

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO**

**ESCUELA SUPERIOR DE HUEJUTLA**

**LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN**

**NOMBRE DE LA INVESTIGACIÓN**

**DETECCIÓN DE NECESIDADES DE CAPACITACIÓN EN LAS  
PYMES AGREMIADAS A LA CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO  
DELEGACIÓN HUEJUTLA HIDALGO**

**AUTORES**

**MTRO. IGNACIO SARMIENTO VARGAS**

**MTRO. HIGOR RODRÍGUEZ VITE**

**MTRO. JORGE HERNÁNDEZ CAMACHO**

**HUEJUTLA, HGO.**

**NOVIEMBRE 2013**

## **Abstract.**

In this paper the detection of training needs (DNC) is presented, to identify areas of inefficiency in organizations and to correct them promptly to maximize results. This exercise is a case study of CANACO Huejutla. The purpose of a DNC should be doing more productive organization from screening their needs for human capital formation and to guide to structure plans and programs to meet the needs of the company clearly and precisely, the sole purpose of taking her to achieve their goals whether short, medium or long term.

**Keywords:** Detection of training needs, SMEs, CANACO.

## **Resumen:**

En este trabajo se presenta la detección de necesidades de capacitación (DNC), para identificar las áreas de ineficiencia en las organizaciones y poder corregirlas oportunamente para optimizar los resultados esperados. En este ejercicio se tiene el caso de estudio de la CANACO Huejutla. El propósito de un DNC debe ser hacer más productiva una organización a partir de la detección de sus necesidades en materia de formación de capital humano ya que orientará para poder estructurar planes y programas que permitan satisfacer las necesidades de la empresa de forma clara y precisa, con el único fin de llevarla al logro de sus objetivos ya sean corto, mediano o largo plazo.

**Palabras Clave:** Detección de necesidades de capacitación, Pymes, CANACO.

## **Presentación.**

La etapa temprana de la capacitación radica en la Planeación de la misma, en ella se establece la detección de necesidades de capacitación (DNC), para identificar las áreas de ineficiencia en las organizaciones y poder corregirlas oportunamente para optimizar los resultados esperados.

Las necesidades de capacitación deben ser establecidas por medio de un análisis detallado y meticuloso del desempeño laboral, así como de las opiniones y dificultades que enfrentan en el quehacer cotidiano empresarial.

Este ejercicio expone el escenario de un momento determinado de las empresas miembros de la CANACO Huejutla y arroja la descripción de una situación real, la que deberá compararse con la situación ideal que se debe considerar para el adecuado funcionamiento de la operatividad empresarial que dé como resultado una efectividad en el desempeño para lograr mejores condiciones.

Detectar las necesidades de capacitación permite que la empresa no corra el riesgo de equivocarse al ofrecer una capacitación inadecuada, lo cual redundaría en gastos innecesarios, entendiendo que la capacitación es un proceso caro en su valor comercial y que requiere de la distracción de tiempo de la gente para formarse, lo cual representa inversión importante para las organizaciones interesadas en este proceso.

Lo valioso de este ejercicio debe ser aliciente para enfocar mejor los recursos, pues en muchas ocasiones el proceso de formación de capital humano es tomado a la ligera o por simples ideas mediáticas de gerentes, derramando recursos que bien pueden ser utilizados en otras necesidades o simplemente en incremento de utilidades de un ejercicio fiscal.

La detección oportuna de necesidades de capacitación ayudará a fortalecer el desempeño de las personas y en consecuencia se verá beneficiada la organización en la que laboran.

De la misma forma, un buen Diagnóstico de Necesidades de capacitación permite identificar aquellas áreas de la organización en las se requiera una mejora en cualquiera de sus procesos, ya sea por cambios de políticas, adquisición de nueva

maquinaria, técnicas de mejora innovadoras, deseos de mejorar resultados o disminución de desperdicios de los recursos, por mencionar algunos.

El propósito de un DNC debe ser hacer más productiva una organización a partir de la detección de sus necesidades en materia de formación de capital humano ya que orientará para poder estructurar planes y programas que permitan satisfacer las necesidades de la empresa de forma clara y precisa, con el único fin de llevarla al logro de sus objetivos ya sean corto, mediano o largo plazo.

## I. INTRODUCCIÓN

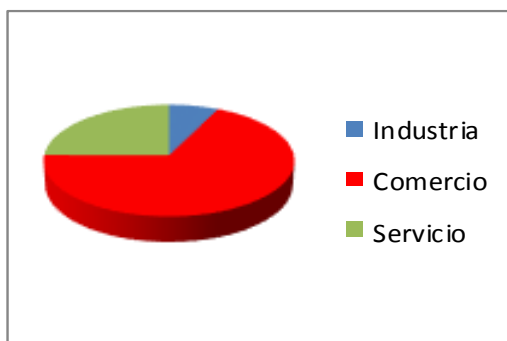
En un mundo globalizado, donde cada vez existe más competencia, es importante considerar todos los aspectos que se encuentran integrados en la cadena productiva de toda organización con el fin de que la misma pueda mantener un nivel competitivo y afrontar las nuevas amenazas que día con día se van presentando. Es por ello que la capacitación nace de la necesidad de las empresas de hacer más eficientes todos los procesos, donde intervienen individuos o grupos, que le permitan generar mayor valor.

En el presente documento se presenta un diagnóstico de necesidades de capacitación en las PyMEs que forman parte de la cámara nacional de comercio de la ciudad de Huejutla de Reyes, Hidalgo, con el fin de determinar las competencias genéricas que requieren las pequeñas y medianas empresas de esta agrupación.

Para la zona de Huejutla de Reyes, al igual que para el resto del país, las PyMEs constituyen un sector productivo muy importante, razón por la cual es necesario pensar en nuevas opciones de capacitación que les puedan permitir elevar su competitividad en beneficio del desarrollo económico y social de la región.

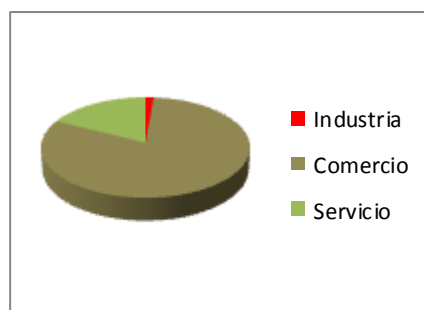
De acuerdo con los datos del SIEM (Sistema de Información empresarial Mexicano) de la Secretaría de Economía, de un total de 649,552 empresas registradas en el sistema, el 68.03% se dedican al comercio, mientras que el 24.93% al sector servicios y solamente el 7.04% se orienta al sector industrial.

Actividad empresarial de acuerdo al SIEM



El escenario para el estado de Hidalgo en cuanto a actividad empresarial resulta no ser diferente al del país, y de la misma forma el municipio de Huejutla de Reyes, lugar donde se realiza el presente trabajo, reporta una actividad semejante a la nacional, con datos de un total de 439 unidades empresariales de las cuales 356 son orientadas al sector comercio, 77 a los servicios y solamente 6 participan en el sector industrial, representando el 81%; 17.54% y 1.37%

Actividad empresarial por sector del Municipio de Huejutla de Reyes Hidalgo



<http://www.siem.gob.mx/siem/estadisticas/EstadoTamanoPublico.asp?p=1>

La información anterior, refleja con claridad la actividad preponderante del municipio intervenido.

Lo anterior obliga a orientar los esfuerzos hacia el reforzamiento de las actividades orientadas al sector comercio.

Ante los cambios en el entorno laboral y empresarial, la capacitación representa una respuesta a la necesidad que tienen las empresas de contar con un personal calificado, productivo y con alto sentido de responsabilidad y participación.

Las pequeñas y medianas empresas se caracterizan por tener un alto grado de adaptabilidad ante los cambios en su entorno, principalmente ante efectos adversos en el ambiente macroeconómico, no obstante lo anterior, las PYMES enfrentan diferentes problemas debido a sus propias características como son: participación limitada en el comercio exterior, acceso limitado a fuentes de financiamiento y por supuesto a una capacitación deficiente de sus recursos humanos por lo que el detectar necesidades de capacitación puede resultar un elemento útil para el mejor desempeño de las organizaciones ante los retos globales que permita incrementar la actividad económica y ser más competitivos.



## **II.- Antecedentes**

La cámara nacional de Comercio, delegación Huejutla, es una organización civil con fines de mejoramiento de sus agremiados. Ellos se agrupan para fortalecer sus empresas a partir de beneficios que en conjunto puedan obtener.

A pesar de que su tamaño, las empresas y empresarios que forman este organismo enfrentan los retos que la economía actual impone y utilizan para ello herramientas administrativas y técnicas que probadamente puedan ofrecer ventajas competitivas para sus empresas.

Es por ello que el presidente de la CaNaCo Huejutla, se acerca a la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Escuela Superior de Huejutla, exponiendo la inquietud para que esta casa de estudios realice un proceso de diagnóstico de necesidades de capacitación que permita diseñar un plan de capacitación con el desarrollo de competencias que puedan resolver las diferentes problemáticas que enfrentan en el día con día, en aras del mejoramiento del desempeño empresarial de la región.

### Referencias de CANACO

Las Cámaras de Comercio tienen como objeto:

- Representar, promover y defender los intereses generales del comercio, los servicios, el turismo o de la industria según corresponda, como actividades generales de la economía nacional.
- Fomentar la participación gremial de los Comerciantes y los Industriales.

La CANACO Huejutla, surge en el año 2001 para representar, promover y defender las actividades de la industria, el comercio, los servicios y el turismo y colaboran con el gobierno para lograr el crecimiento socioeconómico, así como la generación y distribución de la riqueza. Siendo su primer presidente Lic. Aristeo Ramírez siendo en la actualidad el Lic. Luis Enrique Camargo Sánchez quien fue el contacto para la realización del proyecto.



### **III.- Justificación**

No es privativo de una región el hecho de padecer las mismas penurias económicas de un país, por lo que Huejutla no escapa a las vicisitudes económicas del resto de la nación.

Son sin duda las dificultades económicas por las que atraviesan las MiPyEs agremiadas a la Cámara Nacional de Comercio, delegación Huejutla las que hacen que dichas empresas busquen la solución de forma para mitigar los impactos de los fenómenos económicos recientes.

Las bajas ventas, el advenimiento de competidores trasnacionales y nacionales, los nuevos modelos de negocios, las crecientes necesidades y expectativas de los clientes, obligan al empresario a tomar la iniciativa para, a través de la capacitación, contar con capital humano que pueda sortear los diversos abrojos que la economía pone en el camino del empresario mexicano.

Con el resultado obtenido se pretende diseñar programas de capacitación que puedan ayudar a resolver la problemática enfrentada por los agremiados de la CANACO delegación Huejutla.

Por otro lado, con la identificación de las necesidades de capacitación es posible ofrecer a las empresas los elementos técnicos de formación que coadyuven a obtener una ventaja competitiva que le permitiría cumplir con la visión y mantener un posicionamiento importante en el mercado.

Otro elemento importante es la posibilidad que tienen las empresas de contar con personal capacitado que pueda dominar las diferentes actividades propias de cada puesto, tanto el aspecto administrativo como operativo.

#### **IV.- Metodología empleada**

Dado el tamaño del universo de empresas agremiadas a la CANACO Huejutla es preciso elaborar un censo de información que permita brindar información fidedigna respecto del comportamiento y situacionalidad de las empresas agremiadas.

De acuerdo a la metodología propuesta por la Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STPS), para una adecuada detección de necesidades de capacitación es pertinente ubicar primero un diagnóstico efectivo donde se permita visualizar el tamaño de las empresas, sus actividades económicas, el número de trabajadores, grupos de edad de los mismos, escolaridad, antigüedad en el trabajo y cualquier otro dato cuantitativo relevante que permita situar el contexto de las organizaciones.

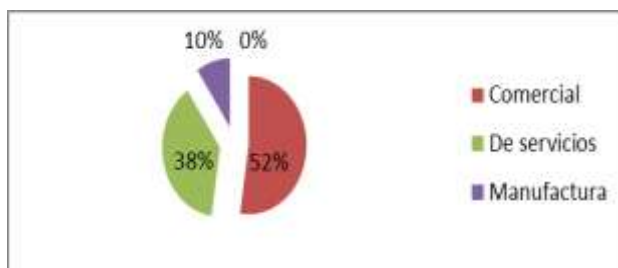
Una vez obtenida la información primaria es recomendable indagar respecto de las problemáticas a las que se enfrentan tanto los empresarios como los trabajadores pues no siempre son las mismas, ya que las perspectivas de ambos son diferentes y al mismo tiempo complementarias, por lo que se debe considerar una bifurcación para obtener los panoramas de ambos protagonistas.

Para realizar el DNC se diseñó el instrumento de evaluación, tomando como referencia las funciones y encomiendas que define la institución para el perfil de puestos de trabajo. En esta primera parte, es el propietario o gerente, quien contesta el instrumento y vierte la opinión respecto de las problemáticas enfrentadas. (Anexo 1 Cuestionario para empresarios)

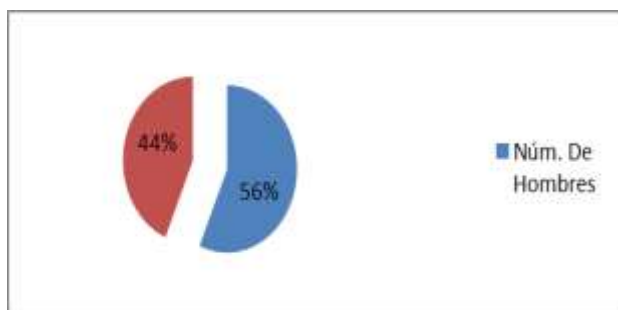
## V.- Análisis de Resultados

- Tabulación de la encuesta y análisis

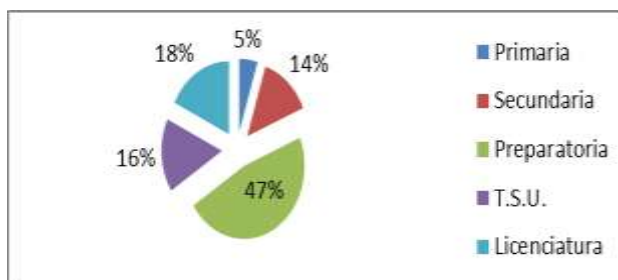
TIPO DE EMPRESA	
Comercial	11
De servicios	8
Manufactura	2



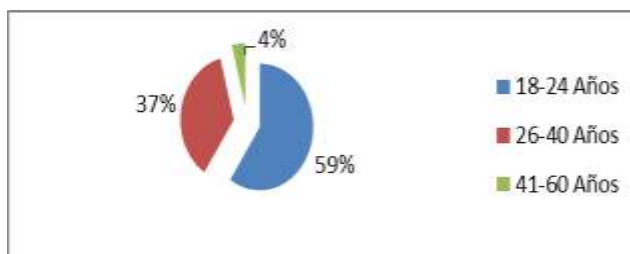
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	
Núm. De trabajadores	124
Núm. De Hombres	70
Núm. De Mujeres	54



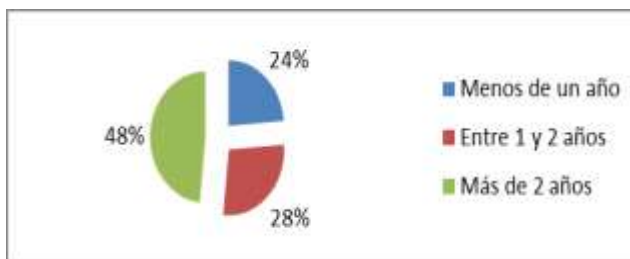
NIVEL DE ESCOLARIDAD	
Primaria	6
Secundaria	17
Preparatoria	58
T.S.U.	20
Licenciatura	22



EDAD DE LOS EMPLEADOS	
18-24 Años	73
26-40 Años	45
41-60 Años	5



ANTIGÜEDAD DE LOS EMPLEADOS	
Menos de un año	29
Entre 1 y 2 años	34
Más de 2 años	59



De la primera sección de recopilación de información, se puede apreciar lo siguiente:

En las empresas agremiadas a CANACO Huejutla:

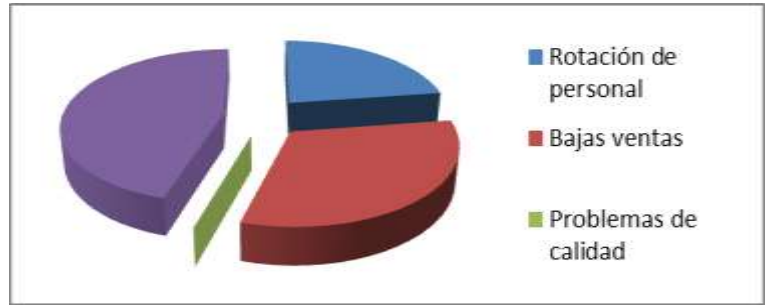
- Mayormente se dedican al comercio al detalle seguido de los servicios en una menor escala, por lo que se asume que los esfuerzos serían orientados hacia las empresas comercializadoras al detalle.
- El 56 % de los trabajadores son de género masculino, aunque el femenino representa un 44% lo cual no es indicio significativo de que el primer género sea predominante.
- El 47% de los trabajadores cuentan con nivel de escolaridad medio superior, lo que hace a este grupo el representante global de este ejercicio.
- El rango de edad más significativo es de entre 18 y 24 años por lo que es considerada una población joven.
- Casi la mitad de los empleados (48%) tienen más de 2 años en el trabajo actual, lo que hace suponer una estabilidad laboral confiable ya que si se considera el 24% de los empleados que tienen menos de un año de labores podría inferirse en una primera hipótesis que la rotación de personal es precisamente de ese 24%.

Con las observaciones anteriores se infiere que la muestra representa un grupo de personas joven de menos de 24 años con escolaridad modal de nivel medio superior y con una estabilidad laboral de más de dos años en su mayoría.

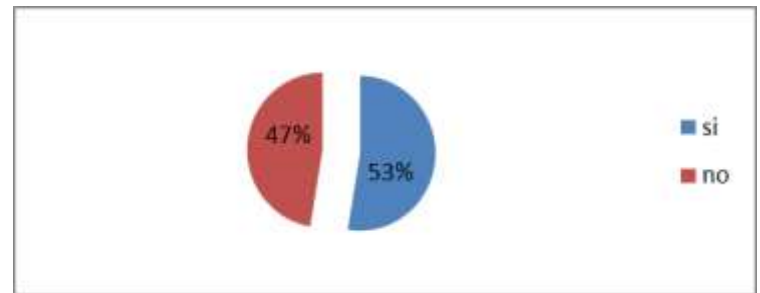
En cuanto al centro de trabajo objetivo, se visualiza un grupo de empresas comercializadoras al detalle con cobertura geográfica local, los que de acuerdo a los datos expuestos en la parte introductoria de este trabajo, resulta consistente ya que en el país y en el Estado, la actividad predominante es el comercio.

## Problemática analizada

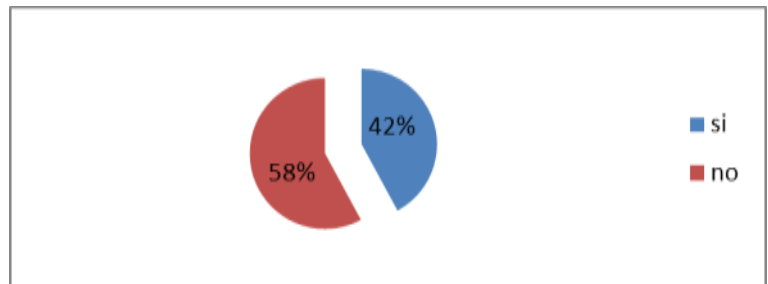
PROBLEMÁTICAS DETECTADAS POR LOS GERENTES	
Rotación de personal	5
Bajas ventas	7
Problemas de calidad	0
Servicio al cliente	10



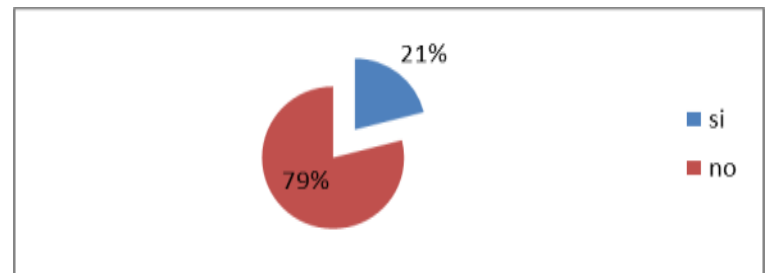
¿Tiene objetivos y metas generales por escrito?	
Si	10
No	9



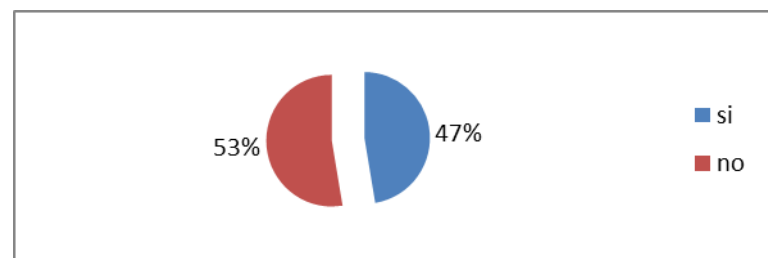
¿Cuenta con planes detallados para lograr objetivos?	
Si	8
No	11



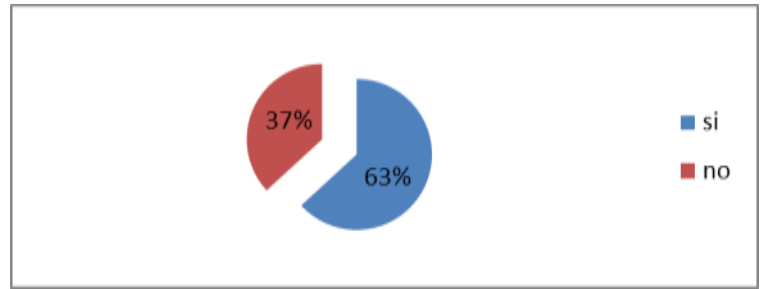
¿Participa el personal en la planeación?	
Si	4
No	15



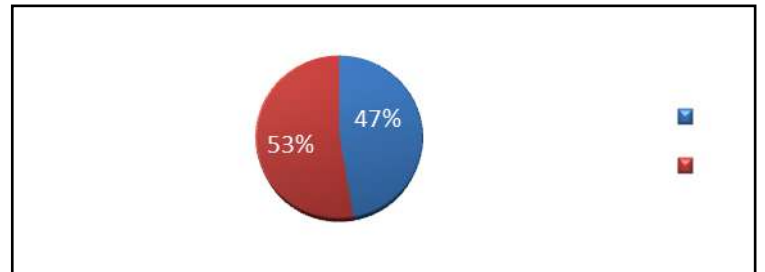
¿Tiene organigrama general de la empresa?	
Si	9
No	10



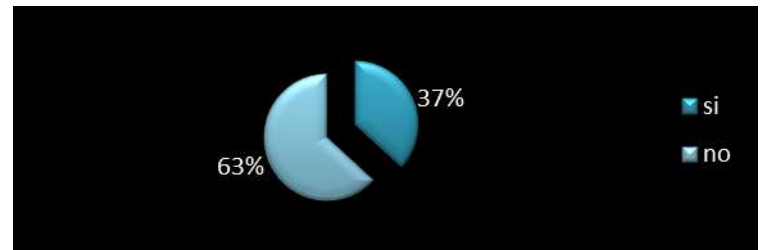
<b>¿Tiene la misión y visión definida y por escrito?</b>	
Si	12
No	7



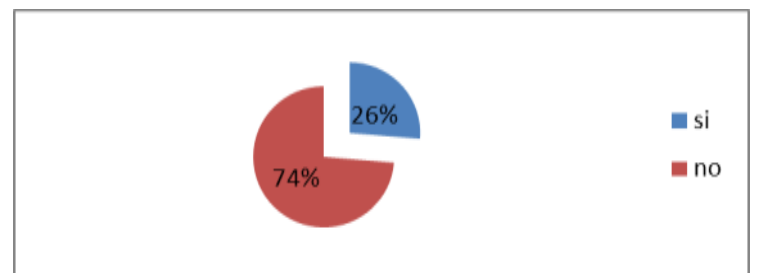
<b>¿La misión y visión es conocida por su personal?</b>	
Si	9
No	10



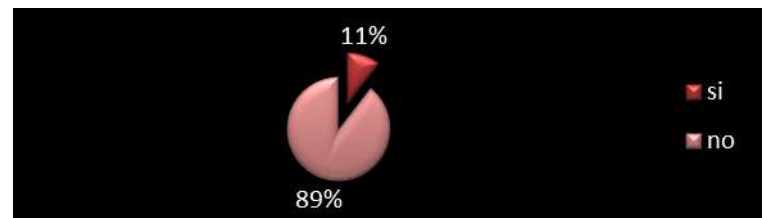
<b>¿Cuenta con manual de descripción de puestos por escrito?</b>	
Si	7
No	12



<b>¿Existe un sistema de evaluación del desempeño?</b>	
Si	5
No	14



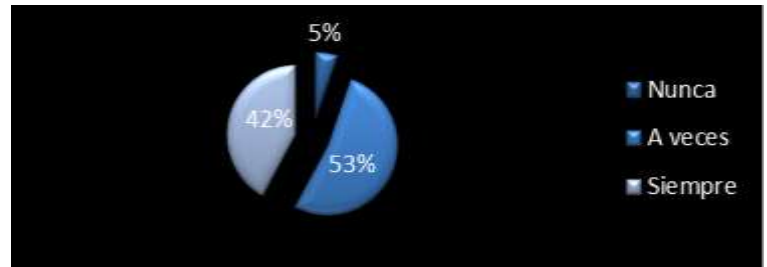
<b>¿Cuenta con un manual de procedimientos documentado?</b>	
Si	2
No	17



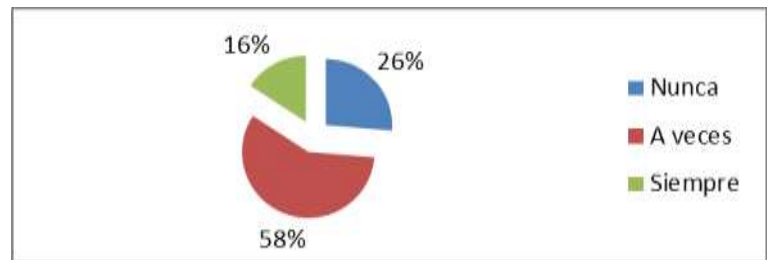
<b>¿Están determinadas las competencias laborales que se requieren en cada puesto?</b>	
Nunca	4
A veces	12
Siempre	3



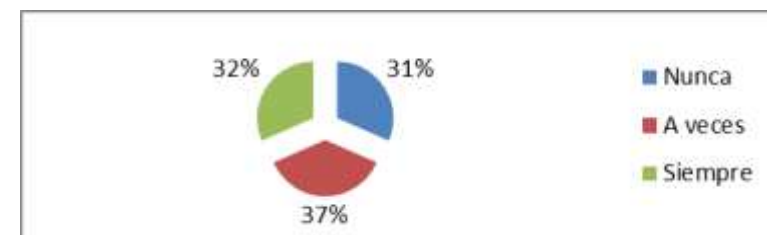
<b>¿El trabajo en equipo dentro de su organización es funcional en su puesto?</b>	
Nunca	1
A veces	10
Siempre	8



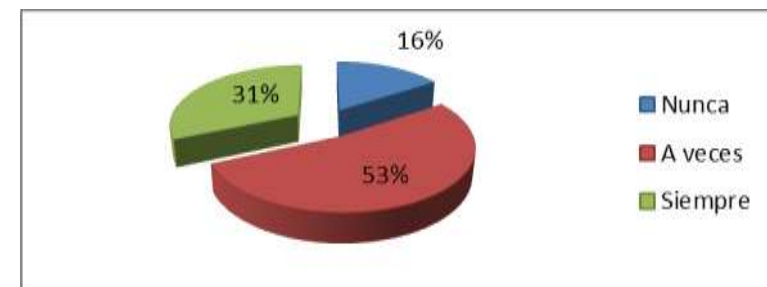
<b>¿Existen indicadores de rendimiento para cada una de las áreas de la empresa?</b>	
Nunca	5
A veces	11
Siempre	3



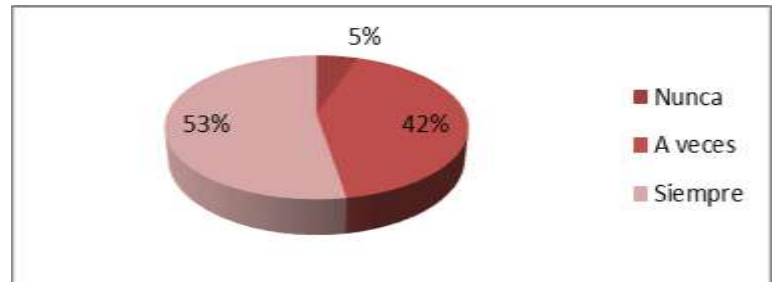
<b>¿Los objetivos y logros son comunicados de manera formal a su personal de la empresa?</b>	
Nunca	6
A veces	7
Siempre	6



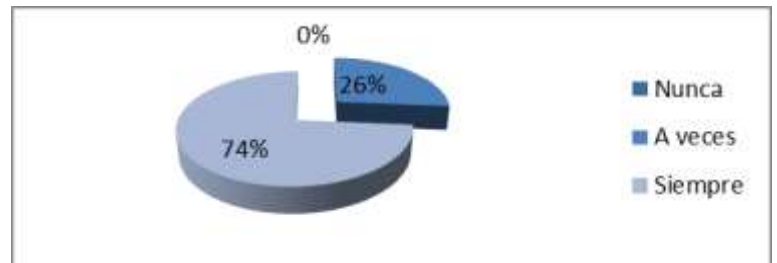
<b>¿Conoce el personal de manera formal los requerimientos de sus clientes internos y externos?</b>	
Nunca	3
A veces	10
Siempre	6



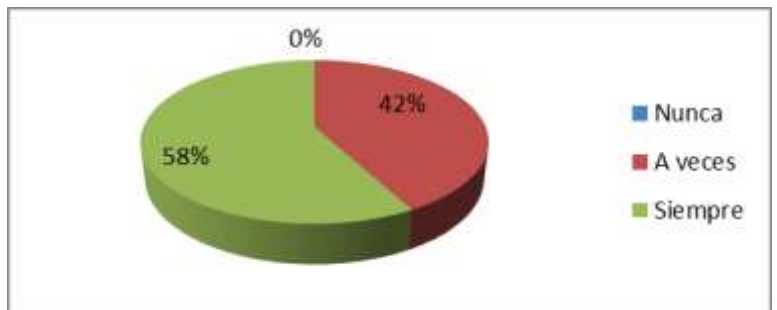
<b>¿Si se reciben quejas, toman acciones concretas para corregir y prevenir?</b>	
Nunca	1
A veces	8
Siempre	10



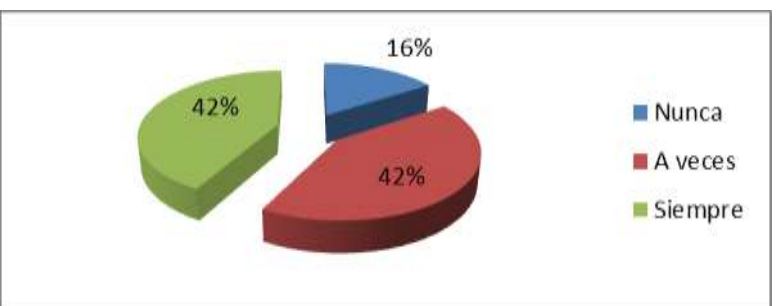
<b>¿Revisa la calidad de los productos que adquieren con sus proveedores?</b>	
Nunca	0
A veces	5
Siempre	14



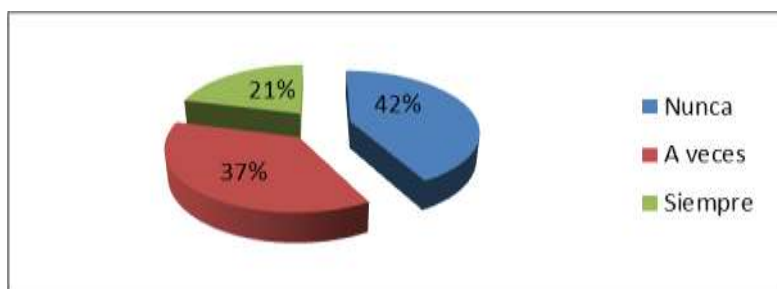
<b>¿El personal conoce y usa los equipos eficientemente?</b>	
Nunca	0
A veces	8
Siempre	11



<b>¿Capacita a su personal para el uso de nuevas tecnologías?</b>	
Nunca	3
A veces	8
Siempre	8

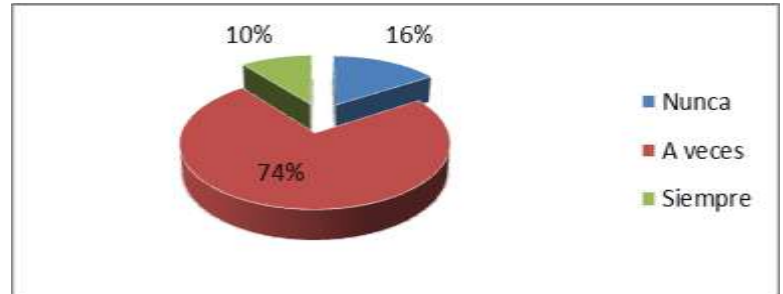


<b>¿Ha evaluado formalmente el clima laboral?</b>	
Nunca	8
A veces	7
Siempre	4

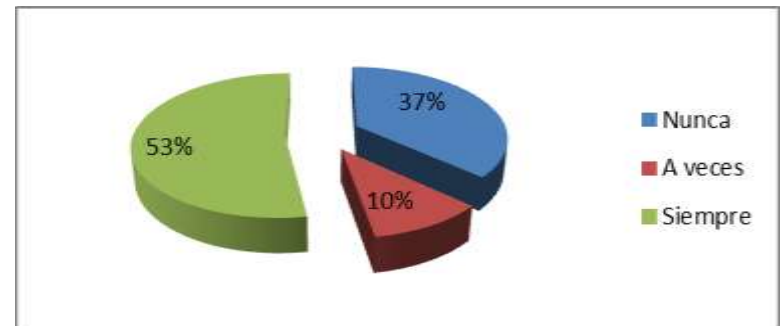




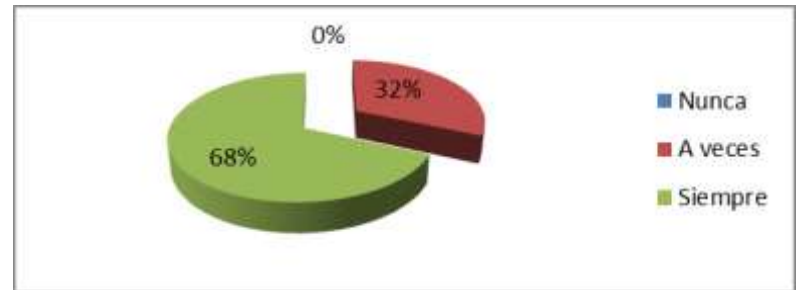
<b>¿Las bajas de su personal son frecuentes en su empresa?</b>	
Nunca	3
A veces	14
Siempre	2



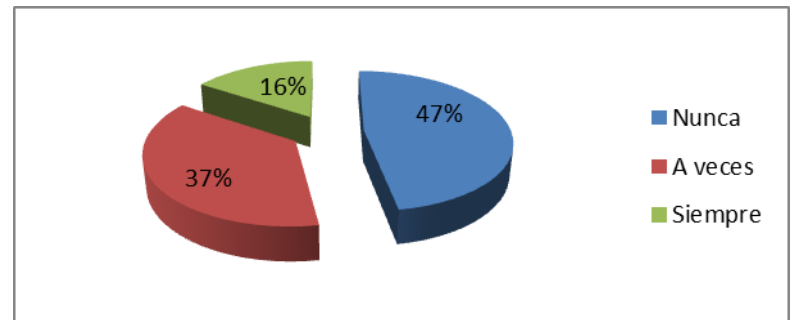
<b>¿Se cuenta con las medidas y equipos de seguridad para evitar riesgos de trabajo?</b>	
Nunca	7
A veces	2
Siempre	10



<b>¿La empresa opera en condiciones de orden y limpieza?</b>	
Nunca	0
A veces	6
Siempre	13



<b>¿Están definidos por escrito los parámetros de la calidad para el servicio o producto?</b>	
Nunca	9
A veces	7
Siempre	3



## Observaciones:

De la información recolectada, se puede inferir que:

- El problema que se reconoce con mayor incidencia es la falta de competencias en cuanto a servicio al cliente, lo que es consistente con la actividad preponderante de comercio al detalle, el segundo problema detectado es el de bajas ventas seguido de la rotación de personal lo que pensando de manera suspicaz podría visualizarse como una cadena de consecuencias derivadas de ese pendiente en cuanto a la actitud de servicio al cliente.
- El 53% de las empresas, asegura tener metas y objetivos claros plasmados en documentos, lo que si bien es alto, podría también ser un factor importante en el desempeño organizacional, pues al no conocer los destinos, los trabajadores pueden con facilidad no encontrar los rumbos precisos.
- El 58% de los entrevistados manifiesta no tener planes detallados para lograr los objetivos, lo cual permite visualizar una carencia de planeación estratégica que coadyuve a tener actuaciones contundentes en el mercado.

Es curioso apreciar que en el planteamiento anterior, la mayor parte de empresas manifestó tener metas y objetivos claros y plasmados en documentos, mientras que en la siguiente apuntan no tener planes detallados para lograrlos, lo que es indicio de una estrategia no clara ni definida.

- El 79% de los entrevistados empresarios, afirma que el personal no interviene en los procesos de planeación, omisión que es factor fundamental para el involucramiento del capital humano en el logro de metas de la organización.
- Casi la mitad de las empresas tiene organigrama, lo que permite tener claramente definidos los tramos de autoridad en la organización, mientras que la otra mitad no los tiene, ya que su forma de administración en esencia es modesta, sin que esto sea justificación para no tener la claridad en organización.

- El 63% de las empresas tiene su misión y visión bien definidas y en forma documentada, mientras que el 37% no lo tiene, haciendo la aclaración que en ningún caso fue exhibida en forma intencionada, lo que presupone que de existir, es conocida solo por muy pocas personas.
- Lo anterior es congruente con la respuesta de que solo el 47% de las empresas encuestadas manifiesta que el personal conoce la misión y visión, dejando al 47% sin el conocimiento de estos preceptos fundamentales, cuyo desconocimiento es motivo y factor para no concretar actuaciones eficientes.
- Complementando lo anterior, solamente el 37% de las empresas manifestó tener un manual de descripción de puestos, mientras que la gran mayoría, no cuenta con dicho documento.
- El 74% de los entrevistados empresarios, no tiene un sistema de evaluación de desempeño de la gente ni de las empresas.
- Solamente el 11 % de las empresas, tiene manual de procedimientos, situación que es apremiante pues de ello derivan las inconsistencias en los servicios que tienen como consecuencia la falta de satisfacción del cliente o en los peores casos la insatisfacción de los mismos.
- En cuanto a las competencias de cada puesto en la organización, la gran mayoría manifiesta que solo “a veces” se determinan dichas habilidades, y en una mínima parte lo hacen de manera documentada.
- En cuanto al trabajo en equipo, los entrevistados manifiestan que a veces resulta funcional, aunque con tintes fuertes de no saber de lo que se les está hablando.
- En relación a un sistema de indicadores que permita medir y mejorar el desempeño de las empresas, solamente el 16% manifiesta tenerlo, infiriendo que el 84%, no tiene la menor idea de esta herramienta.
- De acuerdo a las respuestas, no se tiene una evidencia clara que los resultados sean comunicados al personal de manera efectiva.

- Solamente el 31% de los entrevistados manifiesta que el personal tiene claros los requisitos de los clientes, tanto internos como externos, respuesta alarmante pues el 70% no tiene claros estos parámetros.
- Un poco más de la mitad de los entrevistados asegura que siempre toma acciones concretas a partir de las quejas que reciben de los clientes.
- La mayoría asegura que siempre revisa la calidad de los productos que adquiere de sus proveedores, por lo que es un factor bien atendido en cuanto a monitoreo externo de la calidad.
- Casi el 60% de las empresas asegura que su personal conoce y usa los equipos eficientemente, mientras que el 40% no se atreverían a asegurarlo.
- El 42% de las empresas entrevistadas manifiestan que capacita a su personal para el uso de nuevas tecnologías, mientras que el 58% no lo hace, lo que pone en peligro la atención y capacidad de respuesta hacia los clientes externos.
- En cuanto al clima laboral, solamente el 21% asegura haber hecho estos ejercicios de manera documentada, lo que indica que el 79% no lo hace incrementando los riesgos para la rotación de personal y para el servicio al cliente.
- Contrariamente a lo manifestado en la problemática, el 74% de los empresarios afirma tener frecuencia en la rotación de su personal.

## **VI. Conclusiones y Recomendaciones**

Una vez aplicado el diagnóstico para las necesidades de capacitación en las PYMES de Huejutla, los resultados más significativos se encuentran el alto índice de rotación de personal, así como la falta de atención y calidad en el servicio, todo esto, como efectos de carencias relativas a la planeación estratégica; por lo que es importante concientizar a los empresarios respecto de la gran utilidad que esta signatura provee al buen funcionamiento de las organizaciones,

Una sugerencia para una capacitación bien empleada radica en que se divida en dos grandes campos: área administrativa y operativa, ya que ambas áreas muestran diferencias en las áreas de oportunidad, aunque coincidente en el criterio que dice “El conocimiento que posee sobre los objetivos de la organización es”....., por lo que se podría compartir una sola capacitación que incluyera a ambas áreas.

La capacitación no solo se debe de considerar como un hecho obligado que da cumplimiento a una ley, sino como un recurso valioso dentro de cualquier organización que tiene como objetivo primordial contemplar todo lo relacionado con los integrantes de un sistema que interactúan entre sí para cumplir con una meta en común. Este recurso considera varios aspectos, entre ellos están: la organización de los individuos, el ambiente de trabajo, la manera en que se lleva a cabo la interacción entre ellos, así como lo concerniente a las actividades a desempeñar tanto en lo individual como en su conjunto.

Si el capital humano no se encuentra preparado para enfrentar los constantes cambios del entorno, la organización sufrirá las consecuencias. No se debe de dejar a un lado el enfoque sistémico y entender que todos los elementos que conforman cualquier organización tienen un papel importante de lo contrario se debe de prescindir de personal si éste no aporta una parte importante en el desempeño general de todo el conjunto.

Finalmente, la formación al capital humano debe tener dos vertientes:

- A) Orientado a los empresarios. Con formación en temas de Planeación estratégica y comunicación organizacional.
- B) Orientado a los trabajadores. Con temática relativa a calidad en el servicio y atención al cliente.

Ambas orientaciones deben contribuir con efectividad al mejoramiento en el desempeño organizacional modificando los resultados palpables en ventas y permanencia en el mercado.

## **Bibliografía:**

[1] Observatorio de la capacitación  
[.http://observatoriodelacapacitacion.stps.gob.mx/oc/pdf/Guia\\_capacitacion\\_Diagnostico\\_Necesidades\\_Capacitacion.pdf](http://observatoriodelacapacitacion.stps.gob.mx/oc/pdf/Guia_capacitacion_Diagnostico_Necesidades_Capacitacion.pdf) . Consultado el 21 de Octubre del 2013.

[2] [ALEJANDRO MENDOZA NÚÑEZ](#). MANUAL PARA DETERMINAR NECESIDADES DE CAPACITACION Y DESARROLLO. Editorial: TRILLAS ISBN: 9682469325. Año: 2005 .MÉXICO

## **ANEXO I – Instrumento para la obtención de información.**

### **CUESTIONARIO PARA LA DETECCIÓN DE NECESIDADES DE CAPACITACIÓN (DNC)**

**OBJETIVO:** obtener la información necesaria que nos permita identificar las problemáticas genéricas presentes dentro de las organizaciones pertenecientes a la CANACO que obstaculicen su desarrollo y así mismo establecer los planes y programas de capacitación que les permita erradicar dichas fallas.

**Responda las siguientes preguntas de acuerdo a su criterio.**

**Nombre de la empresa:**

**Dirección de la empresa:**

**Teléfono:**

**Fax:**

**Correo electrónico:**

**Año de creación de la empresa:**

**Tipo de empresa:**

**a) Comercial    b)De servicios    c)Manufactura**

**1. Actividad productiva** (breve descripción de los productos o servicios que presta)

---

---

---

**2. Estructura organizativa de su empresa**

Nº de trabajadores:

Nº de hombres:

Nº de mujeres:

**Subraye la respuesta que se adapte a la situación de su empresa.**

**3.- ¿Con que nivel de escolaridad cuenta su personal?**

<b>ESCOLARIDAD</b>	<b>Núm. de personas</b>
Primaria	
Secundaria	
Preparatoria	
T.S.U	
Licenciatura	

**4.- ¿En qué rango de edad se sitúan sus trabajadores?**

<b>EDADES</b>	<b>NÚMERO</b>
18-25 años	
26-40 años	
41-60 años	

**5. Especifique la antigüedad de sus trabajadores.**

<b>ANTIGÜEDAD</b>	<b>NUM. DE EMPLEADOS</b>
MENOS DE UN AÑO	
ENTRE 1 Y 2 AÑOS	
MÁS DE 2 AÑOS	

**6.- ¿Cuál es la problemática que ha detectado usted en su organización, que impide su desarrollo productivo?**

- ✓ Rotación de personal
- ✓ Bajas ventas.
- ✓ Problemas de calidad.
- ✓ Servicio al cliente.
- ✓ Otro

(especifique): \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



Por favor marque con (X) la respuesta que corresponda.

	SÍ		NO	
¿Tiene objetivos y metas generales por escrito?				
¿Cuenta con planes detallados para lograr objetivos?				
¿Participa el personal en la planeación?				
¿Tiene organigrama general de la empresa?				
¿Tiene la misión y visión definida y por escrito?				
¿La misión y visión es conocida por su personal?				
¿Cuenta con manual de descripción de puestos por escrito?				
¿Existe un sistema de evaluación del desempeño?				
¿Cuenta con un manual de procedimientos documentado?				
	NUNCA	A VECES	SIEMPRE	
¿Están determinadas las competencias laborales que se requieren en cada puesto?				
¿El trabajo en equipo dentro de su organización es funcional?				
¿Existen indicadores de rendimiento para cada una de las áreas de la empresa?				
¿Los objetivos y logros son comunicados de manera formal a su personal?				
¿Conoce el personal de manera formal los requerimientos de sus clientes internos y externos?				
¿Si se reciben quejas, toman acciones concretas para corregir y prevenir?				
¿Revisa la calidad de los productos que adquieren con sus proveedores?				
¿El personal conoce y usa los equipos eficientemente?				
¿Capacita a su personal para el uso de nuevas tecnologías?				
¿Ha evaluado formalmente el clima laboral?				
¿Las bajas de su personal son frecuentes en su empresa?				
¿Se cuenta con las medidas y equipos de seguridad para evitar riesgos de trabajo?				
¿La empresa opera en condiciones de orden y limpieza?				
¿Están definidos por escrito los parámetros de la calidad para el servicio o producto?				

**CURSOS QUE SUGIERE TOME SU PERSONAL:**

---

---

---

---

**¿POR QUÉ?**

---

---

---

**NOMBRE DEL ENCUESTADO:**

---

**PUESTO:**

---