



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y EL
TALENTO HUMANO EN LAS MYPE RUBRO BOUTIQUE
DE ROPA PARA DAMAS EN LA GALERÍA CENTRAL
PIURA, AÑO 2018**

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

AUTORA:

**CHINGA MARTINEZ MARIA MERCEDES
ORCID: 0000-0003-2016-788X**

ASESOR(A):

**PALACIOS DE BRICEÑO MERCEDES RENEÉ
ORCID: 0000-0001-8823-2655**

PIURA – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Chinga Martínez, María Mercedes

ORCID: 0000-0003-2016-788X

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

ASESOR

Palacios de Briceño, Mercedes Reneé

ORCID: 0000-0001-8823-2655

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

JURADO

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID: 0000-0001-7372-741X

FIRMA DE JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Mgtr. Iván Arturo Guzmán Castro

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Secretario

Mgtr. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

ORCID: 0000-0001-7372-741X

Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Asesora

AGRADECIMIENTO

A la universidad Católica los
Ángeles de Chimbote por darme la
oportunidad de realizarme
profesionalmente.

DEDICATORIA

A Dios por su amor incondicional, a mi padres y hermanos por ser mi fortaleza y guía.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación pertenece a la línea capacitación, competitividad, financiamiento y rentabilidad de las MYPE, tuvo como objetivo general, Identificar las características que tiene la competitividad y el talento humano en las MYPE rubro boutique de ropa para damas en la galería central Piura, año 2018; las variables seleccionadas son competitividad y talento humano. Se empleó la metodología de investigación tipo cuantitativo, nivel descriptivo, con diseño no experimental, de corte transversal. La población estuvo conformada por la unidad de análisis 04 MYPE del rubro boutiques del centro de Piura, en total con 08 trabajadores y una muestra de 384 clientes, la técnica de recolección fue la encuesta, el instrumento el cuestionario. Dentro de las principales conclusiones con respecto a la variable competitividad se identificó que existen diversas fuerzas para así poder competir en el mercado en cuanto a precio, calidad, producto e innovación de tal manera que se aplican en la organización para que así sean más competitivas, así mismo puedan lograr la mayor acogida y reconocimiento del público. En cuanto a la variable talento humano es fundamental detectar las necesidades de capacitación y aplicar correctamente las técnicas de capacitación para mantener al personal debidamente capacitado.

Palabras clave: Competitividad. Talento Humano, MYPE

ABSTRACT

The present research work belongs to the MYPE training, competitiveness, financing and profitability line. Its general objective was to identify the characteristics of competitiveness and human talent in MYPE, boutique clothing for women in the central Piura gallery, year 2018; the selected variables are competitiveness and human talent. The descriptive level quantitative type research methodology was used, with a non-experimental, cross-sectional design. The population was made up of MYPE from the boutiques category in the center of Piura, a total of 4 MYPE with its 08 workers and an unknown sample of customers. The collection technique was the survey, the instrument the questionnaire. Among the main conclusions regarding the competitiveness variable, it was identified that there are various forces in order to compete in the market in terms of price, quality, product and innovation in such a way that they are applied in the organization so that they are more competitive as well. themselves can achieve the greatest reception and recognition from the public. Regarding the human talent variable, it is essential to detect training needs and correctly apply training techniques to keep personnel properly trained.

Keywords: Competitiveness, Human Talent, MYPE

TABLA DE CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO	i
HOJA DE FIRMA DE JURADO Y ASESOR	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT.....	vi
TABLA DE COTENIDO	vii
INDICE DE TABLAS	ix
TABLA DE FIGURAS.....	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISION DE LA LITERATURA	19
2.1 Antecedentes	19
2.2 Bases Teóricas.....	28
2.2.1 Competitividad	28
2.2.2 Talento Humano	38
III. HIPOTESIS	46
IV. METODOLOGIA.....	47

4.1 Diseño De La Investigación	47
4.2 Población Y Muestra.....	48
4.3 Definición y Operacionalización de las variables	51
4.4 Técnicas E Instrumentos En Recolección De Datos	52
4.5 Plan De Análisis.....	52
4.6 Matriz De Consistencia	54
4.7 Principios Éticos.....	56
V. RESULTADOS.....	57
5.1 Resultados	57
5.2.- Análisis de Resultados	84
VI. CONCLUSIONES.....	92
REFERENCIAS.....	94
ANEXOS	102

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: ¿Considera el precio de los productos accesible en la galería que usted frecuenta?	57
Tabla 2: SI a elegido el precio,¿Asocia el precio con la calidad?.....	58
Tabla 3: ¿Usted considera el precio como opción para realizar su compra?.....	59
Tabla 4: ¿Compra usted ropa de marca?.....	60
Tabla 5: ¿La calidad de prendas que usted adquiere cumple sus expectativas?	61
Tabla 6: ¿Usted se considera un cliente exigente a la hora de comprar un producto?	62
Tabla 7: ¿Legustaria que la boutique realice promociones?.....	63
Tabla 8: ¿Encuentra la prenda de vestir que usted busca?.....	64
Tabla 9: ¿Conoce el nombre de marcas que le ofrecen?.....	65
Tabla 10: ¿Está de acuerdo con las promociones que brinda la boutique?.....	66
Tabla 11: ¿Usted se entera sobre promociones u ofertas que la galería ofrece por algún medio de comunicación?	67
Tabla 12: ¿Le gustaría que se realice ventas por internet?	68
Tabla 13: ¿Considera la innovación como factor importante en la organización?.....	69
Tabla 14: ¿Considera el uso de varias formas de pago como innovación?	70
Tabla 15: ¿Usted piensa que las prendas que se ofrecen se diferencian de los demás centros comerciales?.....	71
Tabla 16: ¿Considera que la boutique cuenta con el personal necesario para la atención?	72

Tabla 17: ¿En la boutique se cuenta con los recursos necesarios para la atención?.....	73
Tabla 18: ¿Considera que su desempeño como trabajador es el adecuado?.....	74
Tabla 19: ¿Considera que la boutique cuenta con los recursos tecnológicos	75
Tabla 20: ¿Usted es carismático cuando atiende al cliente?	76
Tabla 21: ¿Considera que la comunicación asertiva es una habilidad?	77
Tabla 22: ¿Usted considera que los trabajadores deben estar debidamente capacitados?	78
Tabla 23: ¿Usted cumple satisfactoriamente con las metas de la organización?.....	79
Tabla 24: ¿La organización cuenta con programas de capacitación?	80
Tabla 25: ¿Esta dispuesto a capacitarse e incorporar nuevos conocimientos?	81
Tabla 26: ¿Ha recibido algún curso de capacitación fuera de la empresa?	82
Tabla 27: ¿Considera usted que la capacitación mejora la competitividad?	83

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Precio de productos	57
Figura 2: Asociación del precio con la calidad.....	58
Figura 3: Precio.....	59
Figura 4: Ropa de marca	60
Figura 5: Calidad de prendas	61
Figura 6: Cliente exigente.....	62
Figura 7: Promociones en la boutique	63
Figura 8: Prendas de vestir.....	64
Figura 9: Nombre de marcas.....	65
Figura 10: Oportunidad de compra	66
Figura 11: Promociones u Ofertas por algún medio de comunicación.....	67
Figura 12: Ventas por internet	68
Figura 13: Innovación	69
Figura 14: Formas de pago	70
Figura 15: Diferenciación	71
Figura 16: Personal adecuado	72
Figura 17: Recursos necesarios para la atención al cliente.....	73
Figura 18: Desempeño del trabajador	74

Figura 19: Recursos tecnológicos	75
Figura 20: Carisma con el cliente	76
Figura 21: Comunicación Asertiva	77
Figura 22: Capacitación	78
Figura 23: Cumplimiento de metas.....	79
Figura 24: Programas de capacitación	80
Figura 25: Incorporación de nuevos conocimientos	81
Figura 26: Capacitación externa	82
Figura 27: Competitividad	83

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad hemos pasado por todo tipo de obstáculos en el Perú, podemos hablar sobre las pequeñas y medianas empresas (MYPES) que han ido desempeñando un papel muy elemental para la economía del Perú: contribuyendo de una manera rápida, a la creación del empleo, disminuyendo cada vez los problemas de la pobreza donde se ha ido incrementando de una manera positiva el Producto Bruto Interno (PBI). En lo que relata la capacidad empresarial por el incremento de números de empresas, las MYPE representan actualmente un sorprendente porcentaje del 99,5% y por el otro lado las grandes empresas el porcentaje es menor como es un 0,5% del total. Si hablamos sobre el aumento que tiene el PBI peruano, en los años del 2010 al 2014, tiene como porcentaje el 5,8% y, por lo tanto, respectivamente, teniendo la tasa de incremento de la misma Pymes es equivalente al tiempo que es un 6,68%. Ahora por lo tanto la intervención que tienen los créditos por el medio financiero en el 2014, dando a conocer a los créditos empresariales que antes figuraban con el 56%, en el consumo, por lo tanto, los hipotecarios son un 34% y las Pymes un 10%. Las MYPES, se han transformado en un factor muy primordial dentro del patrimonio del Perú, pero es beneficioso mostrar que las MYPES no se encuentran sumamente preparadas para avisar en la famosa demanda internacional que se tiene en las grandes economías en el mundo actual, teniendo mucho en cuenta los diversos tecnológicos que no les ayuda en nada para poder acomodarse, con sus respectivos movimientos de comunicación, que les permita crecer como empresa u organización. (Diario La República, 2015)

Las MYPES de hoy manejan una nómina primordial e indefectible en el parte económico, se forma ayuda que el empleo llegue porcentualmente a 75% de PEA o Población Económicamente Activa, por otro lado, Torriani subrayó, de esta manera, mediante cuánta pymes que se han ido instalando de una forma más adecuada y rápida, en los nuevos tiempos de generación de empleo y producción del Perú; sin embargo, hay una debilidad que hace que la mayoría de ellas no puedan tener la dirección a las herramientas, las cuales emplean las grandes organizaciones o compañías en su desarrollo de esparcimiento. No contar con excelente apalancamiento de capitales y no poder acceder a los patrimonios de sucesión, en los costos fijos que admiten los procedimientos de vía a consultas y asesoramiento donde proporcionen técnicas de esparcimiento coherente con la dimensión. Nos referimos, que ha llegado a una situación donde se ha creado mayores problemas para concertar e impedir individuo preparado, mediante ello comercializar los respectivos productos y servicios. Esto conlleva que las empresas, llegan a su periodo de desaparición completa en el mercado, en solo 3 años más. (Diario el Peruano, 2018)

Ministerio de producción que el ministro Pérez Reyes Raúl, subrayó el arranque es muy importante que actualmente utilizan las MYPE del Perú, poder seguir progresando con respectivos emprendimientos, de acuerdo la ocupación que desempeñan en el patrimonio, al cooperar con el porcentaje 24% al Producto Bruto Interno. El Régimen es trascendental para el progreso en esta sección, constituye contorno del 1.7 millones de MYPES en regla. (Diario el Peruano, 2018)

Fenómeno del Niño de la costa fue un golpe muy fuerte, donde dejó grandes pérdidas en la ciudad de Piura, donde se originó problemas, como lo son el crecimiento

de costos en la canasta básica en la familia. Íntegro la región que muestra el aumento alto e increíble de Perú, así mismo el índice de costos a usuario de la ciudad de Piura donde se situó en el mes de Abril tuvo el crecimiento de un porcentaje adecuado que es el 1,06%, y que repentinamente se dio a conocer que ya en marzo se tenía ya el porcentaje que aumento a un porcentaje generoso de 2,92% y movilidad en el inicio de los períodos a proceso de año que obtuvo un porcentaje de 5,11% , la diferenciación en el mes de Mayo 2016 y el mes de Abril 2017 donde podemos darnos cuenta al paso de un año redondo, donde nos dio el porcentaje de 6,81% , permitiendo que la tasa promedio mensual sea muy considerable en el porcentaje del 0,55%. Lo que horroriza a cada país, como lo está pasando en el Perú es la terrible inflación que sometió, en la ciudad de Piura, lamentablemente que tenga el aumento demasiado elevado y sea la primera en el Perú. Los factores influyen en el proceso de crecimiento en la inflación de las respectivas entidades de comunicación y transportes, en el porcentaje 6,53%. Por otro lado, tenemos los pasajes de taxi colectivo que subieron a un 22,93% a que nos referimos que su costo es de S/1,50 y subió escandalosamente al precio de S/2, por otro lado, las motos taxis no se quedaron atrás, se dieron a conocer con un porcentaje del 8,18%, y siguiendo con los demás también tienen su porcentaje del 7,57% donde nos informa o comunican las pésimas condiciones que se encuentran las autopistas. (Diario el Tiempo, 2017)

Sobresalta la MYPE que se acrecienta precio del costo en varios tipos de materiales, mediante transporte, entre otros. Primordial y relevante que la MYPE corresponden quedar mirados al respectivo incremento de inflación, que ayuda advertir diversos acrecentamientos en costo.

Teniendo en cuenta la respectiva ley de promoción y formalización de la MYPE se mantienen definidas gracias a su competitividad y como se han ido formalizando, mostrando y desarrollando las empresas o compañías para poder aumentar los oficios, productividad, producción, rendimiento de los productos, y la aportación del PBI, para ir ampliando los diferentes mercados internos y las diversas exportaciones, de acuerdo a la tributación necesaria. Nos indican que la enumeración 42 tenemos por entendido que proporciona todo servicio en temas tributarios para la MYPE se establezcan. (LEY N° 30056, 2015).

Posteriormente tener el porcentaje del 60% informalidad de la MYPE, acorto sorprendentemente 10% pero sigue coexistiendo de manera alarmante para los organizaciones que pagan sus impuestos, como se dan grandes inconvenientes o los respectivos obstáculos que se ha ido fomentando, creciendo y/o aumentando, nos referimos a las empresas informales, teniendo grandes problemas para fomentar trabajos con sus respectivos contratos, la facilidad de contraer e ingresar al sistema financiero y la desproporción de su procedimiento a la regulación. En la división tiene sus respectivos cinco ejes para poder ayudar a solucionar los problemas: innovación, competitividad, nuevos mercados, formalización completa. Subrayó la obtención de producción actual que el país latinoamericano como es Perú, ha ido disminuyendo el proceso de más de 50 años, y en el año 2001 y el año 2011 se sostuvo un elemental acrecentamiento donde se ve claramente en el año 2012. Manifestó que el procedimiento de la informalidad o el incumplimiento que hoy en día está muy sujeta a la declinación del rendimiento laboral, lo cual se asemeja mucho el nivel de penuria y con bajo nivel en educación, claramente

que muestran los procesos de como representan hoy en día los salarios bajos. (Diario Perú21, 2019)

(Quezada, 2015) Se confirma lo que pasa de manera habitual que la MYPE, tienen que estar correctamente registradas o apuntadas en la REMYPE. Ser conocida la MYPE, se tiene respectivos ingresos brutos anuales que representan las diversas ventas de bienes y/o servicios que, por conocimiento fundamentado, no deben pasar de los 150 UIT que sería 1 UIT = S/. 3,850.00 y la Chica organización, con el importe adecuado y actualizado esta en los 150 y 1,700 UIT, las reglas legales se encuentran activas, la cantidad de colaboradores que tiene la organización, no se le toma en cuenta para su proceso de la sistematización.

Por otra parte el gobierno regional de la ciudad de Piura, está realizando el desarrollo de la acción primordial como lo es formalización y promoción en toda la región, que se da a conocer mediante el procedimiento del programa de constitución y se dirige a la excelente formalización de las MYPE donde se ofrece el respectivo prestación de constitución de las organizaciones, con la fomentación de la personería jurídica de forma gratis y el prestación de la coordinación con notaria con un importe en reducir, para elevar la respectiva y concurrente minuta al procedimiento de la escritura pública en la actualidad. En la región Piura, nos dan a conocer el tamaño de la organización, de la MYPE que atrajeron un porcentaje llamativo como lo es el 31.9 % del PEA, que significa, la Población Económicamente Activa, ahora son más de 283 mil 701 colaboradores. Teniendo en cuenta que la mayor cantidad de empleados se hallan en las acciones económicas extractiva con 34.9 % y los servicios con un porcentaje que es el 24.4 %, en

el ver en el punto Socio Económico Laboral (OSEL) que lo dirige en la actualidad la Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, de acuerdo a investigación detallada y precisada mediante la Encuesta Nacional de Hogares relacionado con las respectivas circunstancias de existencia y mucha Miseria (ENAHO) en periodo 2015. Por otro lado el total de los colaboradores que están dentro del conjunto de la MYPE que arroja un porcentaje alto como lo es el 77.6 % que son varones; ahora las respectivas edades donde los que se encuentran ocupados y se mantienen concentrados en la localidad que rondan los años de 14 a 29, también hay un porcentaje menor que es el 38 % y por otro lado los que están en el rango de 30 a 59 años tienen el porcentaje del 57 %; y viendo la realidad el nivel de educación es muy baja y son los que cerraron su ciclo de primaria y la secundaria. (RPP Noticias, 2016)

Las MYPES tienen una cartera crediticia en las zonas principales del norte peruano que el monto llega a S/ 6,000 millones, donde sabemos que hay un tercio que llega a disminuir a (S/ 2,000 millones) donde se le vio muy afectado. Si tenemos en cuenta las respectivas TI que tienen los préstamos en soles, de acuerdo con la MYPE fueron muy afectadas, muchas de ellas han quebrado o en la ruina, por el niño costero entre los porcentajes 8 % y 10 % anual.

Los créditos van a estar pendiente del costo de fondeo que COFIDE, banco de desarrollo del Perú, les confiera a las cajas rurales municipales, que correspondería variar en los porcentajes de 4% y 5%. (Diario Gestión, 2017).

(Diario Gestión, 2016) Los 8 días para empezar a determinar el anual en las importantes prevenciones suscitadas a partir el gobierno a favor de la MYPE, que es la

disminución de los impuestos. Las organizaciones y sus respectivos volúmenes de ventas que son mínimos a los 150 UIT que es el monto de S/ 607,500 que obtienen con beneficios para fragmentar su Impuesto general a las ventas, mayormente conocido como el IGV normal en un lapso de sesenta y dos meses. Por medio se impedirá como el Ejecutivo seguimiento o suficiente nivel de acoso a las MYPE, fomentando la Prórroga del pago del impuesto general a las ventas.

Organizaciones o compañías con volumen de ventas que sean menores a 1,700 UIT sería su respectivo monto de S/ 6'885,000 que tiene que aplazar mayormente en los pagos de las aportaciones tributarias, por el lapso de 90 días dotándoles de una excelente calma en lo relacionado al tema financiero, dado que no tendrán la obligación de hacer pagos para adelantar los impuestos o tributos, donde sería la mejor opción que el cobro sea mediante las ventas. Las desapariciones relacionadas a los temas de deudas tributarias tienen que ser menores a 1 UIT, donde la disminución de los problemas tributarios que serían realmente la falta de pagos que superen a 1 UIT se aplicara de forma inmediata los cortes de los diversos porcentajes del 90%, 70% y 50% que sería el monto perfecto.

La investigación, es el mayor fragmento indicado para seleccionar al personal adecuado y que no se mantienen en el proceso de la costumbre hacia optar, a los colaboradores de una forma sea entrenados de una forma más fácil, para realizar un adecuado trabajo. En otras ocasiones, podemos decir que la caracterización en la marca, la organización es valiosa a la hora de proceder en querer pactar o no a un individuo, y corresponder parte del socioeconómico media, fomenta un importe muy positivo, ya que los colaboradores escogen a sus empleados, fundándose respectivo aspecto, en la manera

de comunicar y el desarrollo de la presentación, que se ha ido esperando que se acomode con la atractiva marca. Ya no hay una conexión eficaz entre un jefe y trabajador, ahora es un jefe-trabajador y cliente.

Podemos darnos cuenta cómo ha ido pasando los años y ha ido evolucionando todo lo relacionado a las nuevas tecnologías que ayudan a fomentar la creación e implementación que es de mayor calidad para el progreso de las organizaciones, del Perú y del resto del mundo. Las grandes organizaciones van de la mano con la innovación tecnológica que ayude dar la buena elevación de desarrollo de Perú.

Perfeccionar los índices de ganancia y posicionar, en los mercados que son muy competitivos y sobre todo globalizado, hoy en día podemos hablar que transformado de forma concluyente para las compañías. Equivalentemente, la despectiva insuficiencia de las naciones en progreso en querer en perfeccionar diversos indicadores económicos que han liberado la exploración compongas, originando gran protección de las tecnologías desplegadas en la primera economía global que han logrado grandes cambios. A nivel mundial, y centrándonos en América latina el país llamado Perú está ocupando el lugar número 64 de una lista ochenta naciones más competitivas en todo lo relacionado en Tecnología. (Regalado, 2016).

Damos a conocer que el respectivo aumento del PBI, de las diferentes naciones que están conectados, con el sorprendente progreso tecnológico, que ayudan en el proceso de fomentar la producción de una manera más rápida. Los avances tecnológicos, por consiguiente, está agregado en la fundamental transformación en la maquinaria actual. La influencia de forma muy peculiar, en lo que son la acumulación del capital que va

incrementando de forma acelerada el Producto bruto interno de la nación como es Perú y, por otro lado, el capital se ve desvalorado, donde la maquinaria queda completamente obsoleta, esto quiere decir que la mayoría de los países que tienen sus respectivas depreciaciones de monto llegan a obtener un extenso aplazamiento, esto aumentaría el crecimiento de la tasa de forma favorable. (Barañano, 2015).

Viceministro Velarde Marco, marcó actualmente que las MYPE que no utilizan las ciencias aplicadas, no van a poder ser competitivas en un mundo tecnológico, como otros sí lo hacen. La utilización en tecnología, ayuda muchas MYPE a lograr llegar de una forma exitosa a duplicar sus respectivas ventas. Podemos indicar que, hasta el día de hoy, hay más de un porcentaje de 1,7 millones de MYPE en Perú. Por ende, hay un porcentaje de 96% en las organizaciones serias tener vía a internet, porcentaje de 60% usan diversas herramientas digitales, mucha MYPE actualmente no utilizan mayormente, por la falta en conocimiento, alto costo. Ministerio de Producción lanzó a la plataforma Kit Digital, disponible en Internet, que contiene servicios, herramientas, y cursos de aprendizaje sin costo, solo inscribiéndose con su respectivo documento de identidad o número de registro único de contribuyente (RUC). Por lo tanto, se va a generar el llamativo kit digital donde ayudara a dar gratuito por un año y el hosting, va a contar con cincuenta cuentas de correos corporativo. (Diario La República, 2017)

El uso actual en los temas tecnológico innovadora autorizado mayormente en los postremos anuales MYPE que desarrollen en asimilación con aquellas personas no usan, donde mantuvo sus pensamientos con el señor Luis Torres Gonzales, director de Estrategia y Tecnología de Microsoft en el país. Dio a conocer que en esta parte es el que

más ha crecido en el Perú, pese a las calamidades exhibidas, queriendo ayudar mucho en el proceso de la presencia de nuevos sistemas informáticos, esta información es obtenida por la empresa Ipsos. De acuerdo a los especialistas manifiestan incremento primordialmente el conocimiento de enseñanza de los consumidores, la información positiva de poder partir diferentes mercados. Sin embargo, urgió que, pese a los beneficios muy adecuado en los tiempos actuales, que mayormente ofrece la tecnología, ya que son los pocos MYPE se resisten primordialmente en la iniciación del internet, por otro lado, la mayor duda que tienen la mayoría es lo nuevo, pero en trascendental fue que la seguridad, tienen observaciones en que podemos efectuarlo por medio de transacción comercial, han ido sosteniendo, esta prestación electrónica que no tiene nada de seguro o temer al chantaje. (Diario Correo, 2016)

Nos damos con la sorpresa que existe un número de empresas que están completamente activas, al segundo trimestre de 2018, donde ha ido en proceso de ascender al monto de unidades totales como son 2 millones 379 mil 445, que es un número alto con el porcentaje que sorprende con un 7,4% comparando con el novedoso año 2017; esto lo comunico el INEI, donde se basa los detalles técnicos corporativos. Donde es procesado mediante la indagación por parte de la institución y compañías donde obtiene, mayormente como INEI, donde viene de un inicio importante de investigación de SUNAT.

A continuación, se da a conocer el respectivo trimestre de estudio, que han ido creando más de 63 mil 748 empresas, cantidad que figuró cuya baja de un porcentaje del 6,2%, referente al lapso del período anterior, de acuerdo a las comparaciones adecuadas

al tema. Existe 27 mil 711 empresas que resignaron de seguir operar según INEI. (INEI , 2018)

Función empresarial a representando con un llamativo y sorprendente porcentaje del 99,5% de una totalidad de empresas u organizaciones formales en la actual economía peruana, por otro lado, nos vamos con el porcentaje que es el 96,2% que son las microempresas, también el porcentaje es pequeño a 3,2% y también hay un porcentaje mediano que sería el 0,1%. Deduciendo toda información que refleja un porcentaje de 87,6% que se encuentran conectados al rubro del comercio y servicios, y los demás con un porcentaje del (12,4%) de acuerdo de cómo va la rapidez productiva construcción, industria, minería, agrario, y pesca. Ahora hablar sobre MIPYME forma parte de un porcentaje considerables que es el 60% por parte de la PEA que se encuentra invadida, al considerar como la parte fundamental en lo que es generar el empleo en el Perú. Asimismo, nos sorprendemos de una forma muy sorpresiva que cada 10 de 100 individuos de la población económicamente activa, invadida que es direccionada mediante la micro, pequeña y mediana empresa que tiene todo en regla. Teniendo el avance que se registra en los cinco últimos años que son el 2013 y 2017 es el número de empresas u organizaciones formales, que cuyo segmento ha ido creciendo a un ritmo muy rápido en lo relacionado e interpretado al promedio anual de un porcentaje del 7,2%, teniendo en cuenta que actualmente existe graves grados de informalidad donde se muestra un porcentaje del 48.4% de la MYPE, donde no aparece ni un registro en SUNAT y que no están interesados en formalizar, y menos pagar los impuestos, de acuerdo a ley. (Produce, 2017)

El PEI, compuesta primariamente en personas encargadas en su respectivo hogar, alumnos, personas ya retirados, individuos, enfermedades crónicas, discapacidad, alcanzó un número muy importante y sorpresivo como es la cantidad de personas que bordean los 6 millones 555 mil 900; de ellos, que muestran ser la tercia parte (34,4%) varones, 65,6% damas. Según los conjuntos de edad, el 47,1% se encuentra entre los años de 14 y 24, por otro lado, el porcentaje de 30,3% se encuentran individuos de 25 y 59 años de edad, ahora hay un 4,1% en las edades de 60 y 64 años, siguiendo con el 18,4% obtiene la edad de 65 años a más. Ahora hay un porcentaje 25,0% tienen el nivel de estudios de primaria, también seguimos con las personas que están en el nivel secundario con un porcentaje del 51,7%, también hay un 23,3% que tienen con el nivel de estudios superiores no universitaria y también universitaria. El PEI ha ido incrementado por medio de un porcentaje que bordea en el 0,9% en el periodo 2017 referente al periodo anterior que sería el 2016, valoran el desarrollo que incorpore los varones con un respectivo porcentaje de 3,1%, que va incorporados al círculo de 60 y 64 de edad, seguimos con el proporción que nos conlleva al 9,1% y por ende a los de edad de 65 y más llega a un respetable porcentaje 3,5%, en los alumnos universitarios con porcentaje (5,7%) y los que tienen superior no universitario llegan a tener un (0,7%). (INEI, 2018)

Si bien podemos darnos cuenta que la riqueza está bajo el proceso de recuperación, que va de acuerdo a la MYPE no ha seguido primordialmente los procedimientos. Ahora el presidente de Comexperú que está a cargo del señor Alfonso Bustamante, nos dio un porcentaje donde bordea el 65.7% en los empleados que las micro y pequeñas empresas no tienen remuneración. Se declara, que el porcentaje (68.8%) de labor que utilizan es de

vínculo. La numerosidad en las MYPE que son los 5.9 millones, fomentando empleo actual que bordea los 8.2 millones de individuos. En la actualidad hay un 83.5% que es muy sorprendente que las MYPES del Perú no están en regla. Las empresas que exportan de manera total de la micro y pequeña empresa, que son un promedio de 7,400 exportadoras. Esto quiere exponer, el porcentaje alto es de 82% en las organizaciones en el País, que es la disminución de cincuenta colaboradores. Las empresas actuales que son las exportadoras que se da a conocer con un porcentaje adecuado al 1,8% de la totalidad completa de las exportaciones de la nación. El porcentaje del 2.5% que van colaboradores de las Micro y pequeña empresa que están afiliado a un positivo de salud. La micro y pequeñas compañías exportadoras que tiene el 19% que han ido exportando todos lo bien del fragmento metal mecánico. Los años de 2016 y 2017, aumentaron a 6.8%. El porcentaje del 15% exportó todo relacionado en el sector textil y confecciones de alta gama. Los años del 2016 y 2017, derribaron con el porcentaje del 2.2%. Con relación al porcentaje es el 13% donde se exporto todos los bienes en el rubro de agropecuario. En el tiempo 2016 y 2017, crecieron a un porcentaje 2.4%. (Diario Gestión, 2018)

La investigación detallada en la institución no gubernamental, ha determinado de por medios de los procedimientos elementales de las organizaciones, que ayuda alcanzar una producción completamente financiera que va en crecimiento de forma rápida y continua, dando a conocer los porcentajes que se maneja entre el 18% y 67% de los mismos competidores. Por otra parte, los clientes, con el pasar del tiempo carecen de información concreta y veraz y prefieren obtener los intereses de grandes compañías que tenga la responsabilidad necesaria con los temas ambientales. Los porcentajes que se manejan es

de 8% y 15% de la nacionalidad de Costa Rica donde se comunica que, respecto a la elaboración rápida, en el factor del medio ambiente que ayuda a mejorar la disposición de adquisición de café, fruto, carne, plátano está a disposición por medio ambiente, que está elaborada por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo de la Universidad de Costa Rica en el periodo 2014. Se determina que los clientes marcaron que se encuentran preparados a dar un monto considerable, para poder manifestarse, producto tiene suficiente relación positiva mediante el círculo. (El Financiero, 2018)

Un tema que muchas empresas peruanas están pocas atentas como es la responsabilidad ambiental que están tomando más dimensión, que deja una inexactitud muy grave sobre todo los aspectos fundamentales del conocimiento y hasta inapetencia, donde señalo el gerente principal de Red Regenerativa, el distinguido señor Miranda, Héctor, director gerente de Red R. "Eso hablando de las empresas o compañías nacionales porque las transnacionales que ya están operando en el Perú ya tienen esos conocimientos bien desarrollados por sus matrices en los países donde vienen trabajando. Estaremos hablando de menos de un 2% de las empresas peruanas que tienen ese enfoque, puntualizó, para impulsar una transformación en la economía". (Diario Gestión, 2016)

Podemos destacar ejecución en el "Foro de Industria Verde: Oportunidades de Negocios para PYMES Verdes fundadas en la utilización de residuos industriales", buscan un área de cambio hacia estudiar es permisible y originar el firmamento de PYMES verdes en el País. Damos entender el foro, en el primero de los diversos sobre tema muy importantes sobre la Industria Verde, resulte en una hoja de ruta de suma importancia, para

poder promocionar e incentivar a las PYMES en nuevos modelos de negocio, que sea competitivos, productivo, y sobre todo sostenible ambiental. (Produce, 2017)

Teniendo en cuenta todos los procesos desarrollados en el factor de la manufactura, que fomenta la acción de producción con mejoras en el proceso de ensalzamiento de la economía que es un merecido primer puesto que fomenta de manera rápida y formal en todo lo conectado y con el empleo, por ahora no hay una verdadera incorporación a la propensión denegación de los respectivos periodos que serían 2 años que tuvo su caída en un porcentaje de 3.3% en el periodo de 2014, siguiendo de un porcentaje menor al 1.7% en el periodo 2015 y sigue de caída en un irreconocible 3.64% en el mes de Agosto, según lo da a conocer el INEI. En los sectores donde se brinda la información necesaria como es el fabril no primario que no tiene un buen despunte, expuesto de acuerdo con el elemento de retroceso de la respectiva fabricación de textiles y todo lo relacionado con el mundo de las prendas de vestir, que tuvo su caída muy dolorosa en el porcentaje de 11.6% en el mes de agosto y terminando con el ultimo porcentaje que se ha ido acumulando a ese mes que es 3.7%. Las circunstancias han cambiado de forma desaprobada que da a cara en los procesos de sector de textil y prendas de vestir que ha dado duro golpe y que la recuperación es demasiada lenta para todas las MYPE que son realmente formales y que siempre están en regla, generándoles una obligación primordial en dejar de ser productores y pasar de forma directa a ser importadoras. Según Leandro Mariátegui. (Gestión , 2016)

De acuerdo a lo antes de mencionar la presente investigación compete a la línea denominada capacitación, competitividad, rentabilidad y financiamiento de la Micro y

pequeña empresa en Perú otorgada por la universidad Los Ángeles de Chimbote. La MYPE poseen un rol muy decisivo en el progreso social y económico de nuestro país como lo es Perú, por otro lado el encargado de fomentar trabajo como lo es el principal Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, que poseen un proceso en la importancia en lo contribución de un porcentaje de 23% en el Producto Bruto Interno, brindando la información detallada y precisa que aparte de sorprender que se ha generado un majestuoso porcentaje de 80% en la oferta laboral que beneficia de forma positiva en el Perú.

El problema que se ha identificado es: ¿Qué características tiene la competitividad y el talento humano en las MYPE rubro boutique de ropa para damas en la galería central Piura, año 2018?

Ante esta problemática podemos señalar como objetivo: Identificar las características que tiene la competitividad y el talento humano en las MYPE rubro boutique de ropa para damas en la galería central Piura, año 2018. Además, los objetivos específicos establecidos son: (a) Identificar las fuerzas competitivas en las MYPE rubro boutique de ropa para damas en la galería central Piura, año 2018; (b) Determinar las estrategias competitivas en las MYPE rubro boutique de ropa para damas en la galería central Piura, año 2018; (c) Identificar las necesidades de capacitación en área del talento humano en la MYPE rubro boutique de ropa para damas en la galería central Piura, año 2018; (d) Determinar las técnicas de capacitación del talento humano en las MYPE rubro boutique de ropa para damas en la galería central Piura, año 2018.

Esta investigación es necesaria para la obtención del título profesional según SUNEDU, además de conocer los problemas que se presentan en las MYPE rubro boutique de ropa para damas en la galería central Piura que deben ser muy bien gestionadas de manera científica.

Para lo cual se empleará la investigación de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal. Se recurrirá a la técnica de recojo de datos encuesta, siendo su instrumento el cuestionario estructurado que contiene preguntas de escala nominal para la variable competitividad.

La investigación queda delimitada desde la perspectiva: - Temática por la variable competitividad y talento humano- Psicográfica: microempresas rubro boutique de ropa para damas; - Geográfica: Región Piura; - Temporal: año 2018.

Por todo lo mostrado se demuestra que esta exploración se ejecuta con el propósito de tener el título profesional de licenciada en administración según la ley universitaria SUNEDU, a la vez se pretende apoyar a las MYPE identificando las características de la competitividad y el talento humano y que estas puedan desarrollar estrategias que faciliten a gestionar su negocio. En el Perú según el Poder Ejecutivo nos dice que las MYPES promueve rotundamente diferentes procesos relacionados al fragmento que contribuye alrededor del porcentaje de 24% al Producto Bruto Interno, dando una acción completamente agradable y positiva al obtener un generoso 85% de empleo, por otro lado, tiene varios tipos de obstáculos que no les permite avanzar, como es comúnmente la famosa informalidad y la disminución de la producción. Donde se ha elaborado un nuevo proceso relacionado al sistema tributación, que es baja y mayormente en su respectiva

línea de en qué se debe de apuntalarlas en poder corregir todos los diversos de dificultades; ahora si hablamos de las diferentes formas de pago que han facilitado en el proceso de pago de impuesto como lo es la SUNAT actualmente se arrojó una excelente operación de digitalización en la MYPE, poder crecer de forma concreta y rápida en todo lo que son el volumen de ventas, y gran beneficio para las MYPES del Perú.

Proporción a la investigación se usa la variable competitividad y talento humano que según investigaciones el autor (Porter, 2017). La competitividad nace del aumento de la productividad en la utilización de recursos que una empresa, persona o país genera la producción de servicios y bienes que sean de buena calidad frente a sus competidores utilizando eficaz y eficientemente sus recursos. Es indispensable la ventaja competitiva en las organizaciones porque genera un valor agregado ya sea en el producto o servicio y para ello no debe existir límites para el mejoramiento en la productividad

En la variable talento humano el autor (Chiavenato, 2017) Los individuos en su unido grupo forman el talento humano capacitado para la compañía. Esto quiere decir que el talento humano tiene todas las competencias y habilidades blandas para las mejoras de las empresas actuales como lo son las MYPE que con el pasar del tiempo se van formalizando y obteniendo nuevas formas y estrategias para la competencia a nivel nacional.

La investigación que se empleo fue la metodología científica, donde se emplean fuentes primarias y secundarias para la obtención de los datos, además se calculará el tamaño de la población y de la muestra, así mismo se diseña un cuestionario para el recojo de información.

II. REVISION DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

Ibarra, Gonzales, & Demuner (2017) en su investigación titulada “Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California”, de la Universidad Autónoma de Baja California (México), tuvo como objetivo general determinar el nivel de competitividad empresarial de las pymes manufactureras de Baja California e identificar las áreas que, dentro de ellas, influyen en dicha competitividad. La metodología es de carácter descriptivo, correlacional y de corte transversal; se desarrolló el modelo de competitividad sistémica a escala micro donde se aplicó su respectivo instrumento de medición de 64 preguntas a 195 empresas del estado, además, se hizo uso de regresiones lineales múltiples de tipo tradicional para la comprobación de hipótesis. La conclusión: Que solamente, unas de las empresas u organizaciones nos muestran que tienen los procesos altos y muy altos en competitividad, donde se muestra las diversas existencias de enormes áreas de oportunidad por corregir este sector tan explicativo para la economía del país.

Chica (2017) se realizó el estudio en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (Ecuador), en su investigación titulada “El capital humano y su incidencia en la competitividad de las pymes del sector manufacturero de la ciudad de Cuenca-Ecuador”, tesis para optar el Grado Académico de Doctora en Ciencias Administrativas; planteó como objetivo general: Determinar en qué medida el capital humano incide en la competitividad de las PYMES del sector manufacturero de la ciudad de Cuenca– Ecuador 2016. Se ejecutó una investigación de orden cuantitativa, utilizándose la técnica de la

encuesta para el levantamiento de la información, con un tamaño muestral de 124 empresas, escogidas de manera aleatoria, los datos se procesaron en el programa estadístico SPSS24. La conclusión: Teniendo en cuenta los resultados basados en el presente estudio nos da a conocer que si existe un suceso muy positivo directo al capital humano que va de acuerdo a la competitividad de las PYMES del sector manufacturero de la ciudad cuenca del país ecuatoriano, en su alto nivel, por otro lado el coeficiente de correlación de Pearson se logró obtener una relación del 0.82; y de acuerdo al coeficiente de la correlación de Tau-b- de Kendall, donde hay una relación admisible entre el capital humano y la competitividad que da como resultado 0.358.

López (2017) indica en su tesis realizada en la universidad nacional de Colombia titulada (Colombia) “Competitividad de un sector caso de estudio sector ferretero de la ciudad de Manizales- Colombia”. El cual tuvo como objetivo general realizar un diagnóstico de las condiciones de competitividad del sector ferretero de la ciudad de Manizales, en este estudio se usó un enfoque cuantitativo de diseño no experimental, la muestra fue conformada por 172 ferreterías. La conclusión que damos a conocer se ha ido determinando el buen nivel competitivo de un rubro muy importante donde se debe de agregar los factores externos a causa de las diversas fuerzas competitivas, teniendo en cuenta que se basan a la estructuración y recursos que por supuesto, las características competencias que se han ido estableciendo nos brindan los resultados primordiales en su respectivo diagnostico dentro dela rea que va ir determinando el sector y el extremo. Por otro lado, los factores externos están conectados de acuerdo al tipo o la pauta de

estructuración que tiene la empresa y por tal motivo damos las exigencias pretendidas que van variando según el tipo de producción.

Castillo (2017) realizó su investigación en la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo (Lambayeque) denominado “Modelo de Gestión Estratégica con Enfoque de Innovación para la mejora de la Competitividad Empresarial” utilizando una metodología descriptiva. Así mismo el autor concluye que la competitividad se encuentra basado en la capacidad de innovación no solo de la empresa sino también del país, siendo el modelo de gestión estratégica, el proceso por el cual una empresa u organización determina su dirección a largo plazo, siendo las estrategias competitivas la mezcla única de valor que conlleva a un posicionamiento estratégico y sustentable.

Dávila (2017) realizó su investigación en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote (Chiclayo) denominada “Caracterización de la Formalización y Competitividad de las MYPE del Sector de Confección de Ropa para damas del Distrito de Chiclayo, 2016”, utilizando una metodología descriptiva. El autor llegó a la conclusión que las características de la competitividad de las MYPE del sector ropa para dama del distrito de Chiclayo, son que los trabajadores de las MYPE, tienen un taller propio para desarrollar sus actividades y la producción de sus prendas es al por mayor o en serie, trabajan con proveedores mayoristas (ventajas comparativas), tienen dificultades para acceder a materia prima de calidad, las compras las realiza al crédito, pero lleva un registro de ingresos y gastos.

Alvarado (2017) realizó una investigación sobre la “caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las MYPES sector comercio rubro tiendas de ropa

para damas en el distrito de Tumbes 2017” (Tumbes) trabajo presentado en la universidad católica Los Ángeles de Chimbote. Tuvo como problema general ¿Cómo se caracteriza la Competitividad y Gestión de Calidad de las MYPES del sector comercio, rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017? Donde su objetivo general de la investigación es Describir la Caracterización de la Competitividad y Gestión de Calidad de las MYPES, sector comercio, rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017, donde se determinó por medio del estudio de investigación. La investigación fue de tipo descriptivo, nivel de investigación es cuantitativo y el diseño de la investigación es no experimental, por lo cual se usó que había una población de Doce Tiendas Comerciales de Ropa para Damas a quienes se les se utilizara un cuestionario ordenado a través de la técnica de la encuesta. La conclusión nos ha dado muchas sorpresas que se han ido reflejando con el pasar de los tiempos, de acuerdo a la MYPE que enfrentan diferentes obstáculos en el ambiente empresarial, como lo es la competitividad y la gestión de calidad, por otro lado han ido implementando una diversidad de capacidades para el buen desarrollo de su negocio, donde se podrá ver la calidad que tiene la ropa a la hora de su venta, acompañada de la ejecución de diferentes estrategias muy determinadas para alcanzar una excelente competitividad en el mercado peruano, así se podrá tener una buena calidad en la ropa para damas que se ha ido brindando.

Vargas (2016) realizó una investigación en la universidad Los Ángeles de Chimbote (Talara) “Caracterización De Competitividad Y Rentabilidad De Las MYPES Rubro Autoboutique” realizando una metodología descriptiva. Se determinan que las

estrategias competitivas desde la perspectiva de los clientes son los precios, están acorde con la calidad de los productos y servicios, también se considera la capacidad de respuesta de atención siendo oportuna y que satisface las necesidades de los clientes, manteniendo el nivel de precios de sus productos y el conocimiento sobre el desempeño de su competencia.

Castillo (2016) realizó su investigación en la universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Piura) denominada “Caracterización de la Capacitación y Competitividad de las MYPR Rubro Boticas, ubicadas en el distrito de Sullana – Piura. Año 2016” utilizando una metodología descriptiva, el autor concluyo que la mayoría de las MYPE consideran que el principal elemento de la competitividad es el precio, luego las promociones de venta, innovación de producto y amabilidad en la atención al cliente. Existe un consenso absoluto de las MYPE, en reconocer que los niveles de competitividad son altos, pues existe una preocupación constante por liderar el mercado estableciéndose en lugares estratégicos.

Benites (2016) realizó su investigación en la universidad los ángeles de Chimbote (Piura) denominada “Caracterización De La Rentabilidad Y Competitividad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Rubro De Ferreterías” utilizando una metodología descriptiva De acuerdo a la investigación se concluye que el nivel de competitividad en que se encuentran las MYPE, están en un nivel de crecimiento, generan productos relacionados con la demanda y de buena calidad, tienen control sobre los costos fijos y liderazgo general de los costos, generan innovación y están siempre en la búsqueda de nuevos segmentos, se encuentran en constante cambio de la tecnología.

Luna (2018) realizó en la investigación el “Diseño de estrategias para la gestión de talento humano aplicado a la empresa LIMPIGEN S.A”, presentado por la Universidad de Guayaquil (Ecuador), teniendo como objetivo general Diseñar estrategias para la contratación de personal en la empresa LIMPIGEN S.A. Concluye que la empresa no ha podido implementar el sistema o procedimiento de contrataciones, por lo que aún sigue con el método de antes que es todo relacionado a lo manual, por otro lado no han destinado efectivo para poder invertir y mejorar todo lo que es talento humano en la actualidad.

Navarrete (2017) realizó en la investigación de “Modelo de gestión administrativa del talento humano y su incidencia en el desempeño organizacional de la empresa ARTHROSCARE S.A”, presentado por la Universidad de Guayaquil, (Ecuador) teniendo como objetivo general Determinar la incidencia del modelo de gestión administrativa del talento humano en el desempeño organizacional, mediante estudio bibliográfico, e investigación de campo en la empresa ArthrosCare S.A., para el diseño de un Plan Estratégico de Recursos Humanos. El marco teórico enfocó las variables estudiadas sobre incidencia del modelo de gestión y desempeño organizacional. La metodología de diseño cuantitativo. El instrumento utilizado fue la encuesta dirigida a 7 administrativos y 35 empleados. La conclusión, nos dio a conocer de manera primordial los diversos datos que se obtuvieron y ayudaron a conocer más la organización que no brinda el mayor interés a los diferentes factores que proceden como empleados complementarios en la calidad del desempeño, por otro lado implementar el plan estratégico, ha dado un porcentaje alto que es un 86% donde indica que es una oportunidad muy importante para perfeccionar el desempeño laboral, por eso los resultados que se han

ido obteniendo en cada paso, se ha ido aceptando el diseño de plan de estratégico para ver las necesidades detectadas en la actualidad, para así poder ver las diferentes maneras de ayudar a que los trabajadores sean más eficaces.

Núñez (2019) realizó en la investigación “El talento humano como eje del desarrollo organizacional en las empresas”, presentado por la universidad cooperativa de Colombia (Colombia), tuvo como objetivo general, Visibilizar la incidencia de la relación entre gestión del talento humano y el desarrollo organizacional en escenarios laborales empresarial. La conclusión, describiendo todos los espacios que se han ido generando la impresión de que cuya actividad que procede las empresas no elige sus colaboradores, los trabajadores quien averigua las 36 empresas u organizaciones por temas externos, esto ayuda que las mismas organizaciones, que todo el grupo de personal va a decidir introducir en tomar diferentes hábitos, lo que se deriva en dos palabras muy usadas en la administración como lo es la cultura organizacional.

Astorga & Medina (2017) realizó la investigación “Análisis de las prácticas de gestión en la retención del talento humano y su influencia en el compromiso organizativo en empresas constructoras de Lima”, presentado por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (Lima). Teniendo como objetivo que fue determinar la influencia del compromiso organizativo en la retención del talento humano. Fue un estudio de tipo cualitativo y descriptivo y la muestra de estudio fueron los registros de las empresas constructoras de Lima durante el 2014 al 2017. La conclusión, las prácticas de gestión de talento humano es un éxito rotundo porque ha influido a todos en los diferentes factores como el compromiso de los colaboradores, ha mejorado el clima laboral, la vida personal,

que hacen que se conviertan en trabajadores más competentes y eficaces en las empresas constructoras de la ciudad de Lima.

Palomino (2017) realizó su investigación en la Universidad San Martín de Porres (Lima) denominada “Características de la Capacitación en Gestión Empresarial en las Micro y Pequeñas Empresas Del Perú: 2011-2013” utilizó la metodología descriptiva cuantitativa, finalmente el autor concluyó que el 81% de las MYPE encuestadas no capacitaban a su personal. En donde 4 de cada 10 MYPE, manifestaron que una de las razones por las que no capacitaban a su personal fue la “falta de información” de la existencia de cursos de capacitaciones. La segunda razón más importante fue la “falta de tiempo”, manifestada por el 34% de las MYPE encuestadas. Mientras que la falta de recursos, la falta de interés, o la mentalidad de no creerlo necesario, suman el 25%.

Campos (2016) realizó su investigación en la Universidad Los Ángeles de Chimbote (Huaraz) denominada “Caracterización de la Capacitación en Técnicas de Venta en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio - Rubro Venta al Por Menor de Productos Textiles Y Prendas De Vestir (Boutiques) Del Distrito De Huaraz, 2015” utilizando una metodología descriptiva, el autor concluyó que un porcentaje de vendedores nunca están capacitados para absolver dudas e inquietudes del cliente, nunca están capacitados para persuadir y convencer al cliente de adquirir las prendas. Por lo que se observa que existe personal con escaso conocimiento y falta de capacidad para realizar las ventas. Las principales características de los vendedores determinadas son: la mayoría de ellos tienen entre 18 a 20 años de edad, son mujeres y con estudios secundarios, opinaron sobre la ausencia de la capacitación en técnicas de venta, ya que los gerentes y/o

propietarios consideran la capacitación como un gasto, pérdida de tiempo y volumen de ventas.

Añazco (2016) realizó su investigación en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (Piura) denominada “Caracterización De La Competitividad Y Capacitación En Las MYPE De Servicio Rubro Fotografía Y Video – Distrito De Piura, Año 2016” utilizando una metodología descriptiva, el autor llegó a la conclusión que la Importancia de la capacitación es lograr que el personal ejecuta sus actividades de forma segura y así lograr mayor productividad, además considera que un trabajador que perfeccione sus habilidades y esté preparado para cualquier incidente se pueda presentar en el ámbito laboral algo que a la postre lograra un beneficio común tanto en la empresa como en los trabajadores. Las técnicas que mayormente se utilizan para la correcta aplicación de la capacitación son los seminarios y el Juego de Roles con un porcentaje mayor a comparación de las otras técnicas que han sido consideradas que son la técnica simulación y conferencia que cuenta con porcentajes menores.

Ganoza (2016) realizó su investigación en la Universidad Cesar Vallejo (Piura) denominada “Lineamientos Estratégicos Para Orientar La Competitividad Empresarial Del Hospedaje Selecto E.I.R.L. Piura, Año 2016” utilizando una metodología descriptiva, el autor concluyó que de acuerdo a la competitividad interna de la empresa, se concluye que el personal no tiene la capacidad para desarrollar sus diferentes labores, por el contrario, no se cuenta con equipos modernos y pocas veces se invierte, además en los últimos años, se ha tenido un aumento de capital, pero no se suministra adecuadamente las utilidades.

Ramos (2017) realizó la investigación “Retención del talento humano estratégico en empresas mineras”, trabajo presentado por la Universidad de Piura (Piura), teniendo como objetivo general Diseñar estrategias para la retención del talento humano estratégico en empresas mineras, a partir de un diagnóstico de la satisfacción laboral actual. La conclusión nos da a conocer como las estrategias planteada en la investigación que son la creación de la marca al empleador para todas las empresas mineras, esta estrategia acierta a 5 importantes elementos como lo son el proceso de selección, inducción, diseño de plan de carrera, programa mentoring y sobre todo el programa de reconocimiento, lo más importante es retener el talento humano calificado y competentes.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Competitividad

Por concepto se desarrolla por medio del desarrollo de las productividades, ya que una empresa, persona o país genera la producción de servicios y bienes que sean de buena calidad frente a sus competidores utilizando eficaz y eficientemente sus recursos. Es indispensable la ventaja competitiva en las organizaciones porque genera un valor agregado ya sea en el producto o servicio y para ello no debe existir límites para el mejoramiento en la productividad. (Porter, 2017).

2.2.1.2 Fuerzas Competitivas

Porter (2017) Entender 5 fuerzas competitiva es fundamental dentro de una entidad, esta herramienta permite realizar un análisis donde se va a conocer el grado de competitividad dentro de una industria, lo cual sirve para identificar la posición de los

competidores para que así se pueda decidir y a la vez anticipar la rentabilidad de un sector con el fin de evaluar su valor a largo plazo para obtener un buen desarrollo del proceso de posición estratégica en la compañía.

Amenaza de entrada.

Se refiere a nuevas empresas que ingresan a un rubro muy solicitado como lo es el industrial donde contribuyen una nueva habilidad, para obtener la debida colaboración en el mercado competitivo. Al entrar nuevos competidores hace que el mercado ejerza presión en los precios. La amenaza de entrada es cuando otras empresas llegan con el mismo producto, pero con un valor agregado y se adueñen de esa parte del mercado, es por ello que cuando exista mayor facilidad para entrar al competir en una industria mayor será la amenaza, es por ello que se identificó la importancia de las barreras. (Porter, 2017)

Barreras de entrada

Teniendo en cuenta que las barreras de entrada son muy ventajosas de las que les gusta de los procesos instalados en asimilación con los respectivos nuevos solicitantes. Para ello se establece seis principios primordiales:

1. Economía de escala por la oferta. Tiene su surgimiento muy importante por parte de las compañías que fomentan la producción principal para el buen desarrollo, donde se puede deleitarse con los mejores precios de unidad que serían los mejores del mercado local donde se puede dar a conocer los costos fijos en los respectivas unidades, también podemos comunicar como se trabaja bajo el procedimiento de las

tecnologías que van acompañadas con todos los procesos por parte de las organizaciones que ayudan en muchos aspectos como más competitivos, eficaces, rápidos y se pueda mejorar de una forma más ordenada, estable en las circunstancias que se brinda a los mismos proveedores. Por otra parte, si hablamos de las reconocidas economías estables de mejor escala mediante la oferta para el acceso al exigir al solicitante a ingresar en el sector de la industria de gran magnitud, donde se solicita un lanzamiento de los contendientes ya instalados, o seguir aceptando las diferentes desventajas en los costos. Determinando sobre el tema de las economías actuales pueden mantenerse muy estables a pesar de las diferentes obstrucciones que se presentan en cada momento, pero se da por hecho que hay una conexión perfecta para la producción especial del valor para favorecer de manera muy continua en el rubro.

2. Beneficios de escala de la demanda. Se han ido obteniendo por medio de todos los procesos, han surgido en el desarrollo de la industria donde la destreza de un consumidor que va a generar su respectivo pago por producto de una compañía se va a ir incrementando de una manera muy rápida y consistente, esto ayudaría bastante en poder fomentar a los demás consumidores o usuarios que también quieran los mismos productos que ofrece la misma compañía. Si hablamos de acuerdo los beneficios de las famosas escalas por la coyuntura de la demanda blandean la acogida al confinar la pericia de los usuarios a querer comprar a un reciente cliente y así poder disminuir todos los costos hasta que se logre levantar una plataforma significativa de usuarios.

3. Costes por el cambio de clientes. Si nos referimos lo que se genera los costos de cambios y fijos que los usuarios deben de encarar cuando se genera el cambio de la mayoría de los proveedores. Mayormente los costos surgen desde el consumidor

que siempre cambiar de proveedor como se puede especificar con ejemplos que siempre suceden en la actualidad y que vamos a dar a conocer como lo es destruir las descripciones del producto, instruir nuevamente a los colaboradores a utilizar un producto diferente o cambiar los procedimientos o métodos de averiguación. Mediante a que se vaya incrementando los costos de cambio, se volvería más imposible, para un solicitante a conseguir nuevos usuarios.

4. Requisitos del capital. Hemos dado cuenta que hay mucha necesidad y falta de estudio para los gigantes recursos financieros, para que esto nos pueda ayudar de manera competitiva en un mercado muy hostil, con la diversidad de poder competir, retraer a los solicitantes. Teniendo un capital es completamente importante para la compañía, porque de otra forma se va a querer solicitar de manera permanente, no para invertir siempre en infraestructura fijas, sino de mejorar el crédito para los usuarios, procesar inventarios y adjudicarse las pérdidas, desventajas que se va a tener en el inicio, como toda compañía u organización que empieza a gatear. La pared es muy alta pero posible de poder pasarla, se requiere el capital para diversos gastos que jamás se van a recuperar y, por lo tanto, dificultosos de invertir, donde se puede fomentar una fuerte campaña publicitaria sea física como digital, proyectos de investigación y sobre en el desarrollo de todo lo planeado por la compañía. Para mayor información que se ha ido investigando sobre las grandes empres o compañías que son las más fuertes en un mercado muy hostil y súper competitivo, que tienen suficiente dinero para entrar a cualquier rubro que ellos crean conveniente, con fuertes flujos de capital que son completamente importantes en diferentes divisiones que limitan la numerosidad de solicitantes. Al contrario, en el plan de asesoramiento de los respectivos impuestos o

el de la transferencia de distancias cortas en camión, los requisitos de capital son mínimos y existen numeroso aspirante.

5. Beneficios para los miembros independientemente del tamaño. No interesa cuál sea su dimensión, los órganos que son determinados gozan de grandes ventajas en todo lo que respecta con los costos que no tienen la competencia directa.

De acuerdo a los diversos beneficios sugieren de diferentes fuentes como el tema de la tecnología, el ingreso primordial a los excelentes principios de materia prima, ingreso a los círculos geográficos más propicios, la identidad que refleja y que se han establecido con una marca que les permite instruirse y que le ayuda a mejorar en todos los aspectos para producir de una manera eficiente y sobresalir en todos los aspectos.

6. Acceso a los canales de distribución. Indudablemente, la nueva sección debe afirmar la distribución de calidad de todos los productos y servicios que pide la definida demanda, para que nos entienda mejor vamos a detallar un claro ejemplo, Cuando ingresa nuevo producto alimenticio al mercado local, debería de sacar a los demás de todos los supermercados por medio de una buena publicidad detallando las buenas bondades al consumirlo y las promociones que te acoges al comprarlo. Cuando está de por medio los canales de venta y se encuentren instalados y amarrados con los órganos principales, es más difícil que el producto pueda acceder a la industria.

La influencia de los compradores

Porter (2017) Compradores actuales tienen capacidad, de negociación siempre y cuando exista poca demanda en los productos y los compradores sean pocos. Estos influyen a forzar a que los precios bajen exigiendo mejor calidad, esto suele ocurrir cuando no hay diferenciación en los productos o cuando pueden fácilmente cambiarse de proveedor, es por ello que las empresas les otorgan ese poder a los usuarios con la finalidad de buscar la eficiencia en el mejoramiento de los servicios o bienes. Las entidades adoptan medidas para reducir el poder del comprador implementando programas de lealtad, incrementando la calidad de su producto o proporcionando un valor agregado. Los clientes ejercen predominio de negociación:

- Hay pocos consumidores, porque mayormente realizan compras en grandes volúmenes a comparación del único usuario. Los respectivos compradores de mayor nivel son esencialmente los que influyen en las industrias, con diversos costos fijos que son demasiados altos, como el equipo de telecomunicación, para el procedimiento de las perforación en alta mar e industria que hay mucha relación con los productos químicos, si seguimos hablando sobre el tema específico como lo son costos fijos y costos marginales que son bajos, eso genera una gran competencia con los demás y se forma una guerra de promociones de quien da el mejor precio o agregado.

- Determinando los diversos productos planteados por la misma industria se encuentran ya con su respectivo estándar o no tiene una buena diferenciación, por otro lado, si los compradores siempre encuentran un producto semejante, eso quiere decir que

tiene que realizar las comparaciones y afrontar a la competencia que sería la diversidad grande con los vendedores potencia.

- Analizando ya los diferentes conceptos que siempre se detalla sobre los compradores que se desafían de manera rápida con sus diferenciaciones en los costos al cambiar de vendedor.

- Los consumidores que se dedican a comprar cualquier producto que le llame mucho la atención y sobre todo con buenos precios con sus respectivos agregados, también pueden tomar la decisión de retirar y producir el producto si los representantes de ventas como lo son los vendedores son muy beneficiosos

La amenaza mediante los sustitutivos

Los productos sustitutos son aquellos que llevan a cabo una función semejante a la de un producto. La amenaza de los productos sustituibles es mayor en cuanto exista mayor cantidad de sustitos en una industria, donde un factor notable es el precio ya que hace que si una empresa innova las otras se verán afectadas, baje su rentabilidad o incluso disminuya la capacidad de crecimiento. En el transcurso de sustitución si el producto brinda bajo precio y mejor calidad a la de un producto actual, tiene todas las facilidades de imponerse. En cambio, sí se realiza el trayecto de los dominados productos sustituibles por medio de los apoyos que son ofrecidos en el producto, por maniobras publicitarias, marketing lograra mayor rentabilidad. (Porter, 2017)

La competencia en los competitivos existente

Porter (2017) El enfrentamiento que existe actualmente entre competidores se amplía a medida que las empresas que compiten se equipan en tamaño y capacidad dentro mediante se incluyeron las rebajas en los costos, en los temas de mejoramiento en el producto, campañas publicitarias y el buen mejoramiento en el servicio. El enfrentamiento alto reduce la productividad de un sector industrial. El nivel que existe en los enfrentamientos empresariales que hace potenciar los beneficios del sector de la producción depende, de primera, en las compañías que compiten y, segundo, base referente la que estar compitiendo.

Influencia y los proveedores

La negociación es muy primordial o elemental en los proveedores que genera más valor sí están bien organizados porque de esta manera varían el precio, si existe pocos vendedores el precio el elevado, influye en los plazos de entrega, las formas de pago o incluso cambiar los estándares de calidad. De acuerdo a los proveedores que gobiernan con su buen poder, envueltos con los que aportan la mano de obra, donde consiguen la mayor rentabilidad de un buen sector de la industria actual que no consiga ceder un aumento del costo al precio final que uno define de una manera rápida. (Porter, 2017)

2.2.1.3 Estrategias Competitivas

Porter, (2017) Estudiar las 5 fuerza, acomodamos de un trío respectivo en lo que son estrategias genéricamente para fomentar una excelente eficacia para conseguir un mejor servicio que los competidores pueden ofrecer en una industria actual. La estrategia es un proceso muy competitivo se convierte en el medio para alcanzar la ventaja competitiva dentro de una organización que permite producir bienes de forma más adecuadas que sus rivales, algunas veces las empresas logran perdurar competitivamente en el mercado logrando utilizar más de una estrategia, pero para ello deben llevar un compromiso en el desarrollo de estrategias de crecimiento. Por objetivo se va a despuntar a los ataques de la competencia donde puedan alcanzar posiciones más altas que otras empresas del mismo sector consiguiendo mayor rendimiento. (Porter, 2017)

El liderazgo en costo global

Unas de las estrategias que son muy importantes en el entorno de alcanzar el máximo liderazgo respecto a los costos, con los respectivos procedimientos o elementos de un grupo de políticas respectivamente utilizables que van dirigidas a un objetivo. Seguimos hablando sobre el costo que va construyendo de una forma muy rápida y progresivamente de acuerdo a los diferentes niveles, con un control riguroso de diversos gastos fijos y variables, minimizar los costos en área como averiguación con su método, fuerza de ventas, la publicidad adecuada sea vía física como digital, que es lo que hoy en día las personas optan para publicitar todos los productos o servicios, entre otros. (Porter, 2017)

Diferenciación

La segunda estrategia genérica hace referencia a la diferencia del servicio o producto donde se ofrece, fundando por medio de la industria entera se observa de manera notable. La forma donde se obtienen son muy diversas: diseño y la respectiva imagen de la marca, las particulares, prestación que se le realiza al cliente, redes de comercialización.

Es decir, la corporación se divergencia en otras extensiones. Así, el bien o producto no sólo es conocido por la marca sino también por la calidad del producto y excelente calidad ya sea en atención o más aspectos que brinden. Acuerda de urgir que la destreza de diferencia que no solamente, permite relegar sobre los costos, solo componga o establezca el trascendental objetivo estratégico. (Porter, 2017)

Una organización consigue la diferencia, se cambia en un proceso estratégico que es muy importante para lograr ventajas óptimas, para ello deben desarrollar productos o servicios únicos lo cual las empresas deberán realizar una investigación e inversión. En efecto, Se establece un posicionamiento en defensa para enfrentar las cinco fuerzas competitivas, aunque de manera distinta en el respectivo liderazgo en costo. Diferencia defensa en frente a los competidores por los consumidores son fieles en la buena marca y porque reduce la sensibilidad al importe. Se levantan muros contra el ingreso, gracias a la rectitud de los usuarios y a que los contrincantes que deben prevalecer la forma especial del producto. La diferencia forma margen más y más alto de utilidad para desafiar al poder de los proveedores. (Porter, 2017)

Concentración

Enfoque es la tercera estrategia genéricamente, basa en seleccionar un segmento de mercado lo cual se focaliza para competir, se concentra en un conjunto de consumidores, en un fragmento de productos en un mercado geográfico, utilizando diversas estrategias buscando lograr los objetivos en toda la industria, esto abarca en brindar un servicio especialmente diseñados para responder a sus necesidades y preferencias al mercado respectivo; se traza las estrategias simples obteniendo presente lo anterior. En el proceso de que la organización poder proporcionar la mejor atención en un segmento en compañías para que generen competencia en los mercados más prestigiosos. Teniendo en cuenta la discrepancia complacida mente las diversas necesidades de su mercado, al realizar un precio menor o al conseguir entrambos metas. Esta estrategia no consigue costos bajos ni diferenciar desde la perspectiva del público en general, sí logra una o ambas metas frente a su chico nicho. (Porter, 2017)

2.2.2 Talento Humano

Chiavenato (2017) Se entiende como la combinación de características de una persona incluyendo habilidades, convicciones, y expectativas. Las personas en su incorporado que constituyen el respectivo capital humano de la compañía. Los colaboradores influyen positivamente en el rendimiento y productividad de una organización.

2.2.2.1 Medios para detectar las necesidades de Capacitación

Damos a conocer como se detecta todas las necesidades necesarias de instrucción que también es necesario ejecutar todos los respectivos diagnósticos que se pueda sustentar toda la investigación. La mayoría de la investigación se debe de colocarlos en un solo circulo de manera sistemática, que, por disponibilidad con los respectivos administradores de línea, llegan a desarrollar la mayor parte de la inducción, capacitación, habilidades blandas que les ayude a mejorar todas sus habilidades y nuevas herramientas que se puedan desarrollar para el beneficio de la empresa en tiempos de competencia. El único responsable para desarrollar las capacitaciones use o no los servicios de asesoría con un grupo de especialistas, para fomentar mayor competencia y generar buena imagen ante nuestros competidores. (Chiavenato, 2017)

Damos a conocer cuáles son los medios más primordiales para poder darnos cuenta que nuestros colaboradores necesitan capacitación:

1. Evaluación del desempeño: Esto nos ayuda detectar a los colaboradores que efectúan sus labores con un nivel satisfactorio, demasiado bajo como también te da a conocer cuáles son las respectivas areas que necesitan con carácter de urgencia la atención necesaria por parte de la responsabilidad de los capacitadores.
2. Observación: verificar donde se encuentra todas las ineficiencias en el centro de labores, mal clima laboral, si no hay un buen equipo de apoyo, retraso en el cronograma, sobrante de materia prima, incremento en la cifra de dificultades disciplinarios, graves problemas de ausencia, movimiento del grupo de colaboradores de manera grave, entre otros.

3. Cuestionarios: La investigación mediante los diversos cuestionarios y sus respectivas con la lista de cheque, cuya demostración en la necesidad de instrucción.

4. Solicitud de supervisor y gerente: Insuficiencias que se relacionan con la inducción, capacitación que debe tener un nivel más alto en toda la conexión que allá entre los altos mandos como es el gerente, administrador, supervisor, que siempre solicitan las capacitaciones necesarias para mejorar el equipo de trabajo, dando mejores alcances y beneficios para la empresa o compañía a cargo.

5. Entrevistas con supervisores y gerentes: Teniendo mucho en cuenta que si se realiza o se ejecuta las respectivas relaciones directas con las cabezas altas que serían los gerentes y supervisores tendrán la opción determinada de poder solucionar cualquier problema u obstáculo que se le presente ya que son los principales elementos en velar por las aéreas a cargo.

6. Examen de empleado: Son el resultado respectivo exámenes de seleccionar los colaboradores donde va a desempeñar las diversas funciones que te brinda la compañía.

7. Reorganización del trabajo: De acuerdo con los conceptos que van relacionado a las diferentes rutinas laborales en las empresas u organizaciones actuales de cómo van cambiando de una manera rápida las diferentes modificaciones en lo completo o parcial, por lo tanto, se debe entregar colaboradores completamente capacitados para las respectivas aéreas adecuadas con las nuevas normas de trabajo.

8. Entrevista de salida: Detallando como un colaborador llega a dejar completamente la compañía, esto nos indica que vamos a buscar el momento y la hora necesaria de poder conversar con la persona que renuncio, adecuándole porque dejo la compañía y cuáles son sus motivos. Ahí nos podremos dar cuenta cuales son realmente los verdaderos problemas resaltan en la compañía, y que debemos actuar en mejorarlas para el bien de la compañía.

9. Análisis de puesto y perfil del cargo: suministra horizonte, mediante las funciones detalladas y maestrías que debe poseer el que va a ocupar el puesto de trabajo en la compañía.

10. Informes periódicos: La compañía informa la productividad que expongan las viables insuficiencias que conseguirían alcanzar la capacitación o la instrucción.

2.2.2.2. Técnicas De Capacitación

Cuando determinar la destreza, ideas, comportamientos que se espera de aquellos resultados positivos de la instrucción o capacitación que toda compañía espera o desea, por ende, las diversas técnicas en elegir el esquema de capacitación, ayude a mejorar todas sus habilidades blandas, obtener resultados rápidos e importantes para la compañía en el menor tiempo. (Chiavenato, 2017)

1. Las respectivas Técnica de capacitación para el uso:

a) Técnica de capacitación orientada al adjunto: Teniendo en cuenta las diferentes definiciones relacionas a la difusión de diversas ideas que son, la

técnica de lección muy ilustrada, video discusión, conocimiento programada e instrucción por computador.

b) Técnica de capacitación orientada al procedimiento: Teniendo en cuenta que los diseños relacionados al diferentes actitudes y aptitudes, tienen a cambiar de una forma muy drástica en la parte mental del individuo, donde también nos da a conocer el famoso desarrollo de sus habilidades blandas. Ahora podemos decir que tenemos varias opciones positivas como son los roles de entrenamiento de sensibilidad, trabajo en equipo, mejoramiento de la toma de decisiones, entre otros.

c) Técnicas mixtas de capacitación: Determinamos el concepto de cual realmente son las que dan a conocer la información detallada y sugerida para el famoso cambio total del comportamiento, actitudes, y por aptitudes. Por otra parte, no solamente es para comunicar los conocimientos necesarios, si no que se busca para poder alcanzar las metas pactas por el mismo grupo de trabajo, para dar mayor rentabilidad para la compañía. Ahora podemos analizar las diversas técnicas mixtas que se asoman, que se dan a conocer por medio de casos de estudio, conferencias seminarios, mesas abiertas, habilidades blandas, toma de decisiones ante problemas en el centro laboral.

2. Las técnicas de capacitación:

Podemos decir que la mayoría de técnica de capacitación, que catalogan en 2 tipos de opciones: las usadas antes de integrar, el centro de labores y las aplicadas posteriormente al centro de labores. (Chiavenato, 2017)

a) La capacitación de inducción a las compañías busca que el mismo trabajador se sienta muy a gusto en su centro de labores, donde pueda socializar y conocer a los demás y puedan trabajar de acuerdo a las funciones que tengan los demás, y formen un equipo de trabajo irrompible y esto ayude a beneficiar a la compañía o empresa que lo ha contratado. Se traslada por su dirigente adyacente, al capacitador que es un experto. Y esto se da a conocer mayormente como el programa de inducción, que ya miles de colaboradores hemos pasado. (Chiavenato, 2017)

Por otra parte, el programa de inducción indaga el preámbulo y ajuste del colaborador a su centro de labores donde obtiene diversas ventajas competitivas:

i. El colaborador recién ingresado obtiene nueva inquisición general sobre la empresa donde va a laborar, como lo son reglamentos, normas, leyes, y el procedimiento a sus respectivas funciones para que se adapte de una manera fulminante

ii. Disminución del monto de dimisión o de funciones correctoras, por el motivo que ayuda a conocer de fondo los reglamentos por parte de la compañía y las diversas sanciones que provoca las infracciones actuales.

iii. El supervisor puede exponer al nuevo colaborador de cuáles son sus funciones y posición en la compañía.

b) El colaborador nuevo toma procedimientos que van con todos los requisitos primordiales en la delineación en el cargo en el centro de labores.

Capacitación después del ingreso en el trabajo donde se tiene dos factores:

- a) Formación en centro de labores (servicio).
- b) Formación afuera de centro de labores (afuera de servicio).

3. técnica de preparación en contenido a la zona de su ejecución:

Determinando en la zona de aplicación de las técnicas de inducción, la capacitación se conforma dentro y fuera del centro de labores, respecto del lugar de concentración, Una de ellas habla sobre el desarrollo de que se le va a educar, realiza tareas dentro del centro laboral y por otro lado en el aula o en el centro donde labora preparándose para las inmensas actividades por parte de la compañía. (Chiavenato, 2017)

a) Capacitación en el lugar de trabajo: Nos da a conocer que pueden impartir los colaboradores, como lo son los especialistas a cargo del staff. No requiere equipos o grupos de especialistas que forman la capacitación de la forma más adecuada para fomentar el despertar de las habilidades por parte de los colaboradores. Hoy en día las mypes invierten en capacitaciones, habilidades blandas, mesas abiertas para dialogar temas tecnológicos, para favorecer mayormente a la compañía que busca a los mejores colaboradores, para aumentar la rentabilidad actual, por ende, tiene diversas modalidades:

- i) Ingreso de trainee donde se entrena en distintos puestos de trabajo
- ii) Giro de lugar de trabajo.
- iii) Preparación hacía varias funciones del área o compañía.

iv) Nuevos conocimientos del puesto

b) Preparación fuera del centro laboral: Parte de los diferentes programas de formación que tiene fuera del centro de labores, donde no se direcciona con él, generalmente completa la formación o capacitación dentro del área. Por otro lado existen las técnicas elementales de capacitación y formación fuera del centro de labores que a continuación daremos a conocer:

i) Aula para exposición.

ii) Expositiva y conferencias.

iii) Seminarios y talleres.

iv) Películas, transparencias, videocintas (televisión)

v) Método de casos (estudio de casos).

vi) Disputa en conjunto pequeño, panel, foro.

vii) Representación de roles).

viii) Fingimientos y juegos.

ix) Conocimiento programada.

x) Oficina de labores.

xi) Reunión de técnicas.

III. HIPÓTESIS

Hernández (2018) se entiende por hipótesis a la explicación o formulación de una pregunta ante una investigación, luego de investigar se verifica el resultado para demostrar si es aceptado o rechazado la hipótesis. Las investigaciones cuantitativas no todas necesariamente se plantea hipótesis, ya que va a depender de un elemento importante si se formula o no una hipótesis esto dependerá del inicio del estudio. Las investigaciones descriptivas presentan hipótesis cuando quieren dar a conocer un valor o datos de una o más variables, pero cuando se intenta mostrar hechos donde se recolectan y existe análisis de datos para describir las variables de estudio, estas no llevan hipótesis, caso contrario las investigaciones cuantitativas que si formulan hipótesis son aquellas cuyo planteamiento determina si su alcance será correlacional o explicativo.

IV. METODOLOGA

4.1 Diseño De La Investigación

El tipo de investigación es cuantitativo porque siguen un patrón predecible y estructurado (el proceso) y se debe tener presente que las decisiones críticas se efectúan antes de recolectar los datos. En una investigación cuantitativa se pretende generalizar los resultados encontrados en un grupo o segmento (muestra) a una colectividad mayor (universo o población). También se busca que los estudios efectuados puedan replicarse. Al final, con los estudios cuantitativos se intenta explicar y predecir los fenómenos investigados, buscando regularidades y relaciones causales entre elementos. Esto significa que la meta principal es la construcción y demostración de teorías (que explican y predicen). Para este enfoque, si se sigue rigurosamente el proceso y, de acuerdo con ciertas reglas lógicas, los datos generados poseen los estándares de validez y confiabilidad, y las conclusiones derivadas contribuirán a la generación de conocimiento. Esta aproximación utiliza la lógica o razonamiento deductivo, que comienza con la teoría y de ésta se derivan expresiones lógicas denominadas hipótesis que el investigador busca someter a prueba. (Hernandez Sampieri , Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014)

El nivel de investigación es descriptivo porque “busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población La investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto”. (Hernandez, 2018).

El diseño que se aplicará en la investigación será no experimental ya que no se construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza. En la investigación no experimental las variables independientes ocurren y no es posible manipularlas, no se tiene control directo sobre dichas variables ni se puede influir sobre ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos. Además, es de corte transversal ya que se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. (Hernandez, 2018).

4.2 Población Y Muestra

La unidad de análisis en la investigación son las MYPE dedicadas al rubro boutique de la galería central de Piura.

RELACION DE LAS MYPES			
ITEM	MYPE	DIRECCION	N° TRABAJADORES
1	B1	Piura	2
2	B2	Piura	2
3	B3	Piura	3
4	B4	Piura	1
TOTAL	4		8

COMPETITIVIDAD

La población de la variable competitividad es infinita ya que no se conoce el tamaño de la población, lo cual esta representa por 4 MYPES del rubro boutique. La población de clientes se determinó que son de género: femenino, educación: secundaria, técnica y universitaria edad: 18 entre 50 años, nivel socioeconómico: medio, alto. Lo cual se aplicará la siguiente fórmula para calcular la muestra así lo señala Hernández (2018) cuando la población es desconocida en donde:

n = Población

z = desviación estándar de confianza 95% representada en 1.96

p = probabilidad de éxito 0.50

q = probabilidad de fracaso 0.50

e = máximo de error permisible 0.05

$$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.50 * 0.50}{(0.05)^2}$$

$$n = 384.16$$

En total se tomará una muestra de 384 clientes para la aplicación de la encuesta.

TALENTO HUMANO

La población de esta variable va dirigida a los 8 trabajadores de la MYPE rubro boutique de Piura por lo tanto es una población finita ya que se conoce el número de elementos y según los autores Hernández, Fernández y Baptista, (2014) nos dicen que si $N \leq 50$, entonces $N = n$. donde $N = 8$

Criterios de Inclusión:

_ Para la variable competitividad: clientes de género femenino, con edad entre 18 a 50 años, nivel socioeconómico medio y alto.

_Para la variable talento humano: propietarios y propietarias de la MYPE galería central de Piura.

Criterios de Exclusión:

_Para la variable competitividad: clientes o personas no disponibles.

_Para la variable talento humano: trabajador nuevo de la MYPE que no se encuentren en la capacidad de brindar información.

4.3 Definición y Operacionalización de las variables

Variab le	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Fuente	Escala
Comp etitivid ad	Por concepto se desarrolla por medio del desarrollo de las productividades, ya que una empresa, persona o país genera la producción de servicios y bienes que sean de buena calidad frente a sus competidores utilizando eficaz y eficientemente sus recursos. Es indispensable la ventaja competitiva en las organizaciones porque genera un valor agregado ya sea en el producto o servicio y para ello no debe existir límites para el mejoramiento en la productividad. (Porter, 2017)	Fuerzas Competitivas	La dimensión “fuerzas Competitivas” se medirá por sus indicadores en escala.	Amenaza de entrada	Cliente	Nominal
				Influencia de los compradores	Cliente	Nominal
				La amenaza de sustitutos	Cliente	Nominal
				Rivalidad entre competidores existentes	Cliente	Nominal
				Influencia de los proveedores	cliente	Nominal
		Estrategias Competitivas	La dimensión “Estrategias Competitivas” se medirá por los indicadores de liderazgo en costos y diferenciación.	Liderazgo en costos	Cliente	Nominal
				Diferenciación	Cliente	Nominal
				Enfoque	Cliente	Nominal
Talent o Humano	Chiavenato (2017) Se entiende como la combinación de características de una persona incluyendo habilidades, convicciones, y expectativas. Las personas en su incorporado que constituyen el respectivo capital humano de la compañía. Los colaboradores influyen positivamente en el rendimiento y productividad de una organización.	Necesidades de Capacitación	La dimensión “ Necesidades de Capacitación” se medirá por los indicadores de evaluación de desempeño y observación .	Evaluación del Desempeño	Trabajador	Nominal
				Observación	Trabajador	Nominal
				Reorganización del trabajo	Trabajador	Nominal
		Técnicas de Capacitación	La dimensión “Técnicas de Capacitación” se medirá por la capacidad de respuesta.	En cuanto a su utilización	Trabajador	Nominal
				Integración	Trabajador	Nominal
				En cuanto al lugar de aplicación	Trabajador	Nominal

4.4 Técnicas e Instrumentos en Recolección de Datos

Para la presente investigación se aplicará la técnica de la encuesta, que busca recaudar datos. Según el autor Writeen nos dice que una de las ventajas de este instrumento es que Además de ser baratos y flexibles, los cuestionarios son también una forma práctica de obtener datos. Se pueden dirigir a un público específico y administrar de diferentes maneras. Puede seleccionar las preguntas, así como el formato (abierto o de opción múltiple). Es una manera de recopilar grandes cantidades de datos sobre cualquier tema.

El instrumento va dirigido a los clientes y colaboradores de las boutiques en la galería central de Piura y es de escala Nominal. El cuestionario se obtendrá a partir de la operacionalización de las variables,

Se utilizará un listado de preguntas escritas que se entregarán a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito.

Descripción del cuestionario: el cuestionario está compuesto por 15 preguntas para los clientes de escala nominal, así mismo el cuestionario dirigida para los colaboradores consta de 12 preguntas con manejo de escala nominal.

El cuestionario se validó utilizando juicio de expertos en la materia.

4.5 Plan De Análisis

Se contactó a los representantes de las MYPE rubro boutique para que nos permita recopilar los datos y brinde su autorización correspondiente.

La encuesta se aplicó el día sábado 18 de mayo del 2018 tanto a los colaboradores como a los clientes de las MYPE, se contó con un equipo de 4 encuestadores a fin de cumplir con la muestra obtenido en el tiempo establecido.

Una vez de ser recopilados los datos, se tabulan y grafican ordenándolos de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleará estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se empleará el programa Excel. Luego se realiza el análisis y la interpretación de los datos recopilados por medio del instrumento de recojo de datos (cuestionario).

4.6 Matriz De Consistencia

Titulo	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicadores	Técnicas	Instrumento	Metodología
“Caracterización De La Competitividad Y El Talento Humano En Las Mype Rubro Boutique De Ropa Para Damas En La Galería Central Piura, Año 2018”	¿Qué características tiene la competitividad y el talento humano en las MYPE rubro boutique de ropa para damas en la galería central Piura, año 2018?	General: Identificar las características que tiene la competitividad y el talento humano en las MYPE rubro boutique de ropa para damas en la galería central Piura, año 2018. a) Identificar las fuerzas competitivas en las MYPE rubro boutique de ropa para damas en la galería central Piura, año 2018. b) Determinar las estrategias competitivas en las MYPE rubro boutique de ropa para damas en la galería central Piura, año 2018. c) Identificar las necesidades de	(Hernández, 2018) No, no todas las investigaciones cuantitativas plantean hipótesis. El hecho de que formulamos o no hipótesis depende de un factor esencial: el alcance inicial del estudio	Competitividad	Por concepto se desarrolla por medio del desarrollo de las productividades, ya que una empresa, persona o país genera la producción de servicios y bienes que sean de buena calidad frente a sus competidores utilizando eficaz y eficientemente sus recursos. Es indispensable la ventaja competitiva en las organizaciones porque genera un valor agregado ya sea en el producto o servicio y para	La dimensión “fuerzas Competitivas” se medirá por sus indicadores en escala.	Amenaza de entrada	Encuesta	Cuestionario	Tipo: cuantitativo Nivel: descriptivo Diseño: no experimental corte transversal Técnica: encuesta Instrumento: cuestionario
						Influencia de los compradores				
						Amenaza de sustitutos				
						Rivalidad entre competidores				
						Influencia de los proveedores				
						La dimensión “Estrategias Competitivas” se medirá por los indicadores Promoción e innovación.	Liderazgo en costos	Encuesta		
						Diferenciación				
						Enfoque				

		capacitación del talento humano en la MYPE rubro boutique de ropa para damas en la galería central Piura, año 2018.			ello no debe existir límites para el mejoramiento en la productividad. (Porter, 2017)					
		d) Determinar las técnicas de capacitación del talento humano en las MYPE rubro boutique de ropa para damas en la galería central Piura, año 2018.		Talento Humano	Chiavenato (2017) Se entiende como la combinación de características de una persona incluyendo habilidades, convicciones, y expectativas. Las personas en su incorporado que constituyen el respectivo capital humano de la compañía. Los colaboradores influyen positivamente en el rendimiento y productividad de una organización.	La dimensión “Necesidades de Capacitación” se medirá por los indicadores evaluación de desempeño y observación.	Evaluación del desempeño Observación Reorganización del trabajo	Encuesta		
						La dimensión “Técnicas de Capacitación” se medirá por los indicadores	En cuanto a su utilización Integración En cuanto al lugar de aplicación	Encuesta		

4.7 Principios Éticos

En la investigación respetando la propiedad intelectual con transparencia y honestidad se acudió a las mayores fuentes posibles para un mejor conocimiento de los hechos. Además, se rechazarán las conclusiones prejuiciosas, manipuladas y alienantes. Por otro lado, la investigación se realiza con independencia de criterio, honestidad intelectual, imparcialidad, pluralismo y responsabilidad social, así mismo se tomó en cuenta el código de ética para la investigación aprobado por el consejo universitario de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote con resolución 1471. (ULADECH CATOLICA, 2019)

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Encuesta aplicada a clientes

Tabla 1: ¿Considera el precio de los productos accesible en la galería que usted frecuenta?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	184	47%
No	200	53%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes.2018.
Elaboración propia.

Figura 1: Precio de productos

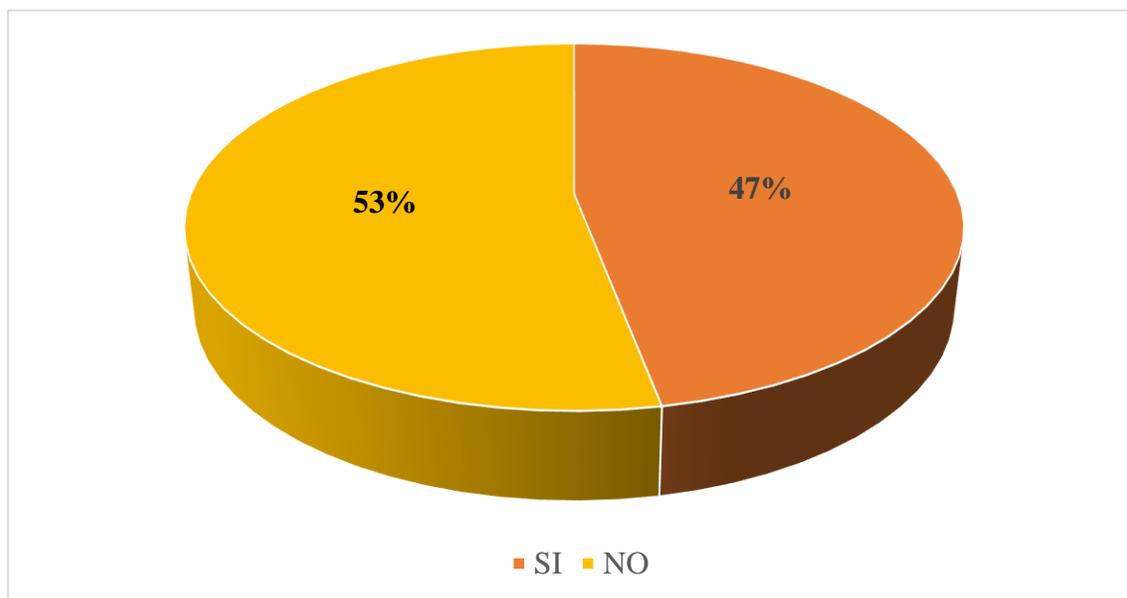


Figura N°1 gráfico circular que se representa el precio de productos

En la tabla 1 y figura N° 1 del total de encuestados en las MYPE rubro boutique de la galería central de Piura, año 2018, se observó que el 53% de los clientes no les parece un precio accesible en las prendas de vestir que la galería ofrece y el 47% sí lo considera accesible.

Tabla 2: SI a elegido el precio,¿Asocia el precio con la calidad?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	230	60%
No	154	40%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes.2018.
Elaboración propia.

Figura 2: Asociación del precio con la calidad

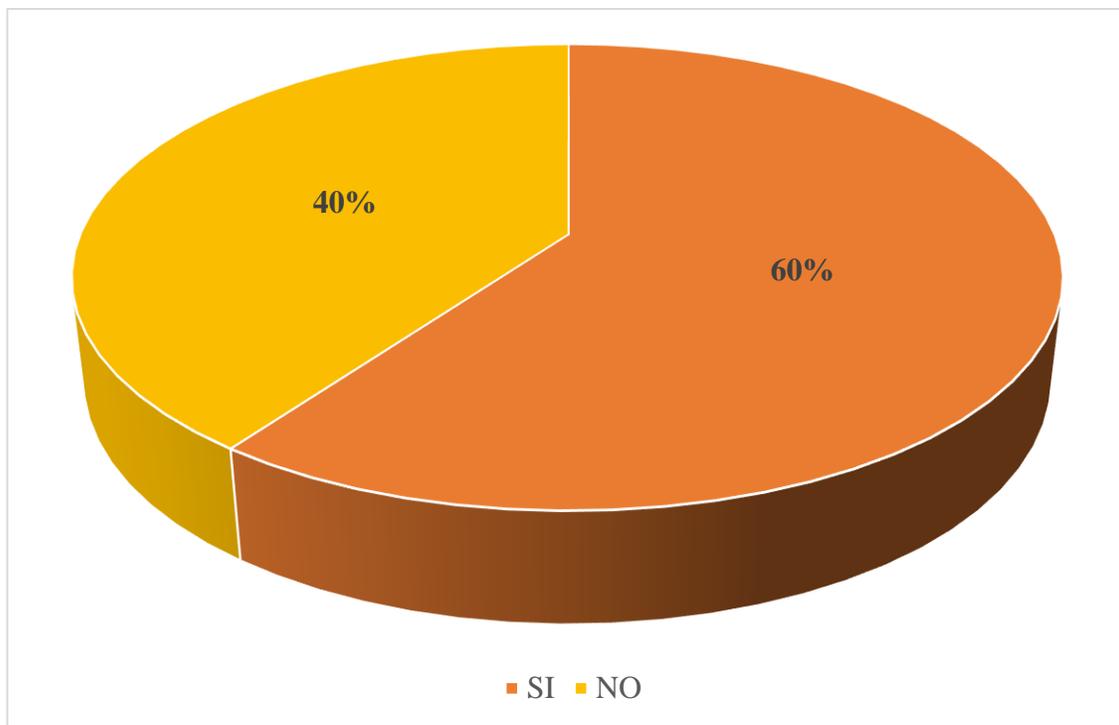


Figura N°2 grafico circular que se representa la asociación del precio con la calidad

En la tabla 2 y figura N° 2 del total de encuestados en las MYPE rubro boutique de la galería central de Piura, año 2018, se observó que el 60% de los clientes si asocia el precio con la calidad, y el 40% no.

Tabla 3: ¿Usted considera el precio como opción para realizar su compra?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	320	83%
No	64	17%
Total	384	100%

Encuesta aplicada a los clientes. 2018.
Elaboración propia

Figura 3: Precio

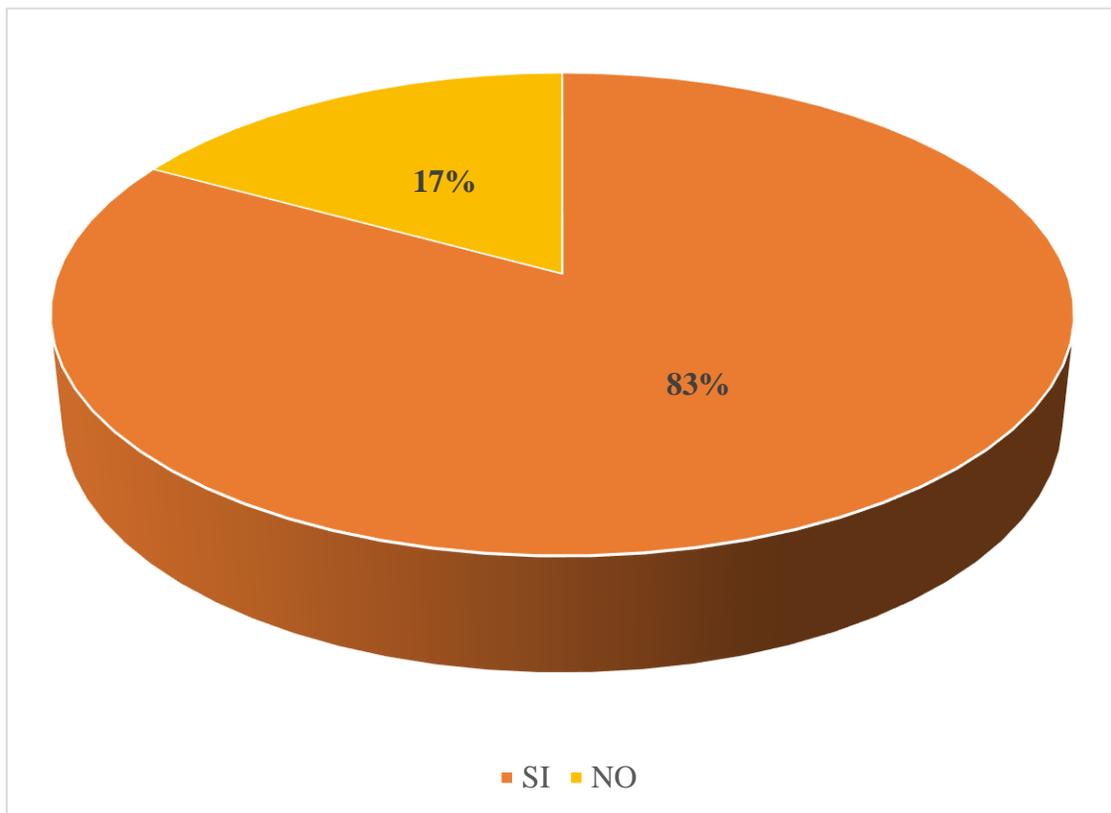


Figura N°3 gráfico circular que se representa el precio

En la tabla 3 y figura N° 3 del total de encuestados en las MYPE rubro boutique de la galería central de Piura, año 2018, se observó que el 83% de los clientes si considera el precio para realizar su compra, mientras el 17% no lo toma en cuenta.

Tabla 4: ¿Compra usted ropa de marca?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	204	53%
No	180	47%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes. 2018.
Elaboración propia.

Figura 4: Ropa de marca

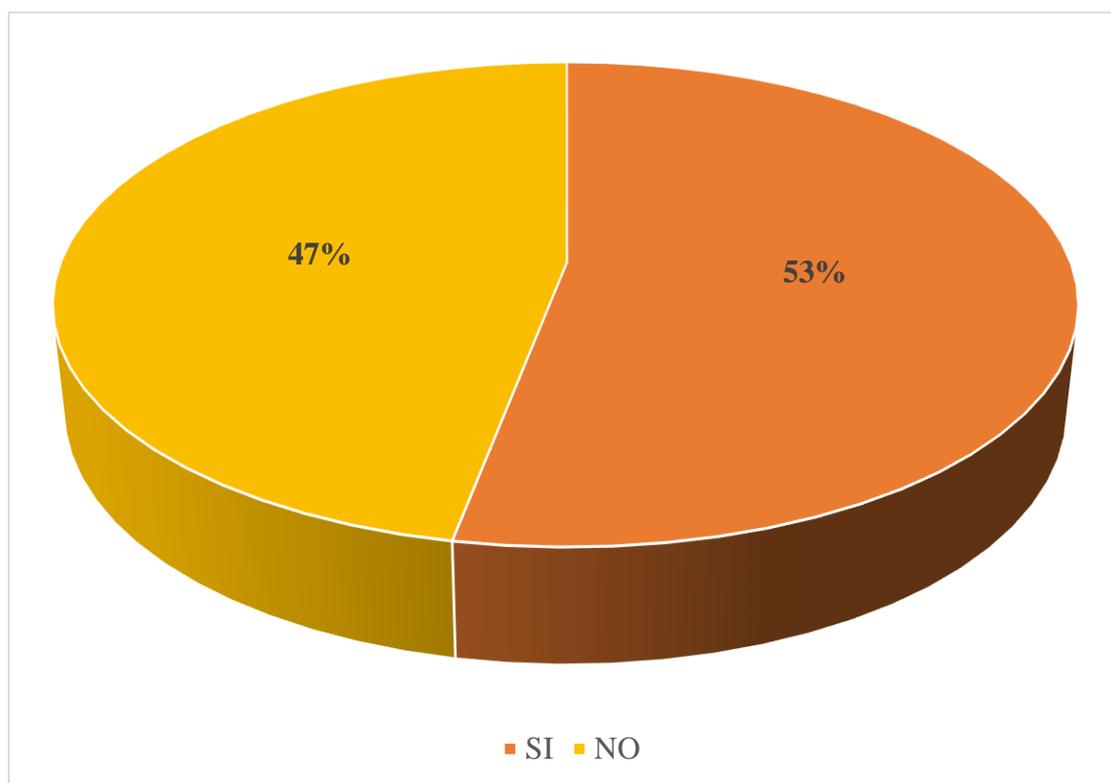


Figura N°4 gráfico circular que se representa la ropa de marca

En la tabla 4 y figura N° 4 del total de encuestados en las MYPE rubro boutique de la galería central de Piura, año 2018, se observó que el 53% de los clientes compran ropa de marca y el 47% no.

Tabla 5: ¿La calidad de prendas que usted adquiere cumple sus expectativas?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	355	92%
No	29	8%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta a los clientes. 2018.
Elaboración propia.

Figura 5: Calidad de prendas

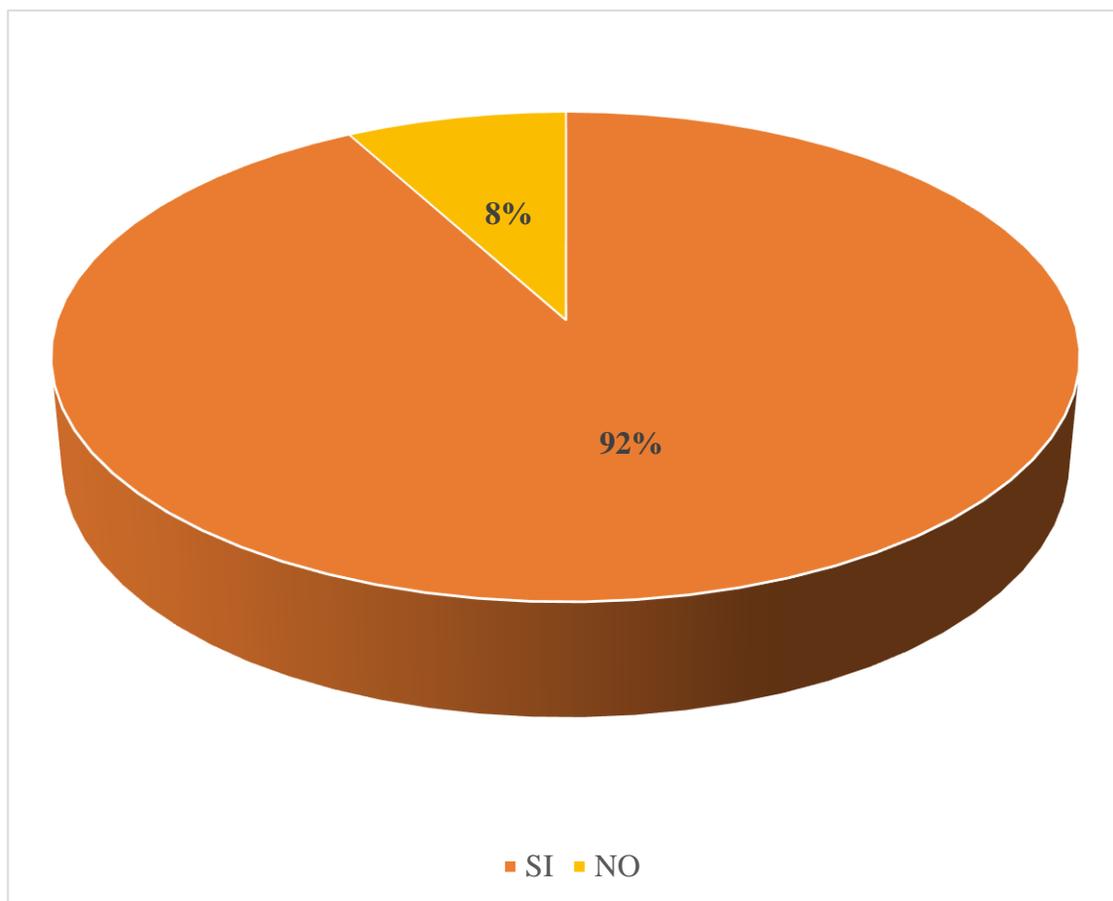


Figura N°5 gráfico circular que se representa la calidad de prendas

En la tabla 5 y figura N° 5 del total de encuestados en las MYPE rubro boutique de la galería central de Piura, año 2018, se observó que el 92% de los clientes si cumple la calidad con sus expectativas mientras que el 8% no cumple sus expectativas.

Tabla 6: ¿Usted se considera un cliente exigente a la hora de comprar un producto?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	196	51%
No	188	49%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes. 2018.
Elaboración propia.

Figura 6: Cliente exigente

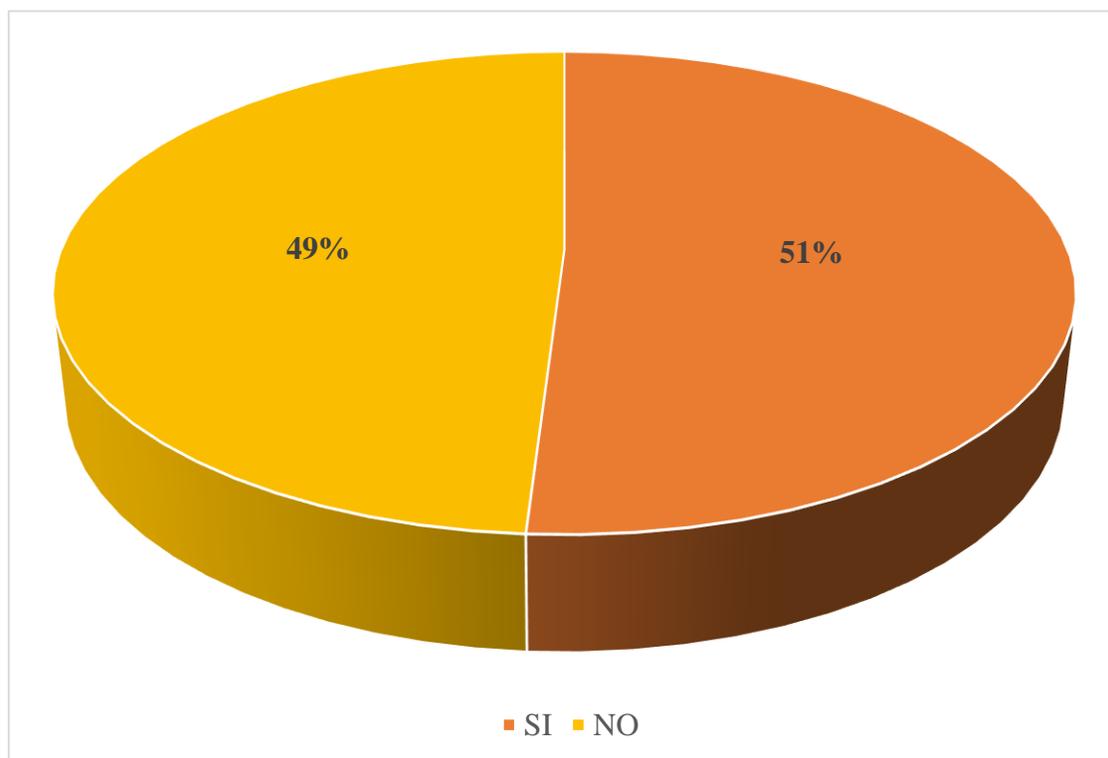


Figura N°6 grafico circular que se representa al cliente exigente

En la tabla 6 y figura N° 6 del total de encuestados en las MYPE rubro boutique de la galería central de Piura, año 2018, se observó que el 51% de los clientes si es exigente a la hora de elegir algún producto y el 49% no es tan exigente.

Tabla 7: ¿Legustaria que la boutique realice promociones?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	384	100%
No	0	0%
Total	384	100%

Encuesta aplicada a los clientes. 2018.

Elaboración propia

Figura 7: Promociones en la boutique

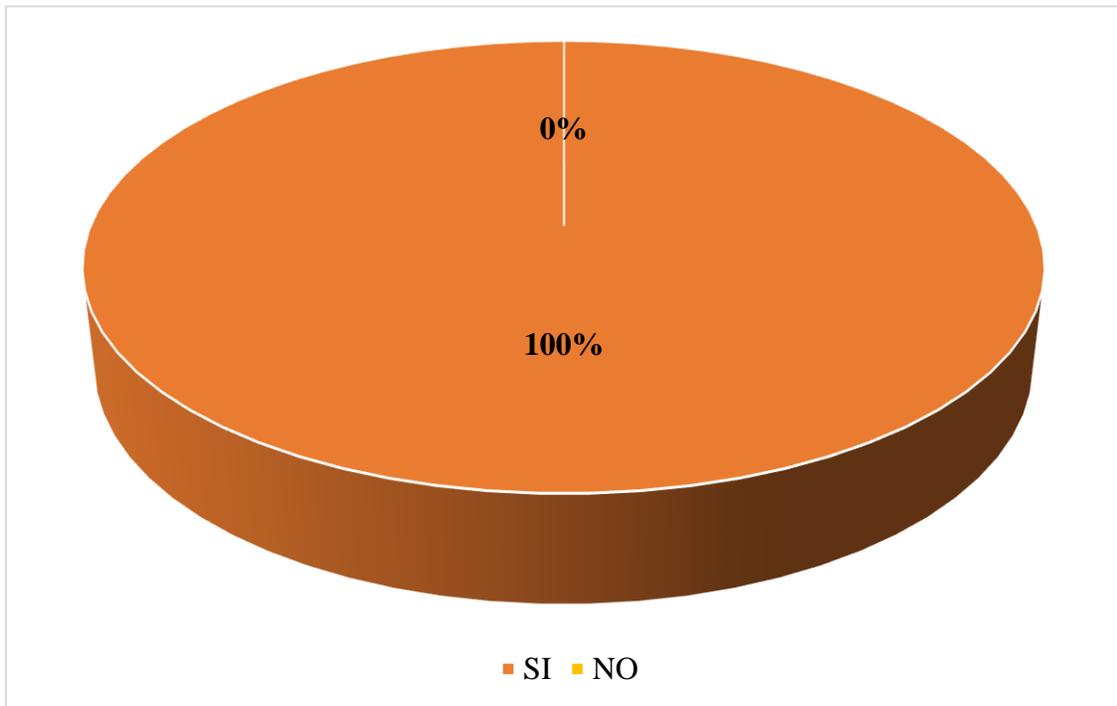


Figura N°7 grafico circular que se representa las promociones en la boutique

En la tabla 7 y figura N° 7 del total de encuestados en las MYPE rubro boutique de la galería central de Piura, año 2018, se observó que el 100% de los clientes si le gustaría que existan promociones en la boutique.

Tabla 8: ¿Encuentra la prenda de vestir que usted busca?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	95	25%
No	289	75%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes. 2018.
Elaboración propia.

Figura 8: Prendas de vestir

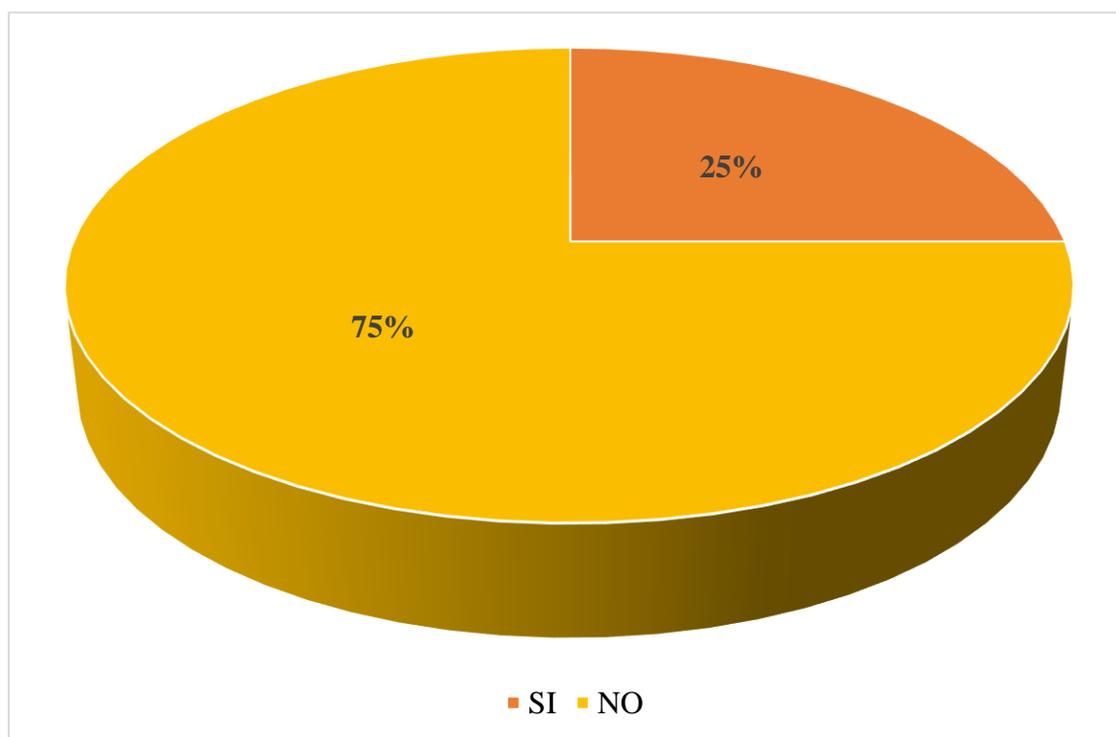


Figura N°8 grafico circular que se representa prendas de vestir

En la tabla 8 y figura N° 8 del total de encuestados en las MYPE rubro boutique de la galería central de Piura, año 2018, se observó que el 75% de los clientes no siempre encuentra la prenda de vestir que busca y el 25% si encuentra lo que necesita.

Tabla 9: ¿Conoce el nombre de marcas que le ofrecen?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	60	16%
No	324	84%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes. 2018.
Elaboración propia.

Figura 9: Nombre de marcas

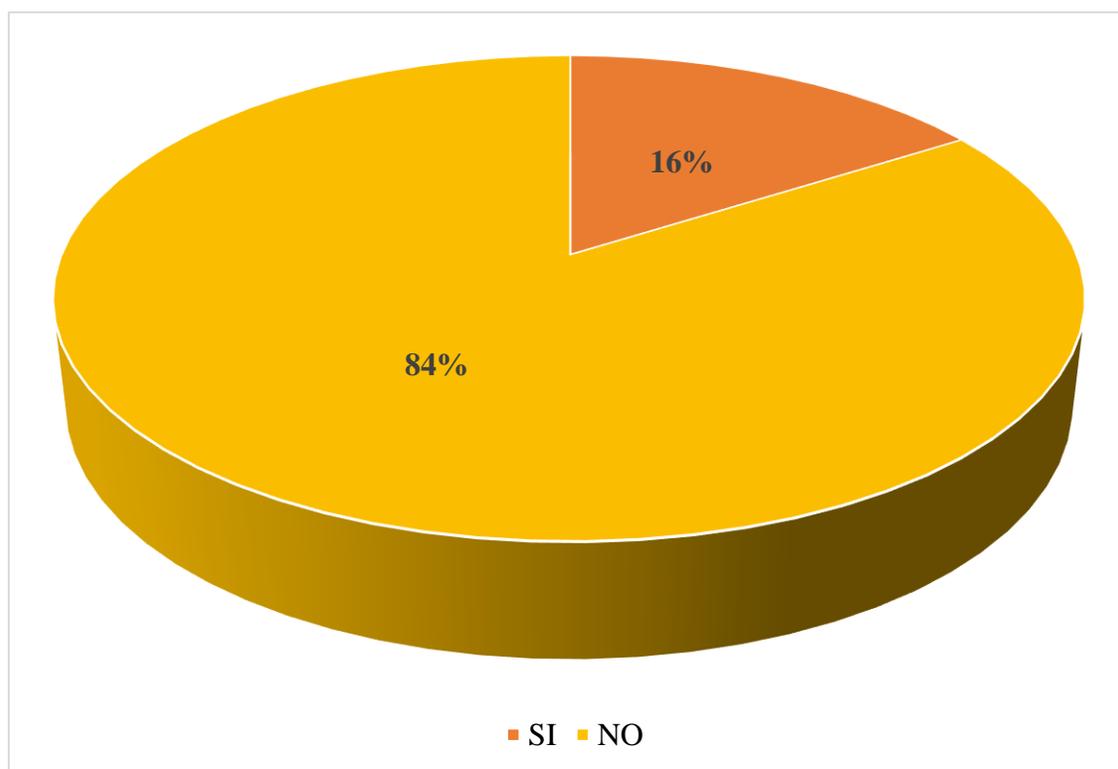


Figura N°9 gráfico circular que se representa el nombre de marcas

En la tabla 9 y figura N° 9 del total de encuestados en las MYPE rubro boutique de la galería central de Piura, año 2018, se observó que el 84% de los clientes no conoce el nombre de las marcas que ofrecen y el 16% si conoce la marca de algunas prendas que ofrecen las boutiques.

Tabla 10: ¿Está de acuerdo con las promociones que brinda la boutique?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	154	40%
No	230	60%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes. 2018.
Elaboración propia.

Figura 10: Oportunidad de compra

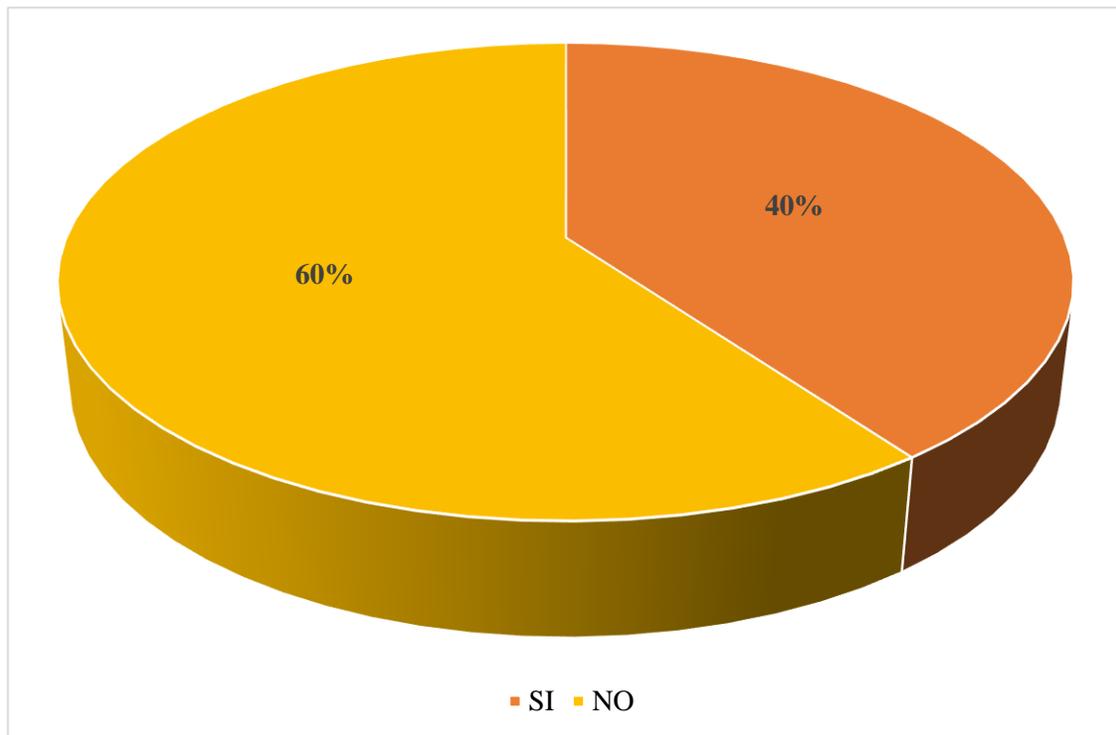


Figura N°10 gráfico circular que se representa la oportunidad de compra

En la tabla 10 y figura N° 10 del total de encuestados en las MYPE rubro boutique de la galería central de Piura, año 2018, se observó que el 60% de los clientes no está de acuerdo con las promociones que brinda la boutique y el 40% si está de acuerdo.

Tabla 11: ¿Usted se entera sobre promociones u ofertas que la galería ofrece por algún medio de comunicación?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	5%
No	364	95%
Total	384	100%

Encuesta aplicada a los clientes. 2018.

Elaboración propia.

Figura 11: Promociones u Ofertas por algún medio de comunicación

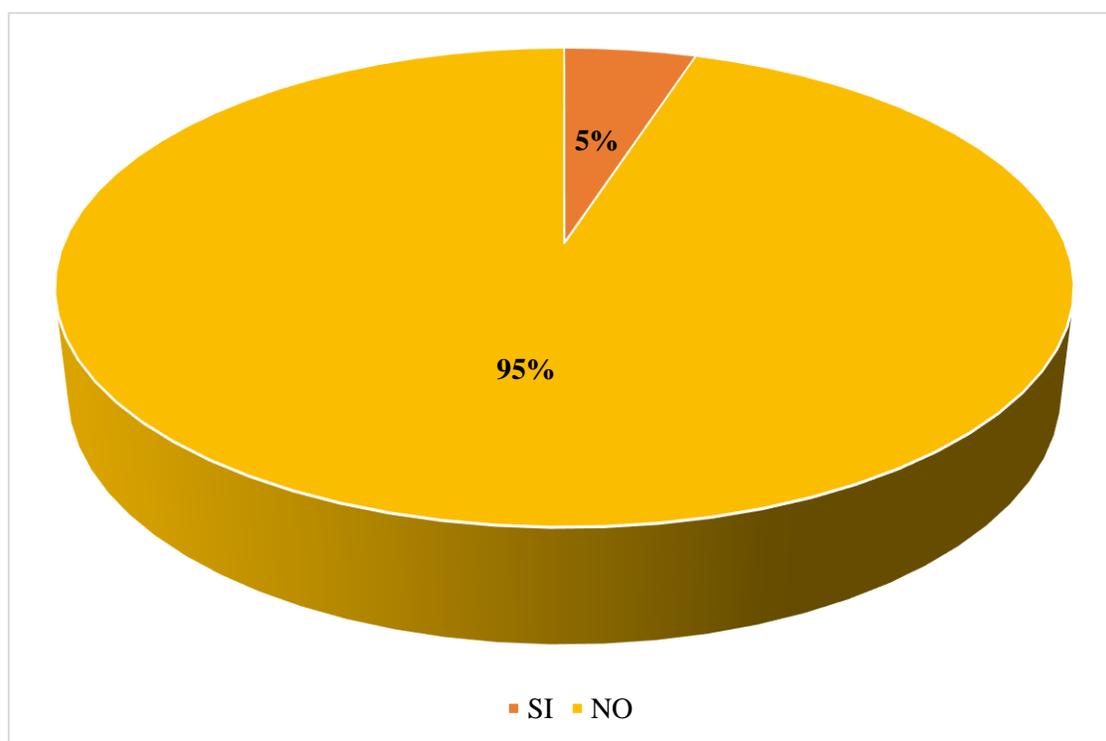


Figura N°11 gráfico circular que se representa las promociones u ofertas

En la tabla 11 y figura N° 11 del total de encuestados en las MYPE rubro boutique de la galería central de Piura, año 2018, se observó que el 95% de los clientes no se entera sobre las promociones que ofrecen por ningún medio de comunicación y el 5% sí.

Tabla 12: ¿Le gustaría que se realice ventas por internet?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	210	55%
No	174	45%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes. 2018.

Elaboración propia.

Figura 12: Ventas por internet

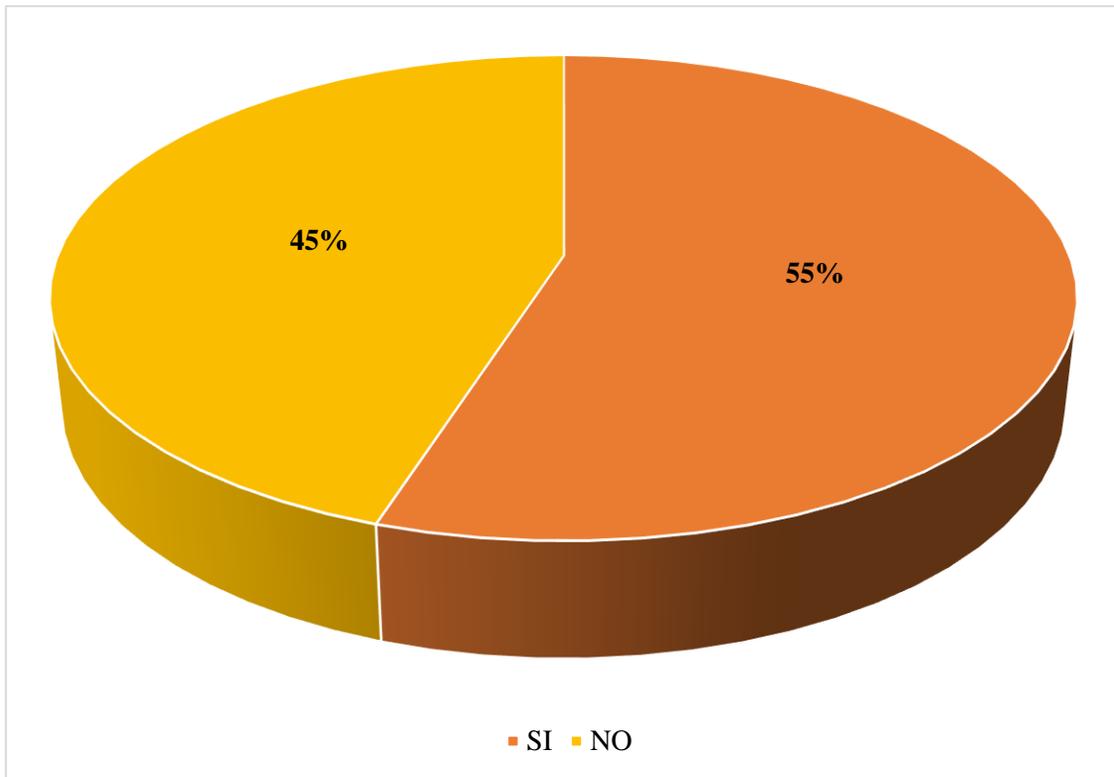


Figura N°12 gráfico circular que se representa las ventas por internet

En la tabla 12 y figura N° 12 del total de encuestados en las MYPE rubro boutique de la galería central de Piura, año 2018, se observó que el 55% de los clientes si le gustaría que realicen ventas por internet y el 45% considera que las ventas las realizan de modo presencial.

Tabla 13: ¿Considera la innovación como factor importante en la organización?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	238	62%
No	146	38%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes. 2018.

Elaboración propia.

Figura 13: Innovación

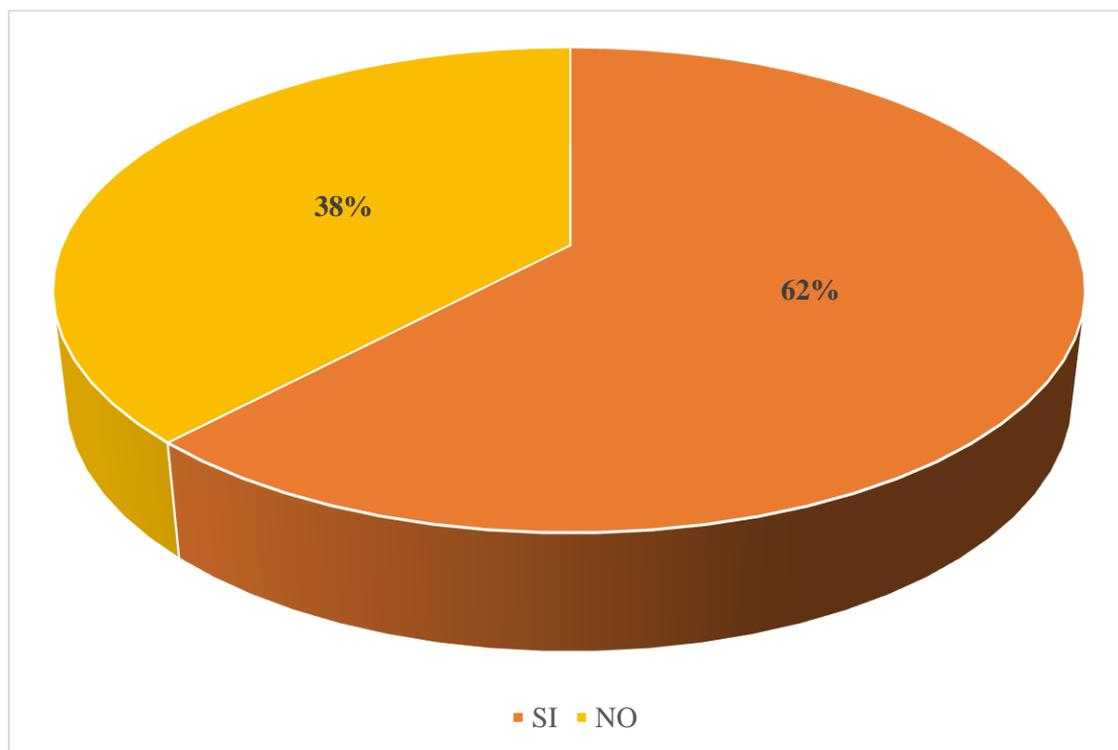


Figura N°13 gráfico circular que se representa la innovación

En la tabla 13 y figura N° 13 del total de encuestados en las MYPE rubro boutique de la galería central de Piura, año 2018, se observó que el 62% de los clientes si consideran que la innovación es importante en una organización, mientras el 38% no lo considera.

Tabla 14: ¿Considera el uso de varias formas de pago como innovación?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	330	86%
No	54	14%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes. 2018.
Elaboración propia.

Figura 14: Formas de pago

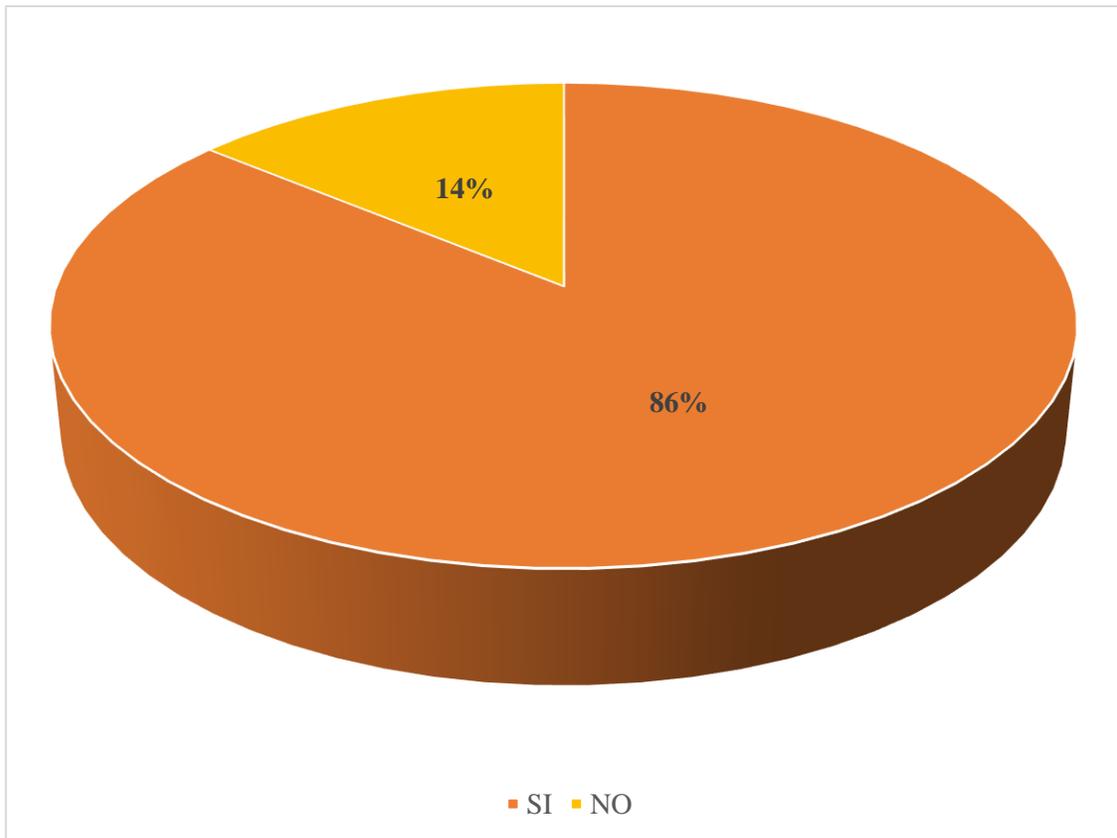


Figura N°14 grafico circular que se representa las formas de pago

En la tabla 14 y figura N° 14 del total de encuestados en las MYPE rubro boutique de la galería central de Piura, año 2018, se observó que el 86% de los clientes si considera las formas de pago como innovación, mientras el 14% no lo considera.

Tabla 15: ¿Usted piensa que las prendas que se ofrecen se diferencian de los demás centros comerciales?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	207	54%
No	177	46%
Total	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes. 2018.
Elaboración propia.

Figura 15: Diferenciación

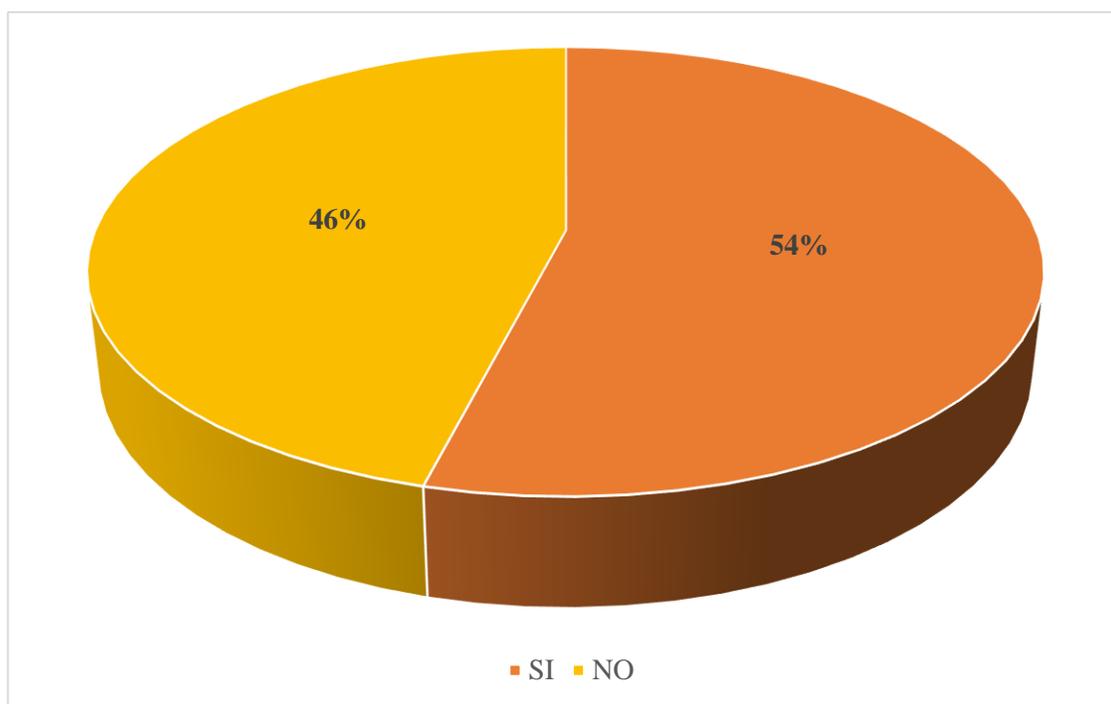


Figura N°15 gráfico circular que se representa la diferenciación

En la tabla 15 y figura N° 15 del total de encuestados en las MYPE rubro boutique de la galería central de Piura, año 2018, se observó que el 54% de los clientes si considera que las prendas de vestir son diferentes a los de los centros comerciales y el 46% no considera que sean diferentes.

Encuesta aplicada a los trabajadores

Tabla 16: ¿Considera que la boutique cuenta con el personal necesario para la atención?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	62%
No	3	38%
Total	8	100%

Encuesta aplicada a los trabajadores. 2018.

Elaboración propia.

Figura 16: Personal adecuado

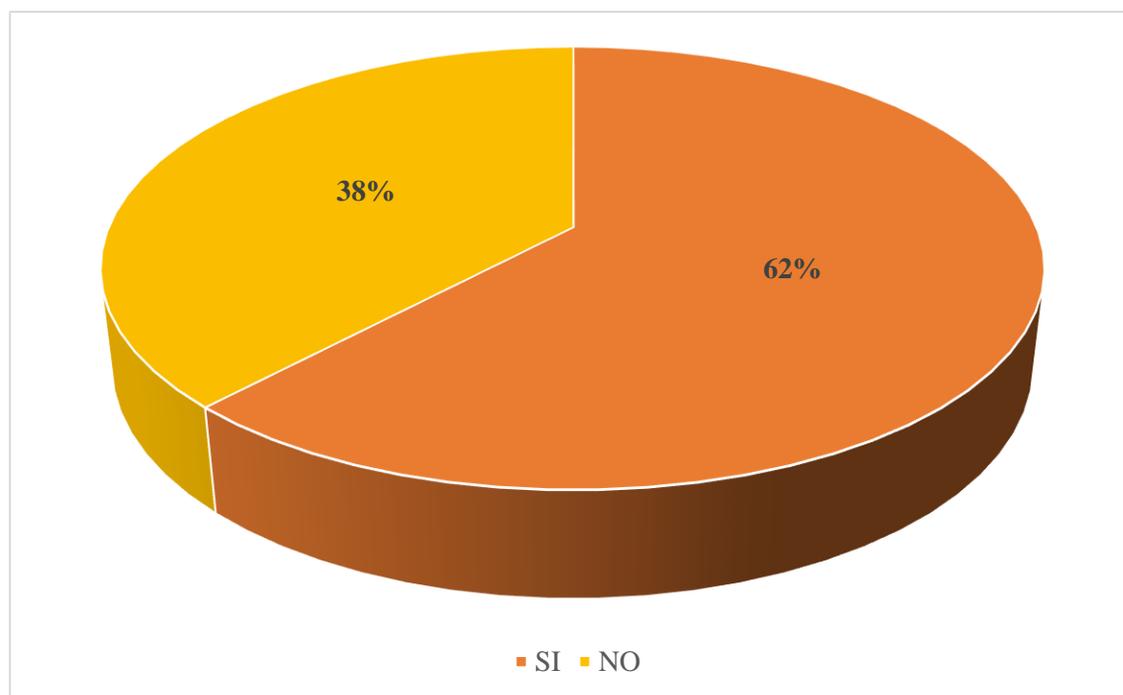


Figura N°16 grafico circular que se representa el personal adecuado

En la tabla 16 y figura N° 16 del total de encuestados en las MYPE rubro boutique de la galería central de Piura, año 2018, se observó que el 62% de los trabajadores si considera que la boutique tiene el personal adecuado para una buena atención y el 38% no.

Tabla 17: ¿En la boutique se cuenta con los recursos necesarios para la atención?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	75%
No	2	25%
Total	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores. 2018.
Elaboración propia.

Figura 17: Recursos necesarios para la atención al cliente

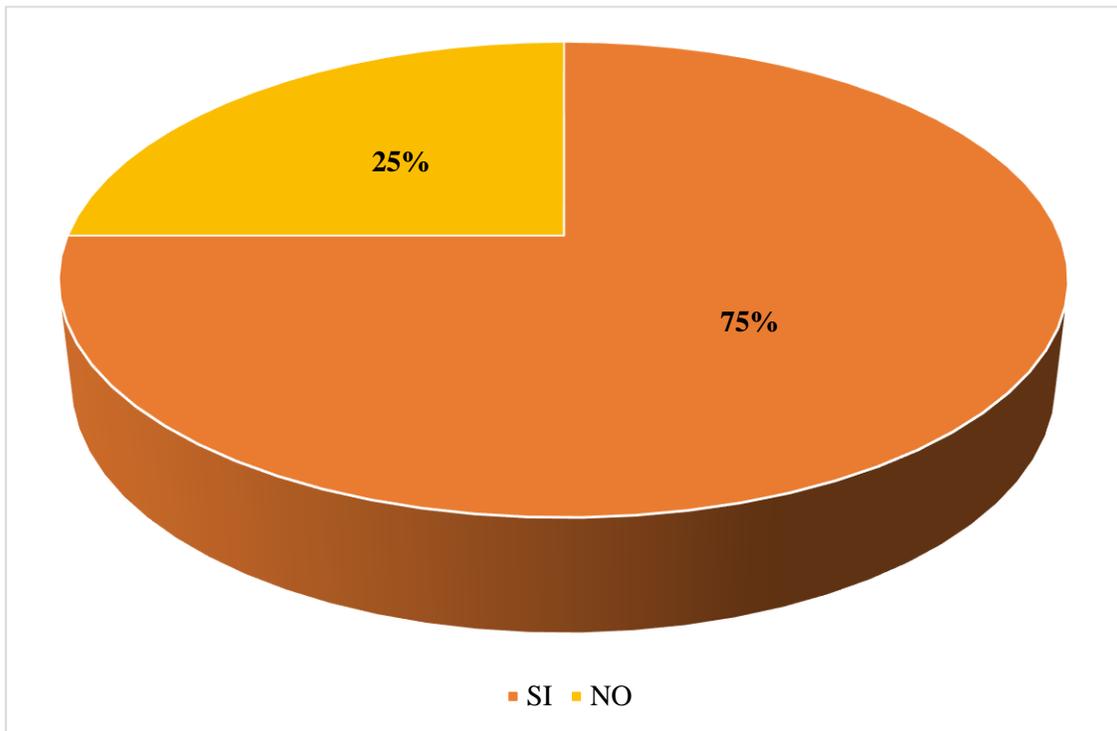


Figura N°17 gráfico circular que se representa recursos necesarios para la atención al cliente

En la tabla 17 y figura N° 17 del total de encuestados en las MYPE rubro boutique de la galería central de Piura, año 2018, se observó que el 75% de los trabajadores si cuenta con los recursos necesarios para la atención al público y el 25% no.

Tabla 18: ¿Considera que su desempeño como trabajador es el adecuado?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	100%
No	0	0%
Total	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores. 2018.
Elaboración propia.

Figura 18: Desempeño del trabajador

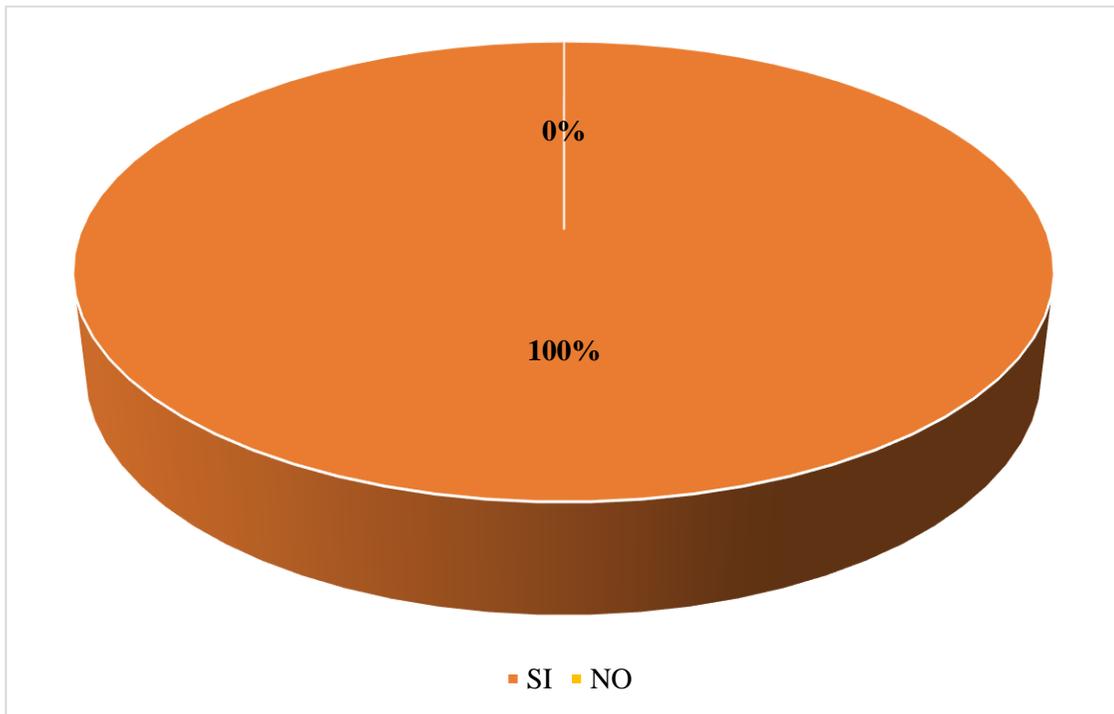


Figura N°18 gráfico circular que se representa el desempeño del trabajador

En la tabla 18 y figura N° 18 del total de encuestados en las MYPE rubro boutique de la galería central de Piura, año 2018, se observó que el 100% de los trabajadores si consideran que su desempeño como trabajador es el adecuado.

Tabla 19: ¿Considera que la boutique cuenta con los recursos tecnológicos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	38%
No	5	62%
Total	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores. 2018.
Elaboración propia.

Figura 19: Recursos tecnológicos

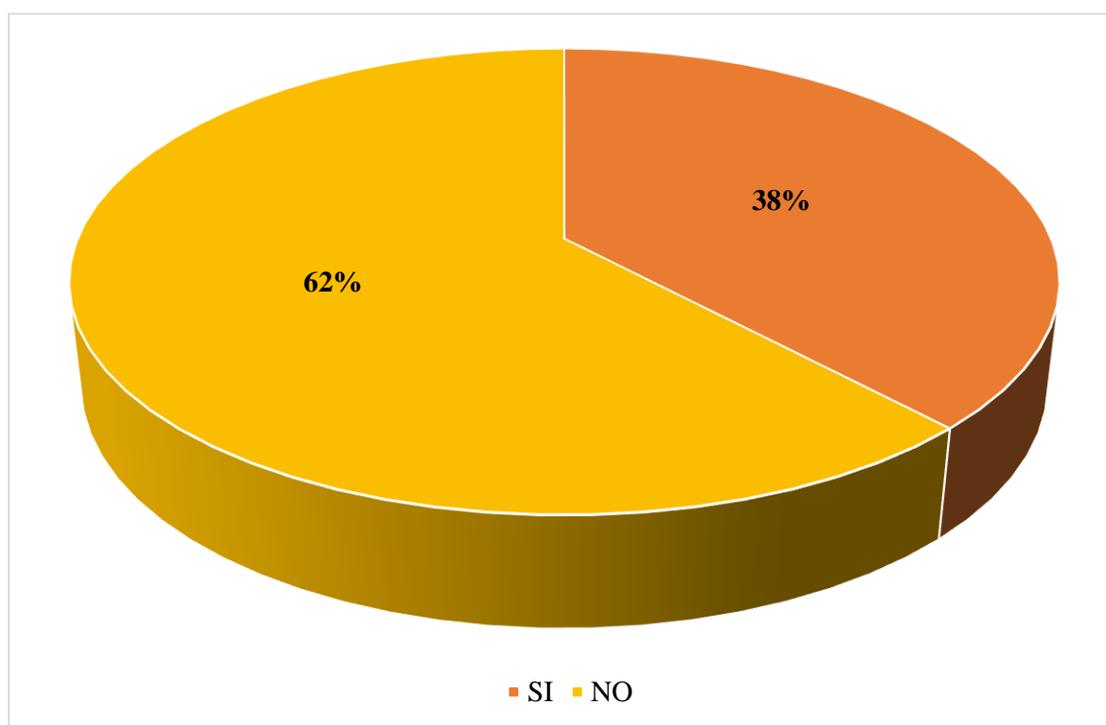


Figura N°19 gráfico circular que se representa los recursos tecnológicos

En la tabla 19 y figura N° 19 del total de encuestados en las MYPE rubro boutique de la galería central de Piura, año 2018, se observó que el 62% de los trabajadores no cuenta con los recursos tecnológicos necesarios y el 38% sí cuenta con los recursos tecnológicos.

Tabla 20: ¿Usted es carismático cuando atiende al cliente?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	88%
No	1	12%
Total	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores. 2018.
Elaboración propia.

Figura 20: Carisma con el cliente

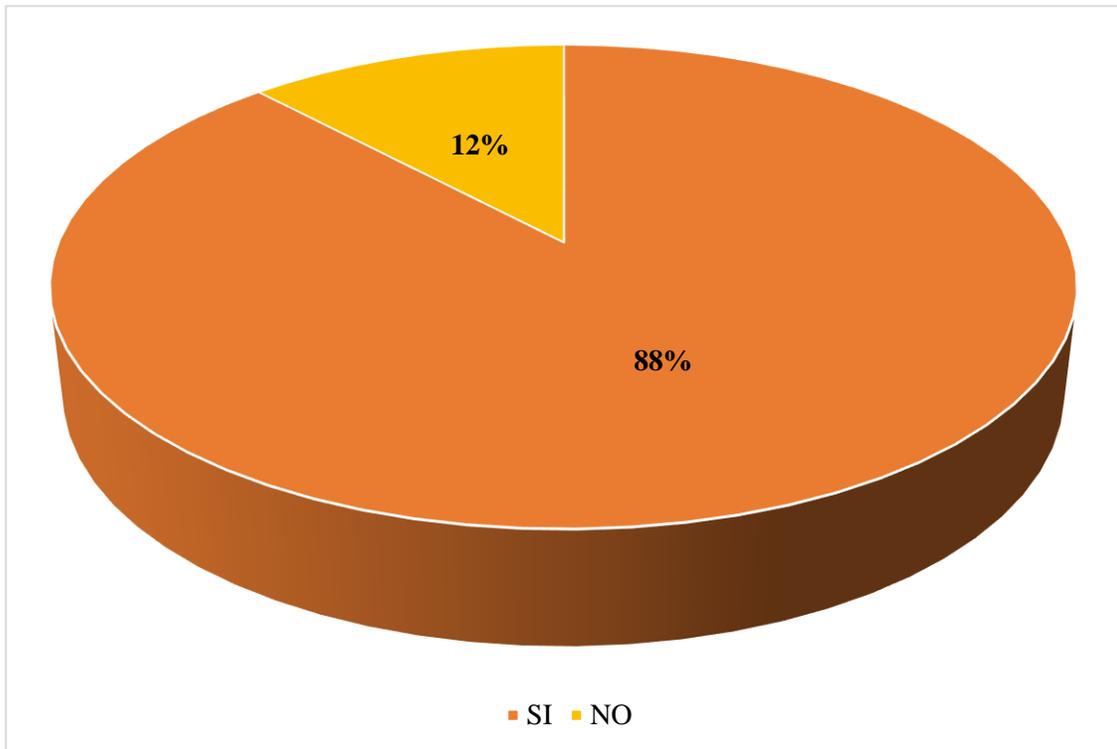


Figura N°20 gráfico circular que se representa el carisma con el cliente

En la tabla 20 y figura N° 20 del total de encuestados en las MYPE rubro boutique de la galería central de Piura, año 2018, se observó que el 88% de los trabajadores si es carismático cuando atiende al cliente y el 12% no es muy carismático.

Tabla 21: ¿Considera que la comunicación asertiva es una habilidad?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	75%
No	2	25%
Total	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores. 2018.

Elaboración propia.

Figura 21: Comunicación Asertiva

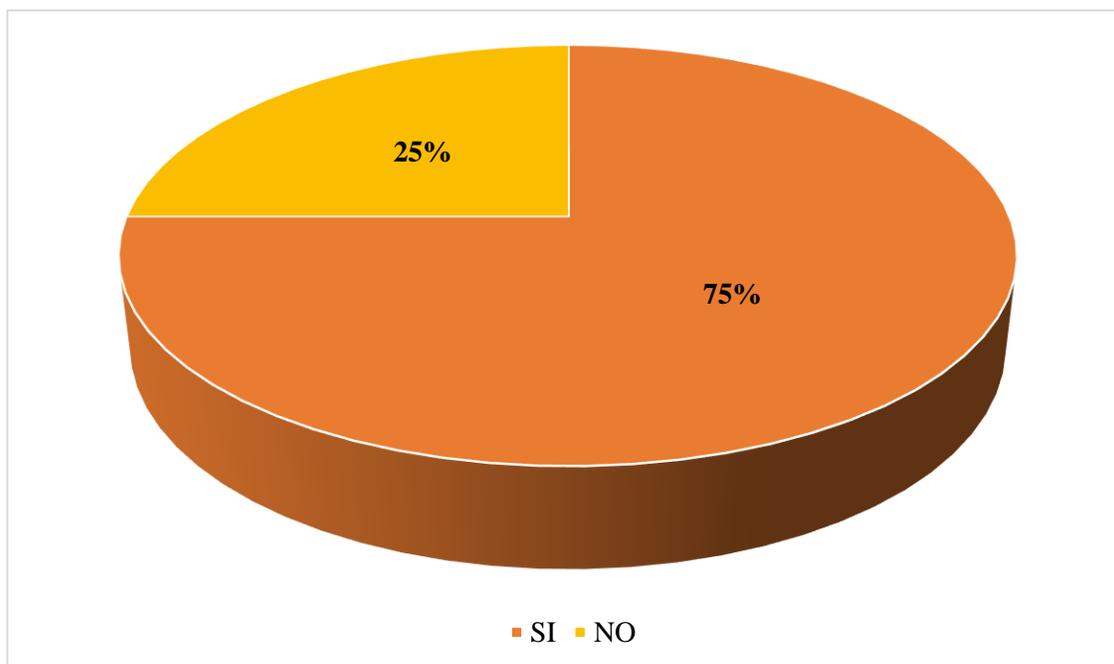


Figura N°21 gráfico circular que se representa la comunicación asertiva

En la tabla 21 y figura N° 21 del total de encuestados en las MYPE rubro boutique de la galería central de Piura, año 2018, se observó que el 75% de los trabajadores si considera que la comunicación asertiva es una habilidad y el 25% no lo considera como habilidad.

Tabla 22: ¿Usted considera que los trabajadores deben estar debidamente capacitados?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	88%
No	1	12%
Total	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores. 2018.

Elaboración propia.

Figura 22: Capacitación

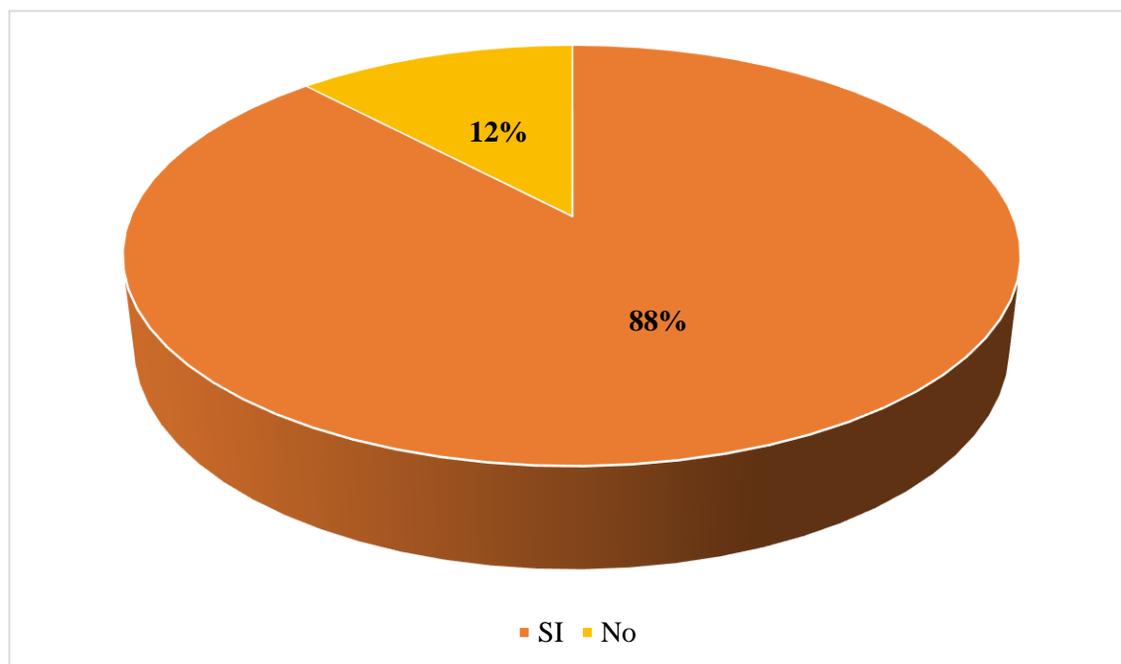


Figura N°22 gráfico circular que se representa la capacitación

En la tabla 22 y figura N° 22 del total de encuestados en las MYPE rubro boutique de la galería central de Piura, año 2018, se observó que el 88% de los trabajadores si consideran que tienen que estar debidamente capacitados, mientras el 12% no lo considera.

Tabla 23: ¿Usted cumple satisfactoriamente con las metas de la organización?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	88%
No	1	12%
Total	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores. 2018.
Elaboración propia.

Figura 23: Cumplimiento de metas

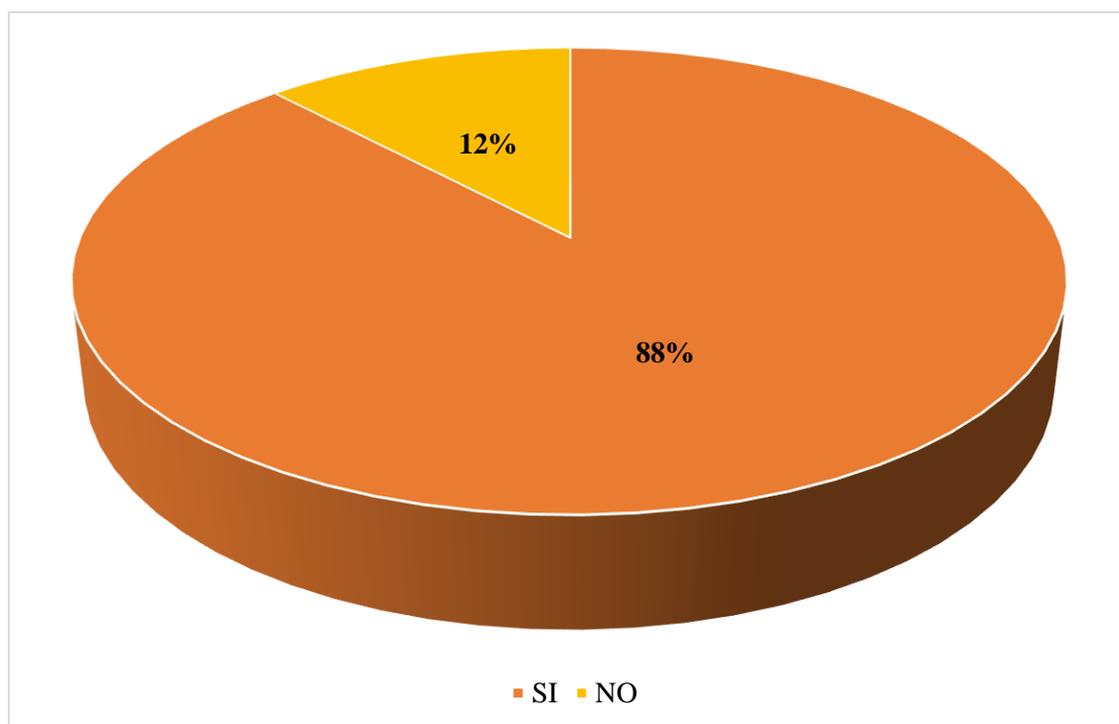


Figura N°23 grafico circular que se representa el cumplimiento de meta

En la tabla 23 y figura N° 23 del total de encuestados en las MYPE rubro boutique de la galería central de Piura, año 2018, se observó que el 88% de los trabajadores si cumplen las metas trazadas en la organización y el 12% no lo logra.

Tabla 24: ¿La organización cuenta con programas de capacitación?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	38%
No	5	62%
Total	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores. 2018.
Elaboración propia.

Figura 24: Programas de capacitación

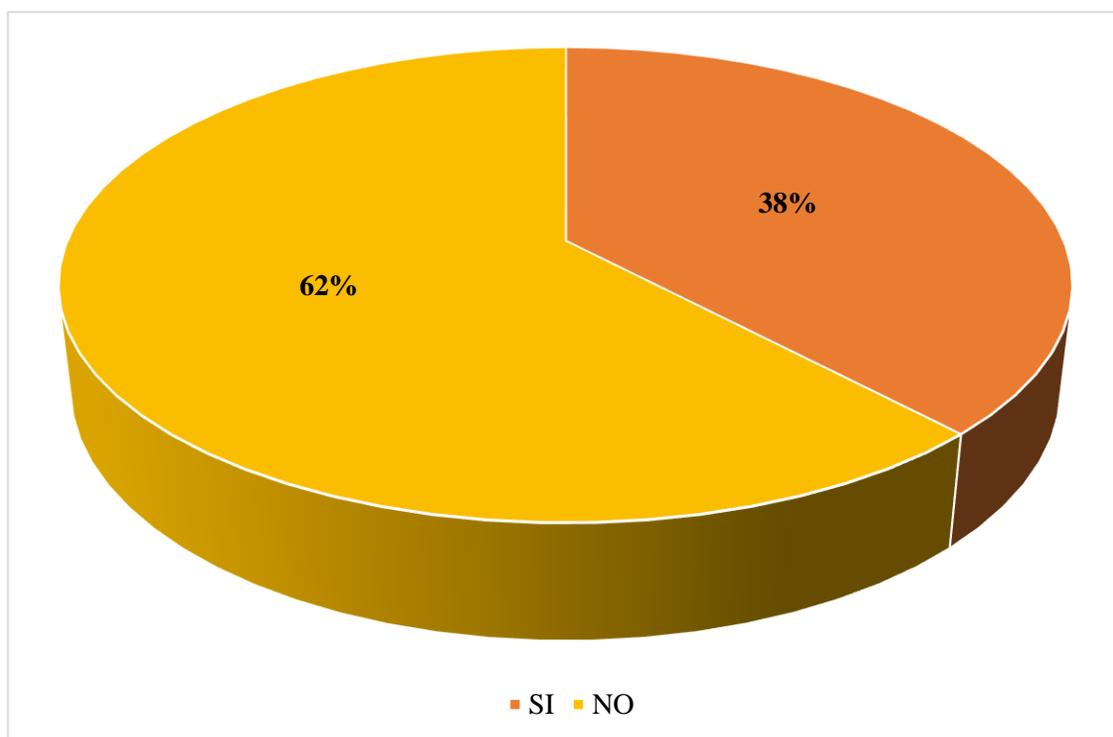


Figura N°24 gráfico circular que se representa los programas de capacitación

En la tabla 24 y figura N° 24 del total de encuestados en las MYPE rubro boutique de la galería central de Piura, año 2018, se observó que el 62% de los encuestados no cuentan con programas de capacitación y el 38% sí.

Tabla 25: ¿Esta dispuesto a capacitarse e incorporar nuevos conocimientos?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	75%
No	2	25%
Total	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores. 2018.
Elaboración propia.

Figura 25: Incorporación de nuevos conocimientos

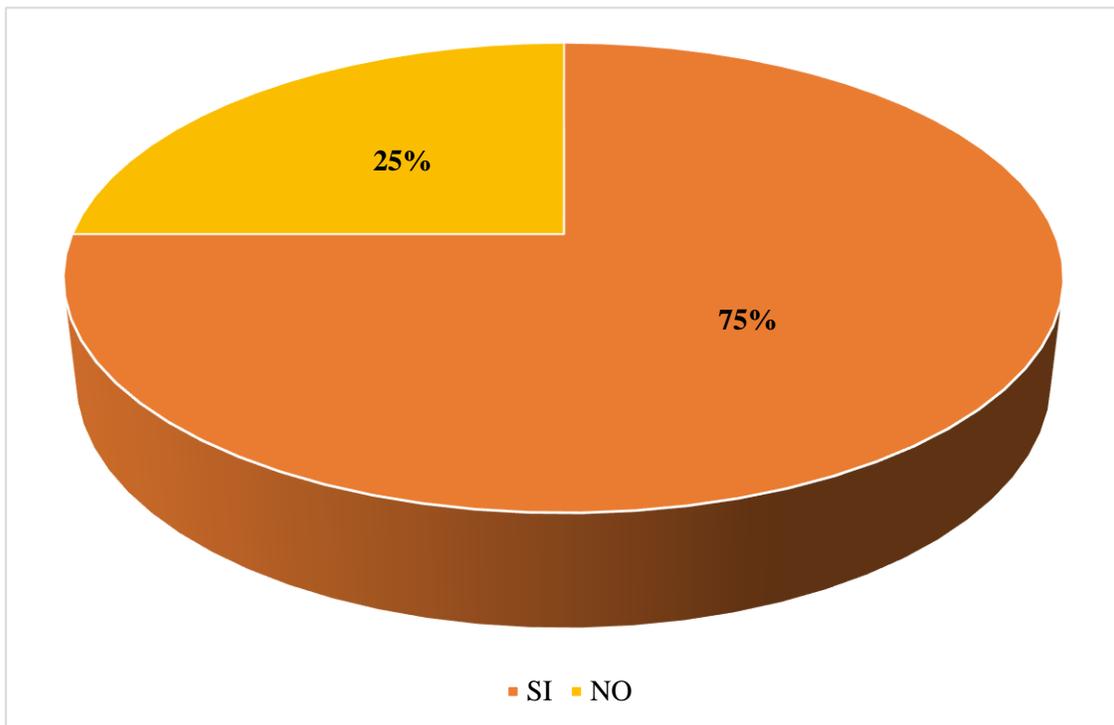


Figura N°25 gráfico circular que se representa la incorporación de nuevos conocimientos

En la tabla 25 y figura N° 25 del total de encuestados en las MYPE rubro boutique de la galería central de Piura, año 2018, se observó que el 75% de los trabajadores si está dispuesto a capacitarse y aprender y el 25% no.

Tabla 26: ¿Ha recibido algún curso de capacitación fuera de la empresa?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	25%
No	6	75%
Total	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores. 2018.
Elaboración propia.

Figura 26: Capacitación externa

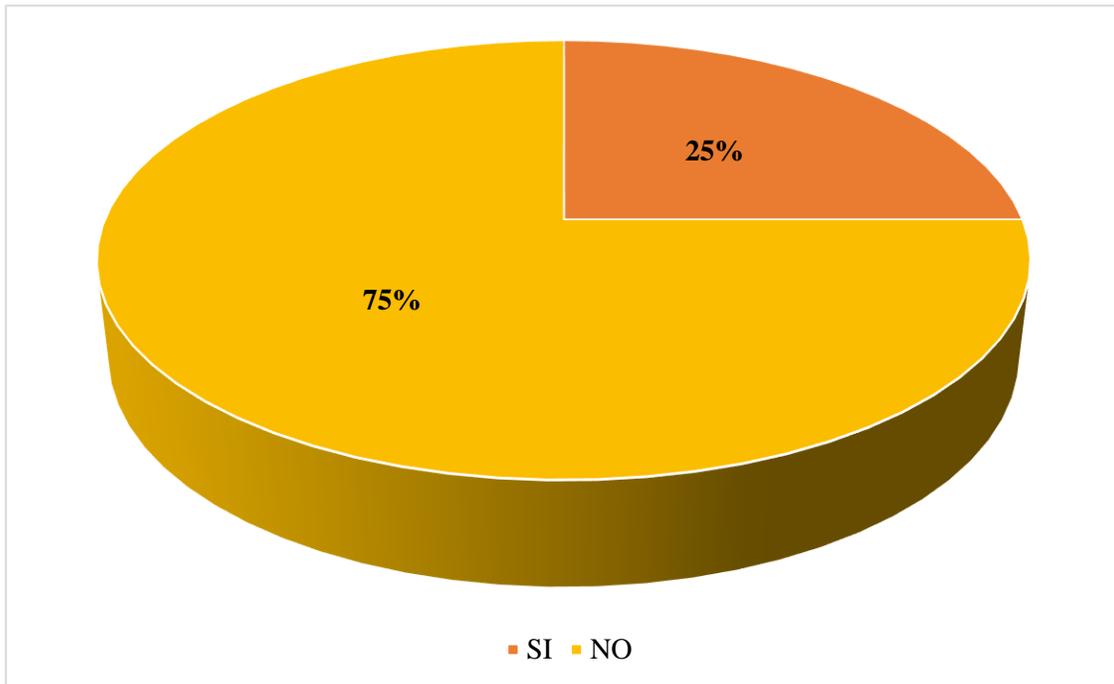


Figura N°26 gráfico circular que se representa la capacitación externa

En la tabla 26 y figura N° 26 del total de encuestados en las MYPE rubro boutique de la galería central de Piura, año 2018, se observó que el 75% de los trabajadores no ha recibido capacitación fuera de la empresa y el 25% si recibió.

Tabla 27: ¿Considera usted que la capacitación mejora la competitividad?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	100%
No	0	0%
Total	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores. 2018.

Elaboración propia.

Figura 27: Competitividad

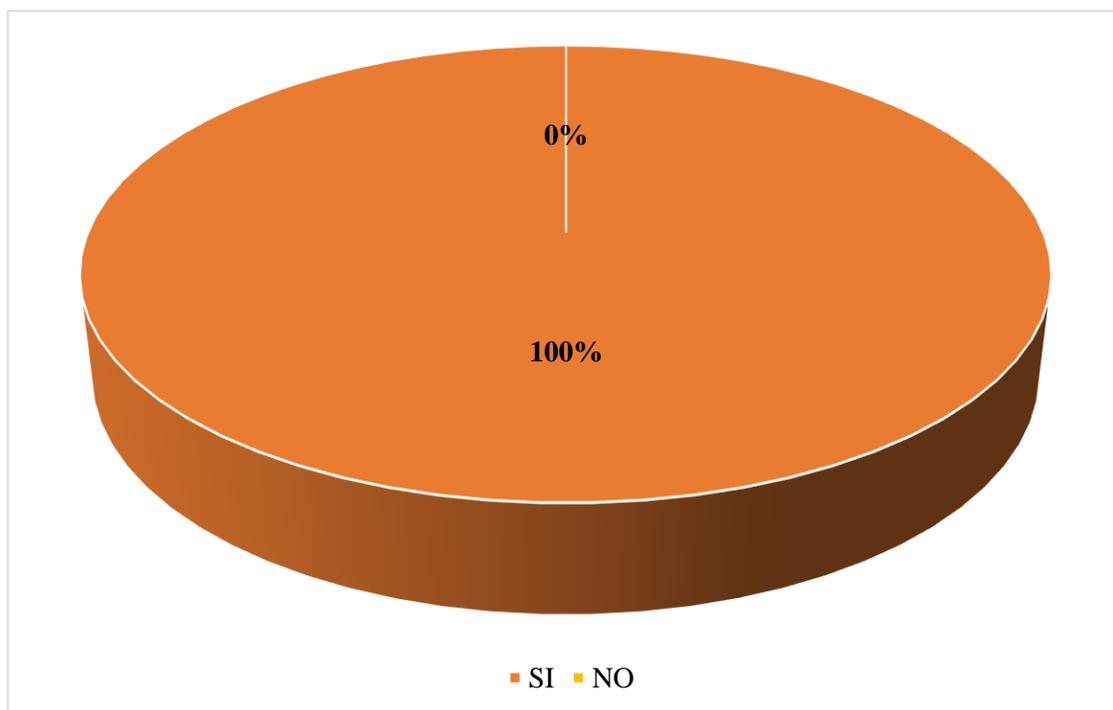


Figura N°27 gráfico circular que se representa la competitividad

En la tabla 27 y figura N° 27 del total de encuestados en las MYPE rubro boutique de la galería central de Piura, año 2018, se observó que el 100% de los encuestados si considera que las capacitaciones mejoran la competitividad en la empresa.

5.2.- Análisis de Resultado

En la tabla 1 denominada precio de productos se observa que el 53% no considera que el precio de los productos sea accesible y el 47% si lo considera accesible. En la tabla 2 los clientes si asocian el precio con la calidad en un 60 % y el 40% no. Este resultado según Alvarado (2017) sugiere que se debe implementar una diversidad de capacidades para el buen desarrollo del negocio, donde se podrá ver la calidad que tiene la ropa a la hora de su venta, acompañada de la ejecución de diferentes estrategias muy determinadas para alcanzar una excelente competitividad en el mercado, así se podrá tener una buena calidad en la ropa para damas que se ha ido brindando y a un buen precio. Por otro lado, Porter (2017) considera que para que exista liderazgo en costos se requiere de un cambio radical de progresión eficiente, realizar una investigación la búsqueda precisa en reducción de costos, un control preciso de gastos ya sea variables o fijos, además de ello disminuir el costo en las diferentes áreas como son: investigación, desarrollo, ventas, marketing. Cabe resaltar que para lograr dichos objetivos los directivos deben prestar atención al control de costos ya que de esta manera mantener los precios bajos sin descuidarse de la calidad o servicio constituye una estrategia.

En la tabla 3 denominada precio el 83% si considera el precio como primera opción para realizar su compra, mientras que el 17% no lo toma en cuenta. según Vargas (2016) en su investigación va de la mano con el resultado porque dio a conocer que las estrategias competitivas ante la vista de los clientes son los precios, y que deben estar ligados a la calidad de los productos y servicios que ofrecen, además de ello también establece que deben tener la facultad de respuesta de atención siendo eficientes para satisfacer las

necesidades de los clientes. Así mismo Porter (2017) menciona que el costo bajo siempre va a aportar buenos resultados a una industria superando a la competencia, esto les genera una gran ventaja frente a los demás competidores, pues al mantener precios accesibles significa continuar adquiriendo rentabilidad, así la competencia se haya posicionado. Esto los protege de los compradores que ejercen presión en la baja de precios y a la misma vez los protege de los proveedores más influyentes para que sean más flexibles y puedan afrontar el incremento de insumos.

Respecto a la tabla 4 con la denominación ropa de marca se percibe que el 53% si compra ropa de marca y el 47% no, lo que según Benites (2016) dice que si existe mayor competitividad en las MYPES, esto significa que están en pleno desarrollo por lo tanto producen productos relacionados con la demanda y de excelente calidad, manteniendo el control sobre los costos fijos y liderazgo universal de costos, siempre innovando y estando a la vanguardia de nuevos segmentos que se encuentran en constante cambio de las tecnologías. Para Porter (2017) asegura que para conseguir utilidades superiores a la competencia una estrategia ventajosa seria la diferenciación porque permite tener clientes fijos y leales a dicha marca, de esta manera se posiciona para encarar a los rivales obteniendo buenos resultados.

Se aprecia en la tabla 5 denominada calidad de prendas que el 92% si cumple las expectativas del cliente mientras que el 35% no lo considera, respecto a la tabla 6 el 51% de los clientes se consideran exigentes a la hora de comprar un producto y el 49% no es tan exigente por lo que Dávila (2017) resalto en su investigación que los emprendedores de la MYPE del distrito de Chiclayo fabrican sus propias prendas al por mayor pero que

tenían dificultad para obtener materia prima de alta calidad y que además de ello compraban al crédito. A la vez Porter (2017) sostiene que los compradores ejercen poder en la reducción de precios siendo cada vez más exigentes en las mejoras de calidad por ende hace que la competencia se vea obligada a ofrecer productos con un valor agregado y a buen precio.

En la tabla 7 denominada promociones en la boutique se observó que el 100% si le gustaría que la boutique realice promociones, según indica Castillo (2016) que el factor primordial es el precio, en seguida viene las promociones, la innovación de productos y la atención al cliente, cabe mencionar que siempre se mantiene alertas por liderar el mercado implantándose en lugares estratégicos manteniendo sus niveles altos de competitividad, de igual manera Porter (2017) afirma que al existir rivales en la competencia de una misma industria hace que se incorpore rebajas en algunos precios, mejoren el artículo o servicio que ofrecen , así como también las campañas de publicidad. Esto genera que los competidores aumenten su potencial y capacidad para seguir compitiendo frente a sus contrincantes.

En la tabla 8 denominada prenda de vestir se observó que el 75% no siempre encuentra la prenda de vestir que busca. En la tabla 8 se observa que el 84% no conoce sobre marcas, para Campos (2016) indica que hay varios factores que no utilizan las boutiques como las que es brindar información adecuada al cliente de acuerdo al producto que está buscando, no hay un asesoramiento de imagen para orientar al comprador y sobre todo no existe una cordialidad de trato en atención al cliente, así mismo Porter (2017) manifiesta que mantener ventajas de calidad o en los costos que no tenga la competencia

será beneficioso para obtener acceso a materias primas más destacadas, de la misma forma acceder a sectores más propicios para así tener más variedad de productos estableciendo las identidades de las marcas más comerciales.

En la tabla 12 denominada ventas por internet el 55% de los encuestados si le gustaría que realicen ventas por internet. En cuanto a la tabla 13 denominada innovación se observa que el 62% si considera la innovación como un factor importante en una organización, lo que según Castillo (2017) está de acuerdo con los resultados mostrados ya que considera a la innovación como un elemento importante en una empresa, en cuanto a competitividad siguiendo el modelo de gestión estratégica van a determinar la dirección a largo plazo llevando un proceso riguroso que los llevara a un buen posicionamiento estratégico y rentable, pero para Porter (2017) sostiene que para que exista innovación sin perjudicar a la empresa, se debe alcanzar el liderazgo en costos lo cual le permitirá llevar una ventaja mayor para que así puedan diseñar productos de fácil manufactura e implementar estrategias de bajos costos de tal manera pueda invertir en equipos modernos de mayor rendimiento y la vez anticiparse ante la competencia.

En la tabla 14 denominada formas de pago el 86% si considera que el uso de varias formas de pago si forma parte de la innovación, lo que según López (2017) dio a conocer que se ha ido determinando el buen nivel competitivo de un rubro muy importante donde se debe de agregar los factores externos a causa de las diversas fuerzas competitivas, teniendo en cuenta que se basan en la estructuración y recursos que por supuesto, las características competencias que se han ido estableciendo nos brindan los resultados primordiales en su respectivo diagnostico dentro de la que se ha va ir

determinando el sector. Por otro lado, los factores externos están conectados de acuerdo al tipo o la pauta de estructuración que tiene la empresa, así mismo Porter (2017) expresa que, al obtener precios bajos, las empresas van a disfrutar de mejor tecnología más eficiente exigiendo mejores condiciones a sus proveedores.

Con respecto a la tabla 15 denominada diferenciación se observó que el 54% considera que las boutiques de la galería central de Piura, sus prendas de vestir si se diferencian de lo demás centro comerciales, para Ibarra, González, & Demuner (2017) señala que solamente, unas de las empresas u organizaciones nos muestran que tienen los procesos altos en competitividad, donde se muestra las diversas existencias de enormes áreas de oportunidad por corregir este sector tan explicativo para la economía del país, caso contrario a lo que dice Porter (2017) en cuanto a la tercera estrategia diferenciación no siempre es fácil obtener mayor participación en una industria. La diferenciación a veces significa un declive en el liderazgo en costos, ya que las actividades para diseñar un producto serán mucho más costosas al agregar calidad a un producto, además de ello dar a conocer que no todos los consumidores están dispuestos a pagar precios altos.

En la tabla 16 denominada recursos necesarios para la atención se observó que el 62% de los colaboradores considera que si cuentan con los recursos necesarios para una buena atención. En la tabla 17 el 75% si cuenta con los recursos necesarios y el 25% no, lo cual no concuerda con los resultados del autor Luna (2018) ya que concluye que la empresa no ha podido implementar el sistema o procedimiento de contrataciones, por lo que aún sigue con el método de antes que es todo relacionado a lo manual, por otro lado, no han destinado efectivo para poder invertir y mejorar todo lo que es talento humano en

la actualidad. Chiavenato (2017) asegura que, si las organizaciones invirtieran en capital humano mediante capacitaciones y aplicando las estrategias mencionadas brindándoles los recursos necesarios para un buen desempeño, esto facilitaría a que se cumplan las metas y sobrepasen los objetivos trazados mejorando la rentabilidad de la empresa.

En la tabla 18 denominada desempeño del trabajador se observó que el 100% si desempeña de forma adecuada su labor, pero en la tabla 19 el 62% de los trabajadores no cuenta con los recursos tecnológicos necesarios, para ello Ganoza (2016) manifiesta que el personal no tiene la capacidad para desarrollar sus diferentes labores, por el contrario, no se cuenta con equipos modernos y pocas veces se invierte, además en los últimos años, se ha tenido un aumento de capital, pero no se suministra adecuadamente las utilidades. Del mismo modo, Chiavenato (2017) propone que es importante medir el desempeño del colaborador ya que de esta manera se va a poder determinar que trabajadores realizan de forma adecuada sus labores y quien no, pero a la misma vez se podrá identificar en qué áreas existe mayor necesidad de atención y donde se requiere mayor capacitación.

En la tabla 20 el 88% de los encuestados tiene un buen carisma para atender. En la tabla 21 denominada comunicación asertiva se observó que el 75 % si considera la comunicación asertiva como una habilidad, lo que para el autor Ramos (2017) da a conocer como las estrategias planteadas en la investigación que son la creación de la marca al empleador para todas las empresas mineras, esta estrategia acierta a 5 importantes elementos como lo son el proceso de selección, inducción, diseño de plan de carrera, programa mentoring y sobre todo el programa de reconocimiento, lo más importante es retener el talento humano calificado y competentes. De tal manera, Chiavenato (2017)

Asevera que aplicar técnicas de capacitación que han sido planteadas para el cambio de actitudes o aumento de habilidades interpersonales, son esenciales para influir en el cambio de conductas más que solo transmitir conocimiento, esto ayuda a mejorar las relaciones humanas y se maneje un mejor ambiente laboral en la organización.

En la tabla 22 denominada capacitación de trabajadores se observó que el 88% si considera que el trabajador debe estar debidamente capacitados, mientras que el 12% no lo considera necesario, lo que según Añezco (2016) está de acuerdo y pone énfasis en la capacitación ya que es importante para lograr que el personal ejecuta sus actividades de forma segura y así lograr mayor productividad, además considera que un trabajador que perfeccione sus habilidades y esté preparado para cualquier problema que se pueda presentar en el ámbito laboral. Estas técnicas mayormente se utilizan para la correcta aplicación de la capacitación como son los seminarios y el Juego de Roles con un porcentaje mayor a comparación de las otras técnicas que han sido consideradas que son la técnica simulación y conferencia que cuenta con porcentajes menores. Por consiguiente, Chiavenato (2017) propone que los altos directivos de una entidad siempre deben estar atentos ante las necesidades de capacitación, ver cuáles son las áreas o puntos donde hay falencias para así reunir toda la información necesaria y poner toda la atención ya que si se deja de lado ese aspecto puede provocar problemas en la organización por tanto es indispensable siempre mantener capacitado al trabajador.

En la tabla 23 denominada cumplimiento de metas se observó que el 88% si cumple con las metas de la organización. En la tabla 24 el 62% no cuenta con programas de capacitación lo que según Astorga & Medina (2017) sugiere que las prácticas de gestión

de talento humano es un éxito rotundo porque ha influido a todos en los diferentes factores como el compromiso de los colaboradores, ha mejorado el clima laboral, la vida personal, que hacen que se conviertan en trabajadores más competentes y eficaces en las empresas constructoras de la ciudad de Lima, del mismo modo Chiavenato (2017) en su investigación nos da a conocer diferentes técnicas de capacitación, dentro de ellas están las mixtas que se encargan de transmitir aprendizaje y conocimientos mediante diversas técnicas, así como también se manifiesta un cambio de actitudes dentro de la organización para lograr conseguir las metas propuestas.

En la tabla 25 se observó que el 75% de los trabajadores está dispuesto a capacitarse, así mismo en la tabla 26 denominada capacitación externa el 75% no ha recibido capacitación fuera de la empresa. En la tabla 27 se observó que el 100% si considera que la capacitación mejora la competitividad en una empresa, lo cual autor Navarrete (2017) contrasta que los datos que se obtuvieron se dio a conocer que la organización no brinda el mayor interés a los diferentes factores que proceden como empleados complementarios en la calidad del desempeño, por otro lado implementar el plan estratégico, ha dado un porcentaje alto que es un 86% donde indica que es una oportunidad muy importante para perfeccionar el desempeño laboral, por eso los resultados que se han ido obteniendo en cada paso, se ha ido aceptando el diseño de plan de estratégico para ver las necesidades detectadas en la actualidad, para así poder ver las diferentes maneras de ayudar a que los trabajadores sean más eficaces. Para Chiavenato (2017) mantener una buena competitividad es necesario mantener al personal ata mente capacitados si queremos seguir o mantener un buen posicionamiento en el mercado para

ello induce que la reorganización del trabajo es bueno siempre y cuando los procesos que existen en lo laboral tengan modificaciones.

VI. CONCLUSIONES

Se identificó que las fuerzas competitivas que más encaran las MYPES rubro boutique son: influencia de compradores, amenaza de sustitutos y rivalidad entre competidores, hacen frente para que logren una mayor acogida y reconocimiento del público en general, utilizando diversas estrategias que permitan el crecimiento de las boutiques y lleguen a ser competitivas.

Se determinó que las estrategias competitivas que las MYPES investigadas emplean, es la diferenciación, en cuanto a la estrategia de liderazgo en costos y enfoque aún les falta implementarlas. Las tres estrategias mencionadas ayudan a reducir el costo y ofrecer productos de calidad, así como diferenciarse de los competidores y dirigirse solo a un grupo de compradores.

Se identificó que las necesidades de capacitación que utilizan las boutiques es evaluación de desempeño, observación y reorganización de trabajo, cuentan con los recursos necesarios para atender a los clientes y puedan desempeñar sus funciones con eficiencia esto ayuda a que el colaborador cumpla satisfactoriamente con las metas de la organización, pero siempre es importante detectar nuevas necesidades de capacitación, por ello se recomienda implementar en recursos tecnológicos.

Se determinó que las boutiques si aplican las técnicas de capacitación en cuanto a su utilización e integración, las técnicas de capacitación en cuanto al lugar de aplicación no la emplean ya que no cuentan con programas de capacitación. En la actualidad las empresas requieren personal más capacitado y que sepan dar soluciones en cualquier situación que se presente.

Teniendo en cuenta el objetivo general se identificó las características que tiene la competitividad y el talento humano en las MYPE rubro boutique, donde es necesario establecer estrategias conjunto con la combinación de las 5 fuerzas competitivas para que así se defina la estructura y moldee la interacción competitiva dentro de ella, cabe resaltar que el talento humano es fundamental y si el personal se encuentra debidamente capacitado genera un valor agregado a dichas boutiques.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alvarado, J. O. (2017). *Caracterización de la Competitividad y Gestion de Calidad de las MYPES del sector comercio rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de tumbes*, 2017. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3446/COMPETITIVIDAD_CALIDAD_ALVARADO_JARAMILLO_OLINDA_KARYME.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Andina. (6 de Agosto de 218). *Mypes: 68.8% de la mano de obra emplean corresponde a familiares*. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-mypes-688-de-mano-obra-emplean-corresponde-a-familiares-720103.aspx>
- Barañano, I. (29 de DICIEMBRE de 2015). *La obsolescencia tecnológica va unida al crecimiento económico*. Obtenido de <http://www.agenciasinc.es/Noticias/La-obsolescencia-tecnologica-va-unida-al-crecimiento-economico>
- Benites, G. C. (2015). *Caracterización De La Rentabilidad Y Competitividad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Rubro De Ferreterías De La Av.Grau Sector Oeste - Piura*. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/956/COMPETITIVIDAD_RENTABILIDAD_BENITES_GUEVARA_CARLOS_EDUARDO.pdf?sequence=1

- Chiavenato, I. (2017). *Administración de Recursos Humanos*. Obtenido de https://www.academia.edu/29724210/Chiavenato._Administracion_de_Recursos_Humanos_subrayado
- Chica, R. E. (2017). *El capital humano y su incidencia en la competitividad de las pymes del sector manufacturero de la ciudad de Cuenca-Ecuador*. Obtenido de https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/6650/Pesantez_chr.pdf?sequence=1
- Diario Correo. (16 de Abril de 2016). *Pymes tienen doble crecimiento con uso de la tecnología*. Obtenido de <https://diariocorreo.pe/edicion/arequipa/pymes-tienen-doble-crecimiento-con-uso-de-la-tecnologia-666802/>
- Diario el Peruano. (22 de Junio de 2018). *Pymes emplean 75% de la PEA y destacan en emprendimientos*. Obtenido de <https://elperuano.pe/noticia-pymes-emplean-75-de-pea-y-destacan-emprendimientos-67499.aspx>
- Diario el Tiempo. (4 de mayo de 2017). “Piura tiene la inflación más alta del país, variación de 4 primeros meses es de 5,11%”. Obtenido de <http://eltiempo.pe/piura-la-inflacion-mas-alta-del-pais-variacion-4-primeros-meses-511/>
- Diario Gestión. (15 de Febrero de 2016). *Menos del 2% de empresas peruanas tienen políticas de responsabilidad ambiental*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/empresas/2-empresas-peruanas-politicas-responsabilidad-ambiental-111732>

Diario Gestión. (28 de abril de 2017). Viernes, 28 de abril del 2017 MERCADOS13:45

La cartera crediticia de las mypes en la zona norte es de S/ 6,000 millones, de los cuales un tercio (S/ 2,000 millones) fue afectado. Foto: Andina. 18 inCompartir 0

Las tasas de interés de los créditos en soles. Obtenido de <https://gestion.pe/mercados/tasas-interes-mypes-zonas-afectadas-se-reduciran-hasta-8-2188535>

Diario Gestión. (31 de Julio de 2018). *Comex: El 65.7% de trabajadores de mypes no*

reciben una remuneración formal. Obtenido de

<https://gestion.pe/economia/comex-65-7-trabajadores-mypes-reciben-remuneracion-formal-240138>

Diario La República. (22 de Septiembre de 2017). *Las mypes tasque usan tecnología*

pueden llegar a duplicar sus ventas. Obtenido de

<https://larepublica.pe/economia/1101432-las-mypes-que-usan-tecnologia-pueden-llegar-a-duplicar-sus-ventas>

Diario Perú21. (31 de enero de 2019). *Produce: informalidad en mypes cayó en 10%*

durante los últimos cinco años. Obtenido de [https://peru21.pe/economia/produce-](https://peru21.pe/economia/produce-informalidad-mypes-cayo-10-ultimos-cinco-anos-nndc-456969)

[informalidad-mypes-cayo-10-ultimos-cinco-anos-nndc-456969](https://peru21.pe/economia/produce-informalidad-mypes-cayo-10-ultimos-cinco-anos-nndc-456969)

Diario La República. (19 de Mayo de 2015). *Las pymes y la economía peruana.* Obtenido

de <https://larepublica.pe/economia/189727-las-pymes-y-la-economia-peruana>

- El Comercio. (15 de 09 de 2017). BCR mantiene proyección de crecimiento del PBI para este año y el 2018. Obtenido de <http://elcomercio.pe/economia/peru/bcr-mantiene-proyeccion-crecimiento-pbi-ano-aumenta-2018-noticia-458360>
- El Comercio. (21 de septiembre de 2017). El 60% de las Mypes que utiliza el medio digital factura casi el doble. Obtenido de <http://elcomercio.pe/economia/peru/produce-60-mype-utiliza-medio-digital-factura-doble-noticia-459915>
- El Financiero. (12 de Febrero de 2018). *Tres Pymes demuestran cómo ser ambientalmente responsables*. Obtenido de <https://www.elfinancierocr.com/pymes/gerencia/tres-pymes-demuestran-como-ser-ambientalmente/5RK3BWZM7NBANHNXROTVF4ZRHQ/story/>
- El Peruano. (16 de mayo de 2018). *Gobierno ratifica apoyo a las mypes* . Obtenido de <https://elperuano.pe/noticia-gobierno-ratifica-apoyo-a-mypes-66377.aspx>
- El Tiempo. (4 de mayo de 2017). “Piura tiene la inflación más alta del país, variación de 4 primeros meses es de 5,11%”. Obtenido de <http://eltiempo.pe/piura-la-inflacion-mas-alta-del-pais-variacion-4-primeros-meses-511/>
- García, f. (21 de mayo de 2014). *Mypes informales rebasan el 96% en Piura, según señala Cofide*. Obtenido de <http://larepublica.pe/archivo/793867-mypes-informales-rebasan-el-96-en-piura-segun-senala-cofide>
- Gestión . (19 de Octubre de 2016). *Una de cada cinco mypes textiles se volvería importadora*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/cinco-mypes-textiles-volveria-importadora-118363>

Gestion. (2 de ABRIL de 2014). Mypes podrían reducir sus costos si usaran más tecnologías de información y comunicación. Obtenido de <https://gestion.pe/mercados/mypes-podrian-reducir-sus-costos-si-usaran-mas-tecnologias-informacion-y-comunicacion-2093444>

Gestion. (20 de agosto de 2015). Obtenido de <https://gestion.pe/economia/produce-brindara-asistencia-tecnica-desarrollo-industrial-piura-2140519>

Gobierno Regional Piura. (octubre de 2016). *análisis prospectivo regional*. Obtenido de <http://www.regionpiura.gob.pe/documentos/prospectivapiura2015-2030.pdf>

Hernandez Sampieri , R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Obtenido de https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf

Hernandez, S. R. (2018). *Metodología de la Investigación* . Obtenido de <https://biblioteca.ufm.edu/library/index.php?title=1081937&lang=es>

Ibarra, Gonzales & Demuner. (2017). *Competitividad Empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de baja california*. Obtenido de <http://ref.uabc.mx/ojs/index.php/ref/article/view/572>

INEI . (29 de Agosto de 2018). *En el país existen 2 millones 379 mil 445 de empresas activas en el segundo trimestre de 2018*. Obtenido de

<https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/en-el-pais-existen-2-millones-379-mil-445-de-empresas-activas-en-el-segundo-trimestre-de-2018-10924/>

INEI. (febrero de 2014). *Resultados de la Encuesta de micro y pequeñas empresas 2013*.

Obtenido de

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1139/libro.pdf

INEI. (2018). *Perú: Indicadores de empleo e ingreso por departamento*. Obtenido de

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1537/libro.pdf

LEY N° 30056. (2015). Ley de Promoción y Formalización de las micro y pequeña empresa. Obtenido de

https://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/ML_GRAL_INVERSION_LEY_30056/Ley%20N%2030056.pdf

Lopez, L. I. (2017). *Competitividad de un sector caso de estudio sector ferretero de la ciudad de manizales*. Obtenido de

<https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/958/316>

Luna, O. I. (2018). *Diseño de Estrategias para la Gestion de Talento Humano Aplicado a la Empresa LIMPIGEN S.A.* Obtenido de

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/28015/1/TESIS%20LUNA%20INGRID%20%283%29.pdf>

Minedu. (2017). *Plan Nacional Estratégico De Ciencia, Tecnología E Innovación Para La Competitividad Y El Desarrollo Humano Pncti 2006-2021*. Obtenido de <http://www.minedu.gob.pe/normatividad/reglamentos/PlanNacionalCTI-CDH2006-2021.php>

Navarrete, A. F. (2017). *Modelo de gestión administrativa del talento humano y su incidencia en el desempeño organizacional de la empresa ARTHROSCARE S.A.* Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20174/1/TESIS%20ArthrosCare%2012%2001%202017.pdf>

Núñez, J. C. (2019). *El talento humano como eje fundamental del desarrollo organizacional en las empresas.* Obtenido de https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/13326/1/2019_talento_humano_empresas.pdf

Porter, M. E. (2017). *En S. Competitivo.* Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=8wE2DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=ser+competitivo+2017&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjm3vuBkr3iAhUNP6wKHQclDtwQ6AEIKDAA#v=onepage&q&f=false>

Producción Nacional. (marzo de 2017). *Producción Nacional.* Obtenido de http://m.inei.gob.pe/media/principales_indicadores/03-informe-tecnico-n03_produccion-nacional-ene2017.pdf

Produce. (21 de Febrero de 2017). *PRODUCE: PYMES es que apuesten por la industria verde pueden elevar su productividad hasta en 30%*. Obtenido de <https://www.produce.gob.pe/index.php/k2/noticias/item/221-produce-pymes-que-apuesten-por-la-industria-verde-pueden-elevar-su-productividad-hasta-en-30>

Regalado, Y. K. (DICIEMBRE de 2016). *Evaluación del desarrollo e innovación tecnológica de la región Piura en el sector productivo*. Obtenido de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1223/ING_451.pdf?sequence=1

RPP Noticias. (27 de julio de 2016). *Piura: 32 % laboran en una micro y pequeña empresa*. Obtenido de <http://rpp.pe/peru/piura/piura-32-laboran-en-una-micro-y-pequena-empresa-noticia-982739>

Vargas, C. E. (2016). *Caracterización De Competitividad Y Rentabilidad De Las Mype Rubro Autoboutique De La Provincia De Talara*. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1041/COMPETITIVIDAD_RENTABILIDAD_VARGAS_CARRERA_ERICK_PAUL.pdf?sequence=1

ANEXOS



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS**

Estimado cliente, la presente encuesta, tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominada **“Caracterización De La Competitividad Y El Talento Humano En Las MYPE Rubro Boutique De Ropa Para Damas En La Galería Central Piura, Año 2018”**.

La información que usted proporcionará será utilizada con fines académicos y de investigación, se agradece su valioso tiempo y apoyo brindando.

Encuestad@:

Edad:

ENCUESTA APLICADA A LA VARIABLE COMPETITIVIDAD	SI	NO
1. ¿Considera el precio de los productos accesible en la galería que usted frecuenta?		
2. Si a elegido el precio, ¿Asocia el precio con la calidad?		
3. ¿Usted considera el precio como primera opción para realizar su compra?		
4. ¿Compra usted ropa de marca?		
5. ¿La calidad de prendas que usted adquiere cumple sus expectativas?		
6. ¿Usted se considera un cliente exigente a la hora de elegir un producto?		

7. ¿Le gustaría que la boutique realice promociones?		
8. ¿Encuentra siempre la prenda de vestir que usted busca?		
9. ¿Conoce el nombre de marcas que le ofrecen?		
10. ¿Está de acuerdo con las promociones que brinda la boutique?		
11. ¿Usted se entera sobre promociones u ofertas que ofrece la galería por algún medio de comunicación?		
12. ¿Le gustaría que se realice ventas por internet?		
13. ¿Considera la innovación como factor importante en una organización?		
14. ¿Considera usted el uso de varias formas de pago como innovación?		
15. ¿Usted piensa que las prendas que se ofrecen se diferencian de los demás centros comerciales?		



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS**

Estimado colaborador, la presente encuesta, tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominada **“Caracterización De La Competitividad Y El Talento Humano En Las MYPE Rubro Boutique De Ropa Para Damas En La Galería Central Piura, Año 2018”**. La información que usted proporcionará será utilizada con fines académicos y de investigación, se agradece su valioso tiempo y apoyo brindado.

Encuestad@:

Edad:

ENCUESTA APLICADA A LA VARIABLE TALENTO HUMANO	SI	NO
1. ¿Considera que la boutique cuenta con el personal necesario para la atención?		
2. ¿En la boutique se cuenta con los recursos necesarios para la atención?		
3. ¿Considera que su desempeño como trabajador es el adecuado?		
4. ¿Considera que la boutique cuenta con los recursos tecnológicos?		
5. ¿Usted es carismático cuando atiende al cliente?		
6. ¿Considera que la comunicación asertiva es una habilidad?		
7. ¿Usted considera que los trabajadores deben estar debidamente capacitados?		
8. ¿Usted cumple satisfactoriamente con las metas de la organización?		
9. ¿La organización cuenta con programas de capacitación?		
10. ¿Está dispuesto a capacitarse e incorporar nuevos conocimientos?		
11. ¿Ha recibido algún curso de capacitación fuera de la empresa?		
12. ¿Considera usted que la capacitación mejora la competitividad en la empresa?		

LIBRO DE CODIGOS C

Cuestionario	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C14	C15
Pregunta															
1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2
2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1
3	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2
4	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1
5	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2
6	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2
7	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1
8	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2
9	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2
10	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	1
11	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2
12	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1
13	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2
14	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1
15	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2
16	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2
17	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1
18	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2
19	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1
20	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2
21	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1
22	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2
23	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1
24	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2
25	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1
26	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2
27	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1
28	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2
29	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1
30	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	1
31	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
32	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2
33	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2
34	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1
35	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2
36	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1
37	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1
38	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1

39	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2
40	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1
41	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2
42	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2
43	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2
44	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1
45	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2
46	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2
47	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1
48	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2
49	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2
50	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1
51	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2
52	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1
53	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1
54	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2
55	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1
56	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1
57	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1
58	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2
59	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2
60	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1
61	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2
62	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1
63	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2
64	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1
65	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2
66	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1
67	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2
68	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2
69	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1
70	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	1	1	2
71	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1
72	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1
73	2	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1
74	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1
75	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2
76	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1
77	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2
78	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2
79	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1
80	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2
81	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1

82	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2
83	2	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2
84	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2
85	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1
86	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1
87	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2
88	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2
89	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1
90	1	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2
91	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2
92	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1
93	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1
94	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2
95	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1
96	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1
97	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2
98	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1
99	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
100	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2
101	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1
102	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2
103	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2
104	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1
105	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1
106	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2
107	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2
108	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1	1
109	2	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1
110	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	2
111	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1
112	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1
113	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2
114	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1
115	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2
116	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2
117	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1
118	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2
119	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1
120	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2
121	2	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2
122	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1
123	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2
124	2	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	2

125	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2
126	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2
127	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1
128	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	2
129	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1
130	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2
131	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2
132	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2
133	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1
134	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2
135	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2
136	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1
137	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2
138	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2
139	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1
140	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	1	2
141	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1
142	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2
143	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2
144	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1
145	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1
146	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2
147	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1
148	2	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2
149	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2
150	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1
151	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2
152	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2
153	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1
154	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2
155	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
156	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1
157	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2
158	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1
159	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2
160	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1
161	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1
162	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1
163	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
164	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2
165	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2
166	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1
167	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2

168	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1
169	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1
170	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2
171	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1
172	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2
173	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1
174	2	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1
175	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2
176	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2
177	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1
178	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2
179	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2
180	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1
181	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1
182	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1
183	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1
184	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2
185	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1
186	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2
187	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1
188	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1
189	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1
190	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1
191	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2
192	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2
193	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1
194	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1
195	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1
196	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1
197	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1
198	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1
199	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1
200	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1
201	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1
202	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2
203	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2
204	2	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2
205	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2
206	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1	2
207	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2
208	2	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1
209	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2
210	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2

211	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2
212	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1
213	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1
214	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1
215	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2
216	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2
217	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2
218	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1
219	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	1
220	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1
221	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2
222	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2
223	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2
224	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2
225	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1
226	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2
227	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2
228	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1
229	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2
230	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2
231	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1
232	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2
233	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1
234	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2
235	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1
236	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2
237	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1
238	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2
239	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2
240	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1
241	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1
242	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1
243	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2
244	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2
245	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1
246	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2
247	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
248	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2
249	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2
250	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1
251	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2
252	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1
253	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1

254	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1
255	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2
256	2	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1
257	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2
258	2	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1
259	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1
260	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1
261	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1
262	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2
263	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1
264	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2
265	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1
266	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2
267	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2
268	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2
269	2	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2
270	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1
271	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2
272	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2
273	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2
274	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1
275	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2
276	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1
277	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1
278	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1
279	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2
280	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2
281	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1
282	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2
283	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2
284	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1
285	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2
286	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1
287	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2
288	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2
289	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1
290	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1
291	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2
292	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2
293	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2
294	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1
295	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2
296	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2

297	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1
298	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
299	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2
300	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2
301	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1
302	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2
303	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1
304	2	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2
305	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2
306	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1
307	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2
308	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1
309	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2
310	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2
311	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2
312	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2
313	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2
314	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1
315	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2
316	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2
317	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1
318	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2
319	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1
320	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1
321	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2
322	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2
323	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2
324	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2
325	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1
326	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2
327	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2
328	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2
329	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2
330	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1
331	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2
332	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2
333	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1
334	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1
335	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1
336	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1
337	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2
338	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2
339	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2

340	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1
341	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2
342	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1
343	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1
344	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2
345	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1
346	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1
347	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2
348	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2
349	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2
350	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2
351	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2
352	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1
353	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1
354	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
355	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2
356	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1
1357	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2
358	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2
359	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1
360	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2
361	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2
362	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1
363	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2
364	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1
365	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	2
366	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2
367	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1
368	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1
369	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1
370	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2
371	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1
372	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1
373	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2
374	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1
375	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1
376	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1
377	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2
378	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2
379	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2
380	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1
381	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2
382	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1

383	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1
384	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2

C= Clientes

1 = Si

2 = No

Questionario	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12
1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1
2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1
3	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1
4	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
5	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1
6	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1
7	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
8	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1

T = Trabajadores

1 = Si

2 = No

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Carlos Marcos Ghocchio Vega identificado con DNI. 02967439 MAGÍSTER
en Asesoría y Dirección de Empresas a los

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumentos (s) de recolección de datos:
Cuestionario elaborado por Maria Mercedes Pilinga Martinez a los

efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "Caracterización De La Competitividad Y El Talento Humano En Las Mype Rubro Boutique De Ropa Para Damas En La Galería Central Piura, Año 2018" que se encuentra realizando.

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

Piura, 12 Junio 2018


Lic. Asnt. Carlos M. Ghocchio Veg
CLAD. 0888

VALIDACIÓN

Ítems relacionados con la variable 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 el precio de los productos accesible en la galería que usted frecuenta?	/			/		/		/
2. Si a elegido el precio, ¿Asocia el precio con la calidad?	/			/		/		/
3. Usted considera el precio como primera opción para realizar su compra?	/			/		/		/
4. Compra usted ropa de marca?	/			/		/		/
5. ¿La calidad de prendas que usted adquiere cumple sus expectativas?	/			/		/		/
6. ¿Usted se considera un cliente exigente a la hora de elegir un producto?	/			/		/		/
7. ¿Le gustaría que la boutique realice promociones?	/			/		/		/
8. ¿Encuentra siempre la prenda de vestir que usted busca?	/			/		/		/


 Lic. Adm. Carlos M. Sinocchio V.
 CLAD 0888

ANEXO TURNITIN

Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 27-jul-2020 10:38 -05
 Identificador: 1362856420
 Número de palabras: 27971
 Entregado: 1

INFORME FINAL Por Maria Chinga Martinez

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

Visualizador de documentos

modo: ver informe en vista quickview (vista clásica) | Change mode | imprimir | actualizar

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y EL TALENTO HUMANO EN LAS MYPE RUBRO BOUTIQUE DE ROPA PARA DAMAS EN LA GALERÍA CENTRAL PIURA, AÑO 2018 TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN AUTORA: CHINGA MARTINEZ MARIA MERCEDES ORCID: 0000-0003-2016-788X ASESOR(A): PALACIOS DE BRICEÑO MERCEDES RENEE ORCID: 0000-0001-8823-2655 PIURA - PERÚ 2020 EQUIPO DE TRABAJO AUTOR Chinga Martinez, María Mercedes ORCID: 0000-0003-2016-788X Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado, Piura, Perú ASESOR Palacios de Briceño, Mercedes Renee ORCID: 0000-0001-8823-2655 Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Piura, Perú JURADO Vilela Vargas, Victor Hugo ORCID: 0000-0003-2027-6920 Guzmán Castro, Iván Arturo ORCID: 0000-0002-4650-4322 Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth ORCID: 0000-0001-7372-741X I HOJA DE FIRMA DE JURADO Y ASESOR Mgtr. Victor Hugo Vilela Vargas Presidente ORCID: 0000-0003-2027-6920 Mgtr. Iván Arturo Guzmán Castro Miembro ORCID: 0000-0002-4650-4322 Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima Miembro ORCID: 0000-0001-7372-741X Dra. Palacios De Briceño Mercedes Renee Asesora ORCID: 0000-0001-8823-2655 III AGRADECIMIENTO A la universidad Católica los Ángeles de Chimbote por darme la oportunidad de realizarme profesionalmente. III DEDICATORIA A Dios por su amor incondicional, a mi padres y hermanos por ser mi fortaleza y guía. IV RESUMEN El presente trabajo de investigación pertenece a la línea capacitación, competitividad, financiamiento y rentabilidad de las mype, tuvo como objetivo general, "Identificar las características que tiene la competitividad y el talento humano en las MYPE rubro boutique de ropa para damas en la galería central Piura, año 2018; las variables seleccionadas son competitividad y talento humano. Se empleó la metodología de investigación tipo cuantitativo nivel descriptivo, con diseño no experimental, de corte transversal. La población estuvo conformada por la MYPE del rubro boutiques del centro de Piura, en total 4 MYPE con sus 08 trabajadores y una muestra desconocida de clientes, la técnica de recolección fue la encuesta, el instrumento el cuestionario". Dentro de las principales conclusiones es con respecto a la variable competitividad se identificó que existen diversas fuerzas para así poder competir en el mercado en cuanto a precio, calidad, producto e innovación de tal manera que se aplican en la organización para que así sean más competitivas así mismo puedan lograr la mayor acogida y reconocimiento del público en general utilizando diversas estrategias que permitan el crecimiento de la organización u boutique Palabras clave: Competitividad, Talento Humano, MYPE V ABSTRACT The present research work belongs to the training, competitiveness, financing and profitability

EVIDENCIA DE NO ADEUDO

Reportes de alumnos - Google Chrome

erp.uladech.edu.pe/siga/uladechweb/pago.online.php?j=c=MDE=8&zet=MDE1&erp=MDA=#

Administrar Registrar Reportes Manual

Bienvenido CHINGA MARTINEZ MARIA MERCEDES | Salir

Datos Alumno

Carrera / Programa: ADMINISTRACIÓN Sede: PIURA
 Nombres: CHINGA MARTINEZ MARIA MERCEDES Cód.: 0811141051

[Manual de Usuario](#)

Lista de Compromisos

Pagar Limpiar Reload

<input type="checkbox"/>	Codigo	Codigo	Nombre	Concepto	Cantidad	Cuota	Semestre	Vencimiento	Importe	Comision	De
No se encontro ningun compromiso pendiente de pago											