



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE COMPETITIVIDAD Y
MOTIVACIÓN EN MYPE, RUBRO PANADERÍA,
CENTRO POBLADO SALITRAL, DISTRITO SAN
ANDRÉS DE SALITRAL, AÑO 2022**

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

AUTOR

JIMENEZ HUAMAN JAIME YOEL

ORCID: 0000-0003-2565-1283

ASESORA

PALACIOS DE BRICEÑO MERCEDES RENEE

ORCID: 0000-0001-8823-2655

PIURA – PERÚ

2022

EQUIPO DE TRABAJO

Jimenez Huaman Jaime Yoel

ORCID 0000-0003-2565-1283

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

ASESORA

Palacios de Briceño, Mercedes René

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Universidad Católica los Ángeles Chimbote, Facultad de Ciencias e Ingeniería,
Escuela profesional de Administración, Piura, Perú

JURADO

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID 0000 0003 2177 5676

Salinas Gamboa, José Germán

ORCID 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio, María Isabel

ORCID 0000-0003-1132-2243

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgtr. María del Carmen Rosillo de Purizaca

ORCID 0000 0003 2177 5676

Presidente

Dr. José Germán Salinas Gamboa

ORCID 0000-0002-8491-0751

Miembro

Dra. María Isabel Mino Asencio

ORCID 0000-0003-1132-2243

Miembro

Mgtr. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Asesora

AGRADECIMIENTO

A Dios por su bendición, guía y fortaleza para seguir adelante y lograr mi objetivo profesional, a mi madre, hermanos y esposa por su apoyo moral e incondicional, a las Mype rubro panaderías por permitirme recoger información para la presente investigación, a la universidad por acogerme y permitirme ser mi casa de estudio superior, a mi asesora por compartir sus conocimientos con paciencia, y motivarnos a culminar este proceso.

DEDICATORIA

A mi madre, hermanas y hermano por su apoyo incondicional, a mi esposa e hijos por la paciencia.

A la memoria de mi querido padre y de mis dos compañeros de estudio que partieron pronto hacia la eternidad.

RESUMEN

El presente informe de investigación titulado “Caracterización de competitividad y motivación en MYPE, rubro panadería, centro poblado Salitral, distrito San Andrés de Salitral, año 2022”; estableció como objetivo general identificar las características de competitividad y motivación en las Mype, rubro panadería, en el centro poblado Salitral, distrito San Andrés de Salitral, año 2022. La metodología empleada fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, con diseño no experimental, de corte transversal; la población finita estuvo constituida por cuatro propietarios, ocho colaboradores. Se acudió a los clientes quienes constituyeron una población infinita, siendo su muestra de sesenta y ocho. Se aplicó la técnica de la encuesta y su instrumento cuestionario; se obtuvieron los principales resultados: el 100% de propietarios considera importante la toma de decisiones y planificación estratégica, la innovación genera posicionamiento en el mercado y la producción de nuevos productos genera diferenciación; además, el 95.59% de los clientes creen que el uso de tecnología le permite a las Mype brindar un mejor servicio y por último el 62.5% de los colaboradores se sienten satisfechos con el progreso obtenido y desean superarlo. Se concluyó que las Mype en investigación poseen factores de competitividad como la gestión, innovación, producción, mercados e incentivos; además, cuentan con elementos como la competencia, tecnología, satisfacción del cliente y clima colaborativo así mismo se detalla los tipos de motivación como la extrínseca, la intrínseca, básica, cotidiana y centrada en la tarea; se da a conocer los factores de motivación como fisiológicos, seguridad y protección, sociales, estima y autorrealización.

Palabras clave: Competitividad y Motivación

ABSTRACT

This research report entitled "Characterization of competitiveness and motivation in MYPE, bakery sector, Salitral populated center, San Andrés de Salitral district, year 2022"; The general objective was established to identify the characteristics of competitiveness and motivation in the Mypes, bakery sector, in the Salitral populated center, San Andrés de Salitral district, year 2022; the methodology of quantitative type, descriptive level, with non-experimental, cross-sectional design was used; the population was finite of four owners, eight collaborators and infinite of sixty-eight clients; the technique of the survey and the questionnaire instrument was applied; the main results were obtained: 100% of owners consider decision-making and strategic planning important, innovation generates market positioning and the production of new products generates differentiation; In addition, 95.59% of the clients believe that the use of technology allows Mypes to provide a better service and finally, 62.5% of the collaborators feel satisfied with the progress obtained and want to improve on it. It was concluded that Mypes in research have competitiveness factors such as management, innovation, production, markets and incentives; They also have elements such as competition, technology, customer satisfaction and a collaborative climate. Likewise, the types of motivation such as extrinsic, intrinsic, basic, daily and task-focused are disclosed; Motivation factors such as physiological, safety and protection, social, esteem and self-realization are disclosed.

Keywords: Competitiveness and Motivation

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO.....	ii
FIRMA DE JURADO Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	x
ÍNDICE DE TABLAS	xi
INDICE DE CUADROS	xii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	10
2.1 Antecedentes	10
2.1.1. Variable 1: Competitividad.....	10
2.1.2. Variable 2: Motivación	14
2.2 Bases teóricas de la investigación	17
2.2.1 Competitividad	17
2.2.2 Motivación.....	20
III. HIPÓTESIS	24
IV. METODOLOGÍA	25
4.1. Diseño de la investigación	25
4.2 Población y muestra	26
4.2.1 Criterios de inclusión.....	27
4.2.2 Criterios de exclusión.....	27
4.3 Definición y operacionalización de las variables.....	30
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	31
4.5 Plan de análisis.....	32
4.6 Matriz de consistencia.....	33
4.7 Principios éticos.	34

V. RESULTADOS	35
5.1 Resultados	35
5.2 Análisis de resultados	45
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	48
6.1 Conclusiones	48
6.2 Recomendaciones.....	49
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	50
ANEXOS	55
Anexo 01: Instrumento de recolección de datos	55
Cuestionario dirigido al propietario	55
Cuestionario dirigido al cliente	56
Cuestionario dirigido a los colaboradores.....	57
Anexo 02: Matriz indicador – pregunta	58
Anexo 03: Validación del instrumento de recolección de datos.....	59
Anexo 04: Protocolo de consentimiento informado.....	68
Anexo 05: Evidencia de no adeudo.....	71
Anexo 06: Evidencia de reporte de Turnitin	73

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Caracterización demográfica de los propietarios	36
Figura 2 Caracterización demográfica de los colaboradores	37
Figura 3 Caracterización demográfica de los clientes	39
Figura 4 Factores de competitividad.....	40
Figura 5 Elementos de competitividad	42
Figura 6 Tipos de motivación	43
Figura 7 Factores de motivación.....	45

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Características demográficas.....	35
Tabla 2 Características demográficas.....	37
Tabla 3 Características demográficas.....	38
Tabla 4 Factores de competitividad.....	40
Tabla 5 Elementos de competitividad	41
Tabla 6 Tipos de motivación	43
Tabla 7 Factores de motivación.....	44

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Relación de Mype	26
Cuadro 2: Relación de colaboradores en las Mype.....	27
Cuadro 3: Fuentes de información.....	29
Cuadro 4: Matriz de operacionalización de las variables	30
Cuadro 5: Matriz de consistencia.....	33

I. INTRODUCCIÓN

¿Quién no ha se deleitado de un delicioso pan? al parecer todos los vecinos del centro poblado Salitral en algún momento no se han podido resistir de probar un exquisito pan; como es redondo, cachito o cachanga preparado en las panaderías y de manera artesanal de este lugar; el pan por tradición se suele servir en la mañana como desayuno o en la tarde como lonche y en el centro poblado Salitral no es ajeno a esta realidad, se puede comer como sándwich acompañado de huevo, de pollo entre otros alimentos o también, se puede degustar solo con una taza de café como ocurre en los lugares más vulnerables del distrito de San Andrés de Salitral. Las panaderías industriales y artesanales se especializan en la elaboración de diferentes tipos y modelos de pan, asimismo de todo tipo de productos hechos a base de harina. En el distrito de San Andrés de Salitral se da la panificación en hornos artesanales, usan leña de algarrobo para el horneado.

La competitividad es necesaria para lograr la permanencia en el mercado de cualquier negocio que desee mantenerse y para alcanzarlo depende de ciertos factores internos y externos de la empresa a describir en la presente investigación; así como la motivación influye de manera importante en la productividad de las panaderías por ser un conjunto de potenciales energéticas que guían o encaminan a las personas para obtener metas o fines determinados, y por lo consiguiente, maximizan el comportamiento en forma eficiente. En el sector empresarial, se puede identificar a colaboradores más eficientes independientemente de la actividad económica o las tareas asignadas, demuestran voluntad y determinación para un mejor desempeño.

En la actualidad las Mype, del distrito Salitral presenta ciertas limitaciones en cuanto a la competitividad y motivación debido a factores internos y externos, entre

ellos se puede mencionar a la limitada capacidad de visión empresarial, equipos y herramientas obsoletos, elevada cantidad de desperdicios, el aumento del precio de los insumos a causa de la pandemia por COVID-19, se ve reflejada en la baja productividad, elevados costos de producción, lo cual perjudica la rentabilidad de las empresas; sin embargo, las Mype poseen una gran capacidad de adaptación, mayor flexibilidad, así mismo se tiene un contacto directo con los cliente, colaboradores y proveedores.

Los diversos e innovadores ingredientes convierten a la panadería en un nuevo símbolo internacional de la gastronomía peruana, además, Alina San Román, quien se desempeña como gerente de Nova Escuela indicó que la panadería artesanal es parte importante de la formación de los estudiantes; por lo consiguiente, aprenden a elaborar más de 100 tipos de pasteles y panes; además, recibieron la invitación de la asociación de embajadores del pan de Francia para organizar la convocatoria y seleccionar al equipo que representó al Perú en el Mundial del pan “gusto y nutrición (gestión,2022).

Las panaderías se han visto afectadas debido al incremento del precio internacional del trigo, por el alza del tipo de cambio, además, del costo de la electricidad, esto ha ocasionado un incremento en el precio del pan. Según el Banco Central de Reserva calculó un incremento en el precio lo cual asciende al 10.27%, asegurando la estabilidad del precio; como estrategia el 50% y 60% de panaderías están optando por reducir el peso del pan, otras venderlos por kilos y algunas implementar con la venta de abarrotes (gestión,2021).

Mediante decreto de urgencia el ejecutivo buscó acelerar el plan nacional de competitividad, medida tomada ante la corta aceleración de la economía global, estableciendo medidas extraordinarias para la adquisición y liberación de áreas

necesarias para el plan nacional de infraestructura para la competitividad (PNIC) y el plan integral de reconstrucción con cambios, involucrando al gobierno nacional, regional y local involucradas en la implementación de los 14 proyectos priorizados (La República, 2020).

El foro económico mundial (WEF), elaboró el ranking de competitividad global del año 2019 en la que ubicó al Perú en el puesto 65 de 141 países, revelando el retroceso de dos puestos con relación al año 2018, de los 12 pilares evaluados el Perú mostró un desempeño positivo en 8 de ellos los pilares fueron: salud, educación y habilidades, tamaño de mercado, adopción tecnologías, mercado laboral, sistema financiero, dinamismo de negocios, capacidad de innovación, instituciones, infraestructura y mercado de productos (La República, 2019).

Según datos del INEI (2017) entre el año 2007 al 2017 la población en Piura presentó un crecimiento del 1,0% anual y el distrito de Salitral contribuyó en este indicador; además, el departamento de Piura, se encuentra ubicada en el quinto lugar como la más incrementada en poblada del Perú, reflejó una población de 894 847 habitantes (INEI 2020), con una extensión aproximada de 621,2 km², además, se desplegaron diferentes movimientos económicos como la ganadería, la agricultura, la pesca, el turismo, el comercio, el transporte entre otros; producción para atender las necesidades del mercado nacional e internacional. En el centro poblado Salitral, jurisdicción del distrito de San Andrés de Salitral se refleja un incremento de su población a causa de la natalidad y la migración de pobladores que en su mayoría vienen del alto Piura como son de los distritos vecinos como: Huarmaca, Huancabamba, San Miguel del Faique, Canchaque y Lalaquiz; estableciéndose en lugares estratégicos para el desarrollo de actividades económicas principales de la zona

como la ganadería y la agricultura y todo esto en busca de mejorar sus condiciones económicas y sociales para sus familias.

En el Perú, el primer caso de la COVID-19, causada por el virus SARS-CoV-2, se reafirmó en el mes de marzo del año 2020; por lo tanto, el gobierno del Perú dictó una serie de medidas enfocadas a reducir la propagación del virus, entre ellas estaba el aislamiento obligatorio a nivel nacional y el cierre temporal de todos los comercios, (Gutiérrez-Tudela, 2021); por lo tanto, disminuyeron las importaciones de materia prima e insumos necesarios para la producción del pan; es así, ante el incremento del precio de harina del trigo, el mayor tipo de cambio y el incremento en el costo de electricidad, Pio Pantoja, presidente del gremio de panaderías indica la medida tomada de reducir el peso del pan, reducir personal, trabajar a un solo turno por la mañana de esta manera controlar el alza de precios y reducir el riesgo de cierre de estos negocios en el mercado, de esta manera evitar se cierren más panaderías que a la fecha sumaban el 2% a causa del alza de insumos importados, además, se señaló que los costos de la producción del pan en el 2021 son 30% superiores a los del 2019, por lo cual el sector sufrió pérdidas (Gestión, 2021). Como consecuencia, las Mype en estudio se vieron de manera considerable afectadas, produciendo una descapitalización a los dueños. Además, a causa de la falta de competitividad muchos negocios en el Perú se vieron obligados al cierre definitivo (Deza, 2019), en tal sentido, se logró definir que el 75% de los emprendimientos en el Perú se frustran antes de llegar a los 4 años.

Ante esta situación adversa, Ana María Choquehuanca, presidenta de la Asociación Pyme, pidió tener políticas de reactivación eficientes para recuperación del sector, además, precisó que las Mype siguen siendo golpeadas a consecuencias del COVID-19 y en su mayoría son informales, esto lo sitúa en un problema muy fuerte y

alarmante (El Comercio (2021), es por ello, que ante el pedido de múltiples sectores, La cartera del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) dispuso una serie de estrategias económicas con la finalidad de favorecer a las Mype, con el programa Reactiva Perú y además, el Fondo empresarial de Apoyo a las Mype (FAE-Mype). El primer programa (REACTIVA PERÜ), pretendió garantizar el financiamiento de aquellos fondos de capital de trabajo para las obligaciones de corto plazo de las empresas que enfrentan pagos y con sus colaboradores y proveedores de bienes y de servicios. Por este contexto, el gobierno peruano brindó la garantía a los créditos en moneda nacional para de esta manera las instituciones financieras logren ubicar a los deficitarios financieros. Asimismo, el programa adicional FAE-Mype incentivó el financiamiento a las Mype de los sectores de turismo, producción, servicios, y, además, el comercio, a través de créditos con destino para el capital de trabajo, también, la reestructuración, además, de refinanciamiento de deudas (Gregor, 2020).

El Instituto de Estudios Económicos y Sociales y la Sociedad Nacional de Industrias reportan que la tasa de informalidad laboral de la Población Económicamente Activa (PEA) ocupada en las Mype con el 84,2% en el segundo trimestre del año, menor en 2,8 puntos porcentuales respecto al mismo período de 2020, y por encima del nivel de 2019, cuando la tasa fue del 83,3%; además, precisó que durante el año 2020, a causa de la pandemia y sus múltiples efectos en los sectores productivos, la tasa de informalidad aumentó en 2,7 puntos porcentuales en comparación al 2019, totalizando un 86% (El Comercio, 2021).

Las Mype, rubro panaderías creadas e impulsadas por emprendedores, desempeñaron un rol sumamente importante en la económica local, regional y nacional, por la generación de empleo y el desarrollo sostenible del país; sin embargo,

se encuentran en una gran desventaja competitiva, creativa y productiva frente a las medianas y grandes empresas debido a varios factores entre ellos tenemos a la falta de tecnología o el uso de esta desfasada, al trabajo en la informalidad, al uso de mano de obra no calificada, falta de estrategia de gestión empresarial, falta de técnicas de manipulación de insumos y regímenes de tributación ; además, hay factores internos como el miedo al cambio o innovación, a no permitir la participación de personas externas a su entorno, el nivel de cultura, limitado valor al talento humano. Estos negocios carecen de sistemas informáticos para gestionar las compras y ventas, pedidos online, además, del desembolso con el sistema de tarjeta que brinde mayor seguridad (Silva, 2021)

Teniendo en cuenta el espacio interno de las Mype, rubro panadería son negocios familiares, en ellas laboran los propietarios que participan en todo el proceso; es decir, desde la adquisición de insumos, elaboración de pan hasta la venta, que puede ser en el mismo local o vivienda de producción o venta a través del recorrido usando en su mayoría bicicleta o moto como medio de transporte. No pagan alquiler por el local de producción porque lo realizan en su propia vivienda, la publicidad la realizan a través de las emisoras locales o bocinas manuales, no aceptan tarjetas, no cuentan con tecnología avanzada y todos los inmuebles son de material noble.

Las Mype del centro poblado Salitral, rubro panadería espacio geográfico donde se desarrolló la siguiente investigación se encontraron ubicadas en su mayoría frente a las avenidas principales, lo cual generaron oportunidades de competencia frente a las que se encontraron ubicados en lugares poco transitables por la concurrencia dada y además, brindan una atención personalizada a diferencia de los centros comerciales; sin embargo, tuvieron retos que afrontar como el acceso al

talento, acceso a financiación, capacidad de inversión para crear marcas e innovación; sin embargo, generan fuentes de trabajo y satisfacen las necesidades de la familia y comunidad. Es sumamente importante mantener la motivación de los empleados en contextos de crisis como: mantener una buena comunicación interna y fomentarla fortalecer el sentimiento de pertenencia, premiar la labor creativa, reconocer el trabajo bien hecho y apostar firmemente por la conciliación laboral y familiar, esto permite lograr una mayor tasa de compromiso y lealtad por parte de los empleados (Plataforma líder del entorno directivo, 2021).

La actual investigación procede de la línea de investigación: Gestión de calidad: procesos administrativos, línea asignada por la escuela de administración de la ULADECH CATÓLICA; el problema se identificó a través de la pregunta científica ¿Qué características tiene la competitividad y motivación en las Mype, rubro panadería, en el centro poblado Salitral, distrito San Andrés de Salitral, año 2022?, el objetivo general que se pretende determinar es: Identificar las características de competitividad y motivación en las Mype, rubro panadería, en el centro poblado Salitral, distrito San Andrés de Salitral, año 2022, además, se han planteado los objetivos específicos: (a) Describir los factores de competitividad en las Mype, rubro panadería, en el centro poblado Salitral, distrito San Andrés de Salitral, año 2022; (b) determinar los elementos de competitividad en las Mype, rubro panadería, en el centro poblado Salitral, distrito San Andrés de Salitral, año 2022; (c) detallar los tipos de motivación en las Mype, rubro panadería, en el centro poblado Salitral, distrito San Andrés de Salitral, año 2022 y (d) conocer los factores de motivación en las Mype, rubro panadería, en el centro poblado Salitral, distrito San Andrés de Salitral, año 2022.

En tal sentido, se empleó una investigación de tipo cuantitativo, por su naturaleza es de nivel descriptivo, además, con un diseño no experimental, de corte transversal; se utilizó la encuesta como técnicas de recolección de datos; además, la investigación, se determina desde de la siguiente perspectiva:

- Temática: por la variable competitividad y motivación.
- Psicografía: Micro y pequeñas empresas en el rubro panadería.
- Geografía: Salitral
- Temporal: año 2022.

La presente investigación se justifica desde el aspecto práctico, porque, se realizó con la finalidad de identificar las características de competitividad y motivación en las Mype, rubro panadería, en el centro poblado Salitral, distrito San Andrés de Salitral, año 2022; por lo tanto, los negocios al conocer las principales características de competitividad y motivación están en la capacidad de formular estrategias efectivas que les permitirá lograr obtener una productividad óptima, lo cual mejorarán sus ingresos económicos y contribuirán a un desarrollo social; además, el autor cumplirá con los requisitos señalados por la SUNEDU para obtener el título profesional de Licenciado en Administración.

Además, se justifica desde el aspecto metodológico; pues, se utilizó métodos de la investigación científica que le permitieron diseñar instrumentos de recojo de información y poder ser considerados como referencia para investigaciones posteriores de las variables competitividad y motivación.

Finalmente, se justifica desde el aspecto teórico, porque, se tomaron en cuenta diferentes autores que hacen mención a las dos variables en estudio: competitividad y

motivación; además, generó debate académico sobre la ciencia existente y reflexión, de manera que se compararon las teorías y se contrastaron con los resultados, logrando confirmar o impugnar la validez de un modelo teórico en un contexto.

En la presente investigación se obtuvieron los principales resultados: el 100% de propietarios consideran importante la toma de decisiones y planificación estratégica, la innovación genera posicionamiento en el mercado y la producción de nuevos productos genera diferenciación; además, el 95.59% de los clientes creen que el uso de tecnología le permite a las Mype brindar un mejor servicio y por último el 62.5% de los colaboradores se sienten satisfechos con el progreso obtenido y desean superarlo. Se concluyó que las Mype en investigación poseen factores de competitividad como la gestión, innovación, producción, mercados e incentivos; además, cuentan con elementos como la competencia, tecnología, satisfacción del cliente y clima colaborativo así mismo se detalla los tipos de motivación como la extrínseca, la intrínseca, básica, cotidiana y centrada en la tarea; se da a conocer los factores de motivación como fisiológicos, seguridad y protección, sociales, estima y autorrealización.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1. Variable 1: Competitividad

Capa, Benítez (2018) en su artículo: *El liderazgo como fuente de ventaja competitiva para las organizaciones* publicado en la Revista Universidad y Sociedad. Cuba. Tuvo como pretender analizar, desde un marco reflexivo y explicativo, la influencia del liderazgo como fuente de ventaja competitiva para las organizaciones. La metodología utilizada fue de tipo exploratoria, analítica y de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 6 empresas dedicadas a la producción de banano orgánico del Cantón Macha, 11 Ecuador, los resultados indicaron que el liderazgo en la actualidad se ha convertido en una pieza fundamental de las empresas, ya que si éstas poseen una misión, visión, valores y sus condiciones de trabajo son las más adecuadas, en consecuencia, las empresas generan un valor agregado para el cliente.

Trujillo (2017) en su tesis titulada *Estrategia competitiva que reconocen los clientes en la empresa Nizar S.A.C. de la ciudad de Trujillo 2017* (Tesis de pregrado). Realizada en la Universidad Cesar Vallejo de Trujillo. Esta investigación tuvo como objetivo determinar la estrategia competitiva que reconocen a los clientes de la empresa Nizar S.A.C. La metodología utilizada es de nivel descriptivo y de diseño no experimental. Esta muestra fue conformada por más de 110 clientes. Los resultados indicaron que la empresa no utiliza ningún tipo de estrategia competitiva, por lo mismo que dentro de su entorno de trabajo no tienen una organización muy estructurada, como también, se observa una falta de control a sus trabajadores. Esta investigación tiene como objetivo informar que hay empresas que tienen una amplia cartera de clientes;

sin embargo, no poseen una estrategia competitiva. Esta investigación servirá en el presente estudio en analizar y revisar que dimensiones e indicadores que se asemejan.

Pingo (2019) en su tesis de investigación con título *Estilos de liderazgo y su influencia en la competitividad en las medianas empresas de confecciones textiles en el emporio comercial Gamarra (periodos 2016 al 2017)* (Tesis de maestría) realizada en la Universidad Nacional del Callao. Callao – Perú. La investigación pretende lograr como objetivo medir el grado en dónde los estilos de liderazgo, transaccional y pasivo-avoidador, influyen en la competitividad de las medianas empresas del rubro textil. La metodología utilizada de esta investigación fue de tipo correlacional con un diseño no experimental y corte transversal. La muestra de la población está conformada por 80 personas que laboran dentro de una mediana empresa del rubro textil. Los resultados precisan que existe una fuerte correlación entre las variables liderazgo y competitividad, por lo que a través de un correcto liderazgo de los gerentes de estas empresas se puede aportar mejoras en el comportamiento de sus trabajadores.

Cerpa (2018) realizó la investigación de título *Caracterización de la capacitación y competitividad de las Mype del sector comercio rubro boticas del cercado de la Ciudad de Ayaviri*, la misma que fue presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Juliaca), además, usó una metodología de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo, con un diseño no experimental transaccional; fue dirigida a una población y la muestra estuvo conformada por 24 Mypes. Se llegó a la conclusión que la capacitación es buena en la cual mejora de manera considerable la eficiencia laboral, además, son motivados por la necesidad de mejorar su posición dentro de su entorno, asimismo en su mayoría consideran que sus precios son competitivos y estos están acorde a las necesidades de sus clientes, por lo consiguiente,

los mismo están atentos a las nuevas innovaciones que se realizan y que ofrecen las industrias en el mercado.

Guerrero (2018) en su investigación titulada *Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las Mype del sector servicio rubro distribuidoras de venta de celulares en el cercado de Tumbes*, presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Perú), la metodología usada es de tipo descriptiva, de nivel cuantitativo, con un diseño no experimental, además, de corte transversal. Asimismo, la población objeto del estudio es de siete distribuidores de venta de celulares y utiliza una muestra de 68 clientes. Se llegó a la conclusión que los productos ofrecidos por la Mype son novedosos, por lo tanto, los convierte en competitivos y, además, siempre se encuentran comprometidas para brindar un buen servicio y generar valor en el mercado.

Mendoza (2018) en su tesis de investigación denominada *Competitividad y calidad del servicio en las Mype rubro restaurantes de la Ciudad de Paita, año 2018*; ostentada en la universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Perú), fue de tipo descriptivo, de nivel cuantitativo, con un diseño no experimental de corte transversal, además, su población de estudio son los clientes por lo consiguiente, es infinita, con una muestra de 272 con la respectiva aplicación de formula. Se llegó a la conclusión que los elementos de la competitividad rubro restaurantes en su mayoría desarrollan sus actividades con éxito, asimismo cuidan el tiempo que se desarrolla con el fin que los clientes perciban la eficiencia en la realización de las actividades y de esta manera lograr satisfacer las expectativas de los clientes.

Martínez (2018) realizó una investigación denominada *Caracterización de la competitividad y atención al cliente de las Mype rubro calzado, mercado modelo de*

Piura año 2017, expuesta en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Piura), la metodología utilizada fue de tipo descriptiva, con un nivel cuantitativo, y un diseño no experimental de corte transversal. La población de estudio está constituida por los clientes, además, se utiliza una fórmula que se obtiene un resultado de 384 encuestados. Con referencia a los factores de la competitividad se concluye que la mayoría de los encuestados se refiere a la calidad y recurso humano; por lo consiguiente, se recomienda a los gerentes de las Mype cuenten con un personal capacitado. Por otro lado, con respecto a los elementos de la Mype indica, que una mayoría desarrollan la innovación y en un menor porcentaje la estructura de la empresa.

Gallardo (2019) en su investigación titulada *Caracterización de la capacitación y competitividad en las Mype, rubro panificación del centro de Talara (Piura) año 2019*, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Piura, Perú. Tuvo como objetivo general Identificar las principales características de capacitación y competitividad en la Mype rubro Panificación. La metodología de investigación utilizada es de tipo cuantitativa, con un nivel descriptivo y, además, con diseño no experimental de corte transversal. Con respecto a la variable competitividad, se pudo concluir que se debe de otorgar premios atractivos para los consumidores más frecuentes, de esta manera los clientes se sentirán a gusto con la atención que les brinda el trabajador de cada Mype.

Ayosa (2018) en su investigación titulada *Caracterización de la capacitación y competitividad de las Mype comerciales rubro confecciones, mercado de Piura, año 2018*, tuvo como objetivo general determinar las características de la capacitación y competitividad de las Mypes comerciales rubro confecciones, mercado de Piura, año

2018, se utilizó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversales se concluyó por último las características de la capacitación de las Mype rubro confecciones son el periodo en que se lleva a cabo, beneficios que les con lleva invertir tiempo dinero en su personal que laborar y que se sienten identificados formando parte de la Mype, así mismo con respeto a las características de la competitividad, los clientes tienen posicionado ya que por ellos mismo se ha podido saber de qué se sienten cómodos ya que satisfacen sus gustos y preferencias de una clientela exigente.

Sánchez (2017) en su investigación titulada *Caracterización de la competitividad y Merchandising en las Mype rubro panaderías distrito de Tambogrande Piura, año 2017*, su objetivo general era de identificar las características de la competitividad y el Merchandising en las Mype rubro panaderías Distrito de Tambogrande Piura, año 2017, la metodología de la investigación usada es de nivel descriptivo, con un diseño no experimental, transversal la población está conformada por las 02 Mype rubro panaderías del distrito de Tambogrande, la muestra está conformada por 138 clientes para ambas variables, además, la técnica de recolección de datos es la encuesta y el instrumento es el cuestionario, como principales conclusiones se tiene que los beneficios de la competitividad que se desarrollan en las Mype rubro panaderías son: ofrecer un buen servicio al cliente, que los precios son la ventaja competitiva las cuales permiten desarrollarse en el mercado competitivo.

2.1.2. Variable 2: Motivación

Barreno (2017) en su tesis titulada *La motivación del personal en las empresas panificadoras en la ciudad de Totoncapán* (Tesis de grado) presentada en la Universidad Rafael Landívar. La investigación tuvo como objetivo general determinar

la manera de motivación de personal en las empresas panificadoras en la ciudad de Totonicapán, se usó la metodología de diseño descriptivo, entre las principales conclusiones se precisa lo siguiente: (1) existe motivación de personal pero no se aplica de manera eficiente y formal los procesos, modelos, técnicas y estrategias motivacionales, ya que se realiza mayormente de forma eventual y sin calendarización, (2) se identificó que actualmente las empresas panificadoras en la ciudad de Totonicapán, no utilizan procesos de motivación, tanto gerentes como personal indicaron que es un aspecto relevante y aplicarlos de manera formal encamina fácilmente a las metas personales y de la empresa.

Maya (2018) presentó la investigación titulada *Escala de motivación para el transfer* realizada en la Universidad Complutense de Madrid, el objetivo general consiste en medir y describir la motivación que tienen los alumnos para transferir los conocimientos y habilidades aprendidas durante una acción formativa a sus puestos de trabajo, el interés de esta investigación es vincular el transfer con la motivación, por ser esta un proceso psicológico que pone el acento en la gestión de los recursos humanos desde la psicología del trabajo, sin negar la importancia de la administración de dicha gestión.

Bello, Bustamante (2019) presentaron una investigación titulada *¿Es posible incrementar extrínsecamente la motivación intrínseca laboral?*, en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, es así que tuvo como objetivo general establecer si es posible incrementar extrínsecamente la motivación intrínseca laboral, usó una metodología de tipo cualitativo, se concluyó que la motivación intrínseca y la motivación extrínseca son los dos lados de un fenómeno, o las dos caras de una moneda, que pone en acción al individuo.

Vásquez (2018) presentó una tesis titulada *Motivación de logros de los trabajadores nombrados de la Municipalidad Provincial de Tumbes – Tumbes, 2018*, su objetivo general era determinar la motivación de logro de los trabajadores nombrados de la Municipalidad Provincial de Tumbes -Tumbes, 2018, se utilizó una metodología de tipo cuantitativa, el nivel descriptivo y diseño no experimental, transversal, además, se seleccionó aleatoriamente una muestra simple conformada por 120 trabajadores, para la recolección de datos se les aplicó cuestionario, se logró concluir que los trabajadores se ubican en el nivel de tendencia alto de motivación de logro, refleja el 63.3% de los trabajadores se ubican en el nivel tendencia alto de motivación de logro en la dimensión filiación, se aprecia que el 60.8% de los trabajadores se ubican en el nivel tendencia alto de motivación de logro en la dimensión poder.

Ríos (2018) en su investigación titulada *Caracterización de la motivación laboral y el volumen de ventas de las Mypes del Sector Comercio - Rubro Abarrotes en el distrito de tumbes,2018*; tuvo como objetivo general, determinar la caracterización de motivación laboral, así como el volumen de ventas de las Mypes del sector comercio, en el rubro abarrotes en el distrito de Tumbes, 2018, se empleó la metodología de investigación nivel descriptivo, diseño no experimental y corte transversal. Se obtuvieron datos a través de la aplicación de un cuestionario de 10 preguntas dirigida a los trabajadores, y 2 preguntas dirigida a los jefes, con una muestra de 44 personas. Por lo consiguiente, se concluyó de los trabajadores tienen un alto nivel de percepción respecto a la motivación laboral y el volumen de ventas tiene un nivel bueno.

Villegas (2017) presentó su tesis titulada *Caracterización de la capacitación y*

motivación en las Mypes rubro hospedaje del distrito de Tambogrande - Piura, año 2017; tiene como objetivo general identificar las características de la capacitación y motivación en las Mype rubro hospedajes del distrito de Tambogrande, año – 2018, se empleó la metodología de investigación de nivel descriptivo, diseño no experimental y corte transversal; la población en estudio estuvo conformada por las Mype del rubro hospedajes de 3 Mype con sus 10 trabajadores, se concluyó que la capacitación a los trabajadores beneficia en el personal, porque, mejora la imagen de la Mype, sube de nivel de puesto en el trabajo esto ayudo al trabajador a satisfacerse y aumenta su autoestima, otra conclusión es que son importantes para el desarrollo de sus trabajadores en el ámbito laboral como personal.

2.2 Bases teóricas de la investigación

2.2.1 Competitividad

La competitividad en un proceso de creación de ventajas competitivas; en particular, donde es importante la capacidad de innovar para obtener impulsos tecnológicos, además, al tener la capacidad de innovar en aspectos tecnológicos y así pues anticipar las necesidades de los consumidores; por lo consiguiente, se obtiene la capacidad de organización, infraestructura y un marco jurídico (Ayosa, 2018).

La competitividad es un factor que guarda relación con la capacidad de una empresa para producir mayores volúmenes a un menor costo. Por lo consiguiente, se deduce que la competitividad se relaciona con la productividad y el valor agregado (Barreto, 2018). Asimismo, la competitividad es la capacidad de una persona u organización para desarrollar ventajas competitivas con respecto a sus competidores y de esta manera obtener así, una posición destacada en su entorno. Además, la competitividad generalmente se basa en una ventaja competitiva, es decir, tener una

cierta habilidad, poseer recursos, asimismo tecnología y atributos que logran hacer superior al que los posee. En efecto, se refiere a un concepto relativo en donde se compara el rendimiento de una persona u organización con respecto a otras (Roldán, 2017).

En el presente, la competitividad es un factor vigente en todas las empresas, debido a que depende de la capacidad para administrar sus recursos internos, complementario a esto, además, se señala que la competitividad se relaciona mucho con la calidad de los productos y servicios ofrecidos; al mismo tiempo deben estar en constante innovación con la finalidad de marcar una ventaja competitiva en el mercado que se encuentra. Asimismo, este concepto nace tras la existencia de la competencia, ya que es la iniciativa que hace que las empresas reduzcan sus costos, asimismo mejoren sus procesos productivos y, además, introduzcan nuevos productos, servicios y tecnologías. Gracias a la competencia las empresas se esfuerzan por producir más y mejores productos o servicios con menos recursos, lo cual constituye la esencia de la productividad. (Rubio & Baz, 2017).

2.2.1.1 Factores de Competitividad

Martínez (2018) considera a los siguientes elementos como factores de competitividad:

- **Gestión**, se refiere a todo aquello que se lleva a cabo dentro de toda empresa, principalmente en las áreas administrativas, incluye, además, la toma de decisiones, así como la planificación estratégica; en efecto, es para que la empresa puede de esta manera desarrollar acciones exactas, es así que depende de estas y de manera considerable el éxito en un mercado (Martínez, 2018).

- **Innovación**, consiste en contar con sistemas rápidos y, además, sencillos, transparentes y por otro lado prácticos que fomenten la creatividad y, además, la innovación. Es así su justificación que, si a través de la innovación implica una mejora del producto y, además, una reducción de costos, es por ello, la empresa aumentará su beneficio y su posicionamiento en el mercado (Martínez, 2018).

- **Producción**, está referida a la consagración de un nuevo paradigma de producto. Dicho de otra manera, se denominada como el proceso de fabricar u obtener productos (Martínez, 2018).

- **Mercados**, se refiere a la parte funcional del negocio, es decir, al estimular la inversión de las empresas, los mercados dinámicos aseguran una elevada tasa de renovación de equipos (Martínez, 2018).

- **Incentivos**, los trabajadores necesitan ser motivados; y de esta manera se lograr aumentar la capacidad de respuesta por parte de los mismos con un resultado óptimo de productividad (Martínez, 2018).

2.2.1.2 Elementos de Competitividad

Según Mendoza (2018) considera a los siguientes elementos esenciales para que una empresa llegue hacer competitiva:

- **Competencia**, está referido a la capacidad, así como a la habilidad, en un determinado campo; es decir, puede ser definido por el pensamiento, el carácter y los valores y, además, el buen manejo de las situaciones problemáticas (Mendoza ,2018).

- **Tecnología**, es fundamental poder contar con una tecnológica innovadora y de esta manera operar la correcta información para que se logre la competitividad de una empresa, asimismo es importante que la empresa renueve los equipos y maquinaria de tal manera que se puedan obtener los niveles de calidad esperados (Mendoza ,2018).

- **Satisfacción del cliente**, con los resultados obtenidos se puede determinar los indicadores que reflejen el nivel de satisfacción del cliente referidos a la atención que se le brinda; es decir, si se logra cumplir con la expectativa del cliente ante la adquisición de un bien o servicio (Mendoza, 2018).

- **Clima colaborativo**, se refiere al funcionamiento interno sólido en un ambiente laboral, además, debe ser sin tensión y organizado y; es decir, satisface a sus colaboradores o participantes.

2.2.2 Motivación

La motivación se alude al incentivo, es el esfuerzo para llegar a complacer la meta determinada con el gozo que el individuo experimenta al proponer un objetivo; además, la motivación incluye un estímulo hacia un rendimiento por otro lado el agrado del resultado habitado, dicho de otro modo; la motivación es el resultado, la satisfacción (Vásquez, 2018).

Para Paredes, Ttito (2018) la define como “aquellos procesos que dan cuenta de la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo de un individuo para conseguir una meta. Así mismo precisa que posee tres elementos principales: intensidad, esfuerzo y persistencia; la intensidad reside en la medida de esfuerzo que la persona utiliza para lograr su objetivo; el esfuerzo deberá encausarse en la dirección de la meta deseada, y por último la persistencia se refiere a la medida del tiempo a la que una persona sostiene dicho esfuerzo”.

La motivación “no es un fenómeno que se pueda observar de forma directa; sin embargo, precisa que sí puede inferirse de los comportamientos de las personas que son dirigidas por la herencia o por el ambiente y, además, se logran al observar en la personalidad, los conocimientos, aptitudes y habilidades” (Triana y Ospina, 2017).

Serrano (2016) indica, que en el trabajo es importante “la motivación laboral, porque, es una técnica esencial en las empresas, ésta técnica se basa en mantener a los empleados con un alto estímulo en el cual ellos puedan desarrollar actitudes positivas, entonces, puedan mejorar su desempeño en el trabajo; por lo consiguiente, la presencia de empleados correctamente motivados para ejecutar lo mejor posible sus funciones y tareas laborales es beneficiosa tanto para la organización, que tendrá mayor probabilidad de obtener mejores resultados, como para los propios trabajadores, quienes además, experimentarán un aumento en su calidad de vida laboral”.

La motivación puede ser un fenómeno psicológico que no puede medirse u observarse directamente; en efecto, solo se puede evaluar a través de los comportamientos y de los resultados que se consiga (Uriarte, 2017); por lo consiguiente, se puede definir a la motivación como aquel proceso que inicia, conduce y conserva las conductas orientadas a lograr un objetivo o satisfacer una necesidad; es decir, la fuerza que nos hace actuar y nos permite seguir adelante.

2.2.2.1 Tipos de Motivación

Según Ríos (2018) en su investigación considera los siguientes tipos de motivación:

- **Motivación extrínseca:** Es aquel estímulo que nos promueven actuar y que son aquellos derivados de la actividad que se ejecuta; es decir, están ligados a factores externos a la persona.

- **Motivación intrínseca:** Es aquel estímulo que apreciamos para ejecutar una acción que procede de nuestro interior y, por lo tanto, no de alguna recompensa externa que logremos conseguir con ello, es decir, nace del interior de cada individuo.

- **Motivación básica:** Es aquel estímulo que establece nuestro nivel de responsabilidad como practicantes de una actividad física; es decir, está referida a la base estable de la motivación; dicho de otra manera, es lo que determina el nivel de compromiso de un deportista con su actividad para obtener resultados positivos.

- **Motivación cotidiana:** Se refiere al estímulo que sentimos por el interés de realizar una actividad física diaria y por lo consiguiente, los resultados o gratificación que conseguimos de ellos rápidamente.

- **Motivación centrada en la tarea:** Es aquella que la obtenemos de nuestros retos, así como de los resultados personales, además, de las impresiones subjetivas de dominio y progreso; en efecto, es lo que motiva a superarse uno mismo.

2.2.2.2 Factores de Motivación

Ríos (2018) tomando como referencia la teoría de Maslow, afirma que existe un grado de necesidad dentro de cada persona; por lo consiguiente, determina a los siguientes factores esenciales en la motivación:

- **Factores fisiológicos;** son aquellas necesidades fundamentales de representación esencial que permiten la supervivencia del ser humano, incluye la alimentación, el mantenimiento de la salud, la respiración el descanso y la homeostasis, así como otras necesidades corporales.

- **Factores de seguridad y protección;** está referida a que una vez cubierta todas las necesidades fisiológicas, surgen las necesidades secundarias donde incluyen la seguridad física, la estabilidad laboral, los ingresos económicos, la moral, familiar; es decir, todo aquello que genere seguridad y protección.

- **Factores sociales;** son todos aquellos aspectos sociales, además, se les puede llamar necesidades de tercera categoría, además, se puede mencionar al desarrollo afectivo, asociación, aceptación, e intimidad sexual.
- **Factores de estima;** las personas tienen el afán de crecer, por lo consiguiente, se encuentran factores internos como el respeto de sí, la autonomía y el logro; en efecto, incluye el reconocimiento, la confianza, el respeto y el éxito.
- **Factores de autorrealización;** si se logra satisfacer todas las necesidades anteriores a continuación se da inicio al paso para obtener aquello que uno es capaz de ser, se refiere el desarrollo potencial.

III. HIPÓTESIS

Azuero (2018) indica, que la metodología cuantitativa se presenta como más apropiada para la verificación o el contraste de hipótesis fundamentadas en el conocimiento teórico existente que para construir o avanzar en la formación de una teoría todavía en fase de desarrollo. En las investigaciones descriptivas no siempre se formulan hipótesis, se hacen cuando se pronostica un hecho o dato lo cual no corresponde en esta investigación, dado que solo se trata de mencionar las características de las variables competitividad y motivación.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

La metodología puede ser definida como la totalidad de los aspectos operativos dentro del proceso de investigación, es por eso que cuando se habla de investigación es frecuente mencionar que la metodología son todos los aspectos operativos indispensables en el desarrollo de un estudio (Arispe et al., 2020); además, precisa que los diseños son la guía o el plan para que el investigador pueda desarrollar el proceso de investigación en lo referente a la obtención de la información. Existen varios diseños de investigación, los cuales van a depender de la pregunta de investigación y los objetivos de investigación.

La presente investigación fue de tipo cuantitativo, porque, se centra en la información recopilada a través del instrumento cuestionario, con la ayuda de la estadística los datos de las variables de la competitividad y la motivación se pudo identificar tendencias, promedios, análisis de datos y obtener resultados generales (Azuero, 2018).

Fue de nivel descriptivo, porque, especifica las propiedades de las variables en estudio, sin modificar o alterar ninguna de las variables de la situación enigmática restringiendo exclusivamente a la comprobación de las mismas. La investigación no busca explicar la causa o efecto; la finalidad es conocer las características de ambas variables (Gallardo, 2019).

El diseño que se utilizó fue de tipo no experimental, porque, se observaron los fenómenos tal y como se presentaron en el entorno, es decir, de manera natural

tomando una muestra de la población; así mismo la prolongación fue de corte transversal, porque, el estudio se realizó en un tiempo determinado con la finalidad de identificar y describir las características de las dos variables (Ríos, 2018).

4.2 Población y muestra

Población:

Conjunto de casos que tienen una serie de especificaciones en común y se encuentran en un espacio determinado. En muchos casos, no es posible analizar toda la población por cuestiones de tiempo y recursos humanos. Es por ello, que debe trabajarse con una parte “Muestra” (Arispe et al., 2020)

P1: La población bajo estudio de investigación para la variable Competitividad en los indicadores gestión, innovación, producción, mercados e incentivos fue dirigida a los propietarios siendo una población finita conocida; además, para los indicadores de competencia, tecnología, satisfacción del cliente y clima colaborativo; cuya fuente fue dirigida a los clientes siendo una población infinita desconocida.

Cuadro 1

Relación de Mype

Ítem	Nombre de la Mype	Propietarios
1	Panadería A	1
2	Panadería B	1
3	Panadería C	1
4	Panadería D	1

Nota. Elaboración propia

P2: La población para la variable motivación en sus indicadores extrínseca, intrínseca, básica, cotidiana, centrada en la tarea, fisiológicos, seguridad y protección, sociales, estima, autorrealización cuya fuente fue dirigida a los colaboradores siendo una población finita conocida.

Cuadro 2

Relación de colaboradores en las Mype

Ítem	Nombre de la Mype	Colaboradores
1	Panadería A	2
2	Panadería B	2
3	Panadería C	2
4	Panadería D	2

Nota. Elaboración propia

4.2.1 Criterios de inclusión

Variable: Competitividad

Se solicitó el apoyo para la presente investigación a los propietarios y clientes de las 4 Mype rubro panadería de ambos sexos mayores de 18 años del centro poblado Salitral.

Variable: Motivación

Se solicitó el apoyo para la presente investigación a los colaboradores que brindan sus servicios en las 4 Mype rubro panadería de ambos sexos mayores de 18 años del centro poblado Salitral.

4.2.2 Criterios de exclusión

Variable: Competitividad

No se excluirá a ningún propietario en la presente investigación; sin embargo, a los clientes se excluirá solo aquellos que no estén en condiciones de brindar información.

Variable: Motivación

No se excluirá en la presente investigación a ningún colaborador que brinde sus servicios en las Mype rubro panadería.

Muestra:

Arispe et al. (2020) la define como a un subgrupo de casos de una población en el cual se recolectan los datos. Además, precisa que al trabajar con muestra permite: ahorrar tiempo, reduce costos y si está bien seleccionada puede ayudar con la precisión y exactitud de los datos. Así mismo otro aspecto que se tiene que tener a consideración es que la población y muestra deben estar en relación con la pregunta de investigación y objetivos, al igual que debe tener representatividad estadística.

M1: Para los propietarios y colaboradores se obtuvo una población inferior a 50 personas; por lo tanto, esta población será igual al de la muestra, es decir, no se requiere de la aplicación de fórmula alguna. En tal sentido, tenemos que $N = 12$; dado que $N = n$ por, es así, $N = 12$; en consecuencia, la muestra de estudio es de 4 propietarios y 8 colaboradores dando un total de 12.

M2: Para los clientes la población es infinita, es decir, desconocida; por lo tanto, se utilizó una fórmula para determinar la población a encuestar; en tal sentido, Gallardo (2018) propone la siguiente fórmula para calcular el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{Z_a^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Donde:

n = Tamaño muestral

a = Nivel de confianza del 90%

z = Valor estadístico del nivel de confianza de 1.645

p = Probabilidad de que ocurra 50%

q = Probabilidad de que no ocurra 50%

e^2 = Margen de error 1%

$$n = \frac{(1.645)^2 \times 0.50 \times 0.50}{(0.01)^2}$$

$$n = \frac{2.706025 \times 0.5 \times 0.5}{0.01}$$

$$n = \frac{0.67650625}{0.01}$$

$$n = 67.650625$$

$$n = 68$$

Cuadro 3

Fuentes de información

Variable	Población	Elementos de la población	Muestra
Competitividad	Finita	4 propietarios	4 propietarios
	Infinita	Desconocido	68 clientes
Motivación	Colaboradores	8 trabajadores	8 trabajadores

Nota. Elaboración propia

4.3 Definición y operacionalización de las variables

Cuadro 4

Matriz de operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Dimensión operacional	Fuentes	Escala de medición
Competitividad	En un proceso de creación de ventajas competitivas, la importancia radica en la capacidad de innovar para obtener impulsos tecnológicos y anticipar las necesidades de los consumidores (Ayosa, 2018).	Factores	Gestión	La dimensión “factores” se medirá con los indicadores; gestión, innovación, producción, mercados e incentivos con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.	Propietario	Nominal
			Innovación			
			Producción			
			Mercados			
		Elementos	Incentivos	La dimensión “elementos” se medirá con los indicadores; competencia, tecnología, satisfacción del cliente y clima colaborativo con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.	Clientes	
			Competencia			
			Tecnología			
			Satisfacción del cliente			
		Clima colaborativo				
Motivación	Se alude al incentivo, es el esfuerzo para llegar a complacer la meta determinada con el gozo que el individuo experimenta al proponer un objetivo (Vásquez, 2018).	Tipos	Extrínseca	La dimensión “tipos” se medirá con los indicadores; extrínseca, intrínseca, básica, cotidiana y centrada en la tarea con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.	Colaboradores	Nominal
			Intrínseca			
			Básica			
			Cotidiana			
			Centrada en la tarea			
		Factores	Fisiológicos	La dimensión “factores” se medirá con los indicadores; fisiológicos, seguridad y protección, sociales, estima y autorrealización con la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario.		
			Seguridad y protección			
			Sociales			
			Estima			
			Autorrealización			

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Son un conjunto de acciones y actividades que realiza el investigador para recolectar la información los cuales permiten lograr los objetivos y así contrastar la hipótesis de investigación. Para ello se necesita contar con las fuentes de datos, el método para la recolección y el plan de análisis de los datos la define (Arispe et al. (2020), además, precisa que los instrumentos hacen posible la aplicación de la técnica y son elaborados con pertinencia, considerando las variables e indicadores. Es requerido tener la validez (contenido y constructo) y confiabilidad de los datos (10% de la cantidad de población o muestra aproximadamente).

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta, que se logró recolectar información por medio de un cuestionario prediseñado; lo cual no se pretendió modificar ni controlar el ambiente de investigación. Los datos se obtuvieron a partir de la ejecución de un conjunto de preguntas plasmadas en un cuestionario dirigidas y aplicadas a una muestra representativa, con el objetivo de conocer estados de opinión, características o hechos concretos. El cuestionario fue elaborado a partir de la operacionalización de las dos variables, estructurado en un listado de preguntas escritas que se entregó a los encuestados, con la finalidad que sean contestadas.

La encuesta es una técnica fundamental en la investigación social que se propaga en el ámbito estricto de la investigación científica y, además, permite la recolección de datos cuantitativos de una población muestral. Emplea como instrumento al cuestionario, los resultados obtenidos serán procesados con métodos

estadísticos. Dicho instrumento será evaluado con el fin de determinar su confiabilidad (Westreicher, 2020).

4.5 Plan de análisis.

Arispe et al. (2020) precisa que esta fase es realizada después de la recolección de la información, durante la ejecución de la investigación es planificada con antelación, considerando lo que hará, en qué consistirá y cómo se ejecutará.

Obtenidos los datos, se tabularon y graficaron ordenándolos de acuerdo a cada variable y sus dimensiones, para lo cual se empleó una estadística descriptiva, haciendo cálculos de las frecuencias y porcentajes, se utilizó el programa Excel para tal fin; luego, se realizó la observación e interpretación de los datos recopilados por medio del instrumento de recojo de datos, el cuestionario.

4.6 Matriz de consistencia

Cuadro 5

Matriz de consistencia

Titulo	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
Caracterización de competitividad y motivación en Mype, rubro panadería, centro poblado salitral, distrito san Andrés de salitral, año 2022	¿Qué características tiene la competitividad y motivación en las Mype, rubro panadería, en el centro poblado Salitral, distrito San Andrés de Salitral, año 2022?	General: Identificar las características de competitividad y motivación en las Mype, rubro panadería, en el centro poblado Salitral, distrito San Andrés de Salitral, año 2022.	En las investigaciones descriptivas no siempre se formulan hipótesis, se hacen cuando se pronostica un hecho o dato lo cual no corresponde en esta investigación, dado que solo se trata de mencionar las características de las variables competitividad y motivación (Azucero 2018).	Competitividad	Diseño: No experimental
		Específico 1: Describir los factores de competitividad en las Mype, rubro panadería, en el centro poblado Salitral, distrito San Andrés de Salitral, año 2022.			De corte transversal
		Específico 2: Determinar los elementos de competitividad en las Mype, rubro panadería, en el centro poblado Salitral, distrito San Andrés de Salitral, año 2022.			Técnica: Encuesta
		Específico 3: Detallar los tipos de motivación en las Mype, rubro panadería, en el centro poblado Salitral, distrito San Andrés de Salitral, año 2022.			4 propietarios 68 clientes 8 colaboradores
		Específico 4: Conocer los factores de motivación en las Mype, rubro panadería, en el centro poblado Salitral, distrito San Andrés de Salitral, año 2022.			Motivación
					Instrumento: Cuestionario
					Tipo: Cuantitativo
					Nivel: Descriptivo

4.7 Principios éticos.

Los aspectos éticos son considerados, tanto por el tema y diseño de investigación, así como los resultados sean obtenidos lo más éticamente posible. Para ellos, hay que tomar en cuenta los principios bioéticos, la Declaración del Helsinki, el consentimiento informado y las autorizaciones de las instituciones, entre otros (Arispe et al., (2020)

La presente investigación se basó en el código de ética para la investigación versión 002 de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (2019) en tal sentido, se tomó en cuenta los siguientes principios éticos:

Protección a las personas, se respetó la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad; implicó el pleno respeto de sus derechos fundamentales si, además, se encuentran en situación de vulnerabilidad.

Libre participación y derecho a estar informado, mediante la cual las personas como sujetos investigados se les informó sobre los propósito y finalidades de la investigación.

La justicia donde el investigador ejerció un juicio razonable, ponderable y tomó las precauciones necesarias para asegurar que sus sesgos y las limitaciones de sus capacidades y conocimientos no den lugar a prácticas injustas; además, se obligó tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

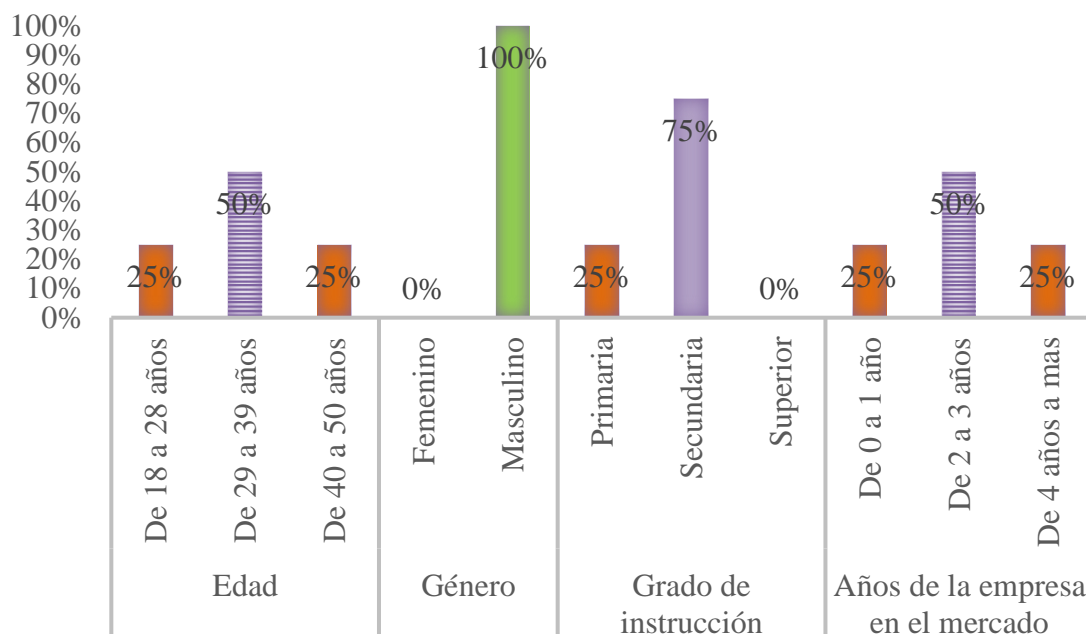
Resultados demográficos

Tabla 1

Características demográficas

	Rubro	N	%	Total
Edad	De 18 a 28 años	1	25	100 %
	De 29 a 39 años	2	50	
	De 40 a 50 años	1	25	
Género	Femenino	0	0	100 %
	Masculino	4	100	
Grado de instrucción	Primaria	1	25	100 %
	Secundaria	3	75	
	Superior	0	0	
Años de la empresa en el mercado	De 0 a 1 año	1	25	100 %
	De 2 a 3 años	2	50	
	De 4 años a mas	1	25	

Nota. Encuesta aplicada a los propietarios.
Elaboración propia.

Figura 1*Características demográficas de los propietarios*

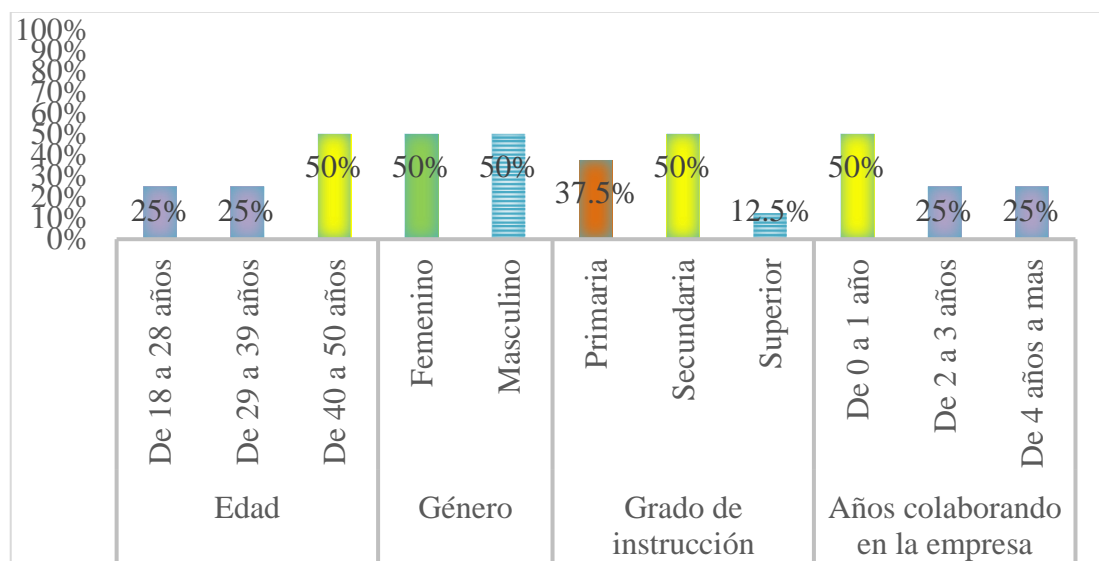
Nota. *Elaboración propia.*

El 50% de los encuestados se encuentran en el rango de edades de 29 a 39 años de edad, el 25% entre 18 a 28 años y el resto es de 40 a 50 años; con respecto al género el 100% de los encuestados es masculino; respecto al grado de instrucción el 75% de los encuestados tienen un nivel de estudio secundarios, el 25% tienen estudios primarios; en relación a los años de la empresa en el mercado el 50% tiene de 2 a 3 años el 25% tienen de 0 a 1 año, y el resto tiene de 4 años a más.

Tabla 2*Características demográficas*

	Rubro	N	%	Total
Edad	De 18 a 28 años	2	25	100 %
	De 29 a 39 años	2	25	
	De 40 a 50 años	4	50	
Género	Femenino	4	50	100 %
	Masculino	4	50	
Grado de instrucción	Primaria	3	37.5	100 %
	Secundaria	4	50	
	Superior	1	12.5	
Años colaborando en la empresa	De 0 a 1 año	4	50	100 %
	De 2 a 3 años	2	25	
	De 4 años a mas	2	25	

Nota. Encuesta aplicada a los colaboradores.
Elaboración propia.

Figura 2*Caracterización demográfica de los colaboradores*

Nota. Elaboración propia

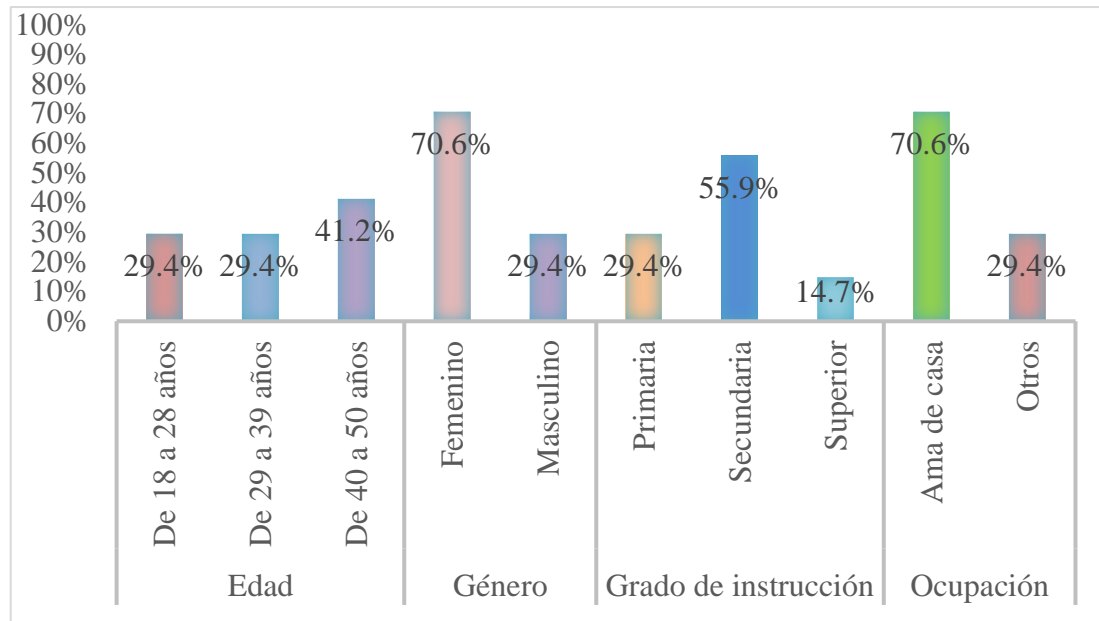
El 50% de los encuestados se encuentran en el rango de edades de 40 a 50 años, el 25% entre las edades de 18 a 28 años y así mismo de 29 a 39 años; con respecto al género el 50% de los encuestados es femenino y el resto es masculino; respecto al grado de instrucción el 50% tienen estudios secundarios, el 37.5% de los encuestados tienen un nivel de estudio primario y la diferencia tienen estudio superior; en relación a los años colaborando en la empresa el 50% tienen de 0 a 1 año, el 25% de 2 a 3 años y el resto tiene de 4 años a más.

Tabla 3

Características demográficas

	Rubro	N	%	Total
Edad	De 18 a 28 años	20	29.4	100 %
	De 29 a 39 años	20	29.4	
	De 40 a 50 años	28	41.2	
Género	Femenino	48	70.6	100 %
	Masculino	20	29.4	
Grado de instrucción	Primaria	20	29.4	100 %
	Secundaria	38	55.9	
	Superior	10	14.7	
Ocupación	Ama de casa	48	70.6	100 %
	Otros	20	29.4	

Nota. Encuesta aplicada a los clientes.
Elaboración propia.

Figura 3*Caracterización demográfica de los clientes*

Nota. Elaboración propia

El 41.2% de los encuestados se encuentran en el rango de edades de 40 a 50 años, el 29.4% entre las edades de 18 a 28 años y el resto entre 29 a 39 años; con respecto al género el 70.6% de los encuestados es femenino y el resto es masculino; respecto al grado de instrucción el 55.9% de los encuestados tienen un nivel de estudio secundario, el 29.4% tienen estudios primarios y la diferencia tienen estudio superior; en relación a la ocupación el 70.6% son ama de casa y el resto tienen otra ocupación.

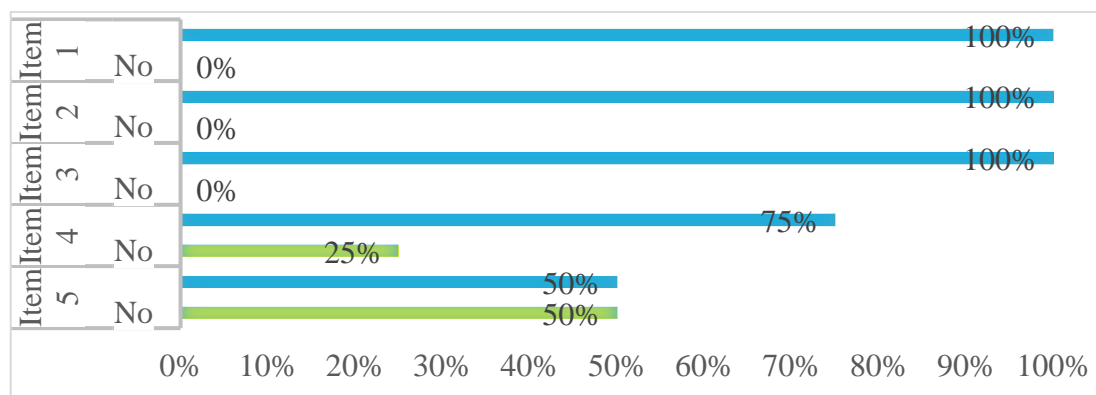
5.1.1. Competitividad

5.1.1.1. Objetivo: Describir los factores de competitividad en las Mype, rubro panadería, en el centro poblado Salitral, distrito San Andrés de Salitral, año 2022.

Tabla 4*Factores de competitividad*

Nº	Pregunta	Si		No		Total	
		f	%	f	%	f	%
1	¿Considera usted importante la toma de decisiones y planificación estratégica?	4	100	0	0	4	100
2	¿La innovación genera posicionamiento en el mercado?	4	100	0	0	4	100
3	¿La producción de nuevos productos genera diferenciación?	4	100	0	0	4	100
4	¿Cree usted que la competitividad le asegura un posicionamiento en el mercado?	3	75	1	25	4	100
5	¿Otorga usted incentivos a sus colaboradores?	2	50	2	50	4	100

Nota. Encuesta aplicada a los propietarios.
Elaboración propia.

Figura 4*Factores de competitividad*

Nota. Elaboración propia.

El 100% de los propietarios encuestados consideran importante la toma de decisiones y planificación estratégica, la innovación si genera posicionamiento en el

mercado y los nuevos productos genera diferenciación; además, el 75% de los propietarios creen que la competitividad si les asegura un posicionamiento en el mercado y el 50% si otorgan incentivos a sus colaboradores.

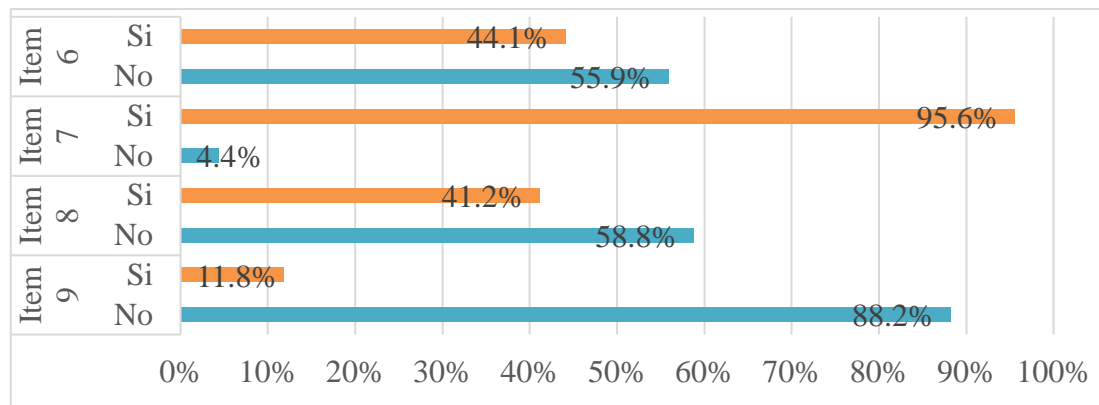
5.1.1.2. Objetivo: Determinar los elementos de competitividad en las Mype, rubro panadería, en el centro poblado Salitral, distrito San Andrés de Salitral, año 2022.

Tabla 5

Elementos de competitividad

N°	Pregunta	Si		No		Total	
		f	%	f	%	f	%
6	¿La Mype es competente?	30	44.1	38	55.9	68	100
7	¿Cree usted que el uso de tecnología le permite a la Mype brindar un mejor servicio?	65	95.6	3	4.4	68	100
8	¿Queda usted satisfecho con la atención que le brindan?	28	41.2	40	58.8	68	100
9	¿Percibe usted un agradable clima colaborativo entre los trabajadores?	8	11.8	60	88.2	68	100

*Nota. Encuesta aplicada a los clientes.
Elaboración propia.*

Figura 5*Elementos de competitividad*

Nota. Elaboración propia.

El 95.6% de los clientes creen que el uso de tecnología si les permite a las Mype brindar un mejor servicio, el 88.2% no perciben un agradable clima colaborativo entre los trabajadores, el 58.8% no quedan satisfechos con la atención que se les brinda y el 55.9% consideran que las Mype no son competentes.

5.1.1.3. Objetivo: Detallar los tipos de motivación en las Mype, rubro panadería, en el centro poblado Salitral, distrito San Andrés de Salitral, año 2022.

Tabla 6

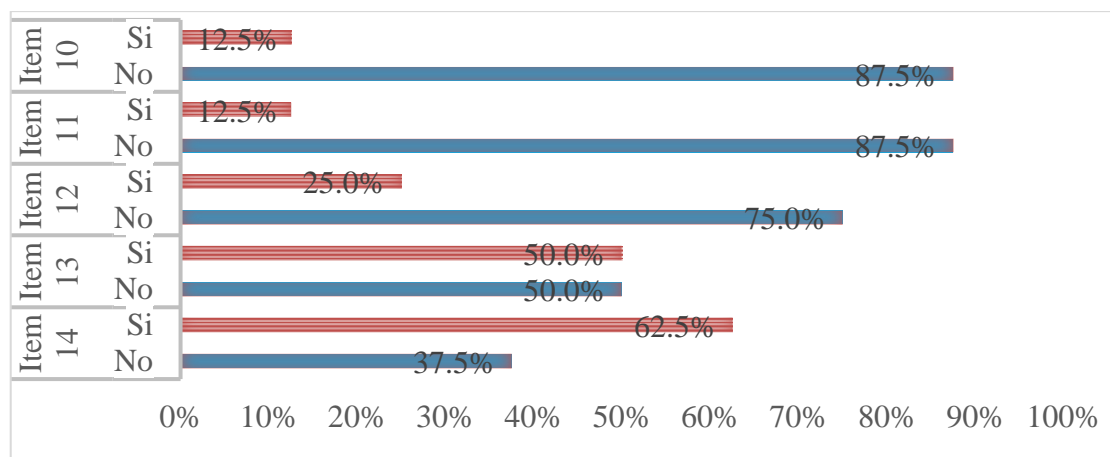
Tipos de motivación

Nº	Pregunta	Si		No		Total	
		f	%	f	%	f	%
10	¿Conoce usted a que se refiere con motivación extrínseca?	1	12.5	7	87.5	8	100
11	¿Conoce usted a que se refiere con motivación intrínseca?	1	12.5	7	87.5	8	100
12	¿Se siente motivado para obtener resultados positivos?	2	25	6	75	8	100
13	¿Realiza a gusto las actividades diarias?	4	50	4	50	8	100
14	¿Se siente satisfecho con el progreso obtenido y desea superarlo?	5	62.5	3	37.5	8	100

Nota. Encuesta aplicada a los colaboradores.
Elaboración propia.

Figura 6

Tipos de motivación



Nota. Elaboración propia.

El 87.5% de los colaboradores desconocen el término motivación extrínseca y motivación intrínseca, asimismo el 75% no se sienten motivados para obtener resultados positivos, además, el 62.5% si se sienten satisfechos con el progreso obtenido y si desean superarlo y por último el 50% si realizan a gusto las actividades diarias.

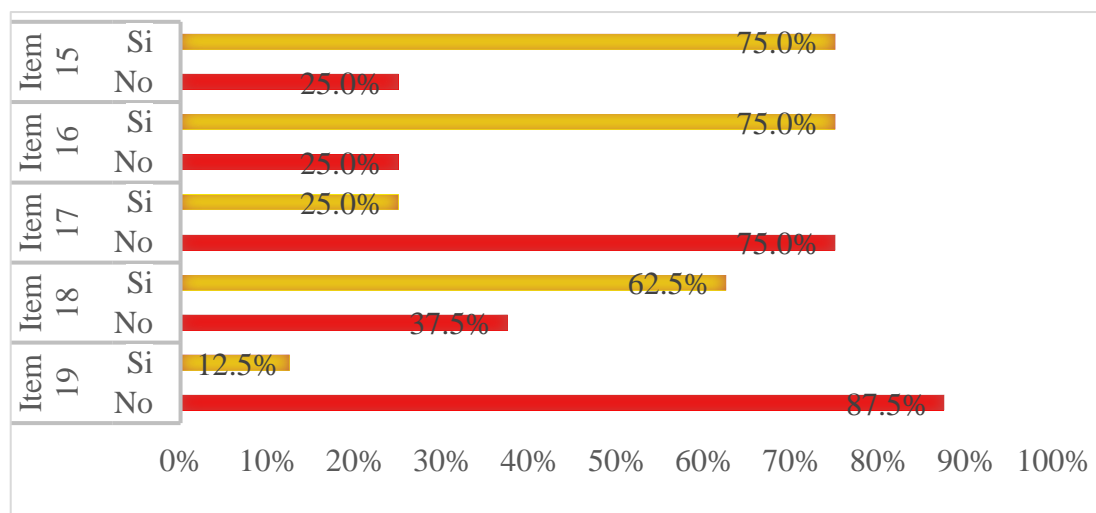
5.1.1.4. Objetivo: Conocer los factores de motivación en las Mype, rubro panadería, en el centro poblado Salitral, distrito San Andrés de Salitral, año 2022.

Tabla 7

Factores de motivación

Nº	Pregunta	Si		No		Total	
		f	%	f	%	f	%
15	¿Siente que satisface sus necesidades fisiológicas como es alimentación y otras de supervivencias?	6	75	2	25	8	100
16	¿El ingreso económico que recibe le permite cubrir sus necesidades?	6	75	2	25	8	100
17	¿Se considera aceptado en el espacio donde se relaciona?	2	25	6	75	8	100
18	¿Tiene confianza en usted mismo, se siente respetado(a) por el entorno que lo rodea?	5	62.5	3	37.5	8	100
19	¿Siente que alcanzado el éxito?	1	12.5	7	87.5	8	100

Nota. Encuesta aplicada a los colaboradores.
Elaboración propia.

Figura 7*Factores de motivación*

Nota. Elaboración propia.

El 87.5% de los colaboradores sienten no haber alcanzado el éxito; el 75% de los colaboradores sienten que, si satisfacen sus necesidades fisiológicas como alimentación y otras de supervivencia, además, el ingreso económico que reciben si les permite cubrir sus necesidades, pero se consideran no aceptados en el espacio donde se relacionan; y por último el 62.5% si tienen confianza en sí mismos, se sienten respetados(as) por el entorno que los rodea.

5.2 Análisis de resultados

5.2.1. Competitividad

5.2.1.1. Objetivo: “describir los factores de competitividad en las Mype, rubro panadería, en el centro poblado Salitral, distrito San Andrés de Salitral, año 2022”.

En la tabla 4 denominada “factores de competitividad – propietarios” se observa que el 100% de los propietarios encuestados consideran importante la toma de decisiones y planificación estratégica, la innovación si genera posicionamiento en el

mercado y los nuevos productos genera diferenciación; además, el 75% de los propietarios creen que la competitividad si les asegura un posicionamiento en el mercado y el 50% si otorgan incentivos a sus colaboradores.

5.1.1.2. Objetivo: “determinar los elementos de competitividad en las Mype, rubro panadería, en el centro poblado Salitral, distrito San Andrés de Salitral, año 2022”

En la tabla 5 denominada “elementos de competitividad – clientes” se visualiza que el 95.6% de los clientes creen que el uso de tecnología si les permite a las Mype brindar un mejor servicio, el 88.2% no perciben un agradable clima colaborativo entre los trabajadores, el 58.8% no quedan satisfechos con la atención que se les brinda y el 55.9% consideran que las Mype no son competentes.

5.2.2. Motivación

5.1.1.3. Objetivo: “detallar los tipos de motivación en las Mype, rubro panadería, en el centro poblado Salitral, distrito San Andrés de Salitral, año 2022”.

En la tabla 6 denominada “tipos de motivación – colaboradores” se observa que el 87.5% de los colaboradores desconocen el término motivación extrínseca y motivación intrínseca, asimismo el 75% no se sienten motivados para obtener resultados positivos, además, el 62.5% si se sienten satisfechos con el progreso obtenido y si desean superarlo y por último el 50% si realizan a gusto las actividades diarias.

5.1.1.4. Objetivo: “Conocer los factores de motivación en las Mype, rubro panadería, en el centro poblado Salitral, distrito San Andrés de Salitral, año 2022”.

En la tabla 7 denominada “factores de motivación – colaboradores” se aprecia que el 87.5% de los colaboradores sienten no haber alcanzado el éxito; el 75% de los colaboradores sienten que, si satisfacen sus necesidades fisiológicas como alimentación y otras de supervivencia, además, el ingreso económico que reciben si les permite cubrir sus necesidades, pero se consideran no aceptados en el espacio donde se relacionan; y por último el 62.5% si tienen confianza en sí mismos, se sienten respetados(as) por el entorno que los rodea.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Los factores de competitividad en las Mype que se describieron fueron la gestión, la innovación, la producción, los mercados e incentivos; en su totalidad consideran importante la toma de decisiones y la planificación estratégica, la innovación y competitividad les genera posicionamiento en el mercado y los nuevos productos genera diferenciación.

Los elementos de competitividad que se determinaron en las Mype fueron la competencia, la tecnología, la satisfacción del cliente y el clima colaborativo; la mayoría evalúa el uso de tecnología que les permita brindar un mejor servicio, mejorar el clima colaborativo entre los trabajadores, brindar un mejor servicio que satisfaga a los clientes

Los tipos de motivación en las Mype que se conocieron son la motivación extrínseca, la motivación intrínseca, la motivación básica, la motivación cotidiana y la motivación centrada en la tarea; la mayoría desconocen estos términos y buscan motivar a los colaboradores para obtener resultados positivos y satisfechos con el progreso obtenido.

Los factores de motivación en las Mype que se conocieron son fisiológicos, de seguridad y protección, sociales, la estima y autorrealización, en su mayoría se busca alcanzar la satisfacción y el éxito de los colaboradores.

6.2 Recomendaciones

A los Propietarios lograr que las Mype sean competitivas con toma de decisiones asertivas teniendo en cuenta la planificación estratégica asegurando un posicionamiento en el mercado y generando diferenciación de sus productos.

A los propietarios invertir en tecnología e innovación que les permita brindar un mejor servicio y lograr la satisfacción de los clientes; asimismo a los colaboradores mantener un ambiente laboral agradable de trabajo que será percibido por los clientes.

A los propietarios motivar a sus colaboradores a través de actividades recreativas, incentivos y reconocimientos que se sientan valorados y parte del equipo con una motivación extrínseca e intrínseca.

A los propietarios buscar el desarrollo y éxito de sus colaboradores, brindándoles confianza y aceptándolos en los espacios donde se relacionan; además, dotar de indumentaria, equipos de protección y seguridad que les permitan realizar sus actividades de manera adecuada y segura.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arispe, C. Yangali, J. Guerrero, M. Rivera, O. Acuña, L. Arellano, C. (2020). *La investigación científica*. Editorial – Departamento de investigación y postgrados Universidad internacional del Ecuador.
- Ayosa, C. (2018). *Caracterización de la capacitación y competitividad de las Mype comerciales rubro confecciones, mercado de Piura, año 2018*. Universidad Católica Los Ángeles Chimbote.
- Azuero, A. (2018). *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA Año IV. Vol IV. N°8. Julio – diciembre 2019*. Universidad Católica de Cuenca Ecuador, Hecho el depósito de Ley: FA2016000010 ISSN: 2542-3088 Fundación Koinonia (F.K). Santa Ana de Coro. Venezuela.
- Barreno, O. (2017). *La motivación del personal en las empresas panificadoras en la ciudad de Toticapán* (Tesis de grado). Presentada en la Universidad Rafael Landívar.
- Barreto, A. (2018). *Gestión Empresarial y competitividad empresarial de las Mypes textiles del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, 2018*. Lima - Perú: Universidad César Vallejo.
- Bello, J. Bustamante, M. (2019). *¿Es posible incrementar extrínsecamente la motivación intrínseca laboral?*, en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas
- Capa, L., Benítez, R., & Capa, X. (2018). *El liderazgo como fuente de ventaja competitiva para las organizaciones*. Revista Universidad y Sociedad, 2.

Recuperado el 20 de octubre de 2019, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000200285

Cerpa, N. (2018). *Caracterización de la capacitación y competitividad de las Mype del sector comercio rubro boticas del mercado de la Ciudad de Ayaviri, año 2018.*

Presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Juliaca).

El Comercio (2021) Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/peru/sni-informalidad-en-mypes-asciende-a-842-por-encima-del-nivel-prepandemia-nndc-noticia/>

Hernández, S., Fernández, C., Baptista, P. (2016). *Metodología de la investigación.* (Sexta Edición). Perú: Empresa Editora El Comercio, S.A. Lam, J. y Piña, F.

Gallardo, S. (2019), *Caracterización de capacitación y competitividad en las Mype, rubro panificación del centro de talara (Piura) año 2019.* Universidad Católica Los Ángeles Chimbote.

Guerrero, O (2018). *Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las Mype del sector servicio rubro distribuidoras de venta de celulares en el mercado de Tumbes, año 2018.* Universidad Católica Los Ángeles Chimbote.

Martínez, Y. (2017). “*Caracterización de la competitividad y atención al cliente de las Mype rubro calzado, mercado modelo de. Piura, año 2017.* Universidad Católica los Ángeles Chimbote.

Maya, Y. (2018). *Escala de motivación para el transfer* en la Universidad Complutense de Madrid

- Mendoza, D. (2018). *Competitividad y calidad del servicio en las Mype rubro restaurantes de la Ciudad de. Paita, año 2018*. Universidad Católica Los Ángeles Chimbote.
- Paredes, G.; Ttito, C. (2018). Dimensiones de la motivación en el desempeño del personal del Hotel Titilaka S.A.C. Recuperado de: <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/6033>
- Pingo, J. (2019). *Estilos de liderazgo y su influencia en la competitividad en las medianas empresas de confecciones textiles en el emporio comercial Gamarra (periodos 2016 al 2017)* (Tesis de maestría). Universidad Nacional del Callao. Callao – Perú.
- Roldán, P. (2018). *Economipedia Haciendo Fácil la Economía*. Recuperado el 15 de mayo de 2019, de Competitividad: <https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>
- Ríos, L. (2018). *Caracterización de la motivación laboral y el volumen de ventas de las Mypes del sector comercio - rubro abarrotes en el distrito de tumbes, año 2018*.
- Rubio, L., & Baz, V. (2017). CIDAC. Recuperado el 24 de enero de 2020, de CIDAC: http://www.cidac.org/esp/uploads/1/Competitividad_FINAL-Agosto.pdf
- Sánchez, M. (2017). *Caracterización de la competitividad y Merchandising en las Mype rubro panaderías distrito de Tambogrande Piura, año 2017*.
- Serrano, K. (2016). *Influencia de los factores motivacionales en el rendimiento laboral de los trabajadores CAS de la Municipalidad Distrital de Carabayllo*”,

Universidad Mayor de San Marcos, Lima, Perú.

Triana, V.; Ospina, D. (2017). *Análisis de la motivación en el personal del hotel las Américas resort en Cartagena de indias*. Cartagena de indias: Programa de administración de empresas.

Trujillo, M. (2017). *Estrategia competitiva que reconocen los clientes en la empresa Nizar S.A.C. de la ciudad de Trujillo 2017*. (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo. Trujillo, Perú.

ULADECH (2019). *Código de ética para la investigación, versión 002*, Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0973-2019-CU-ULADECH Católica, de fecha 16 de agosto del 2019. Chimbote – Perú.

Uriarte, J. M. (2017). "Motivación". venmas. (2019).venmas. Recuperado de https://www.venmas.com/venmas/boletin/actual/sales_force/tipos_de_objetivos_de_venta

Vásquez, S. (2018). *Motivación de logro de los trabajadores nombrados de la municipalidad provincial de tumbes - tumbes, 2018*.

Villegas, R. (2017). *Caracterización de la capacitación y motivación en las Mypes rubro hospedaje del distrito de Tambogrande - Piura, año 2017*.

Gestión (2021). Consultado de <https://rpp.pe/economia/economia/panaderias-reducen-peso-del-pan-ante-alza-de-insumos-y-tarifas-electricas-noticia-1357934>.

La República (2020). Recuperado de

<https://larepublica.pe/economia/2020/01/08/ejecutivo-busca-acelerar-plan-nacional-de-competitividad-con-nuevas-disposiciones/>

ANEXOS

Anexo 01: Instrumento de recolección de datos

Cuestionario dirigido al propietario



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la CARACTERIZACIÓN DE COMPETITIVIDAD Y MOTIVACIÓN EN MYPE, RUBRO PANADERÍA, CENTRO POBLADO SALITRAL, DISTRITO SAN ANDRÉS DE SALITRAL, AÑO 2022; por lo tanto, acudo a usted con el propósito de que responda unas interrogantes básicas lo cual deberá marcar un aspa (X) en la respuesta que usted considere conveniente. Su participación en la investigación es anónima y voluntaria con la posibilidad de interrumpirla en el momento que usted decida; por lo consiguiente, no le ocasionará ningún perjuicio. Ante cualquier inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando considere conveniente. Al finalizar la investigación, usted podrá ser informado de los resultados, los mismos que serán publicados en el repositorio de la universidad. Se le agradece su valiosa participación.

Datos demográficos:

Edad	Género	Grado de instrucción	Años de la empresa en el mercado
a) De 18 a 28 años	a) Femenino	a) Primaria	a) De 0 a 1 año
b) De 29 a 39 años	b) Masculino	b) Secundaria	b) De 2 a 3 años
c) De 40 a 50 años		c) Superior	c) De 4 años a mas

Nº	COMPETITIVIDAD	SI	NO
1	¿Considera usted importante la toma de decisiones y planificación estratégica?		
2	¿La innovación genera posicionamiento en el mercado?		
3	¿La producción de nuevos productos genera diferenciación?		
4	¿Cree usted que la competitividad le asegura un posicionamiento en el mercado?		
5	¿Otorga usted incentivos a sus colaboradores?		

Cuestionario dirigido al cliente



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la **CARACTERIZACIÓN DE COMPETITIVIDAD Y MOTIVACIÓN EN MYPE, RUBRO PANADERÍA, CENTRO POBLADO SALITRAL, DISTRITO SAN ANDRÉS DE SALITRAL, AÑO 2022**; por lo tanto, acudo a usted con el propósito de que responda unas interrogantes básicas lo cual deberá marcar un aspa (X) en la respuesta que usted considere conveniente. Su participación en la investigación es anónima y voluntaria con la posibilidad de interrumpirla en el momento que usted decida; por lo consiguiente, no le ocasionará ningún perjuicio. Ante cualquier inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando considere conveniente. Al finalizar la investigación, usted podrá ser informado de los resultados, los mismos que serán publicados en el repositorio de la universidad. Se le agradece su valiosa participación.

Datos demográficos:

Edad	Género	Grado de instrucción	Ocupación
a) De 18 a 28 años	a) Femenino	a) Primaria	a) Ama de casa
b) De 29 a 39 años	b) Masculino	b) Secundaria	b) Otros
c) De 40 a 50 años		c) Superior	

N°	Competitividad	SI	NO
1	¿La Mype es competente?		
2	¿Cree usted que el uso de tecnología le permite a la Mype brindar un mejor servicio?		
3	¿Queda usted satisfecho con la atención que le brindan?		
4	¿Percibe usted un agradable clima colaborativo entre los trabajadores?		

Cuestionario dirigido a los colaboradores



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la CARACTERIZACIÓN DE COMPETITIVIDAD Y MOTIVACIÓN EN MYPE, RUBRO PANADERÍA, CENTRO POBLADO SALITRAL, DISTRITO SAN ANDRÉS DE SALITRAL, AÑO 2022; por lo tanto, acudo a usted con el propósito de que responda unas interrogantes básicas lo cual deberá marcar un aspa (X) en la respuesta que usted considere conveniente. Su participación en la investigación es anónima y voluntaria con la posibilidad de interrumpirla en el momento que usted decida; por lo consiguiente, no le ocasionará ningún perjuicio. Ante cualquier inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando considere conveniente. Al finalizar la investigación, usted podrá ser informado de los resultados, los mismos que serán publicados en el repositorio de la universidad. Se le agradece su valiosa participación.

Datos demográficos:

Edad	Género	Grado de instrucción	Años colaborando en la empresa
a) De 18 a 28 años	a) Femenino	a) Primaria	a) Ama de casa
b) De 29 a 39 años	b) Masculino	b) Secundaria	b) Otros
c) De 40 a 50 años		c) Superior	

Nº	Motivación	SI	NO
1	¿Conoce usted a que se refiere con motivación extrínseca?		
2	¿Conoce usted a que se refiere con motivación intrínseca?		
3	¿Se siente motivado para obtener resultados positivos?		
4	¿Realiza a gusto las actividades diarias?		
5	¿Se siente satisfecho con el progreso obtenido y desea superarlo?		
6	¿Siente que satisface sus necesidades fisiológicas como es alimentación, y otras de supervivencias?		
7	¿El ingreso económico que recibe le permite cubrir sus necesidades?		
8	¿Se considera aceptado en el espacio donde se relaciona?		
9	¿Tiene confianza en usted mismo, se siente respetado(a) por el entorno que lo rodea?		
10	¿Siente que alcanzado el éxito?		

Anexo 02: Matriz indicador – pregunta

Variables	Dimensiones	Indicadores	Pregunta	Fuente
Competitividad	Factores	Gestión	¿Considera usted importante la toma de decisiones y planificación estratégica?	Propietario
		Innovación	¿La innovación genera posicionamiento en el mercado?	
		Producción	¿La producción de nuevos productos genera diferenciación?	
		Mercados	¿Cree usted que la competitividad le asegura un posicionamiento en el mercado?	
		Incentivos	¿Otorga usted incentivos a sus colaboradores?	
	Elementos	Competencia	¿La Mype es competente?	Cliente
		Tecnología	¿Cree usted que el uso de tecnología le permite a la Mype brindar un mejor servicio?	
		Satisfacción del cliente	¿Queda usted satisfecho con la atención que le brindan?	
Clima colaborativo		¿Percibe usted un agradable clima colaborativo entre los trabajadores?		
Motivación	Tipos	Extrínseca	¿Conoce usted a que se refiere con motivación extrínseca?	Colaboradores
		Intrínseca	¿Conoce usted a que se refiere con motivación intrínseca?	
		Básica	¿Se siente motivado para obtener resultados positivos?	
		Cotidiana	¿Realiza a gusto las actividades diarias?	
		Centrada en la tarea	¿Se siente satisfecho con el progreso obtenido y desea superarlo?	
	Factores	Fisiológicos	¿Siente que satisface sus necesidades fisiológicas como es alimentación, y otras de supervivencias?	
		Seguridad y protección	¿El ingreso económico que recibe le permite cubrir sus necesidades?	
		Sociales	¿Se considera aceptado en el espacio donde se relaciona?	
		Estima	¿Tiene confianza en usted mismo, se siente respetado(a) por el entorno que lo rodea?	
		Auto-realización	¿Siente que alcanzado el éxito?	

Anexo 03: Validación del instrumento de recolección de datos**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, Diego Salvador Lachica Estrada identificado con DNI 45063780, con el grado de Magister en Administración.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos: encuesta, elaborado por el estudiante **Jaime Yael Jimenez Huaman**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE COMPETITIVIDAD Y MOTIVACIÓN EN MYPE, RUBRO PANADERÍA, CENTRO POBLADO SALITRAL, DISTRITO SAN ANDRÉS DE SALITRAL, AÑO 2022" que se encuentra realizado.

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.

Piura, 14 de enero del 2022.



Mg. **Diego S. Lachica Estrada**
DNI: 45063780
CIP: 110595

Matriz de validación de juicio por experto

Ítems relacionados COMPETITIVIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI / NO
1. ¿Considera usted importante la toma de decisiones y planificación estratégica?	X			X		X	SI () NO (X)
2. ¿La innovación genera posicionamiento en el mercado?	X			X		X	SI () NO (X)
3. ¿La producción de nuevos productos genera diferenciación?	X			X		X	SI () NO (X)
4. ¿Cree usted que la competitividad le asegura un posicionamiento en el mercado?	X			X		X	SI () NO (X)
5. ¿Otorga usted incentivos a sus colaboradores?	X			X		X	SI () NO (X)
6. ¿La Mype es competitiva?	X			X		X	SI () NO (X)
7. ¿Cree usted que el uso de tecnología le permite a la Mype brindar un mejor servicio?	X			X		X	SI () NO (X)
8. ¿Queda usted satisfecho con la atención que le brindan?	X			X		X	SI () NO (X)
9. ¿Percibe usted un agradable clima colaborativo entre los trabajadores?	X			X		X	SI () NO (X)

¡Muchas gracias por su colaboración!


 Mg. Lic. Diego S. Luchini Estrada
 DNI: 41001210
 CIP: 150008

Matriz de validación de juicio por expertos

Ítems relacionados MOTIVACIÓN	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI / NO
1. ¿Conoce usted a que se refiere con motivación extrínseca?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
2. ¿Conoce usted a que se refiere con motivación intrínseca?	✓			✓		✗	SI () NO (✓)
3. ¿Se siente motivado para obtener resultados positivos?	✗			✓		✗	SI () NO (✗)
4. ¿Realiza a gusto las actividades diarias?	✓			✗		✗	SI () NO (✗)
5. ¿Se siente satisfecho con el progreso obtenido y desea superarlo?	✗			✓		✗	SI () NO (✓)
6. ¿Siente que satisface sus necesidades fisiológicas como es alimentación, y otras de supervivencia?	✗			✗		✗	SI () NO (✗)
7. ¿El ingreso económico que recibe le permite cubrir sus necesidades?	✗			✗		✗	SI () NO (✗)
8. ¿Se considera aceptado en el espacio donde se relaciona?	✗			✓		✗	SI () NO (✗)
9. ¿Tiene confianza en usted mismo, se siente respetado(a) por el entorno que lo rodea?	✓			✗		✗	SI () NO (✗)
10. ¿Siente que alcanzado el éxito?	✓			✗		✗	SI () NO (✗)

¡Muchas gracias por su colaboración!


 Mg. Ing. Diego J. Lechón Estrada
 CMI: 4581208
 CIP: 18283

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, **Ivan Arturo Guzman Castro**, identificado con DNI 07727308, con el grado de Magister en Currículo, de Docencia universitaria.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos: encuesta, elaborado por el estudiante **Jaime Yoel Jimenez Huaman**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE COMPETITIVIDAD Y MOTIVACIÓN EN MYPE, RUBRO PANADERÍA, CENTRO POBLADO SALITRAL, DISTRITO SAN ANDRÉS DE SALITRAL, AÑO 2022" 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.

Piura, 14 de enero del 2022.


Vg. IVAN GUZMAN CASTRO
CLAD N° 5107

Matriz de validación de juicio por experto

Ítems relacionados COMPETITIVIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI / NO
1. ¿Considera usted importante la toma de decisiones y planificación estratégica?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
2. ¿La innovación genera posicionamiento en el mercado?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
3. ¿La producción de nuevos productos genera diferenciación?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
4. ¿Cree usted que la competitividad le asegura un posicionamiento en el mercado?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
5. ¿Otorga usted incentivos a sus colaboradores?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
6. ¿La Mype es competente?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
7. ¿Cree usted que el uso de tecnología le permite a la Mype brindar un mejor servicio?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
8. ¿Queda usted satisfecho con la atención que le brindan?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)
9. ¿Percibe usted un agradable clima colaborativo entre los trabajadores?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () NO (<input checked="" type="checkbox"/>)

¡Muchas gracias por su colaboración!


Dg. WILSON GUZMAN CASTRO
 CLAD N° 5187

Matriz de validación de juicio por experto

Ítems relacionados MOTIVACIÓN	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI / NO
1. ¿Conoce usted a que se refiere con motivación extrínseca?	X			X		X	SI () NO (X)
2. ¿Conoce usted a que se refiere con motivación intrínseca?	X			X		X	SI () NO (X)
3. ¿Se siente motivado para obtener resultados positivos?	X			X		X	SI () NO (X)
4. ¿Realiza a gusto las actividades diarias?	X			X		X	SI () NO (X)
5. ¿Se siente satisfecho con el progreso obtenido y desea superarlo?	X			X		X	SI () NO (X)
6. ¿Siente que satisface sus necesidades fisiológicas como es alimentación, y otras de supervivencias?	X			X		X	SI () NO (X)
7. ¿El ingreso económico que recibe le permite cubrir sus necesidades?	X			X		X	SI () NO (X)
8. ¿Se considera aceptado en el espacio donde se relaciona?	X			X		X	SI () NO (X)
9. ¿Tiene confianza en usted mismo, se siente respetado(a) por el entorno que lo rodea?	X			X		X	SI () NO (X)
10. ¿Siente que alcanzado el éxito?	X			X		X	SI () NO (X)

¡Muchas gracias por su colaboración!



Dr. IVAN GUZMAN CASTRO
CLAD N° 5107

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, **Héctor Orlando Arica Clavijo**, identificado con DNI 02786302, con el grado de Magister en Docencia universitaria.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos: encuesta, elaborado por el estudiante **Jaime Yoel Jimenez Huaman**, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE COMPETITIVIDAD Y MOTIVACIÓN EN MYPE, RUBRO PANADERÍA, CENTRO POBLADO SALITRAL, DISTRITO SAN ANDRÉS DE SALITRAL, AÑO 2022" 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.

Piura, 14 de enero del 2022.



Héctor Orlando Arica Clavijo
DNI. 02786302
CLAD 06246

Matriz de validación de juicio por experto

Ítems relacionados COMPETITIVIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesitan más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI / NO
1. ¿Considera usted importante la toma de decisiones y planificación estratégica?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
2. ¿La innovación genera posicionamiento en el mercado?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
3. ¿La producción de nuevos productos genera diferenciación?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
4. ¿Cree usted que la competitividad le asegura un posicionamiento en el mercado?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
5. ¿Otorga usted incentivos a sus colaboradores?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
6. ¿La Mype es competente?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
7. ¿Cree usted que el uso de tecnología le permite a la Mype brindar un mejor servicio?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
8. ¿Queda usted satisfecho con la atención que le brindan?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)
9. ¿Percibe usted un agradable clima colaborativo entre los trabajadores?	✓			✓		✓	SI () NO (✓)

¡Muchas gracias por su colaboración!


 Mg. Alicia Corpe Nieto Ojeda
 DNE. 0278602
 CLAO 00246

Matriz de validación de juicio por experto

Ítems relacionados MOTIVACIÓN	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI / NO
1. ¿Conoce usted a que se refiere con motivación extrínseca?	✓			✓		✓	SI () NO(✓)
2. ¿Conoce usted a que se refiere con motivación intrínseca?	✓			✓		✓	SI () NO(✓)
3. ¿Se siente motivado para obtener resultados positivos?	✓			✓		✓	SI () NO(✓)
4. ¿Realiza a gusto las actividades diarias?	✓			✓		✓	SI () NO(✓)
5. ¿Se siente satisfecho con el progreso obtenido y desea superarlo?	✓			✓		✓	SI () NO(✓)
6. ¿Siente que satisface sus necesidades fisiológicas como es alimentación, y otras de supervivencias?	✓			✓		✓	SI () NO(✓)
7. ¿El ingreso económico que recibe le permite cubrir sus necesidades?	✓			✓		✓	SI () NO(✓)
8. ¿Se considera aceptado en el espacio donde se relaciona?	✓			✓		✓	SI () NO(✓)
9. ¿Tiene confianza en usted mismo, se siente respetado(a) por el entorno que lo rodea?	✓			✓		✓	SI () NO(✓)
10. ¿Siente que alcanzado el éxito?	✓			✓		✓	SI () NO(✓)

¡Muchas gracias por su colaboración!


 Ana Carolina
 DNI. 02794327
 CLAD 30396

Anexo 04: Protocolo de consentimiento informado



PROTOKOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula **CARACTERIZACIÓN DE COMPETITIVIDAD Y MOTIVACIÓN EN MYPE, RUBRO PANADERÍA, CENTRO POBLADO SALITRAL, DISTRITO SAN ANDRÉS DE SALITRAL, AÑO 2022**, y es dirigido por Jaime Yael Jimenez Huaman, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: **Identificar las características de competitividad y motivación en las Mype, rubro panadería, en el centro poblado Salitral, distrito San Andrés de Salitral, año 2022.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de la publicación en el repositorio de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo jjimenezh_83@hotmail.com, para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación

Nombre: VANESIA DEL PILAR TAVARA SALERO

Fecha: 17 DE ENERO DE 2022

Correo electrónico: -

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula **CARACTERIZACIÓN DE COMPETITIVIDAD Y MOTIVACIÓN EN MYPE, RUBRO PANADERÍA, CENTRO POBLADO SALITRAL, DISTRITO SAN ANDRÉS DE SALITRAL, AÑO 2022**, y es dirigido por **Jaime Yeet Jimenez Huaman**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbo. El propósito de la investigación es: **Identificar las características de competitividad y motivación en las Mype, rubro panadería, en el centro poblado Salitral, distrito San Andrés de Salitral, año 2022.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de la publicación en el repositorio de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo jjimenezh_83@hotmail.com, para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbo.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: LUZ MANUELA VIERA CORDOVA

Fecha: 17 DE ENERO DEL 2022

Correo electrónico: -

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBO

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula **CARACTERIZACIÓN DE COMPETITIVIDAD Y MOTIVACIÓN EN MYPE, RUBRO PANADERÍA, CENTRO POBLADO SALITRAL, DISTRITO SAN ANDRÉS DE SALITRAL, AÑO 2022**, y es dirigido por **Jaime Yael Jimenez Huaman**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbo. El propósito de la investigación es: **Identificar las características de competitividad y motivación en las Mype, rubro panadería, en el centro poblado Salitral, distrito San Andrés de Salitral, año 2022.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.


Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de la publicación en el repositorio de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo jjimenez83@hotmail.com, para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbo.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: ENI BERENIZA TAVARA RIVERA J.


Fecha: 17 DE ENERO DE 2022

Correo electrónico: —

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

Anexo 05: Evidencia de no adeudo

		Datos del documento Tipo de documento: BOLETA DE VENTA ELECTRONICA Serie y correlativo: B002-02396456 Fecha: 13-12-2021 Hora: 19:00:00				
		Datos del emisor RUC: 20319959043 Nombre: Universidad Católica los Angeles de Chimbote Dirección: Jr. Tumbas 347 C.C. Financiero Chimbote Sucursal: Casa Matriz				
Adquiriente / Usuario Identificación: DNI - DOCUMENTO DE NACIONAL DE IDENTIDAD Número de identificación: 43648764 Nombre: JIMENEZ HUMANN JARME YOEL Dirección: CASERO TUNAL MT A LOTE 138,,_PC						
Cantidad	Unidad	Código	Código SUNAT	Descripción	Valor unitario	Importe
1.000	NKU	1254	0	MATRICULA TALLER	S/ 300.00	S/ 300.00
Información adicional CONDICION DE PAGO: CONTADO				Total Impuestos Total IGV 18%: S/ 0.00		
Monto en letra: DOSCIENTOS CUARENTA Y 00/100 SOLES				Totales del documento Total Descuentos: S/ 60.00 Total Inafectos: S/ 300.00 Descuentos Globales: S/ 60.00 Importe total de la venta: S/ 300.00 Importe total a pagar: S/ 240.00		



Representación impresa de una boleta de venta electrónica
 Documento generado por **THE FACTORY HKA**
 Tel. (511) 719 3650 - <https://facturasec.thefactoryhka.com.pe/>
 Puede descargar su comprobante desde el sitio:
<https://factura.thefactoryhka.com.pe/consultadocumentos>



Datos del documento
 Tipo de documento: BOLETA DE VENTA ELECTRONICA
 Serie y correlativo: 0002-02446814
 Fecha: 01-02-2022
 Hora: 19:00:00

Datos del emisor		Adquiriente / Usuario	
RUC: 20319659043	Nombre: Universidad Católica los Angeles de Chimbote	Identificación: DNI - DOCUMENTO DE NACIONAL DE IDENTIDAD	Número de identificación: 42648764
Dirección: Jr Tumbes 247 C.C. Financiero Chimbote	Secursal: Casa Matriz	Nombre: JIMENEZ HUAMAN JARME YOGL	Dirección: CASERO TUNAL MT A LOTE 138,,_PC

Cantidad	Unidad	Código	Código SUNAT	Descripción	Valor unitario	Importe
1.000	N/U	1255	0	PENSION TALLER	S/ 675.00	S/ 675.00

Información adicional
CONDICION DE PAGO: CONTADO

Monto en letra: **QUINIENTOS CUARENTA Y 60/100 SOLES**

Total impuestos
Total IGW 18%: S/ 0.00

Totales del documento
Total Descuentos: S/ 135.00
Total Inafectos: S/ 675.00
Descuentos Globales: S/ 135.00
Importe total de la venta: S/ 675.00
Importe total a pagar: S/ 540.00



Representación impresa de una boleta de venta electrónica
 Documento generado por THE FACTORY HKA
 Tel. (511) 719 3650 - <https://facturase.thefactoryhka.com.pe/>
 Puede descargar su comprobante desde el sitio:
<https://factura.thefactoryhka.com.pe/consultadocumentos>

Anexo 06: Evidencia de reporte de Turnitin

CARACTERIZACIÓN DE COMPETITIVIDAD Y MOTIVACIÓN EN MYPE, RUBRO PANADERÍA, CENTRO POBLADO SALITRAL, DISTRITO SAN ANDRÉS DE SALITRAL, AÑO 2022

ORIGINALITY REPORT

10 %	14 %	0 %	6 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repositorioacademico.upc.edu.pe Internet Source	6 %
2	Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote Student Paper	4 %

Exclude quotes	Off	Exclude matches	< 4%
Exclude bibliography	Off		