

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES



TESIS

**“INFLUENCIA DE LA CAPACITACIÓN DEL PERSONAL EN EL NIVEL DE
EXPORTACIÓN DE MINERALES DE LA EMPRESA SOUTHERN COPPER
CORPORATION, EN LA PROVINCIA DE ILO, REGIÓN DE MOQUEGUA, AÑO
2014-2015”**

Presentado por:

BACH. Margot Maribel Chata Cutipa

Asesor:

Ing. José Antonio Córdova Rodríguez

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE :

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

TACNA – PERÚ

2015

ÍNDICE

<i>DEDICATORIA</i>	V
<i>AGRADECIMIENTO</i>	VI
<i>RESUMEN</i>	VII
<i>ABSTRACT</i>	VIII
<i>INTRODUCCIÓN</i>	IX
ASPECTOS GENERALES	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
A. <i>DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA</i>	1
B. <i>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</i>	3
- <i>PROBLEMA GENERAL</i>	3
- <i>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</i>	3
C. <i>OBJETIVOS</i>	3
- <i>OBJETIVO GENERAL</i>	3
- <i>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</i>	4
D. <i>IMPORTANCIA Y ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN</i>	4
CAPÍTULO I	6
MARCO TEÓRICO	6
1.1. <i>ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN</i>	6
1.2. <i>BASES TEÓRICAS</i>	7
1.2.1. <i>CAPACITACIÓN</i>	7
1.2.1.1. <i>IMPORTANCIA DE LA CAPACITACIÓN</i>	8
1.2.1.2. <i>MODELOS DE EVALUACIÓN DE CAPACITACIÓN</i>	10
1.2.1.3. <i>SUBSISTEMA DE CAPACITACIÓN</i>	14
1.2.1.4. <i>OBJETIVOS DE LA CAPACITACIÓN</i>	15
1.2.1.5. <i>TEORÍA DEL APRENDIZAJE Y PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN</i>	17
1.2.1.6. <i>BENEFICIOS DE LA CAPACITACIÓN</i>	18
1.2.1.7. <i>CLASIFICACIÓN DE LA CAPACITACIÓN</i>	20
1.2.1.8. <i>EL PROCESO DE LA CAPACITACIÓN</i>	24
1.2.1.9. <i>MODIFICACIÓN DE LAS RELACIONES INTERPERSONALES</i>	29
1.2.2. <i>TEORÍA DE LAS EXPORTACIONES</i>	31
1.2.2.1. <i>MODELOS DE LA PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES</i>	33

1.2.3. LA EMPRESA SOUTHERN COPPER CORPORATION	39
1.2.3.1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA MINERA	39
1.2.3.2. VISIÓN.....	42
1.2.3.3. MISIÓN.....	43
1.2.3.4. ESTRATEGIA	43
1.2.3.5. ORGANIGRAMA – PATIO PUERTO	44
1.2.3.6. FUNCIONES.....	45
1.2.3.7. OPERACIONES MINERAS.....	47
1.2.3.8. OPERATIVIDAD	49
1.2.3.10. INFRAESTRUCTURA.....	56
1.2.4. PRINCIPALES FLUJOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL DEL COBRE SEGÚN EL TIPO DE MATERIA PRIMA: EXPORTADORES E IMPORTADORES	59
1.2.5. PRINCIPALES COMPETIDORES.....	59
1.2.6. PROCESAMIENTO DE LOS MINERALES.....	62
1.2.7. MERCADOS DE DESTINO	64
1.3. DEFINICIONES DE CONCEPTOS	67
1.4. HIPÓTESIS	69
1.4.1. HIPÓTESIS GENERAL.....	69
1.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICA.....	69
1.5. VARIABLES.....	70
CAPÍTULO II	72
METODOLOGÍA	72
2.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	72
2.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	72
2.3. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	72
2.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	72
2.5. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS	73
CAPÍTULO III	74
ANÁLISIS DE RESULTADOS	74
3.1. ANÁLISIS DE LA CAPACITACIÓN DEL PERSONAL DE LA EMPRESA MINERA SOUTHERN COPPER CORPORATION DE LA PROVINCIA DE ILO Y REGIÓN DE MOQUEGUA.....	74
3.1.1. CARACTERIZACIÓN DE LOS ENCUESTADOS.....	74
3.2. ANÁLISIS DEL NIVEL DE LA EXPORTACIÓN DE MINERALES DE LA EMPRESA SOUTHERN COPPER CORPORATION DE LA PROVINCIA DE ILO Y REGIÓN DE MOQUEGUA.....	97

CAPITULO IV	103
4. CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS	103
CONCLUSIONES	107
SUGERENCIAS	108
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	109
ANEXOS	112

Lista de Gráficos

<i>GRÁFICO 1: EXPORTACIONES MINERAS MILES DE MILLONES US\$ Y PORCENTAJE DEL TOTAL DE EXPORTACIONES</i>	33
<i>GRÁFICO 2: ORGANIGRAMA DE OPERACIONES DE PATIO PUERTO</i>	44
<i>GRÁFICO 3: DISTRIBUCIÓN DEL ÁREA DE PATIO PUERTO</i>	58
<i>GRÁFICO 4: FLUJOGRAMA DE DESPACHO TERRESTRE DE OPERACIONES EN PUERTO</i>	58
<i>GRÁFICO 5: DATOS INFORMATIVOS DE LOS ENCUESTADOS</i>	77
<i>GRÁFICO 6: PREGUNTA 1</i>	78
<i>GRÁFICO 7: PREGUNTA 2</i>	79
<i>GRÁFICO 8: PREGUNTA 3</i>	80
<i>GRÁFICO 9: PREGUNTA 4</i>	81
<i>GRÁFICO 10: PREGUNTA 5</i>	82
<i>GRÁFICO 11: PREGUNTA 6</i>	83
<i>GRÁFICO 12: PREGUNTA 7</i>	84
<i>GRÁFICO 13: PREGUNTA 8</i>	85
<i>GRÁFICO 14: PREGUNTA 9</i>	86
<i>GRÁFICO 15: PREGUNTA 10</i>	87
<i>GRÁFICO 16: PREGUNTA 11</i>	88
<i>GRÁFICO 17: PREGUNTA 12</i>	99
<i>GRÁFICO 18: PREGUNTA 13</i>	90
<i>GRÁFICO 19: PREGUNTA 14</i>	91
<i>GRÁFICO 20: PREGUNTA 15</i>	92
<i>GRÁFICO 21: PREGUNTA 16</i>	93
<i>GRÁFICO 22: PREGUNTA 17</i>	94

GRÁFICO 23: PREGUNTA 18	95
GRÁFICO 24: PREGUNTA 19	96
GRÁFICO 25: EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE COBRE.....	97
GRÁFICO 26: VOLÚMENES DE VENTA EN MILLONES DE DÓLARES DE MINERALES DE LA EMPRESA SCC	99
GRÁFICO 27: COSTOS DE PRODUCCIÓN DE MINERALES DE LA EMPRESA SCC.....	100

Lista de Tablas

TABLA 1: PRINCIPALES EMPRESAS PRODUCTORAS DE ORO Y COBRE DEL PERÚ	60
TABLA 2: TOTAL EXPORTACIONES ANUALES (US\$) MILLONES REALIZADOS POR LA EMPRESA SCC	66
TABLA 3: CARACTERÍSTICAS DE IDENTIFICACIÓN DE LOS ENCUESTADOS	75
TABLA 4: RESUMEN DE CARACTERÍSTICAS DE LOS ENCUESTADOS	76
TABLA 4: EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES (MILES DE TONELADAS MÉTRICAS)	98
TABLA 5: TOTAL EXPORTACIONES ANUALES (US\$) MILLONES REALIZADOS POR LA EMPRESA SCC	98
TABLA 6: VOLÚMENES DE VENTA EN MILLONES DE (US\$).....	98
TABLA 7: COSTOS DE PRODUCCIÓN TOTAL DE MINERALES.....	99
TABLA 8: RESUMEN DE EXPORTACIONES DE MINERALES EN MILES DE TM, VOLUMEN DE VENTA EN MILLONES, COSTO DE PRODUCCIÓN Y LA VARIACIÓN PORCENTUAL	100
TABLA 9. VENTAS POR PAÍS (US \$).....	101
TABLA 10: EXPORTACIONES EN DÓLARES DE LAS EMPRESAS MINERAS COMPETIDORAS Y LA EMPRESA EN ESTUDIO.....	105
TABLA 11: PARTICIPACIÓN EN PORCENTAJE DE LAS EXPORTACIONES DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS MINERAS	105

DEDICATORIA

La presente tesis la dedico de manera especial a mi padre y a mi madre por ser los principales motores de mi vida, su apoyo incondicional a pesar de la distancia y sus consejos para hacer de mí una mejor persona.

A mis hermanos, por ser el reflejo de superación y ejemplos a seguir, a mis cuñadas por su apoyo, confianza y engrimientos.

A mi familia, por compartir mis alegrías y los momentos más importantes de mi vida.

A mis amigas, por ser la familia que yo escogí por 6 años de mi carrera, por su compañía y sus momentos de alegría.

AGRADECIMIENTO

A mis padres, familia y amigas, por haberme brindado su apoyo incondicional y por haber compartido conmigo los buenos y malos momentos.

A mi asesor y docentes por sus consejos y aportes de mejora para mi tesis.

RESUMEN

La investigación se planteó como objetivo; determinar la influencia de la capacitación del recurso humano en el nivel de exportación de minerales de la empresa SCC de la provincia de Ilo y región de Moquegua, para mejorar el desarrollo de habilidades y recursos organizacionales e incrementar la competitividad de la empresa. Para obtener los resultados se estructuró una encuesta tipo cuestionario aplicado al personal que labora en las áreas de exportaciones y operaciones, patio puerto, aplicándose el mismo a veinte personas. Asimismo se analizó los documentos de exportaciones de minerales de la empresa en los últimos cinco años. Los resultados mostraron que: El 40 % del personal no conoce como se maneja los sistemas operativos de patio puerto, el 40 % no conoce como se utiliza el sistema Hermes para control de inventarios, el 40 % siente la necesidad de que los clientes no reciben los productos en tiempos menores a los actuales, el 50 % no sabe ingresar la información de la toma de inventario de patio puerto al sistema comercial Hermes. El 40 % no realiza los aforos según canal aduanero que el sistema asigne al ingresar al portal de la SUNAT, el 90 % manifiesta que existe falta de personal especializado para cubrir turnos de noche y madrugada. Se ratifica la hipótesis planteada que menciona que el nivel de capacitación es deficiente. En el análisis de los niveles de exportación de minerales de la empresa SCC se concluye que la empresa participa en un 31-36 % de exportación de minerales respecto a los principales competidores y ocupa el segundo lugar a nivel nacional. Por tanto se ubica en la categoría de regular rechazándose la hipótesis que menciona que las exportaciones de minerales de la empresa es bajo. En la determinación de la influencia de la capacitación del recurso humano en el nivel de exportaciones de acuerdo a la aplicación de la prueba de independencia del chi cuadrado al 95 % se concluye que se acepta la hipótesis nula, y se rechaza la hipótesis planteada inicialmente.

ABSTRACT

The investigation appeared as aim; To determine the influence of the training of the human resource in the level of export of minerals of the company Southern Cooper Corporation of Ilo's province and Moquegua's region, to improve the development of skills and resources organizacionales and to increase the competitiveness of the company. To obtain the results a survey structured type questionnaire applied to the personnel that works in the areas of exports and operations, court port, the same one being applied to twenty persons. Likewise there were analyzed the documents of exports of minerals of the company in the last five years. The results showed that: 40 % of the personnel does not know since one handles the operating systems of court port, 40 % does not know since there is in use the system Hermes for inventor control, 40 % feels the need of that the clients do not receive the products in minor times to the current ones, 50 % cannot deposit the information of the inventor capture of court port to the commercial system Hermes. The 40 % does not realize the appraisals according to customs channel that the system assigns on having entered to the portal of the SUNAT, 90 % demonstrates that there exists lack in specialized personnel to cover night shifts and in the dawn. There ratifies the raised hypothesis that it mentions that the level of training is deficient. In the analysis of the levels of export of minerals of the company Southern Cooper corporation concludes that the company takes part in 31-36 % of export of minerals with regard to the principal competitors and occupies the second national place. Therefore it is located in the category of regulating there being rejected the hypothesis that mentions that the exports of minerals of the company it is low. In the determination of the influence of the training of the human resource in the level of exports of agreement to the application of the test of independence of the chi squared to 95 % one concludes that the void hypothesis is accepted, and the hypothesis is rejected raised initially.

INTRODUCCIÓN

La importancia de investigar sobre las herramientas que ayuden a las empresas a desarrollarse en el mercado y además a mantener su nivel de competitividad. El recurso humano con el que las organizaciones cuentan es el más importante de toda organización para alcanzar todas sus metas.

Es importante que el personal de la empresa se encuentre calificado y preparado para realizar diversas actividades dentro del ente económico que ayuden a alcanzar todos los objetivos planteados y así poder lograr una ventaja competitiva.

En la actualidad la competencia entre las empresas esta cada vez más reñida, ya que todas luchan por obtener el mejor lugar dentro del mercado. Para conseguir tal objetivo se basan de diferentes estrategias para seguir creciendo y consolidarse como la mejor. Por medio de las ventajas competitivas las empresas pueden tener diversas características y así poder diferenciarse de las demás.

Existen diferentes estrategias para poder lograr una ventaja, estrategias que son implementadas en la actualidad por muchas empresas, ya que son de mucha ayuda para poder competir dentro del sector industrial y para que sus clientes los prefieran por sobre todos los demás competidores.

Aunque dichas estrategias son muy acertadas, creo que además de buscar obtener ventajas competitivas por medio del producto o servicio que se ofrece, es de vital importancia tomar en cuenta otros factores de la empresa como son el recurso humano.

Por ello una herramienta que nos ayudan a desarrollar las actitudes y aptitudes de nuestro personal es la capacitación. Esta herramienta por medio de diversas técnicas son básicas para el buen funcionamiento de las empresas pero que desafortunadamente no son aplicadas en muchas organizaciones.

La capacitación nos ayuda a desarrollar las habilidades con las que cuenta el personal pero que muchas veces estos no saben que cuentan con ellas. Su importancia radica en que es un proceso para el mejoramiento y crecimiento de las actitudes del recurso humano, por ello, no debemos dejar atrás esta opción para conseguir un óptimo funcionamiento en la organización.

La capacitación es una de las grandes inversiones que los socios de una empresa pueden hacer para el desarrollo de su personal, que esto a su vez los ayuda a lograr objetivos tanto para la empresa como para los individuos.

Cabe resaltar también que en la investigación se analiza las exportaciones de la empresa en estudio denominado Southern Cooper corporation ubicado en la provincia de Ilo, región Moquegua, la misma exporta productos como el cobre, molibdeno, plata y zinc.

El cobre forma parte de una cantidad muy elevada de aleaciones que generalmente presentan mejores propiedades mecánicas, aunque tienen una conductividad eléctrica menor. El cobre es un metal duradero porque se puede reciclar un número casi ilimitado de veces sin que pierda sus propiedades mecánicas.

Mientras el molibdeno es un metal plateado, tiene el sexto punto de fusión más alto de cualquier elemento. El molibdeno no se produce como el metal libre en la naturaleza, sino en varios estados de oxidación en los minerales. Industrialmente, los compuestos de molibdeno se emplean en aplicaciones de alta presión y alta temperatura, como pigmentos y catalizadores.

El presente documento constituye un estudio de la influencia de la capacitación del personal en el nivel de exportación de minerales de la empresa Southern Cooper Corporation. El objetivo de este trabajo es determinar la influencia de la capacitación del recurso humano en el nivel de exportación de minerales de la empresa para mejorar el desarrollo de habilidades y recursos organizacionales e incrementar la competitividad de la empresa, el mismo ha sido realizado en las áreas de exportaciones y patio puerto de la sede Ilo de la empresa en estudio.

Por tal motivo la investigación se ha estructurado en cuatro capítulos.

El capítulo I, comprende el fundamento teórico donde básicamente se exponen teorías, conceptualizaciones de las variables del estudio.

El capítulo II, contiene la metodología que implicará el proceso de investigación, desde el tipo de investigación, diseño, población e instrumentos de recolección y análisis de datos.

El capítulo III, corresponde a los resultados de la investigación

El capítulo IV, que contiene la comprobación de la hipótesis y finalmente las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

ASPECTOS GENERALES

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

A nivel internacional existe la preocupación por la lenta recuperación económica de los Estados Unidos y otras partes y esto puede hacer que los clientes de la empresa Southern desaceleren o reduzcan la compra de diversos tipos de productos como cobre en sus diversas presentaciones, molibdeno y otros, también es posible que se experimente ciclos de ventas un poco más lentos, dificultades para cobrar y menores precios.

El Perú es el tercer productor de cobre a nivel mundial, siendo un gran exportador de este metal. Sin embargo, a pesar de las expectativas positivas, el sector minería e hidrocarburos cayó en 0,9 % principalmente producto de la contracción del sector minería metálica. Si bien la caída fue de 4 %, esta fue atenuada por el avance del subsector hidrocarburos reportando un crecimiento de 18,1 %. El retroceso en la minería se explicaría por la persistente disminución de la producción de cobre, zinc, plomo y plata.

Como se sabe el sector minero contribuye al crecimiento económico del país de manera significativa, al ser un sector estratégico para nuestro país y mediante evidencia empírica se muestra que desde el año 1970 el sector minero tiene el protagonismo en materia de exportación, mostrando una tendencia creciente en todo el periodo de 1970-2010, con algunos altibajos por problemas económicos globales (por ejemplo la última crisis financiera internacional).

Cabe resaltar que la empresa Southern que es materia de estudio posee como características:

-Estructura organizacional y asignación de funciones inestable en el área comercial Lima y el área de exportaciones, ocasionando largos tiempos de espera para los transportistas.

-Asignación de material en caliente, no permitido en el procedimiento e instructivo de trabajo, ocasionado por los constantes cambios del programa de envíos.

-Constantes robos en carretera, originado por la falta de horarios de salida de camiones de Patio Puerto y la falta de supervisión de los mismos.

-Falta de actualización de datos de los conductores en el sistema comercial Hermes por el área de tráfico comercial, ya que no se brinda capacitaciones a personal de tráfico comercial - Lima sobre los procesos y tiempos de exportación.

-No se contacta al área de Tráfico Comercial para realizar las coordinaciones y validaciones de la siguiente información: choferes, placas, certificados de inscripción, número de camiones a cargar, etc.

-Descoordinación constante entre el área de Tráfico Comercial- Lima y la empresa transportista para la actualización de la base de datos del sistema Hermes. Los horarios para las diferentes etapas del despacho terrestre no se establecen a tiempo.

-Las capacitaciones tecnológicas necesarias para minimizar los márgenes de error no se brindan, falta de personal en turnos de madrugada y noche, además de eventuales robos internos.

Este análisis de la empresa permitirá identificar el grado de preparación del recurso humano para llevar a cabo las exportaciones y cuál es su obstáculo operativo, como se sabe aquella empresa vinculada a la exportación está

obligada a innovar para enfrentarse mejor a la competencia global y ésta debe ir enmarcada en capacitar a su personal para que éste sea eficiente en sus funciones, especialmente en las áreas que tienen que ver con ello como es el área comercial, área de operaciones de puerto y dentro de ello el área de exportaciones.

B. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

- PROBLEMA GENERAL

¿Cómo influye el recurso humano en la exportación de minerales de la empresa Southern Copper Corporation de la provincia de Ilo y región de Moquegua?.

- PROBLEMAS ESPECÍFICOS

¿Cómo es la capacitación del personal de la empresa minera Southern Copper Corporation de la provincia de Ilo y región de Moquegua?

¿Cuál es el nivel de exportación de minerales de la empresa Southern Copper Corporation de la provincia de Ilo y región de Moquegua?

C. OBJETIVOS

- OBJETIVO GENERAL

Determinar la influencia de la capacitación del recurso humano en el nivel de exportación de minerales de la empresa Southern Copper Corporation de la provincia de Ilo y región de Moquegua, para mejorar el desarrollo de habilidades y recursos organizacionales e incrementar la competitividad de la empresa.

- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Analizar la capacitación del personal de la empresa minera Southern Copper Corporation de la provincia de Ilo y región de Moquegua para una mejor utilización de los recursos organizacionales en las diferentes áreas de la empresa.

Analizar el nivel de la exportación de minerales de la empresa Southern Copper Corporation de la provincia de Ilo y región de Moquegua para conocer las formas de comercialización de los distintos minerales y los mercados a los cuales abastece.

D. IMPORTANCIA Y ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación es importante porque se analizará al recurso humano de la empresa en estudio como base productiva, ya que es la encargada de los bienes a comercializar, trámites en exportaciones, conocimiento y manejo de software comerciales, conocimiento del producto a comercializar, competencia directa e indirecta y toda información relevante al producto que permita a la empresa elevar los niveles de exportación de minerales.

También a través del desarrollo de la presente investigación se analizó la evolución de las exportaciones durante los últimos cinco años, se demostró la importancia que tiene el recurso humano como factor que afecta la exportación de minerales en la empresa Southern Copper Corporation, para que la misma tome las precauciones que el caso requiera.

Cabe resaltar que la falta de capacitación como parte de una cultura exportadora y la motivación del personal de los diversos departamentos hace que no exista el compromiso de todos sus integrantes sobre todo en el área de exportación. Por ello se manifiesta que antes de conquistar el mercado externo hay que conquistar al compañero de escritorio de al lado (el principal

competidor), por ello se manifiesta que “Es más difícil vender la idea de exportar en la empresa que vender el producto en el mercado externo”. En ocasiones, su peor contrincante puede compartir el mismo escritorio que usted.

Cabe resaltar que se detectó serios problemas en la fase de exportación especialmente en el área de patio puerto, por tanto esta experiencia permitió una adecuada elaboración del estudio y tratamiento de la información, a fin de aportar en el conocimiento de la situación y determinar el factor que afecta la variable dependiente.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN

Según Bello, (2012) en la investigación denominado “El resultado de la evaluación sobre el impacto del incremento de las exportaciones en el crecimiento económico del Perú en el periodo 1970 – 2010”, tuvo como objetivo mostrar bajo qué modelo de desarrollo el Perú ha tenido mayores logros; ya sea a través de un modelo de economía cerrada con crecimiento hacia adentro (sustitución de importaciones), periodo comprendido entre 1970 y 1990, o a través de un modelo de economía de promoción y apertura comercial con crecimiento hacia afuera (pro exportador), periodo comprendido entre 1990 - 2010. Concluye que el incremento de las exportaciones tuvo un impacto positivo en el crecimiento económico del Perú; y ello permitirá optimizar la Política Exportadora para un mayor impacto en el desarrollo del país.

También Percca (2012), en la investigación denominado “Estructura minera exportadora del Perú y el crecimiento 1995-2005”, concluye que el efecto es positivo de la actividad minera en el desarrollo económico del país, principalmente en el aumento de las exportaciones de manera considerable en los últimos tres años del periodo de estudio y su consecuente generación de divisas por efecto de alza de precios en el mercado internacional de la mayoría de los productos mineros, lo que ha permitido el alivio de la Balanza de Pagos así como del crecimiento económico.

Esta situación favorable que atraviesa la actividad minera no evidencia un claro impacto real en la generación de empleo directo e indirecto así como en el proceso de desarrollo local y regional en donde se ubican los centros mineros.

Además concluye que la extracción y exportación de productos mineros producen disminución en reservas mineras, cuyo promedio de estas son de treinta años y que son de característica no renovable.

Impacto Económico de la actividad minera en el Perú, documento elaborado por Macroconsult (2008); destaca la participación de la minería en recursos fiscales (ingresos tributarios) y exportaciones (alrededor del 40 % y 60 % del total respectivamente), que a nivel de producción significa sólo el 6 % del PBI, y que la minería es una actividad intensiva en capital. Se concluye en el estudio que los ingresos per-cápita en un distrito minero es mayor en S/. 126 nuevos soles mensuales al de un hogar en un distrito no minero, así como la tasa de analfabetismo es menor en donde está presente la actividad minera. Con respecto a la desnutrición infantil en las localidades minera es menor el porcentaje del mismo (40.7 %) en comparación al 44.7 % de las localidades no mineras.

1.2. BASES TEÓRICAS

1.2.1. CAPACITACIÓN

Existen diversos puntos de vista sobre lo que significa el concepto de capacitación, a continuación se muestran algunas definiciones de diversos autores: “La capacitación se refiere a los métodos que se usan para proporcionar a los empleados nuevos y actuales, las habilidades que requieren para desempeñar su trabajo” (Dessler, 2001).

“Adquisición de conocimientos, principalmente de carácter técnico, científico y administrativo” (Arias, 1990)

“Es el conjunto de actividades encaminadas a proporcionar conocimientos, desarrollar habilidades y modificar actitudes del personal de todos los niveles para que desempeñen mejor su trabajo” (Rodríguez, 1991)

“Consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador” (Siliceo, 1982).

Cada autor maneja de distinta manera el concepto de capacitación pero en términos generales este concepto siempre va encaminado a un solo objetivo que es el desarrollar las habilidades personales e intelectuales con las que cuenta cada individuo en una organización para poder llevar a cabo las actividades requeridas en su trabajo diario. La capacitación es un concepto el cual como administrador debemos conocer y manejar ya que, parte de nuestras tareas dentro de una empresa será el capacitar al personal para que podamos cumplir con los objetivos que la empresa persigue y así poder conseguir el desarrollo y crecimiento de esta misma, además de que contemos con empleados calificados y aptos para desarrollar distintas funciones.

1.2.1.1. IMPORTANCIA DE LA CAPACITACIÓN

La capacitación de personal es un proceso que se relaciona con el mejoramiento y el crecimiento de las aptitudes de los individuos y de los grupos que forman parte de la organización. La importancia de la capacitación de personal no se puede subestimar.

Con frecuencia los directivos consideran que es viable en tiempos de bonanza económica, pero que es lo primero que se debe reducir o eliminar cuando hay problemas económicos. A menudo, esta visión a corto plazo ocasiona que las organizaciones sufran las consecuencias a largo plazo.

Según Rodríguez (1991) la importancia de la capacitación radica en que esta:

- Ayuda a la organización. Conduce a una mayor rentabilidad y fomenta actitudes hacia el logro de los objetivos organizacionales.

- Ayuda al individuo. Da lugar a que el trabajador interiorice y ponga en práctica las variables de motivación, realización, crecimiento y progreso.
- Ayuda a las relaciones humanas en el grupo de trabajo. Fomenta la cohesión en los grupos de trabajo mediante la mejora de las comunicaciones entre grupos e individuos.

En resumen la capacitación es de suma importancia para cualquier empresa, ya que para poder desarrollarse y consolidarse dentro del mercado, es necesario que nuestros trabajadores tengan capacidades suficientes para realizar todas las funciones y actividades que nuestra empresa requiera para que día tras día se lleven a cabo las operaciones que la mantienen de pie. Debemos ver a la capacitación no como una obligación, sino, como una necesidad de prepararnos cotidianamente para poder mejorar en distintos aspectos laborales, y que nuestros trabajadores crezcan junto con la empresa.

1.2.1.2. MODELOS DE EVALUACIÓN DE CAPACITACIÓN

Los modelos más populares para evaluar la capacitación son:

1° El enfoque de Parker: Divide la información de los estudios de evaluación en cuatro grupos: desempeño del individuo, desempeño del grupo, satisfacción del participante, conocimiento obtenido por el participante.

2° El enfoque de R. Stake: Se lo conoce como modelo de Evaluación Respondiente, consiste en una evaluación que promueve que cada uno de los individuos intervinientes se mantenga abierto y sensible a los puntos de vista de los otros, y a la vez los cuestione desde su propio punto de vista.

3° El enfoque de Donald Kirkpatrick: Es el más conocido y utilizado, especialmente en su nivel de reacción. Maneja cuatro niveles de medición para determinar qué datos deben recolectarse: reacción, aprendizaje, comportamiento y resultados.

Para Kirkpatrick la razón central para evaluar un programa es comprobar su efectividad. Expresa que existen tres razones para evaluar:

- a.- Justificar la existencia del departamento de capacitación mostrando como contribuye a los objetivos de la organización.
- b.- Para continuar o discontinuar un programa.
- c.- Para obtener información sobre cómo mejorar futuros programas.

Presenta un modelo de evaluación de la capacitación (entrenamiento) en cuatro niveles. Los cuatro niveles representan una secuencia de formas de evaluar programas. Cada nivel es importante y tiene impacto en el siguiente nivel. Advierte que ninguno de los niveles debería ser omitido para ir al nivel que el entrenador considera más importante.

La metodología propuesta por Kirkpatrick abarca cuatro etapas que son:

Nivel I.- Reacción. En este nivel se mide la satisfacción de quienes reciben la capacitación y se hace una evaluación que tiene el propósito de mejorar futuros procesos de capacitación. Quien realiza la evaluación de esta etapa recoge información sobre la satisfacción de los participantes acerca de los componentes que participan en el proceso, es decir, forma de impartición empleada por el profesor/facilitador, calidad de los medios utilizados, materiales de apoyo y textos empleados, características del local y claridad en las explicaciones, entre otros. Este nivel tiene una utilidad limitada, pues no proporciona evidencias sobre la eficacia del proceso.

Nivel II.- Aprendizaje. El segundo nivel está dirigido a medir los conocimientos adquiridos por los alumnos durante el desarrollo del curso. Aquí destaca la relevancia de la comparación antes después para ayudar en esta medición, para lo cual se emplean diferentes métodos, como la realización de pruebas de control antes y después de la acción capacitadora, entrevistas con los participantes, encuestas, etc. Los instrumentos que se aplican en este nivel deben determinar el grado de asimilación de los contenidos por parte de los participantes. En este nivel es necesario medir el cumplimiento de los objetivos a cubrir en el aula. Los autores

de este trabajo hemos empleado, con resultados especialmente satisfactorios, preguntas iniciales acerca de si los participantes conocen mucho, poco o nada del tema objeto de capacitación y preguntas tipo verdadero, falso, no sé, de los contenidos esenciales vinculados con los objetivos que primero fomentan el debate y luego permiten que cada participante pueda evaluar por sí mismo, al final del proceso, los cambios acaecidos en sus conocimientos sobre el tema.

Nivel III.- Comportamiento. Este tercer nivel se propone medir si quienes recibieron el curso son capaces de aplicar en su trabajo los conocimientos adquiridos. Como ya se planteó el proceso de asimilación requiere de algún tiempo, “Tenemos que tener en cuenta que esto lleva tiempo y por tanto se deberá esperar, entre tres y seis semanas, hasta poder hacer una valoración adecuada, realizada mediante entrevistas y/o cuestionarios además de la observación del desempeño laboral por parte del equipo directivo”.

Los resultados en este nivel aconsejarán los ajustes que será necesario introducir al programa de capacitación para futuras ediciones.

Nivel IV.- Resultados. Este último nivel se dirige a la medición de los objetivos de la acción de capacitación en términos de si se emplean de forma efectiva en la entidad y para ello, se pueden realizar exámenes y entrevistas. En este nivel deben emplearse indicadores económicos y de medición de la calidad, entre otros. Hay que tener presente el vínculo que debe establecerse entre los procesos de capacitación y la satisfacción del cliente. También en este nivel se requiere algún tiempo para la ejecución de las pruebas y su objetivo es

evaluar precisamente el impacto logrado en la mejora del desempeño. Los resultados de los cuatro niveles analizados, cada uno de acuerdo a sus características, deberán quedar registrados en la evaluación del desempeño. De forma bastante extendida, en la práctica las evaluaciones del desempeño se circunscriben a lo acontecido en los dos primeros niveles.

Los dos primeros niveles del modelo de Kirkpatrick son más fáciles de evaluar, en tanto los dos siguientes resultan más complejos, especialmente en términos tan intangibles como argumentar la respuesta a la pregunta ¿Hasta qué punto lo aprendido ha generado nuevos valores compartidos por los miembros de la entidad? De hecho muy pocas organizaciones evalúan los niveles tercero y cuarto.

El enfoque CIRO (Context, Inputs, Reaction, Outputs): Creado por Peter Warr, Michael Bird y Neil Rackham. Tiene un enfoque más amplio que el de Kirkpatrick y considera a la evaluación como un proceso continuo, el cual inicia con la identificación de necesidades y termina con el proceso de capacitación. Su idea central es que la capacitación debe ser un sistema autocorrectivo, cuya meta es provocar el cambio en la gente. Maneja cuatro categorías de estudios de evaluación: del contexto, de las entradas, de la reacción y de los resultados.

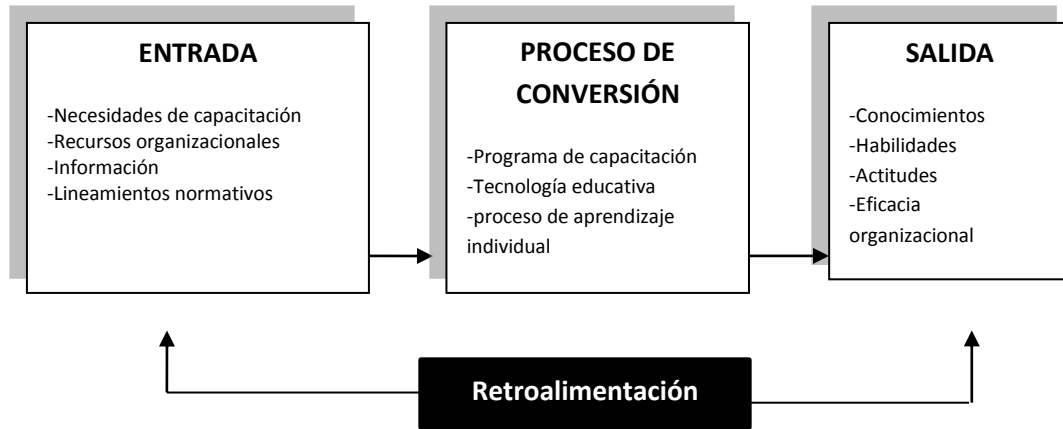
También se advierte autores que han incorporado en sus discursos las visiones más recientes desarrolladas por la investigación evaluativa y las técnicas de gestión y planificación estratégica como Kaplan y Norton (1996) que desarrollan el modelo de "The balanced scorecard": buscan balancear el gerenciamiento del negocio a través de la

medición a lo largo de cuatro diferentes perspectivas: financiera, del cliente, del proceso interno del negocio, del aprendizaje y crecimiento. Sugieren que la medición de la innovación y el aprendizaje son tan importantes como las medidas financieras al evaluar la posición competitiva de las empresas.

1.2.1.3. SUBSISTEMA DE CAPACITACIÓN

La capacitación consiste en una secuencia programada de eventos que pueden ser visualizados como un proceso continuo. El subsistema de capacitación forma parte del sistema de personal, y sus componentes, de acuerdo con la teoría de sistemas, son entradas, procesos de conversión, salidas y retroalimentación. De manera específica, la organización como sistema abierto recibe determinados recursos humanos, los procesa a través de medios de convicción o influencia y trata de volverlos más adecuados a sus objetivos. Concebir la función de capacitación como un sistema permite enfocarla como una serie de fases encaminadas a dotar al personal de conocimientos, desarrollar habilidades y mejorar sus actitudes para el logro de objetivos individuales, de la organización y el área de trabajo (Rodríguez, 1998).

Figura 1: Subsistema de capacitación



Fuente: Rodríguez, 1998

1.2.1.4. OBJETIVOS DE LA CAPACITACIÓN

La capacitación busca lograr ciertos objetivos, los cuales se detallan a continuación, de acuerdo con Rodríguez:

Objetivo general de la capacitación. Conseguir adaptar al personal para el ejercicio de determinada función o ejecución de una tarea específica en una empresa determinada.

Objetivos particulares de la capacitación:

- ✓ Incrementar la productividad.
- ✓ Promover la eficiencia del trabajador, sea obrero, empleado o funcionario.
- ✓ Proporcionar al trabajador una preparación para desempeñar puestos de mayor responsabilidad.
- ✓ Promover un ambiente de mayor seguridad en el empleo.

- ✓ Ayudar a desarrollar condiciones de trabajo más satisfactorias mediante los intercambios personales que surgen durante la capacitación.
- ✓ Promover el mejoramiento de sistemas y procedimientos administrativos.
- ✓ Contribuir a reducir las quejas del personal y elevar la moral de trabajo.
- ✓ Facilitar la supervisión del personal.
- ✓ Promover ascensos con base en el merito personal.
- ✓ Contribuir a la reducción del movimiento de personal.
- ✓ Contribuir a la reducción de los accidentes de trabajo.
- ✓ Contribuir a la reducción de los costos de operación.
- ✓ Promover el mejoramiento de las relaciones humanas en la organización y de la comunicad interna.

Una vez definidos los objetivos de un programa de capacitación se procede a señalar los niveles de organización en los que se aplicara.

De acuerdo a Siliceo (1982) los fines básicos de la capacitación en las empresas son las de promover el desarrollo integral del personal y por lo tanto el desarrollo de la empresa y lograr un conocimiento técnico especializado, necesario para el desarrollo eficaz del puesto.

La capacitación se requiere a nivel operativo; es decir, la requiere el obrero, el maestro de taller, el auxiliar administrativo, el analista de sistemas y el supervisor.

El nivel administrativo desempeña un papel decisivo en cuanto a la capacitación. A este nivel le corresponde promover y participar en la planeación del programa de capacitación. Además del nivel operativo, la capacitación debe extenderse a los jefes de departamento, a los subgerentes y a los gerentes

de área, los cuales también requieren ser capacitados. Por supuesto que a nivel directivo también es necesario impartir la capacitación.

Tanto la capacidad como los conocimientos, la experiencia y la habilidad son necesarios para ocupar tal posición, provoca que este personal también requiera de capacitación (Romero, 2010).

1.2.1.5. TEORÍA DEL APRENDIZAJE Y PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN

Para que los programas de capacitación funcionen en condiciones óptimas es necesario tomar en cuenta lo siguiente: Aprender significa un cambio en relación con el estado anterior de individuo, y ese cambio puede producirse en los conocimientos, la comprensión, los hábitos, las habilidades, los intereses, las aptitudes o la percepción. Para que la capacitación produzca el cambio deseado en los estados internos y el comportamiento del personal, es necesario conocer las leyes del aprendizaje, así como las características socio psicológicas a través de las cuales actúan estas leyes y los principios en los que se debe basar la capacitación.

El aprendizaje humano se genera siguiendo las leyes que rigen este proceso, para Rodríguez (1991) las leyes de aprendizaje son las siguientes:

1. La ejercitación. Los individuos recuerdan con mayor claridad y durante más tiempo aquello que han repetido y ejercitado.

2. El afecto. La persona relaciona el éxito o el fracaso en la ejecución de una tarea o el grado de gratificación o frustración que le produce.
3. La primacía. El individuo recuerda claramente la primera experiencia que las sucesivas, aunque se produzcan en igualdad de condiciones, porque esta crea una impresión más fuerte e imborrable.
4. La intensidad. La persona aprende más de las vivencias asociadas con un impacto emocional porque estas producen un grado de excitabilidad más favorable para el aprendizaje que las experiencias rutinarias y monótonas.
5. La utilidad. La persona memoriza más rápido y fácil el conocimiento adquirido a medida que lo utiliza, y al hacerlo disminuye la probabilidad de que lo olvide. El personal sometido a un conjunto de influencias sociales que se reflejan en su conducta, presenta algunas características socio psicológicas que se deben tener en cuenta al impartirle capacitación.

1.2.1.6. BENEFICIOS DE LA CAPACITACIÓN

La capacitación es un medio eficaz para lograr el desarrollo de las empresas, su importancia radica principalmente en los múltiples beneficios que genera, de acuerdo con Tessin (1978) se encuentran los siguientes:

Beneficios de la capacitación hacia las organizaciones

- ✓ Conduce a rentabilidad más alta y a actitudes más positivas.
- ✓ Crea una mejor imagen.
- ✓ Mejora la relación jefes-subordinados.
- ✓ Ayuda en la preparación de guías para el trabajo.
- ✓ Agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas.
- ✓ Contribuye a la formación de líderes y dirigentes.
- ✓ Incrementa la productividad y la calidad del trabajo.
- ✓ Ayuda a mantener bajos costos en muchas áreas.
- ✓ Reduce la tensión y permite el manejo de áreas de conflicto.

Beneficios para el individuo que repercuten en la organización.

- ✓ Ayuda al individuo en la toma de decisiones y la solución de problemas.
- ✓ Forja líderes y mejora las aptitudes comunicativas.
- ✓ Incrementa el nivel de satisfacción con el puesto.
- ✓ Permite el logro de metas individuales.
- ✓ Desarrolla un sentido de progreso en muchos campos.

Beneficios en relaciones humanas, relaciones internas y externas y adopción de políticas.

- ✓ Mejora la comunicación entre grupos y entre individuos.
- ✓ Ayuda en la orientación de nuevos empleados.
- ✓ Proporciona información de las disposiciones oficiales en muchos campos.
- ✓ Alienta la cohesión de los grupos.
- ✓ Proporciona una buena atmosfera para el aprendizaje.
- ✓ Convierte a la empresa en un entorno de mejor calidad para trabajar y vivir en ella.

Por todo lo anterior, la capacitación debe verse ya no como un gasto sino una inversión que genera múltiples beneficios a la organización y a las personas que la conforman, ya que al desarrollar las capacidades del capital humano proporciona a la organización un beneficio, es decir, nos ayuda a mejorar el desempeño de los colaboradores y por ende el de la empresa (Romero, 2010).

1.2.1.7. CLASIFICACIÓN DE LA CAPACITACIÓN

Existen diferentes tipos de capacitación y se clasifican según diversos criterios:

1. Por su formalidad

- a. **Capacitación Informal:** Esta relacionado con el conjunto de orientaciones o instrucciones que se dan en la operatividad de la empresa, aquí se puede dar una retroalimentación constructiva que puede mejorar el

desempeño de un colaborador de una manera mas efectiva que la capacitación formal.

b. Capacitación Formal: Es aquella que se ha programado de acuerdo a las necesidades de capacitación específicas que se presentan en la empresa. Pueden durar desde un día hasta varios meses, según le tipo de curso, seminario, taller, etc.

2. Por su naturaleza

a. Capacitación de orientación: Es la que se da para familiarizar a nuevos colaboradores de la organización.

b. Capacitación vestibular: Es un sistema simulado, en el trabajo mismo.

c. Capacitación en el trabajo: Como su nombre lo indica es aquel que se practica en el trabajo.

d. Entrenamiento de aprendices: Periodo formal de aprendizaje de un oficio.

e. Entrenamiento técnico: Es un tipo especial de preparación técnica del trabajo.

f. Capacitación de supervisores: Aquí se prepara al personal de supervisión para el desempeño.

g. De funciones gerenciales.

h. Otros tipos: Cualquier situación poco usual no incluida anteriormente.

3. Por su nivel ocupacional

- a. Capacitación de operarios
- b. Capacitación de obreros calificados
- c. Capacitación de supervisores
- d. Capacitación de jefes de línea
- e. Capacitación de gerentes

De acuerdo con Romero (2010) la capacitación se divide en 3 áreas:

1. **Capacitación para el trabajo.** Se imparte al trabajador que va a desempeñar una nueva función por ser de nuevo ingreso, o por promoción o reubicación dentro de la misma empresa.
 - a. Capacitación de pre ingreso: Se realiza con fines de selección, por lo que se enfoca en proporcionar al nuevo personal los conocimientos necesarios y desarrollar las habilidades y destrezas que necesita para desempeñar las actividades del puesto.
 - b. Inducción: Consiste en un conjunto de actividades para informar al trabajador sobre los planes, objetivos y las políticas de la organización para que se integre al puesto, al grupo de trabajo y a la organización.
 - c. Capacitación promocional: Es el conjunto de acciones de capacitación que dan al trabajador la oportunidad de alcanzar puestos de mayor nivel de autoridad, responsabilidad y remuneración.

2. **Capacitación en el trabajo.** La conforman diversas actividades enfocadas a desarrollar habilidades y mejorar actitudes del personal respecto a las tareas que realizan. En ellas se conjuga la realización individual con la consecución de los objetivos organizacionales.

a. Adiestramiento. Consiste en una acción destinada al desarrollo de las habilidades y destrezas del trabajador con el propósito de incrementar la eficiencia en su puesto de trabajo.

b. Capacitación específica y humana. Consiste en un proceso educativo, aplicado de manera sistemática, mediante el cual las personas adquieren conocimientos, actitudes y habilidades en función de objetivos definidos.

3. **Desarrollo:** Este comprende la formación integral del individuo y específicamente la que puede hacer la empresa para contribuir esta formación.

a. Educación formal para adultos. Son las acciones realizadas por la organización para apoyar al personal en su desarrollo en el marco de la educación escolarizada.

b. Integración de la personalidad. La conforman los eventos organizados para desarrollar y mejorar las actitudes del personal, hacia si mismos y hacia su grupo de trabajo.

c. Actividades recreativas y culturales. Son las acciones de esparcimiento que propicia la empresa para los trabajadores y su familia con el fin de que se integren al grupo de trabajo, así como el que desarrollen su sensibilidad y capacidad de creación intelectual y artística.

1.2.1.8. EL PROCESO DE LA CAPACITACIÓN

La capacitación en si es un proceso mediante el cual se proporcionan los medios para hacer posible el aprendizaje.

El aprendizaje es la manifestación que surge del individuo como resultado de sus esfuerzos. Con la capacitación se busca orientar esas experiencias de aprendizaje en sentido positivo y benéfico, así como complementarlas y reforzarlas con una actividad planeada para que el personal de todos los niveles de la empresa pueda incrementar sus conocimientos más rápidamente y adoptar las actitudes y habilidades que requiere tanto para su propio beneficio como para el de la organización.

El enfoque de sistemas nos permite observar los procesos como una suma integrada de partes y ver la totalidad de cada proceso en relación con el medio.

Nos proporciona, además, una conciencia mayor de la complejidad del aprendizaje.

Es así como el proceso de capacitación sigue una secuencia lógica de eventos, los cuales constituyen un proceso continuo centrado en los objetivos básicos de la capacitación de personal:

- Enseñanza orientada a los objetivos organizacionales.
- Cambio de comportamiento.

La naturaleza del proceso de capacitación, aunque sea considerada como una serie de eventos o fases para la adquisición de habilidades, conocimientos y actitudes, sugiere un modelo de sistema abierto. Es decir, recibe y genera influencias de y en aquello con lo que está involucrado (Calderón, 1995).

Determinación de las necesidades de capacitación

El primer paso del proceso de capacitación consiste en detectar las necesidades de información de un área o habilidades de un trabajador o grupo de trabajadores de la empresa, con el fin de determinar en donde o quien requiere más conocimientos para aumentar la productividad organizacional.

a) Análisis de las necesidades de capacitación

Calderón (1995) sugiere que la determinación de las necesidades de capacitación de una empresa contenga tres tipos de análisis: organizacional, de funciones y de personas.

El análisis organizacional se centra principalmente en la determinación de los objetivos organizacionales, así como en los recursos con que cuenta la empresa, la fuente de estos y sus relaciones con los objetivos.

El análisis de funciones se enfoca en la tarea o el trabajo, sin tomar en cuenta como se desempeña el empleado al realizarlo. Señala como se debe comportar el trabajador para realizar su tarea en forma eficaz. El análisis se centra en la tarea y no en el individuo que la desempeña.

El análisis de personas examina el conocimiento, las actitudes y las habilidades del individuo que ocupa cada puesto, y determina qué tipo de conocimientos, actitudes o habilidades debe adquirir y que tipos de modificaciones debe hacerse a su comportamiento.

b) Proceso de determinación de las necesidades

La elaboración y ejecución de programas de capacitación requiere realizar un estudio en la empresa para conocer los antecedentes en los que se basaran, de tal manera que se logre el objetivo de incrementar la productividad, el cual influirá en la reducción de tiempos y costos, y en el aumento de la calidad del trabajo, así como en el desarrollo óptimo de los recursos humanos.

Las necesidades de capacitación se pueden determinar de dos maneras:

1. Planear de manera formal las necesidades de recursos humanos, es decir, determinar cuántos trabajadores nuevos se necesitaran en el periodo que abarque la planeación, en que fechas aproximadas y con qué aptitudes. Para esto se deben considerar las necesidades derivadas de los nuevos proyectos de la institución, así como las necesidades derivadas del

propio crecimiento. Se necesitara también obtener un censo cualitativo y cuantitativo de los recursos humanos de la institución, ya que el conocimiento y comparación de estos aspectos permitirá detectar las necesidades reales de capacitación.

2. Reunir la información que puede manejarse como indicador de las necesidades de capacitación, tales como solicitud de la dirección, planeación estratégica, entrevista, análisis de actividades, encuesta, calificación de meritos, observaciones directas, pruebas o exámenes, reuniones de grupos y registros de personal.

De las dos maneras para determinar las necesidades, la más económica es la segunda, por eso es la que se usa con más frecuencia, aunque lo ideal es que se utilicen las dos.

Sin importar cuál de las dos maneras se utilice, el primer paso consiste en recabar la información. Después se clasifica para codificar la información útil y desechar la que no lo sea; posteriormente se elaborara un diagnostico tentativo, el cual se validara con los jefes de las áreas afectadas y se realizaran los ajustes necesarios.

Una vez validado, se procederá a elaborar el diagnostico definitivo. Después de identificar las necesidades de capacitación se organizaran en orden de importancia y se procederá a elaborar los programas de capacitación.

c) Diseño del programa de capacitación

Una vez que se conocen las necesidades específicas de capacitación para cada persona o grupo se procede a la siguiente fase del proceso, que es la elaboración de uno o varios programas de capacitación planeados específicamente para cubrir dichas necesidades (Rodríguez, 1995).

d) Desarrollo de un programa de capacitación

El éxito de un programa de capacitación depende de que se hay planeado y preparado adecuadamente, la preparación cuidadosa ayudara a:

- ✓ Lograr el máximo beneficio para los participantes
- ✓ Darle al programa importancia y validez
- ✓ Aumentar la seguridad en si mismos a los instructores encargados de impartir el programa.

e) Objetivos

El primer paso para elaborar un programa de capacitación consiste en determinar los objetivos del programa.

Los objetivos son las metas que se deben alcanzar, es decir, las expresiones claras de los propósitos. Una vez determinados los objetivos del programa hay que tenerlos siempre presentes durante todo el proceso de planeación y ejecución de las sesiones.

Los objetivos deben expresarse, por escrito, en términos de desarrollo de habilidades, conocimientos, comprensión,

apreciación y actitudes, de manera que los participantes comprendan lo que se espera de ellos. Al exponer los objetivos por escrito se deben utilizar palabras como resolver, identificar, listar y comparar, que dan la idea de conductas cuantificables u observables (Tessin, 1978).

f) Contenido del programa

Con base en los objetivos determinados:

- ✓ Se seleccionan y jerarquizan los puntos que el alumno deberá aprender.
- ✓ Se programan las actividades que profesor y alumno llevaran a cabo.
- ✓ Se toman en cuenta todos aquellos recursos y ayudas técnicas educativas.
- ✓ Se establecen los medios y las técnicas con las que se evaluara el aprendizaje.

1.2.1.9. Modificación de las relaciones interpersonales

Con los programas de capacitación se puede impartir el conocimiento necesario al personal, pero si no se cuenta con la cooperación de algunos factores personales, experimentales y ambientales, no se producirán cambios en el comportamiento.

En primer lugar, el trabajador debe estar dispuesto a recibir la capacitación y tener la capacidad para cambiar su comportamiento. En segundo lugar, para conseguir que el comportamiento del trabajador cambie mediante la

capacitación es necesario que este posea un cierto grado de apertura de criterio.

Según M. Rokeach (1960) un criterio abierto es la capacidad que poseen ciertos individuos de recibir, dirigir y aceptar ideas nuevas de fuentes externas.

Dos factores que tienen gran influencia sobre la eficacia de un programa de capacitación son los experienciales y ambientales.

Los factores experienciales, que se originan en instituciones como la familia, la escuela, etc., inciden de manera importante en la formación de los sistemas de valores.

Otra fuente de factores experienciales es la organización formal, la que, por medio de la estructura organizacional, origina valores como la autoridad, la responsabilidad, la división del trabajo.

Los factores ambientales surgen del entorno del trabajador y crean necesidades de capacitación que hay que satisfacer para que los grupos de trabajo funcionen adecuadamente.

En resumen, el comportamiento se puede modificar mediante la interacción adecuada de los factores experienciales y ambientales en el programa de capacitación (Tessin, 1978).

1.2.2. Teoría de las exportaciones

La importancia de la exportación se vincula a los beneficios sustanciales que los gobiernos y las empresas obtienen de esta actividad. Al nivel gubernamental, la exportación proporciona economías con prosperidad social y desarrollo, genera intercambio internacional para apoyar otras actividades económicas, e incrementa las oportunidades de empleo.

Al nivel empresarial, la exportación contribuye a mejorar la innovación y el desarrollo; incrementa las habilidades organizacionales y directivas; diversifica el riesgo de la empresa, asociado a sus actividades en el mercado doméstico; facilita la mejor utilización de los recursos organizacionales; e incrementa la posición financiera y competitiva de la empresa (Czinkota, 2003).

El primer paso para averiguar si la empresa tiene los mínimos requisitos para poder exportar o si todavía debe ajustar su propia competitividad, es realizar un chequeo para medir por cuánto anda su “vocación internacional”. De forma muy practica si el empresario que quiere exportar visita la feria más importante de su sector podrá en corto tiempo autoevaluarse sobre su nivel de competitividad internacional (Cueva, 2012).

No es suficiente tener un departamento de exportación (cuando hay) para exportar. Es indispensable que toda la empresa desde la recepcionista hasta la dirección general esté consciente que tratar con el mercado externo es muy distinto, porque podrá haber exigencia de plazos distintos (departamento de producción) calidad distinta (departamento técnico), materia prima y componentes más

competitivos a nivel de calidad y precios (departamento de compras), pagos y financiamiento (departamento administrativo-financiero), hablar otros idiomas (departamento de reclutamiento de personal), etc. Si no hay esta sincronía interna, para el jefe de exportación será más difícil vender la idea de la exportación en la empresa que vender el producto en el exterior pues su primer competidor será su colega de otro departamento que le va a oponer resistencia al cambio.

Como se sabe las exportaciones mineras han crecido sostenidamente en el periodo 2001-2011, con un pequeño retroceso en el año 2009 debido a la crisis financiera internacional que redujo la demanda de parte de los principales socios comerciales del país. En el Gráfico 1 se puede observar que en el período de análisis se observan dos tendencias, hasta el año 2008 se da un crecimiento sostenido de las exportaciones mineras y del peso de las mismas en el total de exportaciones del país. A partir del año 2009, las exportaciones mineras cayeron y luego recuperaron su tendencia de crecimiento de largo plazo, pero el peso que tenían dentro del total de exportaciones ha oscilado alrededor de 60 % (Bello, 2012).

Al respecto, en el año 2011 se exportaron minerales hasta por US\$ 27,361 millones, monto 7 veces superior al exportado en el 2001.

Gráfico 1: Exportaciones mineras miles de millones US\$ y porcentaje del total de exportaciones



Fuente: Banco Central de Reserva del Perú.

1.2.2.1. Modelos de la promoción de exportaciones

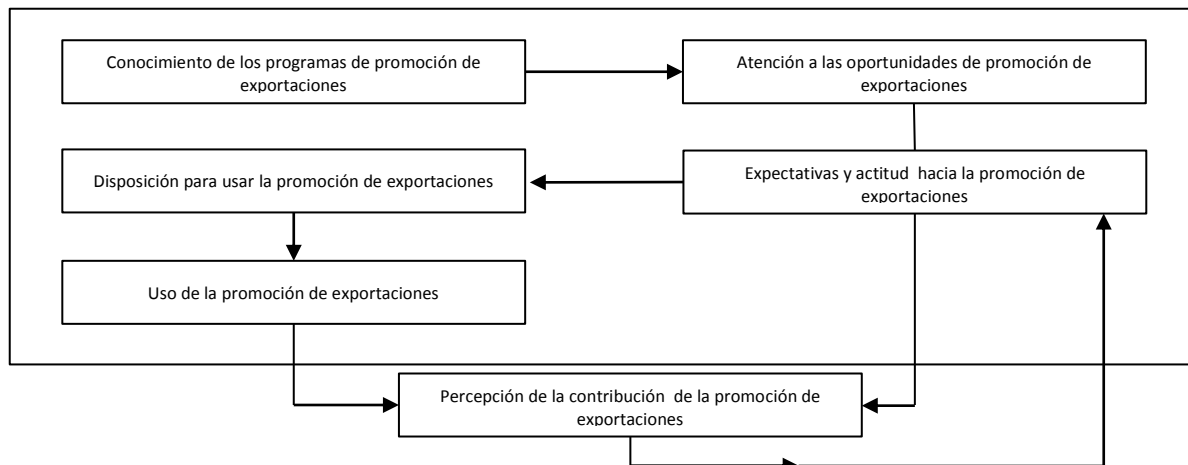
Los modelos de la promoción de exportaciones surgen a partir de la década de 1980, el autor Czinkota (2003) comenzó a investigar sobre ésta y el papel que juega en la conducta exportadora de la empresa. Esto, como consecuencia del consenso que, en general, existe sobre la complejidad de la empresa internacional y la carencia de conocimiento, las cuales pueden situar a la empresa en desventaja competitiva; particularmente, entre las Pymes que constituyen una importante y con frecuencia, la mayor parte de la estructura económica de muchas naciones.

a) Modelo de Diamantopoulos

La promoción de exportaciones es ofrecida por el gobierno de cada país, debido a la necesidad de asumirla para estimular las exportaciones, con el fin de mejorar la competitividad de las empresas en el mercado local y en los mercados exteriores y, disminuir el déficit de la balanza comercial. De esta manera, la necesidad de la promoción de exportaciones, depende del grado de expansión del comercio global de una nación y de la competitividad inherente al comercio con otras naciones (Diamantopoulos et al., 1993). El modelo propuesto por estos autores consiste en determinar los vínculos que existen entre el conocimiento, las expectativas y el uso de la promoción de exportaciones, a través de las diferentes etapas del proceso de desarrollo exportador.

El conocimiento de la promoción de exportaciones estaría asociado con la motivación e interés de la empresa para iniciar las exportaciones, derivados de la identificación de oportunidades en los mercados internacionales (1ª etapa). Luego, la empresa inicia la búsqueda de información sobre los programas y servicios de promoción de exportaciones, acordes con las necesidades concernientes a la iniciación de sus exportaciones (2ª etapa). Finalmente, la empresa requiere la asistencia en la conducción de la actividad exportadora para sostener sus ventas en los mercados exteriores (3ª etapa). Por consiguiente, la promoción de exportaciones debe ejercer influencia sobre la empresa, a través de todas las fases de su desarrollo exportador (Glave, 2002).

Figura 2. Modelo de jerarquía de respuesta a la promoción de exportaciones



Fuente: Diamantopoulos et al. (1993)

b) Modelo de Czinkota

Czinkota (1994) desarrolla un modelo a través del cual plantea la relación que existe entre la promoción de exportaciones y los resultados de la exportación de las empresas. A través de este modelo representa la estructura organizacional dividida en dos dimensiones: la organizacional y la directiva, las cuales se ilustran en la Figura 3. No obstante, estas dos dimensiones expuestas a las oportunidades y barreras del mercado internacional determinan el grado de implicación exportadora de la empresa que, a su vez, se reflejará en el resultado de la exportación, que puede ser medido de tres maneras diferentes:

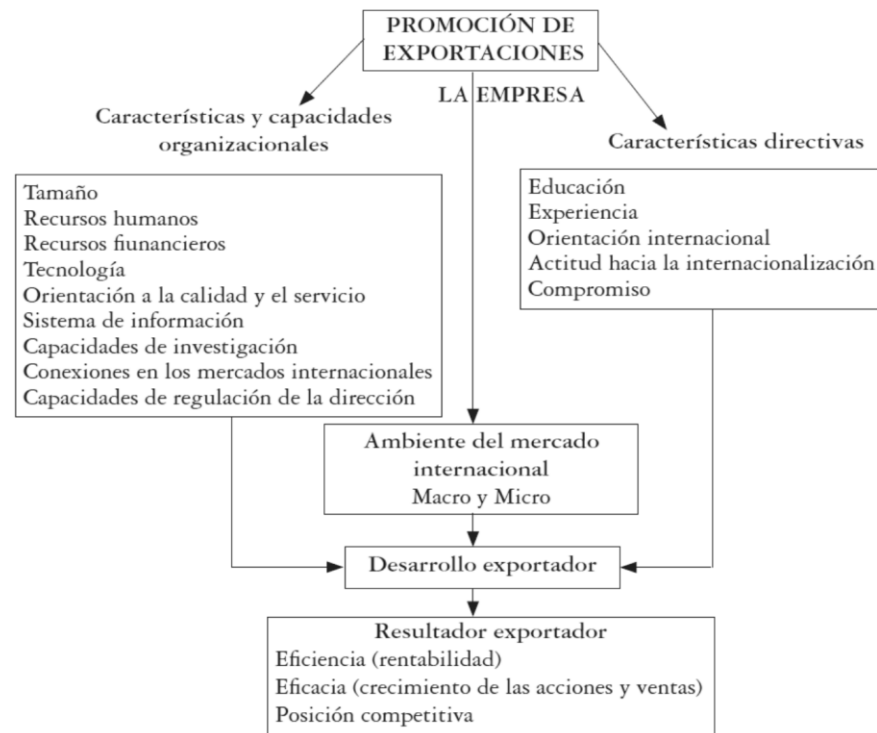
1. La eficiencia, que típicamente es medida a través de la rentabilidad de la exportación;

2. Eficacia, típicamente medida en términos del valor de las acciones y el crecimiento de las ventas; y
3. Posición competitiva, típicamente medida a través de la calidad total y la competencia de la empresa en las actividades de exportación.

De esta manera, el papel primordial de la promoción de exportaciones es mejorar las características y capacidades organizacionales y directivas, a través de un apoyo continuado en el desarrollo de los mercados internacionales, en términos de aprendizaje y aprovechamiento de las oportunidades del ambiente influencia indirecta. Así, la efectividad de la promoción de exportaciones se reflejará en la reducción del riesgo de la empresa y en el incremento de la rentabilidad de sus actividades de exportación.

Adicionalmente, Czinkota (1994) señala que el proceso del desarrollo exportador es visto como un proceso que va desde la motivación y la necesidad de información en la primera etapa; luego, continua con el entrenamiento sobre mecanismos de exportación; y por último y durante la tercera etapa, la empresa requiere asistencia en las comunicaciones, apoyo logístico y apoyo en las exportaciones hacia destinos más rentables.

Figura 3. Modelo estructural sobre la promoción de exportaciones y los resultados de la exportación.



Fuente: Czinkota (1994)

No obstante, el autor indica que durante la tercera etapa las empresas pueden interrumpir sus planes de expansión, debido al riesgo y a los costes asociados a estas actividades. Por lo tanto, la regulación de las exportaciones por parte del gobierno, el apoyo financiero y la asistencia en el desarrollo de los mercados internacionales pueden ayudar a las empresas a adoptar la exportación como una actividad regular. Por tanto, la promoción de exportaciones surte su mayor impacto cuando apunta hacia las necesidades de las empresas, durante su proceso de

desarrollo exportador, al lograr una reducción específica del riesgo o un aumento en las utilidades de éstas.

En este sentido, la promoción de exportaciones debe centrarse principalmente en las áreas donde existen inconsistencias entre el riesgo y los beneficios, y que producen vacíos en el mercado, así como en las características organizacionales y directivas que requieran mejoras. De otro modo, la promoción de exportaciones sólo apoyaría las exportaciones que habrían sucedido de todos modos. Todo esto requiere la implementación de mecanismos de medida y de criterios de evaluación que determinen la eficacia de las ayudas concerniente a los propósitos de la misma.

No obstante, tales medidas no deben basarse en el desempeño exportador de la empresa, sino, en la participación de la exportación, enfocada en el número de clientes, las transacciones y los países a los que exporta. En su conjunto, los modelos expuestos reflejan que los organismos que ejercen la promoción de exportaciones deben reconocer los diferentes motivos que tienen las empresas para iniciar y continuar las actividades de exportación, con el propósito de diseñar programas y servicios específicos, dirigidos a los distintos grupos de empresas, acordes con la carencia de recursos y habilidades –barreras internas para la exportación–, y con las características del ambiente doméstico e internacional barreras y estímulos externos (Czinkota, 1994).

1.2.3. LA EMPRESA SOUTHERN COPPER CORPORATION

1.2.3.1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA MINERA

Southern Copper Corporation, es una compañía que transforma recursos naturales, es un productor integrado de cobre y es la compañía más grande del Perú. A nivel mundial, está entre las 10 principales productoras privadas de cobre. La empresa fue fundada el 12 de diciembre de 1952 por cuatro compañías de los EEUU. Southern opera desde 1956 en el país y entre sus principales productos destacan el cobre, el molibdeno y la plata. Southern Perú cuenta con un equipo de trabajo de primer nivel, con personas laborando en Tacna (Toquepala), Moquegua (Cuajone e Ilo), Arequipa y Lima. En la sede principal de la compañía, funciona la oficina de la presidencia y otras dependencias administrativas. Allí se realiza la mayoría de las transacciones comerciales para la adquisición de materiales necesarios para la producción, así como las ventas de los productos de la empresa al mercado internacional.

- **Ilo:** En la provincia de Ilo, distrito de Pacocha, funciona la fundición de cobre, la planta de ácido sulfúrico, la refinería; en la misma provincia se encuentra el muelle industrial de la compañía.
- **Cuajone:** Esta ubicado en la provincia de Mariscal Nieto, distrito de Torata. Aquí funciona una mina, una concentradora y la planta de lixiviación.

- **Toquepala:** Situada en la provincia de Jorge Basadre, distrito de Ilabaya. Aquí funciona una mina una concentradora y la planta de SX/EW.
- Los productos de Southern son principalmente el cobre, molibdeno, plata y zinc.

- El cobre forma parte de una cantidad muy elevada de aleaciones que generalmente presentan mejores propiedades mecánicas, aunque tienen una conductividad eléctrica menor. El cobre es un metal duradero porque se puede reciclar un número casi ilimitado de veces sin que pierda sus propiedades mecánicas.

Mientras el molibdeno es un metal plateado, tiene el sexto punto de fusión más alto de cualquier elemento. El molibdeno no se produce como el metal libre en la naturaleza, sino en varios estados de oxidación en los minerales. Industrialmente, los compuestos de molibdeno se emplean en aplicaciones de alta presión y alta temperatura, como pigmentos y catalizadores.

Southern busca incrementar sus programas de expansión y modernización que ya se vienen ejecutando en los últimos años.

- **Disposición de relaves en Quebrada Honda:** Este proyecto busca aumentar la altura de la represa existente en Quebrada Honda para retener los futuros relaves (desechos tóxicos) de las moliendas de Toquepala y Cuajone que extenderá la vida esperada de esta planta en 25 años. La primera etapa y la construcción del sistema de drenaje para la represa lateral ya están terminadas.

Se está preparando los documentos para la licitación de la segunda etapa, que incluye la ingeniería y las adquisiciones para mejorar y aumentar el terraplén de la represa. El proyecto tiene un costo total presupuestado de \$66.0 millones, habiéndose gastado \$49.0 millones al 31 de diciembre de 2012.

- **Proyecto Tía María:** Southern continúa trabajando en un nuevo EIA (estudio de impacto ambiental) que cumplirá con los recientes lineamientos del gobierno sobre estos estudios, con el fin de lograr un acuerdo que sea mutuamente satisfactorio para todas las partes. Esperan remitirlo a las autoridades durante la primera mitad de 2013. También están trabajando con las partes interesadas con el fin de desarrollar un programa social para el beneficio de las comunidades locales. Confían en que esta iniciativa tendrá un efecto positivo en las partes interesadas y permitirá obtener la aprobación para el desarrollo de este proyecto cuprífero de 120,000 toneladas de producción anual. Se ha reprogramado el inicio del proyecto para el segundo trimestre de 2016.
- **Proyecto en Cuajone:** Al 31 de diciembre de 2012, Southern ha gastado \$136.6 millones en dos proyectos relacionados con los planes iniciales del proyecto. Se espera que ambos proyectos estén a capacidad plena en la segunda mitad de 2013. Cuando esté concluido, el proyecto aumentará la producción promedio de cobre en 22,000 toneladas por año.

- **Proyecto en Toquepala:** Al 31 de Diciembre 2012, Southern ha gastado \$231.8 millones en los proyectos de Toquepala. Estos gastos tienen como fin lograr ahorros futuros. La idea es incrementar la capacidad de molienda de la concentradora de 60,000 toneladas a 120,000 toneladas por día, generando una producción anual en 100,000 toneladas de cobre y 3,100 toneladas de molibdeno.

Como resultado de las protestas de algunos grupos comunitarios, el proceso de aprobación del EIA de este proyecto se ha retrasado. Estos grupos formulaban cuestionamientos sobre el uso y contaminación del agua. El 8 de febrero de 2013, Southern logró un acuerdo final con la provincia de Candarave, una de las tres provincias que colindan con la unidad de Toquepala, comprometiéndose a dar fondos por S/.255 millones (aproximadamente \$98 millones) para proyectos de desarrollo en la provincia. Asumiendo que no haya ningún retraso en el futuro, se estima que el proyecto estará programado para el primer trimestre de 2015.

1.2.3.2. VISIÓN

La visión de la empresa es mantener el liderazgo en la producción de Cobre en el Perú, empleando los recursos humanos más calificados, así como las instalaciones y procesos dotados de la mejor tecnología. Nos proponemos aprovechar las oportunidades para incrementar producción y productividad, reduciendo costos y contribuyendo a la mejora del entorno. Southern Copper Corporation avizora su desarrollo de la comunidad que la rodea, razón por la cual se

inspira en una filosofía de responsabilidad social y declara su fe en la gente y los recursos que el país ofrece.

1.2.3.3. MISIÓN

La misión de la compañía es obtener los mejores resultados económico-financieros con el uso eficiente de sus activos, mediante un crecimiento sostenido y observando altos niveles corporativos de cumplimiento en los aspectos ambiental, cívico y social.

1.2.3.4. ESTRATEGIA

La estrategia de Southern se basa en el enfoque de la producción de cobre, el control de costos, la mejora de la producción y el mantenimiento de una estructura de capital prudente para continuar siendo rentable en el sector que se desarrolla. Por ello, el directorio de SCC está tomando en consideración la importancia del patrimonio y los activos del mismo, la necesidad de continuar con el reconocimiento de la posición de la sucursal peruana con sus clientes locales e internacionales de cobre, la necesidad de preservar su prestigio, la posición y buen nombre en el mercado de cobre, y la necesidad de evitar cualquier pérdida posible de clientes, así como garantizar el flujo de ingresos provenientes de las ventas, sus ingresos financieros y económicos y solvencia.

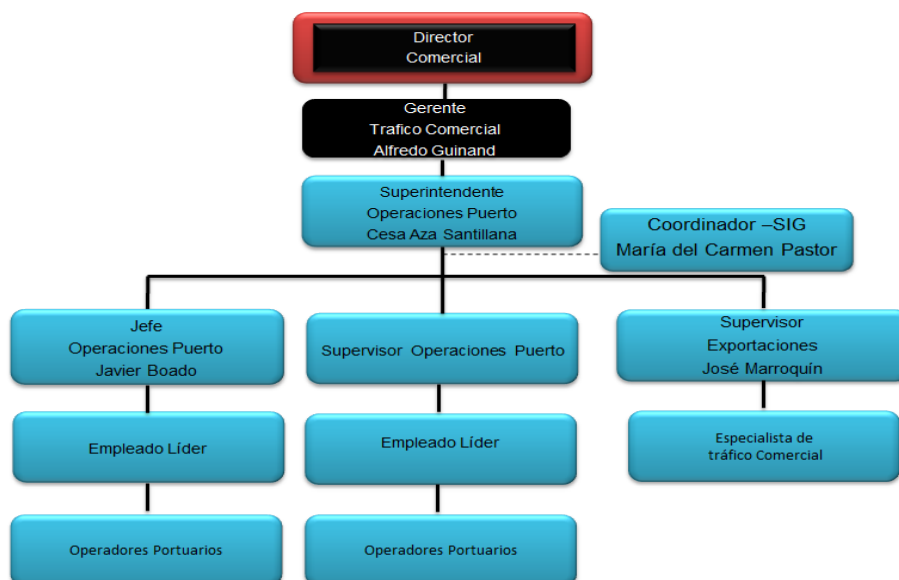
Ventajas competitivas

- ✓ Las más altas reservas de cobre en la industria minera.
- ✓ Excelentes proyectos de crecimiento orgánico.
- ✓ Operaciones integradas de bajo costo.
- ✓ Equipo gerencial experimentado.
- ✓ Actuación financiera sólida/grado de inversión.
- ✓ Excelente historia de dividendos.
- ✓ Buenos fundamentos a largo plazo de cobre y molibdeno

1.2.3.5. ORGANIGRAMA – PATIO PUERTO

En el siguiente gráfico se puede observar cómo se divide operaciones puerto, y el personal encargado de las diferentes áreas.

Gráfico 2: Organigrama de operaciones de patio puerto



Fuente: Área comercial de patio puerto de la empresa Southern Perú Copper Corporation

1.2.3.6. FUNCIONES

a. Superintendente operaciones puerto

- Gestionar y controlar el proceso de exportación y despacho local de cobre y subproductos.
- Gestionar los recursos necesarios para garantizar que las operaciones realicen eficazmente y eficientemente.
- Realizar las coordinaciones pertinentes con la gerencia comercial de tráfico, gerencia de cobre refinado y Subdirección de molibdeno y metales preciosos.
- Realizar las coordinaciones pertinentes cuando la carga sea embarcada por el muelle de ENAPU.
- Asegurar el cumplimiento del presente procedimiento.

b. Jefe de operaciones puerto

- Planificar, controlar, verificar y dirigir las operaciones de precintado de contenedores, asegurando que estas se realicen de manera segura, eficiente y ambientalmente responsable.
- Controlar y supervisar el desempeño del personal a su cargo.
- Asegurar el cumplimiento del presente instructivo.

c. Supervisor de exportaciones

- Planificar, controlar, verificar y dirigir los tramites de exportación y despacho local.
- Realizar la recepción del registro de producción al sistema comercial Hermes.
- Realizar el inventario físico de los productos terminados.
- Asignar los lotes de cobre y subproductos a una orden de embarque.
- Elaborar las guías de embarque y notas de empaque.
- Coordinar el pintado de los cátodos de cobre.
- Elaborar el reporte de Naves del mes.
- Elaborar las Guías de Remisión.

d. Especialista de tráfico comercial

- Realizar el inventario físico del cobre.
- Asignar los lotes de cobre y subproductos a una orden de embarque.
- Elaborar las guías de embarque y notas de empaque.
- Coordinar el pintado de los cátodos de cobre.
- Elaborar las guías de Remisión.

e. Empleado líder

- Supervisar las operaciones de precintado de contenedores asegurando que estas se realicen de manera segura, eficiente y ambientalmente responsable.
- Reportar al jefe de operaciones Puerto cualquier novedad presentada durante las operaciones.

- Asegurar que se ejecuten las operaciones de acuerdo al presente instructivo.
- Controlar y verificar que el personal a su cargo y personal contratista utilicen los equipos de protección personal.
- Verificar y controlar el correcto uso de maquinaria y equipos asignados a operaciones puerto.

f. Operadores portuarios

- Cumplir con las disposiciones del presente instructivo.
- Cumplir con las normas de seguridad establecidas en las operaciones.
- Operar los equipos en forma segura y responsable.

1.2.3.7. OPERACIONES MINERAS

Minado y concentración de la empresa

El mineral se extrae bajo el sistema de tajo abierto de los yacimientos ubicados en Toquepala y Cuajone, con una ley de cobre promedio de 0.73%.

Mina de Toquepala: Inicio sus operaciones en 1960. En la actualidad, mide 2092 metros de largo, 1770 metros de ancho y tiene una profundidad de 640 metros. Cuenta con 640.9 millones de toneladas de reservas minerales y 1732.2 millones de toneladas de reservas lixiviables.

Mina de Cuajone: Inicio sus operaciones en 1976. Mide 1609 metros de ancho, 1448 metros de largo y 640 metros de profundidad. Tiene reservas minerales por 1.153 millones de toneladas y 59.7 millones de toneladas de reservas lixiviables.

Concentración

En ambas minas se realiza los procesos de concentración del cobre. El material con mayor ley de mineral es enviado a las respectivas concentradoras, donde es pulverizado en gigantescos molinos operados por computadoras. Luego, el material es tratado para recuperar el cobre, formándose un concentrado con 26.8 % de cobre aproximadamente.

Fundición, Refinación y Lixiviación

Fundición

La fundición empezó a operar en 1960. Está ubicada a 17 Km. al norte de la Ciudad de Ilo. El concentrado es enviado por ferrocarril hasta la fundición de cobre en Ilo. Allí es fundido a mas de 1200 grados centígrados hasta obtener barras de cobre ampolloso o “blister” de 99.3 % de pureza. La fundición provee de materia prima a la refinería. El cobre blister producido por la fundición excede la capacidad de procesamiento de la refinería, y este exceso es vendido a otras refinерías alrededor del mundo.

Refinación

Alrededor del 90 % de la producción de “blister” es enviada a la refinería en Ilo, donde es vuelta a fundir. Luego, mediante un sistema electrolítico se convierte en cátodos de cobre de 99.99 % de pureza, aproximadamente. Este proceso se realiza en la refinería que fue comprada por Southern Perú al Estado Peruano en 1994 (Minero Perú). Esta adquisición convirtió a la empresa en un productor integrado y disminuyó el costo en efectivo de la compañía para producir cobre.

Lixiviación

Mediante la lixiviación se recupera cobre del material de baja ley acumulado en los botaderos de minas de Toquepala y Cuajone. A través de un proceso de electrodeposición, se obtiene cátodos de cobre de 99.999% de pureza, que cuentan con reconocimiento internacional.

1.2.3.8. Operatividad

Para alcanzar el mineral se debe remover la roca en el yacimiento, por lo que se perfora el terreno y se coloca una carga explosiva. Una vez fracturada la roca se procede en la concentradora, en el proceso de lixiviación (proceso para la obtención de cobre) o en programas de vegetación. Las minas a cielo abierto tienen forma cónica, por lo que para alcanzar el mineral de 15 mts. De altura, los que se encuentran comunicados por rampas o caminos a desnivel.

El mineral extraído es cargado en palas y depositado en enormes camiones, los que trasladan y depositan el material en vagones de ferrocarril para ser transportado a la planta concentradora.

El primer paso en la planta concentradora es el chancado. El mineral proveniente de la mina es triturado hasta alcanzar un tamaño cercano a media pulgada. Se inicia aquí el proceso de concentración, el cual consiste en la separación de los minerales de aquello que no tiene valor.

Posteriormente, el material triturado es trasladado a los molinos, donde las rocas son pulverizadas. En esta etapa del proceso se emplea agua, lo que permite liberar las partículas de cobre y molibdeno. Luego de la molienda se pasa la etapa de flotación, donde se obtiene el concentrado, partículas del mineral de cobre o molibdeno. El concentrado de cobre es

deshidratado mediante filtros de alta presión o con el uso de calor. Aquí culmina la operación minera. El concentrado obtenido de ser trasladado a la fundición para su posterior procesamiento.

La mayor parte de los concentrados de cobre son transportados a través de camiones o ferrocarril a nuestras fundiciones de la Caridad en México o de Ilo en Perú. Mediante el proceso de fundición, el cobre contenido se purifica adicionalmente hasta convertirse en una barra de metal con contenido de 99.7% de cobre, llamada ánodo.

Al llegar a la fundición, el concentrado es descargado y organizado en "camas" que servirán para alimentar la fundición.

El concentrado procedente de las minas es llevado a la fundición donde será sometido a temperaturas mayores a los 1,100 grados centígrados. En esta etapa el concentrado se ha convertido en cobre líquido.

La mata de cobre o cobre líquido contiene aproximadamente 65 % de cobre, se envía a los convertidores en donde se transforma en cobre ampolloso con contenido de cobre de 98% a 99% o cobre anódico con 99.7 % de cobre.

La etapa final del proceso de fusión del cobre es el modelo. El cobre líquido es vertido en moldes, donde una vez condensado se obtienen las barras de ánodos de cobre. Los ánodos pesan 435 Kg. y tienen una pureza de 99.7 % de cobre.

A continuación, los ánodos pasan por un control de calidad. Los que reúnen los estándares de la empresa son agrupados en paquetes de 10 unidades y trasladados por ferrocarril o por camiones hacia la refinería. Cabe señalar que en el mundo

también existe demanda de ánodos, por lo que aquellos que no son enviados a la refinera son transportados hacia los puertos para ser comercializados.

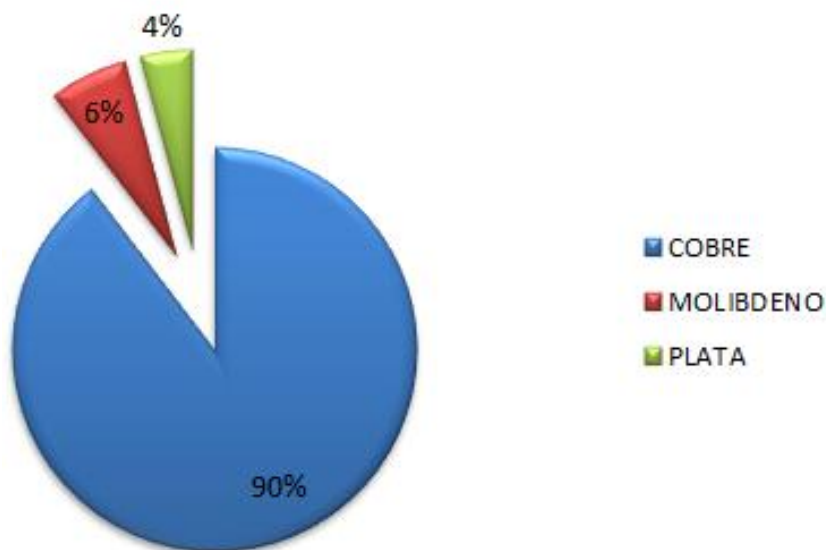
En la refinera, los ánodos son sometidos a un proceso de electro refinación, que consiste en introducirlos en tanques de ácido sulfúrico y sulfato de cobre. Luego se les aplica una carga eléctrica de baja intensidad y, mediante una solución química, el cobre de los ánodos migra hacia las placas de arranque, dejando impurezas en la solución. En adelante, al cobre contenido en las placas de arranque se le denominará cátodos, cuyo contenido es de 99.99 %.

La fase del embarque es la parte final del proceso minero metalúrgico, mediante la cual se despachan los principales productos concentrados, ánodos, catodos y alambrón, a través del ferrocarril o por camiones hacia los puertos de la empresa, en algunos casos, para su posterior embarque hacia los principales centros industriales del mundo.

1.2.3.9. Productos

Los principales productos metálicos de Southern son el cobre (89.6% de las ventas), molibdeno (6.3% de las ventas) y la plata (4.1% de las ventas).

Figura 4: Composición de las ventas de Southern Copper Corporation



Fuente: Reporte financiero Burkenroad-Southern Copper Corporation.

a. Metal básico (metal de utilidad general)

✓ Cobre

El cobre es un elemento químico de número atómico 29 y símbolo Cu. Es uno de los metales más importantes industrialmente. De coloración rojiza es dúctil, maleable y buen conductor de la electricidad.

Fue reconocido en el Perú desde la época PRE-incaica, pero su auge o importancia empieza el siglo actual. El cobre se produce en 2 empresas de gran minería: Centromín y Southern (cobre refinado) y en más de 30 empresas de la mediana minería (concentrados de cobre). La producción anual es de 450,000 TM de cobre fino.

✓ **Concentrados de Cobre (50-70 % de cobre)**

Producto obtenido a partir de un proceso de flotación de material de alta ley extraído de las minas, que contiene sulfuros de cobre, con contenidos de plata, oro, hierro y otros elementos insolubles 23 Cobre Anódico y Cobre Blister (99,5 % de cobre): son productos finales de las fundiciones, aún con contenidos de plata y oro, que se constituyen como la materia prima para la producción de cátodos en las refinerías electrolíticas. El ánodo es una plancha en forma de T de aproximadamente entre 300 y 450 Kg. Mientras que el blister es una plancha en forma de T (unos 800 kg) o en forma de panqué (unos 1 100 Kg) Cátodos de Cobre

✓ **Refinado (99,99 % de cobre)**

El cobre refinado en forma de cátodos, es producido a partir de ánodos o blisters bajo una denominación de cátodo electrolítico, o bien, a partir de la lixiviación de sulfuros de baja ley en las plantas bajo una denominación de cátodo electrowining (EW), y se utiliza para la fabricación de alambón, de cables y conductores, así como para diversos usos industriales, destacando las plantas denominadas como "Brass Mill" para la fabricación de tuberías y perfiles.

✓ **Ánodo de Ilo**

Plancha en forma de T de aproximadamente 435 Kg. Con 5 cm de ancho, 97.5 cm de alto y 95.5 cm de largo.

✓ **El cátodo Electrolítico**

Es una plancha en forma cuadrada de aprox. 1.0/1.1 m x 1.0 m con un peso de 132-185 kg. Aproximadamente por pieza, con un espesor de 3.0 a 3.5 cm. El Cátodo electrowinning es una plancha en forma cuadrada de aproximadamente 1.0 m por lado y peso variable entre 25 y 60 kg., con un espesor de aprox. 8 mm.

Los principales países exportadores de cobre de mina son por este orden: Chile, Perú, Australia, Indonesia, Canadá. Donde sólo Chile llega hasta el 36 % mundial.

Los flujos de minerales de cobre concentrado se mueven en gran medida desde Sudamérica (Chile y Perú) hacia China (que consume un 28 %) y Europa. También son importantes los flujos desde Canadá y Australia a la zona asiática.

✓ **Cátodo Electrowón**

Plancha en forma cuadrada de aprox. 1.0 m por lado y peso variable entre 25 y 60 kg., con un espesor de aprox. 8 mm. Ambas calidades de Cátodo, en presentación de corrugado o bien, plano sin corrugar, en paquetes flejados de aproximadamente 19 piezas c/u.

b. Metal estratégico (metal para aleaciones ferruginosas)

✓ **Molibdeno**

Material producto del tratamiento del concentrado de cobre bulk en nuestras plantas de molibdeno. Contiene sulfuro de molibdeno (MoS_2), con bajos contenidos de cobre, hierro y otros elementos insolubles, se utiliza bajo

un proceso de tostación en la fabricación de óxido de molibdeno, ferro-molibdeno y molibdeno puro, para aplicaciones en las industrias del acero, lubricantes, partes automotrices, etc.

El molibdeno es un elemento químico de número atómico 42 que se encuentra en el grupo 6 de la tabla periódica de los elementos y se simboliza como Mo. El molibdeno es un metal esencial desde el punto de vista biológico y se utiliza sobre todo en aceros aleados. El molibdeno es un metal de color gris plateado, que no existe en estado puro en la naturaleza, por lo que generalmente se encuentra asociado a otros elementos, como es el caso de los minerales sulfurados, de los cuales también se obtiene el cobre. Así, es común que el molibdeno sea considerado un subproducto de una operación de extracción de cobre. Se funde a una temperatura de 2.610 grados centígrados

Se inicia la explotación del molibdeno en 1915, de vetas de cuarzo, con molibdenita, en Janchiscocha (Jauja). Posteriormente se obtiene como subproducto de los pórfidos de cobre de Toquepala y Cuajone, la producción actual llega a 7,000 TMF, todas procedente de los pórfidos.

Las estadísticas mundiales señalan que los principales consumidores de este producto son Europa que adquiere alrededor del 40%, EE.UU. que bordea los 25%, Asia (Japón, China y Corea) con alrededor del 30% y otros pequeños. Mientras que la producción de molibdeno de mina muestra a EE.UU. como primer productor, siendo seguido muy de cerca por Chile, cada uno con cerca de 30% de la producción mundial, luego se ubica China con 22% y Perú con 8%, entre otros.

✓ **Ácido Sulfúrico**

Líquido cáustico, compuesto de azufre, hidrógeno y oxígeno, de consistencia oleosa, incoloro e inodoro, el cual se obtiene en la planta de ácido de nuestras fundiciones de Ilo, así como en la refinería electrolítica de zinc, a partir de los gases de azufre producidos en el proceso de fusión y tostación de los concentrados de cobre y zinc. Este producto se utiliza en diversas aplicaciones, entre las que destacan el proceso de lixiviación de cobre, como fertilizante en la agricultura.

1.2.3.10. INFRAESTRUCTURA

a. Almacenes de patio puerto

- **Almacén de cátodos de Refinería**

Área abierta de 8 503 m² destinada al almacenamiento de paquetes de cátodos de refinería de 3.85 tm. Cada uno conformada por una losa de concreto armado.

- **Almacén de cátodos de Lixiviación**

Área abierta de 4 004 m² destinada al almacenamiento de paquetes de cátodos de lixiviación de 1,92 tm. Cada uno, conformada por una losa de concreto armado.

- **Almacén de molibdeno**

Zona de 3 269 m² destinada al almacenamiento de bolsas de 2 tm, con molibdeno, este almacén consta de un área techada (994 m²) con columnas de rieles y tijerales metálicos y cobertura de fibrocemento, el piso es de cemento y posee un cerramiento de ladrillo en dos lados, asimismo cuenta con un área descubierta de 2 275 m² que se encuentra totalmente asfaltada.

- **Almacén de concentrado**

Zona abierta al aire libre de 11 000 m² conformada por una bolsa de concreto armado utilizada para el almacenamiento de concreto de cobre.

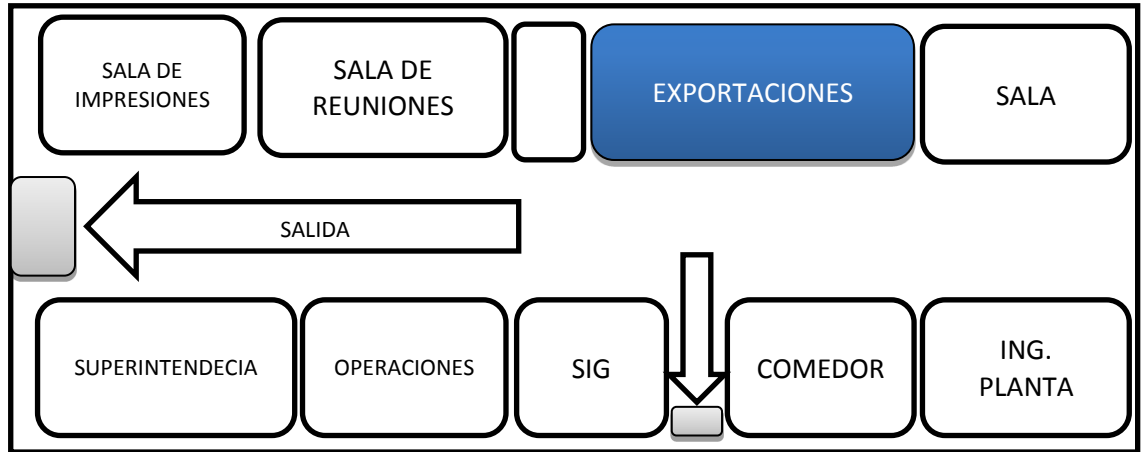
- **Almacén de Carga Terrestre**

Área de 6 200 m² contigua al almacén de molibdeno, destinada a la carga de importación que arriba al terminal vía terrestre, esta área se encuentra totalmente asfaltada.

b. Patio puerto

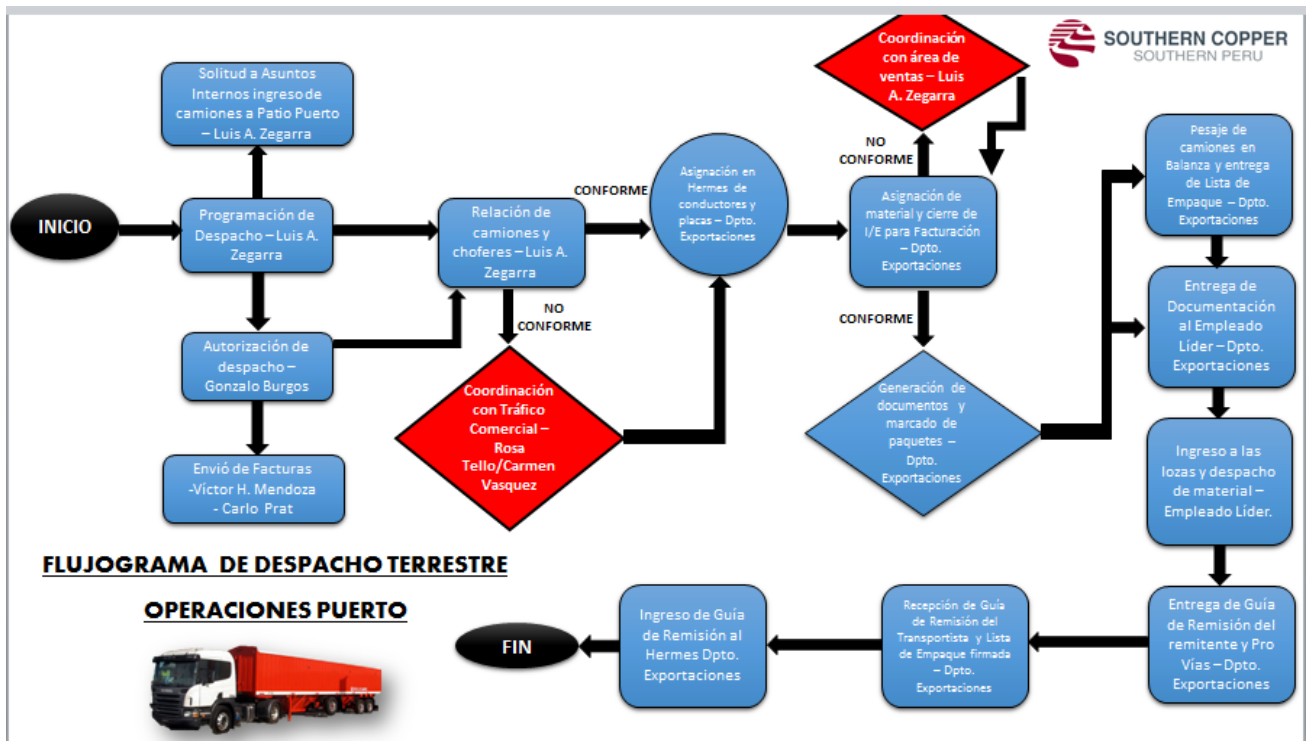
- Operaciones Puerto
- Exportaciones – Tráfico Comercial.

Gráfico 3: Distribución del área de patio puerto



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 4: Flujo de despacho terrestre de operaciones en puerto



Fuente: Elaboración propia

1.2.4. PRINCIPALES FLUJOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL DEL COBRE SEGÚN EL TIPO DE MATERIA PRIMA: EXPORTADORES E IMPORTADORES

A la hora de clasificar el cobre como materia prima para su comercialización se suelen hacer tres tipos de distinciones en función del contenido de concentrado (%) de cobre y acorde al proceso hasta donde se haya llegado del mismo. Según la Southern Copper Corporation [Southern Copper Corporation, 2013] estos son: Concentrados de Cobre (50-70 % de cobre):

Producto obtenido a partir de un proceso de flotación de material de alta ley extraído de las minas, que contiene sulfuros de cobre, con contenidos de plata, oro, hierro y otros elementos insolubles.

1.2.5. PRINCIPALES COMPETIDORES

Entre los principales competidores con los que cuenta la empresa Southern Peru Copper Corporation tenemos a varias empresas nacionales e internacionales. Entre las principales empresas nacionales tenemos las siguientes:

- **Antamina**

La principal empresa nacional que compite con SPCC es Antamina, la cual está ubicada en Ancash y tiene un 37% de la producción nacional de cobre, como se aprecia en el siguiente cuadro. Esta también es una empresa productora de Molibdeno.

• **Tintaya**

Esta es la tercera empresa productora de cobre en el Perú, ubicada en Cusco, ya que cuenta con un 11% de cobre nacional. A diferencia de Antamina esta no produce Molibdeno.

• **Cerro Verde**

Y por ultimo tenemos a Cerro Verde, ubicada en Arequipa. Esta produce el 9% del cobre nacional como podemos ver en la siguiente tabla.

Tabla 1: Principales empresas productoras de oro y cobre del Perú

Empresa Nacional	Región	% Producción nacional Oro	% Producción nacional Cobre	Principales accionistas (únicamente mineras)	Mineral
Southern Peru Copper Corporation Sur.del Perú	Moquegua Tacna		35	Grupo México (México)	Cobre, Molibdeno, Oro, Plata
Compañía Minera Antamina S.A.	Ancash		37	Xstrata Plc.(Suiza), BHP-Billiton (Australia), Teck-Cominco Ltd. (Canadá)	Cobre, Molibdeno, Plata, Zinc
Minera Yanacocha S.R.L	Cajamarca	40		Newmont Mining Corporation (EE.UU.), Minas Buenaventura (Perú)	Oro, Plata
Minera Barrick Misquichilca S.A.	La Libertad Ancash	26		Barrick Gold Corp. (Canadá).	Oro, Plata
Sociedad Minera Cerro Verde S.A.	Arequipa		9	Phelps Dodge Corp. (EE.UU.)	Cobre
Xstrata Tintaya S.A.	Cusco		11	Xstrata Plc. (Suiza)	Cobre, Oro, Plata

Fuente: Elaboración propia

Entre los principales competidores internacionales tenemos el siguiente:

• **CODELCO (CHILE):**

Las clasificaciones otorgadas a CODELCO, empresa chilena, reflejan la sólida posición de Codelco como la mayor compañía minera de cobre del mundo, con grandes reservas de mineral de alta ley, bajos costos de operación y un perfil conservador en cuanto a riesgos financieros.

Estos factores se ven alterados por los ciclos propios de la industria, la falta de diversificación geográfica y la elevada tasa de impuestos y distribución de dividendos establecidos por el gobierno de Chile, que posee el 100 % de Codelco. La clasificación de divisas se encuentra restringida por la clasificación de la moneda extranjera de la República de Chile.

Codelco es el mayor productor integrado de cobre a nivel mundial, con una participación del 14 % en la producción de cobre en el mundo occidental. Las vastas reservas de cobre de alta ley que posee la empresa representan alrededor del 20 % de las reservas probadas a nivel mundial. Si bien el cobre representa aproximadamente el 90 % de las ventas totales, la empresa también produce molibdeno (Codelco es el segundo productor mundial de este metal). La estructura de costos de Codelco lo ubica entre los productores de cobre con menores costos en el mundo, y ha mejorado su posición mediante una mayor productividad e integración vertical. Planes mineros mejorados, la incorporación de plantas de extracción por solvente y electroobtención de bajo costo y la reducción del personal, constituyen las principales causas de este mejoramiento (García, 2003).

En comparación con el resto de las empresas mineras del mundo, Codelco debe enfrentar una limitada diversificación geográfica, dado que todas sus minas se encuentran en Chile. Sin embargo, las minas se ubican en diferentes regiones del país, lo que contribuye a limitar el impacto de los riesgos geológicos y ambientales chilenos. Además, distintos acuerdos sindicales, negociados con cada división, mitigan los riesgos laborales.

La solvencia de Codelco se ve aumentada por sus vínculos estratégicos con el gobierno, que incluye el hecho de ser el mayor empleador de Chile después del gobierno y su importancia en la generación de exportaciones (representa alrededor del 18,5% de las exportaciones de Chile, en comparación con el 40% de la totalidad de las exportaciones de todo el sector cuprífero de Chile).

Por esto se puede decir que internacionalmente esta es el mayor competidor de la empresa SCC.

1.2.6. PROCESAMIENTO DE LOS MINERALES.

Para que el mineral que se encuentra en la tierra tenga valor y se convierta en un producto comercial se requiere de inversiones y trabajos de extracción y procesamiento. Esta actividad es la que realiza la industria minera.

La actividad minera comienza con la prospección, la cual, comprende el cateo y la prospección geoquímica. El cateo consiste en la búsqueda del yacimiento mineral mediante la ubicación de anomalías geológicas en la corteza terrestre.

Luego del cateo y prospección, sigue la exploración que se ejecuta con técnicas más avanzadas para elaborar un perfil del yacimiento. Si el perfil es prometedor, se prosigue a una exploración más avanzada que cuantifique y limite las anomalías determinadas.

El objetivo de esta etapa es calcular el tonelaje y leyes para ver si resultan promisorias y de acuerdo a ello elaborar un estudio técnico económico (estudio de factibilidad) en el que se calculen las reservas, costos de extracción, costos de tratamiento, beneficios, y se determine si es factible o no llevar a cabo la explotación (Glave, 2002).

Normalmente, los inversionistas en esta etapa acuden a los entes financieros para financiar el proyecto (se presenta el estudio de factibilidad) y obtienen las autorizaciones del Estado donde se encuentra la concesión para iniciar las operaciones de explotación (previa aprobación del Estudio de Impacto Ambiental).

En el estudio de factibilidad se describe el método de explotación más económico y eficiente (superficial o subterráneo) y en el Estudio de Impacto Ambiental (EIA) se debe demostrar que las operaciones no alteran el entorno y que los efluentes que se producen no contienen elementos nocivos más allá de los límites establecidos y/o aceptados por la autoridad. La explotación es el trabajo que se realiza para extraer el mineral. En el caso de las minas subterráneas, el proceso cíclico típico es el de perforación, voladura, acarreo y transporte fuera de la mina.

En el caso de las minas superficiales la explotación comprende las actividades de perforación, voladura, carguío y transporte. Generalmente este último método es empleado por la gran minería e

implica altas producciones. Luego de extraer el mineral, es necesario procesarlo para aumentar su concentración (proporción o ley por tonelada) pues en estado natural no es siempre comercial.

El método de concentración a emplearse depende del tipo de mineral, su estructura y otros elementos presentes, y del capital disponible. Los concentrados de los minerales tienen un mercado internacional.

Esta comercialización de concentrados se registra tanto a nivel de país (comercio interno) como entre países (comercio internacional). Los principales demandantes de los concentrados son las fundiciones y refinerías. Las principales fundiciones y refinerías a nivel internacional se encuentran ubicadas en Japón, USA, Brasil, Europa. (MINEM, 2007).

1.2.7. MERCADOS DE DESTINO

Entre los mercados de destino con los que cuenta la empresa Southern Copper Corporation tenemos a los siguientes:

- **China**

Desde el año 2000 y con el crecimiento económico que está teniendo, la demanda china de materia prima, para satisfacer las necesidades del sector construcción interno, de su industria y de su comercio exterior, ha venido aumentando. Lo que ha provocado así mismo que las importaciones de cobre y molibdeno por parte de esta país también aumenten.

En efecto, el porcentaje del consumo chino de materia prima, a nivel mundial, llegó en el año 2010 a alcanzar los extremos siguientes:

Cemento.....	47%
Algodón.....	35%
Hierro.....	27%
Aluminio.....	21%
Plomo.....	20%
Cobre.....	20%
Soya.....	17%
Trigo.....	17%

Las importaciones de China han aumentado más rápidamente que sus elevadas exportaciones en los últimos años. Por lo que podemos decir que China es un gran importador de bienes primarios. En el 2005, importa el 4 % de las Importaciones mundiales de crudo; el 15 % del cobre.

Las importaciones Chinas de América Latina principalmente petróleo, cobre, y otras materias primas han crecido seis veces en los últimos cinco años.

- **Japón:**

A nivel de principales productos exportados, destaca el cobre, harina de pescado y en menor medida petróleo, zinc y plomo, todos ellos tradicionales, entre los más requeridos por los países de la APEC.

El APEC constituye el más importante mercado de destino de productos como cobre y harina de pescado. En Perú, las exportaciones mineras representan el 39,8 por ciento del total de ventas a los países integrantes de la APEC.

El cobre es el principal producto exportado a la APEC, destacando la mayor preferencia por la variedad de cobre refinado, que evidencia un comportamiento siempre creciente (Ver Gráfico), incrementándose su valor en más de cuatro veces en el 2000 respecto de lo registrado en 1993 (US\$ 139,8 millones).

En los primeros años de la década de los noventa Japón y Taiwán fueron los mayores demandantes de cobre refinado. Sin embargo, dicha composición se altera a partir de 1996, siendo Estados Unidos el más importante comprador de este producto.

Japón disminuye sus compras de cobre refinado del Perú. Al parecer tres factores explican dicho comportamiento: Recesión económica de la economía japonesa, sustitución por fibra óptica y un incremento en la adquisición de cobre chileno.

Existe un comportamiento diferenciado entre las exportaciones de las variedades de cobre blister y minerales de cobre y sus concentrados.

Hasta 1996, la variedad de cobre blister era el segundo en importancia, detrás del cobre refinado; sin embargo, desde 1997 hacia delante los minerales de cobre y sus concentrados registran ventas superiores al cobre blister, debido también a la disminución en la demanda por parte de Japón de este último producto.

Tabla 2: Total exportaciones anuales (US\$) millones realizados por la empresa SCC.

Mineral	2008	2009	2010	2011	2012
Cobre	7 277	5 934	8 870	10 711	10 483
Molibdeno	943	276	492	571	435
Plata	505	214	118	219	209

Fuente: Banco central de reserva del Perú (2014)

1.3. DEFINICIONES DE CONCEPTOS

✓ **Formación de personal**

La formación de los recursos humanos consiste en la inversión empresarial destinada a reducir o eliminar la diferencia entre el actual desempeño del personal y los objetivos propuestos (Rodríguez, 1991).

✓ **Concentrados de Cobre (50-70% de cobre)**

Producto obtenido a partir de un proceso de flotación de material de alta ley extraído de las minas, que contiene sulfuros de cobre, con contenidos de plata, oro, hierro y otros elementos insolubles.

✓ **Concentración**

Es la segunda etapa donde se separa el mineral de roca o tierra. Productos obtenidos al haber sometido previamente el mineral extraído a procesos metalúrgicos o hidrometalúrgicos para su enriquecimiento, con separación de la mayor parte de ganga del mineral

✓ **Fundición**

El concentrado de mineral entra en proceso de fundición, donde se obtienen 30,000 TM. comparando con las 40,000 TM. de concentración, el rendimiento es de 75%.

✓ **Refinación**

Es la última etapa donde se obtiene el metal propiamente dicho. Las 30 mil Ton. Que ingresaron de fundición, se redujeron a 21 mil Ton., lo cual equivale a un rendimiento de 70% (cerca de 30%).

✓ **Capacitación**

Es el registro de la venta al exterior de bienes o servicios realizada por una empresa residente dando lugar a una transferencia de la propiedad de los mismos (efectiva o imputada).

✓ **Capacidad exportadora**

Es la actitud de la empresa en entender y adaptarse a las exigencias del mercado internacional (que probablemente va a exigir: diseño, tecnología, calidad, gente, recursos, empaque, plazos, precios, cantidades, costos, pagos, argumentación de venta, sistema de comercialización, promoción, etc.

✓ **Sistema Patio Puerto Mobile**

Este sistema se implementó para un mejor rendimiento operativo y control, su lectora de código de barras nos podrá transmitir el trabajo de campo a un dispositivo móvil y posteriormente se actualizara de forma inmediata al sistema (PC) para trabajarlo en conjunto con el sistema Hermes (en el caso del control de inventarios).

✓ **Sistema Rapaz**

Soluciones ecológicas a los problemas causados por las aves y fauna en general, desconformidad en los cátodos de cobre, desechos que contaminan el producto ocasionado por las aves que erradican en Patio Puerto.

✓ **Sistema Nextiva**

Nos brinda imágenes de video de las diferentes plataformas de Patio Puerto, para el uso en exportaciones para el seguimiento de la entrada de camiones, pesaje y los despachos terrestres.

✓ **Sistema Hermes**

Southern Copper Corporation trabaja con el sistema Hermes, este programa se actualiza cada vez que Lima – Comercial realiza las ventas, a la culminación se esta se procede a ingresar y revisa los despachos programados para el día y por mes, una vez comprobada la programación se procede a imprimir la Solicitud de Embarque.

1.4. HIPÓTESIS

1.4.1. HIPÓTESIS GENERAL

La capacitación del personal influye positivamente en el nivel de exportaciones de los minerales de la empresa Southern Copper Corporation de la provincia de Ilo y región de Moquegua.

1.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICA

- La capacitación del personal en la empresa Southern Copper Corporation de la provincia de Ilo y región de Moquegua es deficiente
- El nivel de la exportación de minerales en la empresa Southern Copper Corporation de la provincia de Ilo y región de Moquegua es bajo.

1.5. VARIABLES

Variable Independiente (VI): Capacitación del personal

Indicadores:

- Número de pedidos y decisión de ventas por parte de área comercial de Lima
- Número de capacitación en el Manejo del software comercial Hermes.
- Número de veces en un lapso de tiempo de descoordinación entre el personal del área comercial y exportaciones por La ubicación y distancia entre ambos.
- Número de veces de manejo de manual del usuario del área de exportaciones.
- Número de personas que manejan el sistema informático
- Número de personas que manejan los sistemas operativos de patio puerto.
- Tiempo de servicio en la empresa.

Variable Dependiente (VD): Exportaciones

Indicadores:

- Volumen de producción de cobre
- Volumen de exportación de cobre (cátodos, liberadora, laminado, refinado)
- Canales de distribución y comerciales
- Costos de producción y de precios aceptables.
- Seguridad en el transporte
- Normas técnicas de calidad para protección del consumidor y reglamentos sanitarios aplicables.

- Número de veces de parada de la producción por problemas de mantenimiento.
- Volumen de producción de molibdeno
- Volumen de exportación de molibdeno.

CAPÍTULO II METODOLOGÍA

2.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo es una investigación aplicada porque busca confrontar la teoría con la realidad.

2.2 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

De acuerdo con la interferencia del investigador en el estudio; el diseño será descriptivo, observacional, retrospectivo y longitudinal: porque el investigador se limita a describir o medir el fenómeno estudiado, también porque los datos necesarios para el estudio serán recogidos a propósito de la investigación y se conocen con el nombre de “datos primarios”. Además se realizarán dos ó más mediciones sobre una misma variable, implican el seguimiento para estudiar la evolución de las unidades en el tiempo; por esto se entiende la comparación de los valores en las diferentes ocasiones.

2.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

En cuanto a la Población y muestra para la presente investigación, se consideró a 20 personas que trabajan en el área comercial; dentro de ello el área de operaciones de patio puerto y el área de exportación y operaciones de la empresa Southern Copper Corporation.

2.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Las técnicas e instrumentos que se utilizaron fueron los siguientes:

- | | |
|---------------------------------------|----------------------|
| a. Observación directa y participante | Ficha de observación |
| b. Encuesta | Cuestionario |

2.5. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS

Para establecer las relaciones de dependencia se hizo uso de las tablas de contingencia; y para determinar el nivel de influencia se utilizó la prueba de Chi cuadrado de Pearson, utilizando el software estadístico SPSS 18., el mismo sirvió para comprobar la relación existente entre las variables.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE RESULTADOS

3.1. ANÁLISIS DE LA CAPACITACIÓN DEL PERSONAL DE LA EMPRESA MINERA SOUTHERN COPPER CORPORATION DE LA PROVINCIA DE ILO Y REGIÓN DE MOQUEGUA.

3.1.1. CARACTERIZACIÓN DE LOS ENCUESTADOS

Fueron encuestados 20 personas que laboran en las áreas de operaciones de patio puerto y el área de exportaciones y operaciones. La edad media de los participantes fue de 46 años. La mayoría tiene instrucción superior no universitaria.

I PARTE DE LA ENCUESTA

A continuación se presenta las características de los empleados encuestados.

Tabla 3: Características de identificación de los encuestados

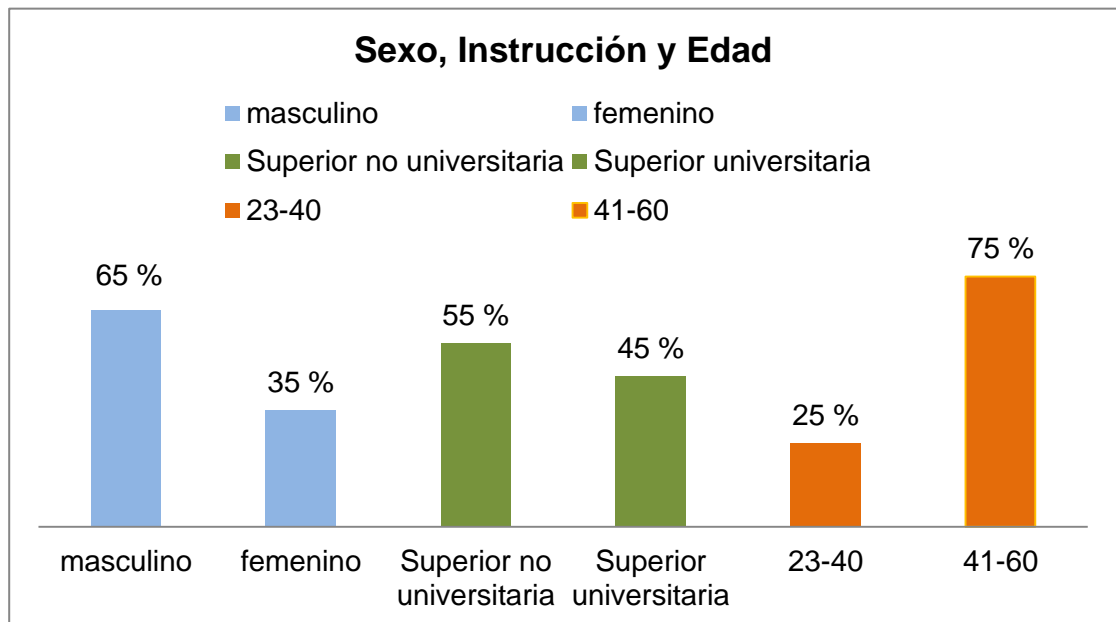
Encuestados	Edad(años)	Nivel de instrucción	Sexo
E1	50	Superior no universitaria	Masculino
E2	53	Superior no universitaria	Masculino
E3	44	Superior no universitaria	Masculino
E4	39	Superior no universitaria	Masculino
E5	49	Superior universitaria	Masculino
E6	29	Superior universitaria	Masculino
E7	62	Superior universitaria	Femenino
E8	46	Superior universitaria	Masculino
E9	35	Superior universitaria	masculino
E10	23	Superior universitaria	Femenino
E11	33	Superior no universitaria	Femenino
E12	39	Superior no universitaria	Masculino
E13	48	Superior no universitaria	Femenino
E14	58	Superior no universitaria	Masculino
E15	55	Superior no universitaria	Femenino
E16	41	Superior no universitaria	Masculino
E17	59	Superior universitaria	Femenino
E18	53	Superior universitaria	Masculino
E19	58	Superior universitaria	Femenino
E20	36	Superior no universitaria	Masculino

Fuente: Cuestionario aplicado a empleados de la Southern Copper Corporation

Tabla 4: Resumen de características de los encuestados

Características	N	%
Sexo	20	100
Masculino	13	65
Femenino	7	35
Nivel educativo	20	100
Superior no universitaria	11	55
Superior universitaria	9	45
Edad	20	100
23-40	5	25.0
41-60	15	75.0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 5: Datos informativos de los encuestados

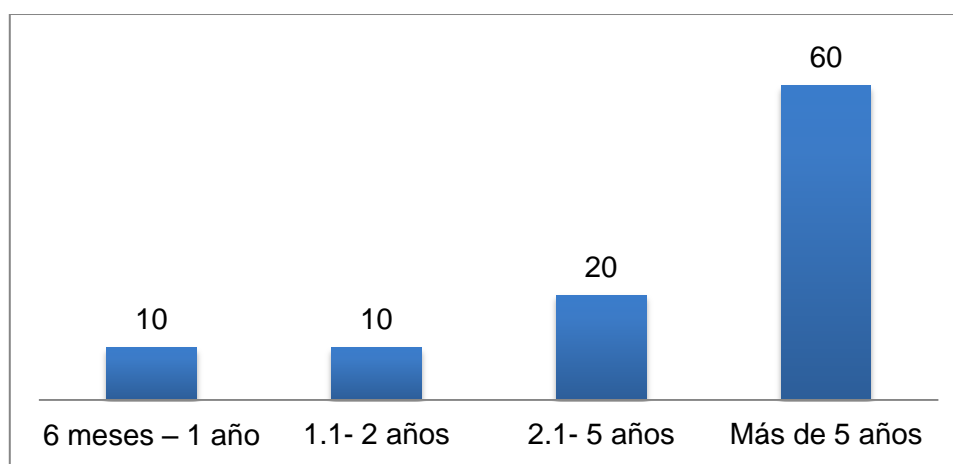
Fuente: Cuestionario aplicado a empleados de la Southern Copper Corporation

INTERPRETACIÓN: Según el gráfico 5 se observa que el 65 % de los empleados que laboran en el área de exportaciones y operaciones de patio puerto son del sexo masculino y el 35 % femenino. Asimismo el 55 % poseen educación superior no universitaria y el 45% educación universitaria. También el 75 % tienen como edad entre 41-60 años y el 25 % entre 23-40 años. Este aspecto es muy importante a considerar cuando se quiere emprender una capacitación del personal ya que la edad es un factor de resistencia al cambio.

1. ¿CUÁNTO TIEMPO DE SERVICIO TIENE EN EL ÁREA DONDE SE DESEMPEÑA?

Item	Frecuencia	Porcentaje
6 meses – 1 año	2	10
1.1- 2 años	2	10
2.1- 5 años	4	20
Más de 5 años	12	60
Total	20	100

Gráfico 6: Pregunta 1



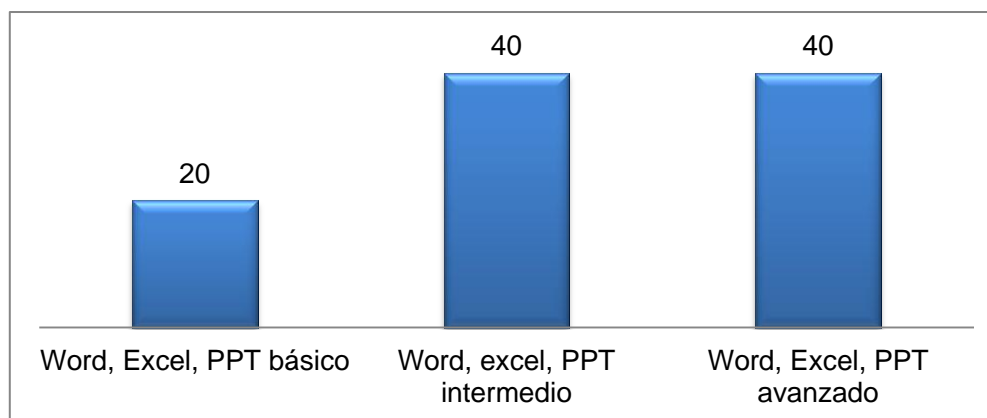
Fuente: Cuestionario aplicado a empleados de la Southern Copper Corporation

INTERPRETACIÓN: Del gráfico 6 se observa que el 60 % tiene más de 5 años de servicio en el área donde se desempeña, el 20 % entre 2.1 a 5 años, existen también un 10 % que están laborando entre 6 meses a 1 año que generalmente son personas jóvenes que recién se han integrado a la empresa

2. ¿CONOCE O MANEJA SISTEMAS INFORMÁTICOS COMO WORD, EXCEL, PPT

Item	Frecuencia	Porcentaje
Word, Excel, PPT básico	4	20
Word, excel, PPT intermedio	8	40
Word, Excel, PPT avanzado	8	40
Total	20	100

Gráfico 7: Pregunta 2



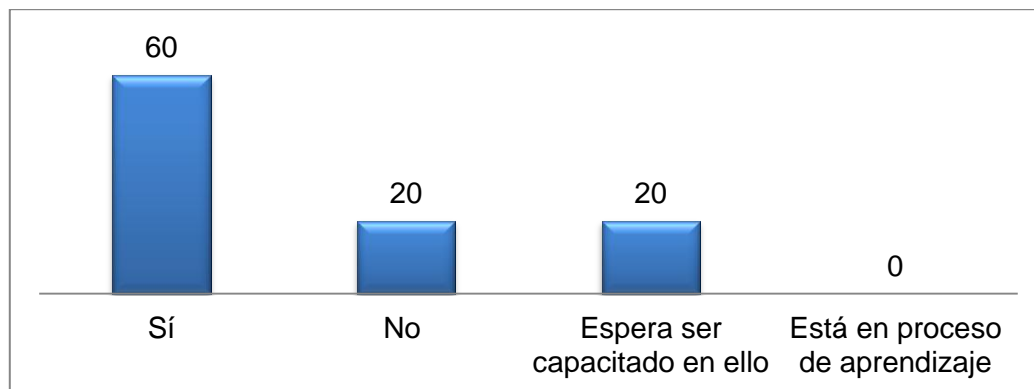
Fuente: Cuestionario aplicado a empleados de la Southern Copper Corporation

INTPRETACIÓN: Del gráfico 7, se desprende que el 40 % conoce los sistemas informáticos como Word, Excel y PPT en un nivel avanzado, el otro 40 % en un nivel intermedio y el 20 % en un nivel básico.

3. ¿CONOCE CÓMO SE MANEJA LOS SISTEMAS OPERATIVOS (NEXTIVA, HERMES, RAPAZ) DE PATIO PUERTO?

Item	Frecuencia	Porcentaje
Sí	12	60
No	4	20
Espera ser capacitado en ello	4	20
Está en proceso de aprendizaje	0	0
Total	20	100

Gráfico 8: Pregunta 3



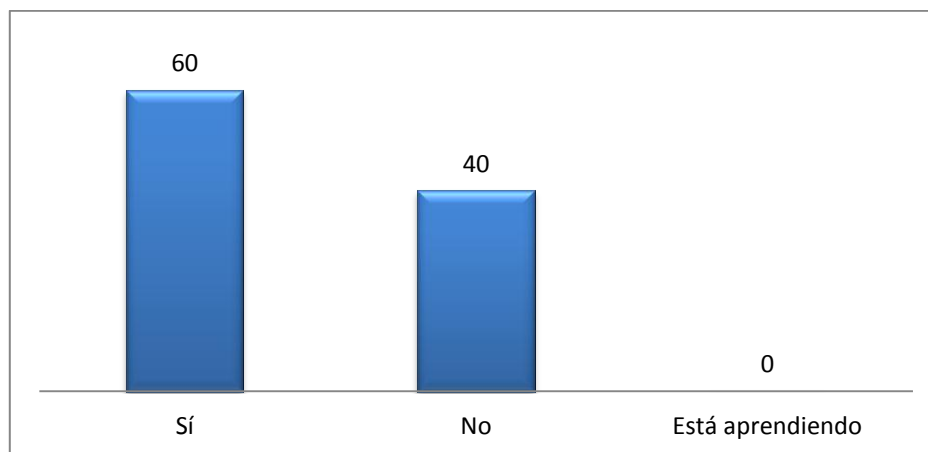
Fuente: Cuestionario aplicado a empleados de la Southern Copper corporation

INTERPRETACIÓN: El 60 % de los encuestados manifiesta que sí maneja los sistemas operativos nextiva, Hermes y rapaz del área de patio puerto, un 20 % no maneja y el 20 % restante espera ser capacitado en ello. Estos sistemas son importantes manejarlos ya que permite captar imágenes de las diferentes plataformas de patio puerto especialmente para el uso en exportaciones, seguimiento de la entrada de camiones, pesaje y los despachos terrestres.

4. ¿CONOCE COMO SE UTILIZA EL SISTEMA HERMES PARA CONTROL DE INVENTARIOS?

Item	Frecuencia	Porcentaje
Sí	12	60
No	8	40
Está aprendiendo	0	0
Total	20	100

Gráfico 9: Pregunta 4



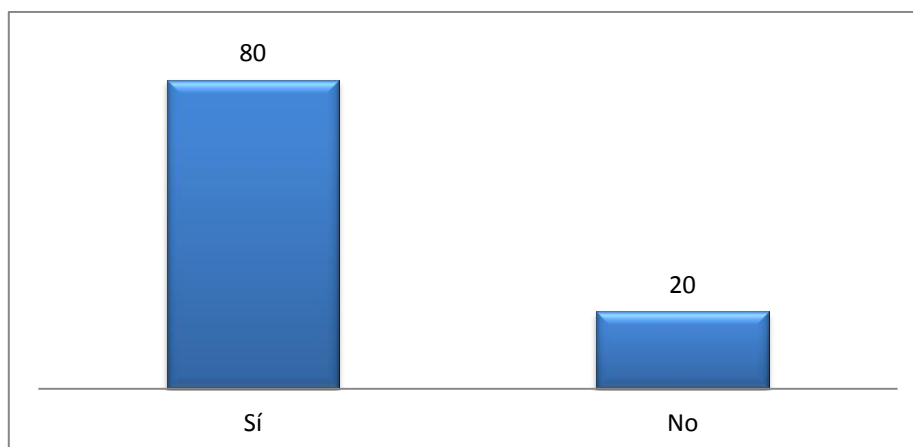
Fuente: Cuestionario aplicado a empleados de la Southern Copper Corporation

INTERPRETACIÓN: El 60 % manifiesta que sí conoce la utilización del sistema Hermes para el control de inventarios, el 40 % no conoce. Este aspecto es importante dado todas las recepciones del registro de producción se deben introducir al sistema comercial Hermes, especialmente para realizar el inventario físico de los productos terminados.

5. ¿CONOCE O SABE DE LA EXISTENCIA DE UN MANUAL DE USUARIO PARA EL ÁREA DE EXPORTACIONES?

Item	Frecuencia	Porcentaje
Sí	16	80
No	4	20
Total	20	100

Gráfico 10: Pregunta 5



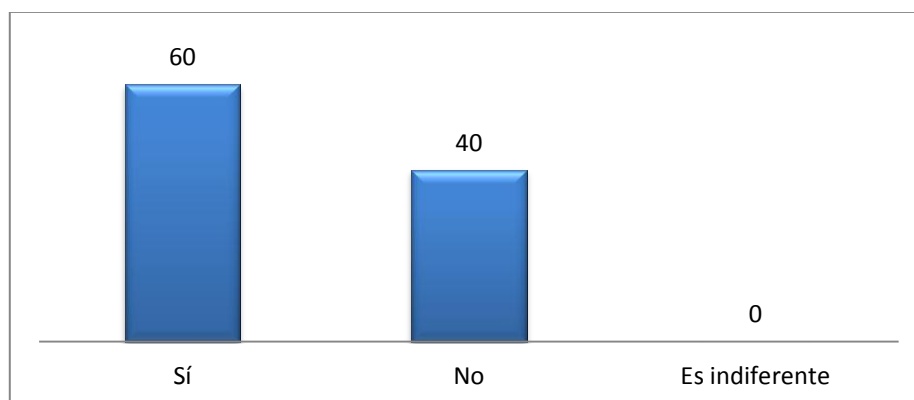
Fuente: Cuestionario aplicado a empleados de la Southern Copper Corporation

INTERPRETACIÓN: El 80 % de los encuestados manifiesta que sí conoce de la existencia de un manual de usuario para el área de exportaciones y el 20 % manifiesta que no conoce. Este es un aspecto importante que merece tomar en cuenta al momento de la capacitación a aquellos que no conocen de la existencia de este manual ya que le permitirá facilitar el procedimiento de las exportaciones.

6. ¿SIENTE LA NECESIDAD DE LOS CLIENTES DE RECIBIR LOS PRODUCTOS EN TIEMPOS MENORES A LOS ACTUALES?

Item	Frecuencia	Porcentaje
Sí	12	60
No	8	40
Es indiferente	0	0
Total	20	100

Gráfico 11: Pregunta 6



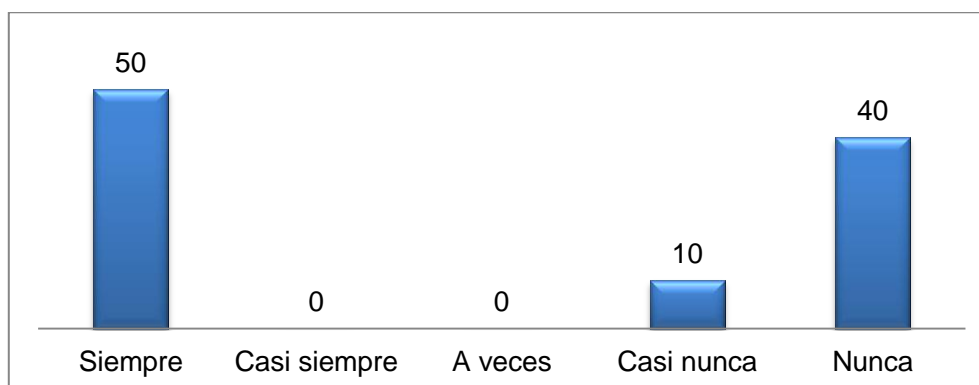
Fuente: Cuestionario aplicado a empleados de la Southern Copper Corporation

INTERPRETACIÓN: El 60 % de los encuestados menciona que sí siente la necesidad de los clientes de recibir los productos en tiempos menores a los actuales y el 40 % que no. Existe una descoordinación y retraso entre el área de patio puerto y exportaciones, a veces porque la orden de Lima no llega o llega a destiempo.

7. ¿SABE INGRESAR LA INFORMACIÓN DE LA TOMA DE INVENTARIO DE PATIO PUERTO AL SISTEMA COMERCIAL HERMES?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	10	50
Casi siempre	0	0
A veces	0	0
Casi nunca	2	10
Nunca	8	40
Total	20	100

Gráfico 12: Pregunta 7



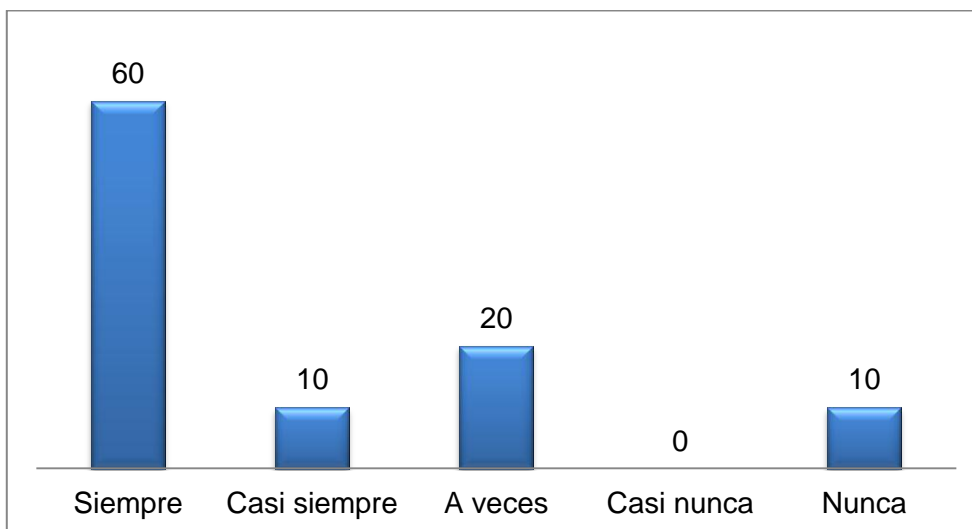
Fuente: Cuestionario aplicado a empleados de la Southern Copper Corporation

INTERPRETACIÓN: El 50 % menciona que siempre ha sabido ingresar la información de la toma de inventario de patio puerto al sistema comercial Hermes, el 40 % dice que nunca ha sabido y un 10 % menciona que casi nunca pudo ingresar la información en mención. Ello merece una atención especial ya que los jóvenes que recién ingresan a trabajar son los que mayor capacitación requieren dado que es un sistema nuevo para ellos que los más antiguos ya están manejando previa capacitación en el manejo de este sistema.

8. ¿SABE ASIGNAR Y DISTRIBUIR MATERIAL POR ORDEN DE EMBARQUE, NAVE Y CLIENTE?

Item	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	12	60
Casi siempre	2	10
A veces	4	20
Casi nunca	0	0
Nunca	2	10
Total	20	100

Gráfico 13: Pregunta 8



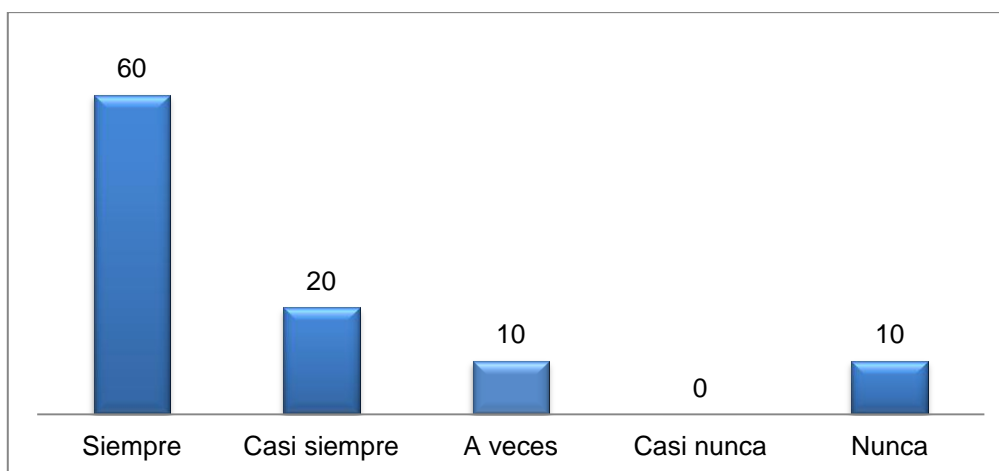
Fuente: Cuestionario aplicado a empleados de la Southern Copper Corporation

INTERPRETACIÓN: El 60 % manifiesta que siempre sabe asignar y distribuir material por orden de embarque, nave y cliente, el 10 % menciona que casi siempre, el 20 % a veces y el 10 % restante manifiesta que nunca. La empresa tiene que preparar al recurso humano en este aspecto dado que es importante e influye directamente en las exportaciones

9. ¿REALIZA LOS AFOROS SEGÚN EL CANAL ADUANERO QUE EL SISTEMA ASIGNE AL INGRESO AL PORTAL DE ADUANET-SUNAT?

Item	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	12	60
Casi siempre	4	20
A veces	2	10
Casi nunca	0	0
Nunca	2	10
Total	20	100

Gráfico 14: Pregunta 9



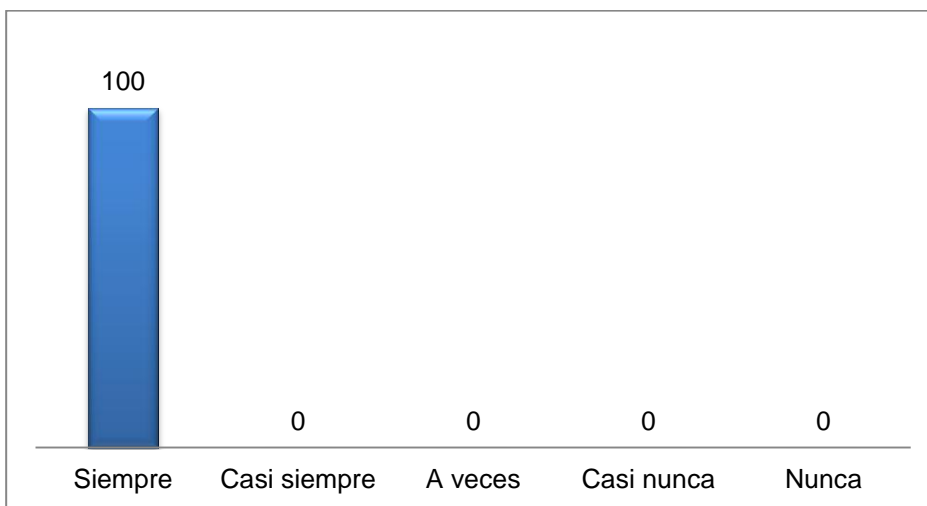
Fuente: Cuestionario aplicado a empleados de la Southern Copper Corporation

INTERPRETACIÓN: El 60 % manifiesta que siempre realiza los aforos según el canal aduanero que el sistema asigne al ingreso al portal de Aduanet-Sunat. El 20 % manifiesta que casi siempre, un 10 % menciona que a veces y el otro 10 % que nunca. Por ello que algunos encuestados manifestaban que se les capacite en cursos de actualización aduanera.

10. ¿EL EMPLEADO LIDER RECEPCIONA LOS DIFERENTES PRODUCTOS EN LOS ALMACENES DE PATIO PUERTO, SEGÚN SU PROCEDENCIA (TOQUEPALA, CUAJONE O REFINERÍA)?

Item	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	20	100
Casi siempre	0	0
A veces	0	0
Casi nunca	0	0
Nunca	0	0
Total	20	100

Gráfico 15: Pregunta 10



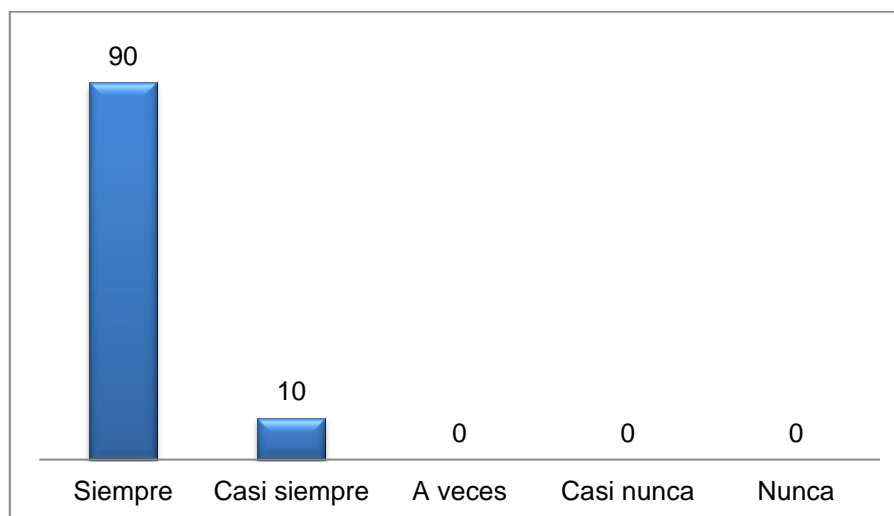
Fuente: Cuestionario aplicado a empleados de la Southern Copper Corporation

INTPRETACIÓN: El 100 % de los encuestados manifiestan que siempre el empleado lider receptiona los diferentes productos en los almacenes de patio puerto, según su procedencia (Toquepala, Cuajone o refinería).

11. ¿SON ENTREGADOS LOS DOCUMENTOS AL ÁREA DE EXPORTACIONES POR EL ENCARGADO PARA SER INGRESADOS AL SISTEMA (HORA DE LLEGADA, PESO Y PIEZAS PARA EL ADECUADO CONTROL)?

Item	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	18	90
Casi siempre	2	10
A veces	0	0
Casi nunca	0	0
Nunca	0	0
Total	20	100

Gráfico 16: Pregunta 11



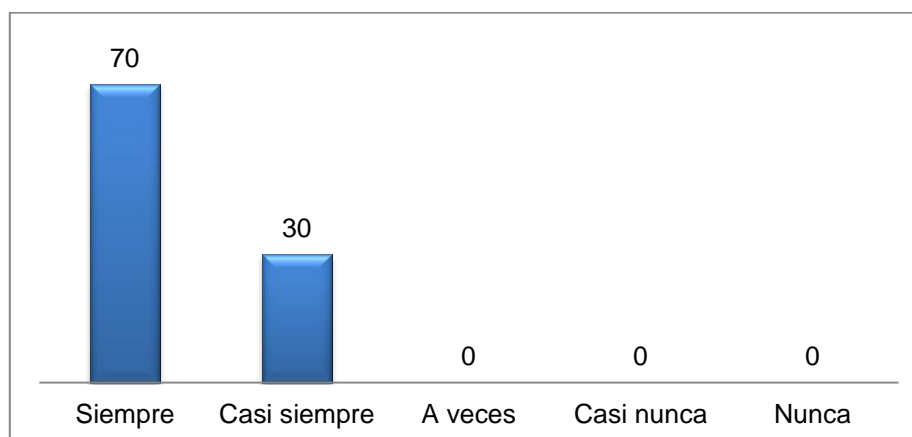
Fuente: Cuestionario aplicado a empleados de la Southern Copper Corporation

INTERPRETACIÓN: El 90 % de los encuestados manifiesta que siempre son entregados los documentos al área de exportaciones por el encargado para ser ingresados al sistema (hora de llegada, peso y piezas para el adecuado control), el 10 % menciona que casi siempre.

12. ¿LA EMPRESA TRANSPORTISTA ENVÍA POR CORREO LA RELACIÓN DE CHOFERES Y UNIDADES DE TRASLADO DE MATERIAL OPORTUNAMENTE?

Item	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	14	70
Casi siempre	6	30
A veces	0	0
Casi nunca	0	0
Nunca	0	0
Total	20	100

Gráfico 17: Pregunta 12



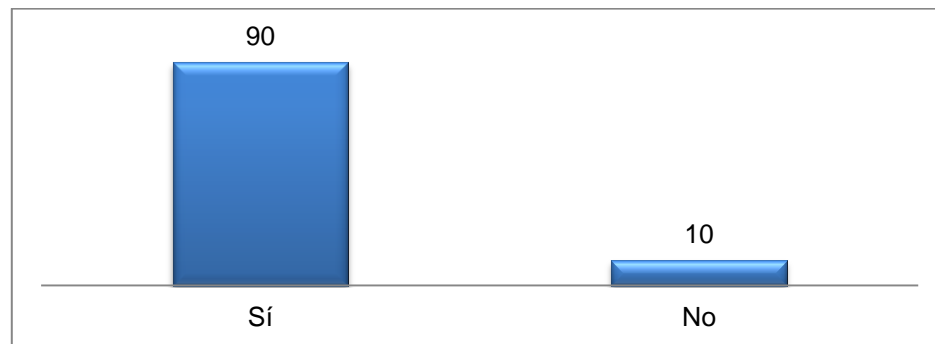
Fuente: Cuestionario aplicado a empleados de la Southern Copper Corporation

INTERPRETACIÓN: El 70 % de los encuestados menciona que la empresa transportista envía por correo la relación de choferes y unidades de traslado de material oportunamente, el 30 % menciona que casi siempre.

13. ¿EXISTE UN MANUAL DE USUARIO PARA EL ÁREA DE OPERACIONES DE PATIO PUERTO?

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	18	90
No	2	10
Total	20	100

Gráfico 18: Pregunta 13



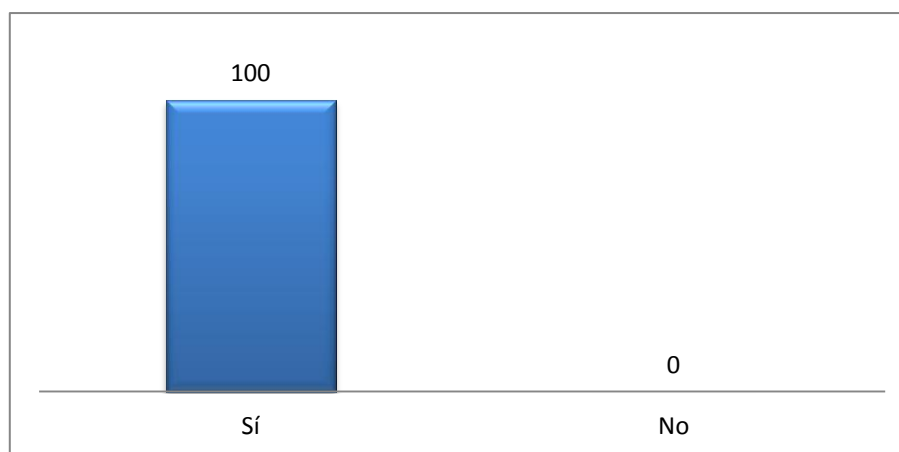
Fuente: Cuestionario aplicado a empleados de la Southern Cooper Corporation

INTERPRETACIÓN: El 90 % menciona que sí existe un manual de usuario para el área de operaciones de patio puerto y el 10 % manifiesta que no. Este último es el grupo al que hay que darle a conocer de la existencia de dicho documento para un efectivo trabajo en su área.

14.¿HAY UN ENCARGADO EN LA EMPRESA QUE SE OCUPE 100 % DE LA EXPORTACIÓN?

Item	Frecuencia	Porcentaje
Sí	20	100
No	0	0
Total	20	100

Gráfico 19: Pregunta 14



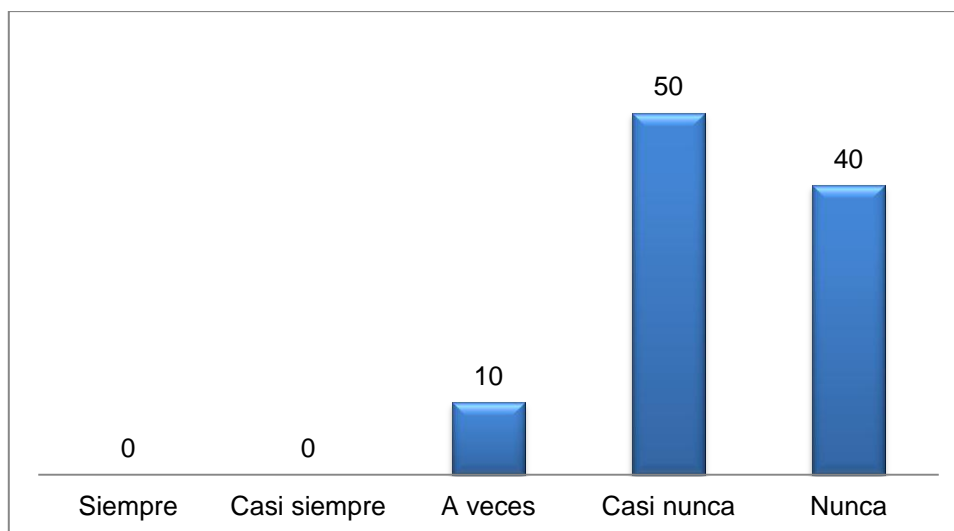
Fuente: Cuestionario aplicado a empleados de la Southern Copper Corporation

INTERPRETACIÓN: El 100 % manifiesta que hay un encargado en la empresa que se ocupe 100 % de las exportaciones.

15.¿EXISTE FALTA DE PERSONAL ESPECIALIZADO PARA CUBRIR TURNOS DE NOCHE Y/O MADRUGADA?.

Item	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	0	0
Casi siempre	0	0
A veces	2	10
Casi nunca	10	50
Nunca	8	40
Total	20	100

Gráfico 20: Pregunta 15



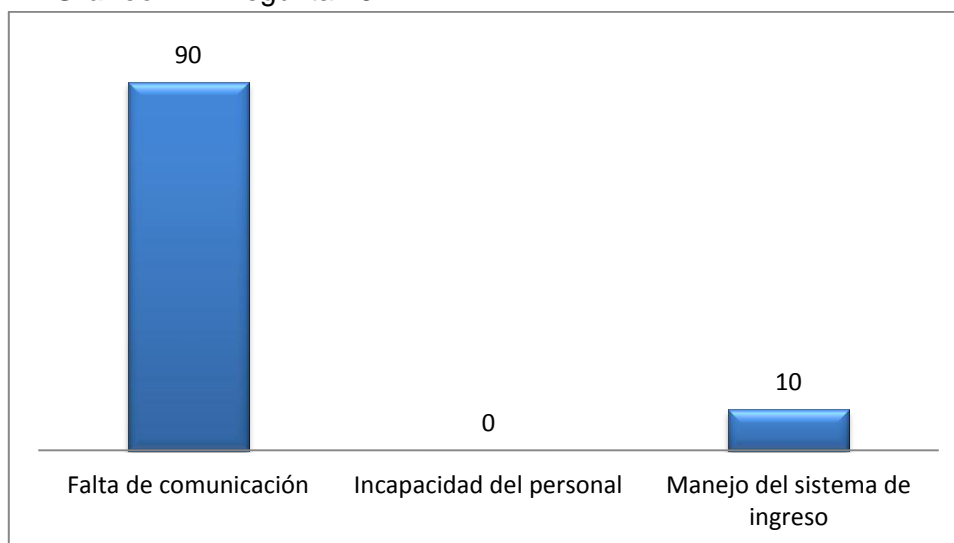
Fuente: Cuestionario aplicado a empleados de la Southern Cooper Corporation

INTERPRETACIÓN: El 50 % menciona que casi nunca existe falta de personal especializado para cubrir turnos de noche y/o madrugada, el 40 % menciona que nunca y el 10 % manifiesta que a veces existe la falta de personal especializado.

**16. ¿A QUÉ ATRIBUYE QUE EXISTA DESCOORDINACIÓN ENTRE
LOS PEDIDOS Y LAS VENTAS POR PARTE DEL ÁREA COMERCIAL
EN LA CIUDAD DE LIMA?**

Item	Frecuencia	Porcentaje
Falta de comunicación	18	90
Incapacidad del personal	0	0
Manejo del sistema de ingreso	2	10
Total	20	100

Gráfico 21: Pregunta 16



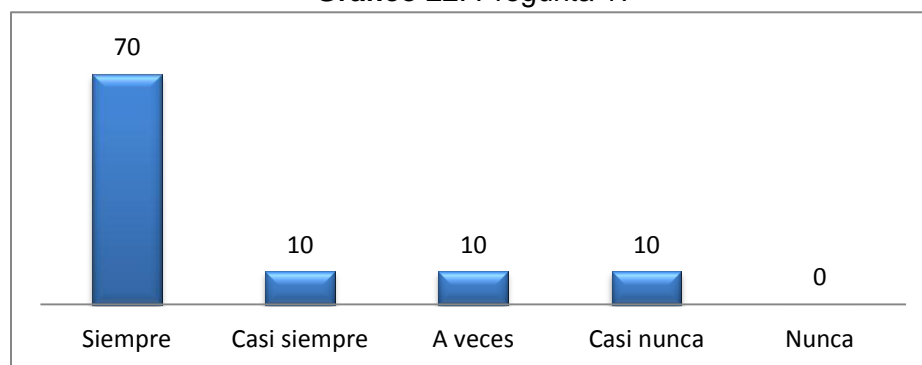
Fuente: Cuestionario aplicado a empleados de la Southern Cooper Corporation

INTERPRETACIÓN: Según el gráfico 17 el 60 % de los encuestados atribuyen que existe descoordinación entre los pedidos y las ventas por parte del área comercial en la ciudad de Lima por la falta de comunicación y un 10 % atribuye al manejo del sistema de ingreso

17. ¿VERIFICA SI AL MOMENTO DE PESAR LOS CAMIONES, LOS CONDUCTORES EMITEN DATOS COMO NOMBRE, MATRÍCULA, MATRÍCULA DE CARRETA, ALTURA, LARGO, ANCHO Y TRACCIÓN, ESTOS COINCIDEN CON LA RELACIÓN DE CHOFERES Y DATOS QUE ENVÍA LA EMPRESA TRANSPORTISTA?

Item	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	14	70
Casi siempre	2	10
A veces	2	10
Casi nunca	2	10
Nunca	0	0
Total	20	100

Gráfico 22: Pregunta 17



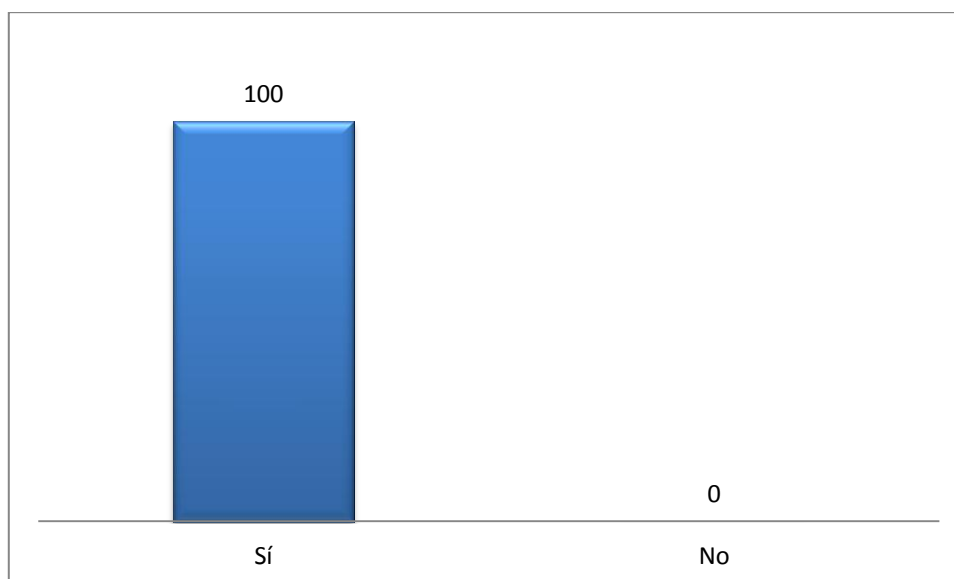
Fuente: Cuestionario aplicado a empleados de la Southern Copper Corporation

INTERPRETACIÓN: El 70 % de los encuestados manifiesta que siempre verifica al momento de pesar los camiones, los conductores emiten datos como nombre, matrícula, matrícula de carreta, altura, largo, ancho y tracción y estos coinciden con la relación de choferes y datos que envía la empresa transportista, el 10 % menciona que casi siempre, un 10 % a veces y 10 % casi nunca. Este último porcentaje es el que hay que focalizar para evitar problemas en las exportaciones.

18. ¿TODOS LOS ACTORES EN LA EXPORTACIÓN DE MINERALES DE LA EMPRESA ESTÁN SENSIBILIZADOS DE LOS CAMBIOS QUE SERÍAN NECESARIOS IMPLEMENTAR?

Item	Frecuencia	Porcentaje
Sí	20	100
No	0	0
Total	20	100

Gráfico 23: Pregunta 18



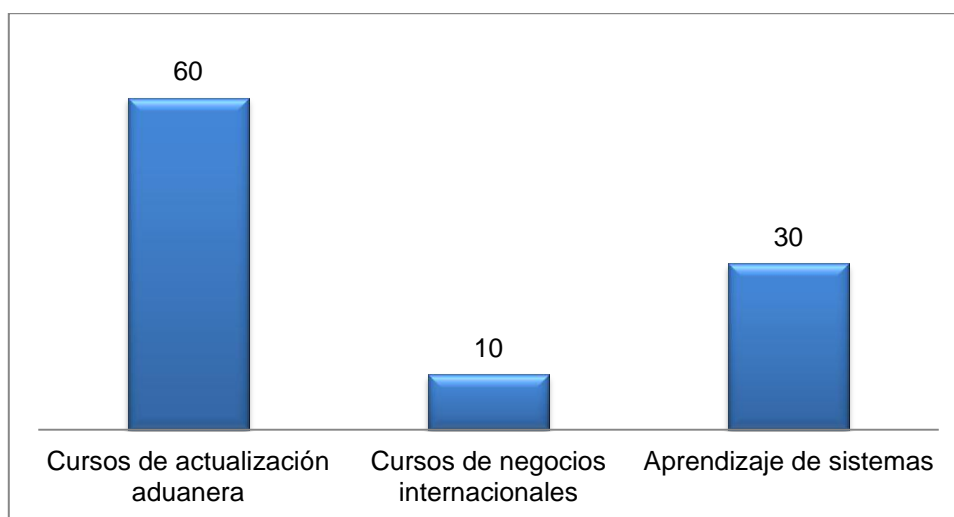
Fuente: Cuestionario aplicado a empleados de la Southern Copper Corporation

INTERPRETACIÓN: El 100 % de los encuestados mencionan que todos los actores en la exportación de minerales de la empresa están sensibilizados de los cambios que serían necesarios implementar, ello es un buen punto de partida.

19. SEGÚN SU CONCEPTO QUE ASPECTOS TENDRÍA QUE MEJORAR LA EMPRESA EN CUANTO A CAPACITACIÓN DEL PERSONAL.

Item	Frecuencia	Porcentaje
Cursos de actualización aduanera	12	60
Cursos de negocios internacionales	2	10
Aprendizaje de sistemas	6	30
Total	20	100

Gráfico 24: Pregunta 19



Fuente: Cuestionario aplicado a empleados de la Southern Copper Corporation

INTERPRETACIÓN: Según el gráfico 20, el 60 % de los encuestados manifiestan que el aspecto que tendrían que mejorar en la empresa en cuanto a capacitación del personal es emitir cursos de actualización aduanera, el 30 % aprendizaje de sistemas y el 10 % manifiestan negocios internacionales.

3.2. ANÁLISIS DEL NIVEL DE LA EXPORTACIÓN DE MINERALES DE LA EMPRESA SOUTHERN COPPER CORPORATION DE LA PROVINCIA DE ILO Y REGIÓN DE MOQUEGUA.

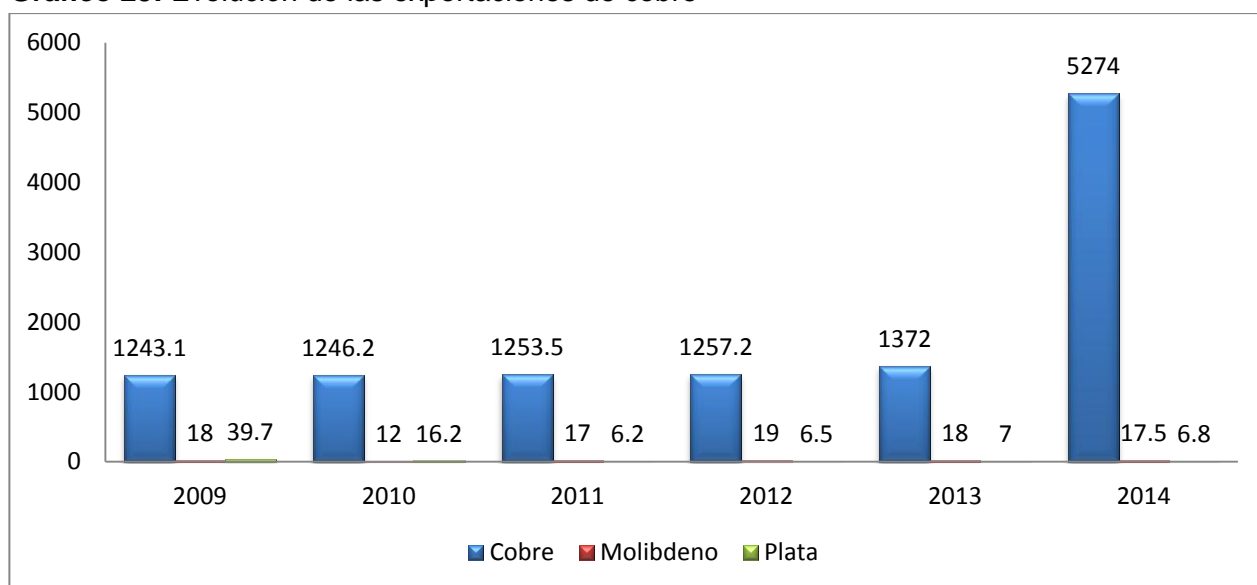
En este apartado se presenta la evolución de las exportaciones de cobre, molibdeno y plata de la empresa Southern Cooper corporation. La información consignada corresponde al periodo comprendido entre los años 2009-2014 en miles de toneladas métricas y en millones de dólares anuales

Tabla 4: Evolución de las exportaciones (miles de toneladas métricas)

Mineral	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Cobre	1 243.1	1 246.2	1 253.5	1 257.2	1 372.0	5 274
Molibdeno	18.0	12.0	17.0	19.0	18.0	17.5
Plata	39.7	16.2	6.2	6.5	7.0	6.8
Total	1 300.8	1 274.4	1 276.7	1 282.7	1 397	5 298.3

Fuente: Empresa Southern Copper Corporation

Gráfico 25: Evolución de las exportaciones de cobre



Fuente: Southern Copper Corporation

Para el análisis se consideró la evolución de las exportaciones de cobre, molibdeno y plata, cabe resaltar que el metal que mayor porcentaje exporta la empresa es el cobre 90%, molibdeno 6,3 % y plata 4,1 %.

Cabe resaltar la Southern Perú Copper Corporation, forma parte de Southern Copper Corporation que en el 2009 se consolidó como una de las compañías mineras de cobre más grande del mundo en términos de producción y ventas. Desarrolla operaciones en Perú y México y ejecuta programas de exploración en Chile. Por ello se tomó como base el año 2009.

Tabla 5: Total exportaciones anuales (US\$) millones realizados por la empresa SCC.

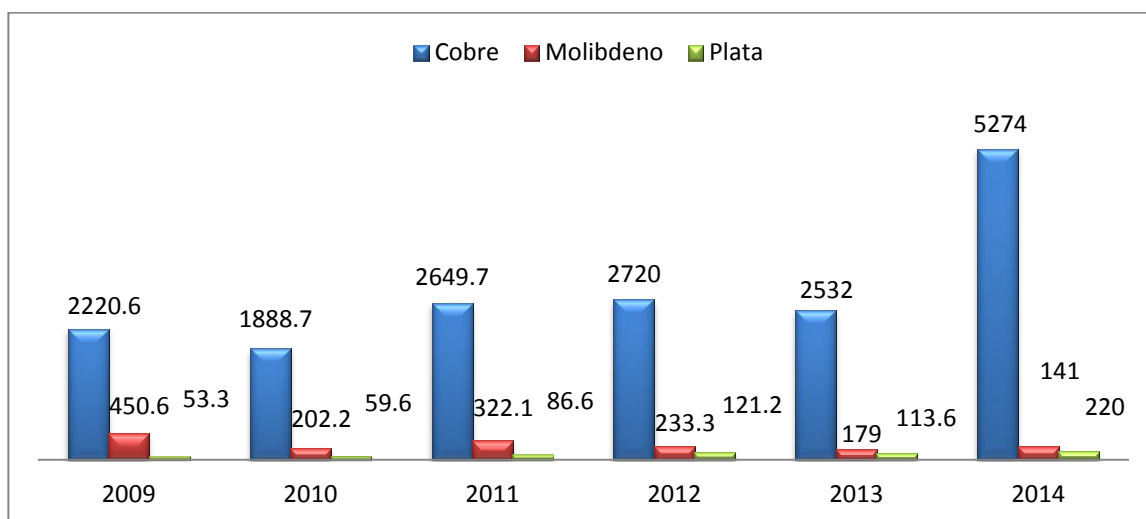
Mineral	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Cobre	7 277	5 934	8 870	10 711	10 483	5 274
Molibdeno	943	276	492	571	435	395
Plata	505	214	118	219	209	230
Total	8 725	6 424	9 480	11 501	11 127	5 899

Fuente: Banco central de reserva del Perú (2014)

Tabla 6: Volúmenes de venta en millones de (US\$)

Mineral	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Cobre	2 220.6	1 888.7	2 649.7	2 720.0	2 532.0	5 274
Molibdeno	450.6	202.2	322.1	233.3	179.0	220.0
Plata	53.3	59.6	86.6	121.2	113.6	141.0
Total	2 724.5	2 150.5	3 058.4	3 074.5	2 824.6	5 635

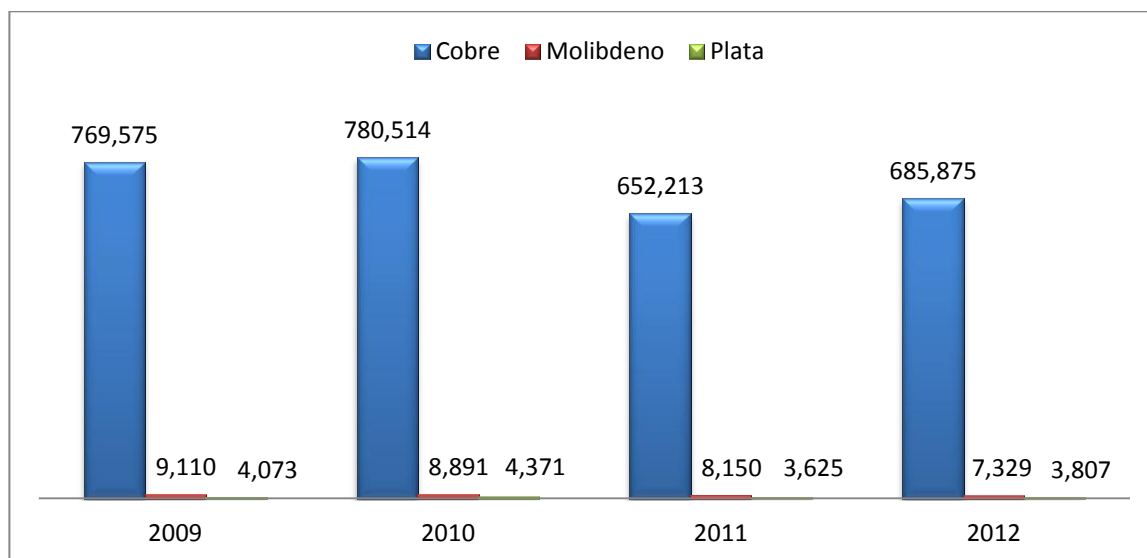
Gráfico 26: volúmenes de venta en millones de dólares de minerales de la empresa SCC



Fuente: SCC

Tabla 7: Costos de producción total de minerales

Mineral	2009	2010	2011	2012
Cobre	769,575	780,514	652,213	685,875
Molibdeno	9,110	8,891	8,150	7,329
Plata	4,073	4,371	3,625	3,807
Total	782,758	793,776	663,988	697,011

Gráfico 27: Costos de producción de minerales de la empresa SCC

Fuente: Southern Copper Corporation

Tabla 8: Resumen de exportaciones de minerales en miles de TM, volumen de venta en millones, costo de producción y la variación porcentual.

Años	Exportaciones (miles de TM)	Variación porcentual (%)	Volumen de venta en millones de US \$	Variación porcentual	Costo de producción	Variación porcentual
2009	1 300.8	100	2 724.5	100	782 758	100
2010	1 274.4	-2.03	2 150.5	-21.06	793 776	1.40
2011	1 276.7	0.18	3 058.4	42.21	663 988	-16.35
2012	1 282.7	0.46	3 074.5	0.52	697 011	4.97
2013	1 397.0	8.49	2 824.6	-8.12	680 200	-2.41
2014	5 298.3	379	5 635	99.49	720 000	5.85

Fuente: Elaboración propia, datos tomados de la empresa Southern Copper Corporation

De la tabla 8 se puede observar que el año 2010 respecto al 2009 hubo una caída en las exportaciones en -2.03 %, para luego en el 2011, 2012, 2013 y 2014, observar un ascenso en las exportaciones producto de las explotaciones de mineras por la empresa los mismos fueron de 0,18, 0,46, 089 y 379 % este último valor producto de ampliaciones mineras realizadas por la empresa.

Asimismo respecto a los volúmenes de venta en millones de dólares se observa en el año 2010 respecto al 2009 como base, una disminución en las ventas, luego en el 2011 un incremento de 43,21 %, en el 2012 una reducción a 0,52 %, en el 2013 un déficit de -8,12 %, en el 2014 un incremento de 99,49 % respecto al año anterior. Se observa una gran volatilidad en el volumen de ventas de los minerales.

Los países a los cuales abastece de minerales la empresa Southern Copper Corporation son EEUU, Europa, México y Asia

Tabla 9. Ventas por país (US \$)

País	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Promedio
Estados Unidos	1 005.4	1 089.0	1 103.70	1067.4	1 215.0	1567.0	1 174.58
Europa	587	760	592.10	369.1	298.0	1027.5	605.61
México	358.2		269.30	476.4	289.5	1167.5	512.18
Perú	112.6	150.0	261.7	296.2	251.5	685.0	292.78
Latinoamérica excepto Mexico/Perú	536.0	101,5	515.50	505.8	423.6	598.0	446.73
Asia	125.3	51.0	316.1	363.4	347.0	590.0	298.8
Total	2 724.5	2150.5	3 058.4	3 074.5	2 824.6	5 635	

Fuente: SUNAT-MEM

De la tabla 9 se observa que las ventas en un porcentaje de 35-45 % se realiza a EEUU, siguiendo Europa y México, luego Latinoamérica, posteriormente en menor porcentaje Asia y Perú.

CAPITULO IV

4. CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS

LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1 MENCIONA QUE “La capacitación del personal en la empresa Southern Cooper Corporation de la provincia de Ilo y región de Moquegua es deficiente”.

Para la demostración de la hipótesis 1 se categorizó de la siguiente forma:

✓ **Categoría deficiente capacitación del recurso humano:**

No maneja los sistemas operativos (Nextiva, rapaz, movile) de patio puerto. No maneja el sistema Hermes para control de inventarios. No sabe ingresar la información de la toma de inventario de patio puerto al sistema comercial Hermes. Los clientes no reciben los productos en tiempos menores a los actuales. No sabe realizar los aforos según el canal aduanero que le asigne al ingreso al portal de la Sunat. No existe personal especializado para cubrir turnos de noche y/o madrugada.

✓ **Categoría regular capacitación del recurso humano**

Maneja de forma regular algunos de los sistemas operativos (Nextiva, rapaz, movile) de patio puerto. Maneja regularmente el sistema Hermes para control de inventarios. No sabe ingresar la información de la toma de inventario de patio puerto al sistema comercial Hermes. Los clientes reciben algunas veces los productos en tiempos menores a los actuales. A veces sabe realizar los aforos según el canal aduanero que le asigne al ingreso al portal de la Sunat. A veces existe personal especializado para cubrir turnos de noche y/o madrugada.

✓ **Categoría buena en capacitación del recurso humano**

Maneja los sistemas operativos (Nextiva, rapaz, movile) de patio puerto. Maneja el sistema Hermes para control de inventarios. Sabe ingresar la información de la toma de inventario de patio puerto al sistema comercial Hermes. Los clientes reciben los productos en tiempos menores a los actuales Sabe realizar los aforos según el canal aduanero que le asigne al ingreso al portal de la Sunat. Existe personal especializado para cubrir turnos de noche y/o madrugada.

Al contrastar la hipótesis se corrobora que el 40 % del personal no conoce como se maneja los sistemas operativos de patio puerto, el 40 % no conoce como se utiliza el sistema Hermes para control de inventarios, el 40 % siente la necesidad de que los clientes no reciben los productos en tiempos menores a los actuales, el 50 % no sabe ingresar la información de la toma de inventario de patio puerto al sistema comercial Hermes.

El 40 % no realiza los aforos según canal aduanero que el sistema asigne al ingresar al portal de la SUNAT, el 90 % manifiesta que existe falta de personal especializado para cubrir turnos de noche y madrugada. Por todo lo manifestado se corrobora la hipótesis específica 1.

LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2 MENCIONA QUE “El nivel de la exportación de minerales en la empresa Southern Cooper Corporation de la provincia de Ilo y región de Moquegua es bajo”. Para corroborar o ratificar esta hipótesis se comparó las exportaciones de la empresa Southern Cooper corporation con otras empresas del sector competidoras en los mismos tipos de minerales como es Antamina, Cerro Verde y Xtrata Tintaya.

Tabla 10: Exportaciones en dólares de las empresas mineras competidoras y la empresa en estudio

Nombre de la compañía	Exportaciones US \$			
	2010	2011	2012	2013
Minera Antamina	2 614	3 384	3 512	3 890
Southern Copper Corporation	2 150	3 058.4	3 074.5	2 824.6
Minera Cerro Verde	1 848	2 182	1 637.4	1 809
Xtrata Tintaya	230	420	294.8	337.0
Total	6 842	9 044.4	8 518.7	8 860.6

Fuente: SUNAT- Ministerio de energía y minas (MEM)-Sociedad nacional de minería (SNM)

Tabla 11: Participación en porcentaje de las exportaciones de las principales empresas mineras

Años	Antamina (%)	Southern Copper corporation (%)	Minera Cerro Verde (%)	Xtrata Tintaya (%)
2010	38.20	31.42	27.0	3.36
2011	37.41	33.81	24.12	4.64
2012	41.22	36.09	19.22	3.46
2013	43.90	31.87	20.41	3.80

Fuente: Elaboración propia de datos tomados de SNAT-MEM

Para la contratación de la hipótesis específica 2 se categorizó de la siguiente manera:

Niveles de exportación (%)	Categorías
3-10	Muy bajo
11-20	Bajo
21-40	Regular
41-50	Bueno
>de 50	Muy bueno

La empresa en estudio se encuentra ubicada en la categoría de regular ya que las exportaciones de minerales oscilan entre 31 a 36 %. Por tanto se rechaza la hipótesis que menciona que las exportaciones de minerales de la empresa es bajo.

LA HIPÓTESIS GENERAL DICE:

H₁= La capacitación del personal influye en el nivel de exportaciones de los minerales de la empresa Southern Cooper Corporation de la provincia de Ilo y región de Moquegua.

Se plantea la hipótesis nula: H₀=La capacitación del personal no influye en el nivel de exportaciones de los minerales de la empresa Southern Cooper Corporation de la provincia de Ilo y región de Moquegua.

Aplicando la prueba del chi cuadrado se tiene que para dos grados de libertad al 95 % de probabilidad se tiene un valor estadístico de 1.042 comparado con el valor crítico = 5.99, entonces se procede a la contrastación.

Si el valor crítico > valor chi cuadrado se acepta la hipótesis nula, por tanto: 5.99 > 1.042 al 95 % de probabilidad por tanto se acepta la hipótesis nula que dice que la capacitación del personal no influye en el nivel de exportaciones de los minerales de la empresa Southern Copper Corporation.

CONCLUSIONES

1. Según el análisis de la capacitación del personal de la empresa minera Southern Copper Corporation de la provincia de Ilo y región de Moquegua se concluye que:

El 40 % del personal no conoce como se maneja los sistemas operativos de patio puerto, el 40 % no conoce como se utiliza el sistema Hermes para control de inventarios, el 40 % siente la necesidad de que los clientes no reciben los productos en tiempos menores a los actuales, el 50 % no sabe ingresar la información de la toma de inventario de patio puerto al sistema comercial Hermes. El 40 % no realiza los aforos según canal aduanero que el sistema asigne al ingresar al portal de la SUNAT, el 90 % manifiesta que existe falta de personal especializado para cubrir turnos de noche y madrugada. Se ratifica la hipótesis planteada que menciona que el nivel de capacitación es deficiente.

2. En el análisis de los niveles de exportación de minerales de la empresa Southern Copper Corporation se concluye que la empresa participa en un 31-36 % de exportación de minerales respecto a la competencia y ocupa el segundo lugar a nivel nacional. Por tanto se ubica en la categoría de regular rechazándose la hipótesis que menciona que las exportaciones de minerales de la empresa es bajo.
3. En la determinación de la influencia de la capacitación del recurso humano en el nivel de exportaciones de acuerdo a la aplicación de la prueba de independencia del chi cuadrado al 95 % el valor estadístico de 1.042 comparado con el valor crítico = 5.99, entonces se acepta la hipótesis nula, que dice que la capacitación del personal no influye en el nivel de exportaciones de los minerales de la empresa Southern Copper Corporation.

SUGERENCIAS

1. Se recomienda capacitar a la personal de la empresa en estudio en aspectos de manejo de sistemas operativos de exportación y aduanaje para fortalecer los conocimientos respecto a las empresas competidoras.
2. Se recomienda investigar las exportaciones por periodos más amplios y analizar su variación porcentual respecto a otros factores humanos como satisfacción del personal.
3. Considerar investigaciones que involucren otros aspectos del recurso humano dado que éste es amplio que puede abarcar motivación, cultura organizacional además de la capacitación del mismo para realizar un análisis global del recurso humano.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, F.(1990). Administración de recursos humanos: para el alto desempeño. Sexta edición. México: Trillas
- Banco central de reserva del Perú (2014). Exportaciones de minerales; cobre, molibdeno y otros.
- Bello, J. (2012). Estudio sobre el impacto de las exportaciones en el crecimiento económico del Perú durante los años 1970- 2010. Universidad Nacional mayor de San Marcos
- Calderón, H. (1995). Manual para la administración del proceso de capacitación de personal. México: Limusa.
- Campodónico, H (1997), “La inversión en el sector minero peruano en el período 1993-2000” CEPAL, Santiago de Chile, diciembre.
- Czinkota, M. (1994). Executive insights: A national export assistance policy for new and growing business. *Journal of International Marketing*, 2 (1), 90-105.
- Czinkota, M. (2003). Executive insights: A national export assistance policy for new and growing business. *Journal of International Marketing*, 2 (1), 91-101.
- Cuesta, A. (1997). Tecnología de gestión de recursos humanos. Facultad de Ingeniería Industrial del ISPJAE. Cuba.
- Cueva, S. (2012). El impacto de las transferencias monetarias mineras en el desarrollo de los distritos del Perú”. Pontificia universidad católica del Perú.
- Dammert, A. (2007). Panorama de la minería en el Perú. Osinergmin. 198 p.

- Dessler, G. (2001). *Administración de personal*. 8ava edición. México: Pearson Educación.
- Diamantopoulos, A., Schlegelmilch, B. & Tse, K. (1993). Understanding the role of export marketing assistance: empirical evidence and research needs. *European Journal of Marketing*, 27 (4), 5-18
- García, Érika *et al.* (2003). "Análisis de la competitividad de la gran minería metálica del Perú y propuesta de estrategias generales para su desarrollo". CENTRUM Católica. Lima.
- Glave, M. A. y Kuramoto, J. (2002) "Minería, Minerales y Desarrollo Sustentable en Perú." En Centro de Investigación y Planificación del Medio Ambiente (CIPMA), Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (IDRC) e Iniciativa de Investigación sobre Políticas Mineras (IIPM).
- Ivancevich, J.(1992). *Resource Management Foundations of Personnel*. Irwin.
- Kaplan y Norton (1996). *Tablero de mando integral*. España. 80 p.
- Lau R. C. (2001). *Diseño de un modelo de gestión de recursos humanos para el sector minero de Cuba*. Tesis para optar el grado de doctor en ciencias económicas. La Habana, Cuba.
- MACROCONSULT (2018), "Impacto económico de la minería en el Perú", Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía – SNMPE. Instituto de relaciones internacionales, Luanda, República de Angola.
- Martins, M. (2014). *Modelos actuales de la gestión de los recursos humanos*.
- Ministerio de Energía y Minas. (2010). *Minería peruana: contribución al desarrollo económico y social*.
- Ministerio de Comercio e industrial (2006). *Manual para exportar*. Programa exporta nosotros te apoyamos. 73 p.

- Percca, M. (2012). Estructura minera exportadora del Perú y el crecimiento económico, periodo 1995-2005. Tesis para optar el grado de Magister en Economía con mención en Política Económica. UNMSN. 83 p.
- Reporte financiero de la Southern Perú Cooper Corporation. (2013). Pontificia Universidad Católica del Perú. CENTRUM. 51 pag.
- Rodriguez, J. (1991). Administración moderna del personal. 7ma edición. México: Thompson.
- Romero, K. (2010). La capacitación y la motivación como herramientas para conseguir una ventaja competitiva. Tesis. Universidad Veracruzana. Veracruz- México 114 p.
- Tesin, L. (1978). Beneficios de la capacitación organizacional. Limusa. 95 p.
- Siliceo, A. (1982). Capacitación y desarrollo personal. 2da edición. México: Limusa.
- Zegarra, E.; J. Orihuela y M. Paredes (2007) "Minería y Hogares de la Sierra Peruana: Impactos y Espacios de Conflicto". Grupo de Análisis para el Desarrollo (GRADE), Documento de Trabajo 51.

ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario aplicado a los empleados de las diferentes áreas: comercial, operaciones de puerto y exportaciones de la empresa Southern Cooper Corporation

El presente cuestionario es para conocer su opinión acerca del nivel de capacitación del recurso humano y su influencia en la exportación de minerales de la empresa Southern Cooper Corporation del distrito de Ilo, provincia de Moquegua año 2014- 2015.

INFORMACIÓN GENERAL

Señor (a) encuestado (a) se solicita de manera muy cordial sÍrvase contestar las siguientes preguntas marcando con una (x) en el casillero correspondiente.

I PARTE: DATOS INFORMATIVOS:

Edad () Sexo ()

Nivel de instrucción: a) Primaria completa e incompleta b) Secundaria completa e incompleta c) Superior no universitaria, d) superior universitaria e) analfabeto.

1.¿Cuánto tiempo de servicio tiene en el área donde se desempeña?

a) 6 meses-1 año b) 1-2 años c) 2-5 años d) más de 5 años

2. ¿Conoce o maneja sistemas informáticos como Word, Excel, PPT

Sistema informático	Básico	Intermedio	Avanzado
Word			
Excel			
PPT			

3.¿Conoce cómo se maneja los sistemas operativos (Nextiva, Hermes, rapaz) de patio puerto?

a) Sí b) No c) espera ser capacitado en ello d) está en proceso de aprendizaje

4.¿Conoce como se utiliza el sistema Hermes para control de inventarios?

a) Sí b) No c) está aprendiendo

5.¿Conoce o sabe de la existencia de un manual de usuario para el área de exportaciones?

a) Sí b) no

6.¿Siente la necesidad de los clientes de recibir los productos en tiempos menores a los actuales?

a) Sí b) No c) es indiferente

7. ¿Sabe ingresar la información de la toma de inventario de patio puerto al sistema comercial Hermes?.

a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca

8. ¿Sabe asignar y distribuir material por orden de embarque, nave y cliente?.

a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca

9. ¿Realiza los aforos según el canal aduanero que el sistema asigne al ingreso al portal de Aduanet-Sunat.?

a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca

10.¿El empleado lider recepciona los diferentes productos en los almacenes de patio puerto, según su procedencia (Toquepala, Cuajone o refinería)?

a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca

11. ¿Son entregados los documentos al área de exportaciones por el encargado para ser ingresados al sistema (hora de llegada, peso y piezas para el adecuado control)?.

- a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca

12. ¿La empresa transportista envía por correo la relación de choferes y unidades de traslado de material oportunamente?

- a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca

13. ¿Existe un manual de usuario para el área de exportaciones?

- a) Sí b) no

14. ¿Hay un encargado en la empresa que se ocupe 100 % de la exportación?

- a) Sí b) No

15. ¿Existe falta de personal especializado para cubrir turnos de noche y/o madrugada?, mencione porcentajes?.

- a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca

16. ¿A qué atribuye que exista descoordinación entre los pedidos y las ventas por parte del área comercial en la ciudad de Lima?

a) Falta de comunicación b) Incapacidad del personal c) Manejo del sistema de ingreso

17. ¿Verifica si al momento de pesar los camiones, los conductores emiten datos como nombre, matrícula, matrícula de carreta, altura, largo, ancho y tracción, estos coinciden con la relación de choferes y datos que envía la empresa transportista?

- a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca

18. ¿Todos los actores en la exportación de minerales de la empresa están sensibilizados de los cambios que serían necesarios implementar?

- a) Sí b) no

19. Según su concepto que aspectos tendría que mejorar la empresa en cuanto a capacitación del personal.....

Anexo 2: Validación del instrumento (cuestionario)

Coeficiente de alfa de Crombach

Resultado de encuesta

ENCUESTA	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECIFICO 1	OBJETIVO ESPECIFICO 2	SUMA DE ITEMS
01	8	6	6	20
02	7	7	7	21
03	7	7	6	20
04	7	6	6	17
05	7	6	6	17
06	7	6	6	17
07	7	7	7	21
08	6	6	6	18
09	6	7	6	17
10	6	6	7	17
11	7	7	7	21
12	8	7	8	23
13	6	7	6	17
14	6	8	6	20
15	7	6	6	17
16	8	7	6	21
17	8	6	6	20
18	5	6	6	17
19	7	6	5	18
VARP	0.81	0.42	0.46	5.62333

$$\text{Alfa} = \frac{K}{k-1} \left(1 - \frac{S_{t2}}{S_t} \right)$$

$$\text{Alfa} = \left(\frac{4}{4-1} \right) \left(1 - \frac{2.11}{5.62} \right) = 0.867$$

En conclusión podemos decir que es confiable el instrumento ya que entre más cerca a 1, está el coeficiente de alfa de Crombach más alto el grado de confiabilidad.

Anexo 3: Chi Cuadrado

Nivel de capacitación	Exportaciones		
	Bajo	Alto	Total
Bueno	1	2	3
Regular	2	4	6
Deficiente	3	8	11
Total	6	14	20

Chi cuadrado= 1.04 (valor estadístico)

GL=2

Probabilidad= 95 %

Valor crítico= 5.99

Anexo 5: Panel de fotos

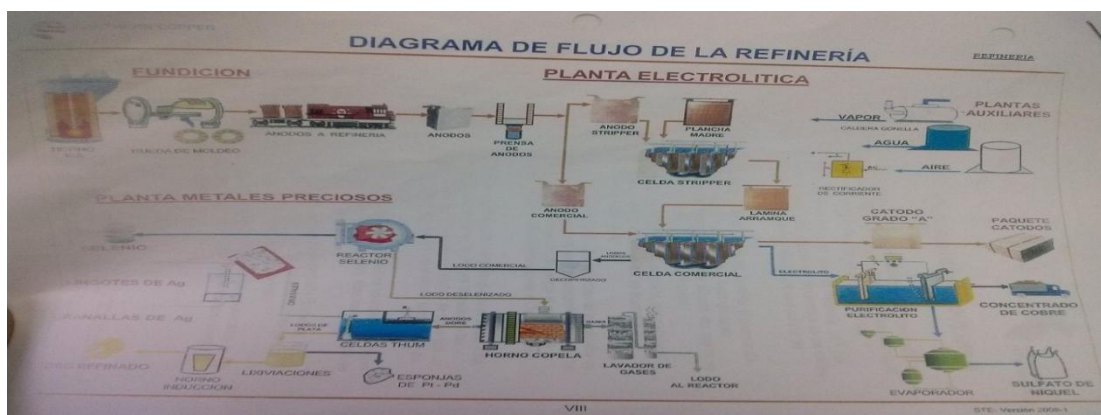


Figura 1: Diagrama de flujo de la refinera



Figura 2: Patio puerto



Figura 3: Paquetes de cobre



Figura 4: Transporte terrestre de Molibdeno



Figura 5: Files de Despacho



Figura 6: Personal de Operaciones Puerto – Encuestas



Figura 7: Personal de operarios – Patio Puerto



Figura 8: Producto No Conforme en plataforma de patio puerto



Figura 9: Traslado de Molibdeno



Figura 10: Seaboard Chile - Embarque de cátodos


REPORTE DE SERVICIO DE OPERACIONES PUERTO

Barco :	RITA SCHEPERS	Bandera :	Peruana	Reporte de Servicio
Naviera :				
Facturar a :	TRANSUNIVERSAL ESTIBAS S.A.C.			N° 153-14
RUC :	20503295262	Muelle:	(AGUNSA)	Factura N°.....

A.- Alquiler de Amarradero.

Descripción del Uso de Muelle				IMPORTE U.S. \$
Fecha y Hora de Atraque de la Nave :				
Fecha y Hora de Desatraque de la Nave				
Tonelaje Grueso de la Nave (TM) :				
Tiempo Atracado en Muelle :	(días)			
Tarifa de Muelle SPCC (\$ x TRB x día) :				
Amarre y Desamarre (US. 300.00) :				
B.- Manipuleo de carga.				
Descripción				
Alquiler de Montacargas - 02 horas (Por carga y descarga de spreader a ENAPU con fecha 05/12/2014).	\$50.00	x	2	100.00
				IGV 18.00
	Importe Total			118.00



Javier Bcado Jo
SOUTHERN PERU COPPER CORPORATION

Figura 11 : Reporte de Servicio de operaciones

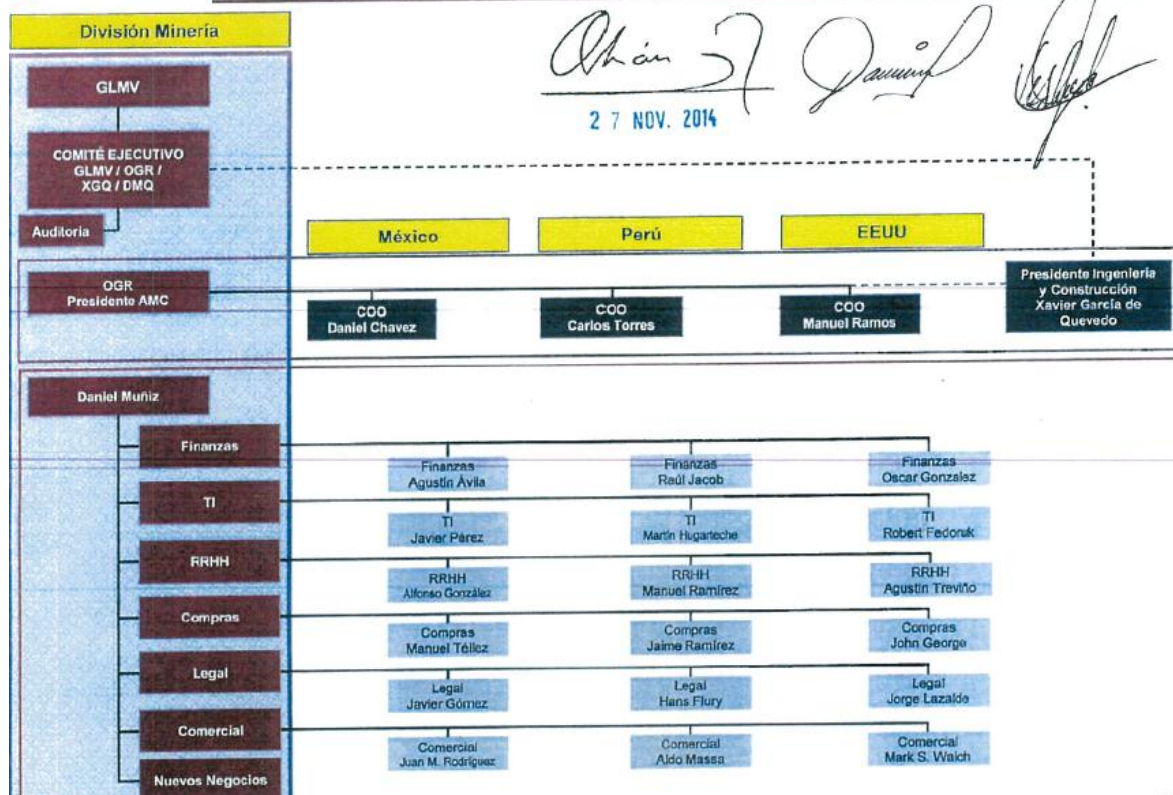


Figura 12: División Minera SCC