



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y EL
BENCHMARKING EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES
EN EL CASERIO MIRAFLORES DISTRITO CASTILLA
PIURA, AÑO 2018**

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

AUTORA:

MORE FLORES, JACINTA

ORCID: 0000-0003-2051-7405

ASESORA:

PALACIOS DE BRICEÑO, MERCEDES RENEÉ

ORCID: 0000-0001-8823-2655

PIURA – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

More Flores Jacinta

ORCID: 0000-0003-2051-7405

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de
Pregrado, Piura, Perú

ASESORA

Palacios de Briceño, Mercedes Reneé

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de
Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de
Administración, Piura, Perú

JURADO

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID: 0000-0001-7372-741X

HOJA DE JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Mgtr. Iván Guzmán Castro

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Miembro

Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

ORCID: 0000-0001-7372-741X

Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Asesora

AGRADECIMIENTO

A Dios por iluminar mi mente y darme
fortaleza para poder concluir mis estudios
con éxito.

DEDICATORIA

A mis padres por estar siempre conmigo
y brindarme su infinito amor y gran ayuda
para alcanzar mis objetivos propuestos.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tiene como objetivo general, identificar las características de la capacitación y el benchmarking en las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, año 2018. La metodología utilizada es de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal; la población de dicha investigación está conformada por un total de **08** MYPES rubro restaurantes, la muestra obtenida para la variable Capacitación es un total de **50** trabajadores los cuales se les aplico la encuesta, asimismo para la variable Benchmarking la muestra fue de **8** representantes de las MYPE rubro restaurantes. La técnica que se utilizó para el recojo de datos fue el instrumento del cuestionario. Dentro de las principales conclusiones se identificó que las características que poseen las MYPE rubro restaurantes, se basan en brindar un mejor producto o servicio hacia sus clientes brindándoles buena atención y generándoles confianza para fidelizarlos a su negocio, asimismo capacitan a sus colaboradores para obtener un mejor rendimiento en cuanto a sus actividades que realizan, de modo que se mantienen a la expectativa en marcar la diferencia de la competencia y lograr desarrollarse más y seguir compitiendo en el entorno empresarial.

Palabras clave: Capacitación, Benchmarking, MYPE, restaurantes.

ABSTRACT

The present research work has the general objective of identifying the characteristics of training and benchmarking in MYPE restaurants in the Caserío Miraflores district of Castilla Piura, year 2018. The methodology used is of a quantitative type, descriptive level, design not experimental cross section; the population of said research is made up of a total of 08 MYPES in the restaurant category, the sample obtained for the Training variable is a total of 50 workers who were applied the survey, also for the Benchmarking variable the sample was 8 representatives of the MYPE category restaurants. The technique used for data collection was the instrument of the questionnaire. Among the main conclusions, it was identified that the characteristics that the Mype have in the restaurant category are based on providing a better product or service to their clients, providing them with good service and generating confidence to loyalty them to their business, and they also train their collaborators to obtain a better performance in terms of their activities, so they are waiting to make a difference from the competition and develop further and continue competing in the business environment.

Keywords: training, benchmarking, MSEs, restaurants.

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO	i
HOJA DE JURADO EVALUADOR Y ASESOR.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA.....	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
CONTENIDO.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
ÍNDICE DE CUADROS	xii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	13
2.1. Antecedentes.....	13
2.1.1 capacitación.....	13
2.2 bases teóricas	23
2.2.1 capacitación.....	23
2.2.1.2 Reacción:.....	26
2.2.1.3 Aprendizaje	26
2.2.1.4 Conducta	27
2.2.1.5 Resultados	28
2.2.1.7 Estrategias de capacitación.	32

.2.2.2 benchmarking	33
2.2.2.3 Tipos de benchmarking	36
2.2.2.4 Objetivos del benchmarking	39
2.2.2.5. Etapas del benchmarking	40
2.2.2.6. Ventajas:.....	42
2.2.2.7. Beneficios:.....	42
III. HIPÓTESIS	45
IV. METODOLOGÍA	46
4.1 diseño de la investigación	46
4.2 población y muestra	47
4.3 MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .	50
4.5 plan de análisis	52
4.7 PRINCIPIOS ÉTICOS	55
V. RESULTADOS	56
5.1 Resultados	56
5.2. Análisis de los resultados	85
VI. CONCLUSIONES	92
REFERENCIAS.....	94
ANEXOS	98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 ¿Considera usted que sus trabajadores se encuentran en un alto nivel de capacitados?.....	56
Tabla 2 ¿La motivación y el conocimiento adquirido por parte de los colaboradores, es a través de la capacitación?	57
Tabla 3 ¿Considera que el aprendizaje de los colaboradores, les ayuda a desempeñarse mejor en su puesto de trabajo?.....	58
Tabla 4 ¿Considera que es importante capacitar a los colaboradores para mejorar su desempeño?.....	59
Tabla 5 ¿ Considera que la capacitación es una estrategia para mejorar los resultados en la organización?	60
Tabla 6 ¿Considera que los colaboradores pongan en práctica los conocimientos adquiridos para mejorar los resultados en sus labores?	61
Tabla 7 ¿Considera que la capacitación es la clave para mejorar el talento humano?	62
Tabla 8 ¿Se preocupa por capacitar a los colaboradores?	63
Tabla 9 ¿Considera importante la participación de los colaboradores?.....	64
Tabla 10 ¿Cree que los colaboradores han mejorado en atención al cliente?.....	65
Tabla 11 ¿Los propietarios de la mype, les capacita para que realicen mejor su trabajo?	66
Tabla 12 ¿Ha obtenido un mejor desempeño en sus labores, después de la capacitación?.....	67
Tabla 13 ¿Considera que es importante la capacitación en su puesto de trabajo?.....	68

Tabla 14 Cree que es necesario que las mype deben capacitarlos antes y después de realizar su trabajo?	69
Tabla 15 El nivel de conocimientos adquiridos, es a través de las capacitaciones recibidas?	70
Tabla 16 Todos los trabajadores sin importar el puesto de trabajo, reciben capacitación?.....	71
Tabla 17 ¿Ha recibido algún curso de capacitación fuera de la empresa?	72
Tabla 18¿El trabajo en equipo mejora el servicio y la calidad en atención a los clientes?	73
Tabla 19 ¿Al mejorar sus productos o servicios, sería más competitivo?	74
Tabla 20 ¿Cree que al mejorar la calidad del producto o servicio, le permite alcanzar las metas establecidas?.....	75
Tabla 21 ¿Al conocer su competencia, utiliza estrategias para sobre salir?	76
Tabla 22 ¿Considera importante aplicar estrategias de innovación para mejorar su mype?.....	77
Tabla 23 ¿Considera que detectar las necesidades del cliente, es una oportunidad?.	78
Tabla 24 ¿Considera que sus productos o servicios, marcan la diferencia de la competencia?	79
Tabla 25 ¿Considera que el benchmarking ayuda a las mype hacer más competitivas?	80
Tabla 26 ¿Considera usted que la innovación es una estrategia para ser competitivo en el mercado?.....	81
Tabla 27 ¿Ha realizado un estudio de mercado para conocer de forma directa a su competencia?	82

Tabla 28 ¿Cree que hoy en día las mype son más competitivas debido a que se mantienen en constantes cambios? 83

Tabla 29 ¿Ha observado que el nivel de quejas por parte de los clientes ha disminuido? 84

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 capacitación a los colaboradores	56
Figura 2 Motivación.....	57
Figura 3 Desempeño de los colaboradores	58
Figura 4 Buena atención	59
Figura 5 Estrategias	60
Figura 6 Mejores resultados.....	61
Figura 7 Habilidades el personal	62
Figura 8 Capacitación	63
Figura 9 Participación de los colaboradores	64
Figura 10 Atención al cliente.....	65
Figura 11 Capacitación para el mejoramiento de su trabajo.....	66
Figura 12 Desempeño laboral	67
Figura 13 Importancia de la capacitación	68
Figura 14 Capacitación a los trabajadores	69
Figura 15 Conocimientos adquiridos	70
Figura 16 Capacitación a los trabajadores	71
Figura 17 Cursos de capacitación	72
Figura 18 Trabajo en equipo	73
Figura 19 Calidad de Producto	74
Figura 20 Calidad del producto	75
Figura 21 Estrategias competitivas	76
Figura 22 Estrategias de innovación	77

Figura 23 Necesidades del cliente	78
Figura 24 Productos diferenciados	79
Figura 25 Mype competitiva.....	80
Figura 26 Estrategias	81
Figura 27 Estudio de mercado	82
Figura 28 Constantes cambios	83
Figura 29 Disminución de quejas	84

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 fuente de información	47
Cuadro 2 relación de las Mype	48

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación que lleva por título “Caracterización de la capacitación y el benchmarking en las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, año 2018” Línea que ha sido asignada por la escuela profesional de Administración, y comprende el campo investigativo; capacitación, competitividad, rentabilidad y financiamiento de las MYPE. Se planteó como objetivo general; Identificar las características de la capacitación y el benchmarking en las MYPE rubro restaurantes en el caserío Miraflores distrito Castilla Piura año 2018. Se empleó la metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal. De tal modo que se identificó que los dueños de las MYPE en gran mayoría pertenecen al género masculino, por lo tanto sus edades fluctúan entre 25 a 50 años de edad, por lo tanto han logrado constituir negocios unipersonales los cuales tienen más de 4 años en funcionamiento siendo el principal rubro restaurantes, cubriendo así las necesidades del público en general. En esta oportunidad las MYPE rubro restaurantes son fuentes de gran demanda laboral para la población permitiéndoles así poder ser un sustento económico para sus numerosas familias cubriendo sus necesidades básicas.

Actualmente las unidades económicas de negocio se han convertido en un eje muy importante como fuentes generadoras de empleo cubriendo así las necesidades de la población y a la vez logrando un mejor posicionamiento en el campo empresarial, es irrefutable observar que como es que las pequeñas empresas en nuestro país están creciendo cada día más logrando así un mejor posicionamiento en el mercado laboral convirtiéndose en grandes fuentes de empleo para las sociedad, según la sociedad del

comercio exterior del país el 80% de las empresas exportadoras peruanas han logrado entrar en dicha categoría, además indica que se centralizan al 85% de la población económicamente activa (PEA) brindando un desarrollo sostenible para aquellas familias, de tal modo generan un aporte del **25%** del PBI esto significa que las micro empresas están generando un buen crecimiento económico, de acuerdo con el Ministerio de producción, señala que estos porcentajes son bastante rentables y alentadores para el crecimiento del país además generan un impacto acerca de la importancia del crecimiento del microempresario peruano quienes son unos grandes emprendedores que día a día luchan para sobre salir y ser competitivos en el contexto laboral y empresarial, en el aspecto legal el congreso de la República creo la ley **(30056)** ley que fue crea para modificar diversas leyes para facilitar la inversión e impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento de las micro y pequeñas empresas facilitándoles la formalización para poderse desarrollar en el mercado de manera formal y eficientemente . (Diario Oficial el Peruano, 2016).

Indudablemente el futuro de las MYPE peruanas se reflejan muy comprometidas con la oferta laboral para numerosas poblaciones la cual juega un rol muy imprescindible en el elevado crecimiento económico y ser uno de los países con mayor potencialidad de desarrollo para futuras generaciones. Por otro lado tenemos un factor muy importante que es la tecnología que cada vez está más actualizada lo cual conlleva un índice muy significativo para el crecimiento de los negocios ya sea en el Perú o en cualquier otro país, cabe señalar que con la vanguardia de la tecnología es más fácil para los empresarios poder hacer conocer sus productos o servicios al mercado consumidor ya que por intermedio de las redes tecnologías de comunicación es más factible y preciso fluir la indagación del vendedor al con consumidor, si bien

es cierto se observa que la tecnología se ha vuelto una necesidad entonces esto indica que el microempresario ha sabido adaptarse y aprovechar al máximo para ser más competitivo y desarrollar sus oportunidades de negociación con otras compañías que le permite generar mayor rentabilidad y mayor posicionamiento en el mercado consumidor, sin embargo siempre se preocupan por mantenerse al nivel de su competencia para ello salen de sus entornos para investigar qué es lo que hacen las grandes empresas para considerarse como las mejores en el ámbito empresarial, de tal modo que adaptan nuevas estrategias para brindar mejor sus productos y servicios a los consumidores (Diario Gestión, 2019).

Inventar soluciones increíbles y experiencias únicas. La mejor forma que se puede hacer para generar diferenciación sobre la competencia, es mediante la creación de soluciones rápidas, es decir que la oferta del valor del producto debería ser única y diferenciada la cual generen mayor motivación al cliente se debe preocupar por encontrar una rápida respuesta clara y precisa para brindarle al cliente con el fin de poder brindarle un mejor servicio posible que llene sus expectativas.

Extender el servicio o producto. Por consiguiente el empresario debe buscar la manera más posible de poder ofertar su servicio /producto complementarios para que el cliente encuentre todo lo que necesite en un solo lugar ya que le facilita su proceso de compra al mismo tiempo le genera mayor rentabilidad por ende debe preocuparse y reaccionar de manera rápida para resolver esa necesidad que buscan los clientes ya que esto le permite ganar más clientes y que dicha MYPE sea más reconocida en el contexto empresarial.

Enfocarse en el cliente. De modo similar se debe tener esa alucinación por satisfacer las necesidades del cliente buscarle esa necesidad de poder adquirir los

productos ofrecidos evitar perder el tiempo obsesionándose con el competidor sino más bien buscar alianzas estrategias que le ayuden a seguir creciendo es lo que le genera mayor rentabilidad.

Emplear plataformas digitales. Actualmente la evolución del perfil que tiene el consumidor hace que el micro empresario se sienta obligado a busca más estrategias innovadoras como es la transformación digital de su negocio en lo cual el cliente puede realizar su compra por internet estar informado constantemente sobre los nuevos productos y servicios, en caso que el empresario no posea experiencia lo recomendable es realizar alianzas con otras empresas es decir utilizar o instituciones que sean especialistas en brindar este tipo en asesoría.

Conversar de manera constante con el cliente. Es preciso hablar de manera directa con el cliente para así poder descubrir que es lo que busca y evitar perderlo lograr entender sus inquietudes evitar los costos innecesarios y ocuparse de mejorar la calidad del producto o servicio.

Innovar rápido y barato. Es muy importante realizar un estudio de mercado antes de lanzar los productos o servicios es primordial realizar una investigación para a conocer a que nicho y segmentación de mercado va dirigido el producto o servicio esto evitara que se realicen gastos innecesarios y reducir los costos, seguir innovando para un buen desarrollo del negocio (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2018).

Según SUNAFIL (2017) Cabe señalar que las “MYPE” son también denominadas como una unidad económica la cual está conformada por personal natural o jurídica, bajo cualquier tipo de organización o compañía corporativa la cual tiene como primordial objeto desarrollar actividades económicas de extracción,

transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de diversos servicios para el mercado consumidor generando así un mejoramiento en el nivel económico a la población. Se observa que el poder ejecutivo ha realizado modificaciones en cuanto al código de la ley del proceso de la competitividad y formalización de la micro y pequeña empresa con el fin de facilitar mayor acceso de ocupación formal que les será una fuente muy sostenible para la población conocida como “LEY MYPE” su principal finalidad es brindar la facilidad a la implantación de las medidas de desarrollo y fomentar la competitividad en las numerosas unidades de negocio (Diario Gestión, 2019).

América Economía (2018) La Cámara de Comercio de Lima sugirió que en la actualidad las medianas empresas se enfrentan grandiosos desafíos para poder generar niveles competitivos de productividad en el país, por lo cual planteo la mayor necesidad de acompañamiento para poder garantizar su expansión en el contexto económico empresarial. En el campo del crecimiento económico las medianas y pequeñas empresas cumplen una función significativa en la economía peruana ya que generan un aporte significativo al (PBI) asimismo son grandes fuente productoras de empleo siendo un 75% que brindan a la población económicamente activa (PEA) que les permite mejorar su nivel socioeconómico y cubrir sus necesidades básicas (XIII Expo Pyme, 2018).

Ambiente interno: Está constituido por todos los elementos o fuerzas internas que influyen directamente dentro de la organización en efecto, en nuestro país la información interna entendida como la información que va dirigida a los colaboradores es una práctica que muchas veces los inversionistas lo dejan de lado sin tomarle importancia, muchos de ellos creen que organizar y mantener la comunicación con sus

colaboradores es exclusividad de las grandes y reconocidas corporaciones, en tal sentido es lo contrario si bien la comunicación en una organización es muy importante ya que ayuda a tomar decisiones productivas que ayudan a crecer y a evitar gastos innecesarios en dicha empresa, la comunicación es una herramienta muy útil lo cual contribuye a todos los trabajadores que puedan interrelacionarse y compartir sus experiencias y conocimientos que les conlleva a incrementar su compromiso de la empresa y dar lo mejor de su talento para conseguir el mejoramiento de dicha organización lo cual refleje como la mejor en el ámbito empresarial (Diario Oficial Perú 21, 2018).

Factores económicos, cuentan con un menú variado y muy económico donde se podrán encontrar algunas diferencias en algunos combos y otros ya sea familiares o personales esto se debe a que trabajan mayormente con productos de bajos costes de cada región, de igual manera la preparación de platos típicos y platos a la carta van dirigidos a grupos de familias de clase media y también a estudiantes y todo tipo de consumidores siempre y cuando adecuándose a los precios para el alcance de la economía de sus clientes.

En cuanto al nivel de los precios son indiscutibles ya que existe gran demanda competitiva que influye de manera directa en los precios y en la mente del consumidor, por ende es mejor mantener los precios de acuerdo a la calidad del producto o servicio que ofrecen, de este modo los clientes pueda tomar su decisión de compra basándose en la calidad (Sánchez, 2017).

Diario Gestión (2015) Manifiesta que las micro y pequeñas empresas se verán afectadas de manera directa con el alza del tipo de cambio debido a que el nivel de las tasas de interés se elevaran lo cual generara una falta de liquidez en las MYPE esto es

una desventaja para aquellos empresarios, según las cifras del INEI señala que las pymes son las que mayormente conforman un aproximado de 90% de fuerza empresarial en el Perú principalmente aquellos que poseen préstamos en dólares.

Con respecto al factor social, la economía peruana tiene indicadores macroeconómicos vigorosos debido que para este año 2019 se espera un crecimiento económico de 4%, según estudios estadísticos indican que existe moderada estabilidad monetaria y un alto nivel de reservas internacionales, disminución de endeudamiento público, sin embargo las elevadas cifras macroeconómicas no cubren las insuficiencias y el bienestar de las familias, por consiguiente la inseguridad ciudadana cada vez se incrementa más se ha vuelto un virus que circula por todo el país con tanta corrupción que a diario se ve hasta las autoridades quienes nos gobiernan están sometidos en la corrupción esto hace que nuestro país no alcen un óptimo desarrollo y se convierta en un país de subdesarrollo como lo son los países de América latina (Diario Gestión, 2019).

Socio cultural; en cada establecimiento de comida criolla tienen sus propias culturas, tradiciones típicas de cada región del país, en este contexto las empresas deben mantenerse a las expectativas de la evolución en cuanto los factores que integran el macroentorno y aprovechar su impacto que les conlleve a tomar las mejores medidas de adaptabilidad a las nuevas tendencias y cambios constantes que se generan en su entorno de manera que puedan ser más adaptables de acuerdo al gusto del cliente como respetando sus creencias y valores haciendo que se sientan importantes para la empresa esto engloba a los colaboradores y clientes (Nieto, 2015).

Ambiente externo: es el conjunto de todos los elementos externos que son pertinentes y relevantes a dicha organización los cuales están directamente

relacionados con la misma, dentro de los factores externos tenemos la demografía, buscan integrar a todos los segmentos en su empresa, por ello buscan la posibilidad de abarcar a ambos sexos y todas las edades es decir se preocupan por que sus productos que ofrecen se adecue a todos los consumidores en general satisfacer sus necesidades, gustos y preferencias de los distintos platos típicos y cubrir sus deseos y así mismo adaptarse a los posibles y constantes cambios que se den en el entorno (Carvache, 2016). Asimismo el mencionado autor señala que en el factor político legal las MYPE deben cumplir una serie de regulaciones derivadas por los gobiernos municipales, dicho esto las MYPE rubro restaurantes se encuentran al día con la autorización y el permiso de la Municipalidad y Sunat con la finalidad de poder trabajar con mayor seguridad y confianza ya que cumpliendo con los requisitos legales y políticos no tendrán ningún inconveniente. Y por ende los empleados quienes laboran en dichas MYPE se encuentran aptos y legales para formar parte de la misma, es decir los empleados tiene de 18 años mas.

Ubicación, las MYPE de rubro restaurantes del caserío Miraflores se encuentran ubicadas en el departamento de Piura Distrito Castilla Caserío Miraflores. Dichas “MYPE” brindan sus productos y servicios a toda la población en general que buscan consumir alimentos nutritivos y saludables en un ambiente agradable donde se les atiende de forma inmediata y excelente atención de modo que se sientan seguros y confiables y sean fieles consumidores de dichos restaurantes por su calidad y atención que les brindan (Obregón, 2014).

Proveedores, dichas “MYPE” tienen sus proveedores quienes les proveen los productos (materia prima) de mejor calidad y seleccionados en el momento que

necesitan para la preparación de exquisitos platos típicos de la región para satisfacer a sus clientes con una variedad de platos a la carta.

Competencia, la competencia es muy fuerte hoy en día lo que conlleva a tomar una mejor decisión y adaptación de nuevas estrategias para mantenerse firme en el mercado consumidor así mismo debido a la competencia existen gran mayoría de cadenas de restaurantes que existen en el entorno dedicados a la preparación y venta de platos tipos de las regiones; costa, sierra y selva de nuestro país. Para ello aplicamos la estrategia de innovación y el benchmarking competitivo y estratégico ya que son herramientas que ayudan a lograr una ventaja competitiva y un mejor desarrollo en las MYPE (Kotler y Armstrong, 2017).

Los empleados, son una pieza fundamental en las organizaciones ya que el desarrollo y crecimiento de las mismas va depender de los empleados es decir que el empleador tiene que cuidar de sus trabajadores para que ellos cuiden de sus clientes, por ello es imprescindible brindarle capacitación que le ayude a mejorar su talento para desarrollar sus actividades laborales y puedan pertenecer a una línea de carrera, esto es como una recompensa y motivación para los empleados para que tengan una mejor actitud positiva y así mismo compartir los valores de la misma y en conjunto lograr los objetivos que la organización se plantea (Armstrong, 2017).

Responsabilidad social empresarial (RSE), en dichas “MYPE” rubro restaurantes consideran la Responsabilidad Social Empresarial como una herramienta muy importante que ayuda a contribuir al medio ambiente y evitar la contaminación que se viene dando día a día, del mismo modo realizan campañas de solidaridad para llevar ayuda los niños más necesitados de los pueblos jóvenes y charlas de motivación (Schiffman y Kanuk, 2018).

En efecto las microempresas a nivel nacional generan una gran importancia en la actividad en el mercado interno, por lo cual el 84% son informales según la Sociedad de Comercio Exterior (COMEX) es la informalidad de las micro y pequeñas empresas se debe a la baja productividad y los elevados costos laborales e impositivos.

De acuerdo al contexto antes mencionado podemos señalar el siguiente problema planteado ¿Qué características tiene la Capacitación y el Benchmarking en las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, año 2018?

Dicha investigación tiene como objetivo general: “Identificar las características de la capacitación y el benchmarking en las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, año 2018”. Por lo consiguiente los objetivos específicos son: (a) Conocer los niveles de capacitación que utilizan las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Catilla Piura, año 2018; (b) Determinar las características del plan de capacitación que brindan las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, año 2018; (c) Identificar las ventajas del benchmarking en las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, año 2018; (d) Conocer cuáles son los beneficios del benchmarking en las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Catilla Piura, año 2018.

La mencionada investigación se realiza con el propósito de determinar las características que poseen las MYPE, sabiendo que hoy en día engloban una gran importancia en el mercado interno del Perú, de tal modo que han ido elevando su crecimiento de manera sorprendente.

De tal modo que la investigación queda delimitada desde la perspectiva:

- Temática por la variable capacitación, benchmarking dichas variables están dirigidas a los trabajadores y dueños de los negocios.
- Psicográfica: microempresas rubro restaurantes;
- Geográfica: Se encuentran ubicadas en el Caserío Miraflores distrito Castilla Región Piura.
- Temporal: año 2018.

La presente investigación se realiza con la finalidad de poder determinar las características de las MYPE rubro restaurantes, por lo mismo que se conoce que en la actualidad las micro y pequeñas empresas han ido alcanzando un gran valor con el pasar de los años, por otro lado según fuentes del INEI indica que estas unidades de negocio brindan un mayor aporte del 24% al PBI, siendo una cifra bastante alentadora que le brinda a nuestro país para poder así cerciorarse y poco a poco seguir desarrollándose y alcanzar el más alto nivel en crecimiento económico (Pérez, 2018).

También se realiza porque la SUNEDU obliga al estudiante a realizar un trabajo de investigación para poder obtener el grado de bachiller.

Como primer variables de dicha investigación es; Capacitación, tomando como referencia a Zambrano (2014) quien señala que hoy en día la gran mayoría de las empresas buscan tener personal calificado y productivo que le conlleve a poder lograr los objetivos y pueda desarrollarse como profesional, por lo consiguiente se considera a la capacitación como una herramienta muy importante la cual permite dar una mejor continuidad a las organizaciones esto les permite observar que la fuerza laboral es

importante reestructurarlo a través de capacitaciones constantes utilizando nuevas técnicas que les permite desarrollar mejor su trabajo esto les llevara hacer más y mejor competitivas en el mundo empresarial y así poder contribuir al desarrollo profesional del empleado. Así mismo dicho autor menciona que la necesidad de capacitar nace por el bajo rendimiento y la productividad que poseen los colaboradores.

Maslow (2014) La capacitación es un proceso mediante el cual se desarrolla constantemente para lograr que los colaboradores logren desarrollar sus habilidades y conocimientos para que de forma eficiente se desenvuelvan en sus respectivas áreas de trabajo y que puedan lograr sus objetivos deseados en conjunto con la empresa ya que dichos colaboradores son una pieza muy fundamental para que la empresa logre su crecimiento y tenga éxito en el mercado y ante las competencias es por ello que dichas organizaciones se toman el debido tiempo en brindarles capacitaciones a sus colaboradores para obtener mejores resultados.

Como segunda variable benchmarking por lo cual cite a Camp (2015) quien hace referente que la herramienta del benchmarking es considerado como un proceso de corporación y establece metas a corto y largo plazo, pero al mismo tiempo ocupa un valor motivacional muy significativo que permite las empresas poder ser más competitivas en tal sentido el benchmarking es una estrategias que acopla información relevante sobre la competencia para poder mejorarlo y tener un mayor impacto frente a sus competidores establece metas y objetivos alcanzables para la organización.

En dicha investigación se utilizara la metodología científica, se emplean fuentes primarias y secundarias para la obtención de los datos, además se ha determinado el tamaño la población y de la muestra, de modo que se ha diseñado un sondeo para el recojo de información que será validado.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1 capacitación

Moreira (2015) Elaboró una tesis que lleva por título “Necesidades de capacitación profesional del personal administrativo en las MYPE rubro panaderías de Guayaquil para mejorar la calidad de servicio”, realizo sus estudios en la Universidad de Guayaquil (Ecuador). La presente investigación tiene como objetivo general Identificar las necesidades de capacitación profesional del personal administrativo en las MYPE rubro panaderías de Guayaquil para mejorar la calidad de servicio. Para la presente investigación aplico la metodología de tipo Inductivo-deductivo, analítico-sintética. Como población de estudio considero a los trabajadores de las MYPE rubro panaderías siendo una muestra de un total de 20 trabajadores. El mencionado autor concluye que la capacitación profesional se constituye actualmente en un factor de suma importancia en nuestro trabajo, ya que esta debe estar orientada a alcanzar una competencia aplicable a los servicios que ofrecen las MYPE; por tanto, es un proceso permanente que se ajusta a la mejora continua que por responsabilidad compromete a los trabajadores a superarse para realizar un trabajo de eficiencia y que los usuarios puedan obtener una calidad total de servicio por parte del personal.

Martínez (2015) Realizó un trabajo de investigación que lleva por título “Capacitación del personal en las empresas rubro pollerías de Nuevo León México”, Realizo sus estudios en la Universidad Autónoma de Nuevo León (México), la presente investigación tiene como objetivo general identificar el tipo de capacitación

del personal que brindan las MYPES rubro pollerías de nuevo león México. Para esta investigación aplico la metodología de tipo descriptiva nivel cuantitativo de corte transversal-no experimental, como población de estudio considero a los trabajadores de las MYPE rubro pollerías siendo una muestra de 15 trabajadores. Llegó a la conclusión que en la elaboración de evaluación y descripción del puesto se desarrolló una resistencia al cambio de acuerdo a otras encuestas elaboradas anteriormente en la empresa en base que la capacitación se desarrolló en una forma Irregular por la situación económica, la empresa ha dado pasos pero no ha concretado para el seguimiento del mismo.

Urías (2017) Elaboró un trabajo de investigación denominado “Diseño de un programa de capacitación para una empresa de giro restaurante”, realizo sus estudios en el Instituto Tecnológico de Sonora (México), el presente trabajo de investigación tiene como objetivo general conocer qué tipo de capacitación se aplicaría a las MYPES de rubro restaurante para brindar un mejor servicio y calidad en sus productos. La metodología realizada es de tipo cualitativa – de corte transversal - diseño no experimental. Como población de estudio consideró a los dueños y representantes de las MYPE rubro restaurante siendo una muestra de un total de 06 MYPES. Concluye que los programas de capacitación siempre deben realizarse de acuerdo a las necesidades de un negocio, es decir, según el diagnóstico de necesidades de capacitación que arroje consigo, ya que los negocios son distintos, a pesar de ser de un mismo giro. Así mismo cabe señalar que el programa de capacitación está hecho para detectar las debilidades en sus operaciones cotidianas, y a su vez, de desarrollar y mejorar sus actitudes para el mejoramiento continuo en su ámbito laboral, y a su vez

servirá en la entidad para los empleados de nuevo ingreso para capacitarlos y adecuarlos a su trabajo.

Mayurí (2017) Realizó una investigación “Capacitación empresarial y desempeño laboral en las MYPE rubro pasteles en la ciudad de Lima – Perú 2017”, realizo sus estudios en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (Lima-Perú). Esta investigación tiene como objetivo general, Conocer cuáles son los tipos de capacitación que aplican para lograr el desempeño laboral en las MYPES rubro pasteles en la ciudad de Lima – Perú 2017, en esta investigación aplico la metodología de tipo Explicativo- Correlacional. Como población de estudio considero a los dueños y trabajadores de las MYPE rubro pasteles obteniendo una muestra de un total de 20 individuos. Concluye que los cursos de capacitación mejoran el desempeño laboral de los participantes de manera significativa de tal modo que los participantes del curso de capacitación consideran que una mejor medición de los resultados de esta capacitación es el promedio de notas final que refleja el conocimiento y práctica de los conocimientos alcanzados.

Huanca (2018) Desarrolló una investigación titulada “Caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro de restaurantes en la ciudad de Cabana, año 2018” culminó sus estudios en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote en la ciudad de Cabana, en la presente investigación detalla como objetivo general, Determinar las principales características de los empresarios de las MYPES del sector servicio - rubro de restaurantes, en la ciudad de Cabana, año 2018. Para esta investigación utilizo la metodología de diseño no experimental - transversal, descriptivo – cuantitativo. Como población de estudio considero a los dueños de las MYPE rubro restaurantes siendo la muestra un total de

10 MYPES. Concluye que la mayoría de las Micro y pequeñas empresas del Sector Servicio – Rubro de Restaurantes en la Ciudad de Cabana, año 2018, si conocen el término de capacitación, si han recibido capacitación, se han capacitado en temas de manejo empresarial, consideran a la capacitación como una inversión y crecimiento para las mismas.

Quispe (2015) Realizó una investigación nombrada “capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de la Av. libertadores, del distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, Departamento de Lima, período 2015”. Concluyo sus estudios en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote en la ciudad de Cañete – Perú, la presente investigación detalla como objetivo general, Determinar las principales características de la capacitación en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la Av. Libertadores, del distrito de San Vicente, provincia de Cañete, departamento de Lima, período 2015. Para la presente investigación aplico la metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo diseño no experimental/transversal. Como población de estudio considero a los dueños de las MYPES rubro restaurantes siendo una muestra de un total de 06 MYPES. Concluye que la mayoría de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, no tiene conocimiento sobre la importancia de la capacitación; la mayoría indican que la capacitación no está relacionada con el incremento de la productividad y satisfacción laboral de su personal.

Sánchez (2018) Elaboro una investigación “capacitación en habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en “el restaurant mar picante” de la Ciudad de Trujillo”, realizó sus estudios en la Universidad privada Antenor Orrego (Trujillo- Perú), esta investigación tiene como objetivo, general,

Conocer el proceso de capacitación en las habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en “el restaurant mar picante” de la ciudad de Trujillo”, para esta investigación aplico la metodología de tipo descriptiva-nivel cuantitativo de corte transversal-diseño no experimental, como población de estudio considero a los trabajadores y clientes de las MYPES rubro restaurante siendo una muestra de un total de 280 personas. Concluye que la capacitación en habilidades de atención al cliente mejoró de manera positiva la calidad del servicio brindado en el restaurant Mar Picante de la ciudad de Trujillo. Por otro lado al analizar los principales beneficios de la implementación del plan de capacitación concluimos en que no solo impactan en el ámbito económico, al mejorar la satisfacción del cliente con las habilidades de los trabajadores y fidelizarlos con la empresa, sino que también tienen impacto en el desarrollo personal de cada trabajador quienes notan la diferencia en sus capacidades para afrontar diversos problemas, para ejecutar su trabajo y relacionarse con los clientes.

Calvanapon (2016) Desarrolló una investigación Denominada “influencia de la inteligencia emocional en el éxito de gestión de las micro y pequeñas empresas de servicios de restaurantes y hoteles de Trujillo metropolitano”, realizo sus estudios en la Universidad Nacional de Trujillo – Perú, la presente investigación tiene como objetivo general, Determinar la influencia de la inteligencia emocional en el éxito de gestión de las micro y pequeñas empresas de restaurantes y hoteles de Trujillo Metropolitano. Para la presente investigación aplico la metodología de tipo Cuasi-experimental de corte transversal. Como población de estudio considero a los dueños y representantes de las MYPES hoteles y restaurantes siendo una muestra de un total de 10 MYPES. Concluye que el programa sobre inteligencia emocional, aplicada al

personal directivo y administrativo de las Micro y Pequeñas empresas de hoteles y restaurantes de Trujillo, ha traído consigo un cambio de actitud positiva en el clima organizacional, propiciando mejor receptividad y predisposición de los promotores y trabajadores hacia sus clientes.

Peña (2016) En su trabajo de investigación denominada “caracterización de la capacitación y competitividad en las MYPE, rubro restaurantes vegetarianos del centro de Piura, año 2016”, realizó sus estudios en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote Piura, Perú. La investigación planteo como objetivo general, Identificar Qué características tiene la capacitación y competitividad en las MYPE, rubro restaurantes vegetarianos del centro de Piura, año 2016, para este trabajo de investigación aplico la metodología de tipo descriptiva-nivel cuantitativo-diseño no experimental-corte transversal. Considerando como población de estudio a los trabajadores y clientes de las “MYPE” rubro restaurantes vegetarianos siendo una muestra de 280 personas. Conclusión que dentro de las características de la capacitación encontradas en las “MYPE” de estudio, se tiene que más de la mitad de los colaboradores han recibido capacitación por parte del restaurante, esta misma cantidad considera que la capacitación a contribuido al aumento de conocimiento, desarrollo de habilidades, desarrollo de competencias así como el mejoramiento de actitudes y conductas, más de la mitad de trabajadores consideran importante que el control de la enseñanza se debe realizar después de cada capacitación, Además menos de la mitad de los colaboradores prefieren que se le brinde diferentes técnicas de capacitación como: talleres, programas relacionados con universidades, rol playing, seminarios y capacitación online, con temas relacionados a gourmet, técnicas de venta y marketing, implementación y preparación de alimentos, atención al cliente y gestión de servicio.

2.1.2 benchmarking

Bulart (2017) Realizó una investigación mencionada “formulación y aplicación de un proceso de benchmarking a las organizaciones rubro panaderías” realizo sus estudios en la Universidad Simón Bolívar, Venezuela. Esta investigación planteo como objetivo general, Analizar la aplicación del proceso de benchmarking a las organizaciones rubro panaderías, para esta investigación aplico la metodología de tipo cuantitativa-corte transversal-diseño no experimental, tomando como población de estudio a los dueños de las MYPE rubro panaderías siendo una muestra un total de 15 MYPES. Concluye que se desarrolló y se aplicó un proceso de benchmarking a organizaciones de rubro panaderías, donde se compararon diversas prácticas con la finalidad de dar recomendaciones para que aumenten su productividad, calidad, reducción de tiempos de ejecución de tareas entre otras.

Vásquez (2017) En su tesis denominada “Análisis de la aplicación del benchmarking en empresas comerciales rubro bodegas de la ciudad de Guatemala”, realizo sus estudios en la Universidad de San Carlos de Guatemala, esta investigación tiene como objetivo general, Conocer el análisis de la aplicación del benchmarking en empresas comerciales rubro bodegas de la ciudad de Guatemala, dicho autor aplico la metodología de tipo descriptiva cuantitativo, tomando como población de estudio a los representantes de las MYPE rubro bodegas siendo una muestra total de 08 MYPES. Concluye para que un modelo de Benchmarking sea efectivo es fundamental seguir ordenadamente una serie de pasos que se deben tomar en cuenta para la implementación, además es importante que el personal tenga un amplio conocimiento de lo que persigue la empresa al implementar el benchmarking, de esta manera se podrá obtener el resultado que la empresa desea.

Gaitán (2015) Desarrollo un trabajo de investigación “aplicación de la herramienta benchmarking en las MYPE rubro chifas en la Ciudad de Monterrey”, realizo sus estudios en el Instituto Tecnológico y de Estudios superiores de Monterrey España, esta investigación tiene como objetivo general, Determinar la aplicación de la herramienta benchmarking en las MYPE rubro chifas en la ciudad de Monterrey, para esta investigación aplico la metodología de tipo descriptiva-cuantitativo-corte transversal. Considerando como población de estudio a las MYPE rubro chifas de la ciudad de monterrey siendo una muestra un total de 5 MYPES. Concluye que el benchmarking como herramienta es muy útil, permite identificar a través de un proceso bien estructurado las mejores prácticas entre los “socios/ empresarios” de la investigación. Además es una metodología que tiene como resultado beneficios tanto para el sujeto del Benchmarking como para los socios del estudio; permite a las organizaciones modificar y actualizar sus prácticas con gran posibilidad de éxito, no se trata de “copiar” lo que otros hacen, se trata de identificar sus acciones acertadas y analizar si es factible su adaptación a los procesos y/o productos propios.

Bach (2016) Desarrollo un trabajo e investigación denominado “benchmarking y la calidad de servicio de los restaurantes en la ciudad de huánuco-2016”, realizo sus estudios en la Universidad de Huánuco (Huánuco–Perú), esta investigación tiene como objetivo general, Conocer la gran importancia que tiene la herramienta del benchmarking y la calidad de servicio de los restaurantes en la ciudad de huánuco-2016, para este trabajo de investigación aplico la metodología de tipo cuantitativo-no experimental. Tomando como población de estudio a los dueños de las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Huánuco siendo una muestra de 08 MYPES. Concluye que el benchmarking y su influencia en la calidad de servicio de los restaurantes en la

ciudad de Huánuco, teniendo como resultado una correlación medianamente baja, siendo un 40.3% y el valor de significancia es 0.004 siendo menor al 0.05 y podemos decir que el benchmarking influye significativamente en la calidad de servicio de los restaurantes en la ciudad de Huánuco.

Bach y Salazar en el (2016) Elaboraron una tesis denominado “benchmarking y su relación con las ventas en las MYPES de rubro pastelerías en la ciudad de Lima”, realizaron sus estudios en la Universidad Señor de Sipan (Lima- Perú), esta investigación planteo como objetivo general conocer cuáles son los beneficios del benchmarking y su relación con las ventas en las MYPES de rubro pastelerías en la ciudad de Lima, para esta investigación aplicaron la metodología de tipo descriptiva, correlacional-propositiva, considerando como población de estudio al sector de las MYPE rubro pastelerías de la ciudad de lima siendo una muestra de 06 MYPES. Concluyen que los factores que afectan los tipos de benchmarking en las MYPES de rubro pastelerías en la ciudad e lima, es la poca preocupación por dar a conocer su historia (publicidad) y la falta de servicios anexos como minimarket para mejorar su productividad y rentabilidad de las MYPE.

Ramos (2015) Elaboro un proyecto de investigación “propuesta de un benchmarking en una empresa procesadora y comercializadora de conservas y enlatados para mejorar la gestión empresarial y su competitividad”, realizo sus estudios en la Universidad Nacional de Piura, esta investigación tiene como objetivo general, Conocer la propuesta de un benchmarking en una empresa procesadora y comercializadora de conservas y enlatados para mejorar la gestión empresarial y su competitividad, para este proyecto de investigación aplico la metodología de tipo descriptiva correlacional. Considerando como población de estudio a las MYPE

comercializadoras de conservas y enlatados siendo una muestra de 03 MYPES. Llega a la conclusión para que una empresa pueda posicionarse en el mercado es importante conocer no solamente las características o cualidades de la competencia, sino también realizar un adecuado estudio de mercado y a través de ello implementar los materiales y recursos necesarios para la satisfacción de los consumidores del mismo modo deben tener como reflejo aquellas empresas que son de éxito, de esta manera implementar lo mejor, y siendo el benchmarking un modelo que se puede llevar a cabo en cualquier tipo de empresa, pues consiste en aprender de los otros, para estudiarlos y mejorar basándose en lo que se ha aprendido de las empresas competidoras.

Estrada (2015) En su proyecto de investigación denominado “propuesta de benchmarking y su incidencia en la rentabilidad de la empresa de servicios turísticos Lucho Tours; Huaraz, año 2015”, realizó sus estudios en la Universidad Alas Peruanas (Huaraz – Perú). El objetivo planteado es, determinar una propuesta de benchmarking y su incidencia en la rentabilidad de la empresa de servicios turísticos Lucho Tours; Huaraz, año 2015. Para esta investigación aplico la metodología de tipo descriptiva explicativa. Considerando como población de estudio la empresa de servicios turísticos siendo una muestra de 02 MYPE. Concluye que existe una correlación de 0.92 entre las variables Benchmarking y Rentabilidad de la empresa en estudio; se logró determinar la influencia directa en la rentabilidad de la calidad del servicio. Las recomendaciones planteadas están referidas a implementar de inmediato el Benchmarking en la referida empresa, reforzar aspectos de capacitación y estímulos a los colaboradores, mejorar la flota y buscar el involucramiento y la capacitación de los colaboradores; en línea de acción de los criterios que la Administración moderna

exige; totalmente orientada a los resultados y que busca mejorar la calidad de vida de todos los colaboradores de la empresa e indirectamente de la población involucrada.

2.2 bases teóricas

2.2.1 capacitación

Díaz (2018) (cita a Chiavenato) Quien menciona que la capacitación es un pilar muy importante para la Administración de los recurso humanos que ayuda a mejorar el desarrollo de las distintas capacidades que posee el ser humano, por lo tanto el entrenamiento se denomina como una mejora de capacidades ya en ejercicio o ejecución de modo que la formación así como también el entrenamiento se juntan y comparten dichos objetivos para mejorar las capacidades, conocimientos, actitudes y aptitudes en las personas.

La capacitación es una herramienta fundamental para la Administración de Recursos Humanos, es un proceso planificado, sistemático y organizado que busca modificar, mejorar y ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes del personal nuevo o actual, como consecuencia de su natural proceso de cambio, crecimiento y adaptación a nuevas circunstancias internas y externas. Mejora los niveles de desempeño y es considerada como un factor de competitividad en el mercado actual. La capacitación proporciona a los empleados, nuevos o actuales, las habilidades necesarias para desempeñar su trabajo. Es un proceso de enseñanza de las aptitudes básicas que los nuevos empleados necesitan para realizar su trabajo. (Helbherth, 2016).

El autor antes mencionado indica que el enseñanza se denomina como un proceso por el cual la organización estimula a los colaboradores con el entusiasmo de incrementar sus conocimientos y habilidades para que de tal modo pueda mejorar la eficiencia en la elaboración de las actividades y poder contribuir un mejor desarrollo

y bienestar tanto para el como para la organización, por lo tanto al completar el proceso de selección y así mismo brindar orientaciones al personal nuevo.

Muchas organizaciones hoy en día invierten significativamente para mejorar las competencias laborales de sus empresas pero luego no se ven como están siguiendo, si están dando óptimos resultados, básicamente este modelo se desarrolla en tres subsistemas: selección, se realiza con la finalidad de reclutar a las personas con el perfil adecuado y que sean muy competentes para poder cubrir el puesto dentro de la organización, Evaluación de desempeño, en esta fase se procede a conocer los grados de competencias que tiene cada integrante de la organización, y la fase fundamental es el desarrollo de cada individuo que se encuentra dentro de la organización explorando sus conocimientos y habilidades para así poder obtener mayor experiencia laboral y poder contribuir con el cumplimiento de los objetivos de la empresa (Alles, 2014).

Maslow (2015) Cabe señalar a la capacitación se determina como un proceso mediante el cual se desarrolla constantemente para lograr que los colaboradores logren desarrollar sus habilidades y conocimientos para que de forma eficiente se desenvuelvan en sus respectivas áreas de trabajo y que puedan lograr sus objetivos deseados en conjunto con la empresa ya que dichos colaboradores son una pieza muy fundamental para que la empresa logre su crecimiento y tenga éxito en el mercado y ante las competencias es por ello que dichas organizaciones se toman el debido tiempo en brindarles capacitaciones a sus colaboradores para obtener mejores resultados y lograr así de forma eficaz una mejor cartera de clientes, como vemos hoy en día las empresa que no capacitan a sus trabajadores son aquellas que no se preocupan por mejorar ante sus competidores es decir no observan su entorno y poder captar nuevas estrategias para sobresalir de las competencias.

En tal sentido podemos entender que la capacitación es imprescindible en cualquier organización ya sea pública o privada, genera un gran impacto en los principales componentes en el talento humano, esto es significativamente muy interesante ya que si bien es cierto todas la organización sin excepción lo que buscan es contratar personal calificado para cubrir dicho puesto y lo primero que hacen es brindar charlas de inducción lo que le permite al postulante conocer el ambiente externo de la organización, como segundo punto es brindarse capacitaciones constantes con la finalidad de poder sacar el mejor provecho para su crecimiento y desarrollo de objetivos (Mincer, Tan & Batra, 2015).

Por lo tanto Alles (2017) Señala que la capacitación es un nivel de procesos intermedios que conlleva a lograr que los subordinados alcancen mejorar su potencial y habilidades con mejor excelencia lo cual el sistema lo requiere, del mismo modo recalcamos que es un servicio interno de la organización que se espera obtener bajo cualquier medio o forma y poder conocer las habilidades y asumir una actitud con mucho positivismo.

Según MTSS (2017) La capacitación se denomina como un proceso el cual se desarrolla mediante una secuencia con la finalidad de lograr desarrollar multi habilidades, destrezas, valores en los trabajadores lo cual les permitirá desempeñarse en mejores puestos de trabajo en diferentes organizaciones. Indudablemente este proceso de capacitación asegura a la formación y desenvolvimiento de las habilidades de los colaboradores así como también de los emprendedores de diversos negocios y por ende conlleva que dicha organización obtenga mejores oportunidades de crecer en el mercado, la capacitación es una herramienta muy importante ya que ayuda a mejorar y perfeccionar el desempeño laboral de los trabajadores, al mismo tiempo ayuda al

crecimiento de la empresa, por ello las empresas deben invertir más en brindarles cursos o talleres de capacitación a sus colaboradores para que puedan obtener un mejor desenvolvimiento en sus actividades.

“Aunque la capacitación o el entrenamiento auxilia a los miembros de la organización a desempeñar su trabajo actual, sus beneficios pueden prolongarse a toda su vida laboral y pueden auxiliar en el desarrollo de esa persona para cumplir futuras responsabilidades. Las actividades de desarrollo, por otra parte, ayudan al individuo en el manejo de responsabilidades futuras, independientemente de las actuales” (Werther Jr. & Davis, 2018).

2.2.1.1 niveles de capacitación

2.2.1.2 Reacción: En este nivel el objetivo es medir la forma de cómo reaccionan los partícipes ante una labor formal, por lo consiguiente se considera una disposición interna si bien no siempre sea una medida de satisfacción para el cliente, esta se realiza con la finalidad de poder lograr un mejor aprendizaje en los asistentes o participantes ya que de manera contundente captan mejores conocimientos y genere motivación para desarrollar sus actividades dentro de una empresa, esta medida de reacción de evaluación consta de un propósito de medir cuan satisfechos están los participantes esto se hace a través de una encuesta individual (Civil, 2015).

Por lo tanto el autor Reza (2016) indica que el nivel de reacción calcula el agrado de los participantes, si les agrado o no el curso, la forma en que se impartió, el contenido, al instructor, es decir, la satisfacción del participante al finalizar la acción formativa. Esta dimensión se encuentra dentro de la categoría de la Micro evaluación.

2.2.1.3 Aprendizaje: En esta etapa se hace referente a aprendizaje explícito que en algún momento adquiere los participantes de un curso de capacitación tomando

como un punto importante el concepto de aprendizaje el mismo que se puede considerar como el grado en que los participantes puedan cambiar y aprender nuevas actitudes así mismo captando nuevos conocimientos para lograr su desarrollo laboral y personal, mayormente las organizaciones ejecutan este prototipo de evaluación para medir la capacidad de conocimientos y habilidades (Mondy, 2017).

Por su parte Reza (2016) Menciona que Esta dimensión permite conocer el beneficio y la calidad de captación de los participantes, si dedujo lo comprendido el ejercicio instructivo, esta dimensión se encuentra dentro de la categoría de la evaluación.

2.2.1.4 Conducta: En esta etapa es donde se va evaluar con más profundidad la enseñanza obtenida de los participantes que se pueda visualizar no solo en un cambio de actitud si no que realmente se demuestre un cambio de conducta más formal e intachable, por otro lado el cambio de conducta se pueden ver en otros factores externos los cuales rodean al participante. Desplegando este concepto mencionado podemos decir que para lograr un cambio de conducta es necesaria la participación de la responsabilidad de los diversos factores dentro de la empresa (Mondy, 2017).

La conducta que deben tener los colaboradores dentro de su entorno laboral debe ser rígida, en cuanto al momento de expresarse ante los clientes demostrando así su nivel de profesionalismo y dando una buena imagen a la empresa, logrando que los clientes se lleven una buena impresión y regresen con más frecuencia. De otro modo la conducta se enfoca en que los colaboradores sean responsables, eficientes, respetuosos etc. con un buen nivel de conducta se logre reflejar mejores resultados en la productividad de la empresa y mayor satisfacción por parte de los que la integran (Cedeso.Org.ar, 2018).

2.2.1.5 Resultados: Es aquí donde podemos definir los resultados finales obtenidos como consecuencia de la participación de los asistentes a un curso lo cual les sirve como una herramienta adecuada para poder desarrollarse profesionalmente, es aquí donde se logra la efectividad deseada tales como: mejor calidad, disminución de quejas, disminución de errores y el aumento de clientes satisfechos por su excelente servicio, (Civil, 2015).

2.2.1.6 características del plan de capacitación al personal:

1. **Medición:** Se entiende que la capacitación debe ser medida en cuanto a la calidad y cantidad, es decir la cantidad de horas o el periodo de tiempo empleado en brindar dentro de la organización, es importante tomar esta medida para observar si la capacitación que se les brinda está dando resultados de mejoramiento en el desarrollo de las actividades por parte de los colaboradores (Pérez, 2015).

2. **Resultados:** Por lo consiguiente el autor Pérez (2015) Señala que los resultados deben ser visibles a mediano plazo, caso contrario se tendría que repetir el proceso de capacitación continua, con la finalidad de poder obtener los resultados favorables para la empresa y de tal forma mejorar la productividad y la calidad del producto o servicio hacia los clientes.

3. **Participación activa de los capacitados:** Es indispensable que en los cursos de capacitación o talleres participen los capacitados ya sea de forma presencial o virtual, ya que su opinión es muy importante para poder desarrollar cualquier duda o inquietud por parte los oyentes, de tal forma que se puede obtener resultados eficientes (Ramos, 2016).

4. Teoría y práctica: En definitiva la capacitación de éxito conlleva gran parte teórica además una práctica o evaluación donde los participantes pongan en práctica la gran parte de los conocimientos adquiridos por parte de la capacitación y ponerlos en práctica en el desarrollo de los actividades, reflejándose en ello un gran cambio (Ramos, 2016).

5. Variedad: La capacitación debe incluir opciones variadas de coach, instrucción e incluso, variedad de lugares donde se realicen ciertas capacitaciones. esta característica de la capacitación ayuda a mantener atentos a los participantes, y poder interactuar entre ellos y poner en práctica sus habilidades. Muchas empresas medianas y grandes, con tecnologías convencionales, reducen el período de formación de habilidades básicas y de especialización en el trabajo empleando trabajadores con experiencia en el sector. Esta estrategia les permite operar con algún grado de eficiencia, pero no siempre les lleva a crear condiciones para la innovación tecnológica, ni tampoco para acercarse a la productividad de los sectores más avanzados dentro y fuera del país (Delker, 2015).

6. Expertise del docente: En esta característica es preciso que la capacidad del responsable en desarrollar los cursos de un pal de capacitación en una organización sea muy claro y preciso, ya que se le considera como una característica muy significativa para el triunfo de la instrucción internamente de las empresas, asimismo hoy en día muchas empresas contratan profesionales especializados en dictar cursos de capacitación lo cual se muestra en algunos casos muy aburrido o estresante para los participantes, por lo mismo que lo más correcto sería que aquel responsable en desarrollar las capacitaciones sea más

breve y dinámico para que de tal forma los participantes se centren más y poder poner mayor interés (Gameren, 2016).

Desarrolla competencias: Las técnicas de capacitación establecidas en competencias se encamina en la creación de evoluciones mediante aquellas realizaciones laborales las cuales deben ser concretadas, observadas y a la vez medibles. Esto se realiza con el propósito de analizar si la capacitación está siendo efectiva en el desarrollo de objetivos de los trabajadores así como también los objetivos organizacionales. (Flores, 2016).

Liderazgo: La capacitación es un conjunto de estrategias que ayuda a adquirir nuevos conocimientos en el ser humano ayuda a desarrollar su talento, aptitudes, actitudes y destrezas personales y profesionales lo que le conllevan a formarse como un líder que lidera a un equipo de trabajo planteándose metas y objetivos alcanzables dentro de la organización, por lo tanto el liderazgo es un conjunto de habilidades que desarrolla un individuo para influenciar de manera positiva en un grupo de trabajo el cual tiene la capacidad de tomar decisiones que les conllevan a un mejor desarrollo. (Fernandez, 2017).

Trabajo en equipo: La capacitación ayuda a fomentar el trabajo en equipo y el desarrollo de actividades e incrementa la comunicación efectiva y las relaciones laborales más eficiente, esto permite que los miembros de la organización desarrollen habilidades y estilos de liderazgo que mejoran el pensamiento, planificación, toma de decisiones y las acciones que se ven a lo largo del desarrollo de sus actividades. (Fernandez, 2017).

Armas (2018) Indica que el factor de la calidad es el conjunto de propiedades o características que definen su actitud para satisfacer necesidades establecidas y pre establecidas de diversos clientes asimismo el autor Juran (2015) define que calidad es el conjunto de complementos y características que satisfacen las necesidades de los clientes.

Para Chiavenato (2016) “La capacitación, es un proceso educacional de carácter estratégico aplicado de manera organizada y sistémica, mediante el cual el personal adquiere o desarrolla conocimientos y habilidades específicas relativas al trabajo, y modifica sus actitudes frente a aspectos de la organización, el puesto o el ambiente laboral”.

Cantú (2016) Manifiesta que “un servicio es la actividad o conjunto de actividades de naturaleza casi siempre intangible que se realiza mediante la interacción entre el cliente y el empleado y/o las instalaciones físicas de servicio, a fin de satisfacer un deseo o una necesidad de usuario” por otro lado el autor Zamora (2016) Indica que la atención al cliente es el establecimiento y la gestión de una relación de mutua satisfacción de expectativas entre el cliente y la organización. Para ello se vale de la interacción y retroalimentación entre personas, en todas las etapas del proceso del servicio.

Según los autores (Berry, L. Leonard, David R. Bennet, Carter W. Brown) definen que la calidad en el servicio no es consentimiento con las explicaciones, esto va más allá ya que en la actualidad los clientes no solo buscan calidad en el producto o servicio sino también en la forma como les atienden, buscan un grato ambiente donde puedan disfrutar en familia momentos agradables. Por ello en todo centro o establecimiento comercial se debe reflejar esa innovación tanto en la actividad

comercial como en el servicio sofisticado lo cual refleje un gran impacto ante el público consumidor.

2.2.1.7 Estrategias de capacitación.

Las estrategias se ejecutan por medio de la realización de labores instructivas las cuales deben estar encaminadas a la modernización, así mismo ampliación y enseñanza entre ellos, el desempeño de habilidades y conocimientos, puede influir también la transformación de las cualidades respectivas de los miembros en cuanto al cumplimiento de las tareas las cuales se les encomienda. De una manera precisa las estrategias de capacitación en distintas áreas y diversos entornos laborales se realiza por medio de una selección la cual está bajo el cargo de recursos humanos, puesto que en esta área es en donde reclutan al personal adecuado con el perfil que la empresa desea para cubrir dicho puesto, el desarrollo del personal es un punto muy transcendental que colocan las compañías para obtener el talento adecuado los cuales requiere, con la propósito de mantenerse competitiva en el futuro. Por lo cual este es un tipo de inversión que va verdaderamente relacionado con la capacidad de la empresa para ser más flexible y al mismo tiempo adaptarse a los cambios que se pueden obtener en su entorno (Chiavenato,2018).

Con respecto a la evaluación del impacto de la capacitación en las organizaciones se dan a conocer cuatro direcciones fundamentales:

1. Evaluación de la reacción: Según Rojas (2016) Este autor indica que se ejecuta al final de que se da por concluida la inducción para observar de qué forma han mejorado los participantes en cuanto a sus labores, esto permite analizar si es factible continuar brindando las charlas de

motivación y capacitación este tiene como objetivo evaluar si fue bien aceptada.

2. Evaluación del aprendizaje: Se efectúa para medir el nivel de computación por parte de los asistentes o colaboradores de dicha empresa, de modo que se tomaran otras decisiones en caso la respuesta sea negativa, ya que lo que realmente se espera es que en cada sesión vayan mejorando y poniendo en práctica.

3. Evaluación de la transferencia: Este análisis se efectúa para poder conocer el aprendizaje y desenvolvimiento de los colaboradores por ende se debe dejar pasar un espacio de periodo para después brindar un reforzamiento.

4. Evaluación del impacto: En este paso se procede a corroborar los beneficios reales que brinda a la organización (Rojas, 2016).

.2.2.2 benchmarking

Camp (2015) Quien hace referente que la herramienta del benchmarking es considerado como un proceso de corporación y establece metas a corto y largo plazo, pero al mismo tiempo ocupa un valor motivacional muy significativo que permite las empresas poder ser más competitivas en tal sentido el benchmarking es una estrategia que acopla información relevante sobre la competencia para poder mejorarlo y tener un mayor impacto frente a sus competidores establece metas y objetivos alcanzables para la organización.

“La técnica del Benchmarking permite compararse con otras organizaciones o tomar lo mejor de ellas, para hacer esto se debe recopilar información antes de hacerlo se debe medir el tiempo y pensar en los datos que se desean obtener, el costo para obtenerlos y confirmar que

sus resultados sean válidos, ya que, se recopila la información y luego se resume para hacer el análisis”. (Rondon, 2019).

Kearns (2016) Define que esta herramienta estratégica no solo se le denomina como un proceso que se realiza solo una vez y luego se olvida, esto es mucho más que eso por lo cual se denomina como un transcurso rutinario que se va mejorando constantemente y que ayuda a tomar las mejores decisiones lo cual les permite que las empresas de forma continua y practica lo apliquen para obtener mejores ventajas en el entorno de su competencia, como tal otro aspecto es el de la medición por lo mismo que esto tiene una mayor aplicación en el proceso del benchmarking, para esto se procede a calcular los conocimientos correctos y captando los de las compañías externas para mejorarlas de tal modo que se pueda comparar y mejorar. En términos claros el benchmarking básicamente debe dirigir a aquellas empresas y entornos de distintos centro comerciales o súper mercados que son mayormente reconocidas como líderes de la industria peruana, es decir aquellas empresas que están muy bien posicionadas y que ha llegado a ocupar un gran acotamiento en el mercado y en la mente de los clientes de modo que para alcanzar los estándares de calidad y ser reconocidos como líderes en el mercado aplican estrategias de innovación para alcanzar el éxito deseado.

Distintos autores definen el benchmarking como una herramienta la cual es de vital importancia que ayuda a las empresas a ser mejor competitivas lo cual le permite adaptar las nuevas prácticas de empresas externas es decir; capta las ideas observa lo que hace la competencia pero lo adapta en cuestión de darle un mayor realce es decir dándole un valor agregado tratando de adaptar en sus políticas y de tal modo tener un mejor y mayor éxito en el mundo empresarial. Por consiguiente podemos decir que la

mencionada herramienta estratégica que ayuda a minimizar la pérdida de tiempo y a la disminución de riesgos y erros en el campo empresarial en definitiva precisamente se concentra en mejorar la competitividad de la empresa consiguiendo los objetivos establecidos (Campos, 2017).

Porter (2016) “Las empresas consiguen ventajas competitivas a través de la innovación. Su aproximación a la innovación se realiza en sentido amplio, incluyendo nuevas tecnologías y nuevas maneras de hacer las cosas, indicando que a medida que crecen las MYPES aumenta la demanda de consumidores y lo que buscan es satisfacer sus necesidades con los productos o servicios que las empresas les brindan”.

“La innovación engloba a todo los procesos de producción que se desarrollan en el contexto empresarial ya que esta se considera como un factor muy importante para que día a día las grandes compañías se encuentre en un mayor rango debido que sus productos son más sofisticados e innovadores para el cliente esto hace que el comportamiento de consumidor se vuelva cada vez más inconsciente en efecto la innovación” (Oslo, 2015).

Chiavenato (2017) Menciona que el trabajo en equipo se considera como una estriega que conlleva a conseguir el éxito de cualquier actividad que se realice ligados alcanzar los objetivos, asimismo el trabajo en equipo es un conglomerado de individuos que se unen para desarrollar una actividad en efectos de las opiniones de cada uno, esto fomenta el compañerismo y la forma de cómo saber expresarse y ser escuchado por todos los miembros guiados por un líder quien los encamina a conseguir el objetivo y dar lo mejor de sí mismos desarrollando esa pasión intelectual que cada uno posee.

Después de haber investigado variedad de conceptos por diferentes autores ahora podemos decir que el benchmarking es un proceso de investigación medible que cede a los gerentes desplegar comparaciones entre compañías sobre métodos y conocimientos que admitan identificar lo “mejor de lo mejor” y conseguir con ello una elevación de mejoría y excelencia competitiva y tener mayor rentabilidad y un mejor posicionamiento.

Desde un ángulo se enfoca las nuevas tendencias del benchmarking que aplican las “MYPE” rubro restaurantes, esta tecnología la cual consiste en que las ordenes de los clientes pasen directamente al chef por vía bluetooth de manera que llega en el momento preciso y en momento que el cliente lo desea, esto admite la excelente toma de decisiones permitiendo así evitar la pérdida de tiempo.

Aplicaciones del Benchmarking: Muchas Empresas hoy en día entre ellas la cadena de restaurantes usa las técnicas del benchmarking cuando quieren realizar un cambio esencial soberanamente unido a obtención de estándares de calidad lo que les conlleva de una manera más práctica estimada a escala global. Y por ende esto también se suma al ritmo de las innovaciones y excelentes procesos tecnológicos y de servicios con excelencia y al mismo tiempo que el benchmarking se logre constituir de una forma más práctica y permanente, esta herramienta encamina a las empresas a identificación de enseñanza, aplicación e incorporación de las excelentes experiencias favorables (Fernández, 2015).

2.2.2.3 Tipos de benchmarking

Interno: Se indica que dicha herramienta estratégica evalúa el desempeño de los procesos sistemáticos continuos además de ello recopila datos razonables de las otras compañías busca analizar los procesos de manera sistemática para poder

establecer modelos de negociación con nuevas alianzas estratégicas, de tal modo mejorar sus niveles de crecimiento y desarrollo de las MYPE (Watson, 2014).

Externo: Roberto j. Boxwell (2015) Señala lo que busca es investigar los puntos fuertes de su competencia externa y aplicarlos de manera más sofisticada esto permite estar al tanto de la información y conocer con más exactitud a su competencia directa, esto permite que las organizaciones puedan recurrir a diferentes técnicas de estrategia para poder ser mejor cada día en un contexto y mejorar la productividad y el aumento de rentabilidad de la misma. Si nos enfocamos en las grandes compañías que son consideradas como líderes en el mercado, ya que el secreto que poseen estas compañías es seguir innovando y mejorando sus prácticas y políticas de trabajo acoplando las fuerzas internas para en conjunto conseguir los objetivos, un ejemplo claro tenemos la reconocida empresa Gloria y Coca-Cola que tuvo un gran debut debido a que aplican de manera sistemática el benchmarking para obtener un mayor beneficio con sus nuevos productos que lanzaron al mercado.

Genérico: Es precisamente la igualación de los horizontes alcanzados por parte de otras organizaciones con los mejores estándares que existen en el mundo global, no sin antes tomar en importancia en que segmento del mercado se localice, por consiguiente existen diversas situaciones y técnicas que consiguen ser tan parecidos en otras empresas que realicen actividades similares o muy diferentes (Balm, 2017).

Funcional: En este proceso se procede a la comparación de los modelos de la organización de la competencia con los de la propia organización para corroborar en que paso o etapa existen algunas falencias y reforzar en ello permitiendo así poder identificar de modo indiscreto las técnicas más famosas de las empresas del exterior ya sea o no de la competencia directa, sin embargo puede considerarse como líder, en

algunas ocasiones se utiliza investigación simultánea entre empresas de diversos sectores, el primordial objetivo es comparar las principales habilidades de cualquier tipo de organización siempre y cuando tenga una excelente imagen corporativa (Kotler, 2017).

En este contexto las MYPE rubro restaurantes del Caserío Miraflores distrito Castilla Piura la mayoría de estas aplican el benchmarking competitivo ya que existe una alta competencia por lo mismo están a la vanguardia de nuevas estrategias para lograr que sus negocios no se queden atrás y puedan seguir surgiendo y mantenerse en un alto nivel competitivo es precisamente que muchos de estos emprendedores observan el entorno y hacen las comparaciones de estándares de MYPE de su mismo rubro para poder identificar en lo que es más factible mejorar ya sea en la calidad de sus platos típicos o quizá en la atención al cliente o también puede ser en los precios así como también en la infraestructura de su local todos estos factores mencionados anteriormente influyen en la competencia, para ello es probable que estas “MYPE” estén a la vanguardia de la innovación para no dejarse caer por sus fuertes competencias es decir mantener su estabilidad y postura en las actividades comerciales y en la percepción de los clientes y consumidores.

El nivel del crecimiento de la MYPE ya sea de cualquier rubro dependerá de la calidad de producto servicios que estas brinde así como también influye bastante la atención al cliente, es decir si brindan una excelente atención a sus clientes será mucho más reconocida de modo que atraerá mayores clientes, para esto las organizaciones optan por brindarles más y mejores capacitaciones a su personal administrativo para descubrir su potencial y sus habilidades las cuales poseen ya que depende del grado de capacitado este el personal reflejara en el desarrollo de sus actividades y el rendimiento

en su área de trabajo, indudablemente empresa que no invierte no obtiene mayor rentabilidad, muchas de estas empresa dejan de lado las capacitaciones y por ende muchas de ellas se dejan caer de las competencias, si bien es cierto las grandes compañías han logrado posesionarse en el más alto rango y mejor categoría es porque siempre están observando las nuevas tendencias las cuales los clientes desean para satisfacer sus propias necesidades.

2.2.2.4 Objetivos del benchmarking

Actualmente, el universo de la oferta y demanda es sumamente muy competitivo, esto se debe en la mayor medida a la evolución de la bolsa (economía) digital. Por ello las grandes, medianas y pequeñas empresas se ven en la necesidad de competir y compararse con las mejor del mercado tratando de ser las más resaltantes del entorno, por ende el benchmarking como una herramienta muy útil en el campo administrativo empresarial (Días, 2015).

Por lo cual posee diversos objetivos claros a desarrollar en su proceso de ejecución:

- 1) **Mejorar el nivel de calidad:** Esta herramienta del benchmarking tiene a modo un principal objetivo, perfeccionar el valor establecido sobre un producto o servicio, sin antes basándose en los precios que son de suma importancia para la fabricación y venta.

- 2) **Aumentar el nivel de producción:** Básicamente este objetivo se enfoca en estudiar la eficiencia de aquellas empresas u organizaciones líderes en el mundo de los negocios, lo cual se tiene la oportunidad de poder conocer como estas empresas son capaces de mantener y aumentar un nivel de productividad muy eficiente.

3) Conocer más a fondo los procesos de la empresa: En la diversidad del mundo global de las empresas, la gran mayoría comienzan con el benchmarking realizando un recorrido explorando nuevas marcas, por otro lado internamente a la empresa, en definitiva esta debería conocerse más a profundidad y de esa manera poder aplicarlo, de tal forma en medio del proceso de comparación que se internalizara verdaderamente el valor de la empresa, ya que comenzara a poder identificar las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas de la organización.

4) Comprender mejor el sector: Se considera como una razón que permitirá comprender con ms exactitud la forma qué se está desarrollando en el sector. ¿Qué está ocurriendo? ¿que se está vendiendo? ¿qué es lo que está funcionando?

Es por ello que el benchmarking se le considera como un proceso continuo y necesario que les permite a las empresas poder realizar mejoras y grandes cambios en su estructura por lo mismo que se enfoca en la innovación de ideas y explorar en el mercado competidor (Camp,2014).

2.2.2.5. Etapas del benchmarking

a) Planificación: Es necesario efectuar una investigación que se pueda llevar acabo tres preguntas claves:

¿Qué quiero medir?: Es aquí donde toda investigación se ve en la necesidad de tener una razón principal de ser por lo mismo que debe guardad relación con alguna área determinada de la empresa que precisamente se desea mejorar.

¿A quién voy a medir?: precisamente se tiene que decidir qué tipo de benchmarking puede ser el continuo entre ellos puede ser; competitivo, interno o funcional al final se tomara la decisión de poder comprar un departamento propio con una compañía puede ser dentro o fuera del entorno. ¿Cómo vamos hacerlo?: en esta interrogante se procede a concretar un equipo de trabajo con el perfil idóneo y la capacidad de poder asumir la responsabilidad de la organización y dirección de la empresa. (Hernández, 2017).

Datos. Es precisamente donde se puede observar el éxito o el fracaso del benchmarking el cual depende de la recopilación de datos e información, considerando como un paso muy importante que determinara el nivel del mismo para poder contrastarlos.

- b) Análisis: Después de haber recopilados dicha información precisa, se pasa analizar los elementos los cuales son responsables de causar diferencias entra la compañía y las empresas aquellas que se están estudiando, para así poder identificar las oportunidades de mejora para la organización.
- c) Acción: En este paso es muy importante para implementar a la empresa las mejores propuestas, por ende se procede adaptar en la organización teniendo en cuenta el proceso que se aplicara obteniendo nuevas ventajas y aumentando la productividad y la eficiencia hacia los clientes.
- d) Seguimiento y mejora: En esta fase se realiza previamente el informe en el cual se recopila la información destacada del proceso, en este paso lo que se quiere conseguir es, servir de ayuda en proyectos posteriores porque lo que se desea conseguir es mejorar las estrategias las cuales se ha planteado y conseguir la

objetividad en el proceso administrativo llevando a cabo la toma de decisiones más resaltantes (Rizo, 2016).

2.2.2.6. Ventajas:

- Observa en muchos contextos la investigación de la competencia.
- Admite mayor preparaciones y a experiencias superlativas, que están fuera de nuestro sector.
- Brinda la ventaja de ayudar al establecimiento de objetivos reales y mensurables, en base a lo que han realizado empresas excelentes.
- Diferenciación
- Liderazgo total en costes
- Enfoque
- Define unos objetivos apropiados y alcanzables
- Explora a tu competencia y conoce qué hace
- Incrementa tu rendimiento y probabilidad de supervivencia como negocio (Hernandez, 2017).

2.2.2.7. Beneficios:

- 1) Mayor énfasis de la dinámica de los productos y servicios: Esta técnica les permite a las empresas poder alcanzar mejor calidad en sus productos, servicios y procesos, desde la cooperación, colaboración y el intercambio de información. Su mayor objetivo es ayudar a corregir los errores y poder identificar mejores oportunidades que les permita poder solucionar algunos problemas que se les pueda presentar y poder tomar las mejores decisiones

que les conlleve a obtener un mejor cambio en la productividad en cuanto a la calidad en el servicio o producto es una de sus principales aplicaciones.

- 2) “Conoce más de cerca las necesidades de los consumidores y sus posibilidades frente al servicio: Les proporciona mayor facilidad para poder ampliar las expectativas y confianza de los clientes y consumidores lo cual permite que la demanda de clientes aumente y se genere mayor crecimiento en la organización. Por otro lado para poder llegar hasta este punto, las empresas u organizaciones competitivas deben mantenerse en constantes cambios y adaptándose al mercado como por ello como eje principal necesariamente deben motivar al personal para poder lograr los objetivos deseados.”
- 3) Volverse más competitivos: Aplicando esta herramienta les permite a las organizaciones ser más competitivos en el mundo global y descubrir cuáles son las mejores prácticas que deben utilizar para alcanzar los resultados.
- 4) “Investigación de horizontes de desempeño superior: Esta clase de estudios se ejecuta en contacto directo con los competidores o no competidores que pueden ser del mismo rubro o de distinto y al finalizar la investigación se procede a compartir los resultados para que cada organización pueda crear su propio sistema de mejora.”
- 5) Establecer metas con base en hechos: Es decir establecer metas las cuales al finalizar cada periodo se reflejen los resultados los cuales permitan definir objetivos razonables y alcanzables por ende es necesario que las compañía se centra en el entorno externo dejando de lado en entorno interno de igual modo las tendencias pasadas de la misma.

- 6) Garantizar que las mejores prácticas se incorporen a los procesos de trabajo:
Esta estrategia es considerada como el trabajo en equipo que se incorpore en los colaboradores de dicha organización y en todo el proceso administrativo de modo que permite lograr mayor beneficios aplicar mejores prácticas dentro de los negocios, y así llegar a ser más competitivos dentro de un mercado cada vez más difícil.
- 7) Aumentar la probabilidad de satisfacer las necesidades de los clientes, de manera correcta y desde el principio: Adaptando las estrategias de las grandes compañías se logra brindar mejores productos y servicios a los clientes de modo que satisfacen las necesidades de los mismos (Hernandez, Cano, citan a Camp , 2017).

III. HIPÓTESIS

Hernández & Fernandez (2016) Menciona que las hipótesis son guías de una investigación o estudio de hipótesis que indican lo que tratamos de probar, y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado, en tal sentido indica que la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho fenómeno o un grupo con la finalidad de establecer una estructura o comportamiento. La investigación de tipo descriptiva se clasifica en: estudios de dimensión la cual consiste en las variables independientes es decir cada característica o variable se analiza de una forma autónoma o independiente.

Hernández & Fernandez (2016) Indican que este tipo de estudio busca únicamente describir situaciones o acontecimientos; básicamente no está interesado en comprobar explicaciones, ni en probar determinadas hipótesis, tampoco en hacer pronósticos. Con mucha frecuencia las descripciones se hacen por encuestas (estudios por encuestas), aunque éstas también pueden servir para probar hipótesis específicas y poner a prueba explicaciones.

IV. METODOLOGÍA

4.1 diseño de la investigación

El tipo de la investigación es cuantitativo porque los datos se han examinado de forma científica y numérica, con ayuda de la estadística se han recogido y analizado los datos sobre las variables. Además se estudiaron las propiedades y fenómenos de la situación problemática de manera objetiva, así los resultados se pueden generalizar.

Hernández & Fernandez (2016) Nos dicen que las investigaciones de tipo descriptivas miden de forma independiente las variables y aun cuando no se formulan hipótesis, de tal modo que la presente investigación al obtener dichas características se clasificara de nivel descriptiva por lo cual, identificar las características que tiene la capacitación en las MYPE rubro restaurantes en el caserío Miraflores distrito Castilla Piura, año 2018. En tal sentido el autor Arias Fidiás nos dice que este tipo de investigación descriptiva también puede ser correlacional por tal motivo que su finalidad es determinar el grado de relación o asociación no causal existentes entre dos o más variables.

De nivel descriptivo porque se describen los datos y características de la población o fenómeno de estudio señala las propiedades de las variables identificadas, se busca identificar las características que tiene la capacitación y el benchmarking en las MYPE rubro restaurantes en el caserío Miraflores distrito Castilla Piura, año 2018. (Hernández & Fernandez, 2016).

El diseño que se aplicó en la investigación es no experimental, por lo tanto la investigación se realiza sin manipular deliberadamente las variables de estudio ya que se observaron los fenómenos tal y como se manifestaron en el contexto natural para analizarlos. También fue de corte transversal porque se midió a la vez la

prevalencia de la exposición y del efecto en una muestra poblacional en un solo momento temporal; es decir, este diseño permite estimar la magnitud y características de las variables en un momento dado. (Hernández & Fernandez, 2016).

4.2 población y muestra

El universo bajo el estudio determinado está constituido por las MYPES rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, por lo cual se tiene un número de (08) MYPES de tal modo que se estudiaran las siguientes variables:

Capacitación y Benchmarking.

Cuadro 1 fuente de información

Variables	Fuente de información	Población	Muestra
Capacitación	Trabajadores y propietarios	Finita	50
Benchmarking	Propietarios	Finita (08)	8

Por lo consiguiente para la variable “**Capacitación**” está diseñada para los trabajadores y dueños de las MYPES las cuales se está estudiando, de tal modo que se tomaron los siguientes datos:

Género: (masculino - femenino) Nivel de instrucción: (primaria, secundaria, técnico)

Edad, Nivel socioeconómico: (bajo, medio, alto)

La segunda variable “**Benchmarking**” está dirigida para los dueños de las MYPES lo mismo que se tomaron las siguientes características:

Género: (masculino – femenino) Nivel de instrucción: (primaria, secundaria, técnico), Edad, Tiempo de posicionamiento de la MYPE: (1 – 3) (4 - a más).

Así mismo para el caso de las MYPE constituyen una población finita debido a que se conoce el número de las cuales se están estudiando, en tal sentido para el caso de los trabajadores de igual forma se tiene una población finita por lo mismo que se conoce el número de trabajadores que son un total de **(50)**

En cuanto a las MYPE tenemos un total de **(08)** MYPES por lo mismo que los autores Hernandez, Fernandez, & Batista (2018) nos dicen si $N \leq 50$, entonces $N= n$. es decir en las MYPE contamos con una población finita por lo mismo que se conoce el número de MYPE las cuales se está estudiando donde $N= 8$ empresas, por tanto la muestra “n” será de un total de **08**.

Cuadro 2 relación de las MYPE

Rubro	N° de MYPES	Ubicación	N° De trabajadores
R E S T A U R A N T E S	1	Caserío Miraflores	8
	2	Caserío Miraflores	6
	3	Caserío Miraflores	6
	4	Caserío Miraflores	8
	5	Caserío Miraflores	5
	6	Caserío Miraflores	5
	7	Caserío Miraflores	6
	8	Caserío Miraflores	6
TOTAL	08		50

Criterios de inclusión:

- Se incluyó a propietarios y trabajadores de las MYPE rubro restaurantes ubicadas en el Caserío Miraflores distrito Castilla, Piura. Quienes tienen mayor tiempo en la organización y se encuentran en la capacidad de responder la encuesta para la presente investigación.

Criterios de exclusión:

- Se excluyeron a trabajadores que tienen muy poco tiempo laborando en la organización, por ende no se encuentran en la capacidad de proporcionar información sobre las variables de estudio, por motivos que aún no tienen mucho conocimiento de la misma y no se encuentran en la capacidad de poder responder la encuesta.
- Así mismo algunos propietarios quienes por motivos de que se encontraban en el desarrollo de sus actividades dentro de la MYPE.

4.3 MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLES	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Fuente	Escala
CAPACITACIÓN	Chiavenato (2015) Hace referente que la capacitación es un proceso educativo de corto plazo por lo cual se aplica de manera sistemática y a la vez organizada, ya que las personas adquieren mayores conocimientos para que de una manera posible puedan desarrollar mejor su potencialidad de habilidades, conocimientos y afrontar la competencia.	Niveles de capacitación	La medición “niveles de capacitación” se medirá con sus indicadores.	Reacción	Dueños/ trabajadores	Nominal
				Aprendizaje		Nominal
				Conducta	Dueños/ trabajadores	Nominal
				Resultados		
		Características de capacitación	La medición “características” se medirá con sus indicadores.	Desarrolla competencias	Dueños/ trabajadores	Nominal
				Liderazgo	Dueños/ trabajadores	Nominal
				Trabajo en equipo	Dueños/ trabajadores	
		BENCHMARKING	La técnica del Benchmarking permite compararse con otras organizaciones o tomar lo mejor de ellas, para hacer esto se debe recopilar información antes de hacerlo se debe medir el tiempo y pensar en los datos que se desean obtener, el costo para obtenerlos y confirmar que sus resultados sean válidos, ya que, se recopila la información y luego se resume para hacer el análisis. (Rondon, 2016).	Ventajas	La medición “ventajas” se medirá con sus indicadores	Analizar la competencia
Establece objetivos	Dueños					Nominal
-Diferenciación -Liderazgo en costos	Dueños					Nominal
Beneficios	La medición “beneficios” se medirá con sus indicadores			-Ser más competitivo	Dueños	Nominal
				-Conoce la competencia -Calidad en su productos	Dueños	Nominal
				-Detecta las necesidades del cliente	Dueños	Nominal

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizara las técnicas de la encuesta con la finalidad de recolectar los datos necesarios por medio de un cuestionario el cual nos ayudara a recolectar los datos más precisos los cuales se obtendrán a partir de la realización de un conjunto de preguntas las cuales están dirigidas a una muestra representativa con finalidad de poder conocer estados y opiniones de igual modo características o hechos específicos o relevantes.

4.5 plan de análisis

Después de recopilar los datos se procede a realizar la tabulación y se grafica de forma ordenada utilizando la estadística descriptiva, en este paso es donde se calculan las frecuencias para poder así obtener los porcentajes correspondientes, para esto se utilizó el manejo del sistema Windows 7, versión de Microsoft Windows, el cual nos direcciona hacia las hojas de cálculo que es el programa de Excel e donde se realizan los respectivos resultados y el análisis de las interpretaciones que se recogieron por medio de la encuesta.

4.6 MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores	Técnica	Instrumento	Metodología
“Caracterización de la capacitación y el benchmarking en las MYPES rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, año 2018”	¿Qué características tiene la capacitación y el benchmarking en las MYPES rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura año 2018?	General: Identificar las características de la capacitación en las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, año 2018. (a) conocer los niveles de capacitación que utilizan las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, año 2018. (b) determinar las características del plan de capacitación que brindan las MYPE rubro	Hernández & Fernández (2016) Menciona que las hipótesis son guías de una investigación o estudio de hipótesis que indican lo que tratamos de probar, y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado, en tal sentido indica que la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho fenómeno o un grupo con la finalidad de establecer	Capacitación	Chiavenato (2015) hace referente que la capacitación es un proceso educativo de corto plazo por lo cual se aplica de manera sistemática y a la vez organizada, por lo cual las personas adquieren mayores conocimientos para que de una manera posible puedan desarrollar mejores su potencialidad de habilidades, conocimientos.	La medición “niveles de capacitación” se medirá con sus indicadores.	Reacción Aprendizaje Conducta Resultados	Encuesta	El cuestionario	Tipo: Cuantitativo Nivel: Descriptivo Diseño: No experimental de corte transversal
						La medición “características” se medirá con sus indicadores.	- Desarrolla competencias -Liderazgo -Trabajo en equipo			

	<p>restaurantes en el Caserío Miraflores Castilla Piura, año 2018.</p> <p>(c) identificar las ventajas del benchmarking en las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, año 2018.</p> <p>(d) Conocer cuáles son los beneficios del benchmarking en las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, año 2018.</p>	<p>una estructura o comportamiento. La investigación de tipo descriptiva se clasifica en: estudios de dimensión la cual consiste en las variables independientes es decir cada característica o variable se analiza de una forma autónoma o independiente.</p>	Benchmarking	<p>La técnica del Benchmarking permite compararse con otras organizaciones o tomar lo mejor de ellas, para hacer esto se debe recopilar información antes de hacerlo se debe medir el tiempo y pensar en los datos que se desean obtener, el costo para obtenerlos y confirmar que sus resultados sean válidos, ya que, se recopila la información. (Rondon, 2019).</p>	<p>La medición “ventajas” se medirá con sus indicadores.</p> <p>La medición “beneficios” se medirá con sus indicadores</p>	<p>-Analizar la competencia</p> <p>-Establece objetivos</p> <p>- Diferenciación</p> <p>-Liderazgo en costos</p> <p>-Ser más competitivo</p> <p>-Conoce la competencia</p> <p>-Calidad en sus productos</p> <p>-Detecta las necesidades del cliente.</p>	encuesta	El cuestionario	
--	---	--	--------------	---	--	---	----------	-----------------	--

4.7 PRINCIPIOS ÉTICOS

En la investigación se considera la veracidad de resultados por sobre todas las cosas, en cualquier espacio, circunstancia, así se acudió al mayor número posible de fuentes, para un mejor conocimiento de los hechos. Se respeta la propiedad intelectual, la privacidad, protegiéndose la identidad de los individuos que participan en el estudio. Además, se rechazarán las conclusiones prejuiciosas, manipuladas y alienantes, así mismo en las investigaciones se debe respetar la confidencialidad este principio no solo implica que las personas quienes participen dentro de la investigación dispongan de Información apropiada, sino también el pleno respeto de sus derechos fundamentales. (ULADECH CATÓLICA, 2019).

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

A continuación se presentan los resultados de las encuestas aplicadas a los dueños y trabajadores de las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, se basan en aspectos generales, y a las variables Capacitación y Benchmarking.

Tabla 1 ¿Considera usted que sus trabajadores se encuentran en un alto nivel de capacitados?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	6	75%
No	2	25%
TOTAL	8	100

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE
Elaboración propia

Figura 1 capacitación a los colaboradores

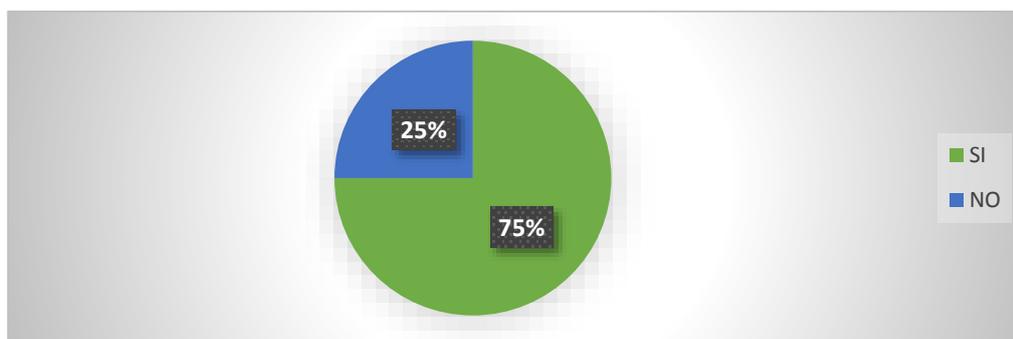


Figura 1: Gráfico que representa a la capacitación de los colaboradores de las MYPE

Interpretación: En la tabla 1 el 75% de (8) empresarios encuestados de las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, indican que los colaboradores han mejorado después de la capacitación el desarrollo de su trabajo.

Tabla 2 ¿La motivación y el conocimiento adquirido por parte de los colaboradores, es a través de la capacitación que usted les brinda?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	5	62.5%
No	3	37.5%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE
Elaboración propia

Figura 2 Motivación

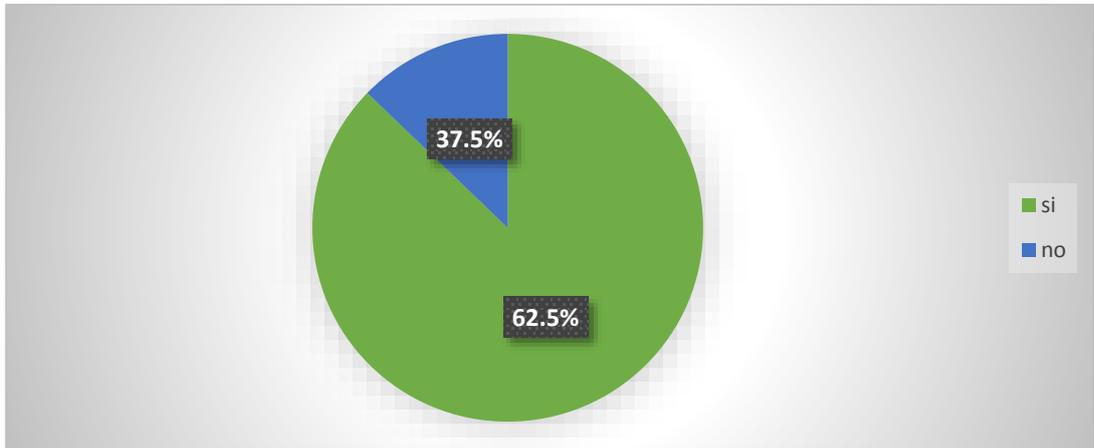


Figura 02: Gráfico que representa a la motivación y conocimiento adquirido de los colaboradores

Interpretación: En la tabla 2 el 62.5% de (8) empresarios encuestados de las MYPE rubro restaurantes en el caserío Miraflores distrito Castilla Piura, respondieron que los colaboradores son motivados a través de las capacitaciones.

Tabla 3 ¿Considera que los colaboradores adquieren mayor aprendizaje en base a la capacitación?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	8	100%
No	0	0%
TOTAL	8	100

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE
Elaboración propia

Figura 3 Desempeño de los colaboradores

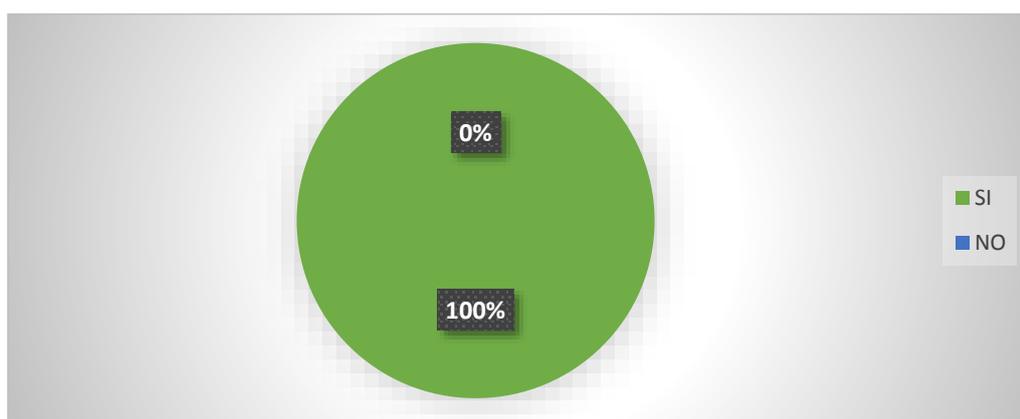


Figura 03: Gráfico que representa al desempeño de los trabajadores de las MYPE

Interpretación: En la tabla 3 el 100% de (8) empresarios encuestados de las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, indican que el aprendizaje adquirido por parte de la capacitación les ayuda a los colaboradores a ser más eficientes.

Tabla 4 ¿Considera que es importante capacitar a los colaboradores para mejorar su desempeño laboral?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	5	62.5%
No	3	37.5%
TOTAL	8	100

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE
Elaboración propia

Figura 4 Buena atención

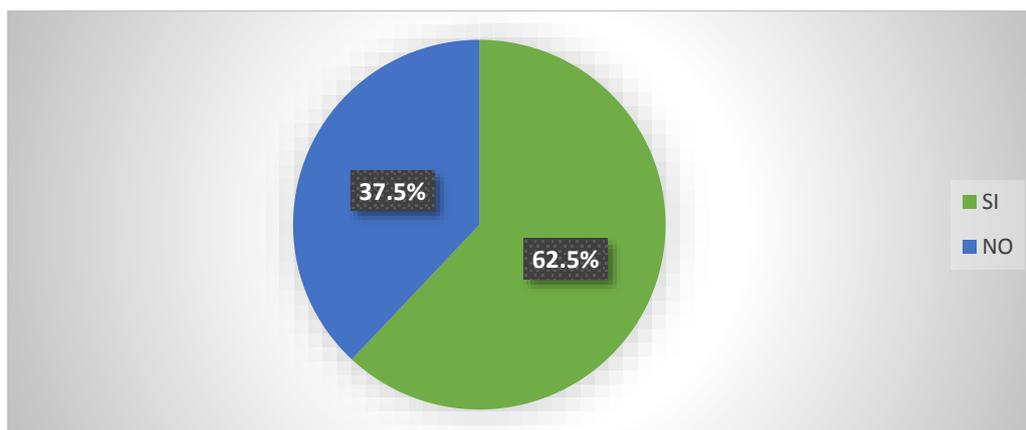


Figura 04: Gráfico que representa a la buena atención que brindan los colaboradores

Interpretación: En la tabla 04 el 62.5% de (8) empresarios encuestados de las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, en su mayoría manifiestan que es importante capacitar a los colaboradores.

Tabla 5 ¿Considera que la capacitación es una estrategia para mejorar los resultados en la organización?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	7	87.5%
No	1	12.5%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE
Elaboración propia

Figura 5 Estrategias

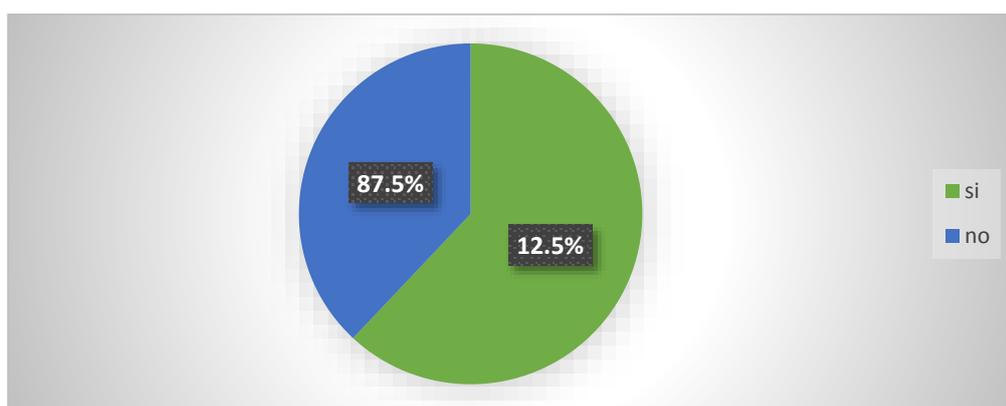


Figura 5: Gráfico que representa a las estrategias de las MYPE

Interpretación: En la tabla 05 el 87.5% de (8) empresarios encuestados de las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, respondieron que la capacitación es una estrategia para ser más competitivo en el contexto empresarial y obtener mejores resultados.

Tabla 6 ¿Considera que los colaboradores ponen en práctica los conocimientos adquiridos para mejorar los resultados en sus labores?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	6	75%
No	2	25%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE
Elaboración propia

Figura 6 Mejores resultados

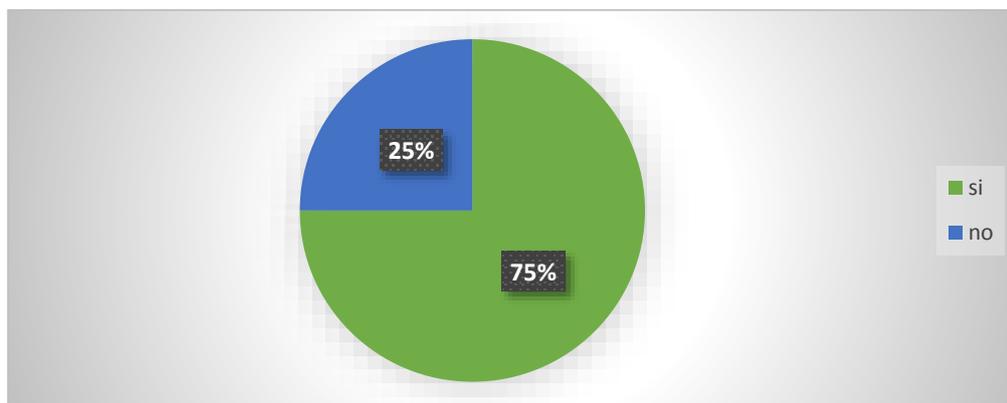


Figura 06: Gráfico que representa los mejores resultados de los trabajadores

Interpretación: En la tabla 6 el 75% de (8) empresarios encuestados de las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, respondieron que los colaboradores si ponen en práctica los conocimientos adquiridos para mejorar su desempeño.

Tabla 7 ¿Considera que la capacitación es la clave para mejorar el talento humano?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	4	50%
No	4	50%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE
Elaboración propia

Figura 7 Habilidades el personal

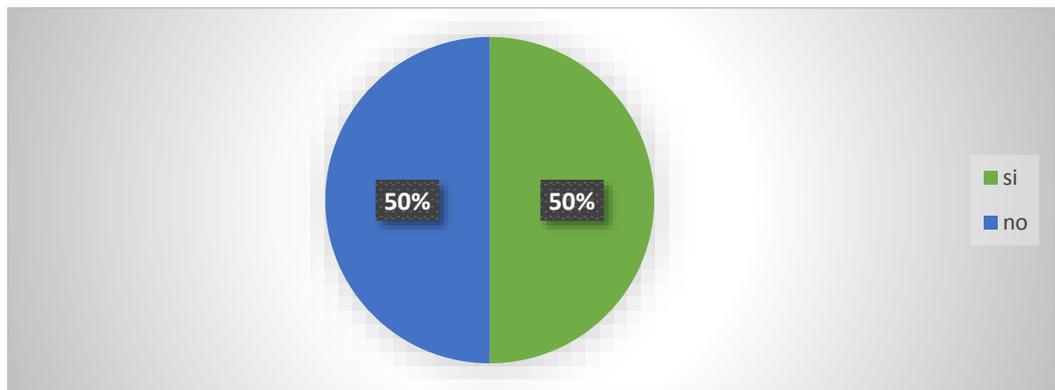


Figura 07. Gráfico que representa a las habilidades de los trabajadores.

Interpretación: En la tabla 7 el 50% de (8) empresarios encuestados de las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Catilla Piura, respondieron que la capacitación les ayuda a mejorar el talento humano de los colaboradores.

Tabla 8 ¿Se preocupa por capacitar a los colaboradores?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	7	87.5%
No	1	12.5%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE
Elaboración propia

Figura 8 Capacitación

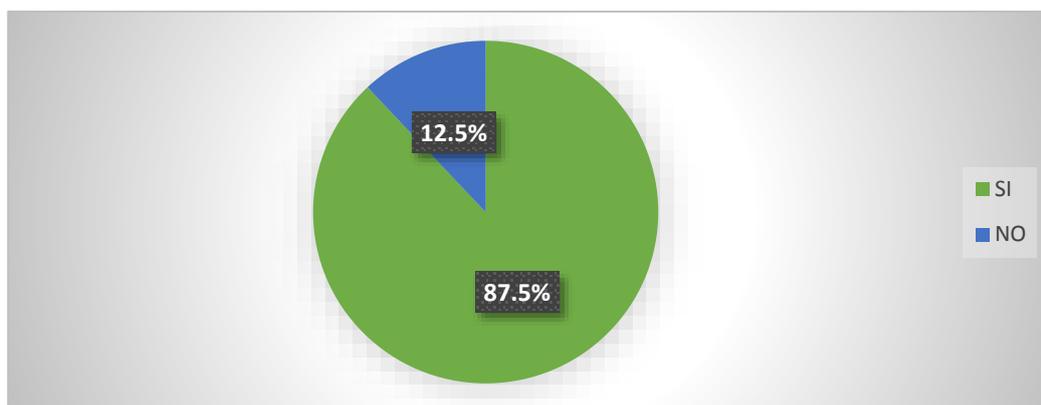


Figura 08: gráfico que representa la capacitación que les brinda al personal

Interpretación: En la tabla 08 el 87.5% de (8) empresarios encuestados de las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, en su mayoría manifiestan que se preocupan por capacitar a sus trabajadores para obtener mejores resultados.

Tabla 9 ¿Considera importante la participación de los colaboradores?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	7	87.5%
No	1	12.5%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE
Elaboración propia

Figura 9 Participación de los colaboradores

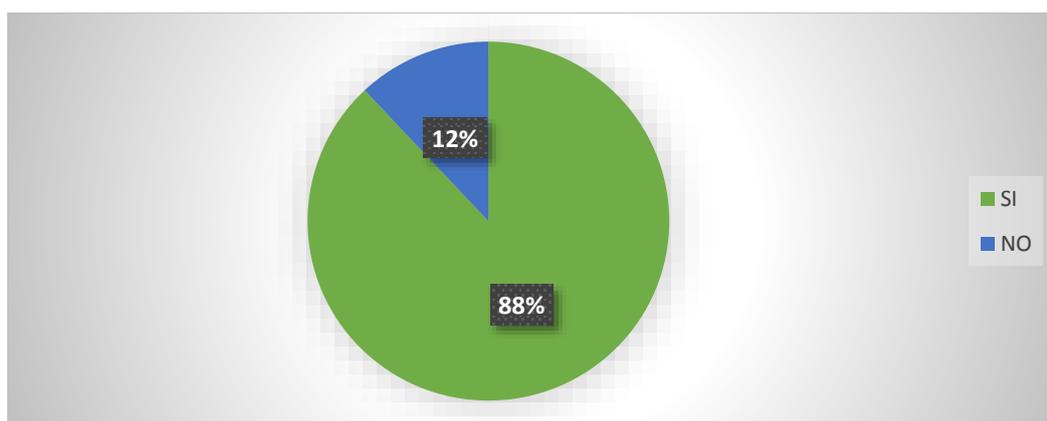


Figura 09: Gráfico que representa la participación de los trabajadores

Interpretación: En la tabla 9 el 87.5% de (8) empresarios encuestados de las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, en su mayoría consideran que es importante la participación de los colaboradores para tomar mejores decisiones.

Tabla 10 ¿Cree que los colaboradores han mejorado en la atención que les brindan a los clientes?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	5	62.5%
No	3	37.5%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE
Elaboración propia

Figura 10 Atención al cliente

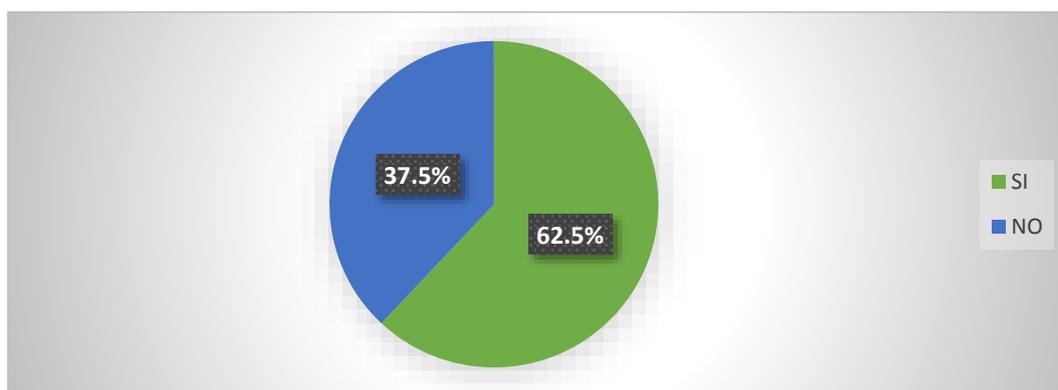


Figura 10: Gráfico que representa la atención al cliente

Interpretación: En la tabla 10 el 62.5% de empresarios encuestados de las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, mencionan que si habido un mejoramiento en la atención al cliente por parte de los colaboradores.

Tabla 11 ¿Los propietarios de las MYPE, les capacita para que realicen mejor su trabajo?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	40	80%
No	10	20%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE
Elaboración propia

Figura 11 Capacitación para el mejoramiento de su trabajo

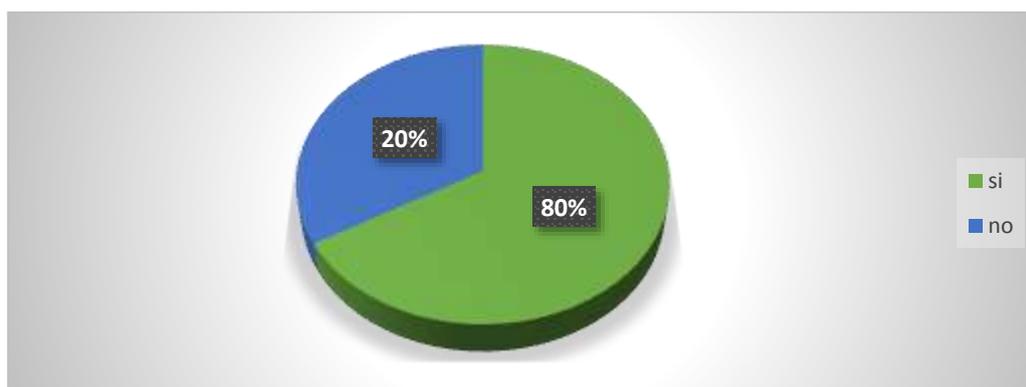


Figura 11: Gráfico que representa a la opinión de los trabajadores quienes indican que si les capacitan para una mejora continua

Interpretación: En la tabla 11 el 80% de (50) trabajadores encuestados de las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, respondieron que las empresas les capacita para desarrollar mejor sus actividades diarias

Tabla 12 ¿Ha obtenido un mejor desempeño en sus labores, después de la capacitación?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	45	90%
No	5	10%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE
Elaboración propia

Figura 12 Desempeño laboral

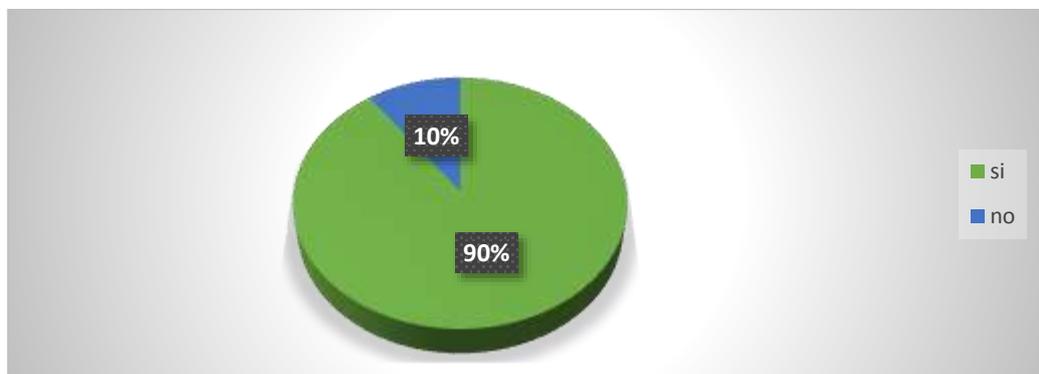


Figura 12: Gráfico que representa al mejoramiento de desarrollo de sus labores de los trabajadores

Interpretación: En la tabla 12 se observa que el 90% de (50) trabajadores encuestados de las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, respondieron que las capacitaciones si son eficientes ya que les ayuda a mejora el desarrollo laboral.

Tabla 13 ¿Considera que es importante la capacitación en su puesto de trabajo?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	42	84%
No	8	16%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE
Elaboración propia

Figura 13 Importancia de la capacitación

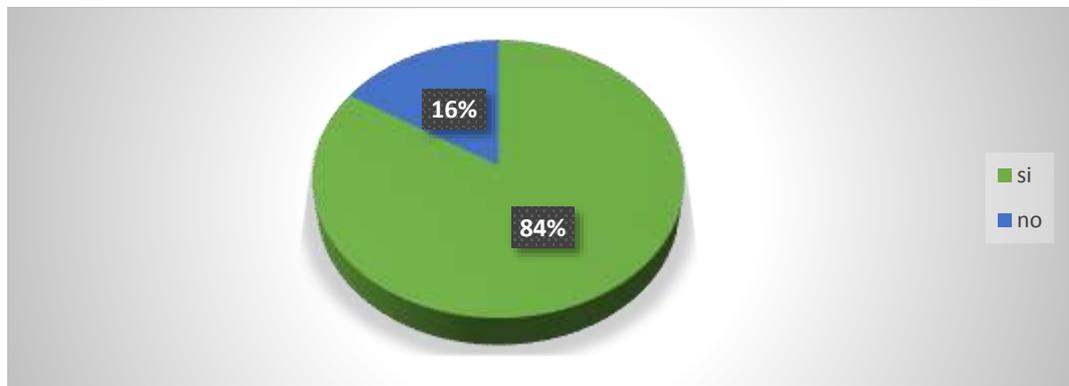


Figura 13: Gráfico que representa a la importancia de la capacitación en el desempeño de los trabajadores

Interpretación: En la tabla 13 se observó que el 84% de (50) trabajadores encuestados de las MYPE rubro restaurantes del Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, indicaron que para ellos es muy importante la capacitación en su puesto de trabajo ya que les ayuda a disminuir los errores y a fortalecer más su desempeño.

Tabla 14 Cree que es necesario que las MYPE deben capacitarlos antes y después de realizar su trabajo?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	50	100%
No	0	0%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE
Elaboración propia

Figura 14 Capacitación a los trabajadores

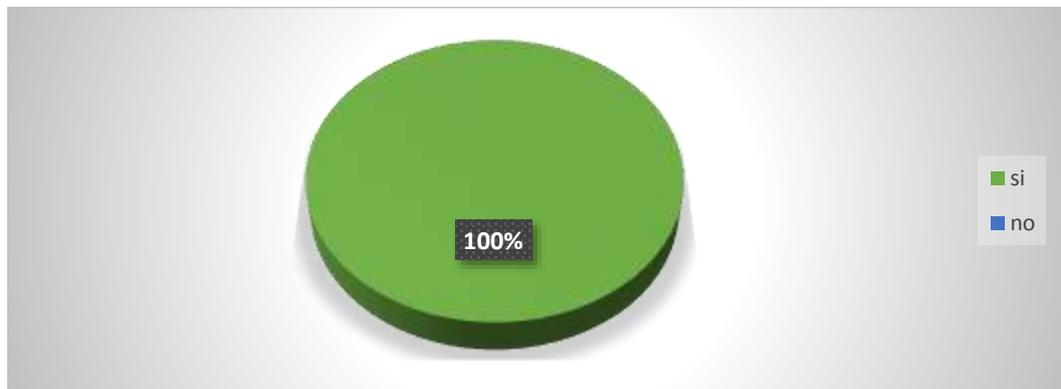


Figura 14: Gráfico que representa a la importancia de la capacitación

Interpretación: En la tabla 14 se aprecia que el 100% de (50) trabajadores de las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, en su totalidad respondieron que si les capacitan al ingresar a sus labores y después para ver en que pueden mejorar y fortalecer sus debilidades.

Tabla 15 El nivel de conocimientos adquiridos, es a través de las capacitaciones recibidas?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	50	100%
No	0	0%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE
Elaboración propia

Figura 15 Conocimientos adquiridos

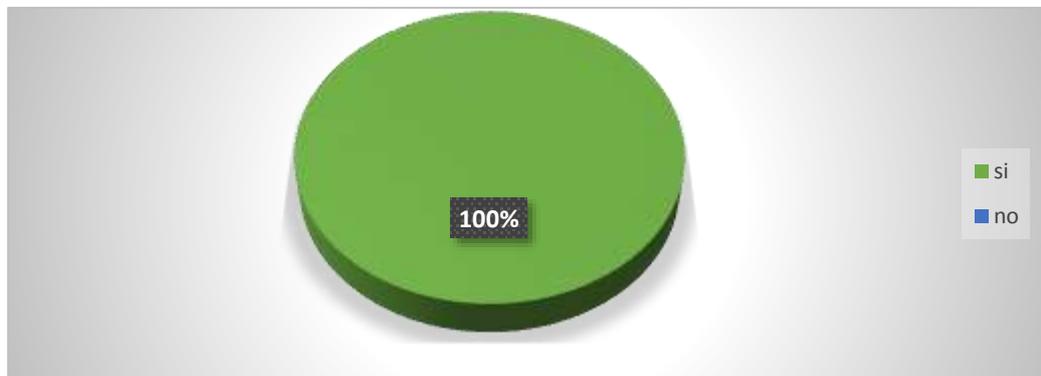


Figura 15: Gráfico que representa los conocimientos adquiridos de las capacitaciones de los trabajadores

Interpretación: En la tabla 15 se observa que el 100% de (50) trabajadores encuestados respondieron que el mayor conocimiento obtenido es a través de las capacitaciones que les brinda la MYPE.

Tabla 16 Todos los trabajadores sin importar el puesto de trabajo, reciben capacitación?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	44	88%
No	6	12%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE
Elaboración propia

Figura 16 Capacitación a los trabajadores

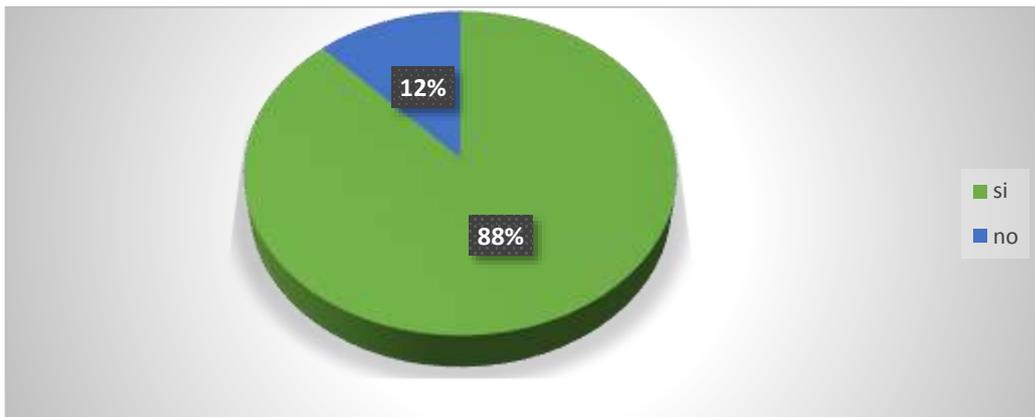


Figura 16: Gráfico que representa la capacitación que reciben todos los trabajadores

Interpretación: En la tabla 16 se aprecia que el 88% de (50) encuestados respondieron que la MYPE capacita a todos por igual sin importar el área de trabajo para desempeñar mejor sus actividades.

Tabla 17 ¿Ha recibido algún curso de capacitación fuera de la empresa?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	50	100%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPE
Elaboración propia

Figura 17 Cursos de capacitación

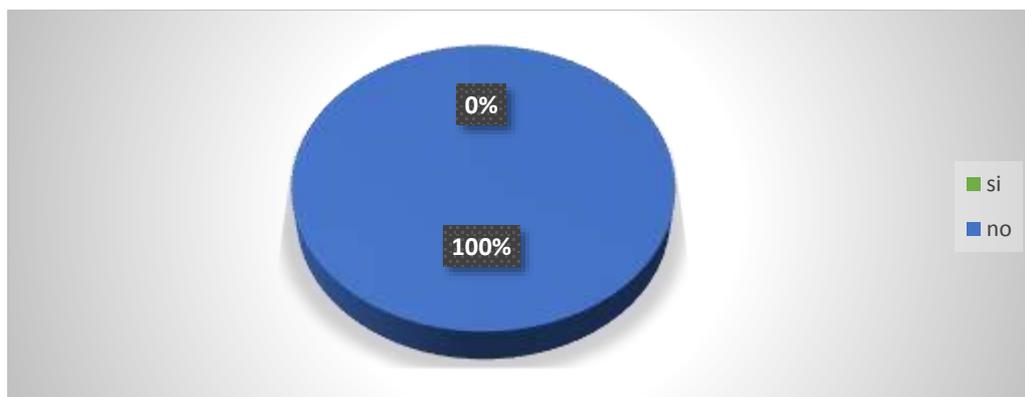


Figura 17: Gráfico que representa los cursos de capacitación

Interpretación: En la tabla 17 se aprecia que el 100% de (50) trabajadores encuestados de las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, menciona que no reciben cursos de capacitación.

Tabla 18 ¿El trabajo en equipo mejora el servicio y la calidad en atención a los clientes?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	5	62.5%
No	3	37.5%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE
Elaboración propia

Figura 18 Trabajo en equipo

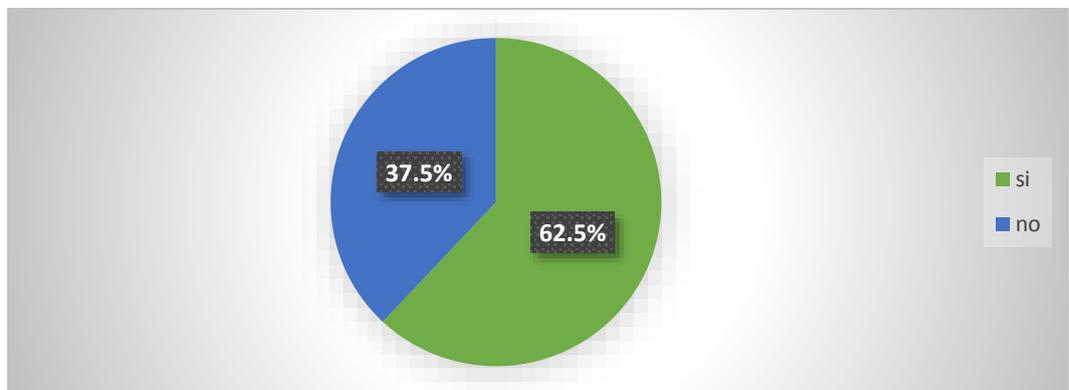


Figura 18: Gráfico que representa al trabajo en equipo

Interpretación: En la tabla 18 el 62.5% de (8) empresarios encuestados de las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, en su mayoría afirman que el trabajo en equipo mejora la calidad el servicio.

Tabla 19 ¿Al mejorar sus productos o servicios, sería más competitivo?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	6	75%
No	2	25%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE
Elaboración propia

Figura 19 Calidad de Producto

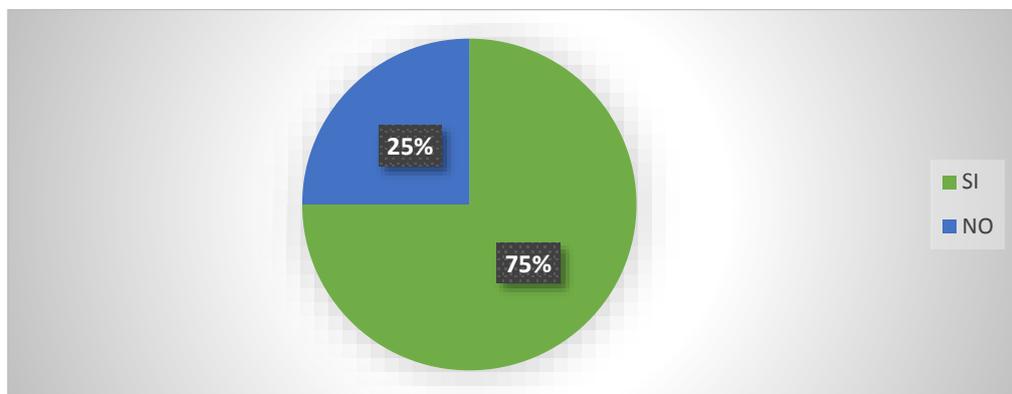


Figura19: Gráfico que representa a la calidad de los productos

Interpretación: En la tabla 19 el 75% de (8) empresarios encuestados de las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, en su mayoría afirman que su negocio es competitivo ya que se basa en la calidad de los productos.

Tabla 20 ¿Cree que al mejorar la calidad del producto o servicio, le permite alcanzar las metas establecidas?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	6	75%
No	2	25%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE
Elaboración propia

Figura 20 Calidad del producto

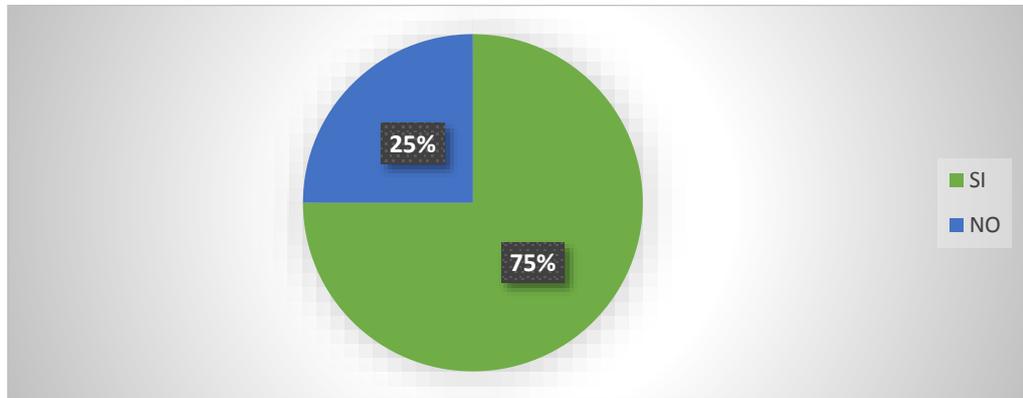


Figura 20: Gráfico que representa a la calidad del producto

Interpretación: En la tabla 20 el 75% de (8) empresarios encuestados de las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, indican que la calidad del producto les permite alcanzar las metas establecidas y marcar la diferencia de la competencia.

Tabla 21 ¿Al conocer su competencia, utiliza estrategias para sobre salir?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	6	75%
No	2	25%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE
Elaboración propia

Figura 21 Estrategias competitivas

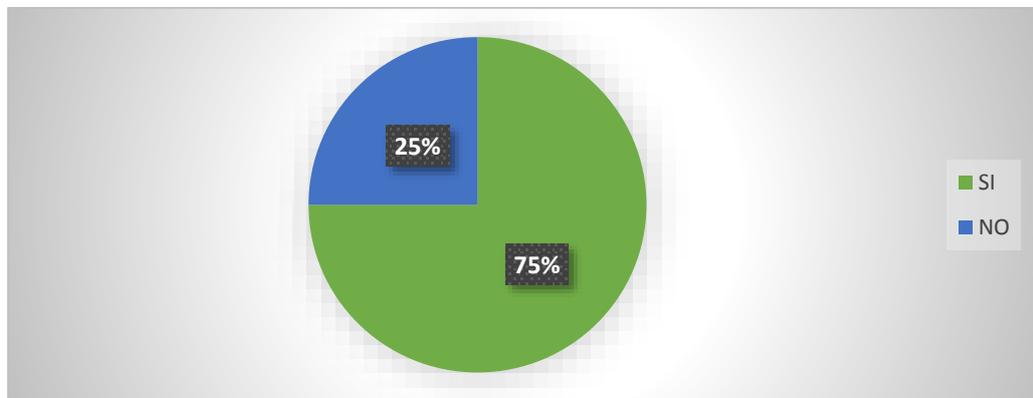


Figura 21: Gráfico que representa a las estrategias competitivas

Interpretación: En la tabla 21 el 75% de (8) empresarios encuestados de las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, manifiestan que utilizan estrategias competitivas para salir de la competencia.

Tabla 22 ¿Considera importante aplicar estrategias de innovación para mejorar su MYPE?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	8	100%
No	0	0%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE
Elaboración propia

Figura 22 Estrategias de innovación

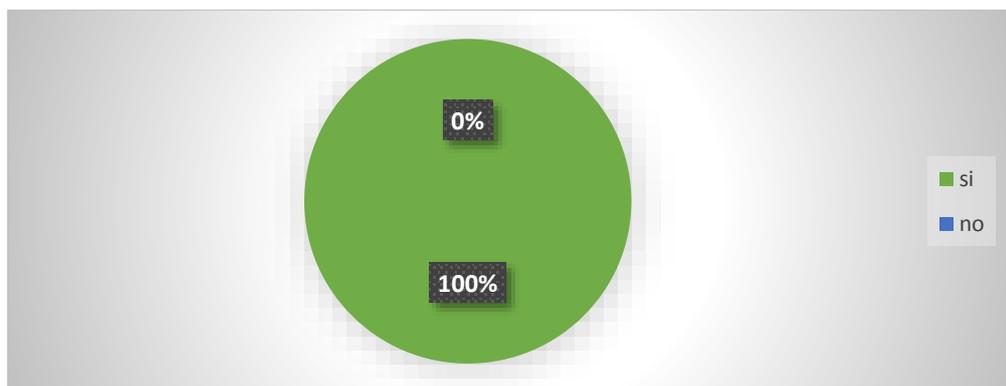


Figura 22: Gráfico que representa las estrategias de innovación

Interpretación: En la tabla 22 el 100% de (8) empresarios encuestados de las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, indican que se utilizan estrategias de innovación para mejorar su MYPE.

Tabla 23 ¿Considera que detectar las necesidades del cliente, es una oportunidad?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	7	87.5%
No	1	12.5%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE
Elaboración propia

Figura 23 Necesidades del cliente

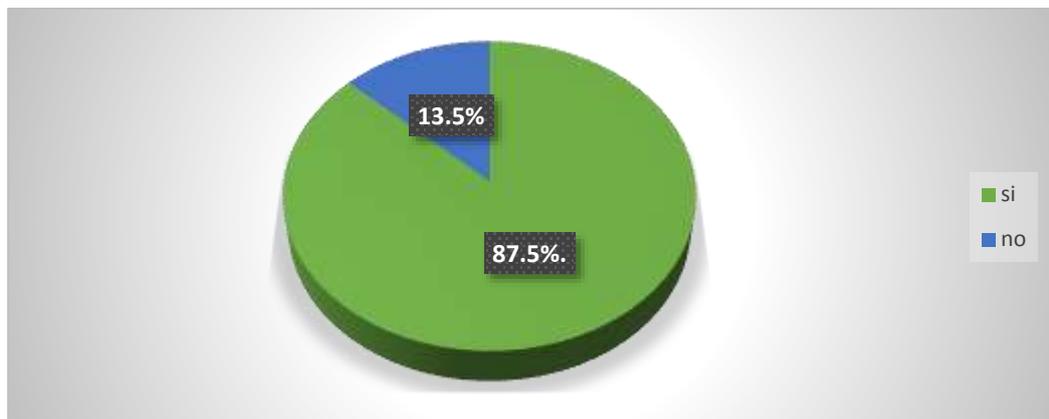


Figura 23: gráfico que representa a las necesidades del cliente

Interpretación: En la tabla 23 el 87.5% de (8) empresarios encuestados de las mype rubro restaurantes, indican que detectar las necesidades del cliente es una oportunidad para seguir mejorando.

Tabla 24 ¿Considera que sus productos o servicios, marcan la diferencia de la competencia?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	4	50%
No	4	50%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE
Elaboración propia

Figura 24 Productos diferenciados

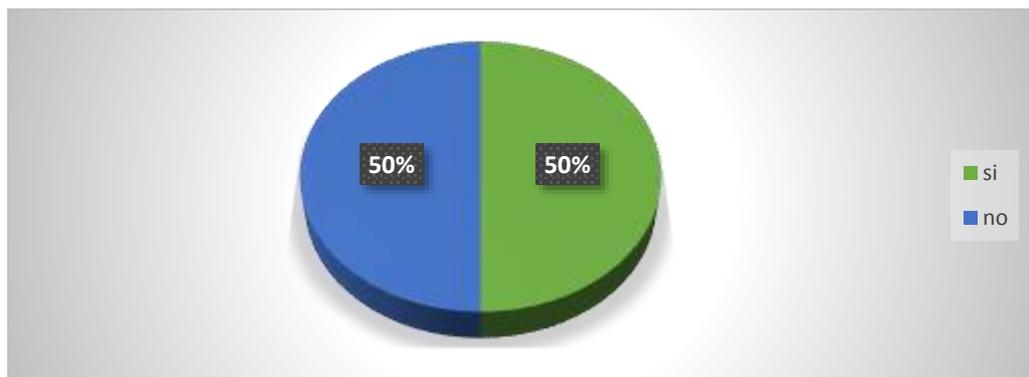


Figura 24: Gráfico que representa a los productos diferenciados

Interpretación: En la tabla 24 el 50% de (8) empresarios encuestados de las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, afirman que sus productos marcan la diferencia de la competencia.

Tabla 25 ¿Considera que el benchmarking ayuda a las MYPE hacer más competitivas?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	5	62.5%
No	3	37.5%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE
Elaboración propia

Figura 25 MYPE competitiva

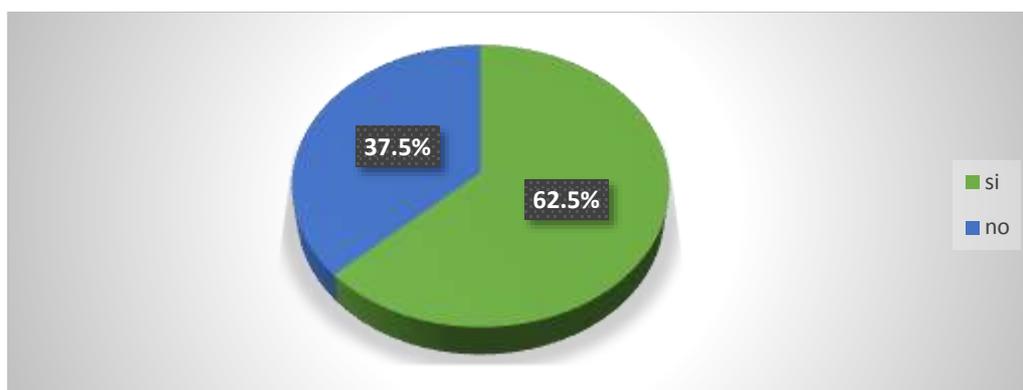


Figura25: Gráfico que representa a la competitividad de las MYPE

Interpretación: En la tabla 25 el 62.5% de empresarios encuestados de las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, respondieron que esta herramienta ayuda a mejorar el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en cuanto hacer más competitivas.

Tabla 26 ¿Considera usted que la innovación es una estrategia para ser competitivo en el mercado?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	5	62.5%
No	3	37.5%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE
Elaboración propia

Figura 26 Estrategias

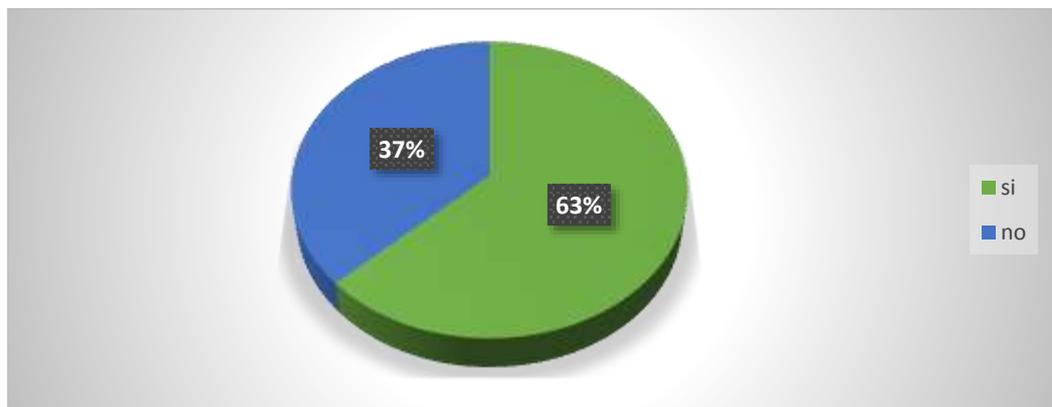


Figura 26: Gráfico que representa las estrategias de las MYPE

Interpretación: En la tabla 26 el 62.5% de (8) empresarios encuestados de las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, respondieron que la innovación es una estrategia para ser más competitivo.

Tabla 27 ¿Ha realizado un estudio de mercado para conocer de forma directa a su competencia?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	6	75%
No	2	25%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE
Elaboración propia

Figura 27 Estudio de mercado

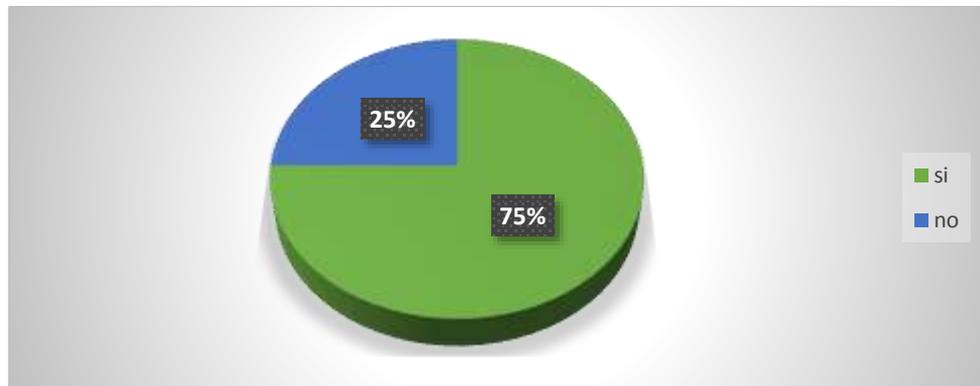


Figura27: Gráfico que representa el estudio de mercado de las MYPE

Interpretación: En la tabla 27 el 75% de (8) empresarios encuestados de las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, afirman que si realizan un estudio de mercado para conocer de forma directa a su competencia.

Tabla 28 ¿Cree que hoy en día las MYPE son más competitivas debido a que se mantienen en constantes cambios?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	7	87%
No	1	13%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE
Elaboración propia

Figura 28 Constantes cambios

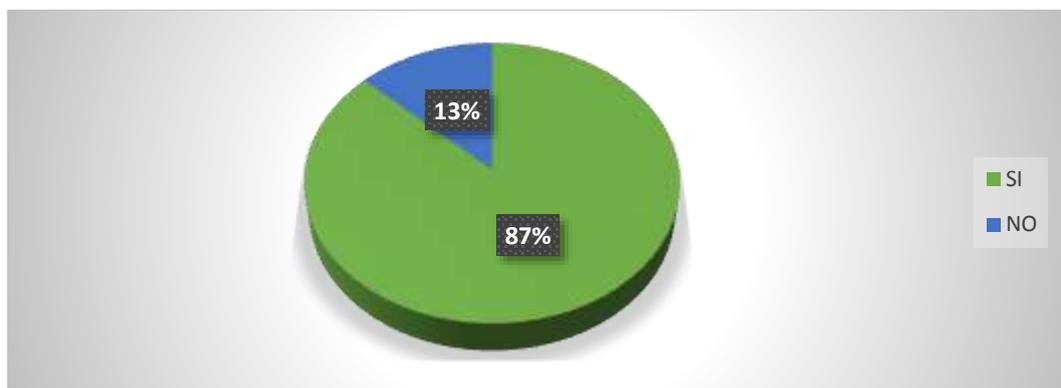


Figura28: Gráfico que indica que las MYPE se mantienen en constantes cambios

Interpretación: En la tabla 28 el 87% de (8) empresarios encuestados de las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, afirman que las MYPE se mantiene en constantes cambios debido a la competencia que crece cada día más.

Tabla 29 ¿Ha observado que el nivel de quejas por parte de los clientes ha disminuido?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	7	87%
No	1	13%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las MYPE
Elaboración propia

Figura 29 Disminución de quejas

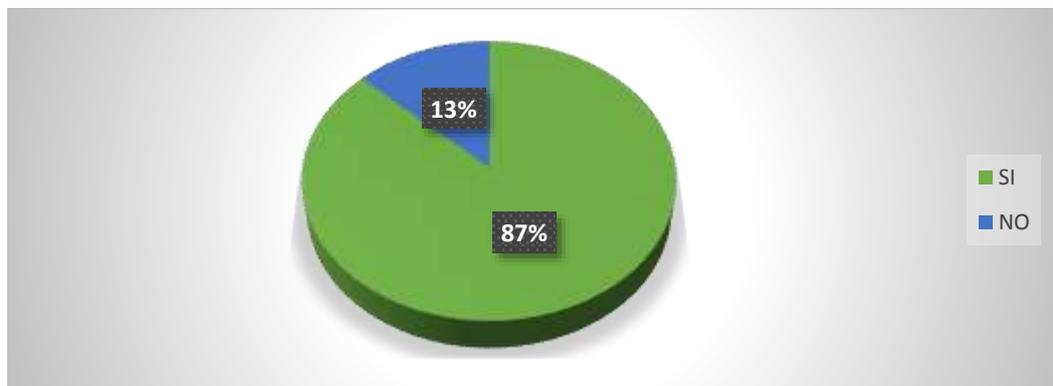


Figura29: Gráfico que representa disminución de quejas

Interpretación: En la tabla 29 el 87% de (8) empresarios encuestados de las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, indican que el nivel de quejas ha disminuido debido a que los trabajadores han mejorado su desempeño laboral.

5.2. Análisis de los resultados

Con respecto a los factores sociodemográficos de los dueños de las MYPE rubro restaurantes en el caserío Miraflores se aprecia el 62% de (8) empresarios son de género masculino según los resultados obtenidos, con respecto al grado de instrucción el 50% de (8) empresarios tienen secundaria completa, en cuanto a las edades de los propietarios de las MYPE se aprecia que un 50% de (8) empresarios tienen de 25 a 55 años de edad, en cuanto al nivel socioeconómico se aprecia que el 75% de (8) empresarios están en el nivel medio, así mismo el 75% de (8) empresarios indican que sus MYPE si están inscritos en registros públicos, finalmente se observa que el 75% de (8) empresarios indican que su MYPE tiene más de 4 años en el mercado.

(Capacitación)

Con respecto al primer objetivo específico denominado “conocer los niveles de capacitación que utilizan las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, año 2018”. En la tabla 1, 2 y 3 con respecto a la motivación, el desarrollo de actividades de los colaboradores y el aprendizaje adquirido, se obtuvo los siguientes resultados: el 75% de (8) empresarios encuestados de las MYPE rubro restaurantes, respondieron que los colaboradores son motivados por medio de las capacitaciones, el otro 75% indican que los colaboradores han mejorado después de la capacitación el desarrollo de su trabajo y reaccionan de manera positiva en cuanto al buen desarrollo de sus labores, un 100% consideran que el aprendizaje adquirido de los colaboradores es a través de la capacitación, este resultado difiere con lo mencionado por Maslow (2014) quien menciona que el adiestramiento es un transcurso de gran escala, mediante el cual se despliega para lograr que puedan

desarrollar sus habilidades, por lo tanto el autor Zambrano (2016) quien señala que hoy en día el conjunto de las compañías optan por tener personal calificado y beneficioso que a través de la motivación que les permite desarrollar mejor su trabajo. En la tabla 4,5 y 6 con respecto a la importancia de la capacitación, capacitación como estrategia y conocimientos adquiridos se obtuvo los siguientes resultados: el 62% de (8) empresarios encuestados de las MYPE rubro restaurantes, en su mayoría manifiestan que es importante capacitar a los colaboradores, el otro 62% respondieron que la capacitación es una estrategia para ser más competitivo en el contexto empresarial y obtener mejores resultados, y un 75% respondieron que los colaboradores si ponen en práctica los conocimientos adquiridos para mejorar su desempeño, este resultado tiene relación con lo que manifiesta MTSS (2017) La formación se designa como un transcurso el cual se despliega mediante una continuación con el fin de lograr ampliar habilidades, y valores en los trabajadores, por su parte Calvanapon (2016) concluye que la capacitación actualmente ha cobrado una gran importancia, por lo cual ha llevado un cambio de actitud positiva en el clima organizacional dentro de la empresa y los colaboradores poder transmitir la mejor atención hacia los clientes.

2º objetivo específico “Determinar las características del plan de capacitación que brindan las MYPE rubro restaurantes en el caserío Miraflores distrito Castilla Piura, año 2018”. En la tabla 7 y 8, con respecto al talento humano, capacitación como estrategia se conoció los siguientes resultados: el 50% de (8) empresarios encuestados de las MYPE rubro restaurantes, respondieron que la capacitación les ayuda a mejorar el talento humano de los colaboradores, el 88% respondieron que se preocupan por capacitar a sus trabajadores, este resultado obtenido se asemeja con lo mencionado por

Díaz (2018) (cita a Chiavenato), quien menciona que la formación es el desarrollo de las distintas capacidades que posee el ser humano, por lo tanto el entrenamiento se denomina como una mejora de capacidades ya en ejercicio o ejecución de modo que la formación y el entrenamiento se juntan y comparten dichos objetivos para mejorar las capacidades, por su parte Moreira (2015) quien concluye que la capacitación profesional se constituye actualmente en un factor de suma importancia en nuestro trabajo, ya que esta debe estar orientada a alcanzar una competencia aplicable a los servicios que ofrecen las MYPE. En la tabla 9 y 10 con respecto a la atención al cliente y participación de los colaboradores, se conoció los siguientes resultados: el 87.5% de (8) empresarios encuestados de las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, en su mayoría consideran que es importante la participación de los colaboradores para tomar mejores decisiones, y el 62.5% mencionan que si habido un mejoramiento en la atención al cliente por parte de los colaboradores, actualmente tomar esta disposición para prestar atención si el entrenamiento que se les manifiesta está proporcionando resultados de mejora en el avance de las acciones de los trabajadores (Pérez, 2015) por otro lado Maslow (2018) La capacitación es un proceso mediante el cual se desarrolla constantemente para lograr que los colaboradores logren desarrollar sus habilidades y conocimientos para que de forma eficiente se desenvuelvan en sus respectivas áreas de trabajo. En la tabla 11 y 12 con respecto a la capacitación que reciben los trabajadores y el buen desempeño de los mismos, se obtuvieron los siguientes resultados el 80% de (50) trabajadores encuestados de las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, respondieron que las MYPE les capacita para desarrollar mejor sus actividades diarias, y el 90% respondieron que las capacitaciones si son eficientes ya que les ayuda a mejora el

desarrollo laboral, este resultado difiere con lo mencionado por MTSS (2015) indica que la capacitación se denomina como un proceso el cual se desarrolla mediante una secuencia con la finalidad de lograr desarrollar multihabilidades, destrezas, valores en los trabajadores lo cual les permitirá desempeñarse en mejores puestos de trabajo en diferentes organizaciones, asimismo Blaque Señala (2016) que la capacitación es un nivel de procesos intermedios que conlleva a lograr que los subordinados alcancen mejorar su potencial y habilidades con mejor excelencia lo cual el sistema lo requiere. En la tabla 13,14 y 15 con respecto a la importancia de la capacitación en las áreas de trabajo, capacitación con frecuencia y conocimientos adquiridos se obtuvo los siguientes resultados: el 84% de (50) trabajadores encuestados de las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, indicaron que para ellos es muy importante la capacitación en su puesto de trabajo ya que les ayuda a disminuir los errores y a fortalecer más su desempeño, el 100% respondieron que las MYPE si les capacitan al ingresar a sus labores y después para ver en que pueden mejorar y fortalecer sus debilidades y el 100% respondieron que el mayor conocimientos obtenido es a través de las capacitaciones que les brinda la MYPE, estos resultados se constatan con lo que indican Werther Jr. y Davis, (2015) “Aunque la capacitación o el entrenamiento auxilia a los miembros de la organización a desempeñar su trabajo actual, sus beneficios pueden prolongarse a toda su vida laboral y pueden complementarlo en el desarrollo de esa persona para cumplir futuras responsabilidades” por otro lado la capacitación debe ser medida en cuanto a la calidad y cantidad, es decir la cantidad de horas o el periodo de tiempo empleado en brindar dentro de la organización, es importante tomar esta medida para observar si la capacitación que se les brinda está dando resultados (pèrez,2015).

En la tabla 16 y 17 se aprecia que el 88% de (50) encuestados de las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, respondieron que la MYPE capacita a todos por igual sin importar el área de trabajo y el 100% menciona que no reciben cursos de capacitación, ya que la MYPE les brinda capacitaciones internas y que les ayuda bastante a poder desempeñarse mejor, por lo consiguiente el autor Ramos (2014) menciona que es indispensable que en los cursos de capacitación o talleres participen los capacitados ya sea de forma presencia o virtual, ya que su opinión es muy importante para poder desarrollar cualquier duda o inquietud por parte los oyentes, de tal forma que se puede obtener resultados eficientes.

(Benchmarking)

3º objetivo específico: “Identificar las ventajas del benchmarking en las MYPE rubro restaurantes en el caserío Miraflores distrito Castilla Piura, año 2018”. En la tabla 18, 19 y 20 con relación al trabajo en equipo, productos competitivos, calidad del producto se establecen los resultados; el 62.5% de (8) empresarios encuestados de las MYPE rubro restaurantes en su mayoría afirman que el trabajo en equipo mejora la calidad el servicio, el 75% en su mayoría afirman que su MYPE es competitiva ya que se basa en la calidad y el otro 75% , indican que la calidad del producto les permite alcanzar las metas establecidas y marcar la diferencia de la competencia. Estos resultados se difieren con lo que indica Camp (2015) indica que la aplicación del benchmarking es estimado a modo de un transcurso de empresa y traza fines y objetivos a corto y largo plazo, Campos (2017) concluye para que un tipo de Benchmarking sea positivo es primordial perseguir proporcionadamente una continuación de movimientos que se comprometen a los colaboradores reanalizar el trabajo en equipo ya que esto contribuye a obtener mejores resultados. En la tabla 21,

22, y 23 con relación a las estrategias competitivas, estrategias de innovación, necesidades del cliente, se aprecian los resultados; el 75% de (8) empresarios encuestados manifiestan que utilizan estrategias competitivas para salir de la competencia, el 100%, indican que se utilizan estrategias de innovación para mejorar su MYPE y el 87.5% indican que detectar las necesidades del cliente es una oportunidad para seguir mejorando, los siguientes resultados se contrastan con Porter (2017) “las sociedades alcanzan superioridades provechosas. Su acercamiento a la introducción se ejecuta para un buen desempeño así mismo dicha herramienta estratégica evalúa el ejercicio de los métodos consecuentes y acopla mayor información para mejorarla (Watson, 2014).

4º objetivo específico: “Conocer cuáles son los beneficios del benchmarking en las MYPE rubro restaurantes en el caserío Miraflores distrito Catilla Piura, año 2018” En las tablas 24 y 25, Se obtuvo los siguientes resultados: el 50% de (8) empresarios encuestados de la MYPE rubro restaurantes, afirman que sus productos marcan la diferencia de la competencia, el 62.5% respondieron que esta herramienta ayuda a mejorar el desarrollo de las MYPE en cuanto hacer más competitivas, dichos resultados se difieren con lo que indica Porter (2017) recalca que las empresas consiguen ventajas competitivas a través de la innovación. Su aproximación a la innovación se realiza en sentido amplio, incluyendo nuevas tecnologías y nuevas maneras de hacer las cosas, Ramos (2015) Llega a la conclusión para que una empresa pueda posicionarse en el mercado es importante conocer no solamente las características o cualidades de la competencia, sino también realizar un adecuado estudio de mercado y a través de ello implementar los materiales y recursos necesarios. En la tabla 26 y 27 se observan los siguientes resultados: el 62.5% respondieron que

la innovación es una estrategia para ser más competitivo, el 75% afirman que si realizan un estudio de mercado para conocer de forma directa a su competencia los mencionados resultados se contrastan con lo que indica el autor Drucker (2017) menciona que el trabajo en equipo se considera como una estriega que conlleva a conseguir el éxito de cualquier actividad que se realice ligados alcanzar los objetivos, asimismo el trabajo en equipo es un conglomerado de individuos que se unen para desarrollar una actividad en efectos de las opiniones de cada uno, esto fomenta el compañerismo y la forma de cómo saber expresarse y ser escuchado por todos los miembros guiados por un líder quien los encamina a conseguir el objetivo y dar lo mejor de sí mismos por lo que el autor Gaitán en el (2015) quien concluye que el benchmarking como herramienta es muy útil, permite identificar a través de un proceso bien estructurado las mejores prácticas entre los “socios/ empresarios” de la investigación. Además es una metodología que tiene como resultado beneficios para el empresario. En la tabla 28 y 29 se obtuvieron los siguientes resultados: el 87% de los empresarios encuestados de las MYPE rubro restaurantes respondieron que la innovación es una estrategia para ser más competitivo y el 87% afirman que las MYPE se mantiene en constantes cambios debido a la competencia que crece cada día más. Estos resultados se contrastan con lo que definen diversos autores este trascurso el cual se descende a la imitación de los modelos de la organización de la competitividad (Kotler, 2016) por otro lado el autor Dunne (2015) en esta etapa se procede a ejecutar el informe donde se pueda recoger investigación muy valiosa y lograr una mejora continua en cuanto las estrategias corporativas que se desea conseguir en este desarrollo corporativo y administrativo de la organización.

VI. CONCLUSIONES

Se concluyó que la capacitación es un aspecto bastante estratégico que se debe realizar de manera sistemática y continua dentro de las organizaciones para lograr que todos los miembros que conforman la organización mejoren sus conocimientos y aptitudes correspondientes para el buen desarrollo de la organización y obtener mayor productividad.

Se identificó que las características que poseen las MYPE rubro restaurantes, se basan en brindar un mejor producto o servicio hacia sus clientes diferenciándose de su competencia brindándoles buena atención y generándoles confianza para fidelizarlos a su negocio, asimismo capacitan a sus colaboradores para obtener un mejor rendimiento en cuanto a sus actividades que realizan, de tal modo se mantienen a la expectativa en marcar la diferencia de la competencia y lograr desarrollarse más y seguir compitiendo en el contexto empresarial.

Se llegó a la conclusión que los niveles de capacitación que brindan las MYPE rubro restaurantes son bastantes eficientes ya que los colaboradores han demostrado un mejor servicio en la organización de acuerdo a cada fase de capacitación que dichos propietarios les brindan a sus colaboradores con la finalidad de obtener un mejoramiento en cuanto al servicio que ellos brindan a los clientes, poniendo en práctica los conocimientos adquiridos que les conllevara a poder enfatizar y brindar un excelente trabajo.

Asimismo se determinó que las características del plan de capacitación que brindan las MYPE son los siguientes; aprendizaje y resultados dichas características se ejecutan de manera consecutiva para ver si las capacitaciones que se les brinda a los colaboradores son eficaces para el mejoramiento de su desarrollo de actividades y capacidad de poder seguir superándose.

Se concluyó que la técnica del benchmarking en las MYPE rubro restaurantes, es una de las estrategias más eficaces que se utiliza para analizar la competencia, dentro de ello están las ventajas las cuales permiten a las organizaciones definir objetivos alcanzables permitiendo así un óptimo crecimiento económico y ser más competitivo.

En cuanto las características del plan de capacitación se determinó que la capacitación se desarrollan con el afán de perfeccionar más el perfil del colaborador y brinde la mejor atención a los clientes.

Se identificó que las ventajas del benchmarking generan un gran acontecimiento para el desarrollo y crecimiento de las MYPE ya que les permite lograr mejor posicionamiento en el mercado realizar mejores prácticas para adaptarlas a su entorno utilizando como estrategias que les conlleve alcanzar sus objetivos y metas a corto y largo plazo.

REFERENCIAS

- Alles, M. (2017). *desarrollo del talento humano basado en competencias*. buenos aires, mexico: granica. Obtenido de http://saludpublica.bvsp.org.bo/textocompleto/bvsp/boxp68/talento-humano_a.pdf
- Chiavenato, i., & Diaz, R. (25 de Abril de 2018). *Las Técnicas de mayor impacto en los procesos de capacitación del Talento Humano*. Obtenido de <https://www.elpais.cr/2018/04/25/las-tecnicas-de-mayor-impacto-en-los-procesos-de-capacitacion-del-talento-humano/>
- Chiavento. (2016). la capacitacion. *tipos de capacitacion*, 145.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Batista, P. (2016). *metodologia de la investigacion*. mexico. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Sepulveda, F. (septiembre de 2016). Capacitacion basada en competencias. (D. C. PRODEM, Ed.) *Capcitacion basada en competencias*, 5. Recuperado el 04 de agosto de 2020, de <http://www.prodemsa.net/images/portal/articulos/CBC.pdf>
- Rizo, C. (23 de Mayo de 2016). benchmarking de gestion y politicas de derechos humanos. *peru 21*, pág. 17.
- Hernández, C. (2017). Benchmarking a la Caja Solidaria Nopalteca Nicolás romero, S.C. de A.P. de R.L (Obtención de título, instituto politécnico nacional, México).
- Diaz, A., & Tarillo, V. (2015). *benchmarking basado en la administracion*. peru.
- Rojas, A., & Paniagua, T. (2013). *la capacitacion de ventas basada en inventarios*. españa.

- Valenzuela, L., & Torres, E. (2018). *gestion empresarial orientada al valor del cliente como fuente de ventaja competitiva*. trujillo.
- Vizcarra, N. (2016). Importancia de la capacitacion para las mype. en el mundo de la micro y pequeña empresa. *mundo empresarial*, 19.
- Zamora. (2016). *diseño de un modelo de capacitaciony aistencia tecnica para las empresas*. peru.
- Torres, M., Camila, & Alles, M. (2015). CAPACITACIÓN POR COMPETENCIAS LABORALES. En C. torres, *CAPACITACIÓN POR COMPETENCIAS LABORALES* (4ª edición ed., pág. 139). colombia: GRAÓ de IRIF. Barcelona. Obtenido de <https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis383.pdf>
- Alles, M. (2014). *desarrollo del talento humano basado en comptencias*. buenos aires: granica.
- Chiavento. (2012). la capacitacion. *tipos de capacitacion*, 145.
- Diaz, A., & Tarillo, V. (2015). *benchmarking basado en la administracion*. peru.
- Hernandez, C., Camp, R., & Cano, M. (2017). *LA importancia del benchmarking como herramienta para incrementar la calidad*. argentina. Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2018/03/04CA201702.pdf>
- Ley Mype 30056. (febrero de 2014). *Diario oficial el peruano*, pág. 9. Recuperado el 04 de 08 de 2020, de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>
- Mendoza. (2015). *manual para dterminar las necesidades de capacitacion y desarrollo* (5ta ed.). argentina: Trillas.

Odar, A. (2016). Propuesta de benchmarking competitivo. Recuperado el 2019

Diario el Peruano, d. o. (febrero de 2014). *ley mype 30056*, pág. 9. Recuperado el 04 de agosto de 2020, de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>

Poveda, G. h., Suraty, M., & Arias, N. (2015). *evaluacion de los reiesgos laborales en la empresa. argentina*. Obtenido de http://www.fidelmafca.weebly.com/uploads/4/0/4/7/4047781/_tema_2.pdf

Rizo, C. (23 de Mayo de 2016). benchmarking de gestion y politicas de derechos humanos. *peru 21*, pág. 17.

Rondon. (2019). tipos de benchmarking . *espacios*, 9.

RTorres, M., Camila, & Alles, M. (2015). capacitación por competencias laborales. en c. torres, *capacitación por competencias laborales* (4ª edición ed., pág. 139). colombia: graó de irif. Barcelona. Obtenido de <https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis383.pdf>

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/36950/S1420284_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

[file:///C:/Users/equipo/Downloads/DialnetBenchmarkingComoInstrumentoDirigidoAlCliente-4278347%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/equipo/Downloads/DialnetBenchmarkingComoInstrumentoDirigidoAlCliente-4278347%20(1).pdf)

<https://gestion.pe/blog/te-lo-cuento-facil/2018/12/tres-claves-para-el-futuro-de-la-mype-en-el-peru.html?ref=gesr>

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/02-informe-tecnico-n-02-demografia-empresarial-i-trim2018_may2018.pdf

<https://www.americaeconomia.com/economia-mercados/finanzas/pymes-se-constituyen-como-empleadores-del-75-de-los-peruanos-pese-falta>

Produce. (2018). *produce: MYPES es que apuesten por la industria verde pueden elevar su productividad hasta en 30%*. Obtenido de <https://www.produce.gob.pe/index.php/k2/noticias/item/221-produce-pymes-que-apuesten-por-la-industria-verde-pueden-elevar-su-productividad-hasta-en-30>

Instituto Nacional de Estadística Informática (2018). *En el país existen 2 millones 379 mil 445 de empresas activas en el segundo trimestre de 2018*. Obtenido de <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/en-el-pais-existen-2-millones-379-mil-445-de-empresas-activas-en-el-segundo-trimestre-de-2018-10924/>

<https://archivo.gestion.pe/noticia/312421/gobierno-modifico-reglamento-ley-mype?ref=gesr>

Diario Gestión (2017) *Mypes podrían reducir sus costos si usaran más tecnologías de información y comunicación*. Obtenido de <https://gestion.pe/mercados/mypes-podrian-reducir-sus-costos-si-usaran-mas-tecnologias-informacion-y-comunicacion-2093444>

Fernandez. (2017). *Qué es el Liderazgo: Importancia, estilos, habilidades y mitos. economía tic i emprendedores*, 15. Recuperado el 04 de agosto de 2020, de <https://economytic.com/liderazgo/>

ANEXOS



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Buenos días, soy estudiante de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote estoy realizando un trabajo de investigación sobre la Capacitación y el Benchmarking en las MYPE rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distritito Castilla Piura, para mi tesis de licenciada en Administración de Empresas, le agradecería que contestara las siguientes preguntas. **Por favor marca con una “X” la respuesta que cree más adecuada.**

DATOS GENERALES DE LOS PROPIETARIOS DE LAS MYPE			
Edad	18	30	Más de 35
Genero	masculino	femenino	
Grado de instrucción	primaria	secundaria	Técnico superior
Nivel socioeconómico	alto	bajo	medio
Posicionamiento de la mype	1	3	Más de 4 años
Formalización	si	no	

ENCUESTA APLICADA A LOS PROPIETARIOS DE LAS MYPES

“CAPACITACIÓN”

PREGUNTAS	ALTERNATIVAS	
	SI	NO
1. ¿Considera usted que sus trabajadores se encuentran en un alto nivel de capacitados?		
2. ¿La motivación y el conocimiento adquirido por parte de los colaboradores, es a través de la capacitación?		
3. ¿Considera que el aprendizaje de los colaboradores, les ayuda a desempeñarse mejor en su puesto de trabajo?		
4. ¿Considera que es importante capacitar a los colaboradores para mejorar su desempeño?		
5. ¿Considera que la capacitación es una estrategia para mejorar los resultados de la organización?		
6. ¿Considera necesario que los colaboradores pongan en práctica los conocimientos adquiridos para mejorar los resultados en sus labores?		
7. ¿considera que la capacitación es la clave para mejorar las habilidades?		
8. ¿Cree que es importante contratar un especialista para capacitar a los colaboradores?		
9. ¿considera importante la participación de los colaboradores?		
10. ¿cree que los colaboradores han mejorado en la atención al cliente?		

“BENCHMARKING”	SI	NO
11 ¿El trabajo en equipo mejora el servicio y la calidad de atención hacia los clientes?		
12 ¿al mejorar sus productos o servicios, sería más competitivo?		
13 ¿Cree que al mejorar la calidad del producto o servicio, le permite alcanzar las metas establecidas?		
14 ¿Al conocer su competencia, utiliza estrategias para sobre salir?		
15 ¿Considera importante aplicar estrategias de innovación para mejorar su mype?		
16 ¿Considera que detectar las necesidades del cliente, es una oportunidad?		
17 ¿Considera que sus productos o servicios, marcan la diferencia de la competencia?		
18 ¿Considera que el benchmarking ayuda a las mype hacer más competitivas?		
19 ¿Considera usted que la innovación es una estrategia para ser competitivo en el mercado?		
20 ¿Ha realizado un estudio de mercado para conocer de forma directa a su competencia?		
21 ¿Cree que hoy en día las mype son más competitivas debido a que se mantienen en constantes cambios?		
22 ¿Ha observado que el nivel de quejas por parte de los clientes ha disminuido?		



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Buenos días soy estudiante de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote estoy realizando un trabajo de investigación sobre la capacitación laboral en las MYPE rubro restaurantes para mi tesis de licenciada en Administración de Empresas, te agradecería que contestaras las siguientes preguntas. **Por favor marca con una “X” la respuesta que crees la más adecuada.**

ENCUESTA PARA TRABAJADORES

PREGUNTAS	ALTERNATIVAS	
	SI	NO
1. ¿Los propietarios de la mype, les capacita para que realicen mejor su trabajo?		
2. ¿Ha obtenido un mejor desempeño en sus labores, después de la capacitación?		
3. ¿Considera que es importante la capacitación en su puesto de trabajo?		
4. Cree que es necesario que las mype deben capacitarlos antes y después de realizar su trabajo?		
5. El nivel de conocimientos adquiridos, es a través de las capacitaciones recibidas?		
6. ¿Todos los trabajadores sin importar el puesto de trabajo, reciben capacitación?		
7. ¿Ha recibido algún curso de capacitación fuera de la empresa.		

LIBRO DE CÓDIGOS

<i>“ENCUESTA APLICADA A LOS DUEÑOS DE LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES EN EL CASERIO MIRAFLORES DISTRITO CASTILLA PIURA, AÑO 2018”</i>	D 1	2	3	D 4	D 5	D 6	D 7	8	SI	NO
1. ¿Considera usted que sus trabajadores se encuentran en un alto nivel de capacitados?									75%	25%
2. ¿La motivación y el conocimiento adquirido por parte de los colaboradores, es a través de la capacitación?									37.5%	62.5%
3. ¿Considera que el aprendizaje de los colaboradores, les ayuda a desempeñarse mejor en su puesto de trabajo?									100%	0%
4. ¿Considera que es importante capacitar a los colaboradores para mejorar su desempeño?									62.5%	37.5%
5. ¿Considera que la capacitación es una estrategia para mejorar los resultados en la organización?									62.5%	37.5%
6. ¿Considera necesario que los colaboradores pongan en práctica los conocimientos adquiridos para mejorar los resultados en sus labores?									75%	25%
7. ¿considera que la capacitación es la clave para mejorar las habilidades?									50%	50%
8. ¿Cree que es importante contratar un especialista para capacitar a los colaboradores?									87.5%	12.5%
9. ¿considera importante la participación de los colaboradores?									87.5%	12.5%
10. ¿cree que los colaboradores han mejorado en la atención al cliente?									62.5%	37.5%

11. ¿El trabajo en equipo mejora el servicio y la calidad de atención hacia los clientes?									62.5%	37.5 %
12 ¿Al mejorar sus productos o servicios, sería más competitivo?									75%	25%
13 ¿Cree que al mejorar la calidad del producto o servicio, le permite alcanzar las metas establecidas?									75%	25%
14 ¿Al conocer su competencia, utiliza estrategias para sobre salir?									75%	25%
15 ¿Considera importante aplicar estrategias de innovación para mejorar su mype?									100%	0%
16 ¿Considera que detectar las necesidades del cliente, es una oportunidad?									87.5%	12.5%
17 ¿Considera que sus productos o servicios, marcan la diferencia de la competencia?									50%	50%
18 ¿Considera que el benchmarking ayuda a las mype hacer más competitivas?									62.5%	37.5 %
19 ¿Considera usted que la innovación es una estrategia para ser competitivo en el mercado?									62.5%	37.5%
20 ¿Ha realizado un estudio de mercado para conocer de forma directa a su competencia?									75%	25%
21 ¿Cree que hoy en día las mype son más competitivas debido a que se mantienen en constantes cambios?									87.5%	12.5 %
22 ¿Ha observado que el nivel de quejas por parte de los clientes ha disminuido?									87.5%	12.5 %

<i>Encuesta aplica a los trabajadores de las mype rubro restaurantes en el Caserío Miraflores distrito Castilla Piura, año2018.</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	SI	NO
1. ¿Los propietarios de la MYPE, les capacitan para que realicen mejor su trabajo?																	
2. ¿Ha obtenido un mejor desempeño en sus labores, después de la capacitación?																	
3. ¿Considera que es importante la capacitación en su puesto de trabajo?																	
4. Cree que es necesario que las mype deben capacitarlos antes y después de realizar su trabajo?																	
5. ¿El nivel de conocimientos adquiridos, es a través de las capacitaciones recibidas?																	
6. ¿Todos los trabajadores sin importar el puesto de trabajo, reciben capacitación?																	
7. ¿Ha recibido algún curso de capacitación fuera de la empresa.																	

Reporte del turnitin

Turnitin Informe de Originalidad

Procesado en 14 sept 2020 17:40:06
 Identificador: 1338370225
 Número de páginas: 21495
 Integridad: 1

INFORME FINAL 2 Por Jacinta More Flores:

Vistas de documentos	
Índice de similitud	Similitud según Similitud
0%	Similitud Similitud: 0% Similitud Similitud: 0% Similitud del estudiante: 0%

Resumen:

La introducción de la presente investigación que lleva por título "Caracterización de la capacitación y el benchmarking en las MYPE rubro restaurantes en el Casero Miraflores distrito Castilla Nueva, año 2019" surge que ha sido asignado por la escuela profesional de Administración, y comprende el campo investigativo: capacitación, competitividad, rentabilidad y financiamiento de las MYPE. Se planteó como objetivo general: Identificar las características de la capacitación y el benchmarking en las MYPE rubro restaurantes en el Casero Miraflores Distrito Castilla Nueva año 2019. Se empleó la metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal. De tal modo que se identificó que los dueños de las MYPE en gran medida pertenecen al género masculino, por lo tanto que estas facturan entre 15 a 30 años de edad, por lo tanto han logrado construir negocios importantes los cuales tienen más de 4 años en funcionamiento siendo el principal rubro restaurantes, cubriendo así las necesidades del público en general. En esta oportunidad las MYPE rubro restaurantes son fuentes de gran demanda laboral para la población permitiéndoles así poder ser un sustento económico para sus numerosas familias cubriendo así necesidades básicas. Actualmente las unidades económicas de negocios se han convertido en un eje muy importante como fuente generadora de empleo cubriendo así las necesidades de la población y a la vez logrando un mejor posicionamiento en el campo empresarial, es importante señalar que como es que las pequeñas empresas en nuestro país están creciendo cada día más logrando así un mejor posicionamiento en el mercado laboral convirtiéndose en grandes fuentes de empleo para las sociedades, según la necesidad del comercio interno del país al 80% de las empresas exportadoras peruanas han logrado entrar en dicha categoría, además indica que se contribuyen al 10% de la población económicamente activa (PEA) revisando el desarrollo sustentable para aquellas familias, de tal modo que se generó el sueldo del 20% del PBI, esto significa que las micro empresas están generando un buen crecimiento económico, de acuerdo con el Ministerio de producción, señala que estos porcentajes son bastante rentable e identificando para el crecimiento del país además generan un impacto social de la importancia del crecimiento del microempresario peruano quienes son uno grandes emprendedores que día a día luchan para crecer y ser competitivos en el mercado laboral y empresarial, en el aspecto legal el comercio de la República con la ley (36500) ley que fue crea para modificar diversas leyes para facilitar la inversión y regular el desarrollo productivo y el crecimiento de las micro y pequeñas empresas facilitando la formalización para poder desarrollar en el mercado de nuestra forma y eficientemente (Oficio Oficial al Registro, 2016). Indudablemente el futuro de las MYPE peruanas se reflejan muy comprometidos con la oferta laboral para numerosas poblaciones la cual juega un rol muy importante en el mercado crecimiento económico y ser uno de las bases con mayor potencialidad de desarrollo

Constancias de pago

Envío Automático - Constancia de Pago de Servicio - Banca Móvil BCP

Titular: MORE FLORES JACINTA
 Fecha y hora: 16/07/2020 17:40
 Número de operación: 46742998
 Servicio: PENSIONES
 Empresa: UC LOS ANGELES CHIMBOTE
 Titular del Servicio: MORE FLORES JACINTA
 Código de usuario: 0811142041

Num. Doc. Pago	Vencimiento	Importe	Cargo Fijo	Mora	Comisión
-	14/07/2020	S/ 851.50	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00

AGENTE BCP
 BUREGA NI FIORELLITA
 FECHA: 11/08/20 HORA: 18:22:59 H987940
 NO. DPE: 819387

PAGO DE SERVICIOS
 EMPRESA: UNIV. CASTILLA LOS ANGELES
 ES DE CHIMBOTE
 CIA. A ABOGAR 3101474843015
 CUD ID USUARIO: 0811142041
 NOMBRE: MORE FLORES JACINTA

EN EFECTIVO
 DEBITACION

FECHA VENCIM:	29/07/2020	851.50
IMPORTE CUOTA:		0.00
CARGO FIJO:		0.00
MORA:		0.00
TOTAL CUOTA:		851.50
COMISION:		0.00
TOTAL A PAGAR:		851.50

AGENTE BCP
 BUREGA NI FIORELLITA
 FECHA: 11/08/20 HORA: 18:27:57 H987940
 NO. DPE: 827048

PAGO DE SERVICIOS
 EMPRESA: UNIV. CASTILLA LOS ANGELES
 ES DE CHIMBOTE
 CIA. A ABOGAR 3101474843015
 CUD ID USUARIO: 0811142041
 NOMBRE: MORE FLORES JACINTA

EN EFECTIVO
 DEBITACION

FECHA VENCIM:	30/07/2020	101.50
IMPORTE CUOTA:		0.00
CARGO FIJO:		0.00
MORA:		0.00
TOTAL CUOTA:		101.50
COMISION:		0.00
TOTAL A PAGAR:		101.50

Validaciones de encuestas.

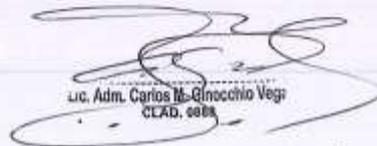
CONSTANCIA DE VALIDACION DE ENCUESTAS

YO, Carlos Ginocchio Vega, Identificado con DNI 02864439
MAGISTER EN ADM. Y DIRECCION DE EMPRESA

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: cuestionario, elaborado por Jacinta More Flores, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación "caracterización de la capacitación y el benchmarking en las mype rubro restaurantes del caserío Miraflores distrito castilla Piura, año 2018", que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente al (la) estudiante tener en cuenta las observaciones hechas la instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Piura, 12 Junio 2018


LIC. ADM. Carlos M. Ginocchio Vega
CLAD. 0014

VALIDACIÓN

(CAPACITACIÓN) encuesta para dueño/gerente:	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Considera usted que los trabajadores reaccionan de manera favorable al terminar la capacitación?	/			/		/	SI () NO (/)
2. En qué nivel de evaluación y aprendizaje cree usted que se encuentran los colaboradores?	/			/		/	SI (/) NO (/)
3. ¿Cree usted que la motivación y la evaluación en el desempeño de las actividades de los colaboradores, asume una gran importancia para el desarrollo de las MYPE?	/			/		/	SI (/) NO (/)
4. ¿Considera usted que la evaluación a los trabajadores es una técnica para medir el grado de desempeño?	/			/		/	SI (/) NO (/)
5. Cada que tiempo realiza evaluaciones a sus trabajadores para medir el grado de desempeño de sus actividades?	/			/		/	SI (/) NO (/)
6. ¿Qué medios o técnicas utiliza para evaluar sus conocimientos de los trabajadores?	/			/		/	SI (/) NO (/)
7. El aprendizaje y conocimientos, es a través de las capacitaciones que les brindan?	/			/		/	SI (/) NO (/)


 Lic. Ana Cecilia Cisneros
 CLAO, 2005

¡Muchas gracias por su colaboración!

8 ¿Cree usted que los colaboradores se esfuerzan día a día para desarrollar mejor sus habilidades?	/		/	/	SI () NO (✓)
9 ¿Cree que es importante que en toda organización desarrollen cursos de motivación al personal?	/		/	/	SI () NO (✓)
10 ¿De qué forma les motiva a los trabajadores?	/		/	/	SI () NO (✓)
11 ¿Considera que la motivación es una estrategia para desarrollar las habilidades?	/		/	/	SI () NO (✓)
12 ¿Cree que es importante detectar las necesidades de los clientes?	/		/	/	SI () NO (✓)
13 ¿De qué forma se podría detectar las necesidades de los consumidores?	/		/	/	SI () NO (✓)
14 ¿Cree que es importante involucrar a los trabajadores para lograr los objetivos de la empresa?	/		/	/	SI () NO (✓)
15 ¿Aplica estrategias para alcanzar los objetivos y metas propuestos?	/		/	/	SI () NO (✓)
16 ¿Considera que el logro de objetivos es una etapa más a conseguir el éxito?	/		/	/	SI () NO (✓)
17 ¿Los criterios que utiliza para la ejecución de capacitación son conocidos por los trabajadores?	/		/	/	SI () NO (✓)
18 ¿Considera que las capacitaciones les brinda una oportunidad para una línea de carrera a los trabajadores?	/		/	/	SI () NO (✓)


Juan Carlos Espinoza Vega
2018-2019

¡Muchas gracias por su colaboración!

(BENCHMARKING) encuesta para dueño/gerente	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aqiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Cree usted que la aplicación del benchmarking en las MYPE tiene como ventaja lograr identificar oportunidades e innovación?	/			/	/		SI () NO (/)
2. ¿Considera usted que las grandes MYPES son reconocidas en el mercado por la constante innovación?	/			/	/		SI () NO (/)
3. ¿Sabía usted que la constante innovación se produce debido a los constantes cambios y la tecnología?	/			/	/		SI () NO (/)
4. ¿Considera que el trabajo en equipo es una técnica de desarrollo de actividades?	/			/	/		SI () NO (/)
5. ¿Considera que el trabajo en equipo es más favorable que trabajar individualmente?	/			/	/		SI () NO (/)
6. ¿Al momento de tomar una decisión dentro de una organización, considera que es necesario involucrar a todo el personal?	/			/	/		SI () NO (/)
7. ¿Sabe usted cual es el proceso para tomar una mejor decisión en el crecimiento y desarrollo de las empresas?	/			/	/		SI () NO (/)


 Lic. Alma Corales Encarnación Vaz
 CIAD, 889

¡Muchas gracias por su colaboración!

8. ¿Cree usted que las ventajas del benchmarking involucran a la toma de decisiones?	/		/	/	SI () NO ()
9. ¿Considera usted que los beneficios del benchmarking tiene como resultados adaptar nuevas prácticas?	/		/	/	SI () NO ()
10. ¿Cree que la aplicación del benchmarking ayuda a detectar nuevas necesidades de los clientes?	/		/	/	SI () NO ()
11. ¿Cree usted que las mype deberían aplicar alguna encuesta para conocer las necesidades de los consumidores?	/		/	/	SI () NO ()
12. ¿Cree usted que es necesario hacer un estudio de mercado para conocer a nuestros competidores y así aplicar nuevas estrategias?	/		/	/	SI () NO ()
13. Al conocer los competidores, es necesario utilizar estrategias para afrontar la competencia?	/		/	/	SI () NO ()
14. ¿Cree usted que la competencia es una amenaza para el crecimiento de las Mype?	/		/	/	SI () NO ()
15. ¿La competencia lo ve como una oportunidad o amenaza?	/		/	/	SI () NO ()
16. ¿Cree usted que las mype deberían estar en constante innovación para afrontar la competencia?	/		/	/	SI () NO ()
17. ¿Porque cree que la competencia cada vez está más fuerte?	/		/	/	SI () NO ()
18. ¿Usted observa su entorno competitivo y adapta nuevas estrategias para ser mejor en el mercado?	/		/	/	SI () NO ()

¡Muchas gracias por su colaboración!


Lic. Adm. Carlos M. González Neg.
2012-2014

(CAPACITACION) encuesta para trabajadores	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquezcente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿La mipe cuenta con cursos de capacitación?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO ()
2. ¿Los cursos de capacitación que reciben han sido eficaces para el desarrollo de sus actividades?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO ()
3. ¿Todos los dependientes, sin importar su puesto de trabajo, reciben cursos de capacitación?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO ()
4. ¿Considera que los cursos de capacitación son interesantes y necesarios para su desarrollo laboral?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO ()
5. ¿La mipe muestra interés por brindarles cursos de capacitación para que mejoren su desarrollo laboral?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO ()
6. ¿Considera que las capacitaciones les brinda una oportunidad para una línea de carrera a usted como trabajador?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO ()
7. ¿De qué forma le brindan motivación a usted como trabajador?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO ()
8. ¿El aprendizaje y conocimientos, es a través de las capacitaciones que les brindan?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO ()

¡Muchas gracias por su colaboración!


Lic. Adm. Carlos M. Salazar W.
12 de mayo 2014