



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y MEJORA  
CONTINUA DE LAS MYPES, RUBRO IMPRENTAS, DE LA  
CUADRA 5 DE LA CALLE CUZCO PIURA, AÑO 2017**

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

**AUTOR:**

**TUME CARHUATOCTO, NELLY MERCEDES**

**ORCID 0000-0002-8517-8160**

**ASESOR:**

**PALACIOS DE BRICEÑO, MERCEDES RENEÉ**

**ORCID: 0000-0001-8823-2655**

**PIURA – PERÚ**

**2020**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Tume Carhuatocto Nelly Mercedes

ORCID 0000-0002-8517-8160

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

### **ASESOR**

Palacios de Briceño, Mercedes

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias  
Contables, Financiera 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 FIRMA DE JURADO Y ASESOR**

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

**Presidente**

Mgtr. Iván Arturo Guzmán Castro

**Miembro**

Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

**Miembro**

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

**Asesor**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios todo poderoso por brindarme vida y salud;  
a mis maravillosos padres y hermanos por estar siempre a mi lado brindándome el apoyo que necesito para poder culminar exitosamente este ansiado logro en mi vida y que me conlleva a realizar este informe que es el fruto de mi esfuerzo

## **DEDICATORIA**

A mi familia, por ser el primer ente que estuvo conmigo en este arduo camino de sacrificios y logros. A mi esposo César, compañero y amigo que supo apoyarme y estar a mi lado y de manera especial a mi hija Adriana por tantas veces que la he sacrificado, con la única intención de ser cada vez mejor para convertirme en su ejemplo y que ahora me permite obtener este importante paso en mi vida, como es mi titulación.

## RESUMEN

La investigación denominada “Caracterización de la Capacitación y Mejora Continua de las MYPES, rubro imprentas, de la cuadra 5 de la calle Cuzco Piura, año 2017” desarrollada dentro de la línea de investigación de la ULADECH, tiene como objetivo general determinar las principales características de capacitación y mejora continua de las imprentas ubicadas en la cuadra 5 de la calle Cuzco de la ciudad de Piura en el año 2017. Se empleó metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal, técnica la encuesta, instrumento el cuestionario, la población para la variable capacitación es finita con 20 trabajadores y para la variable mejora continua es infinita. El cuestionario aplicado para la variable capacitación fue de 8 preguntas y para la variable mejora continua 10 preguntas distribuidas en las dimensiones de cada una de las variables. Los resultados para la variable capacitación: el 80% de los colaboradores reciben orientación, el 85% considera que la capacitación es una necesidad en el trabajo. Para la variable mejora continua el 96% afirma que su pedido es entregado en la fecha acordada, el 97% refieren que es entregado de acuerdo a su requerimiento, en tanto que el 89% indica recibir trato cordial y respetuoso por los colaboradores de las imprentas.

**Palabras Clave:** Capacitación, mejora continua, Imprenta.

## **ABSTRACT**

The research called “Characterization of the Training and Continuous Improvement of Mypes, Printers, of block 5 of Cuzco Piura Street, year 2017” developed within the Uladech line of research whose general objective is to determine the main characteristics of Training and continuous improvement of printing presses located in block 5 of Cuzco Street in the city of Piura in 2017. Quantitative type methodology, descriptive level, non-experimental cross-sectional design, technical survey, instrument questionnaire was used , the population for the training variable is finite with 20 workers and for the variable continuous improvement is infinite. The questionnaire applied for the training variable was 8 questions and for the continuous improvement variable 10 questions distributed in the dimensions of each of the variables. The results for the training variable: 80% of employees receive guidance, 85% believe that training is a necessity at work. For the continuous improvement variable, 96% affirm that their order is delivered on the agreed date, 97% report that it is delivered according to their requirement, while 89% of respondents indicate receiving cordial and respectful treatment from the Printing press collaborators.

**Keywords:** Training, continuous improvement, Printing

## CONTENIDO

AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA .....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT .....	vii
CONTENIDO .....	viii
INDICE DE TABLAS.....	ix
INDICE DE CUADROS.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	7
2.1. Antecedentes .....	7
2.1.1 Variable: Capacitación.....	7
2.1.2. Variable: Mejora Continua .....	14
2.2 Marco Teórico .....	18
2.2.1. Teorías de Capacitación .....	18
2.2.1.1 Tipos de Capacitación .....	20
2.2.1.2. Necesidades de Capacitación .....	20
2.2.2. Mejora Continua .....	22
2.2.2.1 Filosofía del modelo de Justo a Tiempo de mejora continua.....	22
III. HIPÓTESIS .....	27
IV. METODOLOGIA.....	28
4.1. Diseño de la Investigación .....	28
4.2. Definición y Operacionalización de Variables .....	31
4.4. Técnicas e instrumentos de Recolección de Datos .....	33
4.4.1. Técnicas .....	33
4.4.2.- Instrumentos.....	33
4.5. Plan de Análisis.....	33

4.5. Matriz de Consistencia .....	35
4.7. Principios Éticos .....	37
<b>V. RESULTADOS.....</b>	<b>38</b>
5.1.- Resultados.....	38
VARIABLE: CAPACITACION .....	38
5.2. Análisis de Resultados.....	56
<b>VI.- CONCLUSIONES .....</b>	<b>62</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....</b>	<b>63</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>67</b>

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. ¿LA EMPRESA PROGRAMA CAPACITACIONES? .....	38
Tabla 2. ¿USTED RECIBE ORIENTACION PARA REALIZAR SUS LABORES? .....	39
Tabla 3. ¿LA CAPACITACION QUE RECIBE ES DE ACUERDO A LAS LABORES QUE DESEMPEÑA? .....	40
Tabla 4. ¿CREE QUE LA CAPACITACION ES UNA NECESIDAD EN EL TRABAJO? .....	41
Tabla 5. ¿CREE QUE CON LA CAPACITACION QUE RECIBE LOGRARA DESARROLLAR MEJOR TRABAJO?.....	42
Tabla 6. ¿CUANDO SE PRESENTAN PROBLEMAS EN EL TRABAJO, RECIBE CAPACITACION? .....	43
Tabla 7. ¿CUANDO RECIBE UNA CAPACITACION, ESTA CUBRE SUS EXPECTATIVAS FUTURAS?.....	44
Tabla 8. ¿LAS CAPACITACIONES QUE RECIBE VAN DE ACUERDO A LOS AVANCES TECNOLOGICOS? .....	45
Tabla 9. ¿LA MYPE LE ENTREGA SU PEDIDO DE IMPRESOS EN LA FECHA ACORDADA? .....	46
Tabla 10. ¿ALGUNA VEZ LA MYPE LE HA REALIZADO UN SERVICIO DE IMPRESIÓN PARA EL MISMO DÍA? .....	47
Tabla 11. ¿EN LA MYPE ES USTED TRATADO CON RESPETO Y CORDIALIDAD? .....	48
Tabla 12. ¿LA LIMPIEZA Y LA ORGANIZACIÓN PRIMA PARA EL SERVICIO DE CALIDAD QUE LE BRINDAN? .....	49
Tabla 13. ¿CONSIDERA USTED QUE LA MYPE ATIENDE ADECUADAMENTE LOS PEDIDOS DE IMPRESOS? .....	50
Tabla 14. ¿LOS IMPRESOS LE SON ENTREGADOS DE ACUERDO A SU REQUERIMIENTO? .....	51
Tabla 15. ¿ANTE LA AUSENCIA DE UN TRABAJADOR DE TALLER SE HA VISTO RETRASADO SU PEDIDO? .....	52
Tabla 16. ¿EL GERENTE DE LA MYPE ES UN BUEN LÍDER? .....	53
Tabla 17. ¿NOTA SI EL COLABORADOR LE DA UN TRATO CORDIAL Y RESPETUOSO? .....	54
Tabla 18. ¿LOS COLABORADORES LE INFORMAN LOS PRODUCTOS QUE LA MYPE OFRECE? .....	55

## INDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Relación de MYPE .....	29
Cuadro 2. Matriz de Definición y de Operacionalización.....	31
Cuadro 3. Matriz de Consistencia .....	35

## 1. INTRODUCCIÓN

Según el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo las MYPES se han convertido en grandes generadoras de fuentes de empleo así como en gran porcentaje aportan al Producto Bruto Interno (PBI). Sin embargo, en los últimos tiempos estas micro y pequeñas empresas se han visto afectadas por la falta de facilidades que no se le están brindando y esto dificulta el crecimiento esperado. Las microempresas fabrican, proveen servicios y son los minoristas quienes se constituyen en una gran parte de la economía, como compradores y vendedores. Se reafirma que las microempresas no solo generan empleos, sino que además contribuyen al crecimiento socioeconómico de nuestro país. (Avolio 2015)

La comunicación que posee el ser humano es indiscutible pues siempre ha sido vital, desde su aparición el ser humano ha imitado ruidos, y en general ha tratado de ir mejorando e innovando la comunicación. El ser humano siempre ha sentido la necesidad de sentir plasmado en un papel sus ideas, proyectos, pensamientos o todo lo que se le ocurría en algún momento lo dejaba en algún lugar o espacio como evidencia. (Monzón 2015)

La comunicación tiene historia, siendo la imprenta uno de los pilares que ha marcado un antes y después en este proceso de evolución. Las personas han tenido la necesidad vital de comunicarse con los integrantes de la sociedad, siendo así que el lenguaje fue la primera herramienta que usó, quedándose limitado en espacio y tiempo del mensaje o de lo que quería expresar. Es de allí que las civilizaciones han tenido la necesidad de reflejar por escrito todas sus actividades tanto comerciales como sociales, económicas y literarias; es decir, plasmar su experiencia de distintas formas. Hasta la

aparición de la imprenta, no sólo era bastante complicada la conservación de estos saberes, sino también hacerlo conocer fuera de los ámbitos en los que se usaba, (William 2015)

El concepto de impresión es amplio pues supone la evolución de diversas tecnologías que hoy hacen posible hacerlo mediante múltiples métodos de impresión y reproducción; entre ellos se puede mencionar a la flexografía, la serigrafía, el hueco grabado, el alto grabado, la fotografía electrolítica, la fotolitografía, la litografía, el offset, la xerografía, y los métodos digitales actuales.

La imprenta nace dentro de un torrente de material de promoción impreso, lo cual ha traído consigo grandes cambios que afectan al libro; por ejemplo, la estructura habitual es ahora tan costosa que solo se justifica en tiradas muy grandes, existiendo gran variedad de métodos de impresión o reproducción más económicos tales como la fotocopia y la duplicación electrostática.

La capacitación es una función educativa por la cual se deben satisfacer necesidades de conocimiento presentes y de necesidades futuras y de preparación para las habilidades de los colaboradores; siendo un factor que va a contribuir en el mejor desempeño en las tareas que cada colaborador desarrolla. (Siliceo 2016)

Las empresas toman mayor relevancia a partir de la competitividad que se ha generado en todos los ámbitos empresariales; es así que depende de contextos como el ambiente organizacional, ideas rectoras, cultura organizacional prevalente, tanto para adaptarse a ella como para transformarla, acuerdos entre actores involucrados y el medio ambiente en el que se realiza (Guiñazú 2016).

La mejora continua es considerada la percepción que el cliente puede tener de la presencia de una oferta, es quien determina si la oferta satisface sus necesidades, en la gran mayoría de los casos, los consumidores no ven el precio sino las características de los

productos y la mano de los colaboradores en la innovación constante, asegurando la mejora de procesos en los resultados. El centro de la empresa es la satisfacción del cliente como ente fundamental. (Vértice 2016).

La presente investigación se enfoca en dos entornos: el micro entorno de la empresa relacionado a los proveedores, clientes, el personal que labora en la empresa y la parte administrativa de la misma; así también al macro entorno relacionado al aspecto político por la que atraviesa nuestro país, la economía que se presenta, el aspecto social, la tecnología con la que se cuenta, del ecosistema y legal.

Desde el enfoque micro entorno: la infraestructura, la administración, y el servicio al cliente, la infraestructura de las imprentas son espaciosas en algunos casos, en su mayoría tienen áreas no muy reducidas pero no presentan aforos significativos, todo ello en razón que los clientes de las imprentas están bien definidos para cada imprenta,

Por lo general la administración de las imprentas está a cargo del dueño, no existe en ellas una estructura definida estructuralmente, en la gran mayoría operan de acuerdo a la necesidad real del cliente y la exigencia del mismo, no conocen como poder administrar los costos fijos y mejorar los costos hacia los consumidores.

Los recursos o equipos con los que cuentan las MYPE son necesariamente equipos de costo significativo y de vital relevancia, en muchos casos estos activos son el respaldo para acciones o transacciones financieras para continuar las operaciones activas de la empresa y para capitalizar la inversión.

En la investigación fue relevante aplicar el enfoque externo desde la herramienta del PESTEL, la cual contribuye en la objetividad de la realidad de las empresas dedicadas a los diferentes servicios, es el caso actual de las imprentas. Por ello es importante conocer la relación en lo político, económico, socio cultural, tecnología, ecosistema y lo legal aspectos muy vinculados a la realidad de las empresas.

En lo político las MYPE de imprenta son proyectistas en relación de los volúmenes de venta realizados, los datos históricos son el pilar de las proyecciones de sus planes de producción, oferta y comercialización. La norma que regula a las MYPE las conoce como unidad económica con características muy peculiares es decir pueden organizarse de: uno (1) hasta diez (10) trabajadores y es pequeña empresa. Diferentes organismos en representación del estado vienen dictando normatividad que les obliga a fijar políticas para acceder a la formalización del micro y pequeñas empresas.

Desde lo económico las MYPE son organizaciones de autofinanciamiento, en base a los volúmenes de venta de sus impresos, ellas mantienen diversidad de estrategias que les permite poder lograr fidelizar al cliente, los sistemas de comercialización que aplican por lo general es el sistema de Factory, las ventas se acreditan con suma de dinero considerada como pago a cuenta, y la diferencia siempre se genera contra entrega.

Algunas MYPE no consideran el sistema de Factory como algo realmente exigente, y son flexibles con sus clientes, permitiendo que estos logren acceder a sistemas crediticios de 30 días a 90 días de pago, o con el sistema de negociación de letras ante el sistema financiero bancario o no bancario. De los factores socioculturales, predominante en el mundo de los negocios de las MYPE en materia de investigación, es la cultura de las personas, su educación, la presencia en ellos de principios y valores sólidos.

Los avances tecnológicos existentes en el mercado cada día ofertan nuevos equipos para la imprenta desde: impresión digital, impresión a gran velocidad con capacidad de tirajes largos, que aseguran producción mayor de 30, 000 impresiones diarias.

El Perú por Ley 28015, complementada por Ley 30056, permite que las MYPE sean competitivas, les dan beneficios de poder participar en las convocatorias de procesos de compra, y además tienen el beneficio de puntaje a favor por ser MYPE.

Conociendo la gran problemática que hoy se vive con respecto a la economía del

país y de nuestra región; se espera contribuir con conocimientos para que las personas que necesitan o desean incorporarse al rubro de los impresos sepan que acciones tomar; además que la información presentada sea útil a toda la población dedicada a esta actividad que es una de las fuentes de ingreso y sustento de las familias que allí laboran, pretendiendo además que sirva de base para la realización de estudios similares en otros sectores tanto productivo como de servicio de la ciudad de Piura y de otros ámbitos geográficos de la región y del país.

Descrita la problemática podemos formular el enunciado: ¿Cuáles son las características de las capacitación y mejora continua de las MYPES, Rubro Imprentas, de la Cuadra 5 de la Calle Cuzco Piura, Año 2017?

Siendo por ello que la investigación persigue el desarrollo del siguiente objetivo general: Determinar las principales características de capacitación y mejora continua de las imprentas ubicadas en la cuadra 5 de la calle Cuzco de la ciudad de Piura en el año 2017, a lo que planteo como objetivos específicos: (a) Describir los principales tipos de capacitación de las Imprentas ubicadas en la cuadra 5 de la calle Cuzco de la ciudad de Piura en el año 2017, (b) Describir las necesidades de capacitación en las imprentas ubicadas en la cuadra 5 de la calle Cuzco en la Ciudad de Piura en el año 2017, (c) Identificar la filosofía Justo a Tiempo de las imprentas ubicadas en la cuadra 5 de la Calle Cuzco de la Ciudad de Piura, 2017. (d) Identificar los principios del modelo Kaizen aplicados en las imprentas ubicadas en la cuadra 5 de la Calle Cuzco de la Ciudad de Piura, 2017.

La justificación práctica del presente estudio se sustenta en que la investigación se realiza con la finalidad de caracterizar la capacitación y mejora continua en las MYPE rubro imprentas de la cuadra 5 de la calle Cuzco, del centro de Piura, para que así estas efectúen o implementen talleres o programas de capacitación constante viendo ésta como

una estrategia empresarial importante para lograr con eficiencia y rentabilidad mejores logros para el excelente desempeño de todos los trabajadores y sobre todo adaptarlos a las exigencias cambiantes del entorno para enfrentar la competitividad, brindando un buen producto.

Desde la perspectiva teórica se sustenta porque se acude a la investigación científica basada en teorías existentes sobre la capacitación y mejora continua. Así mismo se pretende generar reflexión y debate sobre el conocimiento existente como el de presentar información relevante para tener una versión más amplia y actualizada sobre el tema de capacitación y mejora continua siendo la principal misión de este proyecto mejorar el desempeño de los colaboradores que integran las MYPE.

Desde la perspectiva metodológica se sustenta porque la investigación aplicará la metodología científica, se emplean fuentes primarias y secundarias para la obtención de los datos, además se ha determinado el tamaño de la población y la muestra, y asimismo se ha diseñado un cuestionario como instrumento para el recojo de información.

La presente investigación se ha delimitado desde la perspectiva temática por las variables de capacitación y mejora continua, desde la perspectiva geográfica: Región Piura, Distrito de Piura – cuadra 5 de la calle Cuzco del centro de Piura, psicográfica: MYPE rubro imprentas y temporal: año 2017.

## 2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

### 1. Antecedentes

#### 2.1.1 Variable: Capacitación

**Bartra (2017)** en su investigación denominada “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro imprentas del distrito de Callería, 2017 tuvo como objetivo general describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro imprentas, del distrito de Callería, 2017. La investigación fue cuantitativo-descriptivo, no experimental-transversal-retrospectiva, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida a 20 Micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario de 32 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: La mayoría son adultos y tienen más de 26 años, siendo el 80% masculinos, el 90% son formales y cuentan con trabajadores permanentes y eventuales; las MYPES encuestadas se autofinancian. En cuanto a la capacitación, las MYPES encuestadas recibieron capacitación en inversión de créditos financieros y tributación, si capacitan a su personal; sin embargo, el 85% consideran a la capacitación como una inversión, y el 75% lo considera relevante para su empresa. En cuanto a la rentabilidad, las MYPES encuestadas considera que su rentabilidad ha mejorado. Finalmente, la mayoría de las MYPES encuestadas se autofinancian y se capacitan, consideran que la capacitación influyó para que obtengan rentabilidad, esta rentabilidad mejoró en los últimos años”.

**Pérez (2017)** en su investigación denominada: “Caracterización del financiamiento, la capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro imprentas del distrito de Callería, 2017 tuvo como objetivo general, determinar y describir las principales características del financiamiento, la capacitación y

la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro imprentas del distrito de Calleria, 2017. La investigación fue descriptiva, para llevarla a cabo se trabajó con una población de 84 y una muestra de 76 microempresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 30 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: Con. Respecto a los empresarios De las microempresas encuestadas se establece que el 36,8% (28) de los representantes de las micro empresas tienen de 28 a 37 años de edad. El 68,4% (52) de los representantes encuestados son del sexo masculino. El 65,8% (50) de los microempresarios encuestados se encuentran con estudios secundarios. El 52,6% (40) de los de los representantes de la empresa tienen la condición de convivientes. El 43,4% (33) de los representantes tienen la profesión de serigrafía. El 51,3% (39) de los de los representantes son comerciantes. Respecto a las características de las microempresas. El 43,4% (33) de los representantes de la empresa tienen entre 1 a 4 años en el rubro. El 68,4% (52) de las empresas tienen de 3 a 4 trabajadores permanentes. El 68,4% (52) de las microempresas tienen de 1 a 2 trabajadores eventuales. Respecto al financiamiento. El 75,0% (57) de las microempresas han sido financiados por terceros. El 27,6% (21) de las microempresas realiza su financiamiento en el banco de crédito. El 36,8% (12) de las microempresas no tiene conocimiento de los intereses. El 7,9% (6) de las microempresas realizan su financiamiento en financieras. El 3,9% (3) paga del 0,1% al 3% de intereses. El 60,5% (46) de las microempresas opinan que las entidades bancarias otorgaron mayores facilidades. El 53,9% (41) de las microempresas solicitó 1 vez el crédito en el año 2016. El 51,3% (39) de las microempresas si le otorgaron el préstamo solicitado. El 42,1% (32) de las microempresas se les otorgó el crédito a corto plazo. El 46,1% (35) de las microempresas se les otorgó los montos solicitados. El 47,4% (36) de las microempresas se les otorgó el monto de 1001 a 5000 nuevos soles. Respecto a la capacitación. El 69,7% (53) de los representantes de la micro y pequeña empresa no

recibieron capacitación en el crédito otorgado. El 77,6% (59) de los trabajadores de la micro y pequeña empresa no recibieron capacitación en los últimos dos años. El 22,4% (17), si recibieron una capacitación. El 17,1% (5) de los trabajadores de la micro y pequeña empresa recibieron capacitación en otros temas el 53,9% (41) de los trabajadores de la micro y pequeña empresa creen que la capacitación es una inversión. El 55,3% (42) de los trabajadores creen que la capacitación es relevante para las micro y pequeñas empresas. Respecto a la rentabilidad. El 76,3% (58) de los trabajadores de la micro y pequeña empresa creen que el financiamiento mejora la rentabilidad. El 81,6% (62) de los trabajadores de la micro y pequeña empresa creen que la capacitación mejora la rentabilidad. El 82,9% (63) de las micro y pequeñas empresas mejoro su rentabilidad los últimos dos años. El 72,4% (55) de las microempresas invirtió el crédito solicitado en capital de trabajo”.

**Quishpe (2018).** En su investigación denominada: “Análisis del Sistema de Gestión de Calidad en Base a ISO 9001: 2015 y su Incidencia en el Producto Final en la Imprenta Don Bosco CSP del Ecuador concluyó que se desarrolló mecanismos de seguimiento para poder controlar, como indica los formatos de los procedimientos, instructivos y registros de acuerdo a las necesidades de la empresa permitiendo realizar los seguimientos adecuados para la satisfacción al cliente en cuanto a los productos ofertados y controlando el SGC. Después de crear los formatos se pudo establecer parámetros estandarizados tanto a documentación como las actividades que se van a desarrollar en la imprenta Don Bosco el cual para la realización de los formatos se guio en la norma ISO 9001:2015 acatando los respectivos requisitos, ya que se trabajó en los requisitos de incumplimiento como, Objetivos de calidad, Control de información documentada, Control de la producción, Control de salidas no conformes y la Satisfacción al cliente. Se diseñó y se creó el manual de calidad, con la finalidad de que la empresa sea beneficiaria para

iniciar un proceso de certificación, el manual de calidad es útil para las organizaciones que empiezan con este proceso de acreditación ya que es una guía de cumplimiento el cual ayuda a que los empleados se comprometan a una cultura de calidad y como efecto los procesos serán eficaz y podrán ser más productivos en las labores encomendadas”.

**Alba (2018)** en su investigación denominada: “Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las MYPE del sector comercio, rubro imprenta de la provincia de Huaraz, 2016 tiene como objetivo general describir las principales características del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las MYPE del sector comercio, rubro imprentas de la provincia de Huaraz, 2016. La investigación fue descriptiva no experimental, donde se escogió una muestra de 23 MYPE, a quienes se aplicó un cuestionario de 19 preguntas, utilizando la encuesta y la técnica de la revisión documentaria, obteniéndose los siguientes resultados más resaltantes: Respecto a la capacitación, el 57% recibió la capacitación para el otorgamiento del crédito y el 43% no recibió”.

**Caycho (2017)** en su investigación denominada: “Caracterización de la capacitación y la competitividad de las micro y pequeñas empresas -MYPES de sector servicio-rubro imprenta de la urbanización Chamaya, del distrito de Breña, Provincia de Lima, Departamento de Lima-periodo 2013-2014, tuvo como objetivo general, determinar y describir las principales características de capacitación y la competitividad de las MYPES del Sector Servicio-Rubro Imprenta de la Urbanización Chamaya, Distrito de Breña, Departamento de Lima, período 2014-2015. De naturaleza cuantitativa-Descriptiva, para el recojo de la información se escogió en forma aleatoria 7 MYPES de una población de 18, a quienes se le aplicó un cuestionario de 21 preguntas con diferentes opciones de respuesta, aplicando la técnica de la encuesta; se obtuvieron como resultados, respecto a los representantes legales, éstos son empresarios adultos de 31 a 50 años del sexo

masculino con estudios no universitarios. Respecto a las características de las Micro y Pequeñas Empresas, el 71,43% tienen en el Rubro y/o Giro que comprende de 05 a 08 años, tienen de 03 a 04 trabajadores permanentes, el 71,43% son empresas familiares y el 57,14% de las Micro y Pequeñas Empresas ofrecen Servicios Generales de Imprenta. Por último, en capacitación, el 100% de los empresarios recibieron cursos de capacitación antes de crear su MYPEs, para mejorar el manejo de su MYPEs se capacitaron con Especializaciones de su Rubro y/o Giro teniendo el 71,43%; el 85,71% de los representantes legales sí capacita a su personal, el tipo de capacitación que predominó fue la empírica con un 71,43% y estas fueron de 01 a 02 veces, el 85,71% consideran que desean capacitar a su personal en el rubro pero a su vez un 71,43% lo ve como un gasto. Referente a la competitividad, el 57,14% de estas empresas se caracterizan por ofrecer precios justos, 71,43% está ubicado en una zona de imprentas y como estrategia de ventas, el 71,43% considera dar obsequios a los clientes y el 71,43% señalan que la capacitación mejora la competitividad”.

**Díaz (2016)** en su investigación denominada: “Caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro imprentas del distrito de Chimbote, 2013 tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro imprentas del distrito de Chimbote, 2013. La investigación fue tipo cuantitativo, nivel Descriptivo, diseño No experimental/ transversal, se utilizó una población muestral de 16 micro y pequeñas empresas (MYPES) de una población de 64 a quienes se les aplicó un cuestionario de 16 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: el 75,0% tiene entre 31 a 50 años de edad. El 50,0% tienen estudios de secundaria, el 87,5% son dueños y administradores. El 56,25% tienen de 5 a 10 años de permanencia en el rubro, el 62,5% tienen de 1 a 5 trabajadores. El 75,0% no se

capacitó antes de crear su empresa, el 75,0% no realiza cursos de capacitación para mejorar el manejo de su empresa, el 75,0% no capacita a su personal, el 100,0 % considera a la capacitación como una inversión, el 100,0 % implementaría programas de capacitación, el 81,25% se capacita en marketing. El 50,0% le gustaría capacitar al trabajador a sus trabajadores en atención al cliente y el otro 50,0% en proceso productivo. El 75,0% no ha capacitado ninguna vez a su personal. El 100,0% considera que la capacitación al personal mejora la rentabilidad de la empresa, el 100,0% la capacitación eleva la eficiencia de la empresa, el 100,0% considera que la capacitación mejora la calidad del producto. Se concluye que: la mayoría de las micro y pequeñas empresas (MYPES) encuestadas del rubro imprentas de Chimbote, a su personal consideran que la capacitación es una inversión pero no capacitan a su personal”.

**Velásquez (2016)** en su investigación denominada: “Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las MYPE del Sector Comercio, rubro imprenta de la provincia de Huaraz, 2016, tuvo como objetivo general de la presente investigación fue describir las principales características del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las MYPE del sector comercio, rubro imprentas de la provincia de Huaraz, 2016. La investigación fue descriptiva no experimental, donde se escogió una muestra de 23 MYPE, a quienes se aplicó un cuestionario de 19 preguntas, utilizando la encuesta y la técnica de la revisión documentaria, obteniéndose los siguientes resultados más resaltantes: Respecto al financiamiento, el 61% financian con fondos de terceros, el 26% lo hacen con fondos propios y otros 13% optan por otros medios. Respecto a la capacitación, el 57% recibió la capacitación para el otorgamiento del crédito y el 43% no recibió. Respecto a la rentabilidad, la técnica que se empleó fue la revisión documentaria de las MYPE en estudio, las utilidades fueron favorables acorde a las ventas y el dinero invertido producto

del financiamiento, podemos decir la rentabilidad económica y financiera fluyen favorablemente en el ámbito empresarial”.

**Fernández (2018)** en su investigación denominada: “Caracterización de la Competitividad y Capacitación de las MYPES, sector servicio, rubro imprentas, distrito Tumbes, 2018, tuvo como objetivo general determinar las características de la competitividad y capacitación de las MYPES, sector servicio, rubro imprentas, distrito Tumbes, 2018, de tipo descriptiva, con un nivel de investigación cuantitativo y un diseño no experimental de corte transversal, la población es de 68 clientes y 39 trabajadores de las ocho (08) MYPES en el rubro imprentas, en el sector servicio, se aplicó la encuesta y cuestionario como instrumentos de recolección de datos. Concluye que la capacitación a los trabajadores para que el servicio sea competitivo a diferencia de su competencia y así adaptarse a los cambios del mercado, finalmente gracias a los trabajadores que son eficientes con el servicio que brinda la empresa es aceptable”.

**Viera (2017)** en su investigación titulada: “Caracterización de la capacitación y rentabilidad de las MYPE de servicio rubro imprentas centro comercial San Miguel (Piura), 2017, tuvo como objetivo general identificar las características que tiene la capacitación y la rentabilidad en las MYPE de rubro de imprentas del centro comercial SAN MIGUEL de la provincia de Piura, año 2017. La metodología de la investigación fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal. Para el recojo de la información se aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario elaborado de 10 preguntas cerradas con 6 unidades económicas constituidas por 32 personas compuesta de 26 para la variable capacitación y 6 para rentabilidad. Obteniéndose los siguientes resultados más resaltantes: con respecto a la capacitación, se verifica que el personal en un 100% considera que recibe orientación para un puesto de trabajo. Con respecto a la rentabilidad nos muestra que el factor que influye más en ello es

la productividad en un 86% y la participación en el mercado en un 14%. Se concluyó que la capacitación que emplean las MYPE del rubro de imprentas es informal dentro del trabajo como instrucciones y guías para que ellos puedan realzar su trabajo y la rentabilidad que emplean las MYPE es económica y financiera que les permiten medir los resultados a través de los fondos propios y del rendimiento de los activos de la MYPE con independencia de la financiación de los mismos”.

### **2.1.2. Variable: Mejora Continua**

Álvarez (2017) en su investigación denominada “Bases para un modelo tridimensional de mejora continua plantea un modelo de mejora continua desde una perspectiva tridimensional (operativa, comportamental y emocional) de modo que haga frente a los principales retos del Siglo XXI e incluya entre sus objetivos un incremento sistemático de los niveles de desempeño y de felicidad en el trabajo. La tesis se estructura a partir de dos bloques: una parte teórica y una parte empírica. En la primera parte se comienza con una referencia al contexto en el que se sitúa el problema, para continuar con un análisis de la literatura y de los conceptos relacionados con la mejora continua. A partir de esta exposición, se revisan algunas teorías que han soportado el conocimiento sobre la participación de las personas en las organizaciones. En tercer lugar, se introducen aportaciones teóricas que pueden apoyar una visión emocional de la participación en la mejora continua desde la perspectiva de la psicología positiva y la neurociencia. Esta primera parte finaliza con una propuesta de modelo tridimensional que recoge algunas de las teorías analizadas. En la segunda parte, o parte empírica, se realiza una investigación de carácter cualitativo, basada en la metodología de la teoría fundamentada, que utiliza el análisis de opiniones sobre la implantación de la mejora continua, y que trata de determinar

cómo se produce el proceso de arraigo de la mejora continua en el seno de una organización”.

**Delgado (2014)**, en su investigación titulada: “Diseño y propuesta de un plan de mejora en el proceso de impresión de carátula y ensamble de libros, en una empresa del ramo de la industria litográfica en el departamento de Guatemala”, que planteó como principal objetivo la realización de un análisis técnico económico para elaborar una propuesta un plan de mejora para balancear la línea de producción de libros y minimizar los costos de mano de obra. Así mismo, se utilizó diversas herramientas de ingeniería industrial con lo cual se realizó un análisis adecuado del proceso productivo de libros y así facilitar la elaboración del plan propuesto de mejora en la empresa litográfica en estudio. concluye que al aumentar la eficiencia de la mano de obra y lograr la meta de producción de una mayor cantidad de libros (aumento de eficacia) se está obteniendo una mayor productividad dentro de la empresa en estudio y se pueden generar nuevos proyectos y negocios con otros clientes .

**Mendoza (2013)**, en su estudio denominado “Justo a tiempo como herramienta para mejorar el servicio al cliente en empresas comercializadoras de equipo de cómputo de la Ciudad de Quetzal Tenango, define a la filosofía Justo a Tiempo y considera a las personas que trabajan para la organización como el mayor capital de la empresa, y las anima para que aprovechen plenamente sus capacidades intelectuales. Dicho valor toma mayor protagonismo en las empresas de servicios, donde una parte importante de la calidad y el valor que se otorgue al servicio solicitado dependerá de la pericia y la habilidad con las que el personal haya desarrollado su trabajo”.

**Verjel & Quiñones (2012)**, en su investigación denominada “Propuesta para el mejoramiento del proceso de impresión y de los canales de ventas mediante herramientas Lean en una empresa del sector de artes gráficas en la ciudad de Bogotá”, que tuvo como

objetivo general la búsqueda de implementación de estrategias de mejora empleando herramientas Lean para el mejoramiento del proceso de impresión y los canales de ventas en la empresa PRINNTECH S.A.S en la ciudad de Bogotá. Dicho estudio se realizó a modo de prueba piloto de implementación de una metodología Lean en una empresa del sector de artes gráficas, concluyendo que la identificación de oportunidades de mejora, a través de herramientas Lean son fundamentales en el desarrollo del proyecto, porque permitieron establecer los problemas que se debían abordar, y concebir acciones que admitieron la obtención de resultados.

**Bezada & Cárdenas (2013)**, en su investigación denominada: “Implementación de un sistema de mejora continua en el área de largo tiraje de una empresa gráfica mediante las variables de densidad de tinta y conductividad de la solución fuente aplicando la metodología six sigma”. Dicho estudio persiguió como objetivo mejorar la productividad del área y disminuir la cantidad de productos defectuosos determina que se implementaron las propuestas planeadas en la etapa mejorar, sin embargo, el mantenimiento autónomo aún no está consolidado, ya que es un proceso que se perfecciona con el tiempo, según los operarios ganen más experiencia y conocimientos relativos al mantenimiento de sus líneas de producción, Los resultados fueron positivos, ya que aumentó la productividad del área de 1.02 a 2.99 y el número de productos defectuosos disminuyó en 19.30%. Por otro lado, disminuyó el porcentaje de mermas en 58.13%. Además, se consiguió incrementar el tiempo medio entre fallas en 30.67% y se redujo el tiempo promedio de reparación en 15.95%.

**Castillo (2015)**, en su estudio titulado: “Diseño de un sistema de gestión procesos para empresas del sector manufacturero: industria gráfica. Caso de Aplicación: Imprenta Edicas”, que tiene como objetivo general brindar información que permita identificar las prioridades que tiene la industria gráfica en cuanto a su gestión, que permita levantar un

modelo administrativo para el sector. Para la aplicación del instrumento se utilizó la muestra en lugar de población y el método seleccionado fue el aleatorio simple, lo cual le permitió llegar a la conclusión que el área de mayor significancia es diseño, considerando incluso como el proceso en el cual la empresa puede encontrar nuevas oportunidades de negocio.

**Cóndor, León & Lossio (2015)**, en su investigación denominada: “Propuesta de diseño para la planificación de la cadena de abastecimiento en la producción de empaques y embalajes aplicando conceptos de la cultura lean determina que la aplicación del modelo de gestión Lean en una organización es muy importante porque ayuda al desarrollo y cambio de cultura de esta, dicha afirmación abarca todas las áreas e incluye a todos los colaboradores”

**Risco (2015)**, en su investigación denominada: “Gestión de la mejora continua y Calidad del Producto en la Micro y Pequeña Empresa del Sector Grafico – Edición y diagramación de Libros y Textos Universitarios en el distrito de Chimbote, 2015, tuvo como objetivo principal determinar la influencia de la gestión de la mejora continua en la calidad del producto en las MYPE del sector gráfico edición y diagramación de libros y textos universitarios en el distrito de Chimbote en el año 2015. Se describe la gestión de la mejora con el ciclo de Deming. Asimismo la metodología de Kaizen de las 5 S. Y con respecto a la calidad del producto, se trabajó con los enfoques de Juran y de Genichi Taguchi. Para el desarrollo del trabajo se utilizó el tipo de investigación descriptiva correlacional, orientada a examinar, describir y determinar la relación existente entre las dos variables y el diseño no experimental - transaccional. Para el recojo de la información se identificó a una población de 50 imprentas registradas en la SUNAT, de las cuales se encuestó, a 40 empresarios o gerentes a quienes se les aplicó un cuestionario de 37 preguntas cerradas. Se obtuvo los siguientes resultados. Que el 65,0% de los empresarios o

gerentes de las imprentas contestaron que la gestión de la mejora continua es deficiente y en el 75,00% la calidad del producto es medio. Aplicando la prueba de independencia del chi cuadrado, se puede concluir que la gestión de la mejora continua influye en forma altamente significativa en la calidad del producto de las MYPE”.

**Sánchez (2014)** en su trabajo de investigación denominada “Implantación de técnicas de control y mejora continua de procesos en las empresas concluye que la gestión por procesos y la mejora continua son dos sistemas de gestión cuya importancia se ha incrementado en las últimas décadas. A partir de la realización de una revisión bibliográfica al respecto, se ha detectado que el grado de investigación en la literatura hispana, y concretamente en el caso español, es aún escaso y que se necesitan más estudios empíricos sobre el tema. A raíz de lo anterior se plantea este estudio con varios objetivos. En primer lugar se pretende conocer cuál es el grado de implantación existente en la Comunidad Autónoma de Cantabria tanto de la gestión por procesos como de la mejora continua. Y, en segundo lugar, se pretende profundizar en las experiencias concretas de implantación (motivos, facilitadores, obstáculos, beneficios...) de las empresas que afirmen practicarlo”.

## **2.2 Marco Teórico**

### **2.2.1. Teorías de Capacitación**

Chiavenato (2017) La capacitación la definimos como un proceso de educación a un corto plazo, y se aplica de una manera organizada y sistemática, por el cual las personas aprenden conocimientos, actitudes y habilidades, en función a objetivos específicos. Este entrenamiento está compuesto por la transmisión de conocimientos detallados enmarcados en el trabajo, actitudes relacionadas a aspectos de la empresa, de la labor y del lugar, y

desarrollo y potencialidad de las habilidades. Cualquier labor, sea esta compleja o sencilla, implica que se desarrollen estos tres aspectos esenciales de la capacitación.

De Chacaltana (2015) conocemos las teorías sobre capacitación en el trabajo. Este tipo de capacitación que es brindada por el empleador es uno de los más típicos el cual ha tenido más desarrollo teórico en el ámbito laboral durante los últimos tiempos. La teoría que predomina es la llamada teoría del capital humano, la cual contiene varias variantes, pero además existen algunos avances relacionados al análisis institucionalista.

En una MYPE la capacitación la podemos definir como inversión en el capital humano que posiblemente va a incrementar la productividad del colaborador. Está referido mayormente al entrenamiento ofrecido por la empresa que hace posible un aumento de la capacidad laboral de un colaborador y que, por tanto, reporta además una mayor utilidad para la empresa. Así tenemos, programas de capacitación para incrementar las destrezas básicas para una mejor comunicación verbal y escrita en el entorno laboral, entrenamiento en el uso de maquinaria que se utiliza en la industria, adiestramiento en el uso de equipos de cómputo y tecnología, entre otros.

La capacitación del personal es uno de los desafíos con mayor importancia que enfrentan las MYPES, pues la tecnología y la globalización han impuesto un ritmo acelerado de cambios que exigen un aprendizaje y adiestramiento continuo. Mientras que la capacitación tiene como objetivo desarrollar una competencia en la persona que se capacita, es decir, actúa sobre el capacitado, los programas de asistencia técnica están relacionados sobre los procesos (productivos, comerciales, contables, financieros, de recurso humano, etc.), que por lo general están involucradas más de una persona.

### **2.2.1.1 Tipos de Capacitación**

Según Galván (2016) existen diversos tipos de capacitación, los mismos que se especifican en diferentes clasificaciones, tales como:

#### **a) Por su formalidad**

**Capacitación Informal:** Se orienta básicamente al conjunto de orientaciones o instrucciones que se dan en la operatividad de la empresa, claro ejemplo de ello se da cuando un contador indica a un colaborador de esa área como debe efectuarse el uso de los archivos contables, así como lograr hacer su respectivo registro de ventas o ingresos.

**Capacitación Formal:** Llamadas así a aquellas capacitaciones cuya programación se efectúan de acuerdo a las necesidades de capacitación específica que existan. Estas pueden durar desde un día hasta varios meses, según el tipo de curso, seminario, taller, etc.

#### **b) Nivel de ocupación**

-Capacitación de operarios, supervisores, gerentes y jefes de línea

#### **1. Perspectiva de capacitación:**

Crecimiento de nuevas instituciones de la administración pública o también llamado compromiso social.

### **2.2.1.2. Necesidades de Capacitación**

Galván (2017) Los problemas que se observan en las empresas pueden ser diversos.

Normalmente no se deben necesariamente a la falta de capacitación y, por lo tanto, no son solucionables por esta última. Pero sin embargo según los avances tecnológicos que se van presentando al transcurrir el tiempo, se considera parte esencial en el desarrollo de una empresa, la capacitación a los colaboradores de la organización. Para

poder así están enmarcados en el nivel de las demás organizaciones y el nivel competitivo empresarial.

La capacitación es una necesidad en el desarrollo de las tareas que se encomiendan en una empresa y está definida por los siguientes indicadores:

**Desempeño Laboral:** El desempeño laboral es la forma en como el colaborador efectúa las labores encomendadas, teniendo en cuenta el cumplimiento de los objetivos y metas trazadas de la empresa. Los principios fundamentales que priman la evaluación del desempeño laboral son los siguientes: La trayectoria profesional que tiene cada trabajador en la empresa, la relación que existe con las características del puesto en el que se desempeña y que se pretende evaluar además de establecer la finalidad del estudio, por qué se está realizando el estudio. El desempeño laboral es de suma importancia pues va a permitir conocer el nivel de conocimiento y desempeño de los colaboradores. Galván (2017).

**Enfoque Correctivo:** De acuerdo a las labores que desempeñan los colaboradores en la empresa la capacitación es necesaria para poder corregir los errores que se presentan en la ejecución de las labores. Este enfoque es de suma importancia para poder subsanar y corregir todas las malas acciones que van en contra del logro de los objetivos institucionales.

**Enfoque Prospectivo:** El avance tecnológico y las nuevas herramientas innovadoras que se presentan en el mercado laboral son parte fundamental en el desarrollo profesional y personal de los colaboradores, es por ello que la capacitación que se brinda debe de ser bajo este enfoque, que los conocimientos que se adquieren sean de uso futuro y que van tener relevancia en el desarrollo de sus funciones.

Por lo tanto se hace necesario, mirar detalladamente, examinar, y conocer el tipo de problema que existe y si es necesaria una capacitación en el área o en el ámbito en la

cual se desempeñan los colaboradores. Al ordenar los contenidos, en la siguiente lista se establecen tres categorías de problemas que están relacionados con lo que se llama las 3 C.

### **2.2.2. Mejora Continua**

León, Rivera & Nariño (2010). Se define como una mayor conciencia por parte de los empresarios de que el logro de la eficiencia, la eficacia y en general el cumplimiento de la misión dependen del estado de sus procesos, y el recurso humano, por lo que su mejora se ha convertido en una de “buenas prácticas empresariales.

#### **2.2.2.1 Filosofía del modelo de Justo a Tiempo de mejora continua**

Mendoza (2013) el justo a tiempo es visto como un conglomerado de diferentes acciones que se desarrollan de manera ordenada secuencialmente, en busca de una producción de alto volumen. Las organizaciones siempre están dispuestas a presentar nuevos diseños de productos para el mercado. La necesidad del mercado es generada por el consumidor, es en este momento que las nuevas unidades de artículos deben llegar al mercado a tiempo, con el menor número de errores, o error cero.

El Justo a Tiempo es un modelo de la mejora continua, las personas que se desarrollan en este campo tienen virtudes, valores y principios que garantizan respuesta rápida a los consumidores, además genera disminución de costos y respuesta rápida. (Mendoza, 2013)

El Justo a Tiempo viene a ser más que una simple planeación y control de las acciones sistematizadas que representan los procesos de producción, para satisfacer al cliente, lo cual se apoya en dos grandes estrategias básicas: La primera estrategia está referida a: Eliminar las actividades innecesarias o llamadas fuentes de despilfarro. La

segunda estrategia se refiere a: Fabricar estrictamente lo que se necesita en el momento, con la mejor calidad que satisfaga al cliente.

Mendoza (2013) se refirió a la filosofía del modelo de Justo a tiempo de la mejora continua, como aquel utilizado por diversidad de organizaciones que se dedican al servicio y con aquellas que realizan la transformación, donde la principal característica es la de añadir valor, mediante la sistematización del desarrollo del proceso, generando un nuevo producto o servicio en el que el cliente definitivamente visualizará la utilidad. El modelo justo a tiempo centraliza todos sus esfuerzos en encontrar el mecanismo que le permita desarrollar mejoras de todo tipo de proceso, por ello la gran importancia de la filosofía del Justo a Tiempo, llevada a ser implementada con gran garantía y éxito en las empresas de servicio que determinan emplear y aplicar este modelo, la filosofía del Justo a tiempo para las empresas de servicio se centran en:

1. **Sincronización y equilibrio**:- El modelo Justo a Tiempo para la mejora continua, en la sincronización y equilibrio se refiere a la manera en que la operación y la entrega al consumidor se cumpla en el tiempo indicado, evitando de esta manera que el cliente decida no aceptar retrasos y por ende busque otras alternativas.

2. **Flexibilidad**. El modelo Justo a Tiempo, exige a todas las empresas y productoras de servicios, en el desarrollo de las actividades orientadas al cliente, las organizaciones deben presentar el servicio en el tiempo requerido de manera instantánea y debidamente a las exigencias planteadas por el cliente, se evita en todo momento que el cliente tome determinaciones que no se ajuste a los intereses de las empresas.

3. **El respeto a la persona**. La filosofía Justo a Tiempo considera a los trabajadores de las organizaciones como el principal y mayor capital y valor de la organización, las invita permanentemente a que saquen el mejor provecho de sus

habilidades, capacidades y sus destrezas, y a que nunca dejen de incrementar y desarrollar su conocimiento. Dicho valor de cada uno de los clientes internos incrementa su protagonismo en la organización cuando el servicio que se brinda al cliente externo es de calidad, el cual depende exclusivamente de la pericia y la habilidad que los trabajadores impriman en el desenvolvimiento de sus tareas.

4. **Limpieza y organización.-** Como en toda organización cualquiera sea su naturaleza, es vital la limpieza y la organización, las empresas de servicio y transformadores de productos, en sus centros de trabajo influye mucho la limpieza en el desarrollo de sus actividades, cada cosa en su lugar, todo lo que representa orden garantiza el aprovechamiento de espacios, tiempo, y se hacen bien las cosas a la primera. Todo ello en definitiva hace que los clientes externos se generen la imagen que esperan y perciban que el servicio y el producto es de calidad, recibiendo calidad de servicio y atención.

5. **Programación de la demanda.-** Los clientes externos orientan la demanda de una organización, son ellos los que guían la naturaleza del consumo del servicio, las empresas dan atención preferencial al cliente, evitan que un cliente se sienta incomodo en la empresa, por ello desarrollan las mejores actitudes y aptitudes para atender al cliente, convirtiéndose en una persona bien informada, y desde la entrevista asegurar la concretización de la venta, incrementando los volúmenes de producción.

#### **2.2.2.2 Principios del modelo Kaizen de Mejora Continua**

Flores (2017) indicó que las organizaciones que se han involucrado en el método Kaizen, están en la mejora continua, desarrollan acciones dirigidas a la atención por excelencia a los clientes satisfaciendo sus necesidades de forma continua. En el mundo empresarial el Kaizen es considerado para realizar cambios en todos los campos de la organización, de acuerdo a la estructura de cada una de ellas, el Kaizen se aplica a las

pequeñas, medianas y grandes empresas. La aplicación del Kaizen exige la participación de principios de los cuales los clientes internos deben saber dar respuesta, para la mejor imagen de la organización, siendo estos principios los siguientes:

**1. Concentración de los clientes.** Los clientes son el principal eje para la organización por ello los trabajadores desarrollan sus actividades de lo mejor en el lugar que están y buscan el error cero.

**2. Reconocer los problemas.** Los procesos sistematizados en algunos casos enfrentan problemas, para que la solución sea más llevadera, es importante que los integrantes tengan conocimiento para que sumen en la solución con la rapidez que exige el mercado. De esta manera no se afecta la atención de los clientes piezas fundamental de la organización.

**3. Promover la apertura.** En muchos casos al interior de la organización existen problemas o barreras que frenan la interrelación entre los integrantes, ello afecta los resultados y la producción. Tener un buen liderazgo garantiza que los conflictos se superen, no afectando la atención oportuna de servicios o productos a los clientes.

**4. La Autodisciplina.** El mejor camino para llegar de la mejor manera al cliente, es que cada uno de los integrantes de la organización, tengan autodomínio de sus actitudes. Resulta fundamental la capacidad integradora por parte de la gerencia o quien haga sus veces, esta fuerza interna genera ante el cliente una excelente imagen, cuando es tratado con respeto, le muestran empatía.

**5. La Información.** Todas las empresas dan oportunidad a su personal de desarrollarse, bien en lo que hace o multifuncional, les dan opciones de sobresalir e incrementar sus habilidades, todo se visualiza en la atención al cliente de inicio de la venta hasta la concretización de ella.



### **III. HIPÓTESIS**

Según Fernández Sampieri (2012), “las investigaciones de tipo descriptivas no considera establecer hipótesis”; por tanto esta investigación no requiere establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática de las variables Capacitación y Mejora Continua en las MYPE rubro imprentas de Piura.

## **IV. METODOLOGIA**

### **1. Diseño de la Investigación**

Se trata de una investigación de tipo cuantitativo, según los diseños que están hechos para describir con mayor precisión y fidelidad posible, una realidad empresarial o un mercado (Hernández, Fernández, & Baptista, 2016). Indico que la investigación de tipo cuantitativo requiere de información para obtener los resultados. En el caso de esta investigación se está buscando encontrar las caracterizar la capacitación y mejora continua en las MYPE rubro imprentas de la cuadra 5 de la calle Cuzco de Piura, Año 2017.

Por el nivel de investigación el presente estudio reúne las condiciones metodológicas de una investigación descriptiva ya que para la recolección de datos y la presentación de los resultados. Las características se describen tal como se encuentran.

El diseño de la investigación es no experimental, porque no se efectúa manipulación intencional alguna de las variables.

Además es una investigación de corte transversal, ya que el recojo de datos se dará en un solo momento.

## Población y Muestra

### Población

Para la variable **capacitación** es finita con 20 trabajadores. Según Linares (2016) cuando una población es menor de 50 la variable no requiere formula.

**Cuadro 1. Relación de MYPE**

ítem	Nombre	Dirección	N° Trabajadores
01	Gráficos Xpress Piura	Calle Cuzco 536	3
02	Grafimaster EIRL	Calle Cuzco 524	3
03	Marife	Calle Cuzco 560	5
04	Serigrafía Olavarría	Calle Cuzco 589	5
05	Imprenta Valverde	Calle cuzco 502	4
<b>TOTAL</b>			<b>20</b>

Para la variable **Mejora Continua** la población es infinita hacia los clientes.

### Muestra

La muestra para este estudio es de 05 MYPES dedicadas al rubro de impresos ubicados en la Cuadra 5 de la calle Cuzco en la Ciudad de Piura.

V<sub>1</sub>. Capacitación.- Para determinar la muestra de esta variable se tomará como muestra a los trabajadores (20 trabajadores) de las 05 Mypes y utilizando la muestra finita nos indica aplicar el instrumento de reajo de información (encuesta) a trabajadores. Donde N= n.

V<sub>2</sub>. Mejora Continua.- Para determinar la muestra de esta variable se tomará como muestra a los clientes de las 05 Mypes y utilizando la muestra infinita nos indica aplicar el instrumento de reajo de información (encuesta) a 384 clientes.

Utilizando la siguiente formula:

$$n = \frac{Z_a^2 \times p \times q}{d^2}$$

Donde:

N = Proporción de personas

$Z^2$  = Grado de confiabilidad (1.96)

p = Probabilidad de concurrencia (50%)

q = Probabilidad de no concurrencia (50%)

Siendo de allí que tenemos como resultante de la muestra:

n = Población

Z = Desviación estándar de confianza 95% representada en 1.960

p – q = variabilidad positiva y negativa 50%

$e^2$  = error máximo de 5%

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3.8455 * 0.5 * 0.5}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384$$

## 2. Definición y Operacionalización de Variables

**Cuadro 2. Matriz de Definición y de Operacionalización**

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicador	Definición operacional	Escala	Fuente
<b>Capacitación</b>	Se define como un proceso de educación a un corto plazo, y se aplica de una manera organizada y sistemática, por el cual las personas aprenden conocimientos, actitudes y habilidades, en función a objetivos específicos. (Chiavenato, 2017)	<b>Tipos</b>	Formal	La dimensión tipos se medirá con sus indicadores: Formal e informal. Con la técnica encuesta y el instrumento cuestionario.	Nominal	Trabajador
			Informal		Nominal	Trabajador
		<b>Necesidades</b>	Desempeño laboral	La dimensión necesidades se medirá con sus indicadores: desempeño laboral, enfoque correctivo, y prospectivo. Con la técnica encuesta y el instrumento cuestionario.	Nominal	Trabajador
			Enfoque correctivo		Nominal	Trabajador
			Enfoque prospectivo		Nominal	Trabajador
		<b>Mejora Continua</b>	Se define como el enfoque permanente de mejorar los procesos operativos, basándose en la revisión continua de los problemas, la minimización de costos y otros factores que exigen la	<b>Filosofía del Justo a Tiempo</b>	Sincronización y equilibrio	La dimensión Filosofía del Justo a Tiempo se medirá con sus indicadores: sincronización y equilibrio, flexibilidad, respeto a la persona, limpieza y organización y demanda. Con
Flexibilidad	Nominal				Cliente	
Respeto a la persona	Nominal				Cliente	

<p>necesidad de contar con sistemas eficientes de producción, el manejo del tiempo en sus diferentes componentes, de manera que el ciclo de producción, disminuya con la filosofía de justo a tiempo. Asegurando la aplicación de estrategias de manera individual y colectiva teniendo como eje los principios de la técnica del Kaisen logrando mejor la producción de servicios.</p>		Limpieza y organización	la técnica encuesta y el instrumento cuestionario.	Nominal	Cliente
		Demanda		Nominal	Cliente
	<b>Principios del Kaizen</b>	Concretización de los clientes	La dimensión principios del Kaizen se medirá con sus indicadores: concretización de los clientes, reconocer los problemas, autodisciplina, promover la apertura e información. Con la técnica encuesta y el instrumento cuestionario.	Nominal	Cliente
		Reconocer los problemas		Nominal	Cliente
		Autodisciplina		Nominal	Cliente
		Promover la apertura		Nominal	Cliente
		Información		Nominal	Cliente

## **1. Técnicas e instrumentos de Recolección de Datos**

### **1. Técnicas**

La técnica utilizada en la presente investigación es la revisión bibliográfica desarrollada en el marco teórico, en donde se ha plasmado los contenidos necesarios para el desarrollo de la investigación; la observación al momento de la aplicación de la encuesta a los trabajadores y clientes.

La base fundamental para la elaboración de preguntas fue el marco conceptual de las dimensiones y sus variables que estén relacionadas con las MYPEs objeto de investigación.

Las preguntas fueron puestas a consideración de experto de juicio para su validación en número de dos expertos.

#### **4.4.2.- Instrumentos**

**Encuesta:** La encuesta fue elaborada a partir de los conceptos desarrollados en el marco teórico además teniendo en cuenta la matriz de consistencia presentada tomando de referencia las dimensiones y los indicadores respectivos. Las encuestas serán aplicadas a 20 trabajadores y 384 clientes para obtener información sobre los objetivos planteados de investigación.

La aplicación de la encuesta a los clientes

#### **4.5. Plan de Análisis**

Para el recojo de datos se realizaron coordinaciones con los representantes de las MYPE del rubro Imprentas, para obtener la autorización de poder contactar con

los trabajadores y clientes para aplicarles los cuestionarios, los cuales estarán debidamente validados por el juicio de dos expertos. El presente estudio de investigación realiza un plan de análisis posterior a la recopilación de los datos, según la tabulación y presentación mediante tablas y gráficos, dichos resultados responden a los objetivos de investigación. Se empleará estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se empleará el programa Excel y programas estadísticos.

## 2. Matriz de Consistencia

Cuadro 3. Matriz de Consistencia

Matriz de consistencia								
Título	Problema General	Objetivos General	Objetivos Específicos	Variable	Dimensiones	Indicadores	Metodología	
Caracterización de la capacitación y mejora continua de las mypes, rubro imprentas, de la cuadra 5 de la calle cuzco Piura, año 2017.	¿Cuáles son las características de las capacitación y mejora continua de las MYPES, Rubro Imprentas, de la Cuadra 5 de la Calle Cuzco Piura, Año 2017?	Determinar las principales características de capacitación y mejora continua de las imprentas ubicadas en la cuadra 5 de la calle Cuzco de la ciudad de Piura en el año 2017	Describir los principales tipos de capacitación de las Imprentas ubicadas en la cuadra 5 de la calle Cuzco de la ciudad de Piura en el año 2017	Capacitación	Tipos	Formal	Tipo = cuantitativo	
							Nivel = Descriptivo	
							Informal	Diseño= No Experimental
			Describir las necesidades de capacitación en las imprentas ubicadas en la cuadra 5 de la calle Cuzco en la Ciudad de Piura en el año 2017		Necesidades	Desempeño laboral	De corte Transversal	
						Enfoque correctivo	Población finita para capacitación	

						Enfoque prospectivo	
		Identificar la filosofía Justo a Tiempo de las imprentas ubicadas en la cuadra 5 de la Calle Cusco de la Ciudad de Piura, 2017	Mejora continua	Filosofía del Justo a Tiempo	Sincronización y equilibrio	Población infinita Mejora continua	
					Flexibilidad		
					Respeto a la persona	Muestra 20 para capacitación	
					Limpieza y organización		
					Demanda		
		Identificar los principios del modelo Kaizen aplicados en las imprentas ubicadas en la cuadra 5 de la Calle Cuzco de la Ciudad de Piura, 2017		Principios del Kaizen	Concretización de los clientes	Muestra 384 para mejora continua	
					Reconocer los problemas		
					Autodisciplina	Técnica la encuesta	
					Promover la apertura		
					Información	Instrumento el cuestionario	

#### **4.7. Principios Éticos**

Este trabajo de investigación se realizó con total transparencia al momento de realizar la recolección de datos de la población en estudio; además se puso énfasis en la autenticidad de los resultados obtenidos, la confidencialidad de las encuestas aplicadas fue de estricto carácter y honestidad al momento de realizar los análisis. Además se respetaron los derechos del autor que se han mencionado. (Uladech, 2016)

## V. RESULTADOS

### 5.1.- Resultados

#### VARIABLE: CAPACITACION

Tabla 1. ¿LA EMPRESA PROGRAMA CAPACITACIONES?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	15	75
NO	5	25
<b>TOTAL</b>	20	100

Fuente: Encuesta  
Elaboración Propia

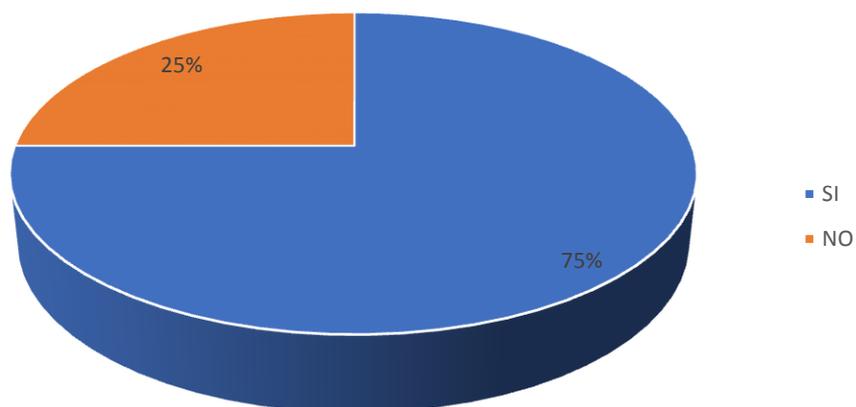


Figura 1: Gráfico circular que representa ¿la empresa programa capacitaciones?

En la Tabla 01 y Figura 1, se observa que el 75% conoce que la empresa programa capacitaciones, mientras que el 25% responde que no se programa capacitación en la empresa.

**Tabla 2. ¿USTED RECIBE ORIENTACION PARA REALIZAR SUS LABORES?**

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>SI</b>	16	80
<b>NO</b>	4	20
<b>TOTAL</b>	20	100

**Fuente:** Encuesta  
Elaboración Propia

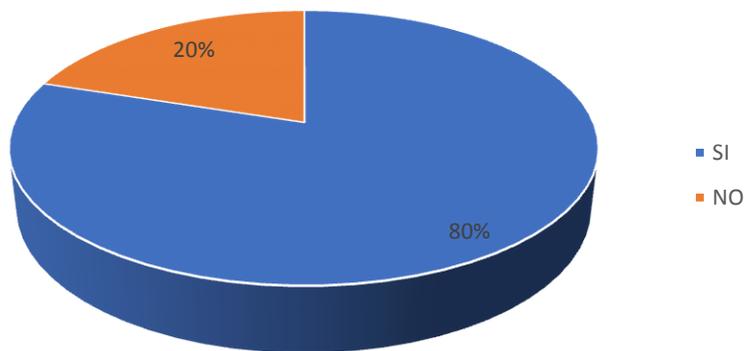


Figura 2: Gráfico circular que representa ¿Usted recibe orientación para realizar sus labores?

En la Tabla 02 y Figura 2, se observa que el 80% recibe orientación para realizar sus labores, mientras que el 20% responde que no es así.

**Tabla 3. ¿LA CAPACITACION QUE RECIBE ES DE ACUERDO A LAS LABORES QUE DESEMPEÑA?**

<b>CATEGORIA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	16	80
<b>NO</b>	4	20
<b>TOTAL</b>	20	100

**Fuente:** Encuesta  
Elaboración Propia

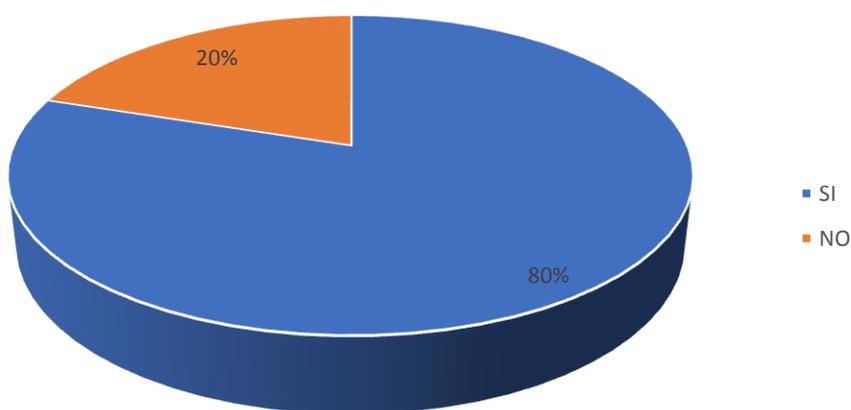


Figura 3: Gráfico circular que representa ¿la capacitación que recibe es de acuerdo a las labores que desempeña?

En la Tabla 03 y Figura 3, se observa que el 80% considera que si recibe capacitación de acuerdo a las labores que desempeña mientras que el 20% dice que no recibe.

**Tabla 4. ¿CREE QUE LA CAPACITACION ES UNA NECESIDAD EN EL TRABAJO?**

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	17	85
NO	3	15
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta  
Elaboración Propia

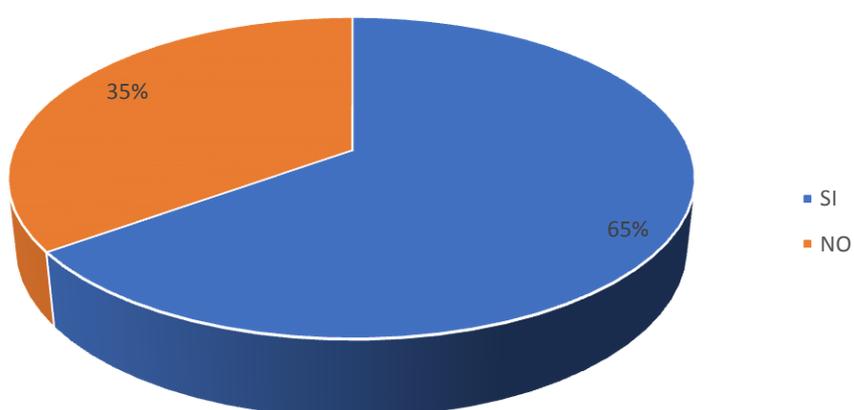


Figura 4: Gráfico circular que representa ¿cree que la capacitación es una necesidad en el trabajo?

En la Tabla 04 y Figura 4, se observa que el 85% cree que la capacitación es una necesidad para el trabajo, mientras que el 15% considera que no es una necesidad en el trabajo.

**Tabla 5. ¿CREE QUE CON LA CAPACITACION QUE RECIBE LOGRARA DESARROLLAR MEJOR TRABAJO?**

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	15	75
NO	5	25
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta  
Elaboración Propia

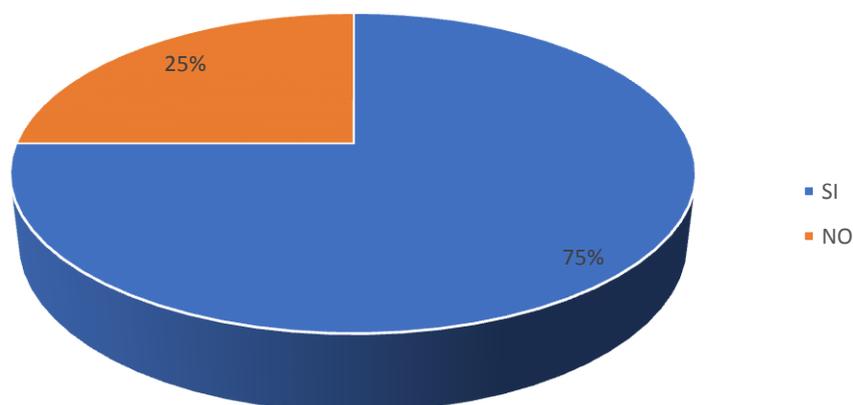


Figura 5: Gráfico circular que representa ¿cree que con la capacitación que recibe lograra desarrollar mejor trabajo?

En la Tabla 05 y Figura 5, se observa que el 75% la capacitación que recibe cubre sus expectativas, mientras que el 20% no cubre sus expectativas y el 10% a veces.

**Tabla 6. ¿CUANDO SE PRESENTAN PROBLEMAS EN EL TRABAJO, RECIBE CAPACITACION?**

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	13	65
NO	7	35
TOTAL	20	100

**Fuente:** Encuesta  
Elaboración Propia

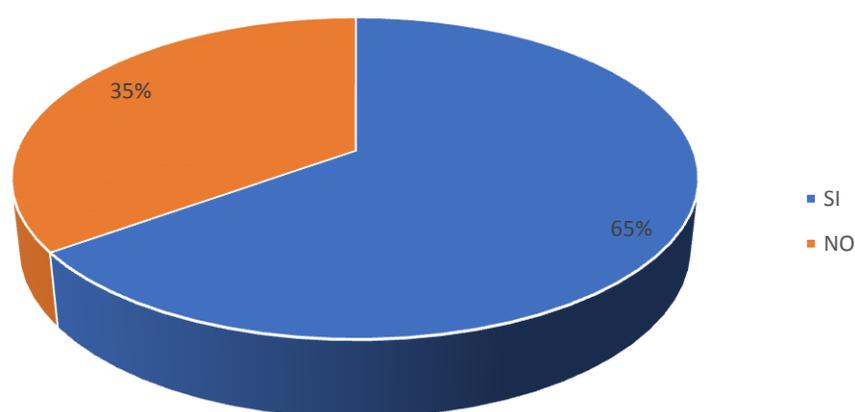


Figura 6: Gráfico circular que representa ¿Cuándo se presentan problemas en el trabajo, recibe capacitación?

En la Tabla 06 y Figura 6, se observa que el 65% de los encuestados responden que cuando se presentan problemas en sus labores estos reciben capacitación para poder resolverlos de manera inmediata, mientras que el 35% considera que no es así.

**Tabla 7. ¿CUANDO RECIBE UNA CAPACITACION, ESTA CUBRE SUS EXPECTATIVAS FUTURAS?**

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	16	80
NO	4	20
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta  
Elaboración Propia

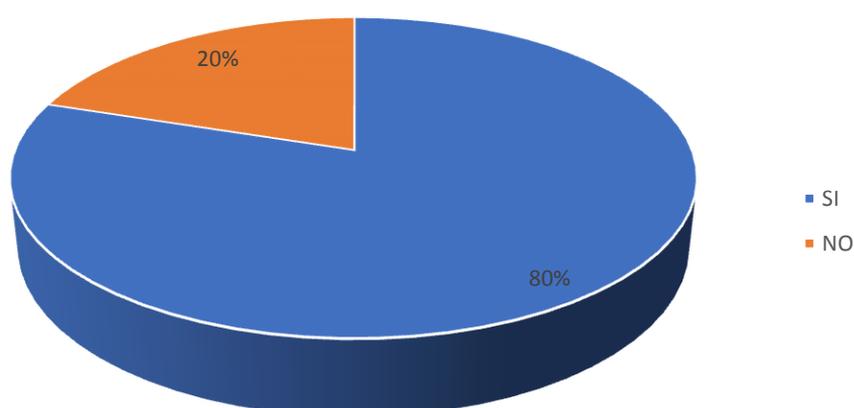


Figura 7: Gráfico circular que representa ¿cuándo recibe una capacitación, esta cubre sus expectativas futuras?

En la Tabla 07 y Figura 7, se observa que el 80% responden que las capacitaciones que reciben cubren sus expectativas futuras y que les son de ayuda para poder desempeñar sus funciones, mientras que el 20% considera que no es así.

**Tabla 8. ¿LAS CAPACITACIONES QUE RECIBE VAN DE ACUERDO A LOS AVANCES TECNOLOGICOS?**

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	13	65
NO	7	35
TOTAL	20	100

**Fuente:** Encuesta  
Elaboración Propia

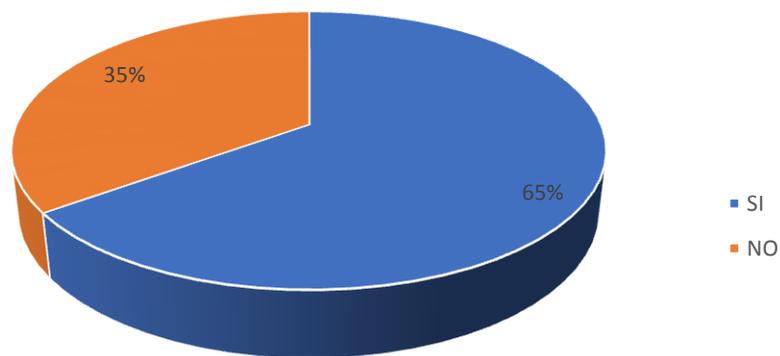


Figura 8: Gráfico circular que representa ¿las capacitaciones que recibe van de acuerdo a los avances tecnológicos?

En la Tabla 08 y Figura 8, se observa que el 65% consideran que las capacitaciones que reciben van de acuerdo a los avances tecnológicos e innovaciones actuales, mientras que el 35% consideran que no es así.

**VARIABLE: MEJORA CONTINUA**

**Tabla 9. ¿LA MYPE LE ENTREGA SU PEDIDO DE IMPRESOS EN LA FECHA ACORDADA?**

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	367	96
NO	17	4
TOTAL	384	100

**Fuente:** Encuesta  
Elaboración Propia

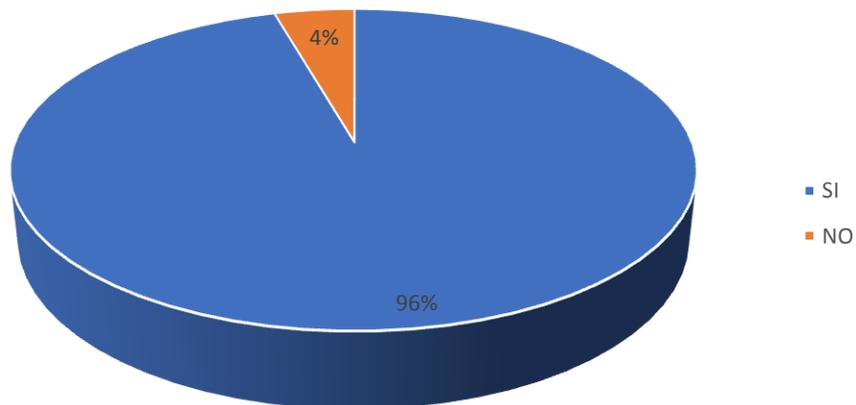


Figura 9: Gráfico circular que representa ¿La MYPE le entrega su pedido de impresos en la fecha acordada?

En la Tabla 09 y Figura 9, se observa que el 96% de los clientes encuestados responden que la MYPE entrega su pedido de impresos en la fecha acordada, mientras que el 4% responde lo contrario.

**Tabla 10. ¿ALGUNA VEZ LA MYPE LE HA REALIZADO UN SERVICIO DE IMPRESIÓN PARA EL MISMO DÍA?**

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	350	91
NO	34	9
TOTAL	384	100

**Fuente:** Encuesta  
Elaboración Propia

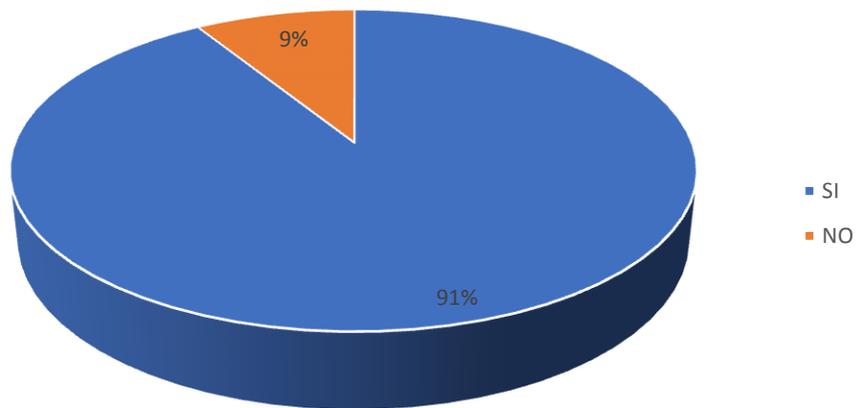


Figura 10: Gráfico circular que representa ¿Alguna vez la MYPE le ha realizado un servicio de impresión para el mismo día?

En la Tabla 10 y Figura 10, se observa que el 91% de los clientes encuestados responde que en la MYPE si han recibido un servicio de impresión para el mismo día, sin embargo el 9% responde que no es así.

**Tabla 11. ¿EN LA MYPE ES USTED TRATADO CON RESPETO Y CORDIALIDAD?**

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	320	83
NO	64	17
TOTAL	384	100

**Fuente:** Encuesta  
Elaboración Propia

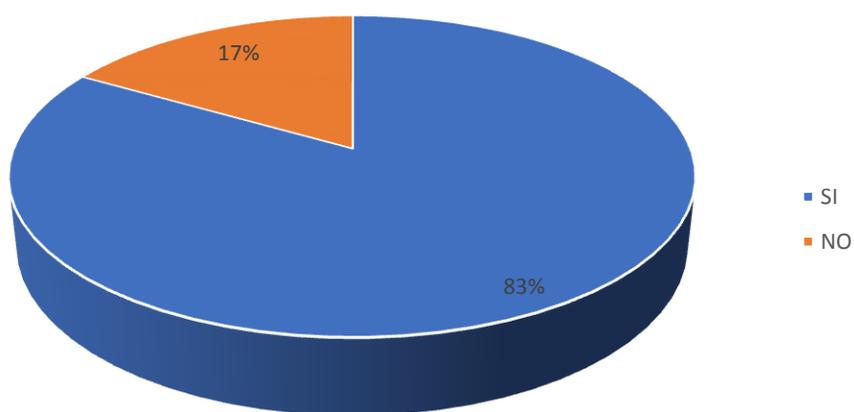


Figura 11: Gráfico circular que representa ¿En la MYPE es usted tratado con respeto y cordialidad?

En la Tabla 11 y Figura 11, se observa que el 83% de los clientes encuestados han sido tratados con respeto y cordialidad en la MYPE, mientras que el 17% responden lo contrario.

**Tabla 12. ¿LA LIMPIEZA Y LA ORGANIZACIÓN PRIMA PARA EL SERVICIO DE CALIDAD QUE LE BRINDAN?**

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	370	96
NO	14	4
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta  
**Elaboración Propia**

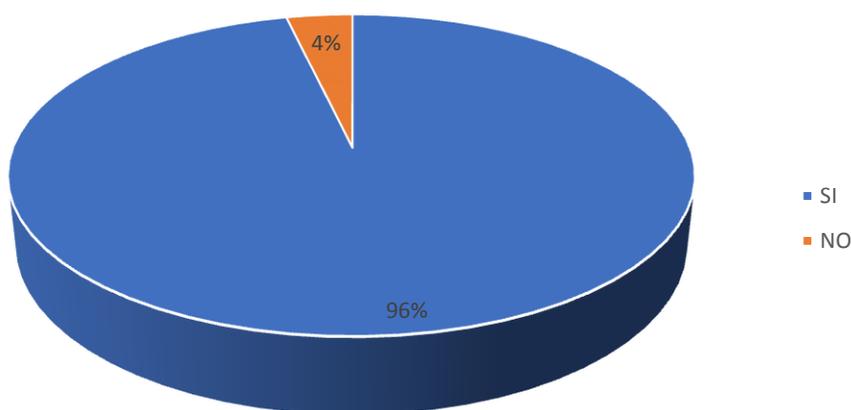


Figura 12: Gráfico circular que representa ¿La limpieza y la organización prima para el servicio de calidad que le brindan?

En la Tabla 12 y Figura 12, se observa que el 96% de los clientes encuestados consideran que la limpieza y la organización prima para el servicio que le brindan, mientras que el 4% consideran que no es así.

**Tabla 13. ¿CONSIDERA USTED QUE LA MYPE ATIENDE ADECUADAMENTE  
LOS PEDIDOS DE IMPRESOS?**

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	310	81
NO	74	19
TOTAL	384	100

**Fuente:** Encuesta  
Elaboración Propia

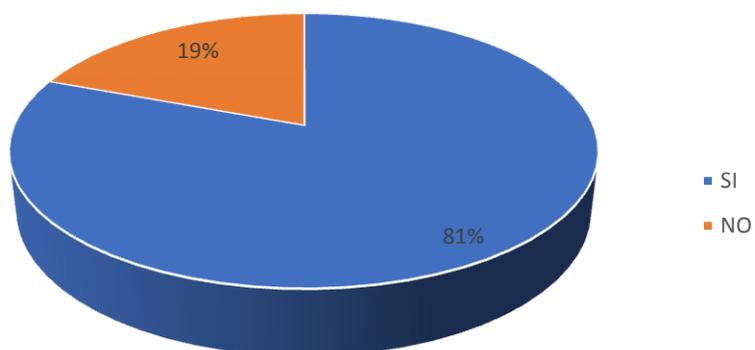


Figura 13: Gráfico circular que representa ¿Considera usted que la MYPE atiende adecuadamente los pedidos de impresos?

En la Tabla 13 y Figura 13, se observa que el 81% de los clientes encuestados consideran que la MYPE atiende adecuadamente los pedidos de impresos, mientras que el 19% consideran que no es así.

**Tabla 14. ¿LOS IMPRESOS LE SON ENTREGADOS DE ACUERDO A SU REQUERIMIENTO?**

<b>CATEGORIA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	374	97
<b>NO</b>	10	3
<b>TOTAL</b>	384	100

**Fuente:** Encuesta  
Elaboración Propia

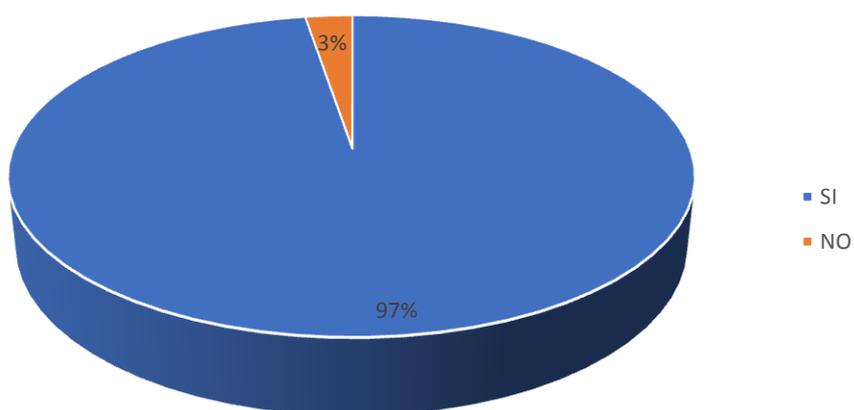


Figura 14: Gráfico circular que representa ¿Los impresos le son entregados de acuerdo a su requerimiento?

En la Tabla 14 y Figura 14, se observa que el 97% de los clientes encuestados responden que los impresos le son entregados de acuerdo a su requerimiento, mientras que el 3% consideran que no es así.

**Tabla 15. ¿ANTE LA AUSENCIA DE UN TRABAJADOR DE TALLER SE HA VISTO RETRASADO SU PEDIDO?**

<b>CATEGORIA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	360	94
<b>NO</b>	24	6
<b>TOTAL</b>	384	100

**Fuente:** Encuesta  
Elaboración Propia

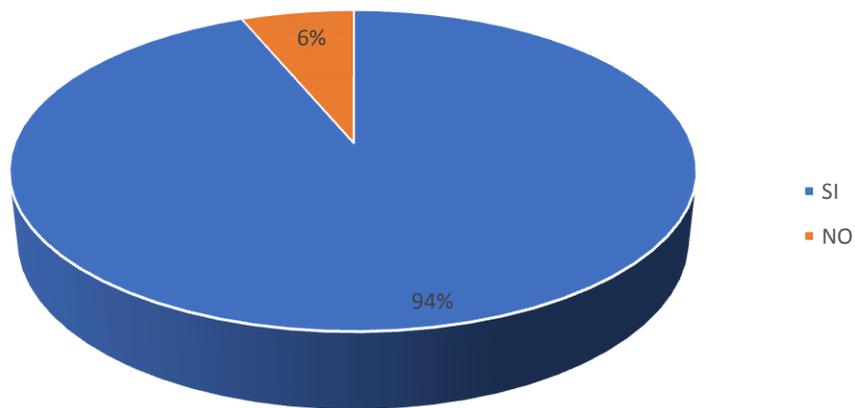


Figura 15: Gráfico circular que representa ¿Ante la ausencia de un trabajador de taller se ha visto retrasado su pedido?

En la Tabla 15 y Figura 15, se observa que el 94% de los clientes encuestados responden que ante la ausencia de un trabajador de taller se vio retrasado su pedido, mientras que el 6% responde que no es así.

**Tabla 16. ¿EL GERENTE DE LA MYPE ES UN BUEN LÍDER?**

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>SI</b>	325	85
<b>NO</b>	59	15
<b>TOTAL</b>	384	100

**Fuente:** Encuesta  
Elaboración Propia

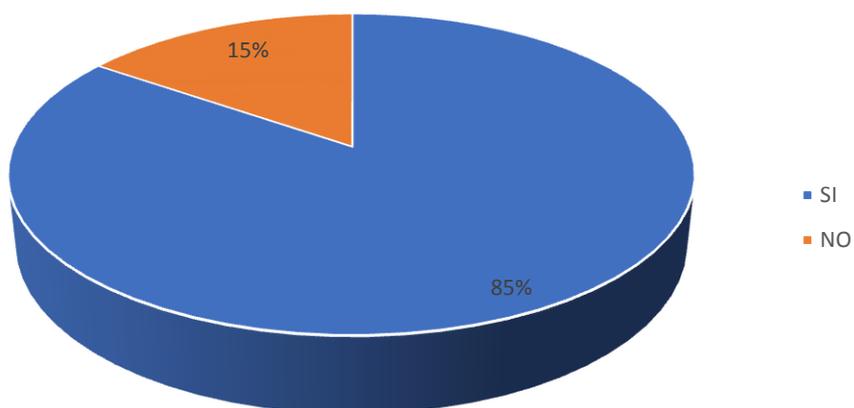


Figura 16: Gráfico circular que representa ¿El gerente de la MYPE es un buen líder?

En la Tabla 16 y Figura 16, se observa que el 85% de los clientes encuestados consideran que el gerente de a MYPE es un buen lider, mientras que el 15% consideran que no es así.

**Tabla 17. ¿NOTA SI EL COLABORADOR LE DA UN TRATO CORDIAL Y RESPETUOSO?**

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	342	89
NO	42	11
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta  
Elaboración Propia

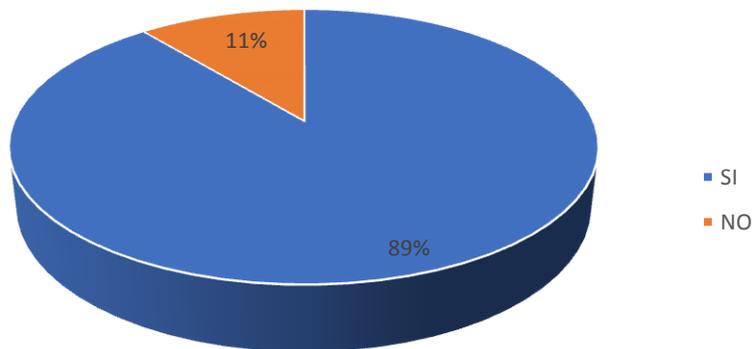


Figura 17: Gráfico circular que representa ¿Nota si el colaborador le da un trato cordial y respetuoso?

En la Tabla 17 y Figura 17, se observa que el 89% de los clientes encuestados responde que nota que el colaborador le da un trato cordial y respetuoso, mientras que el 11% consideran que no es así.

**Tabla 18. ¿LOS COLABORADORES LE INFORMAN SOBRE LOS PRODUCTOS QUE LA MYPE OFRECE?**

<b>CATEGORIA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	355	92
<b>NO</b>	29	8
<b>TOTAL</b>	384	100

**Fuente:** Encuesta  
**Elaboración Propia**

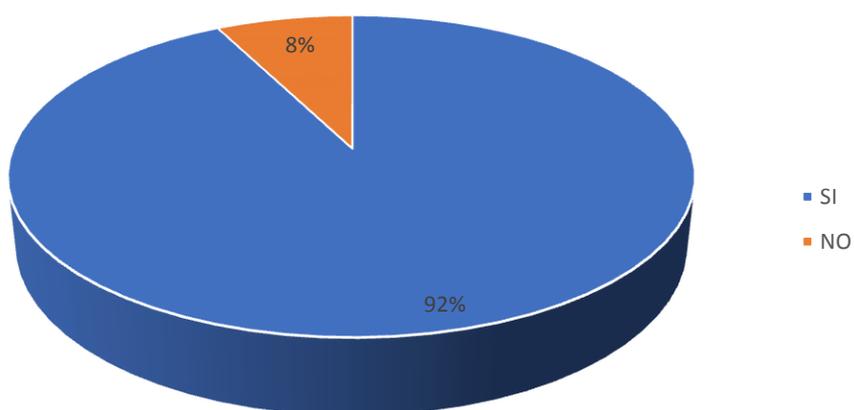


Figura 18: ¿Los colaboradores le informan sobre los productos que la MYPE ofrece?

En la Tabla 18 y Figura 18, se observa que el 92% de los clientes encuestados responden que los colaboradores le informan sobre los productos que la Mype ofrece, mientras que el 8% responden que no es así.

## 5.2. Análisis de Resultados

### CAPACITACIÓN

En la **tabla N° 1** al consultarle a los trabajadores sobre si ¿La empresa programa capacitaciones? El 75% de los encuestados respondieron que la empresa a la que brindan sus servicios si programan capacitaciones. Siendo respaldado por Bartra (2017) quien concluye que en su investigación el personal si es capacitado y que además la capacitación es considerada como una inversión, siendo estas programadas adecuadamente.

En la **tabla N° 2** en donde se les consulta a los trabajadores si reciben orientación para realizar sus labores, el 80% de los encuestados respondieron que si reciben orientación al momento que ingresan a realizar sus labores, les brindan las indicaciones necesarias de acuerdo a las labores específicas que van a realizar. Siendo respaldado por Viera (2017) que concluye que con respecto a la capacitación que emplean las MYPE del rubro de imprentas son instrucciones y guías para que puedan realizar su trabajo.

En la **tabla N° 3** al consultar a los trabajadores si la capacitación que reciben es de acuerdo a las labores que desempeñan, el 80% de los encuestados responden que así es, las capacitaciones que reciben van de acuerdo a las tareas que desarrollan en la empresa. Siendo respaldado con la investigación de Díaz (2016) en donde concluye que el 100,0% de sus encuestados considera que la capacitación al personal

mejora la rentabilidad de la empresa, además eleva la eficiencia en las labores que desarrollan en la empresa y mejora la calidad del producto.

En la **tabla N° 4** al preguntar a los trabajadores si creen que la capacitación es una necesidad en el trabajo el 85% de los encuestados respondieron que así lo consideran porque es la capacitación una herramienta de gran importancia en el desempeño eficaz de las labores que realizan. Teniendo como soporte la investigación de Caycho (2017) que en su investigación concluye que el 71,43% de sus encuestados señalan que la capacitación mejora la competitividad.

En la **tabla N° 5** a la pregunta ¿cree que con la capacitación que recibe lograra desarrollar un mejor trabajo? El 75% de los trabajadores encuestados respondieron que consideran que así es, que la capacitación que reciben les permite desarrollar un mejor trabajo, que les permite ser competitivos en el mercado laboral existente. Siendo este resultado respaldado por Fernández (2018) quien en su investigación concluye que la capacitación a los trabajadores permite que el servicio que brindan es competitivo.

En la **tabla N° 6** a la interrogante ¿cuándo se presentan problemas en el trabajo, recibe capacitación? El 65% de los encuestados respondieron que si reciben capacitación cuando se presenta algún problema o situación en el trabajo, que la gerencia o administración al tener conocimiento sobre los problemas presentados de inmediato contactan a especialistas para poder resolver las situaciones además de brindar la capacitación respectiva y no se vuelvan a presentar problemas.

En la **tabla N° 7** en donde se pregunta ¿cuándo recibe una capacitación, esta cubre sus expectativas futuras? El 80% de los trabajadores encuestados respondieron que así es.

En la **tabla N° 8** al ser consultados los trabajadores sobre si las capacitaciones que reciben van de acuerdo a los avances tecnológicos, el 65% responden que así es, que las capacitaciones son adecuadas y que además están orientadas a los avances tecnológicos, a diferencia de 35% que consideran que no es así.

## **MEJORA CONTINUA**

En la **tabla N° 9** al formular la pregunta a los clientes sobre ¿La MYPE le entrega su pedido de impresos en la fecha acordada? El 96% de los encuestados respondió que sí, a diferencia del 4% que respondió que no es así. Respaldo por Mendoza (2013) que considera que justo a tiempo es visto como un conglomerado de diferentes acciones que se desarrollan de manera ordenada secuencialmente, en busca de una producción de alto volumen.

En la **tabla N° 10** al consultar ¿Alguna vez la MYPE le ha realizado un servicio de impresión para el mismo día? el 91% de los encuestados respondieron que si han recibido un servicio de impresión para el mismo día, sin embargo el 9% responde que no es así.

En la **tabla N 11** formulada la pregunta ¿En la MYPE es usted tratado con respeto y cordialidad? El 83% de los clientes encuestados respondieron que si fueron tratados con respeto y cordialidad, sin embargo 17% responde lo contrario.

En la **tabla N° 12** a la pregunta ¿La limpieza y la organización prima para el servicio de calidad que le brindan?, el 96% contestaron que la limpieza y la organización prima para el servicio de calidad que le brindan. Respaldo por Morales 2013) quien detalla que la limpieza y organización como en toda organización cualquiera sea su naturaleza, es vital la limpieza y la organización, las empresas de servicio y transformadores de productos, en sus centros de trabajo influye mucho la limpieza en el desarrollo de sus actividades, cada cosa en su lugar, todo lo que representa orden garantiza el aprovechamiento de espacios, tiempo, y se hacen bien las cosas a la primera.

En la **tabla N° 13** al preguntar a los clientes ¿Considera usted que la MYPE atiende adecuadamente los pedidos de impresos? El 81% de los encuestados respondieron que la MYPE a la que acudieron les atiende adecuadamente los pedidos impresos.

En la **tabla N° 14** al preguntar si ¿Los impresos le son entregados de acuerdo a su requerimiento? El 97% de los clientes encuestados respondieron que los impresos le son entregados de acuerdo a su requerimiento, lo cual es respaldado por Verjel & Quiñones (2012) quien indica que los problemas se debían abordar, y concebir acciones que admitieron la obtención de resultados.

En la **tabla N° 15** sobre la pregunta ¿Ante la ausencia de un trabajador de taller se ha visto retrasado su pedido? El 94% de los encuestados respondieron que en oportunidades ante la ausencia de un trabajador de taller si se ha visto retrasado su pedido.

En la **tabla N° 16** a la pregunta ¿El gerente de la MYPE es un buen líder? El 85% respondieron que consideran que el gerente de la MYPE es un buen líder.

En la **tabla N° 17** de acuerdo a la pregunta formulada ¿Nota si el colaborador le da un trato cordial y respetuoso? El 89% de los clientes encuestados respondieron que notan que los colaboradores les brindan un trato cordial y respetuoso. Siendo respaldado por Flores (2017) que reconocer los problemas en una organización son relacionados a los procesos sistematizados en algunos casos enfrentan problemas, para que la solución sea más llevadera, es importante que los integrantes tengan conocimiento para que sumen en la solución con la rapidez que exige el mercado. De esta manera no se afecta la atención de los clientes piezas fundamental de la organización.

En la **tabla N° 18** a la consulta ¿Los colaboradores le informan los productos que la MYPE ofrece? El 87% de los clientes encuestados respondieron que si son informados sobre los productos que las MYPE les ofrece. Respaldado por Flores (2017) quien detalla que la Información en todas las empresas dan oportunidad a su personal de desarrollarse, bien en lo que hace o multifuncional, les dan opciones de

sobresalir e incrementar sus habilidades, todo se visualiza en la atención al cliente de inicio de la venta hasta la concretización de ella.

## VI.- CONCLUSIONES

Con respecto a los principales tipos de capacitación, se concluye que el mayor índice se observa en la **capacitación informal**, dado que siempre los colaboradores de la MYPE recibieron orientación para realizar sus labores y en lo que respecta al **desempeño laboral**, se percibe que las capacitaciones recibidas se dieron de acuerdo a la labor y a las necesidades en el trabajo. En lo que se refiere al **enfoque prospectivo** los colaboradores asumieron que las capacitaciones se deben dar de acuerdo a los avances tecnológicos para cubrir sus expectativas futuras. Los colaboradores percibieron, en el **enfoque correctivo**, que para lograr un mejor desarrollo en el trabajo precisa de capacitaciones y así resolver los problemas que se presenten.

En cuanto a la filosofía de justo a tiempo se determinó que los clientes se mostraron satisfechos dado que sus impresos fueron entregados en el tiempo pactado, evidenciándose además **limpieza y organización** en los mismos. Las MYPE tienen en primer orden la calidad de servicio y la responsabilidad de atender a los pedidos en las fechas a sus clientes; la **flexibilidad** porque se adecuan siempre a la necesidad del cliente.

Respecto a los principios de Kayzen se identificó el **principio de concentración** con los clientes por el respeto del acuerdo de su requerimiento, en segundo orden está el **reconocimiento de los problemas** frente a una situación presentada en la MYPE, cumple si o si con su cliente y la **autodisciplina** que es aplicada por los colaboradores.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

**Alba Velasquez A. R (2018).** “Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las mype del sector comercio, rubro imprentas de la provincia de Huaraz, 2016” (Tesis para optar el título profesional de Contador Público). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Huaraz

**Alegre, M., Carlos, J., Loredo Carballo, N. A., & Reyes Benítez, S. N. (2015).** “En torno al concepto de calidad. Reflexiones para su definición. Retos de la Dirección, 9(2), 49-67.

**Avolio, Mesones & Roca (2015).** “Micro y Pequeñas Empresas en el Perú (MYPES)”.

**Bartra Vela, S. T (2017).** “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro imprentas del distrito de Callería, 2017” (Tesis para optar el título profesional de contador público). Universidad Católica Los Angeles de Chimbote. Pucallpa

**Gonzales, M. (2019).** La gestión de calidad, la formalización, la competitividad, el financiamiento, la capacitación y la rentabilidad en las MYPES de la provincia de Satipo, 2017.

**Caycho Salazar, F. A. (2017).** Caracterización de la capacitación y la competitividad de las micro y pequeñas empresas-mypes de sector servicio-rubro imprenta de la urbanización Chamaya, del distrito de Breña, provincia de Lima, departamento de Lima-periodo 2013-2014.

**Diaz Burga, M. H (2016).** “Caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro imprentas del distrito de Chimbote,

2013” (Tesis para optar el título profesional de licenciada en Administración).  
Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Chimbote

**Díaz (2017).** “Gestión de calidad bajo el enfoque de los estilos de liderazgo y la satisfacción laboral en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, Rubro Imprentas, distrito Chimbote, 2016”. (Tesis para optar el grado de magister en administración). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Chimbote

**Fernández Madrid, G. A. (2019).** “Caracterización de la competitividad y capacitación de las mypes del sector servicio rubro imprentas en el distrito de Tumbes, 2018”. (Informe de tesis para optar título de licenciado en administración). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Tumbes

**García Cajo, J. & Salazar Valdivia, Y. (2017).** “Aplicación de herramientas de calidad en empresa gráfica de Breña para mejorar el cumplimiento de entrega de etapas (Tesis de Ingeniero Industrial y Comercial). Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.

**Guiñazú, G. (2016).** “Capacitación efectiva en la empresa”. *Invenio*, 7(12), 103-116.

**Pérez (2017)** “Caracterización del financiamiento, la capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro imprentas del distrito de Callería, 2017” (Tesis para optar el título de Contador Público). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Pucallpa

**Quiñones, M. E. V., & de Vega, L. A. (2014).** “Calidad y servicio: conceptos y herramientas”. Eco Ediciones.

**Quishpe, C. P. (2018).** “Análisis del Sistema de Gestión de Calidad en Base a ISO 9001: 2015 y su Incidencia en el Producto Final en la Imprenta Don Bosco CSP” (Bachelor's thesis, Universidad Tecnológica Indoamérica).

**Ramos Rosas, C. D. (2019).** “La gestión de calidad, la competitividad, el financiamiento, la capacitación, la rentabilidad empresarial y la formalización en las Mype de la Provincia de Sullana, 2016”.

**Risco (2015).** “Gestión de la mejora continua y calidad del producto en la micro y pequeña empresa del sector gráfico – edición y diagramación de libros y textos universitarios en el distrito de Chimbote, 2015” (Tesis para optar el grado de Magister en Administración). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Chimbote

**Romero, B., & Francisco, J. (2018).** “Criterios de noticiabilidad y su influencia en calidad de los contenidos en los soportes digitales de los medios impresos de Ecuador” (Master's thesis, Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, Posgrado, Maestría en Periodismo Digital).

**Toledo Peñafiel, J. A. (2018).** “Diseño de un sistema de gestión de calidad para un modelo de negocio de imprenta a gran escala basado en la norma internacional ISO 9001: 2015” (Doctoral dissertation, Universidad de Guayaquil. Facultad de Ingeniería Industrial. Carrera de Ingeniería Industrial.).

**Trujillo Martínez, N. Y. (2018).** “Gestión de calidad bajo el enfoque del marketing en las Mypes del sector comercial, rubro librería, Distrito de Satipo, año 2017”. (Tesis para optar el título profesional de licenciado en Administración). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Piura (Tesis para optar el título profesional de licenciado en Administración). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Piura

**Valverde, P., & Julissa, B. (2019).** “Gestión de calidad con el uso del empowerment en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de impresión, en el Jr. Elías Aguirre 5ta cdra. Chimbote, 2016”

**Velásquez, A., & Rosina, A. (2018).** “Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las MYPE del Sector Comercio, rubro imprenta de la provincia de Huaraz, 2016” (Tesis para optar el título profesional de licenciado en Administración). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Piura

**Viera Castillo, E. J (2017).** “Caracterización de la capacitación y rentabilidad de las mype de servicio rubro imprentas centro comercial San Miguel Piura, 2017” (Tesis para optar el título profesional de licenciado en Administración). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Piura

**Williams, R. (2015).** “Historia de la comunicación de la imprenta a nuestros días”.  
Vol. 2

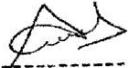
## ANEXOS

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, IVAN GUZMAN CASTRO,  
identificado con DNI 07727308, con el grado de Magíster en  
DOCENCIA, CURRÍCULO E INVESTIGACIÓN

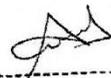
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: **TUME CARHUATOCTO NELLY MERCEDES**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **“CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y MEJORA CONTINUA DE LAS MYPES, RUBRO IMPRENTAS, DE LA CUADRA 5 DE LA CALLE CUZCO PIURA, AÑO 2017”**, que se encuentra realizando.

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

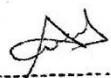
  
Mg. IVAN GUZMAN CASTRO  
CLAD N° 5107

Piura, Noviembre de 2017.

Ítems relacionados con la <b><u>CAPACITACIÓN</u></b>	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SI	NO
1. ¿La empresa programa capacitaciones?	X			X		X		X
2. ¿Usted recibe orientaciones para realizar sus labores?	X			X		X		X
3. ¿La capacitación que recibe es de acuerdo a las labores que desempeña?	X			X		X		X
4. ¿Cree que la capacitación es una necesidad en el trabajo?	X			X		X		X
5. ¿Cree que con la capacitación que recibe logrará desarrollar un mejor trabajo?	X			X		X		X
6. ¿Cuándo se presentan problemas en el trabajo, recibe capacitación?	X			X		X		X
7. ¿Cuándo recibe una capacitación, esta cubre sus expectativas futuras?	X			X		X		X
8. ¿Las capacitaciones que recibe van de acuerdo a los avances tecnológicos?	X			X		X		X

  
 Mg. IVAN GUZMAN CASTRO  
 CLAD N° 5107

Ítems relacionados con la MEJORA CONTINUA	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SI	NO
1 ¿La MYPE le entrega su pedido de impresos en la fecha acordada?	x			x		x		x
2 ¿Alguna vez la MYPE le ha realizado un servicio de impresión para el mismo día?	x			x		x		x
3 ¿En la MYPE es usted tratado con respeto y cordialidad?	x			x		x		x
4. ¿La limpieza y la organización prima para el servicio de calidad que le brindan?	x			x		x		x
5. ¿Considera usted que la MYPE atiende adecuadamente los pedidos de impresos?	x			x		x		x
6. ¿Los impresos le son entregados de acuerdo a su requerimiento?	x			x		x		x
7.¿Ante la ausencia de un trabajador de taller se ha visto retrasado su pedido?	x			x		x		x
8. ¿El gerente de la MYPE es un buen líder?	x			x		x		x
9. ¿Nota si el colaborador le da un trato cordial y respetuoso?	x			x		x		x
10. ¿Los colaboradores le informan sobre los productos que la MYPE ofrece?	x			x		x		x

  
 Mg. IVAN GUZMAN CASTRO  
 CLAD N° 5107

## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, JOSE EDIBERTO VITE CHUNGA,  
identificado con DNI 02660065, con el grado de Magister en  
GESTIÓN PÚBLICA

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 la estudiante TUME CANHUATOCTO Nelly H. para efecto de su aplicación a  
los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación:

"CARACTERIZACIÓN DE LA COPROVIDENCIA Y MEJORA CONTINUA DE LAS MYPES, RUBRO IMPRENTAS  
DE LA CIUDAD DE LA BOLA GRANDE Cusco que se encuentra realizando.

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

  
\_\_\_\_\_  
Mg. José E. Vite Chunga  
GLAD 0846

Piura, 2017.

Ítems relacionados con la <u>CAPACITACIÓN</u>	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SI	NO
1. ¿La empresa programa capacitaciones?	X			X		X		X
2. ¿Usted recibe orientaciones para realizar sus labores?	X			X		X		X
3. ¿La capacitación que recibe es de acuerdo a las labores que desempeña?	X			X		X		X
4. ¿Cree que la capacitación es una necesidad en el trabajo?	X			X		X		X
5. ¿Cree que con la capacitación que recibe logrará desarrollar un mejor trabajo?	X			X		X		X
6. ¿Cuándo se presentan problemas en el trabajo, recibe capacitación?	X			X		X		X
7. ¿Cuándo recibe una capacitación, esta cubre sus expectativas futuras?	X			X		X		X
8. ¿Las capacitaciones que recibe van de acuerdo a los avances tecnológicos?	X			X		X		X

  
 Mg. José E. Vite Chunga  
 CLAD 0846

Ítems relacionados con la MEJORA CONTINUA	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SI	NO
1. ¿La MYPE le entrega su pedido de impresos en la fecha acordada?	X			X		X		X
2. ¿Alguna vez la MYPE le ha realizado un servicio de impresión para el mismo día?	X			X		X		X
3. ¿En la MYPE es usted tratado con respeto y cordialidad?	X			X		X		X
4. ¿La limpieza y la organización prima para el servicio de calidad que le brindan?	X			X		X		X
5. ¿Considera usted que la MYPE atiende adecuadamente los pedidos de impresos?	X			X		X		X
6. ¿Los impresos le son entregados de acuerdo a su requerimiento?	X			X		X		X
7. ¿Ante la ausencia de un trabajador de taller se ha visto retrasado su pedido?	X			X		X		X
8. ¿El gerente de la MYPE es un buen líder?	X			X		X		X
9. ¿Nota si el colaborador le da un trato cordial y respetuoso?	X			X		X		X
10. ¿Los colaboradores le informan sobre los productos que la MYPE ofrece?	X			X		X		X

  
 Mg. José E. Vite Chung  
 CLAD 0846

### MATRIZ DE INDICADOR - PREGUNTAS

Variable	Dimensión	Indicador	Pregunta	Fuente
Capacitación	Tipos	Formal	¿La empresa programa capacitaciones?	Colaborador
		Informal	¿Usted recibe orientación para realizar sus labores?	Colaborador
	Necesidades	Desempeño laboral	¿La capacitación que recibe es de acuerdo a las labores que desempeña?	Colaborador
			¿Cree que la capacitación es una necesidad en el trabajo?	Colaborador
		Enfoque correctivo	¿Cree que con la capacitación que recibe logrará desarrollar un mejor trabajo?	Colaborador
			¿Cuándo se presentan problemas en el trabajo, recibe capacitación?	Colaborador
		Enfoque prospectivo	¿Cuándo recibe una capacitación, esta cubre sus expectativas futuras?	Colaborador
			¿Las capacitaciones que recibe van de acuerdo a los avances tecnológicos?	Colaborador
Mejora Continua	Filosofía del Justo a Tiempo	Sincronización y equilibrio	¿La MYPE le entrega su pedido de impresos en la fecha acordada?	Cliente
		Flexibilidad	¿Alguna vez la MYPE le ha realizado un servicio de impresión para el mismo día?	Cliente
		Respeto a la	¿En la MYPE es usted tratado con respeto y cordialidad?	Cliente

	persona		
	Limpieza y organización	¿La limpieza y la organización prima para el servicio de calidad que le brindan?	Cliente
	Demanda	¿Considera usted que la MYPE atiende adecuadamente los pedidos de impresos?	Cliente
<b>Principios del Kaizen</b>	Concentración de los clientes	¿Los impresos le son entregados de acuerdo a su requerimiento?	Cliente
	Reconocer los problemas	¿Ante la ausencia de un trabajador de taller se ha visto retrasado su pedido?	Cliente
	Promover la apertura	¿El gerente de la MYPE es un buen líder?	Cliente
	Autodisciplina	¿Nota si el colaborador le da un trato cordial y respetuoso?	Cliente
	Información	¿Los colaboradores le informan los productos que la MYPE ofrece?	Cliente



## Cuestionario



¡Buen día!, soy alumna de ULADECH CATOLICA – Filial Piura y me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer las características de las MYPE de Piura con respecto a capacitación y calidad del producto en las MYPE rubro imprentas de la cuadra 5 de la calle Cuzco Piura, año 2017, siendo por ello que me permito solicitarle responda a unas preguntas sencillas, marcando un aspa (X) la respuesta que considere conveniente. Por su valiosa atención le expreso mi agradecimiento

### CAPACITACION

1. ¿La empresa programa capacitaciones?
  1. Si
  2. No
  
3. ¿Usted recibe orientaciones para realizar sus labores?
  1. Si
  2. No
  
3. ¿La capacitación que recibe es de acuerdo a las labores que desempeña?
  1. Si
  2. No
  
3. ¿Cree que la capacitación es una necesidad en el trabajo?
  1. Si
  2. No
  
3. ¿Cree que con la capacitación que recibe logrará desarrollar un mejor trabajo?
  1. Si
  2. No
  
3. ¿Cuándo se presentan problemas en el trabajo, recibe capacitación?
  1. Si
  2. No
  
3. ¿Cuándo recibe una capacitación, esta cubre sus expectativas futuras??
  1. Si
  2. No
  
3. ¿Las capacitaciones que recibe van de acuerdo a los avances tecnológicos?
  1. Si

2. No

## **MEJORA CONTINUA**

1. ¿La MYPE le entrega su pedido de impresos en la fecha acordada??

1. Si
2. No

2. ¿Alguna vez la MYPE le ha realizado un servicio de impresión para el mismo día?

1. Si
2. No

1. ¿En la MYPE es usted tratado con respeto y cordialidad?

1. Si
2. No

3. ¿La limpieza y la organización prima para el servicio de calidad que le brindan?

1. Si
2. No

3. ¿Considera usted que la MYPE atiende adecuadamente los pedidos de impresos?

1. Si
2. No

3. ¿Los impresos le son entregados de acuerdo a su requerimiento?

1. Si
2. No

3. ¿Ante la ausencia de un trabajador de taller se ha visto retrasado su pedido?

1. Si
2. No

8. ¿El gerente de la MYPE es un buen líder?

1. Si
2. No

1. ¿Nota si el colaborador le da un trato cordial y respetuoso?

1. Si
2. No

3. ¿Los colaboradores le informan los productos que la MYPE ofrece?

1. Si
2. No

**Tabla 23. LIBRO DE CÓDIGOS 1 CAPACITACIÓN**

	<b>P 1</b>	<b>P 2</b>	<b>P 3</b>	<b>P 4</b>	<b>P 5</b>	<b>P 6</b>	<b>P 7</b>	<b>P 8</b>
<b>ENCUESTA 1</b>	1	1	1	1	2	2	1	1
<b>ENCUESTA 2</b>	1	1	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 3</b>	1	1	2	1	1	1	1	2
<b>ENCUESTA 4</b>	1	1	1	1	3	2	1	1
<b>ENCUESTA 5</b>	2	1	1	1	1	1	2	2
<b>ENCUESTA 6</b>	1	1	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 7</b>	1	1	2	1	1	1	1	2
<b>ENCUESTA 8</b>	1	2	1	1	1	2	1	1
<b>ENCUESTA 9</b>	1	1	1	2	2	1	1	1
<b>ENCUESTA 10</b>	1	1	2	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 11</b>	2	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 12</b>	1	1	1	2	1	2	1	1
<b>ENCUESTA 13</b>	1	1	1	1	1	1	1	2
<b>ENCUESTA 14</b>	1	1	3	1	2	1	1	1
<b>ENCUESTA 15</b>	1	2	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 16</b>	2	1	1	2	1	2	1	1
<b>ENCUESTA 17</b>	1	1	2	1	2	1	1	2
<b>ENCUESTA 18</b>	1	1	1	1	3	2	1	1
<b>ENCUESTA 19</b>	1	1	2	2	1	2	1	1
<b>ENCUESTA 20</b>	2	1	3	2	1	1	1	1

**Tabla 24. LIBRO DE CÓDIGOS 2 MEJORA CONTINUA**

	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10
ENCUESTA 1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENCUESTA 2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENCUESTA 3	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
ENCUESTA 4	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
ENCUESTA 5	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1
ENCUESTA 6	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1
ENCUESTA 7	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1
ENCUESTA 8	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1
ENCUESTA 9	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1
ENCUESTA 10	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1
ENCUESTA 11	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1
ENCUESTA 12	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1
ENCUESTA 13	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1
ENCUESTA 14	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
ENCUESTA 15	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
ENCUESTA 16	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1
ENCUESTA 17	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1
ENCUESTA 18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENCUESTA 19	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1
ENCUESTA 20	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1
ENCUESTA 21	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1
ENCUESTA 22	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1
ENCUESTA 23	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1
ENCUESTA 24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENCUESTA 25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENCUESTA 26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENCUESTA 27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENCUESTA 28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENCUESTA 29	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1
ENCUESTA 30	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2
ENCUESTA 31	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2
ENCUESTA 32	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
ENCUESTA 33	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
ENCUESTA 34	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
ENCUESTA 35	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
ENCUESTA 36	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
ENCUESTA 37	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENCUESTA 38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENCUESTA 39	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENCUESTA 40	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

<b>ENCUESTA 41</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 42</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 43</b>	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 44</b>	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 45</b>	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 46</b>	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 47</b>	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 48</b>	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 49</b>	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 50</b>	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 51</b>	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
<b>ENCUESTA 52</b>	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
<b>ENCUESTA 53</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 54</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 55</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 56</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 57</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 58</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 59</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 60</b>	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 61</b>	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 62</b>	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 63</b>	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 64</b>	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1
<b>ENCUESTA 65</b>	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 66</b>	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 67</b>	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 68</b>	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 69</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 70</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 71</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 72</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 73</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 74</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 75</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 76</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 77</b>	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 78</b>	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 79</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 80</b>	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 81</b>	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 82</b>	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 83</b>	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1

<b>ENCUESTA 84</b>	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 85</b>	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 86</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 87</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 88</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 89</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 90</b>	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 91</b>	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 92</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 93</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 94</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 95</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 96</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 97</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 98</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 99</b>	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 100</b>	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1
<b>ENCUESTA 101</b>	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
<b>ENCUESTA 102</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 103</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 104</b>	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 105</b>	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 106</b>	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 107</b>	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2
<b>ENCUESTA 108</b>	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 109</b>	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 110</b>	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 111</b>	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 112</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 113</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 114</b>	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 115</b>	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 116</b>	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 117</b>	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 118</b>	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 119</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 120</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 121</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 122</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 123</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 124</b>	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2
<b>ENCUESTA 125</b>	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 126</b>	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1

<b>ENCUESTA 127</b>	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1
<b>ENCUESTA 128</b>	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
<b>ENCUESTA 129</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 130</b>	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1
<b>ENCUESTA 131</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 132</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 133</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 134</b>	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 135</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 136</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 137</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 138</b>	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 139</b>	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 140</b>	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 141</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 142</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 143</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 144</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 145</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 146</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 147</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 148</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 149</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 150</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 151</b>	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 152</b>	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 153</b>	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 154</b>	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 155</b>	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 156</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 157</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 158</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 159</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 160</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 161</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 162</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 163</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 164</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 165</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 166</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 167</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 168</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 169</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1

<b>ENCUESTA 170</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 171</b>	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 172</b>	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 173</b>	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 174</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 175</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 176</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 177</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 178</b>	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 179</b>	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 180</b>	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 181</b>	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 182</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 183</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 184</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 185</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 186</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 187</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 188</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 189</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 190</b>	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 191</b>	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 192</b>	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2
<b>ENCUESTA 193</b>	1	2	2	1	1	1	2	1	2	2
<b>ENCUESTA 194</b>	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 195</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 196</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 197</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 198</b>	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 199</b>	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 200</b>	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 201</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 202</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 203</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 204</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 205</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 206</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 207</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 208</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 209</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 210</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 211</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 212</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

<b>ENCUESTA 213</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 214</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 215</b>	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 216</b>	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 217</b>	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 218</b>	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 219</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 220</b>	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 221</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 222</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 223</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 224</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 225</b>	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 226</b>	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 227</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 228</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 229</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 230</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 231</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 232</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 233</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 234</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 235</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 236</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 237</b>	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 238</b>	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 239</b>	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 240</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 241</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 242</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 243</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 244</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 245</b>	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 246</b>	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 247</b>	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 248</b>	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 249</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 250</b>	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
<b>ENCUESTA 251</b>	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
<b>ENCUESTA 252</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 253</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 254</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 255</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

<b>ENCUESTA 256</b>	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
<b>ENCUESTA 257</b>	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
<b>ENCUESTA 258</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 259</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 260</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 261</b>	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 262</b>	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 263</b>	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2
<b>ENCUESTA 264</b>	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 265</b>	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 266</b>	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 267</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 268</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 269</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 270</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 271</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 272</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 273</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 274</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 275</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 276</b>	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 277</b>	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 278</b>	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 279</b>	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 280</b>	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 281</b>	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1
<b>ENCUESTA 282</b>	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1
<b>ENCUESTA 283</b>	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2
<b>ENCUESTA 284</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 285</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 286</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 287</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 288</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 289</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 290</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 291</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 292</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 293</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 294</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 295</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 296</b>	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 297</b>	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 298</b>	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1

<b>ENCUESTA 299</b>	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2
<b>ENCUESTA 300</b>	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 301</b>	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 302</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 303</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 304</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 305</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 306</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 307</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 308</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 309</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 310</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 311</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 312</b>	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 313</b>	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 314</b>	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2
<b>ENCUESTA 315</b>	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 316</b>	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 317</b>	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 318</b>	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 319</b>	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 320</b>	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 321</b>	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 322</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 323</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 324</b>	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 325</b>	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 326</b>	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 327</b>	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 328</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 329</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 330</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 331</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 332</b>	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
<b>ENCUESTA 333</b>	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1
<b>ENCUESTA 334</b>	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 335</b>	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 336</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 337</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 338</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 339</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 340</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 341</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1

<b>ENCUESTA 342</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 343</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 344</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 345</b>	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 346</b>	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 347</b>	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 348</b>	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 349</b>	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 350</b>	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 351</b>	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 352</b>	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 353</b>	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 354</b>	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 355</b>	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 356</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 357</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 358</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 359</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 360</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 361</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 362</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 363</b>	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 364</b>	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 365</b>	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 366</b>	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 367</b>	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1
<b>ENCUESTA 368</b>	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1
<b>ENCUESTA 369</b>	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 370</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 371</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 372</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 373</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 374</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 375</b>	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 376</b>	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 377</b>	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 378</b>	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 379</b>	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
<b>ENCUESTA 380</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 381</b>	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1
<b>ENCUESTA 382</b>	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1
<b>ENCUESTA 383</b>	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1
<b>ENCUESTA 384</b>	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1

**MATRIZ DE INDICADOR - PREGUNTAS**

Variable	Dimensión	Indicador	Pregunta	Frecuencia		Porcentaje		
				SI	NO	% SI	% NO	
Capacitación	Tipos	Formal	¿La empresa programa capacitaciones?	15	5	75%	25%	
		Informal	¿Usted recibe orientación para realizar sus labores?	16	4	80%	20%	
	Necesidades	Desempeño laboral	¿La capacitación que recibe es de acuerdo a las labores que desempeña?	16	4	80%	20%	
			¿Cree que la capacitación es una necesidad en el trabajo?	17	3	85%	15%	
		Enfoque correctivo	¿Cree que con la capacitación que recibe logrará desarrollar un mejor trabajo?	15	5	75%	25%	
			¿Cuándo se presentan problemas en el trabajo, recibe capacitación?	13	7	65%	35%	
		Enfoque prospectivo	¿Cuándo recibe una capacitación, esta cubre sus expectativas futuras?	16	4	80%	20%	
			¿Las capacitaciones que recibe van de acuerdo a los avances tecnológicos?	13	7	65%	35%	
	Mejora Continua	Filosofía del Justo a Tiempo	Sincronización y equilibrio	¿La MYPE le entrega su pedido de impresos en la fecha acordada?	367	17	96%	4%
			Flexibilidad	¿Alguna vez la MYPE le ha realizado un servicio de impresión para el mismo día?	350	34	91%	9%
Respeto a la persona			¿En la MYPE es usted tratado con respeto y cordialidad?	320	64	83%	17%	
Limpieza y organización			¿La limpieza y la organización prima para el servicio de calidad que le brindan?	370	14	96%	4%	
Demanda			¿Considera usted que la MYPE atiende adecuadamente los pedidos de impresos?	310	74	81%	19%	
Principios del Kaizen		Concentración de los clientes	¿Los impresos le son entregados de acuerdo a su requerimiento?	374	10	97%	3%	
		Reconocer los problemas	¿Ante la ausencia de un trabajador de taller se ha visto retrasado su pedido?	360	24	94%	6%	
		Promover la apertura	¿El gerente de la MYPE es un buen líder?	325	59	85%	15%	
		Autodisciplina	¿Nota si el colaborador le da un trato cordial y respetuoso?	342	42	89%	11%	
		Información	¿Los colaboradores le informan los productos que la MYPE ofrece?	335	49	87%	13%	

## Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 17-ene.-2020 18:03 -05

Identificador: 1243261433

Número de palabras: 5236

Entregado: 1

informe final Por Nelly Tume Carhuatocto

Índice de similitud	
6%	
Similitud según fuente	
Internet Sources:	6%
Publicaciones:	0%
Trabajos del estudiante:	0%

USER: 45757402

Nro: 082020-00007849  
Fecha: 16-01-2020 16:12

### **CONSTANCIA DE NO ADEUDO**

La Jefatura de Cobranzas hace constar que el alumno(a) TUME CARHUATOCTO NELLY MERCEDES, con código de matrícula 0811151148, de la ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION; no registra deuda pendiente a la fecha para optar TALLER DE TITULACION.

Se expide el presente a solicitud del interesado(a).

PIURA, 16 DE ENERO DEL 2020.

  
UNIVERSIDAD CATOLICA  
LOS ANGELES - CHIMBOTE  
  
Giuliana Lisseth Moscol Carbajo  
ESPECIALISTA C.I.R.

  
UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE  
FILIAL PIURA  
  
Sra. Ana Silvia Gueyes Guevara  
ESPECIALISTA C.I.R.

V°B° CAJA

V°B° BIBLIOTECA (\*)

V°B° LABORATORIO/ CLINICA  
(\*)

(\*) Requerido en los centros donde exista Biblioteca y/o Laboratorio.