

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE CARÚPANO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA



**“EFICIENCIA DE LOS PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN Y
ADIENTRAMIENTO DIRIGIDOS AL PERSONAL PERTENECIENTE AL
DEPARTAMENTO DE SERVICIOS AL CLIENTE DE CERVECERÍA
POLAR C.A, AGENCIA CARÚPANO PERIODO 2010-2011”**

Elaborado por:

Br. Alvaro Gil Q.
Br. Elismar Noriega V.
Br. Haydelina Rosario

**Trabajo de Grado modalidad Cursos Especiales de Grado, presentado como
requisito parcial para optar al Título de Licenciado en Contaduría Pública**

Carúpano, Marzo 2012

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE CARÚPANO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA



**“EFICIENCIA DE LOS PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN Y
ADIESTRAMIENTO DIRIGIDOS AL PERSONAL PERTENECIENTE AL
DEPARTAMENTO DE SERVICIOS AL CLIENTE DE CERVECERÍA
POLAR C.A, AGENCIA CARÚPANO PERIODO 2010-2011”**

Elaborado por:

Br. Alvaro Gil Q.
Br. Elismar Noriega V.
Br. Haydelina Rosario.

Asesor:

Msc. Leonardo España

**Trabajo de Grado modalidad Cursos Especiales de Grado, presentado como
requisito parcial para optar al Título de Licenciado en Contaduría Pública**

Carúpano, Marzo de 2011

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE CARÚPANO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA



**“EFICIENCIA DE LOS PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN Y
ADIENTRAMIENTO DIRIGIDOS AL PERSONAL PERTENECIENTE AL
DEPARTAMENTO DE SERVICIOS AL CLIENTE DE CERVECERÍA
POLAR C.A, AGENCIA CARÚPANO PERIODO 2010-2011”**

Elaborado por:

Br. Alvaro Gil Q.

Br. Elismar Noriega V.

Br. Haydelina Rosario

ACTA DE APROBACIÓN

Trabajo de Grado **aprobado** en nombre de la Universidad de Oriente, por el jurado calificador, en la ciudad de Carúpano, a los 12 días del mes de Agosto del año 2011.

Jurado Asesor

Msc. Leonardo España

C.I.: 11.438.928

ÍNDICE

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE DE CUADROS	vii
RESUMEN	ix
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	5
EL PROBLEMA	5
1.1 Planteamiento del Problema.....	5
1.2 Objetivos de la Investigación	9
1.2.1 Objetivo General	9
1.2.2 Objetivo Específico.....	9
1.3 Justificación.....	10
1.4 Delimitación.....	11
EL CAPITULO II	12
MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	12
2.1 Antecedentes de la Organización	12
2.2. Descripción de los Cargos Ubicados en las Distintas Gerencia (Ver Anexo C)	14
2.2.1. Gerente (Agencia Carúpano).....	14
2.2.2. Asistente Administrativo.....	15
2.2.3. Supervisor Comercial.....	15
2.2.4. Preventista.....	16
2.2.5. Jefe de Administración.....	16
2.2.6. Analista de Administración.....	16
2.2.7. Cajero	17
2.2.8. Jefe SAC	17
2.2.9. Coordinador de Riesgo y Continuidad de Riesgo y Continuidad Operativa (R&CO).....	17
2.2.10. Analista de Riesgo y Continuidad Operativa (R&CO).....	18
2.2.11. Analista de Distribución.....	18
2.2.12. Despachador.....	19

2.2.13. Operarios de Distribución	20
2.2.14. Supervisor de Almacén	20
2.2.15. Almacenista.....	20
2.2.16. Operario IV	21
2.2.17. Operario III	21
2.2.18. Operario II.....	21
2.3. Visión de la Organización.....	21
2.4. Misión de la Organización	22
2.5. Objetivos de la Cervecerías Polar C.A.....	23
2.6. Valores	24
2.7. Antecedentes de Investigación.....	25
2.8. Bases Teóricas.....	26
2.8.1. Eficiencia.....	27
2.8.2. Costos.....	28
2.8.3. Capacitación.....	28
2.8.4. Importancia de la Capacitación.....	29
2.8.5. Objetivos de la Capacitación.....	29
2.8.6. Evaluación de los Resultados de la Capacitación	30
2.8.7. Adiestramiento	31
2.8.8. Objetivos del Adiestramiento.....	32
2.8.9. Determinación de Necesidades de Adiestramiento.....	32
2.8.10. Diferencias entre Capacitación y Adiestramiento.....	33
2.8.11. Programas de Capacitación y Adiestramiento	33
2.8.12. Inventario	34
2.8.13. Métodos de Evaluación de Inventario.....	34
2.9. Definición de Términos.....	35
2.10. Bases Legales	36
CAPÍTULO III.....	39
MARCO METODOLÓGICO.....	39
3.1. Diseño de Investigación	39
3.2. Nivel de Investigación.....	40
3.3. Población y Muestra.....	41
3.3.1. Población.....	41

3.3.2. Muestra.....	42
3.4. Técnicas e Instrumento de Recolección de Datos.....	42
3.4.1. Técnicas de Recolección de Datos.....	42
3.4.2. Instrumentos de Recolección de Datos	43
3.4.3 Validez de los Instrumentos.....	44
3.4.4. Técnica de Presentación y Análisis de Datos.....	45
MAPA DE OPERACIONALIZACIÓN.....	46
CAPÍTULO IV	47
PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	47
4.1 Aspectos generales relacionados a los programas de capacitación y adiestramientos.....	47
CONCLUSIONES.....	70
RECOMENDACIONES.....	72
BIBLIOGRAFÍA.....	73
ANEXOS	75
HOJA DE METADATOS	84

DEDICATORIA

A mi dios y san miguel arcángel por todas las bendiciones brindadas y guiarme, dándome toda la fuerza y la valentía necesaria para salir adelante sin desmayar en ningún momento y así lograr todos los objetivos que me he propuesto.

A mi madre Irma quijada la persona que más amo de corazón y que ocupa el lugar más importante en mi vida, por brindarme su apoyo incondicional, por sus esfuerzos que no han parado aún cuando ya estoy grande, por permitirme la educación y por ser mis amiga en alma y corazón.

A mis hermanos Carlos, Ángel, Miguel, Gabriel Y Elvira que de una u otra forma me han acompañado y han sido fuente de inspiración tanto en las buenas como en las malas. Los Quiero.

Gil Alvaro.

DEDICATORIA

Hoy, al ver alcanzada una de las metas más anheladas, es placentero dedicarle este importante logro a cada una de las personas que de manera desinteresada formaron parte de esta meta que hoy es alcanzada:

A mi Madre y a mi abuela, que han sido padre y madre a la vez, por su comprensión y ayuda en momento. Quienes me enseñaron a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento. Por darme todo lo que soy, Dios las bendiga siempre.

A mis TIOS, por brindarme su apoyo y comprensión cuando más lo necesite.

A mi esposo por su apoyo incondicional y por enseñarme que SI SE PUEDE!!!

A mis hermanos y amigos. Gracias por haber fomentado en mí el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida.

Por último y no menos importante a mi amada hija Rednaxelis Isamir, ha Esteban Regnault, a mis MUMOS, a Jesús Daniel y a mis primitos, quiero que esto les sirva algún día de inspiración para que sean grandes, aunque para mí ya son lo máximo!!!

A todos, espero no defraudarlos y contar siempre con su valioso apoyo, sincero e incondicional.

Noriega, Elismar

DEDICATORIA

En este momento cuando ha finalizado esta etapa tan importante en mi vida, que a la vez me sirve de apoyo para emprender nuevos retos y poder alcanzar nuevas metas quiero dedicar este éxito:

A mi Madre Hayde Plaza por darme la vida y ser el motor que me inspire a seguir luchando cada día por mis sueños y tener siempre esa palabra de aliento que me empuje a seguir adelante.

A mi suegra Nancy Hernández por ser una madre, amiga incondicional apoyándome en todo momento.

Rosario, Haydelina

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios nuestro señor y San Miguel Arcángel por brindarme la fortaleza para tener la constancia, tenacidad y firmeza para lograr mis objetivos.

A mis madre Irma quijada por darme y brindarme la vida permitiéndome conocer las cosas buenas y malas que tiene este mundo y además por ser cariñosa, amables y comprensivas soportándome en los momentos de dificultad que te he hecho pasar y sobre todo por su espíritu de valentía para sacarme adelante. Te Amo eres lo más grande que tengo en el mundo y al señor Benito Martínez por ser un padre, amigo y compañero cuando más lo necesite. A mis hermanos Carlos, Ángel, Miguel, Gabriel, Elvira (lila), y a mi cuñada Heyci por apoyarme y darme palabras de aliento para que siguiera adelante y a mi cuñada Yannelly Moya por brindarme apoyo y explicarme cosas que a lo largo de mi carrera me sirvieron como complemento para alcanzar muchas metas.

A mis amigos Ángela, Roberto, y Daniel por ser como unos hermanos para mi y estar ahí cuando yo lo necesite y a mi amiga Daniela Freitez por ser esa persona con quien siempre conté para estudiar y practicar y me saco siempre las patas del charco y a mis compañeras de grupo, por tenerme paciencia y tolerancia y brindarme esa oportunidad de trabajar con ustedes, no tengo palabras para agradecerles gracias Elismar y Haydelina espero que nunca cambien.

Al Lic. Leonardo España por ser nuestro asesor y darnos todos los aspectos necesarios para la realización de nuestro trabajo de Investigación. Gracias, y A las profesoras Rosa Jiménez y Ameris Rodríguez por brindarme su amistad, su apoyo y sus conocimientos para que yo los pudiera aplicar en mis estudios. Que Dios los bendiga y los colme de bendiciones por ser unas grandes personas. Al Señor Miguel Vargas que siempre nos brindo un minuto de su tiempo y de igual manera al señor José G. Márquez y Alexander Regnault por todos los conocimientos brindados y apoyo. ¡Mil gracias!

Gil, Alvaro

AGRADECIMIENTO

A Dios y a la Virgencita del Valle, que me han dado la sabiduría necesaria para superar todos los obstáculos, permitiéndome crecer como ser humano y así dar lo mejor de mí. A mi padre y a mi hermano William, que aunque no están físicamente conmigo se que desde el cielo están guiando mis pasos.

A la Universidad de Oriente, por permitir formarme como profesional, y a todos los profesores que laboran en esta casa de estudio la cual me llena de orgullo formar parte de ella.

A mi familia, Madres, tíos, hermanos y sobrinos, por soportar mi ausencia en la casa.

A la gran familia de Cervecerías Polar, C.A, Agencia Carúpano, por brindarnos todo el apoyo necesario para realización de esta investigación.

A mi esposo Alexander Renault por enseñarme y brindarme sus conocimientos.

A la Sra Ysabel Renault y Flia, así como también a la Flia Viña por estar allí siempre que los necesite.

A mis compañeros de Tesis Alvaro y Haydelina que nos apoyamos mutuamente en nuestro trabajo de investigación para nuestra formación profesional.

Al Prof. José Miguel Vargas, una vez más Dios lo puso en mi camino para que me ayudara y guiara en este nuevo reto.

Mil palabras no bastarían para agradecerles su apoyo, y su comprensión en los momentos difíciles.

Noriega, Elismar

AGRADECIMIENTO

Primeramente a Dios todo poderoso y a mi Virgen Del Valle por permitirme estar viva y haber llegado a este momento tan importante de mi vida.

Al profesor José Miguel Varga por tener siempre un minuto de su tiempo para atendernos y brindarnos siempre su ayuda para la realización de este trabajo.

Quiero agradecerle al Licenciado José Gregorio Márquez y al T.S.U. Alexander Renault por ayudarnos al desarrollo de nuestra tesis.

A mis amigos de Tesis Elismar Noriega y Alvaro Gil por permitirme compartir con ellos esta experiencia tan gratificante para mí.

A mi amor Ronald Carvajal por su apoyo y su comprensión. Te amo mi loco!!!

Rosario, Haydelina

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Distribución de la Población.....	41
CUADRO N° 2. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores del Departamento de Servicios al cliente en relación a la existencia de los programas de capacitación y adiestramiento.....	48
CUADRO N°3. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores del Departamento de Servicios al cliente en relación a la verificación sobre las necesidades de capacitación y adiestramiento.....	49
CUADRO N° 4. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores del Departamento de Servicios al cliente en relación al recibimiento de cursos o talleres de capacitación y adiestramiento que desarrollen sus conocimientos, habilidades y actitudes en el desempeño laboral.....	50
CUADRO N° 5. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores del Departamento de Servicios al cliente en relación al tiempo en que son impartidos los cursos o talleres de capacitación y adiestramiento.	51
CUADRO N° 6. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores del Departamento de Servicios al cliente en cuanto a la comunicación para la asistencia a los programas de capacitación y adiestramiento.	52
CUADRO N° 7. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores del Departamento de Servicios al cliente en relación al conocimiento de los listados de programas de capacitación y adiestramiento....	53
CUADRO N° 8. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores del Departamento de Servicios al cliente en cuanto a la evaluación del desempeño dentro de la empresa.....	54
CUADRO N° 9. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores del Departamento de Servicios al cliente en cuanto a la frecuencia en que es evaluado el desempeño.	54
CUADRO N° 10. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores y supervisores del Departamento de Servicios al cliente en relación a los factores que son evaluados en el desempeño.....	55
CUADRO N° 11. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores del Departamento de Servicios al cliente en relación a si los cursos recibidos están relacionados con sus puestos de trabajo.	56

CUADRO N° 12. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores del Departamento de Servicios al cliente en cuanto al otorgamiento de reconocimientos después de asistir a los cursos o talleres.	57
CUADRO N° 13. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores del Departamento de Servicios al cliente en relación a las pérdidas que se generan por la falta de capacitación y adiestramiento del personal.....	58
CUADRO N° 14. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores del Departamento de Servicios al cliente en relación al tipo de pérdidas que son ocasionadas por la falta de capacitación y adiestramiento.....	58
CUADRO N° 15. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores y supervisores del Departamento de Servicios al cliente en relación a los accidentes laborales por desconocimientos del manejo adecuado de las maquinarias.	59
CUADRO N° 16. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores del Departamento de Servicios al cliente en cuanto a la frecuencia en que se presentaban los accidentes.....	60
CUADRO N° 17. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores del Departamento de Servicios al cliente en relación al conocimiento de los métodos de inventarios utilizado en la empresa.....	61
CUADRO N° 18. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores y supervisores del Departamento de Servicios al cliente en relación al tipo de inventario utilizado en la empresa.....	61
CUADRO N° 19. Costos incurridos en los procesos de capacitación y adiestramiento para el período 2010.	62
CUADRO N° 20. Costos incurridos en los procesos de capacitación y adiestramiento para el período 2011	64
CUADRO N° 21. Distribución y comparación absoluta y porcentual de los costos incurridos en los procesos de capacitación y adiestramiento en el período 2010-2011.....	66
CUADRO N° 22. Análisis de los resultados obtenidos después de la aplicación de los programas de capacitación en los trabajadores de la empresa.....	67
CUADRO N° 23. Cajas Dañadas por Productos.....	68
CUADRO N° 24. Roturas por Productos.....	69

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE-CARÚPANO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA



**“EFICIENCIA DE LOS PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO
DIRIGIDOS AL PERSONAL PERTENECIENTE AL DEPARTAMENTO DE
SERVICIOS AL CLIENTE (Nómina Diaria) DE LA CERVECERÍA POLAR C.A,
AGENCIA CARÚPANO PERIODO 2010-2011”**

Realizado por:

Br. Alvaro Gil Q.
Br. Elismar Noriega V.
Br. Haydelina Rosario.

Tutora:

Msc. Leonardo España

RESUMEN

El presente trabajo de investigación hace referencia acerca de la eficiencia de los programas de capacitación y adiestramiento dirigidos al personal perteneciente al Departamento de Servicios al Cliente (nómina diaria) de la Cervecería Polar C.A, Agencia Carúpano periodo 2010-2011. El objetivo central de esta investigación fue determinar como la calidad y la cantidad de los programas impartidos por la empresa han influido en la labor de sus trabajadores permitiéndoles crear un clima más satisfactorio entre ellos, aumentando su motivación y hacerlos más receptivos a las técnicas de supervisión y gerencia. La metodología aplicada en el desarrollo de este trabajo, se enmarco en un nivel descriptivo siendo una investigación no experimental debido a que solo se observó el comportamiento de la variable sin intervenir sobre las bases de su comportamiento. Además las técnicas e instrumentos empleados para la recolección de datos fueron las Unidades de Almacenaje (computador), Cuestionarios y libretas de notas. La población y muestra estuvo conformada por 18 trabajadores de nómina diaria y nomina mensual que recibieron adiestramiento en la empresa. Como conclusión se pudo constatar que la empresa no escatima en invertir en programas de capacitación y adiestramiento, sin embargo se observar fallas dadas porque en ocasiones los trabajadores se encuentran distraídos lo que trae como consecuencia accidentes con los montacargas y por ende rotura de productos trayendo perdida monetarias y de tiempo en la empresa.

INTRODUCCIÓN

El valor de un negocio se mueve cada vez más de los activos fijos a los activos intangibles, por lo que en la actualidad los directivos están cambiando sus perspectivas del mundo tomando en cuenta cada vez más el capital intelectual antes que el financiero, por eso el capital intelectual es definido por (Bernández, 2008) como “un conjunto del conocimiento científico, tecnológico, artístico y comercial aplicable para la generación de riqueza social que dispone un individuo, organización o comunidad” (p.21).

Por lo antes expuesto podemos decir que el capital intelectual se refiere al intelecto de cada persona y su desarrollo dentro de una organización el cual es aplicado al máximo en la consecución de los objetivos principales, así como también ayuda al crecimiento personal. En las Normas Internacionales de Contabilidad N° 38 (NIC 38) se encuentra definido el concepto de Activo Intangible de la siguiente manera “como aquél identificable, no monetario y sin sustancia física, mantenido para el uso en la producción o venta de bienes y servicios, para alquilarlo a terceros o para propósitos administrativos”.

En ese mismo sentido la NIC 38 expresa que todas las empresas deben reconocer en sus Estados Financiero todos los activos intangibles a su costo dando dos requisitos, la primera que los beneficios económicos a futuro sean atribuidos al activo intangible y la segunda que este costo sea medido en forma fiable. Entre los activos intangibles que esta reconoce tenemos la adquisición, desarrollo, mantenimiento o mejora de recursos intangibles tales como conocimiento científico o tecnológico, diseño e implementación de nuevos procesos o nuevos sistemas,

licencias o concesiones, propiedad intelectual, conocimientos comerciales o marcas (incluyendo denominaciones comerciales y derechos editoriales), entre otros.

Entre los activos intangibles considerando a la propiedad intelectual podemos mencionar algunos como: la creatividad, iniciativa, relaciones con los clientes, conocimiento, innovación, aprendizaje.

Siendo la satisfacción de los clientes un activo intangible, las empresas se han visto en la necesidad de mejorar las técnicas de atención al cliente para poder posicionarse en un mercado tan competitivo. En Venezuela no todas las empresas invierten en la adecuada capacitación y adiestramiento del personal que labora para ellos, de acuerdo al Profesor de la Universidad de Carabobo, Carlos Mora (2011)

“Es lamentable, encontrarse con un significativo número de empresas en donde su liderazgo administrativo, muchas veces se caracteriza por poco participativo, más bien autocrático desfavoreciendo los logros de la empresa y afectando seriamente la capacidad intelectual de los trabajadores”.

Por lo expuesto anteriormente se puede decir que los individuos dentro de una organización necesitan del apoyo para explorar nuevas habilidades y conocimientos, por ello, las empresas deberían tomar conciencia de la importancia de la inducción y capacitación del recurso humano y tratar de cambiar el concepto en lo que se refiere a los términos contables como un gasto, reemplazándolo por su verdadera aceptación de que en realidad es una inversión. Todos estos aspectos contribuyen a mejorar el factor humano en el área de ventas que posee una empresa y dar un paso adelante en la búsqueda de la excelencia y de la competitividad.

De acuerdo a la información recabada en el libro perteneciente a Empresa Polar “Nuestra Identidad Cultural” esta es una corporación industrial venezolana con 70 años de historia. Sus actividades productivas están centradas en el sector de alimentos y bebidas, donde se ha ganado la preferencia de los consumidores, lo que le ha permitido alcanzar el liderazgo en el mercado a través de un portafolio diversificado de productos, categorías y marcas. Está constituida por tres negocios: Cervecería Polar C.A., Alimentos Polar C.A. y Pepsi-Cola Venezuela C.A. Esta dispone de una infraestructura de producción, comercialización y servicios más importante del sector privado venezolano. Cuenta con 28 plantas y 191 agencias, sucursales y centros de distribución, ubicados a lo largo de todo el territorio venezolano, a lo que se suma una planta productora de alimentos en Colombia y una de malta en Estados Unidos.

Esta empresas concibe el trabajo de las personas como la fuerza principal para realizar su labor, seleccionando al personal con criterios de afinidad a sus principios y valores, así como por sus competencias, brinda un ambiente de libertad responsable en donde el personal puede comprometerse con el logro de objetivos comunes así como también exige resultados que demandan esfuerzos de desarrollo y crecimiento personales. Reconociendo sus aportes con beneficios competitivos y visión integral de bienestar que toma en cuenta a la familia, promoviendo oportunidades a corto y largo plazo.

El trabajo de investigación está estructurado de la siguiente manera:

Capítulo I: Planteamiento del Problema, contiene todo lo referente al problema que ha sido objeto de estudio, seguidamente se presentan los objetivos, generales y específico, y por último se hace referencia a la justificación y delimitación del trabajo.

Capítulo II: Contiene las bases teóricas que define el objeto de estudio, en el se presentan los antecedentes de la organización, antecedentes de la investigación, el desarrollo teórico y legal donde se afianza el trabajo.

Capítulo III: Este capítulo se refiere al marco metodológico de la investigación e incluye el diseño, tipo y nivel de la investigación realizada, la población y muestra, las técnicas de investigación, aunados a los procedimientos detallados que se emplearon para el logro de los objetivos planteados.

Capítulo IV: En este capítulo se encuentra la presentación y análisis de los resultados obtenidos en la investigación, finalmente las conclusiones y recomendaciones derivadas de la investigación.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

Debido a la globalización la economía está en constante evolución y es por eso que las empresas se ven obligadas a innovar sus productos y servicios, y conseguir personal adiestrado para mejorar su calidad, valorando cada vez más el Capital Intelectual de sus trabajadores, tomando conciencia del valor que representan y de cuanto depende de él en la búsqueda de resultado.

Es por eso que hoy en día múltiples empresas dedicadas al ramo de la producción comercialización y distribución aplican programas de capacitación y adiestramiento con el propósito de proporcionar herramientas útiles que le permitan a la fuerza de ventas de cada una de estas empresas poseer el mayor margen de éxito en el logro de los objetivos.

Los programas de capacitación y adiestramiento dentro de una empresa permite mejorar la calidad de trabajo del empleado, así como también crear un clima más satisfactorio entre ellos, aumentando su motivación y hacerlos más receptivos a las técnicas de supervisión y gerencia. Por tal motivo las empresas recurren a esto cuando pretenden crear nuevos puestos de trabajo, producir cambios en la conducta o actuación de los individuos mejorando la forma de trabajar, cuando se aplican nuevas tecnologías o cuando los trabajos se están realizando de manera deficiente.

Según Chiavenato (1998, p.416), señala que el adiestramiento, “es la educación profesional que adapta al hombre para un cargo o función, así mismo dota al personal de conocimientos, habilidades y destrezas necesarias para el cumplimiento de dichas funciones, con un nivel adecuado de eficiencia”.

La capacitación más sin embargo dota de conocimientos al personal no solo para una tarea en específico sino que también estos beneficios pueden extenderse durante toda su vida laboral ayudándolos a abordar responsabilidades futuras con poca preocupación en cualquier nivel de la organización.

En Venezuela muchas son las empresas preocupadas por brindarle conocimientos a sus trabajadores para que así puedan tener un mejor desempeño en sus áreas laborales y crezcan profesionalmente, así como también existen otras empresas que aprovechan los recursos humanos de distintas organizaciones para su buen funcionamiento, tal es el caso de Farmatodo la cual al momento de reclutar su personal toma en cuenta a los trabajadores con antecedentes en la red de Franquicias Mc Donald, esto con el propósito de aprovechar los conocimientos que fueron impartidos para el logro de sus objetivos.

Empresas Polar es una empresa dedicada a la producción y distribución de alimentos y bebidas, ésta aplica diversos programas de capacitación en cada una de sus áreas de trabajo, las cuales, son denominadas Plan de Adiestramiento y Formación.

De acuerdo con la información recabada por el Jefe de Servicios al Cliente (Jefe SAC) de Cervecería Polar C.A, Agencia Carúpano, entre los programas que han sido aplicados son los siguientes: Prevención de Accidentes y Trabajos Seguros, Manejo

Defensivo y Certificación de Montacarguista, Manejo del Sistema PEPS y Rotación del Producto del Almacén, y Manejo de Roturas y Faltantes, entre otros.

Estos programas fueron impartidos debido a que de acuerdo a estudios realizados por la empresa se detectaron ciertas irregularidades en cuanto a la cantidad de productos dañados con relación al mal uso de los montacargas, así como también falta de conocimientos en relación al método de inventario que utiliza la empresa, esto como consecuencia de que cuando los programas de capacitación y adiestramiento son impartidos muchas veces los trabajadores deben dejar de lado sus puestos de trabajos sin abandonarlos, desmotivando la atención hacia el curso lo que ocasiona que los objetivos no sean logrados de manera eficiente, lo que a su vez conlleva a obtener pérdidas monetarias, accidentes laborales, pérdidas de productos en el almacén e infracciones por parte de los Institutos Gubernamentales. Éstos programas son enfocados a los trabajadores de nomina diaria ya que estos son los encargados del manejo de las maquinarias y del inventario dentro del almacén.

Por lo anteriormente expuesto es importante determinar como la calidad y la cantidad de los planes de acción impactan en la eficiencia del trabajo, relacionado específicamente con la relación costos-beneficios.

Tomando en consideración la situación expuesta, se considera necesaria la elaboración de esta investigación, planteándose como base las siguientes interrogantes:

¿Cuáles fueron las causas que generaron los programas de capacitación y adiestramiento en la nómina diaria?

¿Cuáles son los programas de capacitación y adiestramiento impartidos dentro de la Cervecería Polar C.A, Agencia Carúpano y con que periodicidad se imparten?

¿En qué medida los costos incurridos por la empresa en los procesos de capacitación son acordes a los beneficios en cuanto al desempeño del personal?

¿Cuál es el resultado que arrojan los programas de capacitación en los trabajadores y en la empresa?

1.2 Objetivos de la Investigación

1.2.1 Objetivo General

Analizar Eficiencia de los Programas de Capacitación y Adiestramiento dirigidos al personal pertenecientes al Departamento de Servicios al Cliente (Nómina Diaria) de la Cervecería Polar C.A, Agencia Carúpano periodo 2010-2011.

1.2.2 Objetivo Específico

- Describir las causas que generaron los programas de capacitación y adiestramiento en la nómina diaria de Cervecería Polar C.A, Agencia Carúpano.
- Describir los programas de capacitación y adiestramiento dirigidos a los trabajadores de nómina diaria de Cervecería Polar C.A, Agencia Carúpano.
- Comparar los costos incurridos por la empresa polar en los procesos de capacitación y adiestramiento en el período 2010-2011.
- Analizar los resultados obtenidos después de la aplicación de los programas de capacitación en los trabajadores y en la empresa.

1.3 Justificación

(Siliceo, 2004) define la capacitación como “una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes de colaborador” (P.25).

(Fernández-Ríos, 1999) define al Adiestramiento como el “Proceso de realización y el desarrollo de aprendizaje que debe efectuar un empleado en una técnica y/o habilidad básica de trabajo para desempeñar el puesto de trabajo con el objetivo de alcanzar un estándar determinado de desempeño” (P.21).

Después de las consideraciones anteriores, se puede decir que la capacitación y el adiestramiento son de vital importancia para el desempeño de toda actividad en cualquier nivel de las organizaciones bien sean públicas o privadas.

En Cervecerías Polar C.A, Agencia Carúpano, específicamente en el Departamento de Servicio al Cliente aplican programas que tienen como propósito minimizar los accidentes laborales y pérdidas de productos en el almacén de la empresa, lográndose así, crear una mejor imagen y ayudando al personal a identificarse con los objetivos de la organización, permitiéndose el logro de metas individuales y colectivas, debido a que al mantener actualizado al personal conduce a actitudes más positivas y rentabilidades más altas.

El siguiente trabajo de investigación busca analizar los programas asignados por la organización, los cuales están dirigidos a los trabajadores de nomina diaria para verificar la eficiencia dentro de las diferentes áreas.

1.4 Delimitación

La investigación se llevara a cabo en la Cervecerías Polar C.A, Agencia Carúpano durante el período 2010-2011 y será sometida a los trabajadores de nómina diaria pertenecientes al Departamento de Servicio al Cliente.

EL CAPITULO II

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

2.1 Antecedentes de la Organización

En 1941 con 50 trabajadores, inaugura sus actividades Cervecerías Polar C.A., en la parroquia de antímano de caracas. La capacidad instalada de esa primera planta fue de 30 mil litros mensuales. Para el año 1943 ingresa a la empresa un joven inmigrante de origen checo, Carlos Roubicek, quien se desempeña como maestro cervecero y realiza cambios en la fórmula de la Cerveza Polar Tipo Pilsen. Gracias a esta adaptación se logra posicionar el primer producto rumbo al liderazgo. La segunda planta de cervecería polar C.A., surge en Barcelona, Estado Anzoátegui, en 1950 con 57 trabajadores y una capacidad instalada de 500 mil litros mensuales. Con esta planta se espera cubrir la demanda generada en el mercado oriental del país. Allí se realiza un año después, la primera cocción de una nueva bebida refrescante y alimenticia, malta polar, producto exitoso que luego se convierte en el emblemático Maltín Polar. Para 1951 en respuesta a las exigencias del mercado y la creciente demanda, inicia sus operaciones la tercera planta de cervecería polar C.A., en Los cortijos, caracas, con 140 trabajadores y una capacidad instalada de 500 mil litros al mes. Esta planta se asentó inicialmente en lo que era, hasta entonces, una vieja hacienda en el este de la ciudad de caracas. Las operaciones la cuarta planta de cervecería polar C.A., inicia en Maracaibo, Estado Zulia (conocida como modelo) en 1961. Esta nueva planta cuenta para ese entonces con 115 trabajadores y una capacidad de producción de 4 millones de litros mensuales, para abastecer la región occidental y andina del país. En 1978 es puesta en marcha la nueva planta de cervecería polar C.A., en San Joaquín, Estado Carabobo, beneficiando directamente a más de 2 mil familias de la zona con una capacidad inicial de 12 millones de litros al

mes, surge como la mayor y más moderna industria cervecera de América latina, en concordancia con el auge económico que vivía el país. En 1981 se incorpora al negocio de cerveza y malta el Súper envases envalic, productora de latas de aluminio. Para 2005 Tras un esmerado proceso de innovación tecnológica, maltín polar es la primera malta del mundo que sale en botella Pet (Plástica) de más de un litro de contenido. La nueva presentación familiar de 1,5 litros es envasada en polímero color ámbar, que permite la pasteurización de éste producto 100% natural. En el 2008 nace la fórmula polar zero, la primera bebida sin alcohol del mercado venezolano. Concebida para aquellos momentos en los que los consumidores quieren distraerse y compartir un momento grato sin tomar alcohol. Ofreciendo toda la frescura de la cerveza destacando sus propiedades organolépticas (espuma, cuerpo y amargor) combinados en una forma única que posee un exquisito sabor. Inicia en presentación no retornable de 300 ml con menos de 1% de alcohol.

2012. Situación Actual de Cervecería Polar C.A.

El negocio de cerveza y malta de Empresas Polar es operado por Cervecerías Polar C.A, líder en los rubros de cerveza y malta, manteniendo el 75% del mercado local de cervezas y el 90% del consumo de maltas. En el ámbito internacional está ubicada entre las empresas cerveceras más importantes del mundo. Con una capacidad instalada de 200 millones de litros mensuales, Cervecería Polar satisface la demanda de sus productos en los ámbitos nacional e internacional. Cuenta con 4 plantas de producción situadas en puntos estratégicos de la geografía venezolana. Todas las instalaciones están dotadas con la más avanzada tecnología cervecera, lo cual ha permitido establecer estrictos controles en las diversas etapas del proceso. Estas instalaciones industriales ejecutan importantes inversiones de capital en ampliación, remodelación, mantenimiento y adquisición de nuevas tecnologías con

miras a apuntalar altos niveles de competitividad y prepararse para los retos del nuevo milenio.

Cervecería polar tiene como fortaleza fundamental el recurso humano dedicado a las distintas actividades requeridas por las industrias, contando con la orientación de experimentados maestros cerveceros y una constante supervisión que asegura la calidad integral, desde las materias primas hasta el producto final.

En los mercados internacionales, cervecería polar compite exitosamente con sus productos de cerveza y malta en países como Colombia, Antillas Holandesas, Estados Unidos (Florida y New Jersey), Suriname, Haití y Dominica.

Las exportaciones han presentado un prometedor crecimiento en los últimos años, el cual se proyecta cada vez más como un competidor clave a nivel de consumidores. Las marcas de cervecería polar son las cervezas polar tipo Pilsen, Polar Ice, Polar Light, Solera, Polar Zero, Solera Light, Vox y las maltas Maltín Polar y Malta Polar Light.

2.2. Descripción de los Cargos Ubicados en las Distintas Gerencia (Ver Anexo C)

2.2.1. Gerente (Agencia Carúpano)

Es el ente encargado en la agencia de visualizar, planificar, coordinar y controlar la ejecución de los procesos que cubre la gerencia, a fin de asegurar la continuidad de las operaciones que se llevan a cabo, por medio de estándares de calidad y rentabilidad, aliada con las políticas sociales del país y de la empresa, enmarcado en un plan de desarrollo económico y social, sustentable para la agencia y apegados siempre a políticas y leyes que rige el país.

2.2.2. Asistente Administrativo

Se encarga de operacionalizar la dirección de Cervecería Polar Agencia Carúpano, analizar la gestión de los supervisores comerciales, por notas de obsequios que se le entregan a los franquiciados y ellos son los encargados de entregarlos a las licorerías, bodegas y otros.

Además se encarga de enviar y recibir documentación de MRW, IPOSTEL u otros medios. Así mismo, recibir personal visitante ajeno a la agencia y prestarle el servicio correspondiente.

2.2.3. Supervisor Comercial

Son personas encargadas de prestarle su atención al franquiciado llámese así a una compañía que le vende a la empresa sus productos y el mismo se está registrado legalmente a la misma y por ello forma parte de la compra- venta que ésta sumista al público.

Así mismo el supervisor comercial, es el encargado de atender las zonas de ventas por el franquiciado, y de hacer acuerdos con el cliente, revisar que el cliente contenga los correspondientes lineamientos de la agencia colocados en sus negocios.

2.2.4. Preventista

Es la persona que a diario planifica e implementa estrategias de negociación con los clientes de la preventa para saber el pedido del día siguiente, sea lleno, vacío y/ó producto no apto, si se le tiene que hacer cobranza a fin de asegurar la continuidad de las operaciones. Igualmente es el encargado de montar los pedidos de la preventa del día siguiente llamando a tele-venta.

2.2.5. Jefe de Administración

Es el encargado de generar e implementar estrategias con herramientas de planificación, presupuesto y gestión para conceptualizar y desarrollar los planes de Cervecería Polar Agencia Carúpano, con calidad en los procesos, control y seguimiento de la gestión operacional, social y financiera, la oportuna rendición de cuentas y valorización de activos, por la agencia y el franquiciado.

2.2.6. Analista de Administración

Se encarga de desarrollar un procedimiento de datos, que permitirá crear el aprendizaje y evolución de la organización, por medio de técnicas económicamente equilibrada de jefe de administración.

2.2.7. Cajero

Es la persona que se encarga de hacer la cobranza en la agencia tanto de la preventa como a los franquiciados, y ejecuta a detalle las operaciones de cheques devueltos y otros procedimientos que se efectúan en esta área de la agencia.

2.2.8. Jefe SAC

Se encarga de coordinar e impulsar la gerencia, a través de planes tácticos y operativos que garanticen las ejecuciones de todas las actividades generadoras del potencial de producción de la agencia (horas extras de trabajo, lleva un inventario de las ejecuciones que realizan semanal, la negociación del producto, inventario de compra-venta para la agencia, pasión por la mejora que le garanticen al trabajador una mejor ergonomía en el trabajo y se sienta cómodo, vela por los beneficios que la empresa la brinda la trabajador, ejemplo viernes social donde se hacen un compartir con toda la agencia y otros).

2.2.9. Coordinador de Riesgo y Continuidad de Riesgo y Continuidad Operativa (R&CO)

Es la autoridad que toma las decisiones de mayor peso y éste las expone en la junta directiva de la organización. Tomando en cuenta el presupuesto anual destinado para este departamento, éste es el responsable de aprobar cualquier presupuesto, orden de compra, o presupuesto que registre a través del programa SAP el/la analista de riesgo y continuidad operativa.

Las recomendaciones, asignaciones, dotaciones y otras inherentes al área de seguridad y salud laboral al analista de riesgo y continuidad operativa. Que ocupa ese cargo, y que estas sean ejecutadas con resultados a la fecha programada.

2.2.10. Analista de Riesgo y Continuidad Operativa (R&CO)

Es la persona que se encarga de las agencias (Las garzas, Cumaná, cumanacoa, Carúpano, irapa, Porlamar, los potocos, anaco, el tigre, entre otros) de facilitar las herramientas y equipos necesarios de protección para los trabajadores y trabajadoras en el entorno donde éstos ejecutan jornadas de trabajo. También otorgar y llevar el control de dotaciones de los equipos de protección personal oportunamente a los trabajadores y trabajadoras.

2.2.11. Analista de Distribución

Es el encargado de organizar el transporte que despachara al día siguiente el despachador a los clientes de la preventa, quien oportunamente el preventista ya ha montado por televenta, así mismo se encarga de visualizar que cantidad de productos hay en almacén, la transcripción del radar se trata de un control que se le entrega a diario al franquiciado donde el mismo anexa la cantidad de productos vendidos al día y es transcrita por el analista servicio al cliente, también se encarga de la inactivación de clientes asignados por el supervisor comercial, capturar clientes y otros procedimientos que le permite a la empresa garantizar la continuidad de las operaciones que se llevan a cabo.

2.2.12. Despachador

Se encarga de la atención al cliente:

- Con las cantidades de productos asignados por el preventista y montadas por el analista servicio al cliente en sistema.
- Efectúa la negociación con el cliente y cumple sus respectivos pasos de despacho como: si tiene obsequio, cobranza y productos no aptos.
- Revisión de los froster, son las neveras que se anexan a los negocios y locales que son atendidos por la empresa, al mismo se le realiza inspección si se encuentra enfriando el productos y chequeos rutinarios.
- Chequear que los operarios realicen sus posturas ergonómicas, evitando que se lesionen y este traigan consigo daños a su salud.
- Cantidad de vacíos que se le retiran el cliente, este con el fin de llevar un control del producto entregado y el retiro correspondiente que se le efectúa.
- Llenar su hoja de incidencias si la tuvo, en está planilla efectuara las inconsistencias que tenga el cliente bien sea por el producto, pagos o inconformidad con el trato del despachador.

De igual forma este proceso es un cumplimiento de solicitudes requeridos por la empresa dadas de manera oportuna, confiable y segura, cumpliendo con los lineamientos y un control de planes ya establecidos eficaces y de calidad.

2.2.13. Operarios de Distribución

Son los encargados de bajar del camión el producto a despachar a cada cliente, ajustan el vacío que llegara a la agencia respectivamente, como también hacen la clasificación de los vacíos en los clientes, y están en la obligación de utilizar respectivamente sus posturas ergonómicas y hacer uso de su casco, guantes y lentes en el puesto de trabajo.

2.2.14. Supervisor de Almacén

Se encarga de analizar todos los datos referentes al estudio y operaciones que realizan los supervisores comerciales, analista servicio al cliente y cajero, necesarios para las operaciones inherentes a las cajas asignadas, esto con el fin de llevar un control absoluto de las operaciones que se llevan a cabo, y por ende cumpliendo con las solicitudes de servicios requeridos de manera oportuna y fiable.

2.2.15. Almacenista

Su principal función es controlar la salida y entrada de productos en el almacén y hacer un inventario diario de producto contenido en el mismo, de manera sistematizada que puedan visualizar si se encuentra desbloqueado, también realizan el lleno y vacío de productos que trasladan tanto el despachador como el franquiciado.

Reciben las gandalas con los productos llenos para el almacén, realizan canjes de producto, fin de carga y establecen al montacarguista el la descarga de los camiones de preventa, franquicia.

2.2.16. Operario IV

Son los encargados de llevar y buscar los froster a los clientes, bien sea asignado por despacho, franquicia ó evento especial establecido por el supervisor comercial.

2.2.17. Operario III

Se encarga de la carga-descarga de gandalas, camiones de despacho y Franquicia, como también de la limpieza de su área de trabajo como es el montacargas para así estar en un ambiente limpio y ecológicamente equilibrado.

2.2.18. Operario II

Mantener el orden y limpieza en el área de almacén, como también del reempaque de los productos.

2.3. Visión de la Organización

Según el libro “Nuestra Identidad Cultural” la visión de la organización es Ser una corporación líder en alimentos y bebidas, tanto en Venezuela como en los

mercados de América Latina, donde participaran mediante adquisiciones y alianzas estratégicas que aseguren la generación de valor para nuestros accionistas. Estar orientados al mercado con una presencia predominante en el punto de venta y un completo portafolio de productos y marcas de reconocida calidad. Promover la generación y difusión del conocimiento en las áreas comercial, tecnológico y gerencial. Seleccionar y capacitar al personal con el fin de alcanzar los perfiles requeridos, lograr su pleno compromiso con los valores de empresa polar y ofrecer las mejores oportunidades de desarrollo.

De acuerdo a lo antes mencionado, esta empresa hace que cada vez que el ejecutivo planea, considere en cantidad representativa las necesidades y deseos de los miembros de la sociedad externa e interna de la organización, así como también las necesidades de recursos materiales y humanos, de tecnología y otros requerimientos propios en el ambiente administrativo externo.

2.4. Misión de la Organización

La misión es la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe. De igual forma refleja la determinación de las funciones básicas de ésta, resaltando la importancia del desarrollo del país y la comunidad.

De acuerdo al Libro Nuestra Identidad Cultural la misión de la empresa es satisfacer las necesidades de consumidores, clientes, compañías vendedoras, concesionarios, distribuidores, accionistas, trabajadores y suplidores, a través de nuestros productos y de la gestión de nuestros negocios, garantizando los más altos estándares de calidad, eficiencia y competitividad, con la mejor relación precio/valor,

alta rentabilidad y crecimiento sostenido, contribuyendo con el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad y el desarrollo del país.

2.5. Objetivos de la Cervecerías Polar C.A

Es de gran relevancia que las empresas cuenten con objetivos organizacionales debidos a que éstos les permiten orientarse hacia dónde va la organización a futuro, es por ello, que Cervecería Polar C.A. cuenta con los siguientes objetivos:

Cervecería Polar C.A., se ha distinguido por mantener reglas de juegos claras, éticas y justas, que permitan el desarrollo de la libre competencia. Por ello, en cada proyección se toman en consideraciones los preceptos legales venezolanos.

Cervecería Polar C.A., Tiene como Objetivos:

- Estimular la participación responsable y el consenso entre los diversos actores de la sociedad.
- Competir vigorosamente con lealtad e integridad.
- Tratar a todos sus clientes y proveedores de manera honesta, justa y objetiva.
- Evitar cualquier práctica injusta o engañosa y siempre presentar nuestros productos y servicios de forma honesta y objetiva.
- Respetar la libertad de nuestros clientes en el manejo de sus negocios, evitando ejercer cualquier tipo de coerción sobre ellos.
- Evitar criticar el producto de un competidor sin bases sólidas que soporten tales afirmaciones.

- Proporcionar a los clientes productos de calidad garantizada cumpliendo con las normativas que así lo certifiquen.
- Brindar y Garantizar un ambiente cálido, apto y propicio para sus trabajadores y trabajadoras, así como también innovar continuamente los equipos, maquinarias y herramientas que permitan mantener la preferencia del consumidor venezolano.
- Establecer criterios únicos de buenas prácticas de fabricación.
- Cumplimiento de las prácticas higiénicas, creación y mantenimiento de una cultura de mejores procedimientos sanitarios, lo que afianza el compromiso para garantizar productos de la más alta calidad.

En empresa polar el sentido de trabajo, es contribuir a la calidad de vida cotidiana de las personas y sus familias, por medio de una amplia y accesible oferta de excelentes productos, marcas de alimentos y bebidas, con la mejor relación precio-valor.

2.6. Valores

- La Gente: Nuestros hombres y mujeres son y serán lo más importante de nuestra organización.
- Integridad: Siempre tratamos de proceder correctamente con honestidad y transparencia, apegados a principios morales y a las buenas costumbres.
- Identificación y Compromiso con la Gente: Nuestro personal comprende y asume su responsabilidad con el país con sentido de transparencia, patrimonio y compromiso con la gente.

- Responsabilidad: Somos conscientes del impacto de nuestras acciones sobre nuestros recursos y los planes del país, por lo que actuamos con plena responsabilidad, valorizando y maximizando el aprovechamiento de nuestros productos.
- Responsabilidad social: Compromiso y corresponsabilidad con el desarrollo armónico de la gente.
- Participación, Cooperación y Solidaridad: Nuestra gente comparte una Única visión y misión, a la vez poseen habilidades y conocimientos complementarios, por lo que el trabajo en equipo y colaboración espontánea representan un factor de éxito para nuestra organización.
- Excelencia: Constantemente innovamos en la búsqueda de soluciones que incrementen nuestra competitividad y productividad. Siempre aplicamos nuestros conocimientos y habilidades adecuadamente creando satisfacciones en nuestra gente.

2.7. Antecedentes de Investigación

Las investigaciones previas que sustentan el estudio están referidas a la necesidad de capacitación y adiestramiento. Se presentan a continuación algunos de los trabajos de investigación que fueron tomados como referencia práctica para el desarrollo de esta investigación, ya que poseen bases sobre las necesidades y eficiencia de la capacitación y el adiestramiento dentro de una organización. Así entre tales investigaciones encontramos a:

(Pérez Peña, 2001) realizó un estudio titulado: Propuesta de indicadores para evaluar la eficiencia y eficacia del proceso de capacitación y adiestramiento del

personal militar que labora en el resguardo nacional tributario en el SENIAT de Barquisimeto para el período Enero-Junio 2001. El Objetivo general de dicha investigación era Proponer indicadores para evaluar la eficiencia y eficacia del proceso de capacitación y adiestramiento del personal militar antes mencionado llegando a la siguiente conclusión:

El trabajo de campo les permitió evaluar el proceso instrumentado por el SENIAT, para la capacitación y adiestramiento del personal militar que labora en el Resguardo Tributario (Tributos Internos), de Barquisimeto determinándose deficiencias que entorpecen el óptimo desempeño laboral de los funcionarios así como el logro de las metas y objetivos, aun estando establecidos en la misión, visión, políticas y objetivos del organismo, la difusión de estas a los funcionarios no se efectúa con la profundidad necesaria, así como también el manual descriptivo de cargos y funciones no se encuentra actualizado, no existe parámetros de meta cuantificable, que permita la eficiencia y la eficacia del desempeño laboral, entre otros....

En tal sentido, dicha investigación guarda una importante relación con el presente estudio en virtud de que aporta a los autores, conocimientos referidos a la eficiencia de los programas de capacitación y adiestramiento realizado dentro de una organización.

2.8. Bases Teóricas

De acuerdo a (Méndez Álvarez, 2006) Define las bases teórica como la descripción de los elementos teóricos planteados por uno o por diferentes autores y que permiten al investigador fundamentar su proceso de conocimiento. (Pág. 201)

En este mismo orden de ideas se describen a continuación ciertos conceptos relacionados con la investigación.

2.8.1. Eficiencia

(Lusthaus, 2002) La eficiencia es la proporción que refleja una comparación entre lo resultado logrados y los costo sufragados para el cumplimiento de las metas. En la eficiencia existen dos aspectos: el 1ero esta compuesto por las unidades de producción y servicios que se relacionan con el propósito organizacional; el 2º es cuánto cuesta producir dichos bienes y servicios, por lo general la eficiencia se mide como la relación de productos a insumos. (p. 127)

Esto implica que para lograr la eficiencia, una organización debe velar por la obtención del máximo de productos utilizando el nivel mínimo de recursos que ha sido establecido en un programa, una operación o un departamento, así mismo se refieren a la mejor forma de hacer o realizar (método) las cosas, a fin de que los recursos (personas, maquinas, materias primas) se apliquen de la forma más racional posible.

Para calcular la eficiencia en la Capacitación es necesario medir la inversión económica, es decir, si la inversión en tiempo y otros recursos consumidos es compensada por el grado de conocimiento adquirido. Para ello es necesario el cálculo de un indicador de costo-beneficio de la capacitación como el siguiente:

$$\text{Indicador} = \text{beneficios} / \text{costo}.$$

El “costo” de la capacitación es más sencillo de calcular que los “beneficios”. El mismo se determina considerando el costo de las horas-curso, las horas laborales asignadas al estudio (muchas veces adicionales a las horas-curso), la inversión en

materiales, el pago de instructores y de cualquier otro recurso que fuera requerido. Los “beneficios” son más difíciles de cuantificar y algunos casi imposibles de medir. Por ejemplo, ¿Cuánto se ahorra con elevar la moral de los trabajadores? o ¿en cuánto se bajó los niveles de tensión debido al trabajo?

Es por eso que los beneficios alcanzados son medidos a través de la calidad de los programas y el tiempo y disponibilidad del trabajador en que son impartidos los cursos de capacitación así como también se puede medir el grado de retención de los conocimientos impartidos en la formación a través de una evaluación de puntajes post y pre cursos.

2.8.2. Costos

De acuerdo a (Faja & Ramos Mejías, 2006) los costos es la existencia de un insumo (consumo) de determinados elementos valorables económicamente, realizado para lograr un objetivo también económico. El costo son todos los contenidos que forman parte del precio de venta de un producto o servicio (a parte de las ganancias), puesto que se trata de los esfuerzos económicos necesarios para elaborar ese producto y obtener dicho precio de venta.

2.8.3. Capacitación

De acuerdo (Keith & Werther, 1996), define la capacitación como las actividades enfocadas a enseñar a los empleados como desempeñar su puesto de trabajo. (Pág. 562).

(Chiavenato, 2007) define a la capacitación como el proceso educativo de corto plazo, aplicada de manera sistemática y organizada, por medio del cual la personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos. (Pág. 386)

Es evidente entonces que la capacitación es un proceso encargado de impartirles a los trabajadores los conocimientos adecuados para que éstos lo puedan desarrollar en el ámbito laboral.

2.8.4. Importancia de la Capacitación

La capacitación dentro de una organización es importante porque ayuda a los empleados de todos los niveles a alcanzar lo objetivos de la empresa, a proporcionarles la posibilidad de adquirir el conocimiento, la práctica y la conducta requerida por la organización mediante la transmisión de información, es decir, transmitir el contenido esencial de los programas a implantar, así como también es importante el desarrollo de habilidades, las destrezas y conocimientos que estén directamente relacionados con el desempeño. Otro punto importante es el desarrollo y modificación de actitudes en donde se busca generalmente modificar las actitudes negativas de los trabajadores para convertirla en otras favorables.

2.8.5. Objetivos de la Capacitación

Los principales objetivos de la capacitación de acuerdo a (Chiavenato, 2007) son:

1.- Preparar a las personas para la realización inmediatas de diversas tareas del puesto.

2.- Brindar oportunidades para el desarrollo personal, continuo y no solo en sus puestos actuales, sino también para otras funciones más compleja y elevadas.

3.- Cambiar la actitud de las personas sea, para crear un clima más satisfactorio entre ellas o para aumentarle la motivación y volverlas más receptivas a las nuevas tendencias de la Administración. (Pág. 387)

2.8.6. Evaluación de los Resultados de la Capacitación

La evaluación de los resultados de la capacitación se puede hacer en tres niveles según (Chiavenato, 2007).

1.- Evaluación a nivel organizacional: En este nivel la capacitación debe proporcionar resultados como:

- Aumento en la eficacia organizacional.
- Mejora de la imagen de la empresa.
- Mejora del clima organizacional.
- Mejora en la relación entre la empresa y los empleados.
- Apoyo del cambio y la innovación.
- Aumento de la eficiencia, entre otros.

2.- Evaluación a nivel de los recursos humanos: En este nivel, la capacitación debe proporcionar resultados como:

- Reducción de la rotación del personal.
- Reducción del ausentismo.
- Aumento de la eficiencia individual de los empleados.
- Aumento de las habilidades de las personas.
- Aumento del conocimiento de las personas.
- Cambio de actitudes y conductas de las personas, entre otros.

3.- Evaluación a nivel de las tareas y operaciones: En este nivel, la capacitación debe proporcionar resultados como:

- Aumento de la productividad
- Mejora en la calidad de los productos y servicios.
- Reducción del flujo de la producción.
- Mejora en la atención del cliente.
- Reducción del índice de accidente.
- Reducción del índice de mantenimientos de maquinas y equipos, entre otros.

(403,404)

2.8.7. Adiestramiento

Según (Fernández-Ríos, 1999) el Adiestramiento “Es el proceso de realización y el desarrollo de aprendizaje que debe efectuar un empleado en una técnica y/o

habilidad básica de trabajo para desempeñar el puesto de trabajo con el objetivo de alcanzar un estándar determinado de desempeño” (P.21)

2.8.8. Objetivos del Adiestramiento

Según (Stuardo, 1968): Se preocupa de que el personal sepa apreciar las políticas de la institución, desee participar en sus problemas, estimule el entendimiento y participación con los compañeros, tienda a crear un espíritu de grupo, fortalezca el espíritu de superación y responsabilidad, aumente el deseo de tener buenas calificaciones, asistencia y rendimiento, y despierte un interés por el bienestar de la comunidad. (Pag. 238)

Es importante destacar que las metas de los adiestramientos son lograr que las personas que trabajen perfeccionen sus conocimientos y prácticas, así como habilidades que les permitan aplicar los conocimientos en una forma significativa, especialmente en actividades donde desempeñen su labor logrando así preparar una persona que sirva de modelo y capaz de trabajar con los demás en vez de trabajar para los demás.

2.8.9. Determinación de Necesidades de Adiestramiento

De acuerdo a Stuardo, (1968) para poner en acción un plan de adiestramiento es necesario determinar cuáles son los problemas que afectan a la organización e identificar aquello que podrían solucionarse mediante un adiestramiento adecuado. El adiestramiento está destinado principalmente a solucionar problemas que

eventualmente aquejan a la organización, en consecuencia es fundamental que se ajuste a la necesidad que trata de satisfacer. (pág 239)

2.8.10. Diferencias entre Capacitación y Adiestramiento

Como se a definido anteriormente el adiestramiento es tomado como la acción destinada a desarrollar habilidades y destrezas, con el propósito de incrementar la eficiencia en su puesto de trabajo, preponderantemente físico, desde este punto de vista el adiestramiento se imparte a los trabajadores operativos u obreros para el uso de máquinas y equipos, el cual es impartido en sólo unas pocas horas o minutos de enseñanza por el jefe inmediato que se limita a darle a los trabajadores un bosquejo esquematizado de cómo debe operar en su puesto de trabajo (por ejemplo operar una máquina). Mientras que la capacitación incluye el adiestramiento, pero su objetivo principal es proporcionar conocimientos, en los aspectos técnicos del trabajo. Fomentando e incrementando los conocimientos y habilidades necesarias para desempeñar su labor, mediante un proceso de enseñanza-aprendizaje bien planificado. Se imparte generalmente a empleados, ejecutivos y funcionarios en general cuyo trabajo tiene un aspecto intelectual, preparándolos para desempeñarse eficientemente.

2.8.11. Programas de Capacitación y Adiestramiento

Estos Programas de Capacitación y Adiestramiento son impartidos a la Nomina Diaria y a la Nomina Mensual de la Empresa, cabe destacar que la Nomina Diaria son los operarios y trabajadores, y la Nomina Mensual son los empleados.

2.8.12. Inventario

El inventario son recursos almacenados al que se recurre para satisfacer una necesidad actual o futura, éstos tiene como principal finalidad permitir que las operaciones continúen sin que se produzcan paros por falta de productos o materia prima, también permite ventajas por volumen de compras ya que si la adquisición de artículo se produce en grandes cantidades el costo de cada unidad suele disminuir, salvaguardase de la inflación y de los cambios de precio.

2.8.13. Métodos de Evaluación de Inventario

Entre los métodos de evaluación de inventario de acuerdo a (Hernández Rodríguez, 2005) encontramos los métodos PEPS, UEPS, y Costo Promedio.

El Método PEPS se basa en la suposición de que los primeros artículos en entrar al almacén o a la producción, son los primeros en salir de él, por lo que las existencias al finalizar cada ejercicio, quedan prácticamente registradas a los últimos precios de adquisición, mientras que en resultados los costos de venta son los que corresponden al inventario inicial y las primeras compras del ejercicio.

El método UEPS consiste en suponer que los últimos artículos que entran al almacén o a la producción son los primeros en salir de él, por lo que siguiendo este método, las existencias al finalizar el ejercicio quedan prácticamente registradas a lo precios de adquisición o producción más antiguo, mientras que en el estado de resultados los costos son más actuales.

Mientras que la forma de determinar el Costo Promedio es sobre la base de dividir el importe acumulado de las erogaciones aplicables, entre el número de artículos o producidos.

2.9. Definición de Términos

- **ERGONOMÍA:** estudios de datos biológico y tecnológicos aplicados a problemas de mutua adaptación entre el hombre y la máquina.
- **FRANQUICIA:** es la concesión de los derechos de explotación de un producto, actividad o nombre comercial, otorgada por una empresa a una o varias personas en una zona determinada.
- **FRANQUICIADO:** es toda aquella persona física o jurídica que, mediante ciertas condiciones, obtiene el derecho a comercializar y explotar productos o servicios bajo técnicas uniformes y experimentadas con una rentabilidad probada y con una marca registrada.
- **FRANQUICIENTE:** es la persona física que posee a titularidad de los derechos de la marca que se otorgará en la franquicia.
- **NOMINA DIARIA:** Se consideran Nomina Diaria a los Obreros que hacen efectivo su cobro semanalmente

- **NOMINA MENSUAL:** Son Nomina Mensual los empleados que según la Ley hacen efectivo su cobro los últimos días de cada mes, con un adelanto del 40% a los 15 primeros días del mes.
- **SAP GNI:** Sistema Contable Administrativo de Empresas Polar.
- **SIGSI SOL:** Sistema de Gestión Integral Seguridad Orden y Limpieza.

2.10. Bases Legales

La fundamentación legal del estudio se encuentra reseñada en los instrumentos jurídicos del Estado Venezolano, ya que la organización desarrolla todas sus operaciones en territorio nacional por lo cual, se citarán algunas de ello que guardan relación con la investigación.

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, Artículo 20 “toda persona tiene derecho al libre desenvolvimiento de su personalidad, sin limitaciones que la deriven del derecho de los demás y del orden público y social”.

En el reglamento parcial de la Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (LOPCYMAT) en su Artículo 12, Numeral 6, expresa lo siguiente: las Condiciones Inseguras e Insalubres son todas aquellas donde No se cumpla con los trabajadores y las trabajadoras, las obligaciones en materia de información, formación y capacitación en seguridad y salud en el trabajo.

Así mismo en su Artículo 16. Reza que:

El Instituto Nacional de Prevención, Salud y Seguridad Laborales tendrá las siguientes competencias:

12. Desarrollar programas de educación y capacitación técnica para los trabajadores y las trabajadoras y los patronos y las patronas, en materia de seguridad y salud en el trabajo.

Artículo 38. Numeral 1, Define a la capacitación para las empresas, establecimientos, instituciones y profesionales que desarrollen actividades en el área de seguridad y salud como: “Las Actividades de educación de manera sistemática y organizada, con el fin de ampliar valores y conocimientos, así como desarrollar destrezas y habilidades en materia de seguridad y salud en el trabajo.

En este mismo orden de ideas encontramos a las Normas Internacionales de Contabilidad N° 38, la cual prescribe la contabilización y la información financiera a suministrar en el caso de los Activos Intangibles, siempre que no estén tratados específicamente por otra Norma Internacional de Contabilidad, en su numeral 2, define al Activo Intangible como un activo identificable, de carácter no monetario y sin apariencias física, que se tiene para ser utilizado en la producción o suministro de bienes y servicios, para ser arrendado a terceros o para funciones relacionadas con la administración de la entidad.

Un activo es un recurso:

- Controlado por la empresa como resultado de sucesos pasados, y
- Del que se espera obtener, en el futuro, beneficios económicos para la entidad.

Así mismo en su Numeral 3, exige que la empresa reconozca en sus estados financieros el activo intangible (al costo) si, y sólo si:

- es probable que los beneficios económicos futuros se han atribuido al mismo, lleguen a la empresa, y
- el costo del activo puede ser medido de forma fiable.

La Norma ISO 9001:2000 expresa que el recurso humano que influya de una u otra forma en la calidad del producto realizado debe tener la competencia necesaria basada en la educación, formación, pericia y experiencia apropiadas. Para la Norma, la organización está en la obligación de proporcionar la formación requerida por el personal y además, evaluar de la forma más sencilla posible la eficacia de las acciones tomadas. Se recomienda dar un seguimiento simple, efectuar pre y post evaluación, y verificar el desempeño del personal, pero manteniendo un costo razonable para las funciones de evaluación de la formación.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

El objetivo de este capítulo es explicar los aspectos metodológicos y los conceptos fundamentales de las técnicas empleadas para la consecución de los objetivos planteados en la investigación, cuyo resultado se ofrecerán en el capítulo IV. Según (Ballestrini A., 1997) el Marco Metodológico está referido

“al momento que alude al conjunto de procedimientos lógicos, técnico-operacionales implícitos en todo proceso de investigación, con el objeto de ponerlos de manifiesto y sistematizarlo; a propósito de permitir describir y analizar los supuestos del estudio y de construir los datos, a partir de los conceptos teóricos convencionalmente operacionalizados.” (p.125)

3.1. Diseño de Investigación

Según (Arias, 2006) el diseño de la investigación “es la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado. En atención al diseño, la investigación se clasifica en: Documental, de Campo y Experimental.”

En los marcos de las observaciones anteriores la presente investigación tiene como principal objetivo analizar la eficiencia de los programas de capacitación y adiestramiento dirigidos al personal del nomina diaria pertenecientes al departamento de servicio al cliente de la Cervecerías Polar C.A, agencia Carúpano, la misma esta enmarcada en una investigación no experimental debido a que solo se observó el

comportamiento de las variable sin intervenir sobre las bases de su comportamiento estableciendo nuevos conocimientos que servirá como base a investigaciones futuras.

De acuerdo a (Hernández Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista Lucio, 2007) la investigación no experimental es definida como “Un estudio que se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observa los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos”. (p.205).

En relación al diseño de la investigación, es una combinación de investigación documental con una investigación de campo, ya que se analizaron leyes, libros e informes referentes al tema, y los datos fueron recolectados directamente de los sujetos investigados en la realidad donde ocurrieron los hechos (Arias, 2006).P. 31.

3.2. Nivel de Investigación

El nivel de la investigación es descriptiva debido a que según (Méndez Alvarez, 2006) los estudios descriptivos acuden a técnicas específicas en la recolección de información, como la observación, las entrevistas y los cuestionario. También fueron utilizados informes y documentos elaborados por otros investigadores. Esta investigación ha sido enfocada en la indagación de los programas de capacitación y adiestramiento dentro de Cervecería Polar C.A, Agencia Carúpano.

3.3. Población y Muestra

3.3.1. Población

Según (Arias, 2006) la población es definida como un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación, ésta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio. (P. 81)

En la presente investigación la población está definida por el departamento de Servicio al Cliente de Cervecería Polar C.A, Agencia Carúpano la cual cuenta con 18 trabajadores de nómina diaria y nomina mensual que recibieron adiestramiento en la empresa.

El departamento se encuentra desglosado de la siguiente manera:

Cuadro N° 1 Distribución de la Población.

Cargos	Números de Personas
Jefe SAC	1
Supervisor de Almacén	1
Analista de Distribución	1
Despachador	2
Almacenistas	2
Operarios de Distribución	4
Operario III	4
Operario II	3
Total	18

Fuente: Elaboración Propia de los Autores de la Investigación (2012)

3.3.2. Muestra

Según (Arias, 2006) la muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible. (P.83).

Considerando que los investigadores tienen acceso al total de población no se requirió la selección de muestra. Arias (2006:82). "si la población, por el número de unidades que la integran, resulta accesible en su totalidad, no será necesario extraer una muestra".

3.4. Técnicas e Instrumento de Recolección de Datos

3.4.1. Técnicas de Recolección de Datos

Según (Arias, 2006) se entiende por técnica, al procedimiento o forma particular de obtener datos o información. (p.67). estos medios permiten al investigador alcanzar la necesaria correspondencia entre teorías y hechos, situación que asevera (Hernández Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista Lucio, 2007), cuando dice las técnicas: "son todos aquellos métodos de los cuales se basa el investigador para obtener datos que le permita llegar a una determinada conclusión". (p.305). Por lo tanto, las técnicas utilizadas para la recolección de datos en esta investigación vinieron dadas por el Análisis Documental y Encuesta Escrita, la cual será aplicada a las 18 personas que pertenecen al Departamento de Servicios al Cliente de Cervecería Polar C.A, Agencia Carúpano.

En este mismo orden de ideas usamos la comparación de datos basadas en información suministrada por el Jefe SAC de la Agencia, los cuales están expresados en número de productos y en Bolívares.

3.4.2. Instrumentos de Recolección de Datos

Los instrumentos de recolección de datos son definidos por (Arias, 2006) como cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información. Es decir, que los instrumentos son una herramienta muy importante para el investigador, debido a que, es el que le va a permitir poder recolectar información o datos sobre su área de estudio.

Los instrumentos a utilizar en este trabajo de investigación son las Unidades de Almacenaje (computador), Cuestionarios y libretas de notas. Al respecto (Ballestrini A., 1997) afirma que: “un cuestionario es un proceso estructurado de recogida de información a través de la complementación de una serie de preguntas, estas preguntas pueden ser tanto cerradas como abiertas” (p.155).

Un cuestionario debe reunir tres (3) requisitos como lo son: en primer lugar la confiabilidad; es el grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes. En segundo lugar la validación, es el grado en el que el instrumento en verdad mide las variables que se busca medir. Y por último y no menos importante, la objetividad; se refiere al grado en el que el instrumentos es permeable a las influencias a los sesgos y tendencias en el que el investigador administra, califica e interpreta. (Hernández Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista Lucio, 2007).

3.4.3 Validez de los Instrumentos

Partiendo de que la recolección de datos es el principio y/o cualquier recurso empleado por el investigador para la comprobación de los fenómenos que se suscitan y demostrar la factibilidad del estudio; se debe hacer mención entonces del que instrumento utilizado para la encuesta a través de un cuestionario fue examinado por profesionales expertos que garantizaron de que el mismo se encontró bien estructurado, formulado y redactado. Sin duda pues, la validez es una conceptualización de la cual puede tenerse diferentes puntos de vista, o lo que es igual, diferentes evidencias.

La validación se realizó tomando en cuenta el diseño metodológico, el contenido y el práctico, con relación al tema de estudio. La cual sirve para medir si realmente el instrumento utilizado mide realmente la variable. Ahora bien, en esta investigación se empleó la validez de contenido, de tal forma que se sometió el instrumento, cuestionario, elaborado por los investigadores a juicio de experto.

Por ello se le entregó una matriz de experto al especialista escogido para el caso, para que evaluaran cada uno de los ítems presentes en el cuestionario. Ellos examinaron la claridad y congruencia que estos poseían con relación a los objetivos planteados en esta investigación.

En este sentido el instrumento aplicado fue revisado por medio del juicio de dos (02) expertos, Un (01) experto de contaduría pública, especialista en Costo, quien verificó si el instrumento contenía los elementos suficientes para obtener la información que se deseaba.

Un (01) experto metodológico, el cual se aseguró que el cuestionario estuviese diseñado de acuerdo a las variables objeto de estudio y que se correspondiera con los objetivos de la investigación.

Se hace referencia al resumen proveniente de los resultados que arrojaron los expertos, también llamados resumen del juicio de expertos, en el cual los mismos establecen los resultados de cada evaluación. (VER ANEXO A)

3.4.4. Técnica de Presentación y Análisis de Datos

En este trabajo de investigación se utilizó como técnicas los cuadros para representar de forma clara y sencilla los datos que se desean registrar, analizar o tabular.

Para interpretar los resultados, los datos fueron analizados en tres niveles: descriptivo, comparativo e inferencial, de manera tal, de ofrecer una mejor comprensión de los resultados obtenidos producto de la investigación.

El Análisis Descriptivo se entiende como el conjunto de métodos para procesar la información en términos cuantitativos de tal forma que se les de un significado. El Análisis Comparativo consiste en explicar y demostrar una serie de datos, comparado con la teoría. El Análisis Inferencial estudia la confiabilidad de las inferencias de que los fenómenos observados en la muestra son extensivos a la población donde se obtuvo la muestra, es decir, facilita el establecimiento de inferencias de la muestra analizada hacia la población de origen.

MAPA DE OPERACIONALIZACIÓN

OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADORES	SUBINDICADORES	ITEMS
a. Describir las causas que generaron los programas de capacitación y adiestramiento en la nómina diaria de Cervecerías Polar, Agencia Carúpano.	Causas que dieron origen a la necesidad de aplicar programas de capacitación y adiestramiento.	Causas	- Productos Dañados. - Accidentes Laborales. - Falta de Conocimiento del Método de Inventario.		16-23
b. Describir los programas de capacitación y adiestramiento dirigidos a los trabajadores de nómina diaria de Cervecerías Polar Agencia Carúpano.	Programas de capacitación y adiestramiento.	- Capacitación - Adiestramiento	- Conocimientos. - Técnicas		1-15

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1 Aspectos generales relacionados a los programas de capacitación y adiestramientos

En el siguiente capítulo se aborda el análisis y presentación de los resultados, en función del instrumento de recolección de datos, previamente aplicado a la muestra selección para el estudio realizado en la Cervecerías Polar C.A, Agencia Carúpano, tomando en cuenta cada uno de los objetivos, y por ende las variables de la investigación que están representadas en el mapa de variables.

Los datos obtenidos a través de los trabajadores del Departamento de Servicios al Cliente de Cervecerías Polar C.A, Agencia Carúpano, se esquematizan en cuadros estadísticos, los cuales están constituidos por una matriz plasmada en la forma absoluta y porcentual.

CUADRO N° 2. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores del Departamento de Servicios al cliente en relación a la existencia de los programas de capacitación y adiestramiento.

INDICADORES	NOMINA DIARIA		NOMINA MENSUAL	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE %	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	11	100	7	100
NO	0	0	0	0
NO APLICA	0	0	0	0
TOTAL	11	100	7	100

Fuente: Datos recolectados por los autores.

Los resultados obtenidos en el cuadro N° 2 permite observar que el 100% de los encuestados tanto de nomina diaria como los de nómina mensual que integran el departamento de Servicios al Cliente de la Cervecerías Polar C.A, Agencia Carúpano opinaron que sí existen los programas de capacitación y adiestramiento. Estos Programas de Capacitación y Adiestramiento ayudan al personal a adquirir conocimientos para tener un mejor desempeño en sus puestos de trabajo, desarrollando sus habilidades, destrezas y conocimientos que estén directamente relacionados con el desempeño.

CUADRO N°3. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores del Departamento de Servicios al cliente en relación a la verificación sobre las necesidades de capacitación y adiestramiento.

INDICADORES	NOMINA DIARIA		NOMINA MENSUAL	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	0	0	7	100
NO	0	0	0	0
NO APLICA	11	100	0	0
TOTAL	11	100	7	100

Fuente: Datos recolectados por los autores.

Lo resultados obtenidos en el cuadro numero 3, nos muestra que el 100% de los trabajadores de nomina mensual (supervisores) encuestados certifican que se realizan registros y observaciones sobre las necesidades que tienen los trabajadores de aplicarle los programas de capacitación y adiestramiento debido a que estos son los encargados de observar las debilidades que pueden presentar los nomina diaria en sus puestos de trabajo, trayendo como consecuencia la aplicación nuevamente de los adiestramiento ya impartidos. (Para los nomina diaria no aplica este ítem)

CUADRO N° 4. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores del Departamento de Servicios al cliente en relación al recibimiento de cursos o talleres de capacitación y adiestramiento que desarrollen sus conocimientos, habilidades y actitudes en el desempeño laboral.

INDICADORES	NOMINA DIARIA		NOMINA MENSUAL	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	11	100	7	100
NO	0	0	0	0
NO APLICA	0	0	0	0
TOTAL	11	100	7	100

Fuente: Datos recolectados por los autores.

Los resultados obtenidos en el cuadro Número 4 se puede observar que el 100% de los encuestados (nomina mensual y nómina diaria) han recibido cursos de capacitación y adiestramiento con el propósito de ampliar sus conocimientos y habilidades que le permitan desarrollarse con mayor facilidad en su ambiente de trabajo logrando el alcance de los objetivos.

CUADRO N° 5. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores del Departamento de Servicios al cliente en relación al tiempo en que son impartidos los cursos o talleres de capacitación y adiestramiento.

INDICADORES	NOMINA DIARIA		NOMINA MENSUAL	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
MENSUAL	0	0	3	42,86
TRIMESTRAL	11	100	4	57,14
ANUAL	0	0	0	0
TOTAL	11	100	7	100

Fuente: Datos recolectados por los autores.

Los resultados obtenidos en el cuadro Número 5 se puede observar que el 100% de los trabajadores de nómina diaria (operarios) así como también el 57,14% de los trabajadores de nómina mensual, entre estos tenemos, a los despachadores y almacenistas reciben los cursos o talleres de manera trimestral, mientras que 42,84% de los nómina mensual, entre esto están el jefe SAC, supervisor y analista, reciben cursos mensualmente.

Cabe destacar que la empresa realiza anualmente un Plan de Adiestramiento y Formación donde se establecen los meses en que son aplicados los cursos y talleres, estos están establecidos trimestralmente, y está dirigido tanto a los trabajadores de Nómina Mensual como los Nómina Diaria, pero no siempre se cumple a cabalidad con este plan, ya que muchas veces por falta de tiempo los cursos y talleres no son aplicados en el periodo planificado, otras veces la alta gerencia les aplica cursos fuera de lo planificado con el propósito de mantenerlos alertas a los cambios que se pudieran presentar en la empresa que pudieran afectar su operación normal permitiéndole dar respuestas inmediatas.

CUADRO N° 6. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores del Departamento de Servicios al cliente en cuanto a la comunicación para la asistencia a los programas de capacitación y adiestramiento.

INDICADORES	NOMINA DIARIA		NOMINA MENSUAL	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	5	45.45	7	100
NO	6	54.54	0	0
NO APLICA	0	0	0	0
TOTAL	11	100	7	100

Fuente: Datos recolectados por los autores.

Los resultados obtenidos en el cuadro Número 6 se puede observar que el 45.45% de los trabajadores de nómina diaria al igual que el 100% de los supervisores (nomina mensual), manifestaron que si se les comunica con anterioridad que deben asistir a cursos aplicados por la empresa, mientras que el 54.54% manifestaron que se les comunica pero con muy poco tiempo ocasionando falta de atención al momento de ser impartido la capacitación y el adiestramiento.

CUADRO N° 7. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores del Departamento de Servicios al cliente en relación al conocimiento de los listados de programas de capacitación y adiestramiento.

INDICADORES	NOMINA DIARIA		NOMINA MENSUAL	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	8	72.72	7	100
NO	3	27.27	0	0
NO APLICA	0	0	0	0
TOTAL	11	100	7	100

Fuente: Datos recolectados por los autores.

Los resultados obtenidos en el cuadro Número 7 se puede observar que el 72.72% de los encuestados de nómina diaria y el 100% de los nómina mensual aseguran que conocen los listado de los cursos y talleres programados por la empresa, mientras que el 27.27% no conocen los listados de cursos programados por la empresa. De acuerdo al Plan de Adiestramiento y Formación elaborado por el Jefe SAC que se imparten en la empresa podemos mencionar:

- Pasión por la Mejora, Refreshamiento e inscripción de iniciativas: cuyo objetivo es lograr la participación masiva de los trabajadores.
- Técnicas avanzadas de Excel: su objetivo es lograr el fácil manejo por parte de los analistas de los reportes que son bajados de SAP GNI.
- Conoce tu Contratación Colectiva: que da a conocer a cada trabajador sus derechos establecidos en la contratación colectiva.
- Gimnasia Laboral: Logra concientizar a todos los trabajadores de los beneficios que tienen este lineamiento organizacional.
- Reforzamiento de la LOPCYMAT: su objetivo es refrescar los conocimientos para supervisores y almacenistas, entre otros.

CUADRO N° 8. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores del Departamento de Servicios al cliente en cuanto a la evaluación del desempeño dentro de la empresa

INDICADORES	NOMINA DIARIA		NOMINA MENSUAL	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	11	100	7	100
NO	0	0	0	0
NO APLICA	0	0	0	0
TOTAL	11	100	7	100

Fuente: Datos recolectados por los autores.

CUADRO N° 9. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores del Departamento de Servicios al cliente en cuanto a la frecuencia en que es evaluado el desempeño.

INDICADORES	NOMINA DIARIA		NOMINA MENSUAL	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
DIARIO	0	0	0	0
MENSUAL	11	100	0	0
TRIMESTRAL	0	0	7	100
TOTAL	11	100	7	100

Fuente: Datos recolectados por los autores.

Los resultados obtenidos en los cuadros Número 8 y 9 se pudo constatar que sí se realizan evaluaciones de desempeño dentro de la organización, a los trabajadores de nómina diaria son evaluados mensualmente por sus respectivos supervisores mientras que el 100% de los trabajadores de nomina mensual son evaluados trimestralmente por la Gerencia Territorial. Cabe destacar que a los nomina mensual son supervisados diariamente, pero de acuerdo a la evaluación que estos reciban son reflejados en su remuneración variable.

CUADRO N° 10. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores y supervisores del Departamento de Servicios al cliente en relación a los factores que son evaluados en el desempeño.

INDICADORES	NOMINA DIARIA		NOMINA MENSUAL	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
CONOCIMIENTO	0	0	0	0
CALIDAD	0	0	0	0
TODAS LAS ANTERIORES	11	100	7	100
TOTAL	11	100	7	100

Fuente: Datos recolectados por los autores.

Los resultados obtenidos en el cuadro Número 10 se puede observar que el 100% de los encuestados dicen que los factores de conocimiento y calidad son evaluados ya que es importante que estos estén presentes para el buen de desempeño de su labor dentro de la empresa, así como también manifestaron que les son evaluados la eficiencia, el tiempo, orden y limpieza (Sistema SOL) entre otros.

CUADRO N° 11. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores del Departamento de Servicios al cliente en relación a si los cursos recibidos están relacionados con sus puestos de trabajo.

INDICADORES	NOMINA DIARIA		NOMINA MENSUAL	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	11	100	7	100
NO	0	0	0	0
NO APLICA	0	0	0	0
TOTAL	11	100	7	100

Fuente: Datos recolectados por los autores.

Los resultados obtenidos en el cuadro Número 11, se puede observar que el 100% de los encuestados expresan que los cursos que se le impartieron si estaban acorde con sus funciones y fueron de muy buen provecho para la realización de su trabajo, ya que este le permitió ampliar sus conocimientos y técnicas a la hora de efectuarlos. Cabe destacar que aunque los trabajadores de nomina diaria dijeron que estos cursos estaban acorde con sus puestos de trabajo se pudo constatar que estos conocimientos no fueron aplicados de manera adecuada por ellos por lo que se les tuvo que impartir nuevamente los cursos y talleres para el periodo 2011.

CUADRO N° 12. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores del Departamento de Servicios al cliente en cuanto al otorgamiento de reconocimientos después de asistir a los cursos o talleres.

INDICADORES	NOMINA DIARIA		NOMINA MENSUAL	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	11	100	7	7
NO	0	0	0	0
NO APLICA	0	0	0	0
TOTAL	11	100	7	100

Fuente: Datos recolectados por los autores.

Los resultados obtenidos en el cuadro Número 12 se puede observar que el 100% de los encuestados afirmaron que al participar en los cursos y talleres se le otorgan sus certificados siempre y cuando estos cursos estén dictados por empresas contratadas ajena a la organización, sin embargo cuando los cursos y talleres son impartidos por el mismo personal perteneciente a la Agencia Carúpano, no se les entregan certificados.

CUADRO N° 13. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores del Departamento de Servicios al cliente en relación a las pérdidas que se generan por la falta de capacitación y adiestramiento del personal

INDICADORES	NOMINA DIARIA		NOMINA MENSUAL	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	11	0	7	100
NO	0	0	0	0
NO APLICA	0	0	0	0
TOTAL	11	100	7	100

Fuente: Datos recolectados por los autores.

CUADRO N° 14. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores del Departamento de Servicios al cliente en relación al tipo de pérdidas que son ocasionadas por la falta de capacitación y adiestramiento.

INDICADORES	NOMINA DIARIA		NOMINA MENSUAL	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
PERDIDAS TIEMPO	0	0	0	0
PERDIDAS EN PRODUCTOS	0	0	0	0
TODAS LAS ANTERIORES	11	0	7	100
TOTAL	11	0	7	100

Fuente: Datos recolectados por los autores.

De acuerdo a los resultados obtenidos en los cuadros Número 15 y 16 pudimos constatar de que si se presentan pérdidas en la Agencia, estas están caracterizadas por la pérdida de productos que lleva implícito pérdidas monetarias, así como también la pérdida de tiempo, esto como consecuencia de mal manejo de montacargas y mal uso del método de inventario.

CUADRO N° 15. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores y supervisores del Departamento de Servicios al cliente en relación a los accidentes laborales por desconocimientos del manejo adecuado de las maquinarias.

INDICADORES	NOMINA DIARIA		NOMINA MENSUAL	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	0	100	0	0
NO	11	100	7	100
NO APLICA	0	0	0	0
TOTAL	11	100	7	100

Fuente: Datos recolectados por los autores.

Los resultados obtenidos en el cuadro Número 15 arrojaron que el 100% de las personas encuestadas nos afirman que no se han producidos accidentes por desconocimiento del manejo de las maquinarias, más sin embargo, han manifestado que si existen accidentes los cuales han sido ocasionados por imprudencia de los choferes de los montacargas, por ejemplo, mandar mensajes de texto o recibir llamadas mientras manejan, por querer hacer las cosas rápidas.

CUADRO N° 16. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores del Departamento de Servicios al cliente en cuanto a la frecuencia en que se presentaban los accidentes

INDICADORES	NOMINA DIARIA		NOMINA MENSUAL	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
MENSUAL	0	0	0	0
SEMESTRAL	0	0	0	0
ANUAL	11	100	7	100
TOTAL	11	100	7	100

Fuente: Datos recolectados por los autores.

Los resultados obtenidos en el cuadro Número 16 se puede observar que el 100% de la nomina diaria y el 100% de los supervisores dice que los accidente presentados en las empresa son anual. En este ítem los trabajadores manifestaron que los accidentes son fortuitos, por ende, pueden ocurrir en cualquier momento. En los últimos dos (2) años han ocurrido 3 accidentes.

CUADRO N° 17. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores del Departamento de Servicios al cliente en relación al conocimiento de los métodos de inventarios utilizado en la empresa.

INDICADORES	NOMINA DIARIA		NOMINA MENSUAL	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	11	100	7	100
NO	0	0	0	0
NO APLICA	0	0	0	0
TOTAL	11	100	7	100

Fuente: Datos recolectados por los autores.

CUADRO N° 18. Distribución absoluta y porcentual de la opinión de los trabajadores y supervisores del Departamento de Servicios al cliente en relación al tipo de inventario utilizado en la empresa.

INDICADORES	NOMINA DIARIA		NOMINA MENSUAL	
	FRECUENCIA	PORCENTAJE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
UEPS	0	0	0	0
PEPS	11	100	7	100
PROMEDIO PONDERADO	0	0	0	0
TOTAL	11	100	7	100

Fuente: Datos recolectados por los autores.

Los resultados obtenidos en los cuadros Número 19 y 20 se puede observar que tanto la nomina diaria y los supervisores conocen en un 100% los métodos de inventarios que se usa en la empresa, indicando que dicho método es el método PEPS y explicaron que este método consiste básicamente en darle salida del inventario a aquellos productos que se adquirieron primero, por lo que en los inventarios quedaran aquellos productos traídos de la fabrica más recientemente.

CUADRO N° 19. Costos incurridos en los procesos de capacitación y adiestramiento para el período 2010.

Adiestramiento 2010	Costo por persona (Bs)	Cantidad de trabajadores	Frecuencia	Cantidad horas hombres invertidas (horas)	Costo total (Bs)
Prevención de Accidentes y Trabajo seguro	300	40	1	32	12.000
Manejo Defensivo y certificación de Montacarguista	1000	11	1	55	11.000
Manejo del Sistema PEPS y Rotación del Producto dentro del Almacén	500	40	1	16	20.000
Manejo de Roturas y Faltantes	400	11	1	55	4.400
TOTAL				158	47.400

Fuente: Jefe SAC, Cervecería Polar C.A, Agencia Carúpano.

De acuerdo a la información suministrada se puede observar que para el periodo 2010, la empresa dicto diversos cursos, podemos mencionar el Curso Prevención de Accidentes y Trabajo seguro, el cual tuvo un costo por persona de 300Bs. Este fue impartido a los 40 trabajadores que pertenecían a la empresa durante ese período, este curso fue impartido una sola vez en y tuvo una duración de 32 horas, y un costo total de 12.000 Bs.

También encontramos Manejo Defensivo y certificación de Montacarguista tuvo un costo por persona de Bs.1000, fue impartido a 11 personas que trabajan dentro del almacén de la agencia, el mismo fue impartido una sola vez y se invirtió 55 horas, para un total de 11.000 Bs.

El curso de Manejo del Sistema PEPS y Rotación del Producto dentro del Almacén tuvo un costo de 500 Bs. Por persona, el mismo fue impartido a los 40 trabajadores pertenecientes a la empresa, fue impartido una sola vez, con una duración de 16 horas, con un costo total de 4.400 Bs.

Manejo de Roturas y Faltantes este curso fue dictado una sola vez durante ese período, teniendo un costo de 400 Bs por persona, fue impartido a los 11 trabajadores pertenecientes al almacén de la empresa teniendo un costo total de Bs.4.400.

CUADRO N° 20. Costos incurridos en los procesos de capacitación y adiestramiento para el período 2011

Adiestramiento 2011	Costo por persona (Bs)	Cantidad de trabajadores	Frecuencia	Cantidad de horas/hombres Total invertidas.	Costo total al año.
Prevención de Accidentes y Trabajo seguro	300	37	2	64	22.200
Manejo Defensivo y certificación de Montacarguista	1000	11	2	110	22.000
Manejo del Sistema PEPS y Rotación del Producto dentro del Almacén	500	37	2	32	37.000
Manejo de Roturas y Faltantes	400	11	2	110	8.800
TOTAL				1.180	90.000

Fuente: Jefe SAC, Cervecería Polar C.A, Agencia Carúpano.

De igual manera para el periodo 2011, la empresa tuvo la necesidad de impartir nuevamente los cursos debido a que los expertos en el área se dieron cuenta de que los trabajadores que recibieron el curso no cumplieron con los objetivos establecidos, en el Curso de Prevención de Accidentes y Trabajo Seguro, tuvo un costo por persona de 300 Bs. Este fue impartido a los 37 trabajadores que pertenecían a la empresa durante ese período, este curso fue impartido dos veces con una duración 32 horas (cada vez impartido) para un costo total de 22.200 Bs.

En el curso Defensivo y certificación de Montacarguista tuvo un costo por persona de Bs.1.000, fue impartido a 11 personas que trabajan dentro del almacén de la agencia, el mismo fue impartido dos veces y se invirtió 55 horas (cada vez impartido), para un total de 22.000 Bs.

El curso de Manejo del Sistema PEPS y Rotación del Producto dentro del Almacén tuvo un costo de 500 Bs. Por persona, el mismo fue impartido a 37

trabajadores, con una duración de 16 horas y fue impartido dos veces, con un costo total de Bs.18.500.

El curso de Manejo de Roturas y Faltantes este curso fue dictado dos veces durante ese período con una duración de 55 horas (horas), teniendo un costo de 400 Bs por persona, fue impartido a los 11 trabajadores del almacén de la empresa teniendo un costo total de Bs. 8.800.

CUADRO N° 21. Distribución y comparación absoluta y porcentual de los costos incurridos en los procesos de capacitación y adiestramiento en el período 2010-2011.

Adiestramiento 2010-2011	Costo 2010	Costo 2011	Diferencia Bs. 2010/2011	Porcentaje %
Prevención de Accidentes y Trabajo seguro	12.000	22.200	10.200	85
Manejo Defensivo y certificación de Montacarguista	11.000	22.000	11.000	36,37
Manejo del Sistema PEPS y Rotación del Producto dentro del Almacén	20.000	37.000	17.000	85
Manejo de Roturas y Faltantes	4.400	8.800	7.600	172,7
TOTAL	47.400	90.000	38.800	89,87

En este cuadro comparativo podemos observar que a pesar de que para el segundo año hubo una disminución en la cantidad de trabajadores, hubo un incremento del costo total de los cursos dictados en un 89.87%, debido a que la empresa se vio en la necesidad de impartirlos con mas regularidad, ya que se observaron debilidades en los trabajadores tomando en cuenta los incidentes ocurridos durante el periodo 2010. Incidentes que serán explicados en los siguientes cuadros.

CUADRO N° 22. Análisis de los resultados obtenidos después de la aplicación de los programas de capacitación en los trabajadores de la empresa.

	Pérdidas por Accidentes.	
	2010	2011
Cantidad de accidentes	1	2
Horas-Hombre	44	132
Bs.	66.000	198.000

Fuente: Jefe Servicio al Cliente, Cervecería Polar C.A, Agencia Carúpano.

Los accidentes son cualquier suceso provocados por una acción violenta y repentina que da lugar a lesiones dentro de la organización. Estos accidentes dentro de la empresa pueden venir dados de varias formas, entre los cuales podemos mencionar, caídas de los productos por el manejo inadecuado de los montacargas, choques entre los montacargas, choques entre montacargas y operarios, choque de montacargas con camiones, accidentes por la mala postura corporal e imprudencia, estos accidentes ocasionan pérdidas monetarias y pérdidas de tiempo (horas-hombres), para los periodos 2010, dentro del almacén ocurrió un (1) accidente que ocasionó la pérdida de 44 horas-hombre, que se transforma en 66.000 Bs.

Mientras que para el periodo 2011 ocurrieron 2 accidentes que ocasionaron la pérdida de Bs.198.000 y 132 horas-hombres. A pesar de que se dictaron los cursos correspondientes se puede evidenciar de que no fueron efectivos o que los trabajadores incurrieron en negligencia.

CUADRO N° 23. Cajas Dañadas por Productos

	Cajas Dañadas por Productos	
	2010	2011
Maltín Polar	26	17
Polar Ice	37	16
Polar Light	65	0
Solera	165	66
Total	293	99

Fuente: Jefe Servicio al Cliente, Cervecería Polar C.A, Agencia Carúpano.

En Cervecerías Polar C.A, es utilizado el método de inventario PEPS, (Primero en Entrar y Primero en Salir), a través del cuadro Numero 23 se puede evidenciar que para el periodo 2010 hubo una pérdida de 293 cajas de productos dañados, esto como consecuencia de las imprudencias cometidas por los choferes de los montacargas al momento de realizar su labor, mientras que para el 2011 la cantidad de productos dañados fue de 99 cajas.

CUADRO N° 24. Roturas por Productos

	Roturas por Productos	
	2010	2011
Maltín Polar	36	7
Polar Ice	48	4
Polar Light	88	7
Solera	214	17
Total	386	35

Fuente: Jefe SAC, Cervecería Polar C.A, Agencia Carúpano.

En Cervecerías Polar el 70% de los productos son envasados con materiales frágiles tal es el caso del vidrio, cuando existe mala manipulación de las herramientas y equipos, cuando los productos son apilados de manera incorrecta, cuando existen choques con los camiones, o por imprudencia del montacarguista ocurren estas pérdidas, así como también el traslado del producto procedente de las plantas productoras hasta la agencia ocasiona desplazamiento en los productos y al momento de la descarga fácilmente caen al piso debido a que el embalaje donde vienen cubiertos se dañan por el constante movimiento en el trayecto, a través del cuadro número 24 se observar que para el periodo 2010 la cantidad de productos rotos fue de 386 mientras que para el periodo 2011 fue de 35 cajas.

CONCLUSIONES

Empresa Polar a lo largo de sus 70 años ha sabido posicionarse en el mercado venezolano convirtiéndose en unas de las empresas líder en distribución y comercialización de productos alimenticios y bebidas, tomando en cuenta a su personal e invirtiendo en programas de capacitación y adiestramiento que los ayude a mejorar su desempeño dentro de la organización. En Cervecerías polar C.A agencia Carúpano específicamente en el Departamento de Servicio al Cliente durante los periodos 2010-2011 se impartieron programas de capacitación y adiestramiento los cual están contenidos en el Plan de Adiestramiento y Formación implementado por la empresa esto le permitió a los trabajadores mejorar su desempeño laboral.

En este mismo orden de ideas los investigadores aplicaron un instrumento a los trabajadores del departamento en cuestión que les permitió llegar a las siguientes conclusiones:

- Los trabajadores afirmaron que reciben cursos y talleres dictados por la empresa y otras instituciones ajenas a la misma que son especialistas en este ámbito, éstos cursos son dictados una vez que se encuentren debilidades en los trabajadores o sea necesario reforzar los conocimientos ya adquiridos, con una periodicidad trimestral (de acuerdo con el plan de Adiestramiento y Formación) o cuando la empresa lo considere necesario.

- A pesar de que la empresa no escatima en invertir en programas de capacitación y adiestramiento para su personal, éstos no siempre son aplicados por los trabajadores en sus puestos de trabajo no porque estos sean de mala calidad sino que estos por alguna circunstancia no se encuentran concentrados en el momento de

realizar sus labores trayendo como consecuencia que se produzcan accidentes laborales por su imprudencia.

- En otro orden de ideas los trabajadores manifestaron que reciben reconocimientos siempre y cuando los cursos sean dictados por entes ajenos a la empresa, estos le sirve como motivación personal.

RECOMENDACIONES

En principio y por motivos de seguridad hacia el trabajador se le sugiere concientizarlos sobre el uso del celular dentro del horario de trabajo, para así evitar los accidentes dentro del almacén.

Incentivar a los trabajadores a realizar su labor en un tiempo prudente y establecido para cada actividad.

Igualmente se les recomienda a los Supervisores de la empresa implementar estrategia y propuestas con la finalidad de incentivar y promocionar los productos de menos rotación para que así haya menos productos dañados en el almacén.

Así como también la Empresa debe darles a los trabajadores un tiempo libre y prudente para realizar los cursos y talleres.

BIBLIOGRAFÍA

- Bernández, M. L. (2008). *Creación de Valor en la Sociedad del Conocimiento*.
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de Recursos Humanos. El Capital Humano de las Organizaciones (8va Edición)*. México: Mc Graw Hill.
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. en Gaceta Oficial Extraordinaria N° 5.453 de la República Bolivariana de Venezuela. Caracas, viernes 24 de marzo de 2000.
- Faga, H. A., & Ramos Mejías, M. E. (2006). *Como conocer y manejar sus costos para tomar decisiones rentables 2da Edición*. Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.
- Fernández-Ríos, M. (1999). *Diccionario de Recursos Humanos. Organización y Dirección*. España: Ediciones de Santos, S.A.
- Hernández Rodríguez, J. F. (2005). *Costo de Venta*. México.
- <http://el-portal-del-administrador.lacoctelera.net/post/2011/04/07/los-recursos-humanos-y-su-realidad-la-empresa-venezolana>. Revisada 14/11/2011.
- Keith, D., & Werther, W. B. (1996). *Administración de Personal y Recursos Humanos, (5ta edición)*. México: Mc Graw Hill.
- Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo. Gaceta Oficial N° 3.850 de fecha 18 de julio de 1986.
- Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo. Gaceta Oficial N° 38.236. Fecha 26 de Julio de 2005.

Méndez Álvarez, C. E. (2006). *Metodología, Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación con Énfasis en Ciencias Empresariales (4ta Edición)*. Bogotá: Limusa Noriega Editores.

Normas Internacionales de Contabilidad N° 38. Activos Intangibles. 1998.

Nuestra Identidad Cultural. Empresas Polar. Noviembre 2009.

Pérez Peña, N. C. (2001). *Propuesta de Indicadores para evaluar la eficiencia y eficacia del proceso de capacitación y adiestramiento del personal militar que labora en el resguardo nacional tributario en el SENIAT de Barquisimeto para el periodo Enero-Junio 2001*. Barquisimeto.

Siliceo Aguilar, A. (2004). *Capacitación y Desarrollo del Personal 4ta Edición*. México: Limusa-Noriega Editores.

Stuardo, M. C. (1968). *Las Relaciones Humanas y la Administración del Personal (2da Edición)*. Santiago de Chile: Andrés Bello.

ANEXOS

ANEXO A

CARTA DE EVALUACIÓN

Yo, José Miguel Vargas, portador de la Cédula de Identidad N° 5.876.892 con el título de Licenciado en Sociología, por medio de la presente, hago constar que he revisado el instrumento diseñado para la recolección de datos pertinentes al proyecto: Eficiencia de Evaluación los Programas de Capacitación y Adiestramiento dirigidos al Personal Perteneciente al Departamento de Servicios al Cliente (Nómina Diaria) de la Cervecería Polar C.A, Agencia Carúpano Periodo 2010-2011 cuyos Autores son: Gil, Alvaro, Noriega, Elismar, Rosario, Haydelina, Venezolanos, Portadores de las Cédulas de Identidad N° 18.413.925, 17.020.594, 17.022.721.

Una vez revisado el instrumento anexo, considero que cumple con las condiciones para el logro de los objetivos planteados en el estudio.

Es autentico.

José Miguel Vargas

C.I.: 5.876.892

CARTA DE EVALUACIÓN

Yo, Yannelly Moya, portador de la Cédula de Identidad N° 13.924.005 con el título de Licenciado en Contaduría Pública, por medio de la presente, hago constar que he revisado el instrumento diseñado para la recolección de datos pertinentes al proyecto: Eficiencia de Evaluación los Programas de Capacitación y Adiestramiento dirigidos al Personal Perteneciente al Departamento de Servicios al Cliente (Nómina Diaria) de la Cervecería Polar C.A, Agencia Carúpano Periodo 2010-2011 cuyos Autores son: Gil, Alvaro, Noriega, Elismar, Rosario, Haydelina, Venezolanos, Portadores de las Cédulas de Identidad N° 18.413.925, 17.020.594, 17.022.721.

Una vez revisado el instrumento anexo, considero que cumple con las condiciones para el logro de los objetivos planteados en el estudio.

Es autentico.

Yannelly Moya
C.I.: 13.924.005
C.P.C. 76513

ANEXO B

Cuestionario Sobre La Eficiencia De Los Programas De Capacitación Y Adiestramiento Dirigidos Al Personal Perteneciente Al Departamento De Servicios Al Cliente De Cervecería Polar C.A, Agencia Carùpano Periodo 2010-2011”

1. ¿Existen en la empresa programas de capacitación y adiestramiento?
 - a. Si _____
 - b. No _____
 - c. No aplica _____

2. ¿Se realizan en el departamento registros de verificación sobre las necesidades de capacitación y adiestramiento?
 - a. Si _____
 - b. No _____
 - c. No aplica _____

3. ¿A recibido cursos o talleres de capacitación y adiestramiento que desarrollen sus conocimientos, habilidades y actitudes en el desempeño laboral?
 - a. Si _____
 - b. No _____
 - c. No aplica _____

4. En caso afirmativo, con qué frecuencia recibe estos cursos?
- a. Mensual_____
 - b. Trimestral_____
 - c. Anual_____
5. ¿Para la inducción de los talleres de capacitación y adiestramiento se toman en cuenta su desempeño laboral?
- a. Si _____
 - b. No _____
 - c. No aplica _____
6. ¿Se le participa con antelación la realización de cursos?
- a. Si _____
 - b. No _____
 - c. No aplica _____
7. ¿Conoce Ud. El listado de los cursos y talleres programados por la empresa?
- a. Si _____
 - b. No _____
 - c. No aplica _____

8. ¿Se evalúa su desempeño dentro de la empresa? ¿En caso afirmativo, ¿con que frecuencia?

- a. Diario_____
- b. Mensual_____
- c. Trimestral_____

9. ¿Cuales factores cree usted que son evaluados?:

- a. Conocimientos_____
- b. Calidad_____
- c. Todas las anteriores_____

10. ¿Los cursos que usted realiza están acordes con las funciones que desempeña en el cargo?

- a. Si _____
- b. No _____
- c. No aplica _____

11. ¿En su desempeño laboral ha recibido certificados de reconocimientos por la calidad del logro de los objetivos?

- a. Si _____
- b. No _____
- c. No aplica _____

12. ¿Se generan pérdidas por la falta de capacitación y adiestramiento del personal?

a. Si _____

b. No _____

c. No aplica _____

13. En caso de ser afirmativo, ¿qué tipo de pérdidas se ocasionan? Pérdidas

a. monetarias____

b. Pérdidas en productos____

c. Todas las anteriores____

14. ¿Se han ocasionado accidentes laborales por la falta de conocimientos del manejo de maquinarias?

a. Si _____

b. No _____

c. No aplica _____

15. En caso de ser afirmativa la pregunta anterior ¿con qué frecuencia se presentaban los accidentes?

a. Mensual____

b. semestral____

c. Anual____

16. ¿Conoce usted los métodos de inventario utilizados en la empresa?

a. Si _____

b. No _____

c. No aplica _____

17. ¿Qué método de inventario utiliza?

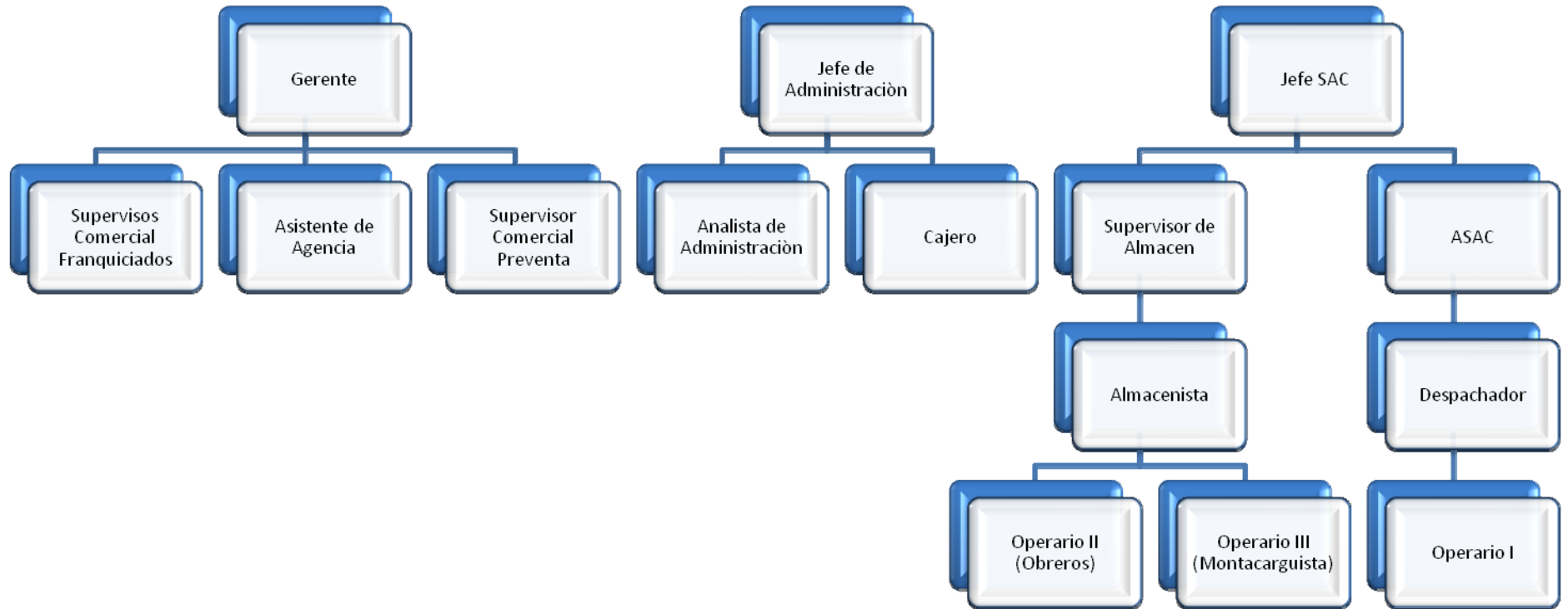
a. PEPS____

b. UEPS____

c. Promedio Ponderado____

Anexo C

Organigrama Estructural de Cervecerías Polar C.A, Agencia Carúpano



HOJA DE METADATOS

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 1/6

Título	Eficiencia De Los Programas De Capacitación Y Adiestramiento Dirigidos Al Personal Perteneciente Al Departamento De Servicios Al Cliente (Nómina Diaria) De La Cervecería Polar C.A, Agencia Carúpano Periodo 2010-2011”
Subtítulo	

Autor(es)

Apellidos y Nombres	Código CVLAC / e-mail	
Br. Gil Q, Alvaro O	CVLAC	18.413.925
	e-mail	alvarogil_48@hotmail.com
	e-mail	
T.S.U Noriega V, Elismar Del V	CVLAC	17.020.594
	e-mail	eumival@hotmail.com
	e-mail	
Br. Rosario P., Haydelina J	CVLAC	17.022.721
	e-mail	haydelina1@hotmail.com
	e-mail	

Palabras o frases claves:

eficiencia

capacitación

costo

adiestramiento

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 2/6

Líneas y sublíneas de investigación:

Área	Subárea
Ciencias Administrativas	Contaduría Publica

RESUMEN

El presente trabajo de investigación hace referencia acerca de la eficiencia de los programas de capacitación y adiestramiento dirigidos al personal perteneciente al Departamento de Servicios al Cliente (nómina diaria) de la Cervecería Polar C.A, Agencia Carúpano periodo 2010-2011. El objetivo central de esta investigación fue determinar como la calidad y la cantidad de los programas impartidos por la empresa han influido en la labor de sus trabajadores permitiéndoles crear un clima más satisfactorio entre ellos, aumentando su motivación y hacerlos más receptivos a las técnicas de supervisión y gerencia. La metodología aplicada en el desarrollo de este trabajo, se enmarco en un nivel descriptivo siendo una investigación no experimental debido a que solo se observó el comportamiento de la variable sin intervenir sobre las bases de su comportamiento. Además las técnicas e instrumentos empleados para la recolección de datos fueron las Unidades de Almacenaje (computador), Cuestionarios y libretas de notas. La población y muestra estuvo conformada por 18 trabajadores de nómina diaria y nomina mensual que recibieron adiestramiento en la empresa. Como conclusión se pudo constatar que la empresa no escatima en invertir en programas de capacitación y adiestramiento, sin embargo se observar fallas dadas porque en ocasiones los trabajadores se encuentran distraídos lo que trae como consecuencia accidentes con los montacargas y por ende rotura de productos trayendo perdida monetarias y de tiempo en la empresa.

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 3/6

Contribuidores:

Apellidos y Nombres	ROL / Código CVLAC / e-mail									
Msc. Leonardo España	ROL	CA		AS	X	TU		JU		
	CVLAC	11.438.928								
	e-mail	leoespana@gmail.com								
	e-mail									

Fecha de discusión y aprobación:

Año Mes Día

2012	03	16
------	----	----

Lenguaje: Spa

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 4/6

Archivo(s):

Nombre de archivo	Tipo MIME
Tesis: Gil_Noriega_Rosario_CD	Word

Alcance:

Espacial: _____ (Opcional)

Temporal: _____ (Opcional)

Título o Grado asociado con el trabajo:

Licenciatura en Contaduría Pública

Nivel Asociado con el Trabajo:

Licenciatura

Área de Estudio:

Departamento de Administración y Contaduría

Institución(es) que garantiza(n) el Título o grado:

Universidad de Oriente – Núcleo de Sucre - Carúpano

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 5/6



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
CONSEJO UNIVERSITARIO
RECTORADO

CU N° 0975

Cumaná, 04 AGO 2009

Ciudadano
Prof. JESÚS MARTÍNEZ YÉPEZ
Vicerrector Académico
Universidad de Oriente
Su Despacho

Estimado Profesor Martínez:

Cumplo en notificarle que el Consejo Universitario, en Reunión Ordinaria celebrada en Centro de Convenciones de Cantaura, los días 28 y 29 de julio de 2009, conoció el punto de agenda **"SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR TODA LA PRODUCCIÓN INTELECTUAL DE LA UNIVERSIDAD DE ORIENTE EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UDO, SEGÚN VRAC N° 696/2009"**.

Leído el oficio SIBI – 139/2009 de fecha 09-07-2009, suscrita por el Dr. Abul K. Bashirullah, Director de Bibliotecas, este Cuerpo Colegiado decidió, por unanimidad, autorizar la publicación de toda la producción intelectual de la Universidad de Oriente en el Repositorio en cuestión.

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
SISTEMA DE BIBLIOTECA
RECIBIDO POR *Mazley*
FECHA *5/8/09* HORA *5:30*

Comunicación que hago a usted a los fines consiguientes.

Cordialmente,

Juan A. Bolanos Currelo
JUAN A. BOLANOS CURRELO
Secretario



C.C: Rectora, Vicerrectora Administrativa, Decanos de los Núcleos, Coordinador General de Administración, Director de Personal, Dirección de Finanzas, Dirección de Presupuesto, Contraloría Interna, Consultoría Jurídica, Director de Bibliotecas, Dirección de Publicaciones, Dirección de Computación, Coordinación de Teleinformática, Coordinación General de Postgrado.

JABC/YGC/maruja

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 6/6

Artículo 41 del REGLAMENTO DE TRABAJO DE PREGRADO (Vigente a partir del II Semestre 2009, según comunicación CU-034-2009): “Los trabajos de grados son de la exclusiva propiedad de la Universidad de Oriente, y solo podrá ser utilizados para otros fines con el consentimiento del Consejo de Núcleo respectivo, quien deberá participarlo previamente al Consejo Universitario, para su autorización”



Br. Gil Q. Alvaro O.
C.I. 18.413.925
AUTOR 1



Noriega V. Elismar Del V.
C.I. 17.020.594
AUTOR 2



Rosario P. Haydelina J.
C.I. 17.022.721
AUTOR 3



Licdo. Leonardo España
C.I: 11.438.928
ASESOR - JURADO