



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN COMERCIAL

“LA CAPACITACIÓN LABORAL Y LA LEALTAD DEL
CLIENTE INTERNO EN LA EMPRESA MEDIWORK
S.A.C. DE LA CIUDAD DE TRUJILLO, EN EL 2018”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Gestión Comercial

Autor:

Aarón Edgardo Rodríguez Mendoza

Asesor:

Mg. Lic. Francisco Jesús Paredes León

Trujillo – Perú

2018

APROBACIÓN DE LA TESIS

El (La) asesor(a) y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por el (la) Bachiller **Aarón Edgardo Rodríguez Mendoza**, denominada:

“LA CAPACITACIÓN LABORAL Y LA LEALTAD DEL CLIENTE INTERNO EN LA EMPRESA MEDIWORK S.A.C. DE LA CIUDAD DE TRUJILLO, EN EL 2018”

Mg. Lic. Nombres y Apellidos
ASESOR

Mg. Lic. Nombres y Apellidos
JURADO
PRESIDENTE

Mg. Lic. Nombres y Apellidos
JURADO

Mg. Lic. Nombres y Apellidos
JURADO

DEDICATORIA

A Dios, omnipotente creador del cielo y de la tierra, quien hace posible lo imposible, alfa y omega.

A mi padre Edgardo Alberto Rodríguez Bocanegra, por ser ejemplo de sacrificio y arduo trabajo constante, por tu perseverancia y tus principios conseguiste darme la herramienta que todo padre desea dar a su hijo para que puede valerse en un futuro: la educación; y que gracias a ello podré escalar más y más alto.

A mi madre Betty Angélica Mendoza Sánchez, quien hizo posible el cambio y la mejora continua en mi vida, con sus palabras de aliento y en ocasiones accionar inesperado, que me valieron y me direccionaron a mi objetivo, por los valores inculcados, la paciencia única y el estilo optimista que manejas... a ti mi eterno agradecimiento.

Rodríguez Mendoza Aarón Edgardo

AGRADECIMIENTO

Al Señor que es mi pastor...

Salmo 23

El Señor es mi pastor,
nada me falta.

En verdes praderas me hace descansar,
a las aguas tranquilas me conduce,
me da nuevas fuerzas
y me lleva por caminos rectos,
haciendo honor a su nombre.

Aunque pase por el más oscuro de los valles,
no temeré peligro alguno,
porque tú, Señor, estás conmigo;
tu vara y tu bastón me inspiran confianza.

Me has preparado un banquete ante los ojos de mis enemigos;
has vertido perfume en mi cabeza,
y has llenado mi copa a rebosar.

Tu bondad y tu amor me acompañan
a lo largo de mis días, y en tu casa,
oh Señor, por siempre viviré.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido

<u>APROBACIÓN DE LA TESIS</u>	ii
<u>DEDICATORIA</u>	iii
<u>AGRADECIMIENTO</u>	iv
<u>ÍNDICE DE CONTENIDOS</u>	v
<u>ÍNDICE DE TABLAS</u>	viii
<u>ÍNDICE DE FIGURAS</u>	ix
<u>RESUMEN</u>	x
<u>ABSTRACT</u>	xi
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	12
1.1 REALIDAD PROBLEMÁTICA.....	12
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	14
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	14
1.4 LIMITACIONES.....	14
1.5 OBJETIVOS.....	15
1.5.1 Objetivo general.....	15
1.5.2 Objetivos específicos.....	15
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	16
A. ANTECEDENTES.....	16
Internacionales.....	16
Nacionales.....	17
Locales.....	17
B. BASES TEÓRICAS.....	18
Variable Independiente.....	18
1.PLAN DE CAPACITACIÓN.....	18
1.1 Definición.....	18
1.2 Objetivos de la capacitación.....	19
1.3 Ciclo del proceso de capacitación.....	20
1.4 Tipos de capacitación.....	21
1.5 Programas de capacitación.....	21
2.CLIENTE INTERNO.....	22
2.1 Definición.....	22
2.2 Importancia del cliente interno.....	24
3.LEALTAD.....	25

3.1 Definición.....	25
3.2 El espejo de la satisfacción.....	25
3.3 Proporcionar recompensa y reconocimientos constantes.....	26
C.HIPÓTESIS.....	27
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA.....	28
1.1 Operacionalización de variables.....	29
1.2 Diseño de investigación.....	30
1.3 Unidad de estudio.....	30
1.4 Población.....	30
1.5 Muestra.....	30
1.6 Técnicas, Instrumentos y procedimientos de recolección de datos.....	31
1.7 Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos.....	31
CAPÍTULO 4. RESULTADOS.....	31
Antes y Después del plan de capacitación.....	31
Porcentaje de asistencia por colaboradora.....	45
Cronograma de capacitación.....	50
Objetivos del plan de capacitación	50
CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN.....	51
CONCLUSIONES.....	53
RECOMENDACIONES.....	54
REFERENCIAS.....	55
ANEXOS.....	57
Anexo N°1:Plan de capacitación periodo Setiembre 2018 en Mediwork S.A.C.....	57
Presentación.....	59
Objetivos.....	60
Alcance.....	60
Estrategia de capacitación.....	60
Determinación de grupos ocupacionales.....	60
Cronograma.....	61
Presupuesto.....	62
Implementación.....	62
Anexo N°2:Encuesta para conocer la percepción de las colaboradoras sobre la lealtad en Mediwork.....	63
Anexo N°3 Constancia por parte de la gerencia de Mediwork S.A.C.....	67
Anexo N°4 Encuesta a colaboradoras para saber su grado de lealtad en Mediwork S.A.C.....	68
Anexo N°5 Representación del cuestionario en forma de tabla	69

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Operacionalización de variables	28
Tabla N° 2: Asistencia voluntaria de talleres por colaboradoras	45
Tabla N° 3: Cronograma de las capacitaciones	50
Tabla N° 4: Cronograma de capacitación	56

ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico N° 1: Mejora de la conducta	32
Gráfico N° 2: Mejora de las funciones.....	32
Gráfico N° 3: El curso de Dirección y liderazgo cubrió tus expectativas	33
Gráfico N° 4: El curso de Dirección y liderazgo mejoró la actitud.....	33
Gráfico N° 5: El curso de Interacción Humana cubrió tus expectativas.....	34
Gráfico N° 6: El curso de Interacción Humana mejoró la actitud.....	35
Gráfico N° 7: El curso de Atención y servicio al cliente cubrió tus expectativas	36
Gráfico N° 8: El curso de Atención y servicio al cliente ha mejorado la actitud.....	37
Gráfico N° 9: Puntualidad en la asistencia a las capacitaciones	38
Gráfico N° 10: Intereactuas de forma regular con tus compañeras.....	39
Gráfico N° 11: Nivel de comunicación con tus compañeras	40
Gráfico N° 12: Relación laboral con el jefe inmediato.....	41
Gráfico N° 13: La empresa ayuda a ampliar tus conocimientos	41
Gráfico N° 14: La empresa ayuda a que crezcas y te desarrolles como persona.....	42
Gráfico N° 15: Recibes elogios por parte tu jefe al realizar bien una actividad	42
Gráfico N° 16: Recibes alguna boonificación extra como incentivos al cumplir algún objetivo planteado por tu jefe inmediate	43
Gráfico N° 17: Porcentaje de asistencias a los talleres de capacitación	44

RESUMEN

La presente investigación ha sido considerada con la finalidad de evidenciar que la lealtad de los clientes internos (tecnólogos) de Mediwork S.A.C. situada en la ciudad de Trujillo incrementa luego de la aplicación de un plan de capacitación, que fue desarrollado durante 3 semanas con 4 horas semanales: sábados y domingos de 9 am a 11 am. La sala de capacitación donde se dieron las charlas fue en un ambiente privado otorgado por la Clínica Fátima por ser el lugar en el que la empresa provee sus servicios, y cuenta con aforo para 10 personas. Se abordaron los módulos siguientes: Dirección y Liderazgo, Interacción Humana y finalmente Atención y servicio al cliente.

Los resultados de la investigación permiten conocer que luego de implementado el plan de capacitación, la lealtad de los clientes internos (tecnólogos) de Mediwork S.A.C. incrementó, la prueba contundente de este cambio se aprecia en los cuestionarios posteriormente resueltos por ellas y por la asistencia casi total de las capacitaciones desarrolladas.

Asimismo al ver la gran acogida que tuvieron las capacitaciones la gerencia de Mediwork se comprometió a resaltar la parte de motivación intrínseca y extrínseca, es decir a impartirles incentivos económicos a sus proveedores de servicios cuando contribuyan con un valor añadido en sus tareas semanales y/o mensuales o cumplan con algo estipulado anteriormente por su jefe de manera eficiente y eficaz además procederán a colocar un cuadro de forma trimestral con la foto y un elogio a la colaboradora que destaque durante ese periodo.

ABSTRACT

The present investigation has been considered with the purpose of showing that the loyalty of the internal clients (technologists) of Mediwork S.A.C. located in the city of Trujillo increases after the implementation of a training plan, which was developed for 3 weeks with 4 hours per week: Saturdays and Sundays from 9 am to 11 am. The training room where the talks were held was in a private environment given by the Fatima Clinic because it is the place where the company provides its services, and has capacity for 10 people. The following modules were addressed: Leadership and Leadership, Human Interaction and finally Customer Service and Care.

The results of the investigation allow us to know that after implementing the training plan, the loyalty of the internal clients (technologists) of Mediwork S.A.C. Increased, the overwhelming evidence of this change is seen in the questionnaires subsequently resolved by them and by the almost total attendance of the developed training.

Also seeing the great reception that the training had, Mediwork management committed to highlighting the part of intrinsic and extrinsic motivation, that is to say, to give economic incentives to their service providers when they contribute with an added value in their weekly tasks and / or monthly or comply with something previously stipulated by your boss in an efficient and effective way also proceed to place a box quarterly with the photo and a compliment to the collaborator that stands out during that period.

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

En muchas empresas se encuentra vigente la diferencia entre empleador y empleado, ya que los jefes se enfocan en satisfacer y retener solo al cliente externo, descuidando y prestando menos atención al cliente interno, cuyo rol debería ser catalogado como el más importante porque es el encargado de atender, realizar y cooperar con las funciones o tareas para que la organización cumpla con sus objetivos trazados. Es por ello que es vital entender los requerimientos que estos tienen dentro de la empresa y diferenciarlos del cliente externo; para posteriormente convertirlos en colaboradores leales. (Bernal, 2014)

Los colaboradores leales son el núcleo de aquellas empresas sobresalientes. Cuando el colaborador está a gusto con su labor y se siente complacido, hace todo lo que está a su alcance para contribuir con el bien de la empresa; motivan al resto a hacer lo mismo, contagian su entusiasmo, mejoraran sus desempeño, utilizan recursos necesarios, etc. Todo este proceso ayuda que las organizaciones avancen hacia su objetivo de manera acelerada, aumentando sus utilidades, incrementando su producción, optimizando sus procesos. (Goodman, 2013).

Contar con buenas políticas de aprovechamiento y consolidación para los colaboradores aumenta su lealtad más de un 55%, sabiendo además que muchos puestos están enfocados a jóvenes por lo que es necesario construir un plan sólido para que se sientan con ganas de participar.(Benites ,2015).

Aquellas empresas que diseñan y promueven una cultura de familiaridad consiguen un beneficio y rendimiento óptimos, de manera viable muy por encima de sus competidores, quienes no prestan mucha atención y pasan por desapercibidos a su recurso más importante: la lealtad del cliente interno. Dicha ventaja competitiva significa un incremento de 2 a 3 veces más en la compensación económica para la empresa, 50% menos cantidad de renuncias, será considerada un empresa agradable para trabajar y como resultado de esto incrementará su lealtad, mejorando su desempeño, optimizando su manejo de recursos, incrementando de su productividad, etc. (Ono, 2017)

De acuerdo al estudio de Deloitte Millennial Survey Winning over the next generation of leaders (2016) las empresas no están próximas a conseguir la lealtad de sus colaboradores y generalmente de los millenials (nacidos entre 1981 y 1995), ya que para el 2016, 2 de cada 8 millenials renunciará a su actual puesto laboral si encuentra una mejor opción. Un dato algo alarmante ya que si contrastamos con las estadísticas para el 2020 aumentarán a 7 de cada 8.

Es por ello que la capacitación es importante en toda organización para no dejar de lado a los colaboradores, hacerlos competentes, entrenarlos y ayudarlos a resolver problemas futuros; esto permitirá que las empresas estén preparadas para afrontar el nuevo concepto de mejoramiento como parte del desafío laboral.

En estos tiempos, la capacitación ayuda a las firmas con el crecimiento y compromiso constante por parte de su cliente interno tanto en lo laboral como lo individual. Además es importante proyectarse como una organización de “primer mundo”, es decir cooperar con el cliente interno para que adquiera fuertes y complejos lazos en el ambiente laboral, mediante sesiones de capacitaciones, potenciando sus habilidades, conocimientos y destrezas (Robbins ,1999).

Asimismo, la implantación de un plan de capacitación bien estructurado refuerza el sentido de identidad, la motivación y la lealtad en el colaborador, permitiendo acrecentar su relación con la organización. De acuerdo a El Comercio (2014) 7 de cada 8 MYPES y PYMES utilizan el plan de capacitación con sus clientes internos en el Perú.

Es por ello que en Mediwork S.A.C. de la ciudad de Trujillo se ha evidenciado que no se realizan capacitaciones a sus colaboradores por lo que ellos no pueden mejorar sus habilidades , incrementar su conocimientos para poder desempeñar mejor su funciones , no dan cabida a incentivos y por lo tanto no se ve reflejada una buena comunicación , factores que reflejan que hay una débil lealtad por parte del cliente interno con Mediwork S.A.C.

En vista de lo observado se ha decidido evaluar si las capacitaciones realizadas en el 2018 ayudarán a mejorar la lealtad del cliente interno en Mediwork S.A.C.

1.2. Formulación del problema

¿Qué nivel de relación existe entre las capacitaciones y la lealtad del cliente interno en la empresa Mediwork S.A.C.?

1.3. Justificación

Justificación Teórica: El presente trabajo de carácter educativo se orienta en la aplicación y resultados de estudios sobre planes de capacitación, según Reynoso (2013) dice que es un proceso estratégico elaborado en las organizaciones de manera consecuente y detallada, en la que el cliente interno acrecienta o consiguen una buena actitud y mejorara sus aptitudes con respecto al trabajo, el puesto o el ambiente laboral. Asimismo de lealtad del cliente interno, según Moreno (2014) se le llama lealtad a la responsabilidad o acuerdo de alto grado que el cliente interno asume con la empresa de forma permanente, y es revelado en las acciones que nuestros colaboradores estén sujetos a desistir si fuese necesario para el bien de la misma.

Justificación Aplicativa: El presente estudio responde a la justificación aplicativa en la medida que ayudará a la empresa Mediwork S.A.C a consolidar la lealtad de sus clientes internos y esto traerá como resultado un incremento en sus ganancias, mientras por el lado de los clientes, sentirán mejor la calidad de servicio y la atención al cliente.

Justificación Valorativa: El actual estudio realizado, busca proponer la aplicación de una eficiente herramienta que ayudará a incrementar y retener el cliente interno y externo de la clínica.

1.4. Limitaciones

Bibliográficas: El acceso a la información, no se encontró demasiada información relevante (libros, tesis, links) sobre lealtad del cliente interno, lo cual tornó un poco complicada la investigación.

Económicas: Al estar en calidad de estudiante y solo encontrarme enfocado en la presente investigación se me imposibilitó la compra de libros para el mejoramiento de la tesis.

Tiempo: El factor tiempo estuvo presente, ya que actualmente me encuentro realizando otras actividades en paralelo a la investigación.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Determinar el nivel de relación entre las capacitaciones y la lealtad del cliente interno en Mediwork S.A.C.

1.5.2. Objetivos específicos

- Establecer un plan de capacitaciones que permita mejorar la relación del cliente interno con la empresa Mediwork S.A.C.
- Determinar la evolución con respecto a la percepción de las colaboradoras una vez implantado el plan de capacitación.
- Determinar el nivel de lealtad laboral del cliente interno mediante los distintos talleres de capacitación.
- Proponer una mejora que la empresa adopte y ayude a su cliente interno a desarrollarse de una forma óptima.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

a) Antecedentes

Después de elaborar una reseña de investigación acerca del tema de estudio, se encontraron las siguientes investigaciones, tanto internacionales, nacionales y locales:

Internacionales:

- Sosa (2014), en su tesis denominada: “Propuesta de un programa de capacitación y desarrollo para el personal docente del Instituto Tecnológico del Nororiente (ITECNOR), ubicado en los Llanos de la fragua, Zacapa”, señala que los resultados obtenidos del programa de capacitación ayudaron a recopilar las carencias que los docentes tienen como por ejemplo la actitud , el trabajo en equipo además se debe reforzar el método de enseñanza con el que cuentan debido que en estos tiempos han surgido nuevos.
- Lima (2011), en su tesis: “Plan de capacitación para el personal de planta de producción, de una panadería tradicional”, concluye que una vez ejecutado el plan de capacitación al personal de la planta de producción ha contribuido a incrementar la actitud y el desempeño por parte de los colaboradores que los recibieron. Mejorando notoriamente la parte operativa y empresarial con resultados de rentabilidad altos.
- Lopes (2014) en su tesis: “El deber de la lealtad en las relaciones laborales individuales y colectivas en Portugal y España”, concluye que su trabajo de investigación tuvo como fin examinar el deber de la lealtad en los aspectos laborales y jurídicos, en el campo del trabajo y sus secuelas, en países como España y Portugal, a pesar que la investigación no fue nada fácil se tornó interesante para abordarla. por lo que la lealtad deja de ser un complemento para convertirse en pieza clave en un contenido peculiar.
- Da Silva (2010) en su tesis: “Lealtad en la banca” , concluye que sus resultados transmiten que las relaciones entre el jefe de la empresa y el manager del banco son un punto importante en la opinión de la calidad de servicio en la banca electrónica y un buen transmisor de la Lealtad ; es decir más fuerte serán las evaluaciones de calidad si existe una buena correlación entre el personal del banco y de la compañía.

Nacionales:

- Marquina (2013) , en su tesis :“Satisfacción laboral y compromiso organizacional en empleados de una Universidad Privada de Lima, 2011”, concluye que existe un alto grado de insatisfacción laboral en el centro de estudios , siendo más del 50 % el índice que arrojó el estudio ,asimismo esto se ve reflejado en su baja productividad , desempeño ineficiente , carencia de motivación y rotación.
- Flores y Ballón (2016) , en su tesis : “Implicancias del endomárketing sobre el diseño del programa de incentivos y beneficios para la fidelización del cliente interno: el caso de Ferreyros S.A.” , dicen que de acuerdo a lo estipulado por la alta gerencia en Ferreyros los clientes internos son informados del PIB cuando hacen su ingreso por vez primera ,sin embargo no siempre lo recuerdan. Es por ello que la estrategia de endomarketing funcionaría para mejorar la comunicación a través de los distintos medios para los distintos tipos de trabajadores que hay y que podrían identificarse con una estudio de mercado.
- Mayurí (2006), en su tesis: “Capacitación empresarial y desempeño laboral en el Fondo de Empleados del Banco de La Nación - FEBAN, Lima 2006”, concluye que al efectuar la capacitación sobre los empleados del Banco de la Nación ha quedado demostrado que su desempeño ha mejorado considerablemente, esto gracias a las sesiones realizadas durante 3 meses y al compromiso por parte de ellos.
- Rodríguez (2014), en su tesis: “Capacitación por competencias y desempeño laboral en una empresa de Lima metropolitana”, concluye que más del 50% de los trabajadores lograron la nota mínima (40 - 69 puntos), es decir se realizó el plan de capacitación con carácter de urgencia ,contribuyendo a su crecimiento profesional y personal , asumiendo nuevos retos dentro de la empresa

Locales:

- Martell y Sánchez (2013), en su tesis:” Plan de capacitación para mejorar el desempeño de los trabajadores operativos del gimnasio “Sport Club” de la ciudad de Trujillo – 2013”, concluyen que el plan de capacitación no solo ha contribuido a la empresa en cuanto a la rentabilidad financiera al mejorar la satisfacción del

cliente con la mejora de su desempeño para posteriormente retenerlos , sino también a los trabajadores que han mejorado sus capacidades en cuanto a resolución de problemas ,relaciones personales ,etc.

- Morán (2017), en su tesis “Clima laboral y su influencia en el desempeño de los colaboradores de la oficina zonal la libertad- COFOPRI, 2017.”, concluye que a mejor clima organizacional en COFOPRI mejor será el desempeño laboral por parte de sus colaboradores.
- Cruz y Sanchez (2016) , en su tesis : “Plan de capacitación para mejorar el desempeño laboral del personal de la empresa publicidad y servicios generales Boga S.A.. que labora en el campus UPAO de la ciudad Trujillo en el año 2016”, concluyen que las necesidades de capacitación del personal que laboran están orientadas hacia el buen manejo de manejo de sus herramientas, prevención de accidentes de trabajo y mayor compromiso de los operarios en su desempeño.

b) Bases teóricas

Variable independiente

1. CAPACITACIÓN

1.1 DEFINICIÓN:

Es una actividad estratégica utilizada en las empresas de manera sistémica y organizada, en la que los colaboradores acrecientan o consiguen una buena actitud y mejoraran sus aptitudes con respecto al trabajo, el puesto o el ambiente laboral.(Reynoso , 2013).

1.2 OBJETIVOS DE LA CAPACITACIÓN:

Robbins (1998), menciona que plantear objetivos precisos y necesarios son indiscutibles para realizar una capacitación exitosa

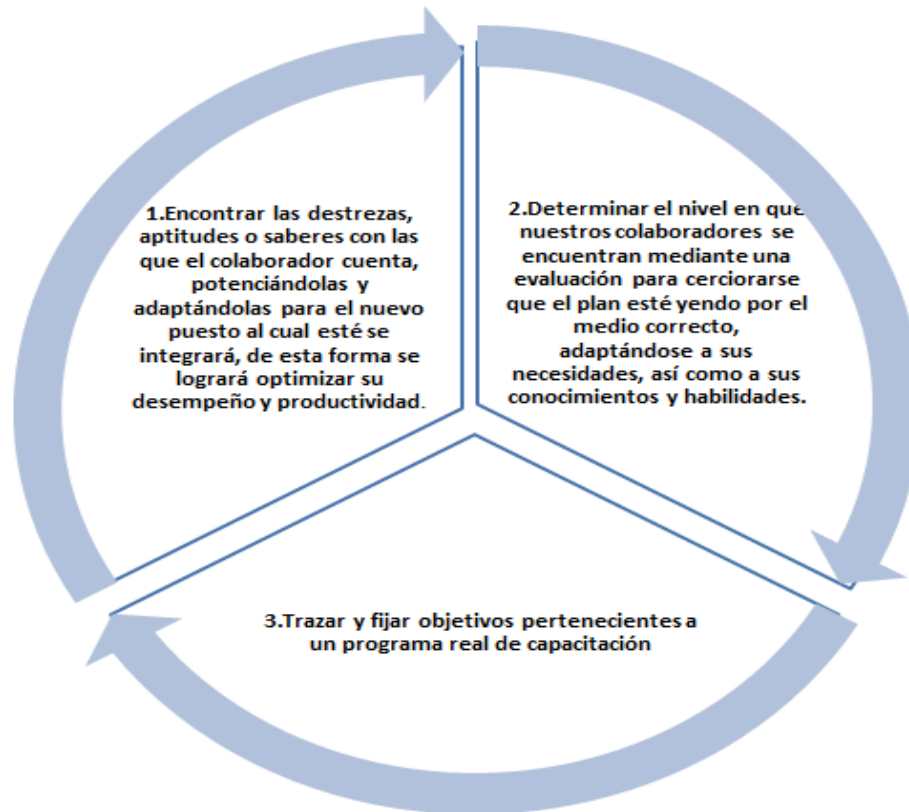
- Adiestrar a los colaboradores para el correcto cumplimiento de las distintas tareas del cargo.

- Otorgar oportunidades para el desarrollo progresivo, ya sea en el cargo que ocupan en ese momento o también para otras funciones de ser necesario.
- Modificar la actitud de los colaboradores, ya sea para crear un mejor ambiente laboral o incrementar su motivación.
- Proveer a la organización talento humano competente y apto para las distintas labores a realizar.
- Crear la parte de compromiso para la organización a través de una mejor aptitud y actitud por parte de los trabajadores.
- Estar a la vanguardia frente a los distintos cambios que sucedan en cuanto a tecnología, software, ideas, etc.
- Mejorar la forma que se relacionan, logrando acrecentar el vínculo del compañerismo entre todos los colaboradores.

1.3 CICLO DEL PROCESO DE CAPACITAR:

De acuerdo a Gonzáles (2007) el ciclo del proceso de capacitación es:

Figura N°1
CICLO DEL PROCESO DE CAPACITAR SEGÚN GONZÁLES



Fuente: La capacitación según Gonzales
Elaboración Propia

1.4 TIPOS DE CAPACITACIÓN:

Reynoso (2013) afirma que hay 4 distintos tipos de capacitaciones:

1. Capacitación Inductiva: Encargada de ayudar al colaborador en proceso de inducción a adaptarse a su trabajo. Por lo general inicia en el proceso de selección, aunque también hay casos que se dan que omiten a este.
2. Capacitación Preventiva: Encargada de anticipar la variabilidad que puede producirse en los colaboradores, como su desempeño, su actitud, su motivación y sus habilidades. Además ayuda al colaborador a tener éxito haciendo uso de nuevo software y equipos.

3. Capacitación Correctiva: Ayuda a la solución referente a los “obstáculos con el desempeño” .Es por ello que permite a través de la evaluación de desempeño encontrar necesidades de los colaboradores, corregirlos y culminarlos mediante programas de capacitación.
4. Capacitación para el Desarrollo de Carrera: Favorecen a los trabajadores en el sentido de poder estar o escalar distintas posiciones en la empresa, asumiendo nuevos retos y desafíos.

1.5 PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN:

De acuerdo a Dessler (2001) estos programas son herramientas de planeamiento que facilitan al capacitador a realizar una serie de funciones didácticas, métodos de evaluación y requerimientos para el curso, asimismo da a entender cuáles son los lineamientos bases en el cual el curso está girando. Para llevarse a cabo estos programas, es conveniente conocer el planeamiento de la organización en términos semestrales o mejor aún anuales, es esta forma se visualizarán algunos datos como:

- Datos personales (nombres, apellidos, puesto de trabajo, capacitador, zona, área etc)
- Propósito
- Hora, cursos ,contenido ,etc
- Designación de notas acorde a las distintas evaluaciones.

Toda empresa asigna un porcentaje económico cuantificable para sus empleados al reclutarlos, seleccionarlos, inducirlos y posteriormente capacitarlos. Para que exista un balance y haya una compensación notoria es necesario conocer el verdadero rendimiento de los trabajadores. De esta forma se conocerá si el colaborador está en su punto máximo de desempeño o mejor aún puede asumir nuevos retos en otros cargos más competentes y que estén a su nivel.

2. CLIENTE INTERNO

2.1 DEFINICIÓN:

Antes de ir hacia lo que sería el concepto de cliente interno, nos trasladamos diez años atrás cuando Kald Albrech y Jack Carson (2005), en sus libros “La excelencia de los servicios ” y “La revolución de los servicios” hicieron uso de la palabra , algo no común puesto que hasta ese momento era conocido como empleado, trabajador, obrero, etc.

De acuerdo a Maslow y Mac.Gregor (1958), el cliente interno es aquella persona que complace sus gustos o exigencias personales, de crecimiento, autoestima y profesional mediante la obtención del dinero y difícilmente reconocen en los otros las necesidades de seguridad, sociales, de auto logros y estima propia.

A través de un proceso de selección y reclutamiento en las empresas las personas se convierten en clientes internos al ser seleccionadas, capacitadas y contratadas para desarrollar un trabajo señalado en una determinada empresa, teniendo un líder o alto mando al cual deben dar resultados y así mismo cuentan con derechos como parte importante en una organización. (Bernal ,2014).

Albrecht (2005) menciona: “Si estás pensando que las cosas funcionen afuera, primero debes pensar que funcionen dentro”. Esto garantizará que las empresas fomenten una cultura de servicio interno en ellas, todo esto para ser reconocidas con entes de entrega de calidad.

El cliente interno debe entender, vivir, analizar y transmitir la misión a todas las personas de la empresa, definir su función y tener claro cuáles son sus necesidades y prioridades.

Además es preciso saber las necesidades que el cliente interno tiene para poder realizar un trabajo más competente y a su vez satisfacer sus demandas:

- De ser comprendido; es decir analizar y sintetizar claramente lo que nos dice nuestro cliente escuchando y brindándole lo que requiera.
- Hacerlo sentir bienvenido; las personas necesitan sentir que estamos felices con su presencia, y que estamos para ayudarlos en lo que necesiten.
- Hacerlo sentir importante; una persona que goce de motivación intrínseca así como extrínseca será un trabajador por excelencia, además de hacerlo sentir augusto en un clima laboral agradable.
- De sentirse cómodo; no solo en su puesto donde desarrolla sus actividades sino que sienta que sus necesidades serán atendidas conforme este lo requiera, así como una relación de trabajo en equipo con sus compañeros del entorno.

Una vez que el cliente interno realice a cabalidad su trabajo y sienta que han sido complacidos todos sus requerimientos, se debe a medir su satisfacción por medio de entrevistas y encuestas realizadas con los clientes incluyendo preguntas sobre la satisfacción con la amabilidad y el ajetreo de los empleados. Tanto la clasificación de los empleados y la satisfacción del cliente son integrales, con estos datos, la empresa puede comprender mejor las tendencias generales y los vínculos entre los empleados y la satisfacción del cliente.

Asimismo ,el cliente interno es la imagen de la empresa independientemente si su función es prestar un servicio o realizar otra actividad económica, siempre debe estar dispuesto a realizar su trabajo con excelencia y responsabilidad llevándose a cabo con ética y profesionalismo, se puede resaltar también el trabajo en equipo, punto necesario para poder alcanzar metas y así satisfacer la necesidades del cliente externo, contar con un buen equipo de trabajo hace que los resultados sean más óptimos y se requiera de un corto tiempo en su realización.

2.2 IMPORTANCIA DEL CLIENTE INTERNO:

Según Albrecht (2005) el jefe, es quien debe enriquecer a sus empleadores ofreciéndoles constantemente capacitación, incentivos, adiestramiento, recompensas y brindarles herramientas que los ayuden a mejorar en su desempeño. Pero hoy en día las organizaciones carecen de este aspecto y no logran resultados positivos en la satisfacción del cliente externo, porque dejan de lado y olvidan al “cliente interno”. Pero tal vez lo que se debería hacer es darle más énfasis a la relación entre cliente interno y proveedor interno, para agilizarles la labor, de esta forma se lograrán grandes beneficios no solo para la empresa sino también para ellos mismos.

Aquel colaborador presente en la organización que se encargue de proveer materiales ,así como instrumentos o utensilios para que las áreas de la organización pueden desenvolverse sin problemas y de una manera eficaz así como eficiente y exista la denominada sinergia , es denominado proveedor interno. De tal modo, para que el proveedor y el cliente interno se relacionen de una manera óptima, es prioridad saber algunos puntos:

- Todo integrante debe de conocer a manera profunda, todo proceso que se relacione de manera significativa o marcada con su trabajo, estando de más mencionar el dominio total del su labor presente.
- Deberá contar con indicadores que le ayuden a saber exactamente en qué nivel de calidad se encuentra realizando sus funciones y si cumple los parámetros de exigencia del área o del cliente interno.
- Deberá tener sus obligaciones y exigencias muy bien marcadas, en tal punto que sepa cómo proceder a consecuencia de accidentes, eventualidades, sucesos inesperados, etc.

Asimismo el proveedor interno debe conocer el proceso de su cliente interno; tendrá en cuenta cuáles son sus requerimientos y exigencias, es decir, tiene que saber el valor agregado que este le generará para que ambos cumplan con la meta planteada por el área encargada así como por toda la empresa. Cuando esto llegue a pasar la mejora continua acompañada de la sinergia se enlazarán creado como consecuencia la estabilidad laboral.

Si la alta dirección de cada organización tiene en cuenta esta relación, su empresa no tendrá un cliente interno satisfecho sino también un cliente externo satisfecho a la vez.

Variable Dependiente

3. LEALTAD

3.1 DEFINICIÓN:

De acuerdo a Moreno (2014) se le llama lealtad a la responsabilidad o acuerdo de alto grado que el cliente interno asume con la empresa de forma permanente, y es revelado en las acciones que nuestros colaboradores estén sujetos a desistir si fuese necesario para el bien de la misma.

3.2 EL ESPEJO DE SATISFACCIÓN:

De acuerdo con Heskett, Jones, Loveman, Sasser y Schlesinger (1997) en su libro "The Service-Profit Chain" mencionan que de los distintos rangos que se puede procesar la satisfacción del comprador con el colaborador interno en su correcto funcionamiento puede haber una relación simultánea entre sí, pero esta relación en el área de la empresa no está del todo dada.

Es cuando el espejo de satisfacción aparece, por ejemplo en el negocio de venta de alimentos, cuando los mozos muy proactivos y alegres con su labor no solo transmiten sus buenas vibras y esa aura agradable sino hacen todo lo que está a su alcance para que los consumidores pasen un experiencia única y degusten de la mejor manera posible sus alimentos. La satisfacción del cliente se manifiesta a través de esos hechos.

Un gesto amable y la experiencia de transmitir lo mejor de uno hacia el consumidor producen en los clientes internos la lealtad, aumentando las probabilidades de que el empleado mejore de forma paulatina su desempeño; dejando como resultado la satisfacción del consumidor.

Como consecuencia, el colaborador se compenetra más con la empresa quedándose más tiempo no solo para profundizar sus conocimientos de su

labor sino también para conocer al consumidor con sus gustos, preferencias y requerimientos específicos. En tal caso los acercamientos de servicio se transforman en un vínculo de cliente interno – externo en la que ambas partes se vuelven más tolerantes entre sí en caso suceda un accidente o una equivocación.

Por otro lado, para prevenir que el espejo de la satisfacción se quiebre es necesario asegurarse la selección correcta del personal en la organización. Por otro lado, si los colaboradores tienen unos conocimientos limitados pero cuentan con una actitud positiva, altos niveles de superación y un deseo de generar ingresos latentes, la cosa cambia.

Las buenas prácticas y costumbres se desarrollan de una forma óptima a través de recompensas o bonos por la calidad de servicio brindado, y estos pueden estar vinculados con la satisfacción del cliente externo. La capacitación constante y adecuada, así como los elogios y la motivación intrínseca y extrínseca generan ese clima de satisfacción para el colaborador. La idea de captar la mayor cantidad de clientes internos “aptos”, tales que cuenten con la vocación de dar un buen servicio y vincularse normalmente con los clientes externos; generará la creación del espejo de satisfacción. Asimismo tanto el desempeño como su nivel competitivo de los colaboradores aumentará.

3.3 PROPORCIONAR RECOMPENSA Y RECONOCIMIENTO CONSISTENTES

Para que el proceso organizacional funcione es necesario que existan ciertos estímulos llámense bonos, obsequios o incentivos; de tal forma que el colaborador vea reflejado esto y se mantenga motivado continuando realizando su labor de la mejor manera posible.

Para sintetizar, los incentivos y recompensas deben utilizarse en la medida que ayuden a nuestros colaboradores a sentirse alentados para hacerse cargo de los problemas de los clientes así como del negocio o parte de él.

c) Hipótesis:

Existe una relación estrecha entre las variables capacitación laboral y lealtad interna de los colaboradores internos de la empresa Mediwork S.A.C.

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA

1.1 Operacionalización de variables

Tabla N° 1: Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	SUB DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
CAPACITACIÓN (V.I.)	Es una actividad estratégica utilizada en las empresas de manera sistémica y organizada, en la que los colaboradores acrecientan o consiguen una buena actitud y mejoraran sus aptitudes de manera responsable, recibiendo talleres ,charlas o seminarios .Reynoso (2013).	Estrategia de Capacitación		<ul style="list-style-type: none"> • Número de personas aprobadas • Grado de mejora de la conducta • Grado de mejora de funciones 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Aprobaste el examen después de la capacitación? • Mejoró tu conducta después de capacitación. • Mejoraron tus funciones después de la capacitación.
		Aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • Dirección y Liderazgo • Interacción humana en el trabajo • Atención y Servicio al cliente 	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de expectativas cubiertas • Grado de mejora de la actitud • Nivel de supervisión del jefe inmediato 	<ul style="list-style-type: none"> • Consideras que el curso ha cubierto tus expectativas. • Sientes que el curso ha mejorado tu actitud. • Después de llevar el curso es necesario que el jefe inmediato te supervise.
		Responsabilidad		<ul style="list-style-type: none"> • Número de asistentes puntuales por día de capacitación • Cantidad de veces que los participantes intervinieron por día de capacitación 	<ul style="list-style-type: none"> • Llegaste puntual a las capacitaciones. • Grado en el que interviniste durante en la capacitación. • Cumpliste con todos los

				<ul style="list-style-type: none"> • Número de colaboradoras que cumplen con los trabajos designados. 	trabajos asignados por el facilitador.
LEALTAD (V.D.)	De acuerdo a Moreno (2014) es el acuerdo de alto grado que el cliente interno asume con la empresa de forma permanente, y es revelado en las acciones que nuestros colaboradores estén sujetos a desistir si fuese necesario para el bien de la misma .Se logra a través de un buen clima laboral e incentivos para que la satisfacción del colaborador salga a flote.	Clima Laboral		<ul style="list-style-type: none"> • Grado de interacción con las compañeras • Nivel de comunicación entre colaboradoras • Nivel de relación con el jefe 	<ul style="list-style-type: none"> • Interactúas con tus compañeras de forma regular. • El nivel de comunicación con tus compañeras. • La relación con su jefe es óptima.
		Satisfacción		<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de cumplimiento por parte de la organización con el equipo e instalaciones para que las colaboradoras realicen de forma correcta sus labores. • Nivel de orden y limpieza en el área de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> • La empresa se encarga de brindarles el material, así como el equipo adecuado para que realizan de forma correcta sus labores • Su área de trabajo se encuentra en un estado limpio y ordenado antes y después de su uso.
		Incentivos	<ul style="list-style-type: none"> • Motivación Intrínseca • Motivación extrínseca 	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de ayuda que la empresa da a sus colaboradores para que amplíen sus conocimientos y realicen mejor sus funciones. • Grado en que la empresa ayuda a los colaboradores a crecer y desarrollarse como persona. • Número de elogios que recibes por parte de tu jefe por semana. • Número de bonificaciones extras o incentivos fuera del sueldo que recibes por mes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sientes que la empresa te ayuda a ampliar tus conocimientos para que realices mejor tus funciones en tu puesto. • Consideras que la empresa te ayuda a que crezcas y te desarrolles como persona. • Recibes elogios por parte de tu jefe cuando haces bien tu trabajo, resaltas en ello cumples algún objetivo . • Recibes alguna bonificación extra (dinero) por llegar a algún objetivo planteado por tu jefe inmediato.

Elaboración Propia

1.2 Diseño de investigación

Experimental

- Experimental puro y Longitudinal

Diseño Transversal:

Estudio	T
M	O1
M	O2

Dónde:

M: Muestra

O: Observación

1.3 Unidad de estudio

La unidad de estudio del actual proyecto serán las colaboradoras de Mediwork S.A.C.

1.4 Población

07 colaboradoras actuales de Mediwork S.A.C.

1.5 Muestra (muestreo o selección)

07 colaboradoras actuales de Mediwork S.A.C.

1.6 Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos

Instrumentos:

Se llaman instrumentos, porque existe una agrupación de datos de forma personal, estando enfocado en los objetivos y variables de estudio, por esta razón se creyó adecuado utilizar el cuestionario, que se realizó teniendo en cuenta los indicadores establecidos en la variable independiente.

Para su uso de este se ha considerado las 3 dimensiones: estrategia de capacitación, aprendizaje y responsabilidad.

Técnicas:

De acuerdo a Márquez (2001), las técnicas son las evidencias físicas, mediante las cuales se dispone la recolección y obtención de información, estas son distintas y complejas, algunos ejemplos con la ficha, o una encuesta, de acuerdo a la clase de investigación que corresponda.

En esta investigación se ha considerado aplicar la siguiente técnica:

Encuesta:

Aplicada a las colaboradoras de la empresa Mediwork S.A.C., previa y posteriormente de la aplicación del plan de capacitación con el objetivo de observar el nivel en el que se encontraban, medir su lealtad, capacitarlas y mejorar su relación con la empresa.

1.7 Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos

Elaboración de técnicas: En un principio de este procedimiento, se dio inicio a la elaboración del cuestionario, eligiendo las preguntas más idóneas de manera correcta y específica para la consecución relevante de los resultados con los que se trabajaría.

Aplicación de instrumentos: Para la ejecución de la encuesta se coordinó con la administradora de Mediwork, la Sra. Erika Sánchez para quedar los días y las horas en que se podría realizar las encuestas.

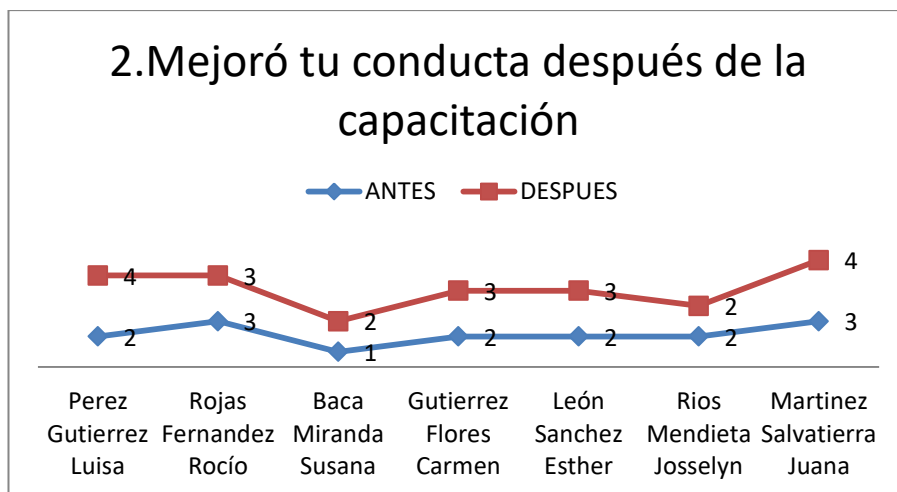
Procesamiento de la Información: Una vez aplicado el instrumento, se realizó la tabulación con la información recopilada, haciendo uso del programa Microsoft Excel, con el que se procedió a insertar los datos, mostrando los distintos resultados por pregunta a colaboradora.

Interpretación: Se procedió a explicar los datos tabulados, consecuentemente se da inicio a la elaboración de los guiones en la parte final de resultados.

CAPÍTULO 4. RESULTADOS

Antes y después de las capacitaciones

Gráfico N°1: Mejora de la conducta

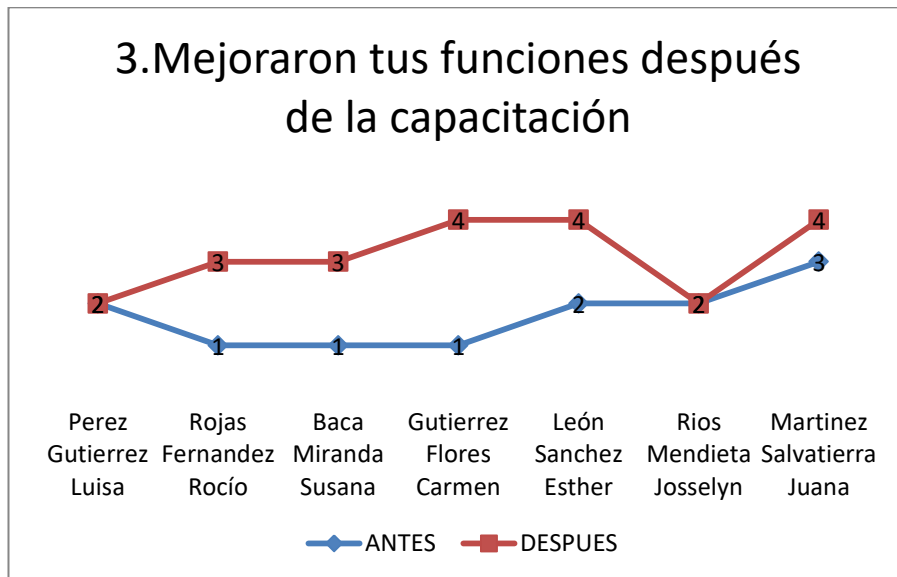


Fuente: Encuesta a los colaboradoras

Elaboración Propia

Después de las charlas, se les formuló la pregunta a las colaboradoras sí su conducta (comportamiento) había mejorado después de realizado la capacitación laboral. Como se observa solo 2 piensan que su conducta/comportamiento no se vio afectado por la capacitación .sin embargo las 5 restantes si notaron mejoras en su comportamiento lo que fundamente la aplicación del plan.

Gráfico N° 2: Mejora de las funciones

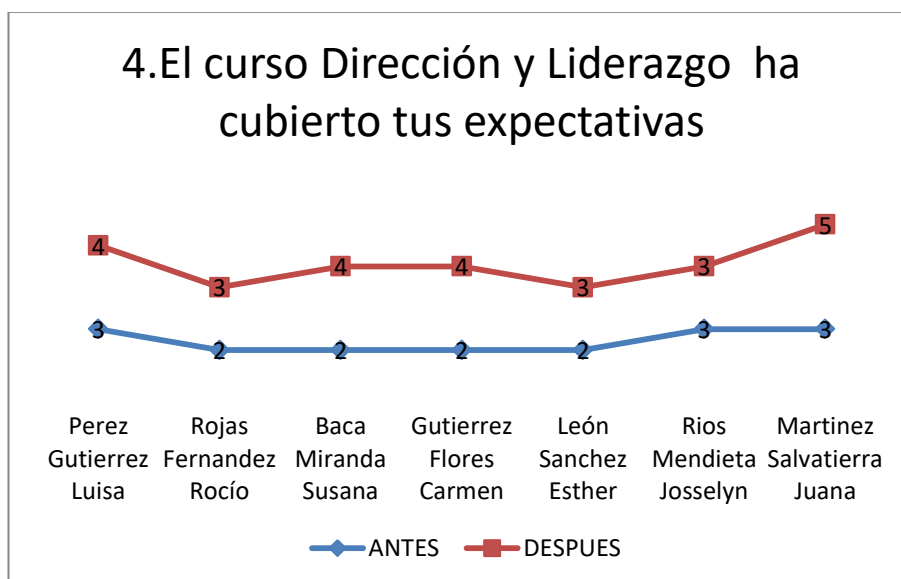


Fuente: Encuesta a los colaboradoras

Elaboración Propia

En la pregunta N° 3, se observa que más del 50% de las colaboradoras marcaron menos de 3, asimismo posteriormente a la implantación del seminario se puede observar una resaltante mejora de sus funciones otorgando casi todas puntajes más altos que los anteriores, excepto por 2 colaboradoras que marcaron el mismo puntaje.

Gráfico N°3: El curso Dirección y Liderazgo cubrió las expectativas

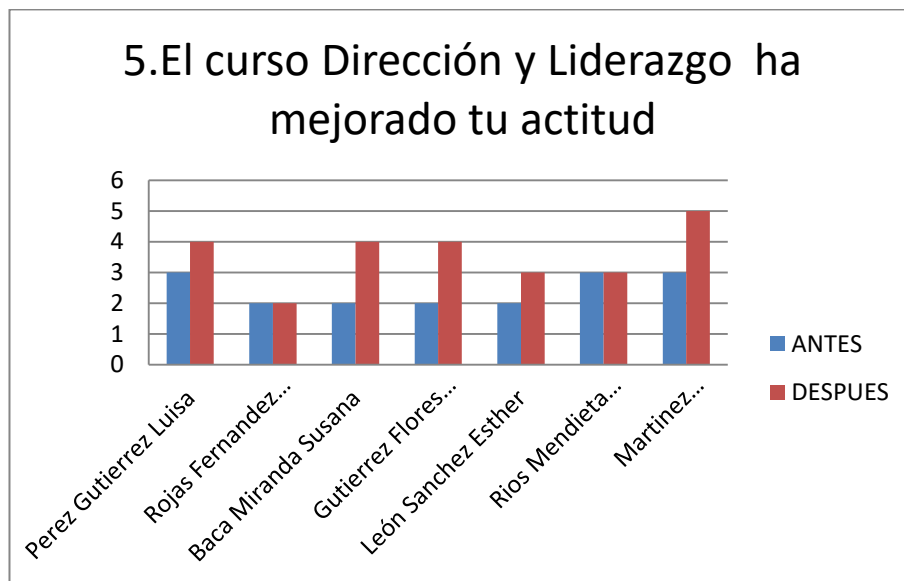


Fuente: Encuesta a los colaboradoras

Elaboración Propia

En el gráfico N°3 se aprecia que antes de la implantación de la última capacitación laboral que tuvieron las colaboradoras de Mediwork SAC creen que no les cubrió sus expectativas lo suficiente, por lo que se procedió a volver a desarrollarse un plan de capacitación similar en donde los resultados hablaron por si solos, ya que las colaboradoras asignaron más de 3 puntos en la escala del 1 al 5, donde 1 es lo mínimo y 5 lo máximo.

Gráfico N°4: El curso Dirección y Liderazgo mejoró la actitud

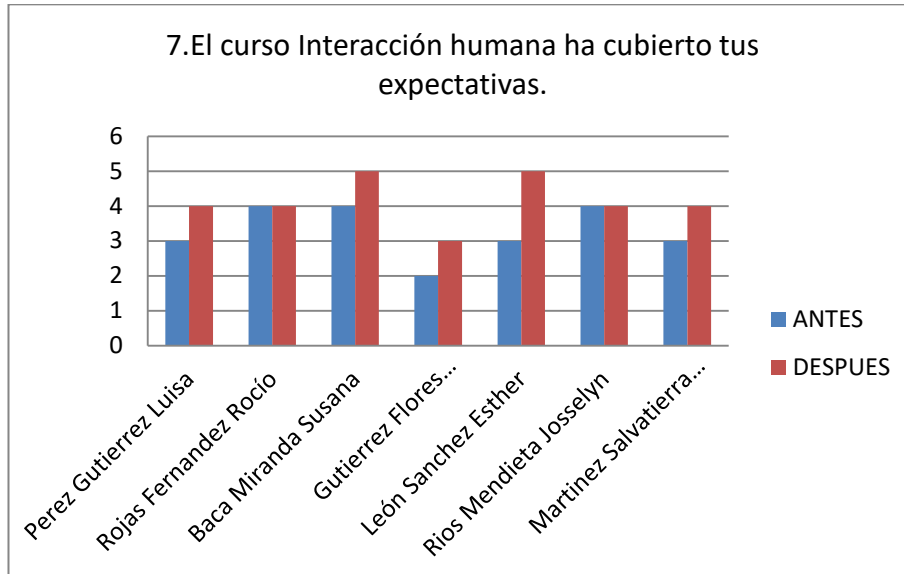


Fuente: Encuesta a los colaboradoras

Elaboración Propia

En la pregunta N° 5 respecto si el curso Dirección y Liderazgo mejoró la actitud de las colaboradoras, en un principio la mayoría colocó un puntaje menor o igual a 3, por lo que se consideró aplicar nuevamente una capacitación respecto a este tema. Después de la última capacitación se volvió nuevamente a cuestionar este punto, marcando más del 50% un puntaje mayor o igual a 3, a excepción de una colaboradora que asumió el mismo puntaje 2.

Gráfico N°5: El curso Interacción humana cubrió las expectativas

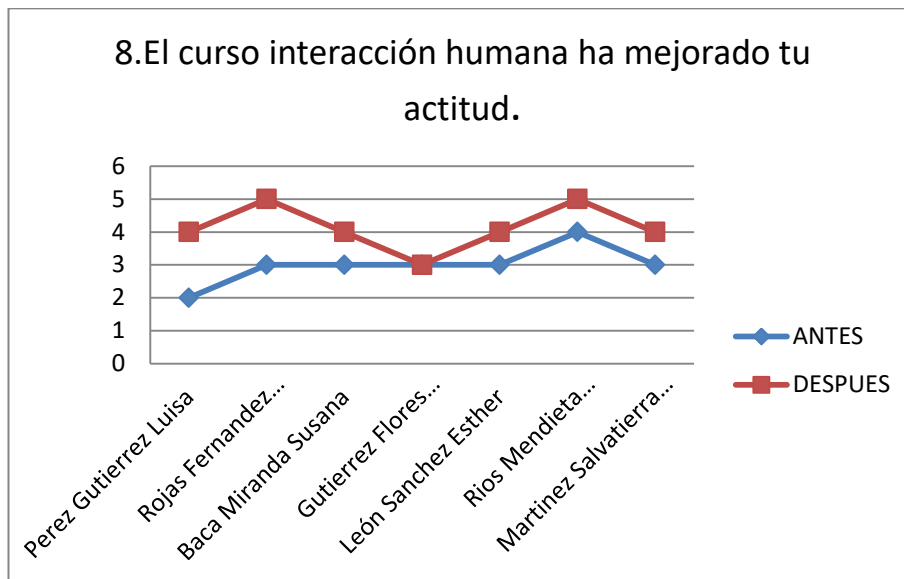


Fuente: Encuesta a los colaboradoras

Elaboración Propia

En la pregunta N°7 referente si el curso cubrió la expectativa de las colaboradoras en Mediwork, más de la mitad marcó mayor o igual a 3, sin llegar al puntaje máximo. Por lo que se procedió a reforzar, posteriormente a la ejecución del taller, el puntaje incrementó notoriamente, marcando inclusive hasta 3 colaboras el puntaje máximo.

Gráfico N°6: El curso Interacción humana mejoró la actitud



Fuente: Encuesta a los colaboradoras

Elaboración Propia

En la pregunta N° 8 si el curso de I.H.ha mejorado la actitud de las colaboradoras, antes del último plan de capacitación las colaboradoras asignaron puntajes promedio “3”, excepto de una colaboradora que marcó 4 y otra 2. Sin embargo luego del plan de capacitación se observa que marcaron puntajes más altos sobre “4”, excepto por una colaboradora que marcó el mismo puntaje antes y después. Por lo que se observa las mejoras correspondientes luego de la implementación.

Gráfico N°7: El curso Atención y Servicio al cliente cubrió las expectativas

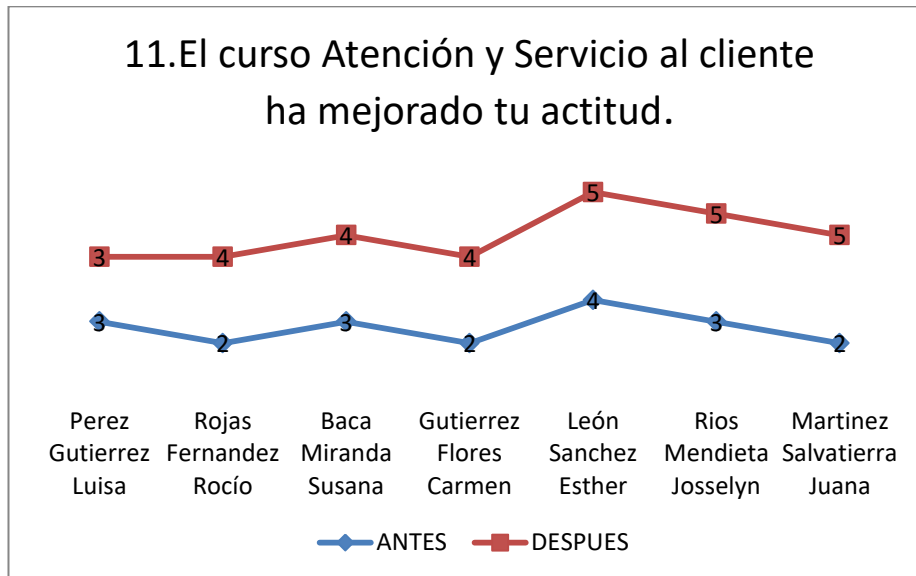


Fuente: Encuesta a los colaboradoras

Elaboración Propia

En la pregunta N° 10 se aprecia que las colaboradoras antes haber sido capacitadas aseguran que el curso cubrió en un punto medio, excepto por una que marcó 4. A pesar de ellos se consideró reforzar la capacitación, posteriormente a la ejecución del taller se aprecian resultados más altos, superando las cifras anteriores, a diferencia de una colaboradora que marcó menos que la anterior.

Gráfico N°8: El curso Atención y Servicio al cliente ha mejorado la actitud

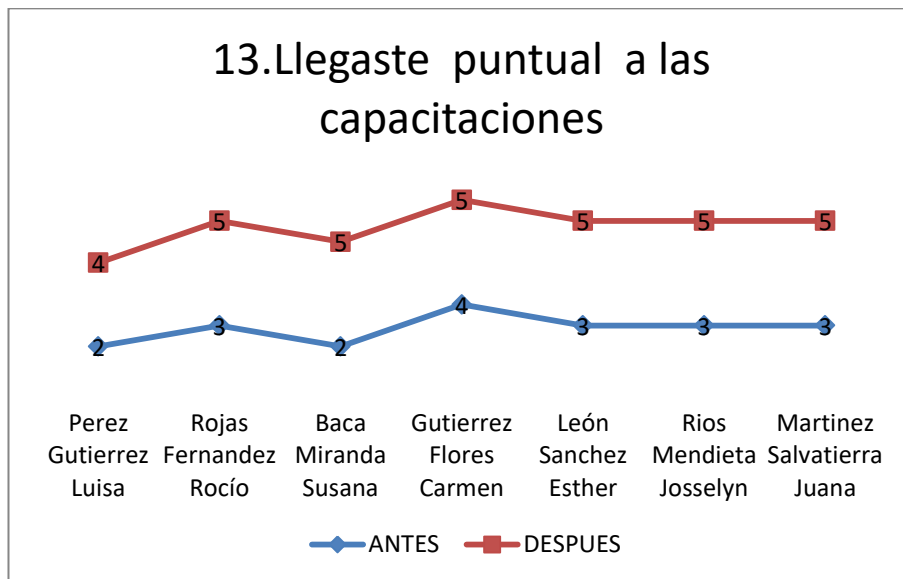


Fuente: Encuesta a los colaboradoras

Elaboración Propia

El gráfico N° 8 muestra que previamente a la elaboración de las charlas en Mediwork las colaboradoras marcaron el puntaje de “3” a menos a mayoría de las, excepto una colaboradora que, marcó 4, respecto si el curso Atención y Servicio al cliente mejoró su actitud. Asimismo luego de la consecución del taller los resultados mejoraron, seis colaboradoras marcaron sobre “4”, solo una marcó “3” por lo que se deduce que la mejoría es notoria.

Gráfico N°9: Puntualidad en la asistencia a las capacitaciones

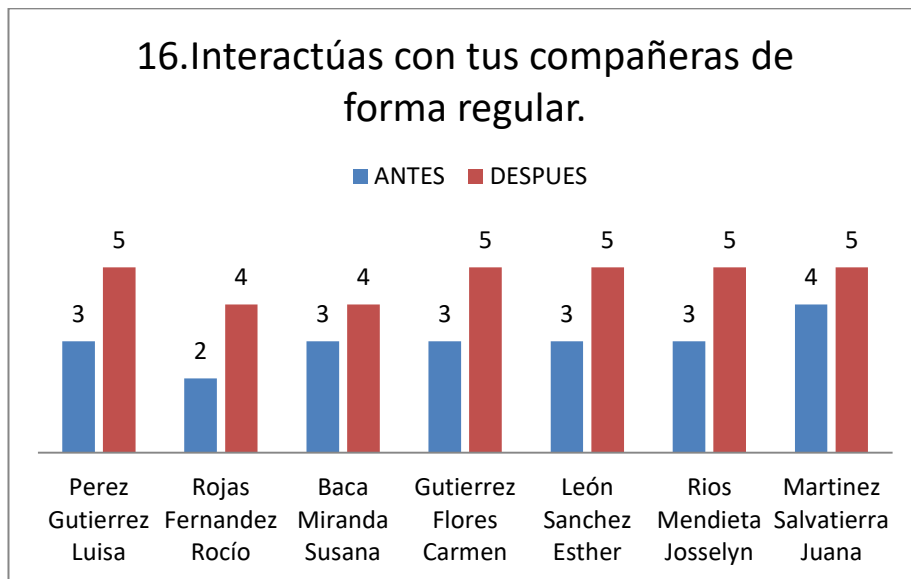


Fuente: Encuesta a los colaboradoras

Elaboración Propia

De acuerdo al gráfico N°9 sobre la puntualidad de las colaboradoras, para este último plan de capacitación se aprecia que todas redefinieron sus propios conceptos y mostraron más interés respecto a la puntualidad de las capacitaciones, marcando sobre "4" como puntaje.

Gráfico N°10: Interactúas de forma regular con tus compañeras

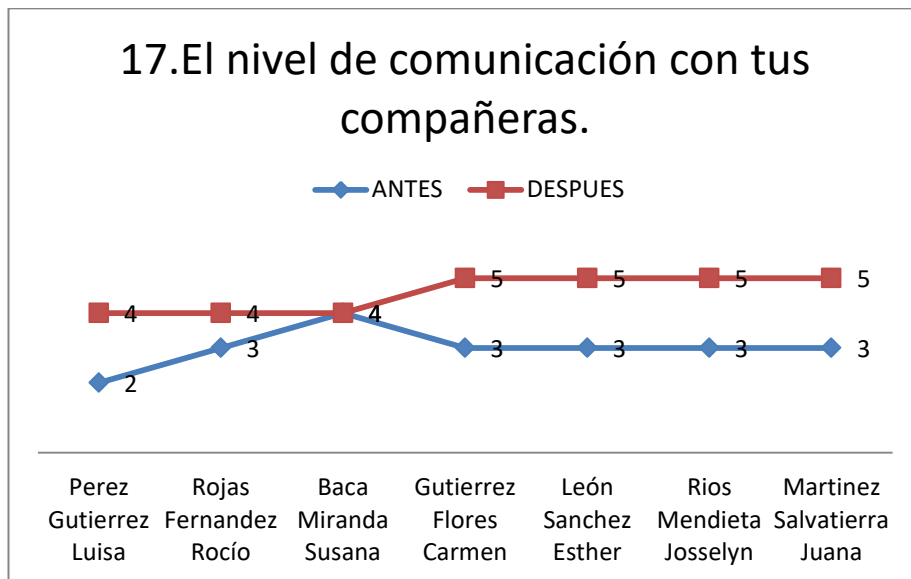


Fuente: Encuesta a los colaboradoras

Elaboración Propia

Respecto a la pregunta N°16: Antes del último plan de capacitación cinco colaboradoras asignaron "3" como calificación si interactúan de forma regular con sus compañeras. Asimismo luego del plan de capacitación se demostró que cinco de ellas marcaron "5" m puntaje máximo respecto a esta pregunta, lo que queda entendido que ha mejorado su interacción entre ellas, acrecentando su relación.

Gráfico N°11: Nivel de comunicación con tus compañeras

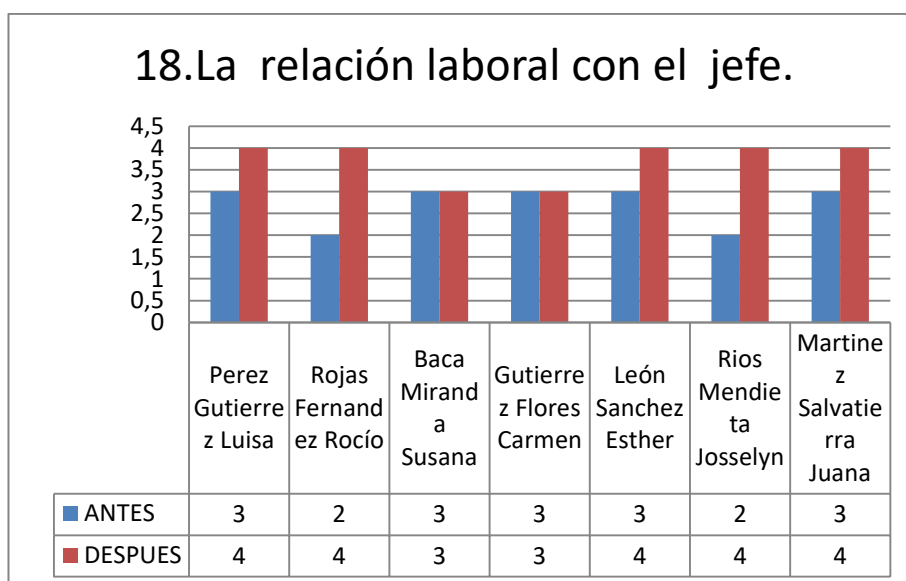


Fuente: Encuesta a los colaboradoras

Elaboración Propia

El nivel de comunicación entre compañeras: respecto a la gráfica se puede observar que ha habido un notorio aumento en la puntuación a opinión propia del cliente interno después del plan de capacitación, marcando cuatro de ellas "5" puntaje máximo es decir ahora existe un nivel óptimo de comunicación entre ellas.

Gráfico N°12: Relación laboral con el jefe inmediato

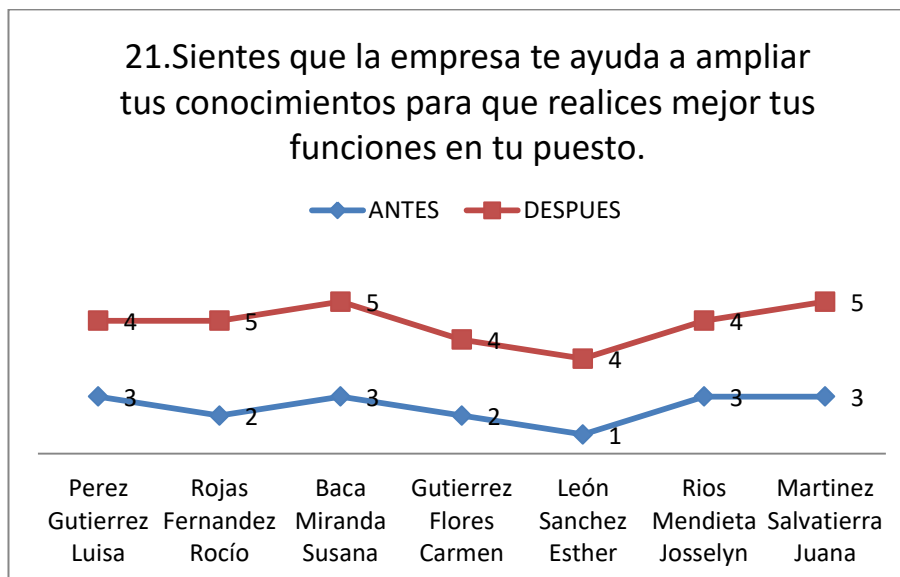


Fuente: Encuesta a los colaboradoras

Elaboración Propia

Como se aprecia en la gráfica N°12 después del plan de capacitación último más del 50% de colaboradoras marcaron "5" puntaje máximo respecto a la relación laboral con su jefe .Porque en las capacitaciones aprendieron ciertos temas como Liderazgo femenino, inteligencia emocional, la comunicación interpersonal, técnicas de solución de conflictos, la automotivación, entre otras que potenciaron sus buenas prácticas en la empresa incrementando su relación con el jefe.

Gráfico N°13: La empresa ayuda a ampliar tus conocimientos

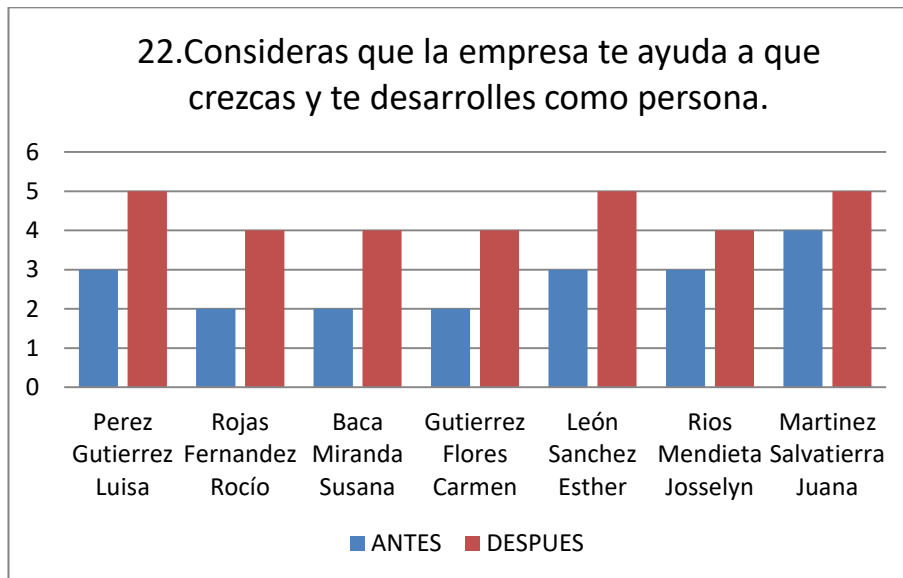


Fuente: Encuesta a los colaboradoras

Elaboración Propia

El gráfico N° 13 muestra que luego de la ejecución del taller de capacitación realizado en Mediwork SAC las colaboradoras ven reflejados la predisposición de su organización respecto a inculcarles nuevos retos en la parte cognitiva de ellas para que mejoren sus funciones en su posición.

Gráfico N°14: La empresa ayuda a que crezcas y te desarrolles como persona

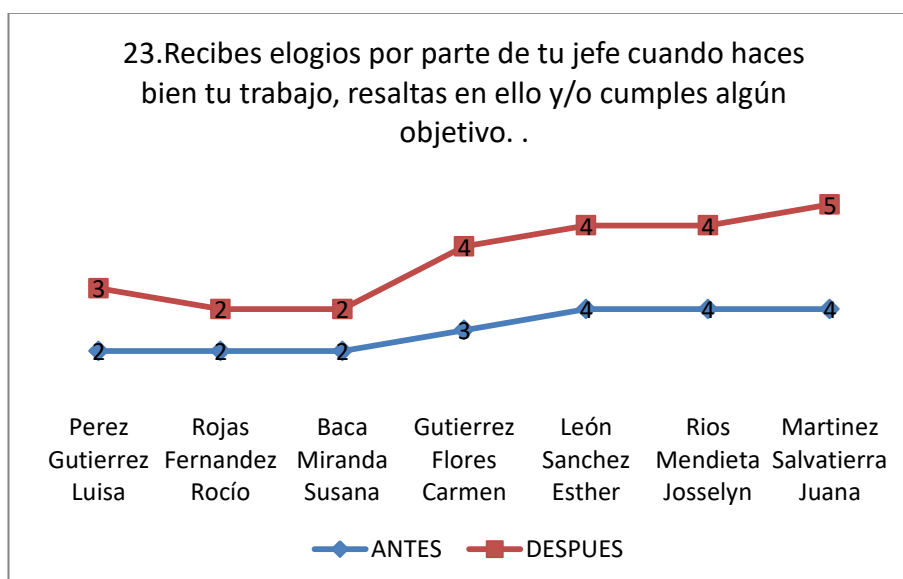


Fuente: Encuesta a las colaboradoras

Elaboración Propia

El gráfico N° 14 se observa que las colaboradoras después de haber recibido el plan de capacitación consideran que la empresa se preocupa por ellas y por su desarrollo como persona, ya sea dentro o fuera de sus instalaciones.

Gráfico N°15: Recibes elogios por tu jefe al realizar bien una actividad

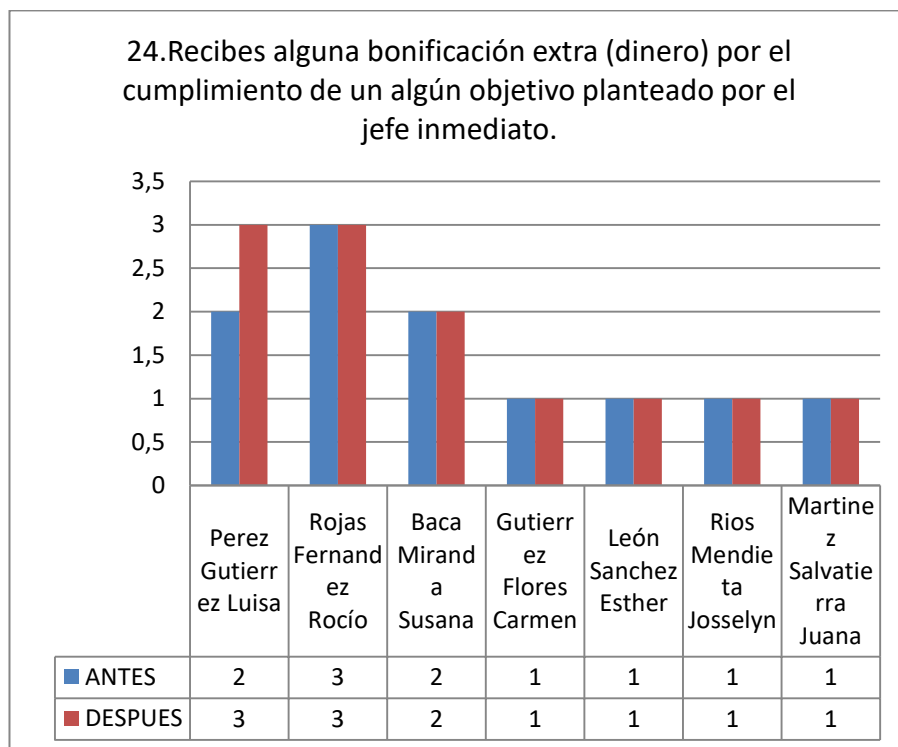


Fuente: Encuesta a las colaboradoras

Elaboración Propia

Respecto a la pregunta N°23 se comprueba que las colaboradoras luego de haber sido capacitadas y escuchar que sus jefes se comprometieron con ellas a cambiar su perspectiva y a ponerlas en práctica , respondieron de forma positiva respecto si reciben elogios por parte de su jefe al realizar buena una actividad.

Gráfico N°16: Recibes alguna bonificación extra como incentivos al cumplir algún objetivo planteado por tu jefe inmediato.



Fuente: Encuesta a las colaboradoras

Elaboración Propia

De acuerdo al gráfico N° 16 luego de elaboradas las charlas y el compromiso que asumió la gerencia de Mediwork respecto a abonar cierto reconocimiento económico cuando se dé el caso, solo una colaboradora respondió de forma positiva después de lo sucedido, mientras las seis restantes se mantienen al margen con su opinión.

PORCENTAJE DE ASISTENCIA POR COLABORADORA

$$PC = \frac{\text{Número de talleres asistidos}}{\text{Número de talleres desarrollados}} \times 100$$

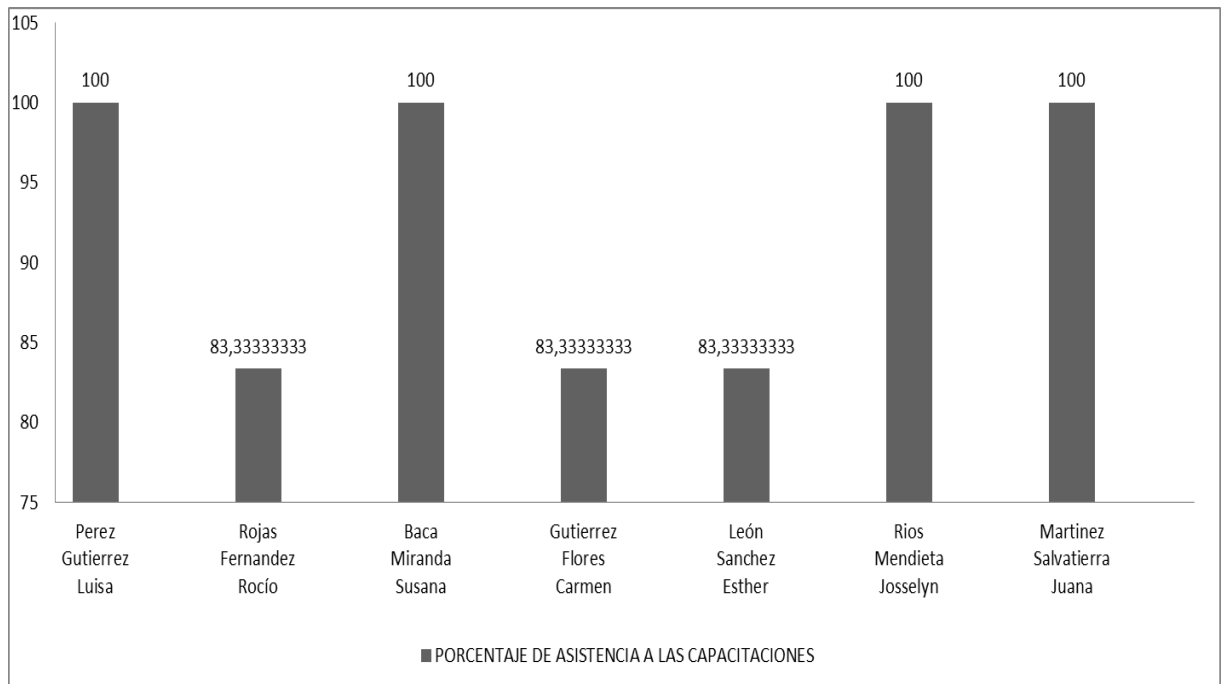
Tabla N°2: Asistencias voluntaria de talleres por colaboradora

	Pérez Gutiérrez Luisa	Rojas Fernández Rocío	Baca Miranda Susana	Gutierrez Flores Carmen	León Sanchez Esther	Rios Mendieta Josselyn	Martinez Salvatierra Juana
PORCENTAJE DE ASISTENCIA A LOS TALLERES	100 %	83.33 %	100 %	83.33 %	83.33 %	100 %	100 %

Fuente: Talleres programados en la clínica Fátima

Elaboración Propia

Gráfico N°17: Porcentaje de asistencias a los talleres de capacitación



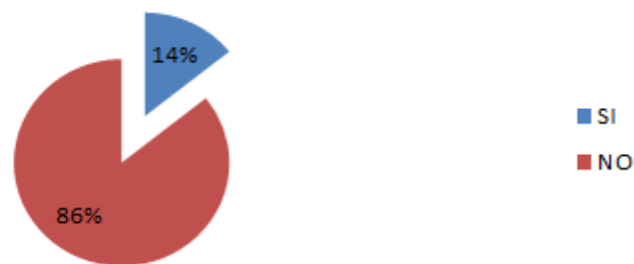
Fuente: Encuesta a los colaboradoras

Elaboración Propia

Como se observa del total de talleres/capacitaciones que fueron 6 en total, de las 7 colaboradoras que laboran en Mediwork S.A.C. solo 3 colaboradoras no pudieron asistir un solo día por motivos estrictamente personales por su parte. Por lo que se evidencia un grado de lealtad laboral medio - alto así como compromiso por parte del cliente interno con la empresa, ya que estas capacitaciones fueron opcionales para cada una de ellas.

Gráfico N°18: Porcentaje de colaboradoras que aceptaría algún puesto laboral en otra empresa

1.¿Si alguna empresa (cualquier otra clínica) le ofreciera algún puesto en su establecimiento , lo aceptaría ?



Fuente: Encuesta a los colaboradoras
Elaboración Propia

De acuerdo al Gráfico N° 18, luego de la capacitación, se le preguntó a las colaboradoras si aceptarían algún puesto laboral en otra empresa, en lo que el 85.71 % de las colaboradoras precisan que no aceptarían tal oferta lo que se evidencia su lealtad con la empresa Mediwork S.A.C.

Porcentaje de colaboradoras que aceptaría algún puesto laboral en otra empresa:

$$PCA = \frac{\text{Número de colaboradoras que aceptarían laborar en otra clínica}}{\text{Total de colaboradoras}}$$

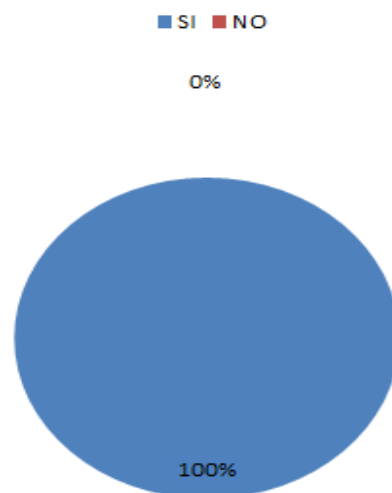
$$PCA = \frac{1}{7}$$

$$PCA = 0.14$$

Solo el 14 % de las colaboradoras aceptaría trabajar para otra empresa.

Gráfico N°19: El grado de compromiso que tiene con la empresa es alto o muy alto

2. ¿El grado de compromiso que tiene con la empresa es alto o muy alto?



Fuente: Encuesta a los colaboradoras

Elaboración Propia

De acuerdo al gráfico N°19 se aprecia que el 100 % de las colaboradoras marcaron que SI tienen un compromiso alto o muy alto con la empresa Mediwork S.A.C. , por lo que queda demostrado que su lealtad mejoró luego de la aplicación de las capacitaciones.

Porcentaje de colaboradoras que tiene un grado de compromiso alto o muy alto con la empresa:

$$\text{PCA} = \frac{\text{Número de colaboradoras que tienen un grado de compromiso alto con Mediwork}}{\text{Total de colaboradoras}}$$

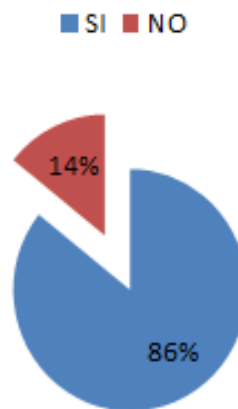
$$\text{PCA} = \frac{7}{7}$$

$$\text{PCA} = 1$$

El 100 % de las colaboradoras siente tener un grado de compromiso alto o muy alto.

Gráfico N°20: Recomendación de Mediwork S.A.C. como lugar para laborar

3. ¿Recomendaría a Mediwork S.A.C. a otras personas como lugar para laborar?



Fuente: Encuesta a los colaboradoras

Elaboración Propia

El gráfico N° 20 representa el 86 % de colaboradoras, es decir 6 de las 7 que recomendarían a Mediwork como centro de labores, de acuerdo a lo que ellas han podido como lugar de crecimiento, aprendizajes continuos, incentivos, etc. Queda demostrado que su lealtad mejoró luego de las capacitaciones.

Porcentaje de colaboradoras que recomendaría a Mediwork S.A.C. como lugar para laborar:

$$PCL = \frac{\# \text{ de colaboradoras que recomendaría a Mediwork S.A.C. donde poder laborar}}{\text{Total de colaboradoras}}$$

$$PCL = \frac{6}{7}$$

$$PCL = 0.85$$

El 85 % de las colaboradoras recomendaría a la empresa como lugar para laborar.

Cronograma de Capacitación

Tabla N°3: Cronograma de las capacitaciones

SEMANAS	FECHA	GRUPO OCUPACIONAL	MÓDULO	CURSOS	LUGAR	TIEMPO PROGRAMADO	COSTO
Semana 1	15 – 16 Setiembre	Tecnólogas	DIRECCIÓN Y LIDERAZGO	<ul style="list-style-type: none"> • El liderazgo femenino. • Una estructura para liderar el cambio. • El líder efectivo. • Habilidades del líder. • La inteligencia emocional y la autodirección. 	Clínica Fátima	4 HORAS	s/.100
Semana 2	22 – 23 Setiembre	Tecnólogas	INTERACCIÓN HUMANA EN EL TRABAJO	<ul style="list-style-type: none"> • La comunicación interpersonal: hablar, oír y escuchar. • Habilidades para la buena comunicación. • El conflicto. • Estrategias y técnicas de prevención de problemas. • El proceso de trabajo en equipo. • La automotivación y sus consecuencias. 	Clínica Fátima	4 HORAS	s/.100
Semana 3	29-30 Setiembre	Tecnólogas	ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE	<ul style="list-style-type: none"> • Congruencia personal y organizacional. • La cultura de servicio. • El servicio como valor añadido. • Atención especial de clientes en situaciones difíciles. • Desarrollo de habilidades y conductas que favorecen una actitud de servicio. 	Clínica Fátima	4 HORAS	s/.100
TOTAL						12	s/.300

Fuente: PE Habilidades Gerenciales - UNAM

Elaboración Propia

Objetivos del Plan de Capacitación

- Aplicar las charlas vivenciales para incrementar la lealtad del cliente interno con la empresa Mediwork SAC
- Proporcionar una herramienta precisa, eficaz, y concisa a las colaboradoras para que puedan desenvolverse activamente.
- Proponer a la gerencia el incentivo a sus colaboradoras de forma intrínsecamente así como extrínsecamente.

CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN

De acuerdo a los resultados encontrados, la investigación actual coincide con Reynoso (2013) quien menciona que la capacitación es una acción estratégica utilizada en las empresas de manera sistémica y organizada, en la que los colaboradores acrecientan o consiguen una buena actitud y mejoraran sus aptitudes con respecto al trabajo, el puesto o el ambiente laboral. En el presente caso se demostró que un taller bien organizado, con los instrumentos correctos y la asesoría necesaria se desarrolla de una forma óptima y se aplica de igual forma, como resultado menciona a las colaboradoras de Mediwork S.A.C.

Además concuerdo con Robbins (1998), quien destaca que mediante la inserción de seminarios se logran ciertos objetivos como:

- Ayudar a ampliar los conocimientos de las colaboradoras para que realicen mejor sus funciones, logrando despertar la motivación intrínseca de las mismas.
- Otorgar oportunidades para su desarrollo progresivo, así la colaboradora será fiel a la empresa.
- Proveer a la organización talento humano competente y apto para las distintas labores a realizar.
- Crear la parte de compromiso para la organización a través de una mejor aptitud y actitud por parte de las colaboradoras.

Asimismo enfatizo lo que dicen Maslow y Mac.Gregor (1958), el cliente interno es aquella persona que complace sus gustos o exigencias personales, de crecimiento, autoestima y profesional mediante la obtención del dinero. Un plan de capacitación no debe estar destinado solamente a mejorar tanto el desempeño laboral de un colaborador sino también la parte personal, en el sentido de ayudarlo íntegramente, fortaleciendo su autoestima, carácter, valores, de esta forma la empresa vela por su desarrollo como persona, el colaborador aprecia ello y lo demuestra con su compromiso, lealtad y mejora de sus funciones. Esto puede verse reflejado además en lo que menciona Albrecht (2005), la organización debe pensar que las cosas funcionen primero dentro, que afuera, esto garantizará que las empresas fomenten una cultura de servicio interno en ellas, todo esto para ser reconocidas como entes de entrega de calidad.

De igual manera concuerdo con lo que dice Albrecht (2005) el jefe, es quien debe enriquecer a sus empleadores ofreciéndoles constantemente capacitación, incentivos, adiestramiento, recompensas y brindarles herramientas que los ayuden a mejorar en su desempeño.

Esto es realmente cierto ya que las colaboradoras no manifestaran calidad de servicio ni la atención óptima a los clientes de Mediwork si las dejaran de lado y olvidasen estos aspectos vitales.

Asimismo los resultados coinciden con los tesisistas Martell y Sánchez (2013), en su tesis: "Plan de capacitación para mejorar el desempeño de los trabajadores operativos del gimnasio "Sport Club" de la ciudad de Trujillo – 2013", que demostraron que la implantación de una capacitación no solo genera un aumento significativo en la parte financiera sino que eleva el patrón de mejora constante en la organización , ayuda a la retención de clientes internos y externos , fidelizándolos y compenetrarlos con la empresa.

Concuero con los tesisistas Cruz y Sánchez (2016), en su tesis: "Plan de capacitación para mejorar el desempeño laboral del personal de la empresa publicidad y servicios generales Boga S.A. que labora en el campus UPAO de la ciudad Trujillo en el año 2016", quienes concluyen que las necesidades de adiestramiento de los colaboradores están orientadas hacia el buen manejo de sus funciones, prevención de accidentes de trabajo y mayor enfoque de sus trabajadores con la organización. Es decir se tiene claro lo que uno busca atender con las capacitaciones , el objetivo se cumplirá y reduciremos las carencias que se hacían notar de manera progresiva ; logrando un buen clima laboral , ayudando a los colaboradores a ampliar sus conocimientos de esta forma se pretende incrementar su lealtad .

CONCLUSIONES

- Al evaluar la realidad actual de las colaboradoras de Mediwork SAC previamente a la aplicación del programa de capacitación, se encontró ciertas deficiencias que ellas atravesaban y les impedían ejercer de una forma óptima su labor y servicio al cliente externo, por lo que se consideró aplicar un programa de aprendizaje continuo para pulir sus asperezas, ampliar sus conocimientos, buscar su crecimiento interno progresivo, otorgarles oportunidad de crecimiento y mejorar su lealtad laboral con la organización. Asimismo se evidencia que la capacitación laboral se relaciona estrechamente con la lealtad del colaborador interno en Mediwork, al verse los resultados plasmados en las encuestas y comprobarse que luego de la aplicación de dicha capacitación laboral se logró mejorar la percepción por parte de las trabajadoras y lograr incrementar su lealtad.
- Como se precisa en los resultados, la mejora que se dio respecto a cada curso para potenciar las habilidades de las colaboradoras, capacitarlas, incrementar su relación laboral existente y mejorar su nivel de liderazgo. Se pudo concretar mediante la implantación de las nuevas capacitaciones, los distintos exámenes elaborados para reforzar las actividades y los trabajos prácticos programados; arrojando resultados muy favorables para la empresa y para ellas mismas.
- Como se puede observar de las 7 colaboradoras solo 3 colaboradoras no asistieron a 1 día de capacitación de los 6 programados y esto debido a motivos estrictamente personales por parte de ellas, las restantes asistieron de forma puntual, siendo la capacitación de carácter no obligatorio, es donde queda en evidencia el interés, las ganas de aprender y la lealtad que tienen las colaboradoras con Mediwork S.A.C por lo que queda demostrado que les gusta este tipo de talleres, sienten que les ayuda a desarrollarse como personas así como colaboradoras de la empresa.
- Después de aplicado el plan de capacitación y ver los resultados contundentes, la alta dirección de la empresa se comprometió a resaltar la parte de motivación intrínseca y extrínseca, es decir a impartirles incentivos económicos a sus clientes internos cuando contribuyan con un valor añadido en sus tareas semanales y/o mensuales o cumplan con algo estipulado anteriormente por su jefe de manera eficiente y eficaz, además procederán a colocar un cuadro de forma trimestral con la foto y un elogio a la colaboradora que destaque en el lapso de ese tiempo; como se muestra en el Anexo N^o 03.

RECOMENDACIONES

- Se aconseja desarrollar de forma seguida una serie de preguntas para conseguir la opinión del cliente interno en relación a su lealtad, por lo que sus respuestas pueden ir cambiando con forme pasen los meses y/o años y conseguir las ayudarán a la propuesta de nuevas tácticas consecuentes al programa de adiestramiento.
- Asimismo se recomienda realizar un seguimiento si las trabajadoras están haciendo uso de las charlas y temas planteados, para determinar si toda su instrucción la están poniendo en práctica y beneficiando acorde a lo planeado; o en todo caso debería ser mejorado para un proyecto futuro.
- Calcular regularmente la función de las colaboradoras, tomando el criterio de su jefe inmediato y entre compañeras de labor, proporcionando a la organización un frente amplio sobre la situación actual.

REFERENCIAS

- Aguilera Aguirre, Patricia. Capacitación de personal. Editorial (TESIS). Monterrey, N.L., 1995.
- Chiavenato Idalberto. Gestión de Humanidades. Editorial McGraw-Hill. México, 1995.
- Amaya, G. (2003). Plan de capacitación. (1ra Ed.). México D.F: Patria cultural.
- Mendoza Núñez (1990), Alejandro. Manual para determinar necesidades de capacitación. Editorial Trillas. México.
- Bohórquez, P. (2002). Proceso táctico y acción de mejora. (2da Ed.).México: Alfa omega Grupo Editor.
- Chiavenato, I. (2009). Administración del cliente interno . (1ra Ed.). México D.F: McGraw Hill.
- Hill. - Dessler, G. (2001). Administración de personal. (8va Ed.). México D.F: Pearson Education.
- Gonzáles, M. (2007). Administración de Recursos Humanos: Diversidad-Caos. México D.F: Patria cultural.
- Harbour, J. (1999). Evaluación del cargo en la organización”. Ed. Panorama, México.
- Robbins, S. (1998). Conducta empresarial. (5ta Ed.). México D.F: Prentice Hall Latinoamérica.
- Stoner, J. (1994). Administración. (5ta. Ed).
- Guillén C. y Guil R. (2000) “Psicología del Trabajo para las Relaciones Laborales”. España: McGraw Hill.
- Mondy y Noe (2005, p. 202) “Gestión de personas”. 9ª edición. México: Prentice Hall.
- Garza Tamez, Horacio., J. L. Abreu y E. Garza (2009). Impacto de la capacitación en una empresa del ramo eléctrico.
- Reynoso (2013). Programa de adiestramiento y potencial para personas, para el II Semestre del año 2005.
- Corporación FONAFE (2011) .Plan de Capacitación 2011.
- Universidad del Pacífico (s.f). Plan anual de Capacitación del personal no docente de la facultad de Estomatología.
- Sosa (2014) .Propuesta de un programa de capacitación y desarrollo para el personal docente del Instituto Tecnológico del Nororiente (ITECNOR), ubicado en los Llanos de la fragua, Zacapa
- Oquendo (2010).Programa de capacitación para una empresa de servicios de soluciones para el manejo de documentos.
- Lima (2011).Plan de capacitación para el personal de planta de producción, de una panadería tradicional.

- Nowell (2015) .Capacitación y servicio al cliente (Estudio realizado en los restaurantes Salón el Tecun)
- Mayurí (2006) .Capacitación empresarial y desempeño laboral en el Fondo de Empleados del Banco de La Nación - FEBAN, Lima 2006. - Rodríguez (2014) .Capacitación por competencias y desempeño laboral en una empresa de Lima metropolitana.
- Casma (2015) .Vínculo de la administración de personas respecto a su competencia laboral de la Empresa FerroSistemas , Surco- Lima , año 2015.
- Oscoco (2015) .Calcular el nexo entre el compromiso comunitario y la complacencia laboral de la empresa.
- Pérez y Verástegui (2013) .Plan motivacional para incrementar la competencia del trabajo en los trabajadores de una MYPE en Huánuco –2015
- Martell y Sánchez (2013).Propuesta de capacitación para mejorar el desempeño de los trabajadores operativos del gimnasio “Sport Club” de la ciudad de Trujillo – 2013”
- Sánchez (2014) .Adiestramiento en capacidad de amabilidad al cliente para incrementar la calidad del servicio brindado en “el restaurant Mar Picante” de la ciudad de Trujillo.
- Marquina (2016). Estrategia de capacitación y evaluación de resultados del personal directivo en la municipalidad distrital de Curgos, Provincia Sánchez Carrión, año 2015.
- Pretel y Calis (2015).Aplicación de una propuesta de adiestramiento para aumentar la capacidad de trabajo de los colaboradores en el Mar Picante, Ayacucho 2011.
- Cruz y Sánchez (2016) .Plan de capacitación para mejorar el desempeño laboral del personal de la empresa publicidad y servicios generales Boga S.A. que labora en el campus UPAO de la ciudad Trujillo en el año 2016.

ANEXOS

Anexo N°1:

CAPACITACIÓN LABORAL: SETIEMBRE 2018 – MEDIWORK S.A.C.

MEDIWORK S.A.C.

CAPACITACIÓN LABORAL PERIODO SETIEMBRE – OCTUBRE 2017

Trujillo, 2018

PRÓLOGO

Una vez sostenidas las distintas conversaciones junto a la administración perteneciente a la organización en razón a la probabilidad de realizar y poner en práctica un programa de adiestramiento en Mediwork S.A.C, se logró aplicar la capacitación solo a la parte operativa de la empresa, y se hizo de éste una herramienta para poder mejorar la lealtad de las colaboradas hacia Mediwork S.AC.

De igual modo , respecto a lo consignado en la Ordenanza Intrínseca Laboral de Mediwork S.A.C., a la Ordenanza de Gestión y de Trabajo de Mediwork S.A.C. y al tratado exclusivo organizado por la Resolución Parlamentaria N° 586, Resolución de rendimiento y potencial de trabajo, que precisa en el impulso del adiestramiento del colaborador para mejorar sus destrezas ,habilidades y conocimientos en relación a su labor , además de la persecución del propósito ideal; ser competente, comprometido, íntegro, audaz ,etc.

El mencionado plan de capacitación realizado en Setiembre del presente año consta de un proceso detallado de adiestramiento enfocado a las trabajadoras operativas que laboran en la empresa.

PRESENTACIÓN

1. OBJETIVOS
2. ALCANCE
3. PROCEDIMIENTO DE CAPACITACIÓN
4. GRUPO OCUPACIONAL
5. CRONOGRAMA DE CAPACITACIÓN
6. PRESUPUESTO
7. APLICACIÓN

1. OBJETIVOS

- Aplicar el plan de capacitación para mejorar la lealtad del cliente interno con la empresa Mediwork SAC
- Brindar conocimientos teórico-prácticos, aplicables a las diversas áreas en las que las colaboradoras deben desenvolverse.
- Proponer a la gerencia el incentivo a sus colaboradoras de forma intrínsecamente así como extrínsecamente.

2. ALCANCE

La presente Capacitación laboral se dirige exclusivamente al área operativa de Mediwork S.A.C. (cliente interno).

3. PROCEDIMIENTO DE CAPACITACIÓN

Para proceder con la actual investigación: " Programa de adiestramiento" se aconseja el procedimiento de adiestramiento externo ya que está confirmado que este taller – seminario provoca un incremento de estímulo los colaboradores. La capacitación está a cargo del sr. Felipe Mendoza Sifuentes, capacitador y coach empresarial, especialista en el tema.

4. GRUPO OCUPACIONAL

La actual investigación ha creído conveniente usar las siguientes clases o categorías a adiestrar que recae la acción en:

- Colaboradoras (tecnólogas)

5. CRONOGRAMA DE CAPACITACIÓN

Tabla Nº 4 Cronograma de Capacitación

PERIODO	DURACIÓN	CATEGORIA	TEMAS	CURSOS	LUGAR	NÚMERO DE HORAS	COSTO
Semana 1	15 – 16 Setiembre	Tecnólogos	DIRECCIÓN Y LIDERAZGO	<ul style="list-style-type: none"> • El liderazgo femenino. • Una estructura para liderar el cambio. • El líder efectivo. • Habilidades del líder. • La inteligencia emocional y la dirección. 	Clínica Fátima	4	s/.100
Semana 2	22 – 23 Setiembre	Tecnólogos	INTERACCIÓN HUMANA EN EL TRABAJO	<ul style="list-style-type: none"> • La comunicación interpersonal: hablar, oír y escuchar. • Habilidades para la buena comunicación. • El conflicto. • Estrategias y técnicas para la solución de conflictos. • El proceso de trabajo en equipo. • La automotivación y sus consecuencias. 	Clínica Fátima	4	s/.100
Semana 3	29 – 30 Setiembre	Tecnólogos	ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE	<ul style="list-style-type: none"> • Congruencia personal y organizacional. • La cultura de servicio. • El servicio como valor añadido. • Atención especial de clientes en situaciones difíciles. • Desarrollo de habilidades y conductas que favorecen una actitud de servicio. 	Clínica Fátima	4	s/.100
TOTAL HORAS Y TOTAL COSTOS						12	s/.300

Fuente: PE Habilidades Gerenciales - UNAM

Elaboración Propia

6. PRESUPUESTO

La inversión del proyecto de adiestramiento se estima a S/. 360 nuevos soles. Estimando la inversión del seminario a 25 nuevos soles por hora con un total de 12 horas. Asimismo 50 nuevos soles de coffee break y 10 nuevos soles de materiales para la capacitación.

7. APLICACIÓN

Objetivo

Dirigido al cliente interno de Mediwork S.A.C, que trata de conseguir el aprendizaje constante respecto al servicio al cliente, calidad de servicio y competitividad para lograr con tenacidad sus quehaceres y demostrar compromiso así como lealtad con la empresa.

Proceso

Luego de abordar el ciclo de adiestramiento presentado, el taller estuvo planteando para desarrollarse a lo largo de 3 semanas. Con 4 horas semanales: sábados y domingos de 9 am a 11 am.

La sala de capacitación donde se dieron las charlas fue la sala de reuniones de la Clínica Fátima por ser donde la empresa presta servicios, y cuenta con la capacidad para 10 personas.

En la presente investigación los módulos abordados fueron los siguientes: Dirección y Liderazgo, Interacción Humana en el trabajo y finalmente Atención y servicio al cliente.

Después de aplicado el plan de capacitación y ver los resultados contundentes, la gerencia de la empresa se comprometió a resaltar la parte de motivación intrínseca y extrínseca, es decir a impartirles incentivos económicos a sus clientes internos cuando contribuyan con un valor añadido en sus tareas semanales y/o mensuales o cumplan con algo estipulado anteriormente por su jefe de manera eficiente y eficaz , además procederán a colocar un cuadro de forma trimestral con la foto y un elogio a la colabora que destaque en el lapso de ese tiempo.

Anexo N°2:

**CUESTIONARIO PARA CONOCER LA PERCEPCIÓN DE LA COLABORAS SOBRE LA
LEALTAD EN MEDIWORK S.A.C.**

**CUESTIONARIO PARA CONSEGUIR LA OPINIÓN DE LAS
COLABORADORAS SOBRE LA LEALTAD EN MEDIWORK S.A.C.**

Estimada colaboradora, responda los siguientes ítems de forma veraz en un rango del “1 – 5” de acuerdo a su criterio, donde 1 es lo mínimo y 5 lo máximo.

Preguntas

1. ¿Aprobaste el examen después de la capacitación?
 Si
 No

2. ¿Mejoró tu conducta después de la capacitación?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

3. ¿Mejoraron tus funciones después de la capacitación?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Con respecto al curso de Dirección y Liderazgo

4. Consideras que el curso ha cubierto tus expectativas.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

5. Sientes que el curso ha mejorado tu actitud.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

6. Después de llevar el curso es necesario que el jefe inmediato te supervise.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Con respecto al curso Interacción Humana en el trabajo

7. Consideras que el curso ha cubierto tus expectativas.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

8. Sientes que el curso ha mejorado tu actitud.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

9. Después de llevar el curso es necesario que el jefe inmediato te supervise.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Con respecto al curso Atención y servicio al Cliente

10. Consideras que el curso ha cubierto tus expectativas.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

11. Sientes que el curso ha mejorado tu actitud.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

12. Después de llevar el curso es necesario que el jefe inmediato te supervise.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

De acuerdo a la responsabilidad

13. Llegaste puntual a las capacitaciones.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

14. Grado en el que interviniste en la capacitación.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

15. Cumpliste con todos los trabajos asignados por el facilitador.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Respecto al clima laboral

16. Interactúas con tus compañeras de forma regular.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

17. El nivel de comunicación con tus compañeras.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

18. La relación laboral con el jefe.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Acorde a su satisfacción

19. La empresa se encarga de brindarles el material, así como el equipo adecuado para que realicen de forma correcta sus labores.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

20. Su área de trabajo se encuentra aseada y acondicionada antes y después de su uso.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Respecto a los incentivos

21. Sientes que la empresa te ayuda a ampliar tus conocimientos para que realices mejor tus funciones en tu puesto.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

22. Consideras que la empresa te ayuda a que crezcas y te desarrolles como persona.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

23. Recibes elogios por parte de tu jefe cuando haces bien tu trabajo, resaltas en ello cumples algún objetivo.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

24. Recibes alguna bonificación extra (dinero) por el cumplimiento de un algún objetivo planteado por el jefe inmediato.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Gracias

Anexo N°3:

**CONSTANCIA POR PARTE DE LA GERENCIA DE MEDIWORK S.A.C RESPECTO A LA
APLICACIÓN DEL PLAN DE CAPACITACIÓN EN SUS INSTALACIONES Y AL COMPROMISO
SOBRE LA MOTIVACIÓN INTRÍNSECA Y EXTRÍNSECA HACIA SU CLIENTE INTERNO.**

LA GERENCIA DEL CENTRO DE MEDICINA FÍSICA Y REHABILITACIÓN MEDIWORK S.A.C CON RUC
Nº 20559599272,

SUSCRIBE:

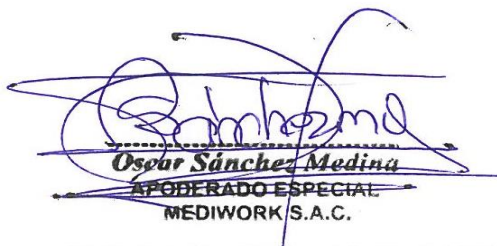
DEJA CONSTANCIA

Que el señor **RODRIGUEZ MENDOZA, AARON EDGARDO** identificado con número de DNI
76638075, programó y aplicó un plan de capacitación en nuestras instalaciones los días
15,16,22,23,29 y 30 de Setiembre del presente año para beneficio nuestro y de nuestras
colaboradoras.

Asimismo como parte de la capacitación y de su proceso nos comprometemos a poner en práctica
ciertos aspectos que obviamos y que son vitales para que nuestras colaboradoras se sientan
comprometidas con la empresa. Empezaremos a retribuir ciertos incentivos económicos a nuestro
personal cuando realicen con eficacia y competencia un objetivo planteado, de igual forma se
procederá a colocar un cuadro trimestral con la foto y un elogio a la colaboradora que destaque en el
mes.

Se expide el presente para los fines que el interesado considere pertinentes.

Trujillo, 12 de Octubre del 2018



Oscar Sánchez Medina
APODERADO ESPECIAL
MEDIWORK S.A.C.

Firma Representante Legal
DNI: 18092188

Anexo N°4:

**CUESTIONARIO PARA CONOCER EL GRADO DE LEALTAD DE LAS COLABORADORAS
RESPECTO A MEDIWORK S.A.C DESPUÉS DE LA CAPACITACIÓN.**

**CUESTIONARIO PARA CONOCER EL GRADO DE LEALTAD DE LAS
COLABORADORAS RESPECTO A MEDIWORK S.A.C.**

Estimada colaboradora, responda los siguientes ítems de forma veraz.

Preguntas

1. ¿Si alguna empresa (cualquier clínica de Trujillo) le ofreciera algún puesto en su establecimiento, lo aceptaría?
 - Si
 - No

2. ¿El grado de compromiso que tiene con la empresa es alto o muy alto?
 - Si
 - No

3. ¿Recomendaría a Mediwork S.A.C. a otras personas como lugar para laborar?
 - Si
 - No

Gracias

Anexo N°5:

REPRESENTACIÓN DE LAS RESPUESTAS DEL CUESTIONARIO EN FORMA DE TABLA

Tabla N° 5 Respuesta del cuestionario

PREGUN TAS	COL.1		COL.2		COL.3		COL.4		COL.5		COL.6		COL.7	
	A	D	A	D	A	D	A	D	A	D	A	D	A	D
0	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
1	2	4	3	3	1	2	2	3	2	3	2	2	3	4
2	2	2	1	3	1	3	1	4	2	4	2	3	3	4
3	3	4	2	3	2	4	2	4	2	3	3	3	3	5
4	3	4	2	3	3	4	3	3	2	4	4	5	4	5
5	3	2	4	2	3	1	3	1	4	3	4	2	3	1
6	3	4	4	4	4	5	2	3	3	5	4	4	3	4
7	2	4	3	5	3	4	3	4	3	4	4	5	3	4
8	3	1	3	2	4	2	4	1	5	1	4	2	3	2
9	3	4	2	4	4	5	3	4	4	4	2	3	3	4
10	3	3	2	4	3	4	2	4	4	5	3	5	2	5
11	3	1	4	2	4	2	2	1	3	2	3	1	2	1
12	2	4	3	5	2	5	4	5	3	5	3	5	3	5
13	2	3	2	4	3	4	3	5	2	5	3	5	2	4
14	3	4	3	4	3	5	2	5	3	5	4	5	3	5
15	3	5	2	4	3	4	3	5	3	5	3	5	4	5
16	2	4	3	4	4	4	3	5	3	5	3	5	3	5
17	3	4	2	4	3	3	3	3	3	4	2	4	3	4
18	3	3	3	4	2	3	1	3	2	3	3	3	2	3
19	2	4	1	4	2	3	2	5	3	5	4	4	3	5
20	3	4	2	5	3	5	2	4	1	4	3	4	3	5
21	3	5	2	4	2	4	2	4	3	5	3	4	4	5
22	2	3	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	5
23	2	3	3	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1

Elaboración Propia