesto laboral.	4	4	4	
		19. La empresa brinda estabilidad laboral pasado los 5 años de labor continuo.	4	4	4	
		20. La empresa proporciona oportunidad de línea de carrera al personal de ventas.	4	4	4	
		21. Existen categorías entre los trabajadores de ventas.	4	4	4	

**Segunda variable: Rentabilidad (VD o V2)**

Objetivos: Demostrar cómo la capacitación del personal de ventas se vincula con la rentabilidad de las empresas que brindan servicios funerarios y de sepulturas en Lima.

Dimensiones	Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Utilidad	Rendimiento de operaciones comerciales	22. La empresa está inafecta de dar utilidades a los trabajadores.	4	4	4	
		23. Parte de las utilidades están destinados a un fondo para contingencias.	4	4	4	
		24. La empresa genera ingresos adicionales con el servicio de sepulturas en prevención.	4	4	4	
	Inversión en factores productivos	25. La empresa invierte parte de las utilidades en programas de servicio social.	4	4	4	
		26. En la empresa adquirió el segundo horno crematorio para generar más ventas.	4	4	4	
		27. Se brinda acompañamientos durante los velorios brindando un servicio de apoyo para generar recomendaciones atrayendo más clientes.	4	4	4	
Rentabilidad económica	ROA	28. La empresa distribuye en dividendos las ganancias generadas por la rentabilidad económica.	4	4	4	
		29. La empresa realiza mejoras en las instalaciones de los cementerios.	4	4	4	
		30. Las ganancias generadas también se utilizan como incentivos para los trabajadores de ventas.	4	4	4	

	Capacidad de capitales invertidos	31. La empresa invierte en eventos en fechas conmemorativas para mejorar la conexión con los clientes.	4	4	4	
		32. La empresa destina parte de las ganancias generadas en marketing.	4	4	4	
		33. La empresa usa recursos para publicitar a la empresa en redes sociales.	4	4	4	
Rentabilidad Financiera	ROE	34. Administra eficientemente los costos operativos.	4	4	4	
		35. La empresa fija precios y tarifas acorde al mercado los cuales cubren los costos operativos.	4	4	4	
		36. Optimiza los procesos internos y la logística para reducir los costos y aumentar la rentabilidad.	4	4	4	
		37. La empresa utiliza datos y métricas para evaluar el rendimiento financiero.	4	4	4	
	Distribución del resultado	38. La empresa se asegura de cumplir con las regulaciones y requisitos legales para evitar multas.	4	4	4	
		39. Lleva un control financiero estricto que le permite mantener un flujo de efectivo positivo.	4	4	4	
		40. Tiene un plan estratégico a largo plazo donde plasma las necesidades cambiantes de la comunidad para contribuir a la sostenibilidad y rentabilidad a largo plazo.	4	4	4	



**Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI, HAY SUCIENCIA.**

**Opinión de aplicabilidad:** Aplicable [ X ]    Aplicable después de corregir [    ]    No aplicable [    ]

**Apellidos y nombres del juez validador:** Ríos Luján, Saud

**Especialidad del validador:** Maestro en tributación

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

**Lima 07 de setiembre del 2023**



-----  
**Saud Ríos Luján**

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003). Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

## CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor:

Presente.

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO**

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiantes del Programa académico de Titulación en Contabilidad de la Escuela de Ciencias Empresariales de la UCV, en la sede LIMA NORTE, ciclo 2023 - II, requerimos validar los instrumentos con los cuales se recogerá la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la que sustentaremos nuestras competencias investigativas en la Experiencia curricular de Investigación.


El nombre de nuestro trabajo de investigación es: "La capacitación del personal de ventas y la rentabilidad en las empresas que brindan servicios funerarios y de sepultura en Lima", y siendo imprescindible contar con la aprobación de doctores especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

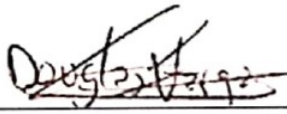
El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Formato de Validación.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

  
\_\_\_\_\_  
Salvatierra Carhuayano, Sandra Beatriz

  
\_\_\_\_\_  
Vargas Ojeda, Douglas Estiven

## Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "La capacitación del personal de ventas y la rentabilidad en las empresas que brindan servicios funerarios y de sepultura en Lima". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente, aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 1. Datos generales del juez:

Nombre del juez:	<i>Josion Miguel Lavalle Dios</i>		
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor	( )
Área de formación académica:	Clínica ( )	Social	( )
	Educativa ( )	Organizacional	(X)
Áreas de experiencia profesional:	CONTABILIDAD		
Institución donde labora:	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años	( )	
	Más de 5 años	(X)	
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	No corresponde		

### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Cuestionario Capacitación del personal (VI o V1) Rentabilidad (VD o V2)
Autores:	Salvatierra Carhuayano, Sandra Beatriz Vargas Ojeda, Douglas Estiven
Procedencia:	Universidad César Vallejo.
Administración:	Empresas del Sector Funerario
Tiempo de aplicación:	Agosto - Noviembre 2023
Ámbito de aplicación:	Lima metropolitana
Significación:	Variables, dimensión, indicadores e Ítems. Objetivo: Evaluar cómo se relaciona la capacitación del personal de ventas y la rentabilidad en las empresas que prestan servicios funerarios y de sepultura en Lima, 2023.

#### 4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Capacitación del personal (VI o V1)	Conocimiento	1. Sosnoswsky (2020) Una de las maneras para construir conocimientos y socializar estos conocimientos es utilizando las tecnologías para la información, pero sobre todo para la comunicación.
	Desempeño Eficaz	2. Palací, D (2020). Es la utilidad que se desea proporcionar a la gestión de diversos acontecimientos, en relación al comportamiento de una persona en un lapso de tiempo, dichos comportamientos coadyuvan a la gestión de la eficiencia
	Puestos de trabajo	3. Chivenatto, (2021). Un puesto de trabajo constituye una unidad de la organización y consiste en un conjunto de deberes que lo separan y distinguen de otros. La posición del puesto en el organigrama define su nivel jerárquico, la subordinación, los subordinados, y el departamento o división donde está situado.
Rentabilidad (VD o V2)	Utilidad	4. Campuzano J (2020). La utilidad es de vital importancia si una empresa cotiza en el mercado de valores, pues la utilidad en gran medida explica el rendimiento de sus operaciones comerciales lo cual representa un factor importante para la atracción de nuevas inversiones. La utilidad puede alcanzar su punto máximo con una correcta combinación de inversión en factores productivos.
	Rentabilidad Económica	5. Reyes L (2020). La rentabilidad económica mide la capacidad generadora de renta de los activos de la empresa o capitales invertidos y es independiente de la estructura financiera o composición del pasivo.
	Rentabilidad Financiera	6. Sánchez (2021). La rentabilidad financiera o del capital, denominada en la literatura anglosajona return on equity (ROE), es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por sus capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado

## 5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, le presentamos el cuestionario: "La capacitación del personal de ventas y la rentabilidad en las empresas que brindan servicios funerarios y de sepultura", elaborado por Sandra Beatriz Salvatierra Carhuayano y Douglas Estiven Vargas Ojeda, en el año 2023.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

*Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente*

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Dimensiones del instrumento:**

**Primera variable: Capacitación del personal (VI o V1)**

Objetivos: Demostrar cómo la capacitación del personal de ventas se vincula con la rentabilidad de las empresas que brindan servicios funerarios y de sepulturas en Lima.

Dimensiones	Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Conocimiento	Tecnología de información	1. La empresa capacita al personal de ventas en ventas digitales.	4	4	4	
		2. La empresa mide el progreso del personal en el desarrollo de habilidades tecnológicas.	4	4	4	
		3. El personal de ventas usa la tecnología adecuadamente.	4	4	4	
		4. Mediante la capacitación en tecnología la empresa contribuye con el rendimiento del personal de ventas.	4	4	4	
	La comunicación	5. La empresa usa la sensibilización en sus ventas.	4	4	4	
		6. La empresa brinda soporte técnico para aumentar eficazmente el desempeño de los trabajadores.	4	4	4	
Desempeño eficaz	Comportamiento	7. La empresa promueve la honradez dentro de la institución.	4	4	4	
		8. La empresa promueve la resiliencia entre todo el personal.	4	4	4	
		9. La empresa realiza capacitaciones para realizar oraciones para distintas religiones al personal de ventas.	4	4	4	
		10. En la empresa se realizan trabajos en equipo para brindar un servicio completo y coordinado.	4	4	4	

		11. La empresa tiene personal que logra el equilibrio entre el trabajo y la vida personal.	4	4	4	
	Gestión de acontecimiento	12. La empresa posee un manual de apoyo sobre la venta de los servicios funerarios.	4	4	4	
		13. La empresa tiene políticas de post venta para un mejor servicio.	4	4	4	
		14. La empresa cuenta con dinámicas de ventas para los trabajadores.	4	4	4	
Puestos de trabajo	Conjunto de deberes	15. El área de ventas requiere personal que tenga disponibilidad durante las 24 horas y los 7 días de la semana.	4	4	4	
		16. Los trabajadores conocen la normativa laboral de la institución.	4	4	4	
		17. Las responsabilidades en los puestos de trabajo del área de ventas están definidas.	4	4	4	
	Nivel jerárquico	18. Los trabajadores tiene facilidades para ascender de puesto laboral.	4	4	4	
		19. La empresa brinda estabilidad laboral pasado los 5 años de labor continuo.	4	4	4	
		20. La empresa proporciona oportunidad de línea de carrera al personal de ventas.	4	4	4	
		21. Existen categorías entre los trabajadores de ventas.	4	4	4	

**Segunda variable: Rentabilidad (VD o V2)**

Objetivos: Demostrar cómo la capacitación del personal de ventas se vincula con la rentabilidad de las empresas que brindan servicios funerarios y de sepulturas en Lima.

Dimensiones	Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Utilidad	Rendimiento de operaciones comerciales	22. La empresa está inafecta de dar utilidades a los trabajadores.	4	4	4	
		23. Parte de las utilidades están destinados a un fondo para contingencias.	4	4	4	
		24. La empresa genera ingresos adicionales con el servicio de sepulturas en prevención.	4	4	4	
	Inversión en factores productivos	25. La empresa invierte parte de las utilidades en programas de servicio social.	4	4	4	
		26. En la empresa adquirió el segundo horno crematorio para generar más ventas.	4	4	4	
		27. Se brinda acompañamientos durante los velorios brindando un servicio de apoyo para generar recomendaciones atrayendo más clientes.	4	4	4	
Rentabilidad económica	ROA	28. La empresa distribuye en dividendos las ganancias generadas por la rentabilidad económica.	4	4	4	
		29. La empresa realiza mejoras en las instalaciones de los cementerios.	4	4	4	
		30. Las ganancias generadas también se utilizan como incentivos para los trabajadores de ventas.	4	4	4	



	Capacidad de capitales invertidos	31. La empresa invierte en eventos en fechas conmemorativas para mejorar la conexión con los clientes.	4	4	4	
		32. La empresa destina parte de las ganancias generadas en marketing.	4	4	4	
		33. La empresa usa recursos para publicitar a la empresa en redes sociales.	4	4	4	
Rentabilidad Financiera	ROE	34. Administra eficientemente los costos operativos.	4	4	4	
		35. La empresa fija precios y tarifas acorde al mercado los cuales cubren los costos operativos.	4	4	4	
		36. Optimiza los procesos internos y la logística para reducir los costos y aumentar la rentabilidad.	4	4	4	
		37. La empresa utiliza datos y métricas para evaluar el rendimiento financiero.	4	4	4	
	Distribución del resultado	38. La empresa se asegura de cumplir con las regulaciones y requisitos legales para evitar multas.	4	4	4	
		39. Lleva un control financiero estricto que le permite mantener un flujo de efectivo positivo.	4	4	4	
		40. Tiene un plan estratégico a largo plazo donde plasma las necesidades cambiantes de la comunidad para contribuir a la sostenibilidad y rentabilidad a largo plazo.	4	4	4	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): .....

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [ X ]    Aplicable después de corregir [   ]    No aplicable [   ]

Apellidos y nombres del juez validador: *Lavall Cross*    *Jesús Higuera*

Especialidad del validador: **CONTADOR PUBLICO COLEGIADO**

**Lima 03 de setiembre del 2023**

- <sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- <sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- <sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2 hasta 20 expertos**, Hyrkás et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkás et al. (2003). Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited/017/cited/017-73.pdf> entre otra bibliografía.

## ANEXO 5 Tablas de preguntas con su interpretación

### La empresa capacita al personal de ventas en ventas digitales.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces se cumple	7	20,0	20,0	20,0
	casi siempre se cumple	19	54,3	54,3	74,3
	siempre se cumple	9	25,7	25,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

La empresa realiza capacitaciones digitales al personal de manera constante.

### La empresa mide el progreso del personal en el desarrollo de habilidades tecnológicas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces se cumple	7	20,0	20,0	20,0
	casi siempre se cumple	19	54,3	54,3	74,3
	siempre se cumple	9	25,7	25,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

La empresa cumple con la evaluación del personal en el desarrollo de habilidades tecnológicas

### El personal de ventas usa la tecnología adecuadamente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces se cumple	6	17,1	17,1	17,1
	casi siempre se cumple	22	62,9	62,9	80,0
	siempre se cumple	7	20,0	20,0	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

El personal en algunos casos usa la tecnología de manera adecuada y en otros casos no.

**Mediante la capacitación en tecnología la empresa contribuye con el rendimiento del personal de ventas.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca se cumple	1	2,9	2,9	2,9
	a veces se cumple	5	14,3	14,3	17,1
	casi siempre se cumple	18	51,4	51,4	68,6
	siempre se cumple	11	31,4	31,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

Muchas veces la capacitación en tecnología no contribuye con el rendimiento del personal de ventas .

**La empresa usa la sensibilización en sus ventas.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces se cumple	7	20,0	20,0	20,0
	casi siempre se cumple	13	37,1	37,1	57,1
	siempre se cumple	15	42,9	42,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

La empresa suele usar de manera constante la sensibilización en sus ventas

**La empresa brinda soporte técnico para aumentar eficazmente el desempeño de los trabajadores.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces se cumple	7	20,0	20,0	20,0
	casi siempre se cumple	17	48,6	48,6	68,6
	siempre se cumple	11	31,4	31,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

La empresa brinda un soporte casi constante con los trabajadores

**La empresa promueve la honradez dentro de la institución**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces se cumple	8	22,9	22,9	22,9
	casi siempre se cumple	18	51,4	51,4	74,3
	siempre se cumple	9	25,7	25,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

La empresa suele promover la honradez dentro de la institución

**La empresa promueve la resiliencia entre todo el persona**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces se cumple	12	34,3	34,3	34,3
	casi siempre se cumple	17	48,6	48,6	82,9
	siempre se cumple	6	17,1	17,1	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

La empresa promueve de manera constante la resiliencia entre sus trabajadores

**La empresa realiza capacitaciones para realizar oraciones para distintas religiones al personal de ventas.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces se cumple	12	34,3	34,3	34,3
	casi siempre se cumple	20	57,1	57,1	91,4
	siempre se cumple	3	8,6	8,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

La empresa suele realizar capacitaciones para realizar oraciones

**En la empresa se realizan trabajos en equipo para brindar un servicio completo y coordinado.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca se cumple	1	2,9	2,9	2,9
	a veces se cumple	10	28,6	28,6	31,4
	casi siempre se cumple	16	45,7	45,7	77,1
	siempre se cumple	8	22,9	22,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

Muchas veces no se realizan trabajos en equipos para brindar un servicio completo y coordinado

**La empresa tiene personal que logra el equilibrio entre el trabajo y la vida personal.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces se cumple	10	28,6	28,6	28,6
	casi siempre se cumple	17	48,6	48,6	77,1
	siempre se cumple	8	22,9	22,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

La empresa tiene un constante personal que logra el equilibrio en el centro laboral

**La empresa posee un manual de apoyo sobre la venta de los servicios funerarios**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca se cumple	1	2,9	2,9	2,9
	a veces se cumple	9	25,7	25,7	28,6
	casi siempre se cumple	13	37,1	37,1	65,7
	siempre se cumple	12	34,3	34,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

La empresa solo suele tener un manual de apoyo sobre las ventas en algunos casos

**La empresa tiene políticas de post venta para un mejor servicio**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces se cumple	8	22,9	22,9	22,9
	casi siempre se cumple	15	42,9	42,9	65,7
	siempre se cumple	12	34,3	34,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

La empresa de manera constante tiene sus políticas de post ventas

**La empresa cuenta con dinámicas de ventas para los trabajadores.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces se cumple	8	22,9	22,9	22,9
	casi siempre se cumple	16	45,7	45,7	68,6
	siempre se cumple	11	31,4	31,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

La empresa suele realizar dinámicas de ventas para los trabajadores

**El área de ventas requiere personal que tenga disponibilidad durante las 24 horas y los 7 días de la semana**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces se cumple	10	28,6	28,6	28,6
	casi siempre se cumple	16	45,7	45,7	74,3
	siempre se cumple	9	25,7	25,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

El área de ventas requiere personal que tenga disponibilidad tiempo completo

### Los trabajadores conocen la normativa laboral de la institución

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces se cumple	8	22,9	22,9	22,9
	casi siempre se cumple	17	48,6	48,6	71,4
	siempre se cumple	10	28,6	28,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

La normativa laboral es conocida por la mayoría de trabajadores

### Las responsabilidades en los puestos de trabajo del área de ventas están definidas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca se cumple	1	2,9	2,9	2,9
	a veces se cumple	6	17,1	17,1	20,0
	casi siempre se cumple	22	62,9	62,9	82,9
	siempre se cumple	6	17,1	17,1	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

No están muy bien definidas las responsabilidades de los puestos de trabajos

### Los trabajadores tiene facilidades para ascender de puesto laboral.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca se cumple	1	2,9	2,9	2,9
	a veces se cumple	5	14,3	14,3	17,1
	casi siempre se cumple	17	48,6	48,6	65,7
	siempre se cumple	12	34,3	34,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

En la empresa no hay mucha facilidad para ascender de puestos



**La empresa brinda estabilidad laboral pasado los 5 años de labor continuo.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca se cumple	1	2,9	2,9	2,9
	a veces se cumple	7	20,0	20,0	22,9
	casi siempre se cumple	16	45,7	45,7	68,6
	siempre se cumple	11	31,4	31,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

La empresa no suele brindar mucha estabilidad laboral en algunos casos.

**La empresa proporciona oportunidad de línea de carrera al personal de ventas.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca se cumple	1	2,9	2,9	2,9
	a veces se cumple	8	22,9	22,9	25,7
	casi siempre se cumple	14	40,0	40,0	65,7
	siempre se cumple	12	34,3	34,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

La empresa a algunos trabajadores le da línea de carrera, mientras que a otros no

**Existen categorías entre los trabajadores de ventas.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca se cumple	1	2,9	2,9	2,9
	a veces se cumple	10	28,6	28,6	31,4
	casi siempre se cumple	16	45,7	45,7	77,1
	siempre se cumple	8	22,9	22,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

No siempre existen categorías entre los trabajadores

**La empresa está inafecta de dar utilidades a los trabajadores**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca se cumple	1	2,9	2,9	2,9
	a veces se cumple	4	11,4	11,4	14,3
	casi siempre se cumple	23	65,7	65,7	80,0
	siempre se cumple	7	20,0	20,0	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

Las utilidades a los trabajadores no se dan por completo , no todos la reciben

**Parte de las utilidades están destinados a un fondo para contingencias**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces se cumple	8	22,9	22,9	22,9
	casi siempre se cumple	19	54,3	54,3	77,1
	siempre se cumple	8	22,9	22,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

Gran parte de las utilidades son destinadas a un fondo de contingencia

**La empresa genera ingresos adicionales con el servicio de sepulturas en prevención**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces se cumple	6	17,1	17,1	17,1
	casi siempre se cumple	18	51,4	51,4	68,6
	siempre se cumple	11	31,4	31,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

La empresa en su mayor parte genera ingresos adicionales

**La empresa invierte parte de las utilidades en programas de servicio social.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces se cumple	9	25,7	25,7	25,7
	casi siempre se cumple	13	37,1	37,1	62,9
	siempre se cumple	13	37,1	37,1	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

La empresa invierte constantemente parte de sus utilidades en programas de servicio social.

**En la empresa adquirió el segundo horno crematorio para generar más ventas.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces se cumple	4	11,4	11,4	11,4
	casi siempre se cumple	19	54,3	54,3	65,7
	siempre se cumple	12	34,3	34,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

Se incrementaron hornos crematorios para generar mayor ventas.

**Se brinda acompañamientos durante los velorios brindando un servicio de apoyo para generar recomendaciones atrayendo más clientes.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces se cumple	9	25,7	25,7	25,7
	casi siempre se cumple	16	45,7	45,7	71,4
	siempre se cumple	10	28,6	28,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

La empresa brinda acompañamientos en los velorios brindado

**La empresa distribuye en dividendos las ganancias generadas por la rentabilidad económica.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca se cumple	1	2,9	2,9	2,9
	a veces se cumple	3	8,6	8,6	11,4
	casi siempre se cumple	20	57,1	57,1	68,6
	siempre se cumple	11	31,4	31,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

Muchas veces la empresa no distribuye en los dividendos las ganancias

**La empresa realiza mejoras en las instalaciones de los cementerios**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca se cumple	1	2,9	2,9	2,9
	a veces se cumple	6	17,1	17,1	20,0
	casi siempre se cumple	18	51,4	51,4	71,4
	siempre se cumple	10	28,6	28,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

No se realizan mejoras en las instalaciones

**Las ganancias generadas también se utilizan como incentivos para los trabajadores de ventas.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca se cumple	1	2,9	2,9	2,9
	a veces se cumple	8	22,9	22,9	25,7
	casi siempre se cumple	18	51,4	51,4	77,1
	siempre se cumple	8	22,9	22,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

Las ganancias no se utilizan como incentivos para los trabajadores

**La empresa invierte en eventos en fechas conmemorativas para mejorar la conexión con los clientes.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces se cumple	3	8,6	8,6	8,6
	casi siempre se cumple	18	51,4	51,4	60,0
	siempre se cumple	14	40,0	40,0	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

Se hacen eventos para mejorar la conexión con los clientes

**La empresa destina parte de las ganancias generadas en marketing.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces se cumple	8	22,9	22,9	22,9
	casi siempre se cumple	17	48,6	48,6	71,4
	siempre se cumple	10	28,6	28,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

Se destina parte de las ganancias para el marketing

**La empresa usa recursos para publicitar a la empresa en redes sociales**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca se cumple	1	2,9	2,9	2,9
	a veces se cumple	6	17,1	17,1	20,0
	casi siempre se cumple	18	51,4	51,4	71,4
	siempre se cumple	10	28,6	28,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

No se usan recursos para la publicidad en las redes sociales

**Administra eficientemente los costos operativos.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces se cumple	7	20,0	20,0	20,0
	casi siempre se cumple	18	51,4	51,4	71,4
	siempre se cumple	10	28,6	28,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

Se administra eficientemente los costos operativos

**La empresa fija precios y tarifas acorde al mercado los cuales cubren los costos operativos.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca se cumple	1	2,9	2,9	2,9
	a veces se cumple	3	8,6	8,6	11,4
	casi siempre se cumple	24	68,6	68,6	80,0
	siempre se cumple	7	20,0	20,0	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

No se fijan los precios acorde al mercados los cuales cubren los costos operativos

**Optimiza los procesos internos y la logística para reducir los costos y aumentar la rentabilidad.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca se cumple	1	2,9	2,9	2,9
	a veces se cumple	6	17,1	17,1	20,0
	casi siempre se cumple	20	57,1	57,1	77,1
	siempre se cumple	8	22,9	22,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

Muchas veces no se optimizan los procesos para reducir los costos y aumentar rentabilidad

**La empresa utiliza datos y métricas para evaluar el rendimiento financiero.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca se cumple	1	2,9	2,9	2,9
	a veces se cumple	6	17,1	17,1	20,0
	casi siempre se cumple	17	48,6	48,6	68,6
	siempre se cumple	11	31,4	31,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

Se utilizan constantemente los datos y las métricas para evaluar el rendimiento financiero.

**La empresa se asegura de cumplir con las regulaciones y requisitos legales para evitar multas.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca se cumple	1	2,9	2,9	2,9
	a veces se cumple	5	14,3	14,3	17,1
	casi siempre se cumple	15	42,9	42,9	60,0
	siempre se cumple	14	40,0	40,0	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

Siempre se aseguran de cumplir con las regulaciones y requisitos para evitar multas

**Lleva un control financiero estricto que le permite mantener un flujo de efectivo positivo.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces se cumple	2	5,7	5,7	5,7
	casi siempre se cumple	20	57,1	57,1	62,9
	siempre se cumple	13	37,1	37,1	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

Se lleva un control financiero estricto que le permite manejar un flujo de efectivo positivo.

**Tiene un plan estratégico a largo plazo donde plasma las necesidades cambiantes de la comunidad para contribuir a la sostenibilidad y rentabilidad a largo plazo.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces se cumple	7	20,0	20,0	20,0
	casi siempre se cumple	11	31,4	31,4	51,4
	siempre se cumple	17	48,6	48,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Elaboración mediante spss vs. 27

La empresa tiene un plan estratégico a largo plazo donde se plasman las necesidades cambiantes de la comunidad.