



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**CARACTERIZACIÓN DEL CAPITAL HUMANO Y LA
COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE COMERCIALES,
RUBRO LIBRERÍAS DE PIURA CENTRO, AÑO 2018**

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

AUTORA:

CARMEN CECILIA SUÁREZ HERRERA

ASESORA:

DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO

PIURA – PERÚ

2018

JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESORA

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas
Presidente

Mgtr. Víctor Helio Patiño Niño
Secretario

Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima
Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño
Asesora

AGRADECIMIENTO

A Dios porque siempre está presente en los momentos más importantes de mi vida, por darme fuerza y perseverancia necesaria en la culminación de un anhelo tan esperado, que comienza con la presentación del presente informe de tesis.

A las MYPES por su apoyo incondicional al proporcionar la información necesaria.

DEDICATORIA

A mis padres, esposo e hijos por ser la fuente de mi superación, estímulo y la razón de mí existir.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general, Identificar las características que tiene el capital humano y la competitividad en las MYPE comerciales, rubro librerías del centro de la ciudad de Piura, año 2018; las variables seleccionadas son la capital humano y la competitividad. Se empleó la metodología de investigación nivel descriptivo, con diseño no experimental, de corte transversal. La población estuvo conformada por las MYPE del rubro librerías del centro de Piura, en total 03 MYPE con sus 15 colaboradores y una muestra desconocida de clientes, la técnica de recolección de datos fue la encuesta, el instrumento fue y el cuestionario. Dentro de las principales conclusiones es con respecto a la variable capital humano, los gerentes si toman en cuenta las ideas de sus colaboradores ya que les dan el significado introducir algo nuevo, alguna idea, algún método o instrumento nuevos para ponerlo en marcha; ya que la innovación es la concepción de una idea, la cual requiere de un proceso para que se lleve a cabo en un uso productivo y con respecto a la variable competitividad los atributos que tienen sus productos de las librerías, la mayor parte de los clientes consideran importante la calidad en los productos ofrecidos, seguidos de la variedad y atención.

Palabras Claves: Capital Humano, Competitividad, MYPE

ABSTRAT

The following investigation research work was had as a general objective, determine the characteristics that training and competitiveness in commercial MSEs, bookstores in the center of the city of Piura, 2018; The variables selected are human capital and competitiveness. The descriptive level research methodology was used, with a non-experimental, cross-sectional design. The population was conformed by the MYPE of the library bookshops of the center of Piura, in total 03 MYPE with its 15 collaborators and an unknown sample of clients, the technique of data collection was the survey, the instrument was and the questionnaire. Among the main conclusions is with respect to the variable human capital, managers if they take into account the ideas of their collaborators because they give them the meaning to introduce something new, some idea, some new method or instrument to put it in motion; since innovation is the conception of an idea, which requires a process to be carried out in a productive use and with respect to the variable competitiveness with respect to the attributes that its products have from the bookstores, most of them of the clients consider important the quality of the products offered, followed by the variety and attention.

Keywords: Human Capital, Competitiveness, MSEs

CONTENIDO

JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESORA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA.....	iv
RESUMEN	v
ABSTRAT	vi
CONTENIDO.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
I INTRODUCCIÓN	1
II REVISIÓN DE LITERATURA	12
2.1. Antecedentes	12
2.1.1. Variable Capital Humano.....	12
2.1.2 Variable Competitividad:.....	19
2.2 Bases Teóricas y Conceptuales.....	27
2.2.1. Variable Capital Humano	27
2.2.1.1. Concepto de Innovación.....	27
2.2.2 Variable Competitividad.....	27
2.2.2.1. Ventaja competitiva.....	28
2.2.2.2. Definición de la cadena de valor	28
2.2.2.3. Cadena de valor del cliente	28
2.2.2.4. Estrategias genéricas	29
2.2.2.5. Liderazgo de costes	29
2.2.2.6. Diferenciación	29
2.2.2.7. Segmentación	30
III. HIPÓTESIS	31
IV. METODOLOGÍA	32
4.1. Diseño de la investigación	32
4.2. Población y muestra.....	32
4.2.1. Criterios de inclusión	34
4.2.2. Criterios de exclusión.....	34

4.3. Matriz de Operalización de Variables.....	35
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	36
4.5. Plan de análisis.....	36
4.6 MATRIZ DE CONSISTENCIA	37
4.7. Principios éticos	39
V. RESULTADOS	40
5.1. RESULTADOS.....	40
5.1.1. Variable capital humano.....	40
5.1.2. Variable competitividad	45
5.2. ANÁLISIS	49
VI. CONCLUSIONES.....	57
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	59
MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	67
LIBRERÍAS TRABAJADAS.....	68
CONSTANCIA DE VALIDACIONES	¡Error! Marcador no definido.
VALIDACIÓN DE EXPERTOS.....	78
LIBRO DE CÓDIGO COLABORADORES	79
LIBRO DE CÓDIGOS CLIENTES	80
RESÚMEN : LIBRO DE CÓDIGO DE CLIENTES	85
TURNITIN	86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Importante que Tomen en cuenta sus ideas	<u>40</u>
Tabla 2 Importante poner en práctica la creatividad	<u>40</u>
Tabla 3 Incremento de ventas cuando se tiene experiencia.....	41
Tabla 4 Aplican metas	41
Tabla 5 Temas de interés para el colaborador	42
Tabla 6 Capacitación permanente de los productos	42
Tabla 7 Tiempo de capacitación.....	43
Tabla 8 Factores que influyen en su desempeño laboral	43
Tabla 9 Factores que motivan a ser competitivo	44
Tabla 10 Tipos de incentivos.....	44
Tabla 11 Importancia de atributos demostrados por los colaboradores	45
Tabla 12 Importancia por la que concurre a la librería.....	45
Tabla 13 Criterios demostrados por los colaboradores	46
Tabla 14 Atributo que valora en los productos.....	46
Tabla 15 Importancia de atributos que ofrece la librería.....	47
Tabla 16 Expectativa de precios.....	47
Tabla 17 Servicios complementarios le gustaría recibir.....	48
Tabla 18 Preferencia por la cual elige comprar	48

I INTRODUCCIÓN

El mundo avanza a una velocidad acelerada hacia la globalización de la economía, la cultura y todas las esferas del quehacer de la humanidad. Es por ello que esta situación plantea grandes retos a los países y a las MYPE en diversos temas como: la generación de empleo, mejora de la competitividad y sobre todo el crecimiento del país (Vásquez, 2011). Los mayoría de los microempresarios están apostando en la ampliación, renovación y creación de establecimientos dedicados a la venta de bienes y servicios, entre ellos las librerías que se han convertido en gran oportunidad de negocio, para los emprendedores, estas MYPE empiezan como emprendimiento familiar y su funcionamiento en forma empírica, es decir sin los conocimientos básicos de gestión como es planificar, organizar, dirigir y controlar, las diversas actividades que se deben realizar en toda organización.

En la actualidad, las micro y pequeñas empresas representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva. Según datos del Ministerio de Trabajo, las micro y pequeñas empresas brindan empleo a más del 80 % de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI), constituyéndose así en el principal motor de desarrollo de nuestro país (Vasquez, 2013).

En el Perú, la mayoría de micro y pequeñas empresas no se proyectan a ingresar a mercados extranjeros porque lo consideran un riesgo mayor; esto, sin embargo, se puede convertir en una estrategia de competitividad, tomando como base la experiencia de las grandes empresas y acoplándolas a sus negocios, ya que tener presencia en nuevos mercados ayudará a mejorar la rentabilidad y por ende su competitividad.

Por lo general en nuestro país las micro y pequeñas empresas que se forman trabajan de manera individual, por lo cual no pueden competir ante el ingreso de empresas extranjeras; no obstante, la creación de clúster sería más que una medida de apoyo, una herramienta de cooperación y competitividad que consistiría en agrupar a micro y pequeñas empresas del mismo sector. De esta manera, tendrían mayores oportunidades frente a las grandes empresas, es decir colaborar para competir no solo en mercados nacionales sino también en mercados internacionales.

El informe de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, en adelante UNESCO (por sus siglas en inglés), sobre la ciencia hacia el año 2030, muestra las tendencias mundiales del capital humano, aproximadamente 7,8 millones de científicos e ingenieros estarán contratados en actividades de investigación en todo el mundo. Desde 2007, el número de investigadores ha aumentado en un 21%. Este notable crecimiento se refleja también en la explosión del número de publicaciones científicas (UNESCO, 2015).

Las personas que dirigen estas pequeñas y medianas empresas tratan de cubrir todas las fases del proceso administrativo, es decir, intentan planificar, organizar, dirigir y controlar todo, por ello pierden oportunidades importantes para el desarrollo de su negocio, por eso es necesario que aprendan a delegar responsabilidad, y sobre todo que brinden oportunidad a su capital humano de apoyar en las decisiones del rumbo de la empresa, motivándolo, considerando que el capital humano es el factor esencial para el éxito de cualquier organización, por ello es menester aprovechar su talento y capacidad para que generen nuevas ideas y puedan promover mejores oportunidades en el mercado.

Dentro del desarrollo y productividad de las microempresas, es importante el manejo de los recursos financieros, humanos, sistemas, insumos, de una manera ordenada, armónica y generalizada. Uno de los instrumentos necesarios para incrementar la productividad y del capital humano, es la capacitación. La esencia de la capacitación, es impartir el conocimiento, habilidades y actitudes requeridas que en su momento conducirán a los cambios en conducta necesarios para el desempeño efectivo del trabajo.

En relación a los propósitos, estos son: maximizar la productividad, incrementar la competitividad del capital humano, desarrollar equipos de trabajo más unidos y aumentar el nivel de satisfacción de los trabajadores. La inversión en talento humano produce beneficios positivos que incrementan la productividad y el crecimiento económico. El talento humano determina la habilidad de las personas para adaptarse en un medio que se caracteriza por dinámicas de desarrollo tecnológico cada vez más aceleradas. Si un país presenta carencia de talento humano con habilidades, tendrá dificultades para absorber tecnología, pues no contará con las capacidades necesarias para entenderlas y adaptarlas Banco interamericano de desarrollo (2014). La productividad es esencial para el crecimiento económico y la competitividad de un país, que refleja el nivel de eficiencia de una economía en la generación de su producción. “El crecimiento económico a largo plazo depende casi totalmente de la productividad creciente” (Krugman & Wells, 2014).

El Foro Económico Mundial (2016), define la competitividad como “el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país, lo que, a su vez establece el nivel de prosperidad que un país puede lograr”. El nivel de productividad también determina las tasas de rendimiento obtenidas por las

inversiones en una economía, que a su vez son los impulsores fundamentales de sus tasas de crecimiento. En otras palabras, una economía más competitiva es una que probablemente crezca más rápido con el tiempo. Una economía más competitiva es una economía más preparada para mantener un ritmo de crecimiento potencial alto y sostenido.

Según Krugman (2014), el crecimiento de la productividad se da por tres razones: capital físico, capital humano y progreso tecnológico. El capital humano “se refiere a la mejora en el trabajo generado por la educación y el conocimiento incorporados a la fuerza de trabajo”. Por lo tanto, la formación del talento humano es de vital importancia para que pueda aportar significativamente al interior de las empresas y éstas puedan volverse más competitivas, por ello es necesario invertir en la educación de las personas, ya que los conocimientos, la formación, las habilidades, las capacidades prácticas que pueda poseer y desarrollar el capital humano influyen en el proceso de producción de bienes de cualquier empresa; en definitiva, el conocimiento es el elemento esencial para la producción de cualquier bien.

Según el reporte del Foro Económico Mundial (2017-2018), Perú se ubica en el puesto 72 del ranking de competitividad mundial de los 137 países analizados. Ha obtenido 4,0 puntos en el Índice de Competitividad, que mide cómo utiliza un país sus recursos y capacidad para proveer a sus habitantes de un alto nivel de prosperidad. De esta forma el país ha empeorado su situación respecto al informe de 2013-2014 en el que obtuvo 4,2 puntos y estaba en el puesto 71.

En América Latina, las MYPE se originan ante la necesidad de las familias de tener un medio de subsistencia independiente; es así que personas emprendedoras crean su propio negocio buscando el bienestar económico de su familia, creando, además,

puestos de trabajo. Éstas, poco a poco se han constituido en uno de los sectores productivos más significativos para las economías de los países emergentes, debido a su contribución en el crecimiento económico y a la generación de riqueza y empleo (Manay, 2012).

Nadie duda que una de las formas que tiene el Estado de promover el empleo es a través de la legislación, por ello se ha establecido un marco normativo promotor de la MYPE, a fin de que los sobrecostos laborales, los costos de transacción, y la tributaria no frenen su formalización y crecimiento. Los empresarios buscan reducir sus costos para aumentar sus ganancias y para lograr esto recurren a la sub contratación, empleando personal, quien recibe una remuneración por debajo del sueldo mínimo con largas jornadas de trabajo y sin los beneficios que estipulan las leyes laborales.

La competencia también detiene el crecimiento de las MYPE ya que en el Perú lamentablemente se le considera a los productos importados como de mejor calidad solo por el hecho de ser extranjeros y se le da mínima importancia al producto peruano, aunque se realizan diversas campañas para apoyar a lo compatriotas emprendedores.

Los dueños deben evaluar sus objetivos y recursos que rigen la competencia industrial. Así, sería las amenazas de entrada de nuevos competidores, siendo el mercado o el segmento atractivo cuando las barreras de entrada son fáciles o no de franquear por nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado, tales son como los productos pertenecientes al rubro de librería que se encuentran en los centros comerciales como Plaza Veá, Tottus, Saga Falabella, Metro, en dónde se aprovecha el ingreso masivo de clientes.

El recurso que propone Porter (2009) es la rivalidad entre los competidores: Para una MYPE será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos, como ya se ve cada año en sus campañas a éstas MYPE les cuesta mucho competir o estar al nivel de su competencia ya que siempre ofrecen promociones, el 2x1, ó kids armados a un precio bajo en dónde los clientes aprovechan ésta competencia para salir beneficiados. En lo que respecta a la atención con el cliente, aquí su competencia pone a disposición de las personas los productos a elegir a libre manejo y observación ya que sus pelchas no se encuentran detrás de un mostrador como si lo tienen en las MYPE, ya que cuidan el producto para su comercialización sin pérdidas.

Al momento de obtener éstos productos es de forma rápida y sólo hay una persona que cobra y embolsa, muy diferente a lo de las MYPE ya que tienen que pasar por diferentes personas para finalmente le entreguen sus productos generando un malestar en las personas por la gran pérdida de tiempo.

El Poder de negociación de los proveedores en dónde un mercado o segmento del mercado será menos atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación será aún más complicada si los insumos que suministran son claves para la empresa, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo. La situación será aún más crítica si al proveedor le conviene estratégicamente integrarse hacia adelante.

Con respecto a las MYPE en estudio, trabajan directamente con los proveedores de cada producto para poder tener la mayor cantidad de productos a un bajo costo para poder así brindar al público un producto nuevo y a un bajo costo ya que no va a tener intermediarios, el cual van a tener una mayor ganancia tanto el proveedor al colocar sus productos y las MYPE al poder tener un mayor volumen de ventas ya que va a ofrecer a un considerable precio al cliente.

A mayor organización de los compradores mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad. La situación se hace más crítica si a las organizaciones de compradores les conviene estratégicamente integrarse hacia atrás. En el caso de las MYPE en estudio éstas poseen productos exclusivos como sustitutos, los cuales son de bajo costo para la adquisición del cliente.

Para que éstas MYPES puedan cubrir las necesidades de los clientes, tendrán que crear buenas estrategias e invertir capital humano ya que son la primera cara de la empresa y por ende la llave de acceso al éxito de la misma, es aquí donde la capacitación se vuelve primordial pues, es esta la clave para preparar y reforzar los conocimientos e inquietudes de ellos.

Es en estos casos cuando la capacitación se vuelve indispensable y necesaria; donde el empresario deberá elegir si invierte o no en su personal, tomando en cuenta que la naturaleza del ser humano es desarrollarse como persona y a nivel profesional.

Los negocios deben crear ventajas competitivas sostenibles y una de las ventajas que puede crear y que es difícilmente “copiable” por los competidores, es contar con un talento humano con las competencias requeridas para enfocarse a la satisfacción del

cliente y a la auto renovación continua, podemos reafirmar que el capital humano es esencial para que la organización alcance sus metas.

La falta de capacitación ocasiona que el capital humano sea una sensación de exclusión por parte del empresario lo que se refleja en su desempeño laboral. Otro factor que influye en el desempeño es la situación laboral de estos trabajadores pues en su mayoría, son personas que trabajan más de las 8 horas establecidas en la ley, en el mejor de los casos con un sueldo mínimo y sin beneficios. La ley de oferta y demanda de mano de obra, es un factor que influye mucho en este ciclo de explotación al trabajador, puesto que en Piura como en cualquier parte del país la necesidad de empleo es alta. Hecho del cual muchos empresarios se aprovechan, obligándolos de esta manera a laborar más horas, a no reclamar sus beneficios de acuerdo a ley, ni mucho menos tratar de crecer en la empresa.

En el ambiente interno se observa que las MYPE del rubro librerías del centro de Piura, existe un plan de capacitación al personal que se da al año en dónde los capacitan en la mayoría de productos, aunque su aplicación debería de ser constante, logrando un desempeño medio, pero si tienen en cuenta al colaborador con sus ideas y apreciaciones.

La presente investigación proviene de la línea de investigación denominada: caracterización de la capacitación, rentabilidad, financiamiento y competitividad en las MYPE, línea que ha sido asignada por la Escuela de Administración ULADECH y proviene del campo disciplinar de la promoción de las MYPE. Asimismo el problema que se ha identificado es ¿Qué características tiene el capital humano en las MYPE, rubro librerías centro de la ciudad de Piura, año 2018? y el objetivo general que se pretende alcanzar es “determinar las características que tiene el capital humano y la competitividad en las MYPE, rubro librerías del centro de la ciudad de Piura, año

2018”. Además los objetivos específicos son: (a) Identificar el grado de innovación del capital humano en las MYPES comerciales rubro librerías del centro de la ciudad de Piura, año 2018”, (b) Conocer el nivel de productividad del capital humano en las MYPES comerciales rubro librerías del centro de la ciudad de Piura, año 2018”, (c) Determinar las ventajas competitivas que brindan las MYPES comerciales rubro librerías del centro de la ciudad de Piura, año 2018”, (d) Conocer las estrategias genéricas que desarrollan las MYPES comerciales rubro librerías del centro de la ciudad de Piura, año 2018”.

La reciente investigación es de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal. Se empleó como técnica de recojo de datos la encuesta, siendo su instrumento el cuestionario estructurado con preguntas cerradas de escala ordinal. La investigación queda delimitada desde la perspectiva temática por las variables capital humano y competitividad. Desde la perspectiva geográfica: centro de la ciudad de Piura, psicográfica: microempresas de servicios, rubro librerías y delimitación temporal: año 2018.

Desde un nivel teórico, esta investigación nos permitirá obtener los aspectos teóricos del capital humano y competitividad, que se aplican en la MYPE del rubro librería del centro de la ciudad de Piura, además generará discusión y reflexión sobre el conocimiento existente del área investigada, como dentro de las ciencias administrativas, en vista que se confrontan teorías. Además queda justificada, con la finalidad de cumplir el punto dos del Artículo 45, que establece la Ley Universitaria N° 30220, para la obtención de título profesional.

Desde un nivel Práctico, la presente investigación constituye un aporte, porque determinará las características que tiene el capital humano y la competitividad en las

MYPE de estudio; dichos resultados servirán de base para futuras investigaciones que podrán ser empleadas por los empresarios de las MYPE u otro funcionario que trabaje en entornos similares, permitiéndoles diseñar estrategias para que las MYPE mejore en cuanto a su capital humano, apoyándolo en todo por el bien común y la competitividad para que perduren en el tiempo, tal como se ve reflejado en Perú que el 95.2% son MYPE que representan al empresariado nacional, generando el 59.6% de empleos de la población económicamente activa PRODUCE (2011).

La presente investigación se justifica de las siguientes formas: De forma práctica porque se analizará a las MYPE comercializadoras de librerías para contribuir a su crecimiento y desarrollo, que posteriormente puedan crear estrategias y logren enfrentarse a sus competidores. En un mercado globalizado y competitivo se tiene que ayudar a solucionar los problemas que presenta el capital humano y la competitividad; ya que este sector representa el 99.4 por ciento (INEI,2015) del Empresariado Peruano , producen el 49% del PBI nacional y emplean al 88% de la Población Económicamente Activa del sector empresarial (Ministerio de la Producción, 2012) importantes datos que ameritan conocer un poco más acerca de estas empresas y sus conductores. Además, porque permite cumplir con el requisito que la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote que ha establecido para la obtención del título profesional de Licenciada en Administración. De forma teórica porque se justifica mediante fuentes bibliográficas de varios autores reconocidos como: Chiavenato, Tessin, Soltura, Mertens, Reyes. Sánchez, Ferruz, Gitman, Aguirre, Markowitz, Sharpe Se justifica de forma metodológica por que se aplicó la metodología científica, se empleó fuentes primarias y secundarias para la obtención de los datos, además se ha determinado el tamaño de la población y de la muestra, y se diseñó un cuestionario para el recojo de información. La

aplicación de encuestas a las personas que laboran y a los dueños de las MYPE, lo que facilitará los resultados de la investigación.

II REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Variable Capital Humano

Martín (2011) en la tesis titulada: “Gestión de recursos humanos y retención del capital humano estratégico: análisis de su impacto en los resultados de empresas innovadoras españolas” para optar por el grado de doctor en la Universidad de Valladolid, de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Valladolid-España, concluyendo en que se ha revisado y comprobado la influencia de la gestión de recursos humanos sobre los resultados organizativos, constatando tanto la necesidad de incluir nuevas medidas de resultados que no sean sólo financieras, como la necesidad de profundizar en las etapas intermedias por las que esta influencia tiene lugar (Boselie, 2005). Las medidas ligadas al desarrollo de innovaciones, como la capacidad de innovación, y la consideración de variables de resultados intermedios y finales forman parte de la tendencia actual de la investigación en recursos humanos (Boselie et al., 2005; Boxal y Macky, 2009). No obstante, hasta el momento no existe consenso ni sobre cuáles deben ser estas medidas de resultados y ni sobre cuáles deben ser estas etapas intermedias (Takeuchi, Chen y Lepack, 2009).

En conformidad, en éste trabajo se plantea la retención de capital humano como etapa intermedia del impacto de la gestión de recursos humanos en los resultados organizativos, proponiendo además dos niveles en las variables de resultados: resultados intermedios (capacidad de innovación y resultados de las personas) y resultados finales (resultados empresariales, de naturaleza financiera); los primeros actúan como antecedentes de los segundos. En lo que se refiere al diseño enriquecido del puesto de trabajo esto es, el diseño de puestos con un alto nivel de autonomía, alto nivel de reto y

alta heterogeneidad de conocimientos requeridos-, nuestros resultados confirman su capacidad para influir positivamente en el capital social de los empleados estratégicos. La retribución sigue siendo un factor muy útil para la retención del capital intelectual de los empleados estratégicos, principalmente si se plantea en términos de equidad externa (salarios competitivos) y equidad interna (diseño equitativo de salarios según puesto de trabajo), que son aspectos cuyos ítems tienen el mayor peso en el constructor de retribución analizado en este trabajo.

Paixão (2012), en la tesis titulada: “Influencia del Capital Humano y del Capital Social de los decisores en la utilización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en las micro empresas y PYMES: Estudio de caso del tejido empresarial del distrito de Évora (Portugal)” concluyendo que el conocimiento y el know-how son fundamentales, y la posibilidad de acceder a los mismos será una de las principales armas estratégicas de la competitividad. Y en estas condiciones, el capital humano es cada vez más un factor determinante, y la formación y el aprendizaje permanente se convierten en las verdaderas claves para la innovación y la competitividad regional. También de estudios concluidos se puede señalar que la teoría del Capital Humano se puede aplicar en Portugal y en la región de Alentejo, destacándose el retorno de la inversión en el capital humano durante las últimas décadas de siglo XX. Teniendo en cuenta los objetivos propuestos, se adoptó una visión más economicista del concepto de capital social, considerando que los individuos invierten en relaciones sociales con la expectativa de ganancias futuras. Cuanto mayor es la inversión en relaciones de bridging y linking mayores son las probabilidades de poder retirar dividendos de esas relaciones. Ya las relaciones de bonding, por ser casi siempre redundantes en el aumento de la red de relaciones y en el retorno obtenido, surgen como

un subproducto de nuestra cotidianidad, siendo las menos atractivas desde el punto de vista económico pero esencial para la estructura emocional y social de cada uno. Las tecnologías de la información y comunicación surgen como herramienta capaz de apalancar tanto el capital humano como el capital social de los individuos.

Amores (2015), en su tesis titulada “La gestión de la innovación en las empresas de servicios intensivas en conocimiento tecnológico (t-KIBS) de Cataluña” en la universidad de Girona, concluye que las empresas con procesos de gestión de la innovación mejor organizados, con una mayor cultura de innovación e implicación a nivel de estrategia, mayor implicación cross funcional, procesos más formalizados que utilizan prácticas habituales en la gestión del conocimiento y la tecnología, procesos de innovación abierta, implicación en el proceso de innovación del cliente, mayor inversión en I+D e innovación respecto facturación o personal dedicado a I+D respecto total de trabajadores son también las que la innovación de servicios les ha permitido ser más competitivas según la valoración de las mismas empresas.

Huapaya (2013), en su tesis “Modelo de innovación en micro y pequeñas empresas de un conglomerado industrial peruano: caso citevid” Lima, en la Universidad de Piura, concluye que un emprendimiento sostenido hará uso de la creatividad para generar un nivel de innovación; innovación que permita a las organizaciones generar valor en sus productos y servicios, ser más competitivas y sobrevivir en el entorno.

Se observa que el entrepreneur no es un ser aislado, sino que construye un proyecto empresarial apoyándose en redes relacionales y en las oportunidades que presenta el entorno. Las interrelaciones se consideran como medio para acceder a recursos, información y oportunidades: un acto emprendedor se desarrolla en base a una oportunidad emprendedora.

El estudio del caso peruano, frente a los fenómenos del acto emprendedor e innovador, mostró como resultado que el Perú tiende más a una cultura emprendedora que innovadora.

Con óptimos niveles macroeconómicos y un buen desarrollo MYPE, generando mayor inversión y un mayor aporte a la PEA nacional, el Perú se ubica como el segundo país con mayores niveles de emprendimiento a nivel mundial. Sin embargo, la poca inversión en competitividad, reflejado en I+D, retrasan el camino del país hacia una innovación.

La existencia de organismos públicos y privados que incentivan el desarrollo de competencias, generan una cultura innovadora en el país: ya sea en colegios, universidades y organizaciones. Los Centros de Innovación Tecnológica – CITEs, impulsados por PRODUCE, incentivan el desarrollo de innovaciones, creando puentes de conocimiento, intercambio de información y experiencias para nuevas, pequeñas y medianas empresas. Con las 17 CITEs a nivel nacional, las empresas peruanas obtienen un valor agregado, tanto en investigación científica como en mejoras productivas.

Las empresas relacionadas con centros de conocimientos, como los CITEs, cuentan con una forma de acceder a capacidades complementarias para la I+D de las que habitualmente carecen, mediante la interrelación con el centro y con las demás empresas involucradas.

El modelo de investigación desarrollado tuvo como fin el establecer, mediante una Regresión Lineal, variables independientes que podrían influir positivamente en la variable dependiente innovación, entendida ésta última como la búsqueda de nuevas o mejores ideas, y como el modo de aplicación de ellas:

En conclusión, el desarrollo innovador MYPE, en un conglomerado industrial como lo es el caso CITE vid, estará en base a la relación de las variables Confianza, Colaboración y Asociatividad, que se manejen dentro de la comunidad, teniendo como resultado la Búsqueda y Explotación de innovaciones.

Pinedo (2011), realizó una investigación titulada: “Caracterización del financiamiento, la capacitación, la competitividad y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio –rubro renovadoras de calzado del distrito de Callería (Trujillo) periodo 2009-2010” presentado en la universidad Católica los Ángeles de Chimbote, empleando la metodología de tipo descriptiva, siendo sus principales conclusiones: Los empresarios encuestados manifestaron que las principales características de la capacitación de las MYPE son: el 100% de los encuestados no precisaron el número de cursos que recibieron una capacitación en los dos últimos años, el 88% declararon que sí consideran que la capacitación es una inversión y el 88% si considera a la capacitación relevante para sus empresa.

Torazo (2008), presentó una investigación titulada: “La capacitación como instrumento de marketing para la generación de valor en las Empresas Industriales en el Perú” trabajo realizado en la Universidad ESAN- Lima , empleó la metodología de tipo causal, siendo sus principales conclusiones : Ya que en el Perú no existe un 25 buen nivel de educación y, en particular, un buen nivel de educación técnica, la capacitación del recurso humano es un factor importante para mejorar la competitividad y la productividad de los empleados, agregando valor a las personas y, a su vez, a la empresa en la que laboran. De esta manera la educación técnica se convierte en un elemento diferenciador del capital humano y ello lo convierte en un producto que los compradores buscan, pues lo perciben valioso. Es necesario realizar una medición del

impacto de la capacitación en el trabajo y que se amplíe el estudio al centro de labores.; de esta manera se puede medir la auto percepción del valor de la capacitación recibida en la labor diaria. La ausencia de capacitación a los trabajadores disminuye sus conocimientos, siendo estos menos competitivos y que no tengan la capacidad de resolver problema, siendo este un problema que juega en contra de la empresa tanto para su imagen interna como externa El modelo valor a través de la capacitación industrial genera un mecanismo de transmisión de conocimientos a los trabajadores que aplicarán en su puesto de trabajo y relaciona la percepción de mejora del capital humano de los propios trabajadores con las evidencias sobre los beneficios que la empresa obtiene por ello. Además, en el modelo valor a través de la capacitación industrial, se comprueba y analiza la utilidad de los tres niveles de evaluación de la educación propuestos por Kirkpatrick (1979): la reacción/ satisfacción del trabajador, aprendizaje y la aplicación de este en el trabajo. De acuerdo con estos niveles, se obtiene un alto nivel de eficacia en el aprendizaje.

Elías (2015), en su tesis titulada: "El clima laboral y su influencia en el desempeño de los colaboradores de la empresa Limones Piuranos S.A.C - 2015", presentada en la Universidad Nacional De Piura, concluye que: los factores que influyen en el desempeño de los colaboradores son estructura, recompensa, reconocimiento, identidad y estándares. El diseño de investigación es no experimental ya que es una investigación sistemática y empírica en la que las variables a estudiar no se manipulan porque ya han sucedido, el tipo de muestreo es probabilístico y la técnica que se utilizo fue una encuesta.

Manrique (2016), en su tesis titulada" Caracterización de la capacitación y competitividad en las MYPE comerciales rubro abarrotes del mercado zonal Santa Rosa

Piura, 2016” presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Piura; concluyó que las características de la competitividad de las MYPE comercial rubro abarrotes del mercado zonal santa rosa -Piura al 2016 están dadas porque creen que cuándo hay mayor productividad siempre habrá mayor competitividad, la calidad del producto siempre es un factor clave para la competitividad de su MYPE, siempre se preocupan por brindar un excelente servicio a sus clientes, es importante posicionar en la mente del consumidor la imagen de su MYPE y la imagen comercial de la empresa, la diferenciación del producto, la motivación es un factor clave para la competitividad. La investigación fue tipo descriptiva, nivel cuantitativo y diseño no experimental y transversal.

Ponce (2015),” La innovación en la micro y la pequeña empresa: no solo factible, sino accesible” trabajo realizado en la Pontificia Universidad Católica del Perú - Lima, concluye que otra de las implicancias tiene que ver con cómo la innovación puede acelerar la formalización de la empresa. Fuera de consideraciones normativas respecto de su importancia en los negocios, la formalización es resultado del proceso de desarrollo del empresario y aparece como un requerimiento de sus clientes y no como consecuencia de incentivos o castigos. El primer caso señalado es un buen ejemplo de cómo la sostenibilidad de la relación de negocios contribuyó decisivamente a encaminar a varios de los proveedores hacia la formalización.

Así, la lección es sobre la importancia de innovar para acelerar el crecimiento y, con ello, la formalización. Sobre el particular, en varios países de la región se han desarrollado actividades orientadas a la formalización bajo la premisa normativa (la necesidad de «formalizar» a los informales y que contribuyan» fiscalmente); sin embargo, la efectividad de las mejoras se encuentra asociada a una «mezcla de

políticas», como señala la OIT (2014) en su enfoque integrado. Además de mejorar la capacidad económica (productividad por medio de mejora en las competencias, gestión, etcétera), como en el caso señalado en este documento, la innovación plantea la necesidad de modificar las normas, mejorar los incentivos y la fiscalización. Por medio de esta «estrategia integrada» se han generado resultados importantes en varios países de la región. Este es un llamado de atención a los Gobiernos para que superen el enfoque parcial de la formalización como mecanismo para reducir la hipotética competencia desleal con las empresas formales, o para dejar de pensar que los incentivos per se son suficientes para formalizar los negocios.

2.1.2 Variable Competitividad:

Cifuentes (2011) en su investigación “Competencias laborales como base para la selección de personal en la empresa Piolindo de Retalhuleu año 2011”, en la Universidad Rafael Landívar-Guatemala. Llegó a la conclusión que las empresas de hoy necesitan contar con personal competitivo que demuestre ser capaz de ejecutar su trabajo eficientemente, que tenga los conocimientos teóricos, pero que además tenga la capacidad de lograr un objetivo o resultado en un contexto dado. Considera que lo que diferencia a una empresa de otra no es lo moderno de su tecnología, los procesos de producción o su estructura organizativa, lo que hace la diferencia es la calidad del recurso humano que trabaja para ella y las estrategias que adopte para lograrlo. Y asimismo para lograrlo las empresas han adoptado el modelo de selección por competencias que consiste en la identificación de capacidades, habilidades y conocimientos de candidatos según un perfil que se realiza al cargo a evaluar; su

objetivo es escoger el candidato más adecuado para un cargo determinado y tomar en cuenta su potencial, su capacidad para adaptarse y para llevar a cabo su trabajo. Este proceso se realiza con la intención de mejorar el área operacional y organizar los conceptos de tal forma que se manejen de manera coordinada entre las diferentes funciones, al permitir además un manejo adecuado desde el punto de vista estratégico de toda la organización.

Bustos (2010) realizó una investigación titulada “Propuesta acerca de cómo aumentar la competitividad de Caesca S.A, a través del mejoramiento y fortalecimiento de la cultura de servicio” en la universidad Pontificia Universidad Javeriana Facultad De Comunicación Y Lenguaje Comunicación Social Bogotá”, llegando a la conclusión Con el fin de detectar los problemas que aquejan a CAESCA S.A. fue aplicado un instrumento de medición del clima de laboral, a través de él se hallaron varias fallas a nivel interno que estaban afectando el desempeño de los trabajadores. Al analizar los resultados de las encuestas se encontraron algunas fallas en los ejes de administración del talento humano, comunicación e integración, trabajo en grupo y medio ambiente físico. Debido a esto fue necesario profundizar en el tema para hallar las causales de dichos problemas y así, poder plantear soluciones al respecto. Gracias a la contextualización realizada anteriormente, fue posible establecer el marco de referencia del lugar de trabajo, de los procesos, de la focalización estratégica y demás elementos que influyen en la percepción y en el desempeño de los funcionarios en su trabajo. Teniendo como base todo lo anterior, se formuló un plan de comunicación con propuestas para la solución de los problemas encontrados. Dichas propuestas se hicieron como base a una perspectiva de la organización de fortalecer una cultura, que deberá ser acogida por todos los funcionarios, centrada en la creación de vínculos emocionales con

los clientes, quienes formarán una conexión con la organización no por el producto o servicio ofrecido o el precio del mismo, sino por la relación y la satisfacción del cliente hacia el trato que tiene la empresa con él, basada en la confianza y en la lealtad hacia la marca.

Llorente (2013) en la tesis de maestría titulada “Análisis de Competitividad de las empresas de Acuicultura.” para optar al título de Doctor en Administración de Empresas por la Universidad de Cantabria concluye que asimismo, el resultado alcanzado indica que las empresas piscícolas dedicadas al cultivo de estas especies no obtienen ventajas competitivas asociadas a factores técnicos. La explicación a esta sorprendente conclusión se puede encontrar en la normalización y difusión de las tecnologías de producción, piensos e infraestructura de las instalaciones, que son ofertadas sin restricciones en el mercado por empresas globalizadas.

Baños (2011) en su Tesis doctoral “Competencias esenciales, clima organizacional e innovación como factores de competitividad empresarial: Propuesta y aplicación de un modelo para la detección y desarrollo de competencias en la Pequeña y Mediana Empresa del sector calzado en México, en la Universidad Autónoma de Madrid concluye que: Las competencias esenciales como tema, no habían logrado despertar mayor interés hasta el final del siglo anterior en México. Muestra de ello es la poca bibliografía encontrada al respecto en años recientes y concretamente hacia el sector de estudio. Posiblemente las instituciones que cuenten con mayor información sobre este ámbito son justamente el CONOCER y la SE quienes han hecho análisis exhaustivos por tamaños de empresa, por tipo de sector y por estados de la República Mexicana. Sin embargo, preocupa el que no se cuente con un estudio detallado de las competencias que son propias de la MYPE actualmente. Incluso, localmente, y para el

sector que se estudió como parte de la investigación, se asume que las características que privan en otros estados de la República son las mismas que se generan en Jalisco. Así mismo se asume que dichas características son las que harán que las competencias a desarrollar sean las mismas para el mismo sector en distintas regiones de México.

A raíz de lo anterior, decidimos que en vez de separar estos dos conceptos (recursos y capacidades), valdría la pena unirlos para que de esta unión se dividieran a su vez en cuatro grandes grupos que involucraran tanto las operaciones internas de la empresa como su relación con entidades que afectan su entorno.

Se decidió entonces reunir las versiones de los autores revisados y obtener por medio de un instrumento las áreas que son las de mayor relevancia y que pueden llegar a tener dentro de una MYPE con el perfil del sector de estudio. Consideramos esta clasificación como un avance en el estudio y comprensión de los recursos y capacidades. Fue así como la división propuesta quedó de la siguiente forma:

a) Competencias enfocadas al mercado:

Promoción, Marca propia, Precios bajos del producto, Nuevas formas de vender, Productos, Nuevas marcas, Diferenciar los productos de nuestra competencia.

b) Competencias enfocadas a la relación con el entorno:

Relación con los proveedores, Relaciones con los clientes

Metodología: Investigación empírica, de carácter exploratorio

Quintanilla (2010), realizó una investigación titulada “Gestión por competencias y desempeño laboral en las Municipalidades de Ayacucho en el año 2010” en la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga. Llegó a la conclusión que una nueva concepción para los directivos y trabajadores en general de las municipalidades de Ayacucho, es el reto que tienen de adecuarse a las exigencias del contexto y los

cambios, siendo necesario adaptar todo un sistema de gestión por competencias en busca de la excelencia organizacional, debido a la influencia significativa de ésta en los desempeños laborales. Asimismo recomendó comprender mejor el desarrollo de habilidades, destrezas, de capacidades para el manejo de la tecnología aplicada, capacidades para el trabajo en equipo, fomentar el desarrollo de la creatividad e iniciativa, capacidades para el desarrollo de proyectos, para tomar decisiones de riesgo, orientar adecuadamente las actitudes y conductas, la práctica de valores institucionales, la capacitación por competencias, etc. Es decir, encaminar su accionar hacia un sistema de gestión por competencias como estrategia de desarrollo y cambio de las municipalidades, porque influyen en los desempeños laborales de los trabajadores de los referidos municipios. La investigación fue tipo descriptiva, nivel cuantitativo y diseño no experimental y transversal.

Gonzales (2014) en su investigación denominada “Gestión empresarial y competitividad en las MYPES del sector textil en el marco de la Ley N° 28015 en el distrito de la victoria – año 2013”, tesis presentada en la Universidad San Martín de Porres – Lima; concluyó que el mayor porcentaje de las empresas del rubro de estudio no cuenta con una adecuada aplicación de los factores como tecnología, capacidad de gestión, logística empresarial e innovación lo que no favorece la evaluación de la 30 gestión empresarial. La gran mayoría de las empresas cuentan con un deficiente o inexistente planeamiento empresarial lo que hace que influya negativamente en el mercado local y extranjero. Asimismo considera que la mayoría de las empresas no cuentan con una apropiada política empresarial, lo que les lleva a dejar de lado oportunidades de atender grandes pedidos, desaprovechando la oportunidad de asociarse con otras empresas e imposibilitando acceder a un financiamiento a través de las

diversas entidades financieras. La investigación fue de diseño no experimental de corte transversal correlacional, tipo investigación aplicada y nivel descriptivo.

Jiménez (2014) en su tesis titulada “Caracterización de competitividad y calidad de servicio en las MYPE rubro boticas A.A. H.H. Santa Rosa – Piura, 2013” presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Piura; concluyó con respecto a las estrategias competitivas que utilizan las MYPE del rubro boticas del Asentamiento Humano Santa Rosa – Piura, que estas en su mayoría presentan como estrategia competitiva, la diversificación de sus servicios y las estrategias de precios son factores relevantes para los clientes y la zona donde se ubican, ya que se requieren otros servicios por estar frente al hospital. Además señala con respecto a la calidad de servicio, los clientes manifiestan que la atención y la empatía de los empleados en su mayoría es buena y en cuanto a la amabilidad de los empleados en su minoría, los clientes la consideran regular. La investigación tuvo como finalidad determinar las características de la competitividad y la calidad de servicio en las MYPE del rubro boticas del Asentamiento Humano Santa Rosa-Piura. La investigación fue tipo descriptiva, nivel cuantitativo y diseño no experimental y transversal.

Talledo (2008) en su investigación denominada “Competencias genéricas y específicas del licenciado en Administración: un estudio de los requerimientos de los mercados vs oferta de la facultad de ciencias administrativas de la Universidad Nacional de Piura”. Llegó a la conclusión que las principales dificultades que los egresados en Administración de la UNP han encontrado para insertarse en el mercado laboral son la falta de conocimientos especializados, la escasa experiencia profesional y sobre todo fallas en la entrevista laboral. Asimismo sostiene que hoy día la competitividad es un tema importante en el mercado laboral ya que la mayoría de empresas hoy en día

requieren de profesionales con conocimientos, habilidades y destrezas especiales para el puesto, además que muestren honestidad y entrega moral, con interés en la presencia laboral y sobretodo que posean título universitario es por ello que la competitividad es vital hoy en día como estrategia de crecimiento profesional.

Villalta (2016) en su tesis titulada “Caracterización de la Competitividad y Capacitación de las MYPE rubro metal mecánica en Tumbes, 2016” presentada en Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, empleándose la metodología descriptiva siendo sus principales conclusiones: En el rubro metal mecánica encontramos que hacen una competencia de calidad en donde desean identificarse buscando su mercado meta y de esta manera determinan las estrategias claves para poder mejorar su proceso productivo; buscando elevar índices de productividad, lograr mayor eficiencia y brindar un servicio de calidad, y adopten modelos de administración participativa, tomando como base central al elemento humano, desarrollando el trabajo en equipo, para alcanzar la competitividad. (Díaz, 2009).

Se analizó que dentro de la selección del personal las MYPE realizan una motivación más intrínseca logrando una mejor calidad de vida, ya que realizan capacitaciones especializadas para nuevos puestos de trabajo; se va fortaleciendo por una percepción favorable en las relaciones humanas tanto en funciones administrativas como en el nivel de la interacción social; aspectos de excelente potencial para el cambio organizacional. (Palma, 2003).

El análisis arroja que mide su rentabilidad a través de objetivos trazados en cada área, otorgando énfasis en una comunicación fluida para poder darle la mayor eficiencia y eficacia a cada uno del personal de la empresa; así mismo mantener a los trabajadores permanentemente actualizados frente a los cambios científicos y tecnológicos que se

generen proporcionándoles información sobre la aplicación de nueva tecnología.
(Robbins, 1998)

Otoya (2014) en su tesis titulada “Caracterización de la capacitación y competitividad del personal en las MYPE rubro librerías (Piura), año 2012” presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Piura; concluyó que se determinó que el nivel de competitividad en que se encuentra el personal de las MYPE estudiadas es bajo, dado a que cuando se observó el desempeño de los vendedores se encontró que estos presentan deficiencias en atención al cliente, técnicas de ventas y conocimiento de los productos. Respecto a esto podemos decir que los trabajadores necesitan ser capacitados constantemente para poder alcanzar un nivel de competitividad alto que les permita tener una capacidad efectiva para llevar a cabo exitosamente una actividad laboral plenamente identificada, donde estos dispongan de las habilidades necesarias para desempeñarse productivamente en una situación de trabajo. La investigación fue tipo descriptiva, nivel cuantitativo y diseño no experimental y transversal.

2.2 Bases Teóricas y Conceptuales

2.2.1. Variable Capital Humano

(Madrigal, 2009), Señala que el capital humano son personas muy valiosos y es muy importante para las empresas puesto que poseen conocimientos, habilidades y destrezas puesto que los hacen más competitivos frente, obteniendo más aprecio, más consideración ya que va a portar ideas nuevas a través de sus talentos e innovando en competencias.

2.2.1.2. Concepto de Innovación

La innovación es como la evolución de nuevas ideas en la con respecto a los productos ya terminados ó en servicios y también en procesos y junto con la tecnología ésta última está vinculada con los procesos comerciales las cuales van a hacer que la empresa genere valor y rentabilidad. En otras palabras la tecnología como los conocimientos incluyendo las técnicas generan un nuevo producto ó servicio en el tiempo.

2.2.2 Variable Competitividad

Es la capacidad de una industria o empresa para inventar bienes con estándares de calidad específicos, utilizando eficientemente recursos que empresas o industrias. La competitividad en el campo compartido obteniendo las mejoras continuas de cada proceso, por el cual deben de transitar las empresas en dirección hacia el éxito, (Quero, 2008).

Porter (2009) señala que en el Informe Global de Competitividad define la competitividad como “La capacidad que tiene un país para lograr altas tasas de crecimiento, es necesario que se pueda desarrollar en un buen escenario económico, político y socialmente para así incrementar la rentabilidad y los procesos de producción.

2.2.2.1. Ventaja competitiva

Porter (2013) indica que es la ejecución propicio que logran las empresas al ejecutar actividades de manera más eficiente con respecto a su competencia obteniéndolo a un bajo costo, realizándolo diferente permitiendo un mejor producto para los consumidores obteniendo el mejor costo. Cada departamento e instalación de cada empresa es diferencial en la mente del cliente.

2.2.2.2. Definición de la cadena de valor

Porter (2013) señala que para identificar la ventaja competitiva es obligatorio definir una cadena de valor de la empresa que permita competir en su sector industrial. Primero con la cadena genérica, se ubican las actividades individuales. Cada categoría genérica puede subdividirse en acciones discretas. Las actividades relevantes no se pueden definir si no se las aísla con tecnologías y economías independientes. Hay que subdividirse las actividades globales como manufactura y marketing de actividades. Para ello resulta de gran utilidad el fluidez de los productos y de los pedidos. Puede aplicarse la división hasta alcanzar el nivel requerido de acciones cada vez más estrechas que son discretas hasta cierto punto.

2.2.2.3. Cadena de valor del cliente

Nos dice que los consumidores poseen cadena de valor ya que el producto es muy importante para él, es fácil entender que los consumidores comerciales e institucionales ya que tienen semejanza, los productos que obtienen los utilizan junto con este flujo de actividades. El medio de transporte sirve para ir al centro de labores y también para ir de compras o viceversa; por el contrario un producto alimenticio se consume en el proceso de preparación una comida y de ingerirla. Pese a la dificultad de construir una cadena de valor que abarque todo lo que hacen las familias y sus

miembros, sí pudiera construirse una de las actividades relevantes en el caso del uso de un producto en particular. No es adecuado construir cadenas para cada familia; y las que hay son un logro muy útil para analizar y ver la diferencia (Porter, 2013).

2.2.2.4. Estrategias genéricas

Porter (2013) señala tres estrategias genéricas, que en la estrategia competitiva se dieron (liderazgo de costo, diferenciación y segmentación o alcance). El segundo aspecto fundamental de la estrategia competitiva es la posición que ocupa dentro de la industria. De ello depende si su rentabilidad aplicada está por arriba o debajo del promedio. Una empresa que consigue ubicarse bien en el mercado podrá obtener altas tasas de crecimiento aun cuando la estructura de la industria sea desfavorable y por lo mismo, la rentabilidad sea modesta

2.2.2.5. Liderazgo de costes

Esta clase de liderazgo es quizá la estrategia genérica más clara. Se refiere a que la organización propone convertirse en el fabricante de bajo costo, las economías de escala, obtener patentes, el acceso de bajos costos de materias primas. La condición de fabricante con costes bajos no consiste solo en descender por la curva de aprendizaje (Porter 2013).

2.2.2.6. Diferenciación

Según Porter (2013) la diferenciación es la segunda estrategia genérica en dónde la empresa propicia cambiar en su sector algunos aspectos que son observados por sus compradores escogiendo los atributos que piense que son importantes optando por un posicionamiento especial el cual atiende sus necesidades.

2.2.2.7. Segmentación

Según Porter (2013) señala que la segmentación, es la tercera estrategia genérica. Difiere radicalmente de las dos anteriores porque se basa en la elección de un estrecho ámbito competitivo (enfoque) dentro de un sector industrial. su amplitud a menudo es importante para la venta de costes.

III. HIPÓTESIS

Según Hernández, Fernández, & Baptista, (2010), que cuando se realiza una investigación descriptiva no se registra hipótesis, ya que los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis; por lo tanto al ser esta investigación de estudio de carácter descriptiva no se especifica la hipótesis.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

El tipo de la investigación es descriptivo, debido a que solo se limitará a detallar las principales características de las variables en estudio. En cuanto al diseño es no experimental porque se realizará sin manipular deliberadamente las variables, se basa en la observación de los hechos en pleno conocimiento sin alterar ni el entorno ni el fenómeno estudiado. El nivel de la investigación es cuantitativa, porque la recolección de datos y la presentación de los resultados se presentaran utilizando procedimientos estadísticos e instrumentos de medición. Según el tiempo es de corte transversal, porque se recolectaran los datos de estudio en un momento puntual y específico (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

4.2. Población y muestra

La población para variable capital humano está conformada por los colaboradores de las tres MYPE de servicios rubro librerías del centro de la ciudad de Piura, Negocios e Inversiones F. Chang E.I.R.L., Comercializadora Viteri E.I.R.L., Librería Bazar Del Pacífico. Además por los colaboradores, en un promedio de 5 por cada MYPE; 15 en total entre mujeres y varones cuyas edades fluctúan entre los 19 y 50 años de edad, por lo tanto es una población muestral; según Hernández, Fernández, & Baptista (2010), “si la población es menor de 50 individuos, la población es igual a su muestra”.

Asimismo la población para la variable competitividad, se acudirá a los clientes que asisten a estas MYPE de estudio, cuyas características son varones y mujeres que se encuentran entre los 20 a 70 años de edad, que acuden regularmente a la librería, por lo tanto constituye una población infinita.

El tamaño de la muestra que se calculará para la variable competitividad será para una población infinita o desconocida, donde todos los elementos no cuentan con la misma posibilidad de ser elegidos.

Según Hernández, Fernández, & Baptista (2010), se tiene que aplicar la siguiente formula:

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

Para determinar la muestra, se realizó una encuesta piloto a 10 personas, hombres y mujeres que se encontraban por los alrededores de la zona de estudio, se le preguntó si frecuentan estas librerías, las cuales le respondieron que sólo 9 sí compran en éstas librerías en estudio y 1 que no.

$$10 \longrightarrow 100\%$$

$$9 \longrightarrow X$$

$$X = 900/10 = 9 \%$$

$$10 \longrightarrow 100\%$$

$$1 \longrightarrow X$$

$$X = 100/10 = 10 \%$$

Donde :

p = 0.90 Representa el porcentaje de la población que compran en la librería

q = 0.10 Representa el porcentaje de la población que no compran en la librería

z = 1.96 Distribución normal

e = 5% Margen de error

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.90 \times 0.10}{0.05^2} = 150$$

Con la autorización correspondiente de los dueños de cada establecimiento, se procedió con la aplicación de las encuestas a los clientes que acuden a las librerías.

4.2.1. Criterios de inclusión

Para la variable capital humano se incluirán a los colaboradores de las MYPE del rubro librerías del centro de la ciudad de Piura, que se encuentran disponibles. Asimismo para la variable competitividad se incluirán a los clientes que concurren a las librerías del centro de la ciudad de Piura.

4.2.2. Criterios de exclusión

Para la variable capital humano se va a excluir a los colaboradores que tienen menos de dos meses de haber sido contratados y para la variable competitividad se excluirá a los clientes que no se encuentran disponibles y aquellos que no están en capacidad de proporcionar información confiable, como personas con deficiencias sensoriales.

4.3. Matriz de Operalización de Variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensión	Indicadores	Escala	Fuente	Definición Operacional	Metodología
Capital Humano	Son los conocimientos en calificación y capacitación, la experiencia, las condiciones de salud, entre otros, que dan capacidades y habilidades, para hacer económicamente productiva y competente las personas, dentro de una determinada industria.(Bontis & Serenko, 2009)	Innovación Productividad Experiencia Laboral	Atributos demostrados por colaboradores que trabajan en las librerías	Nominal	Trabajador	Las personas en su conjunto constituyen el capital humano de la organización. Este capital vale más o menos en la medida en que contengan talentos y competencias capaces de agregar valor a la organización, además de hacer más ágil y competitiva.	Tipo de Investigación: Descriptiva Nivel De Investigación: Cuantitativa Diseño: No Experimental
Competitividad	Es la productividad, en que un país utiliza sus recursos humanos, económicos y naturales. La productividad depende tanto del valor de los productos y servicios de un país, medido por los precios que se pagan por ellos en los mercados libres como la eficiencia con la que puedan producirse. (Porter, 2005)	Características Ventajas competitivas Estrategia genéricas	Atributos demostrados por los clientes Preferencia de concurrencia	Ordinal	Clientes	La variable competitividad se medirá con sus indicadores “atributos demostrados por los clientes de preferencia de concurrencia”, con las técnica de la encuesta; instrumentos cuestionario.	Corte: Transversal Población: 03 Mype, 15 colaboradores Muestra: 150 Clientes

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta, que busco recaudar datos, por medio del instrumento, el cuestionario con diez preguntas cerradas de escala ordinal, tanto para los colaboradores como para los clientes, dirigidas a una muestra representativa, con el fin de conocer los estados de opinión, características o hechos específicos.

4.5. Plan de análisis

Una vez recopilados los datos, se tabulan y grafican ordenando los datos de acuerdo a cada variable. Luego se realiza el análisis y la interpretación empleando el programa Excel 2010.

4.6 MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS	ESCALA
Caracterización del Capital Humano y la Competitividad en las Mype Comerciales, rubro librerías de Piura Centro, Año 2018	¿Qué características tiene el capital humano y la competitividad en las MYPE Comerciales, rubro librerías de Piura centro, año 2018?	Objetivo General: Identificar las características que tiene el capital humano y la competitividad, en las MYPE comerciales, rubro librerías Piura centro, año 2018.	Capital Humano	Grado de Innovación	- Genera nuevas ideas.	- ¿Es importante que su jefe tome en cuenta sus ideas para la toma de decisiones? - ¿Es importante poner en práctica la creatividad de cada colaborador de la librería?	Nominal
					- Alcanza metas	- ¿Se pueden incrementar fácilmente las ventas cuando el colaborador tiene experiencia? - ¿Les aplican metas a cada uno en el cumplimiento de sus labores?	Nominal
					- Capacitación constante	- ¿En qué temas lo han capacitado? - ¿Cuándo usted recibe capacitación permanente de los productos el porcentaje de errores en el proceso de atención disminuye? - ¿Cada que tiempo ha recibido capacitación, en los últimos años?	Ordinal
					- Incremento en ventas	- ¿Cuál de estos factores a su criterio influye en su desempeño laboral?	Ordinal
		Objetivos Específicos: a) Identificar la innovación del capital humano en las MYPES comerciales rubro librerías de Piura centro, año 2018. b) Conocer el nivel de productividad del capital humano en las MYPES comerciales rubro librerías de Piura centro, año 2018.	Capital Humano	Nivel de Producción	- Motivación	- ¿Qué factores cree usted que lo motivan a ser competitivo? - ¿Qué tipos de incentivos aplican a sus trabajadores para superar sus metas?	Ordinal
							Ordinal
							Ordinal
							Ordinal

		<p>c) Determinar las ventajas competitivas que brindan las MYPE, comerciales rubro librerías de Piura centro, año 2018.</p> <p>d) Conocer las estrategias genéricas que desarrollan las MYPE, comerciales rubro librerías de Piura centro, año 2018.</p>	Competitividad	Ventajas Competitivas	Importancia del atributo demostrado	- ¿Califique usted, la cualidad más importante, que es demostrada por los colaboradores que atienden en la librería?	Ordinal
		Referencia de concurrencia			- Califique usted la importancia por la que concurre a la librería.	Ordinal	
		Cadena de valor			- ¿Qué criterios considera importante para medir si el colaborador está capacitado para su trabajo?	Ordinal	
				- Califique usted el atributo que valora en los productos que ofrece la librería.	Ordinal		
				- Indique usted la importancia de los atributos que ofrece el ambiente de la librería.	Ordinal		
		Estrategias Genéricas		Liderazgo de costos	- ¿Cómo considera usted los precios que ofrece la librería?	Ordinal	
				Diferenciación	- ¿Qué otros servicios complementarios le gustaría recibir?	Ordinal	
				Segmentación	- ¿Cuál es el motivo por el cual compra en ésta librería?	Ordinal	

4.7. Principios éticos

El trabajo se de investigación se realizó con:

- Transparencia en la recolección de datos de la población en estudio.
- Autenticidad en la recolección de datos: serán los mismos recolectados de la fuente, es decir los resultados de las encuestas no han sido manipuladas, se han presentado tal y como se han encontrado y con el permiso de las personas encuestadas.
- No se abusado de la confianza del empresario.
- Énfasis en la autenticidad de los resultados obtenidos.
- Confidencialidad en las respuestas a las encuestas aplicadas.
- Honestidad al momento de realizar el análisis.
- Veracidad de los resultados. - Se ha respetado la propiedad intelectual.

V. RESULTADOS

5.1. RESULTADOS

5.1.1. Variable capital humano

Tabla 1

Importante que Tomen en cuenta sus ideas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	15	100%
No	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración propia

Tabla 2.

Importante poner en práctica la creatividad

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	15	100%
No	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración propia

Tabla 3

Incremento de ventas cuando se tiene experiencia

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	9	60%
No	6	40%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración propia

Tabla 4

Aplican metas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	8	53%
No	7	47%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración propia

Tabla 5

Temas de interés para el colaborador

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Marketing empresarial	3	20%
Atención al cliente	6	40%
Calidad del servicio	3	20%
Productos nuevos	3	20%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración propia

Tabla 6.

Capacitación permanente de los productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	10	67%
No	3	20%
No siempre	2	13%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración propia

Tabla 7

Tiempo de capacitación

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semanal	4	27%
Mensual	2	13%
Anual	9	60%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración propia

Tabla 8

Factores que influyen en su desempeño laboral

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Motivación Personal	5	33%
Trabajo en equipo	3	20%
Capacitación	7	47%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración propia

Tabla 9

Factores que motivan a ser competitivo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alta oferta laboral	10	67%
Necesidad de mejorar su posición	5	33%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración propia

Tabla 10

Tipos de incentivos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Incentivos monetarios	2	13%
Regalos	0	0%
Reconocimiento	9	60%
Formación académica	4	27%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración propia

5.1.2. Variable competitividad

Tabla 11

Importancia de atributos demostrados por los colaboradores

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Rapidez	36	24%
Empatía	45	30%
Respeto	60	40%
Honestidad	6	4%
Proactivo	3	2%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración propia

Tabla 12

Importancia por la que concurre a la librería

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por buena ubicación	36	24%
Por cercanía	24	16%
Por ser acogedora	75	50%
Por seguridad	15	10%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración propia

Tabla 13

Criterios demostrados por los colaboradores

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nivel de preparación	30	20%
Competencia	50	33%
Habilidad	45	30%
Atención de calidad	25	17%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración propia

Tabla 14

Atributo que valora en los productos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	66	44
Variedad	48	32
Atención	36	24
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración propia

Tabla 15

Importancia de atributos que ofrece la librería

ALTERATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Equipos tecnológicos modernos	30	20%
Productos visibles	100	67%
Ambiente cómodo	20	13%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración propia

Tabla 16

Expectativa de precios

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Altos	48	32%
Medios	39	26%
Bajos	9	6%
Accesibles	54	36%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración propia

Tabla 17

Servicios complementarios le gustaría recibir

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Delivery	36	24%
Descuentos	66	44%
Promociones	48	32%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración propia

Tabla 18.

Preferencia por la cual elige comprar

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Variedad de productos	55	37%
Precio	45	30%
Ambiente acogedor	20	13%
Personal calificado	30	20%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración propia

5.2. ANÁLISIS

En la tabla 1 denominada “Importante que Tomen en cuenta sus ideas”, se determina que el 100% de los colaboradores consideran que es muy importante sus ideas para la toma de decisiones, lo que coincide con Attorresi (2009) quien señala que cada miembro de la empresa debe reconocer su trabajo como parte integrante de un proyecto, donde se compartirán expectativas y en donde el esfuerzo que se realizará será conjunto, observando de esta manera a la empresa como un grupo de competencias que se refuerzan entre sí. Se debe ver a cada individuo como parte de un todo donde su labor será de vital importancia para la consecución de los objetivos finales, por su parte Chiavenato (2009) manifiesta que la capacitación entraña la transmisión de conocimientos específicos relativos al trabajo, actitudes frente aspectos de la organización, de la tarea y del ambiente; siendo este factor una característica de la capacitación, se determina que casi la mitad de los colaboradores tienen conocimiento de Gourmet y en menor porcentaje en atención al cliente, ventas y marketing, pero sería importante se capacite a todo su personal, para que cuente con trabajadores con mayor potencial y comprometidos con la MYPE.

En la tabla 2 denominada “Importante poner en práctica la creatividad”, se determina que 100% de los colaboradores consideran que es importante que se ponga en práctica su creatividad para dar paso a la innovación, tal es así que Amores (2015) con una mayor cultura de innovación e implicación a nivel de estrategia, mayor implicación cross funcional, procesos más formalizados que utilizan prácticas habituales en la gestión del conocimiento y la tecnología, procesos de innovación abierta, implicación en el proceso de innovación del cliente, mayor inversión en I+D e innovación respecto

facturación o personal dedicado a I+D respecto total de trabajadores son también las que la innovación de servicios les ha permitido ser más competitivas según la valoración de las mismas empresas. La innovación en los servicios depende más que en las empresas industriales de los cambios en las personas. Normann (2002) considera que basándose en esta característica, la Innovación en las empresas de servicios es fundamentalmente social, inventando nuevos roles de los empleados, diseñando las maneras en que adquieran nuevas habilidades y las mantengan.

En la tabla 3 denominada “Incremento de ventas cuándo se tiene experiencia”, se determina que el 60% de los colaboradores que si hay un incremento de ventas ya que se tratará mejor al cliente de acuerdo a las necesidades que tenga con respecto a su compra. Julca (2011) concluye los colaboradores de la empresa Pizza Hut presentan actitudes similares de satisfacción laboral y de acuerdo a la categoría, diagnosticada un nivel alto de la misma. Ya que saben su trabajo y lo desarrollan con buena actitud, esto hace que se incrementen las ventas.

En la tabla 4 denominada “Aplican metas”, se determina que 53% de los colaboradores respondieron que si y el 47% que no Otoyá (2014) determinó que el nivel de competitividad en que se encuentra el personal de las MYPE estudiadas es bajo, dado a que cuando se observó el desempeño de los vendedores se encontró que estos presentan deficiencias en atención al cliente, técnicas de ventas y conocimiento de los productos los cuales se trazaron metas para poder dar un mejor servicio al cliente.

En la tabla 5 denominada “Temas de interés para el colaborador”, se determina que el 40% de los colaboradores considera que el 40% le interesa recibir temas,

capacitaciones sobre atención al cliente, 20% sobre marketing empresarial, 20% calidad de servicio, 20% productos nuevos Krugman (2014), el crecimiento de la productividad se da por tres razones: capital físico, capital humano y progreso tecnológico. El capital humano “se refiere a la mejora en el trabajo generado por la educación y el conocimiento incorporados a la fuerza de trabajo”. Por lo tanto, la formación del talento humano es de vital importancia para que pueda aportar significativamente al interior de las empresas y éstas puedan volverse más competitivas, por ello es necesario invertir en la educación de las personas, ya que los conocimientos, la formación, las habilidades, las capacidades prácticas que pueda poseer y desarrollar el capital humano influyen en el proceso de producción de bienes de cualquier empresa; en definitiva, el conocimiento es el elemento esencial para la producción de cualquier bien.

En la tabla 6 denominada “Capacitación permanente de los productos”, se determina que 87 % de los colaboradores si tienen permanente capacitación de los productos, Payxao (2014) el capital humano es cada vez más un factor determinante, y la formación y el aprendizaje permanente se convierten en las verdaderas claves para la innovación y la competitividad regional.

En la tabla 10 denominada “Tipos de incentivos” se observa que el 74% los incentivan mediante reconocimiento, seguido de la formación académica que es en un 16%, la satisfacción en el trabajo afecta estrechamente por la cantidad de recompensas que reciben los trabajadores ya que es un estímulo para que se motiven, fleman (2001) lo define como el proceso por el cual el individuo interpreta, analiza e integra un estímulo

En la tabla 11 denominada “Importancia de atributos demostrados por los colaboradores”, se observa el 40% de los clientes señalan que los colaboradores al momento de atenderlos demuestran respeto, el 30% atienden con empatía, el 24% con rapidez, el 4% con honestidad y solo el 2% son proactivos, García (2016) dice que el coeficiente para la satisfacción de los empleados ha resultado ser el mayor en ambas técnicas, lo cual significa que una plantilla motivada y leal contribuye a que los resultados de la empresa sean -mejores en la medida en que su trabajo va a ser más eficiente rápido, va a ser empático al momento de atender Al igual que en la hipótesis precedente, el resultado nos muestra la relación positiva entre el “querer hacer”, la voluntad, la actitud hacia el trabajo, la motivación y los valores con los resultados, de acuerdo con Torres (2012) quien señala que una fortaleza importante que se aprecia en las PYMES que investigó, es la rapidez en la entrega de los productos, a la vez concuerda en parte con Jiménez (2014) quien determina que los clientes manifiestan que la atención y la empatía de los empleados en su mayoría es buena.

En la tabla 12 denominada “Criterios demostrados por los colaboradores”, se observa que el 33% de los colaboradores son competentes, el 30% demuestran ser hábiles, el 20% tiene nivel de preparación para su trabajo, y el 25% demuestran atención de calidad, Sánchez (2014) quien indica que después de la implementación del plan de capacitación, encontró que el personal era calificado por los clientes como que brinda una calidad de servicio buena. Por otro lado coincide con Hernández & Cruz (2014) quienes indican que se debe propiciar la capacitación en desarrollo humano, con la finalidad de que los trabajadores reconozcan que ofrecer un servicio de calidad mejora

no solo la imagen del Instituto, sino que propicia que su labor sea reconocida y valorada, lo que generará en ellos una satisfacción mayor y por ende se verá reflejado en su calidad de vida.

En la tabla 13 denominada “Atributo que valora en los productos”, el 44% de los clientes encuestados consideran que en el restaurante ofrecen productos de calidad, el 32% consideran que asisten al restaurante porque hay variedad en los productos, el 24% indican tienen variedad en sus productos, lo que concuerda en parte con Gómez (2014) quien señala que el factor primordial para el cliente se basan en el producto mismo por tratar de brindar un buen servicio, por otro lado coincide con Torres (2012) quien indica que las empresas son reconocidas en el mercado tanto por la calidad de sus productos como por sus servicios.

En la tabla 14 denominada “Expectativas de precios”, se observa que el 36% de los clientes encuestados consideran que los precios que con los que trabajan las librerías son accesibles, el 32% indican que son altos, el 26% que son medios el 6% señalan que son bajos, lo que concuerda con Torres (2012) quien señala que para ser reconocidos por los clientes se debe mantener los precios y la calidad. Las principales formas de fijar los precios son mediante un análisis de precios fijados por la competencia y el estudio de los costos de producción más una utilidad deseada a los costos incurridos, asimismo Cienfuentes (2011) difiere del anterior investigador, quien hace saber que menos de la mitad de los clientes compran en el establecimiento por los bajos precios que sus competidores, por otra parte Rivas (2014) determinó que en la estrategia de fijación de

precios el 41.2% fija precios menores a la competencia, el 30.9% iguales a la competencia y el 19.1% fija su precio de acuerdo al costo más una ganancia del 10%.

Por su parte Porter (2013) señala que el valor se mide por el precio que los compradores están dispuestos a pagar, al ser este punto parte de un objetivo de la competitividad, se determina que más de la mitad de los consumidores consideran que los precios son medios y menos de la mitad que los precios son accesibles y un bajo porcentaje que son altos, por lo que se puede apreciar que estos comensales no son de bajo nivel dado que son personas que trabajan en instituciones públicas o privadas, cercanas a la zona de estudio y pueden pagar los precios que ofrecen las MYPE, considerando las facilidades económicas que gozan.

En la tabla 15 denominada “Importancia de atributos que ofrece la librería”, se observa que el 67% de los clientes encuestados consideran que asisten a la librería porque las MYPE de estudio ofrecen un ambiente ventilado tranquilo y cómodo, el 22% señalan que lo hacen porque sus instalaciones físicas son visualmente atractivas en cuanto a sus productos, el 20% indican que es porque cuentan con equipos tecnológicos modernos, el 13% consideran que concurren porque brindan ambientes cómodos, lo que concuerda con Torres (2012) quien señala que el factor de éxito tomado en cuenta para determinar el grado de competencia de la infraestructura física ecuatoriana fue: la calidad general de la infraestructura. Además los factores de éxito tomados en cuenta para determinar el grado de competencia del desarrollo tecnológico ecuatoriano fueron: disponibilidad de las últimas tecnologías, nivel de la empresa en absorción de tecnología, capacidad de innovación, colaboración universidad-industria en investigación y desarrollo y derechos de propiedad.

En la tabla 16 denominada “Servicios complementarios le gustaría recibir al cliente”, se observa que el 44% de los clientes sugiere que adicionalmente al servicio que viene ofreciendo la librería se brinden descuentos, el 32% promociones y el 24% establezcan delivery, Lima (2012) quien considera que se necesita conocer una necesidad y diseñar un producto o servicio que cubra dicha necesidad, considerando que las necesidades de los clientes cada vez son más específicas, por otro lado difiere con Torres (2012) quien señala El 56.25% de las empresas no realiza ningún control del plan de promoción y mercadeo y el 25% se retroalimenta a través del seguimiento constante del comportamiento de las ventas.

En la tabla 17 denominada “Importancia por la que concurre a la librería”, se observa que el 50% de los clientes eligen las librerías del centro por ser acogedoras, un 24% por buena ubicación, 16% por cercanía, y un 10 % por seguridad, a lo que Llorente (2013), la normalización y difusión de las tecnologías de producción, piensos e infraestructura de las instalaciones, que son ofertadas sin restricciones en el mercado por empresas globalizadas hacen llevadera las compras ya que se encuentran en ambientes cómodos, a su vez Chesbrough (2011) propone una variación en el modelo de gestión de las empresas de servicios y la cadena de valor, con el concepto de la cadena de valor de los servicios abierta en el cual tanto los inputs de la empresa (la infraestructura de la compañía); los procesos y los outputs generados del proceso de servicio participan con el cliente en la cocreación del servicio e interactúan con él, con las ideas, tecnologías y servicios externos (open innovation) y con la infraestructura de soporte e inversión de la empresa (la plataforma del modelo de negocio).

En la tabla 18 denominada “Preferencia por la cual elige comprar”, el 37% de los clientes encuestados consideran que concurren a la librería por tener variedad en sus productos, el 30% por el precio, el 20% por que tienen personal calificado y el 13 % por el ambiente acogedor. Rivas (2014) quien considera que la variable determinante para elegir el lugar donde asisten la mayoría de los clientes es el ambiente de los locales, seguido de la facilidad de transporte.

Por otro lado difiere con Jiménez (2014) quien señala como estrategia competitiva, la diversificación de sus servicios y las estrategias de precios son factores relevantes para los clientes y la zona donde se ubican, ya que se requieren otros servicios por estar frente al hospital.

VI. CONCLUSIONES

Con respecto al grado de innovación del capital humano, el nivel es alto y fuerte al promedio de los indicadores. Al verificar cada uno se determinó que se toman en cuenta la generación de nuevas ideas de los trabajadores y ponen en práctica la creatividad de los colaboradores, se alcanzan las metas al incrementar las ventas por la experiencia de los colaboradores, así mismo por su cumplimiento.

En relación al segundo objetivo en la dimensión nivel de productividad del capital humano con relación al indicador capacitación se da de manera permanente; la motivación a los trabajadores es a través de incentivos a fin de que superen sus metas establecidas. Finalmente respecto a los temas de capacitación se han utilizado en su generalidad los temas de ventas.

En función al tercer objetivo en su dimensión ventajas competitivas se obtiene que el principal atributo es el respeto de los colaboradores a los clientes, por otro lado la concurrencia de los clientes es de un nivel acogedor alto, así mismo a través de la cadena de valor en la actividad de apoyo el criterio de la capacitación de mayor nivel que se mide es el de la competencia, de otro lado el atributo de la calidad del producto así como la exhibición de los mismos y los costos manejándose con precios accesibles, descuentos y así como la variedad de productos.

En función con el cuarto objetivo vinculado con las estrategias genéricas que se desarrollan en las MYPE, se obtuvo como resultado respecto a liderazgo de costos considera que los precios son muy accesibles, así mismo la diferenciación con la

competencia los descuentos que ofrecen hacen que los fidelicen y la segmentación ofrecen el servicio de delivery, promociones, descuentos y variedad de productos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, L. (2014). erp.uladech.edu.pe. Obtenido de erp.uladech.edu.pe:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000036873>
- Attorresi, R. (2009). *imgbiblio.vaneduc.edu.ar*. Obtenido de *imgbiblio.vaneduc.edu.ar*:
<http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC090956.pdf>
- BID. (2014). Ecuador: análisis del Sistema Nacional de Innovación. Washington:
BID.(Banco interamericano de desarrollo)
- Bontis, N., & Serenko, A. (2009). A causal model of human capital antecedents and
consequents in the financial services industry. . *Journal of Intellectual Capital*,
10 (1), 1469-1930.
- Cienfuentes, A. (2011). uladech.edu.pe. Obtenido de uladech.edu.pe:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000025207>
- Chiavenato, I. (2009). *Administración de Recursos Humanos*. México: Edamsa
Impresiones S.A.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de recursos humanos. El capital humano de las
organizaciones*. México: McGraw Hill Educación.
- Foro Económico Mundial. (2016). Índice de competitividad global 2016-2017. Ginebra:
Foro Económico Mundial.
- Gómez, L., Balkin, D., Cardy, R. (2008) *Gestión de recursos humanos*. 5ª ed. España:
Pearson, Prentice Hall. Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010).
Metodología de la Investigación. México: McGRAW-HILL.
- Gómez, L., Balkin, D., Cardy, R. (2008) *Gestión de recursos humanos*. 5ª ed. España:
Pearson, Prentice Hall. Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010).
Metodología de la Investigación. México: McGRAW-HILL.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL.

Hernández, L., & Cruz, R. (2014). *tesis digital*. Obtenido de tesis digital: <http://132.248.9.195/ptd2014/febrero/410093801/410093801.pdf>

Krugman, P., & Wells, R. (2014). *Macroeconomía*. Barcelona: Reverté

Holbrook, J. (2009). Are Intellectual Property Rights Quanta of Innovation? in the Role of Intellectual Property Rights in Biotechnology Innovation. 24-36.

Jiménez, M. (2014). erp.uladech.edu.pe. Obtenido de erp.uladech.edu.pe: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034218>

Krugman, P., & Wells, R. (2014). *Macroeconomía*. Barcelona: Reverté

Líderes, R. (2015). El crecimiento de las Pymes en el Ecuador. Líderes.

Lima, C. (2012). ptolomeo.unam. Obtenido de ptolomeo.unam: <http://www.ptolomeo.unam.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/132.248.52.100/2171/Tesis.pdf?sequence=1>

Luna, C. J. (2012). Influencia del capital humano para la competitividad de las Pymes en el sector manufacturero de Celaya, Guanajuato. Celaya,

Guanajuato: Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso para eumed.net. Tesis de Grado Doctoral

Madrigal, B. (2009). Capital Humano e Intelectual: su evaluación. Observatorio laboral Venezolana, 65-81.

Martín, S. C. (2011). Gestión de Recursos Humanos y retención del Capital Humano Estratégico: Análisis de su impacto en los resultado de empresas innovadoras españolas. Valladolid- España: Universidad de Valladolid. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Tesis de Grado Doctoral.

Porter, M. (abril de 2005). IESE Business School - Centro Anselmo Rubiralta de Globalización y Estrategia. Recuperado el 21 de Junio de 2014, de http://www.iese.edu/es/ad/anselmorubiralta/apuntes/competitividad_es.html

- Rivas, V. (2014). erp.uladech.edu.pe. Obtenido de erp.uladech.edu.pe:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035615>
- Sánchez, M. (2014). repositorio.upao.edu.pe. Obtenido de repositorio.upao.edu.pe:
http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/351/1/SANCHEZ_MARIA_ATENCION_CLIENTE_CALIDAD_SERVICIO.pdf
- Solano (2009). Obtenido de www.sharepdf.com/.../tesis%20final%20de%20carina.htm
- Torres, A. (2012). repositorio.puce.edu.ec. Obtenido de /repositorio.puce.edu.ec:
<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/6306>
- UNESCO. (2015). Informe de la UNESCO sobre la ciencia hacia 2030. Luxemburgo: Unesco.
- Quero, L. (10 de abril de 2008). Estrategias competitivas: factor clave de desarrollo. Obtenido de Google: <http://www.revistanegotium.org.ve/pdf/10/Art3.pdf>
- Vásquez, P. (2011). En su tesis titulada “informe prototipo del área de finanzas”, disponible en: <http://erp.uladech.edu.pe/>. Recuperado el 13 de 07 de 2016, de <http://erp.uladech.edu.pe/archivos/03/03012/documentos/repositorio/2014/01/03/162855/16285520150119101953.pdf>.
- Vásquez J. (2013). Importancia de las Mype en el Perú. Recuperado de <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>

ENCUESTAS



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 del Capital Humano y Competitividad en las MYPE, rubro Librería de Piura, año 2018”**.

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

ENCUESTA APLICADA A LA VARIABLE CAPITAL HUMANO

Fecha: _____ Edad: ____ Género (M) (F) Profesión: _____

Estimado Cliente, la presente encuesta, tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominada **“Caracterización del Capital Humano y Competitividad en las MYPE, rubro Librería de Piura, año 2018”**.

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

1. ¿Es importante que su jefe tome en cuenta sus ideas para la toma de decisiones?
 - a) Si
 - b) No

2. ¿Es importante poner en práctica la creatividad de cada colaborador de la librería?
 - a) Si
 - b) No

3. Se pueden incrementar fácilmente las ventas cuando el colaborador tiene experiencia?
 - a) Si
 - b) No

4. Les aplican metas a cada uno en el cumplimiento de sus labores?
 - a) Si
 - b) No

5. ¿En qué temas lo han capacitado?
 - a) Marketing empresarial

- b) Atención al cliente
 - c) Calidad del servicio
 - d) Productos nuevos
6. Cuando usted recibe capacitación permanente de los productos el porcentaje de errores en el proceso de atención al cliente disminuye?
- a) Si
 - b) No
 - c) No siempre
7. ¿Cada que tiempo ha recibido capacitación, en los últimos años?
- b) Semanal
 - c) Mensual
 - d) Anual
8. ¿Cuál de estos factores a su criterio influye en su desempeño laboral?
- a) Motivación Personal
 - b) Trabajo en equipo
 - c) Capacitación
9. ¿Qué factores cree usted que lo motivan a ser competitivo?
- a) Alta oferta laboral
 - b) Necesidad de mejorar su posición dentro de su centro de trabajo
10. ¿Qué tipos de incentivos les aplican para superar sus metas?
- a) Incentivos monetarios
 - b) Regalos
 - c) Reconocimiento
 - d) Formación académica



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 del Capital Humano y Competitividad en las MYPE, rubro Librería de Piura, año 2018**”.

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

ENCUESTA APLICADA A LA VARIABLE COMPETITIVIDAD

Fecha: _____ Edad: ____ Género (M) (F) Profesión: _____

1. ¿Califique usted, el atributo más importante, que es demostrado por los colaboradores que atienden en las librerías?
 - a) Rapidez
 - b) Empatía
 - c) Respeto
 - d) Honestidad
 - e) Proactivo

2. ¿Califique usted la importancia por la que concurre a la librería?
 - a) Por buena ubicación
 - b) Por cercanía
 - c) Por ser acogedora
 - d) Por seguridad

3. ¿Qué criterio considera importante para medir si el colaborador está capacitado para su trabajo?
 - a) Nivel de preparación
 - b) Competencia
 - c) Habilidad
 - d) Atención de calidad

4. Califique usted el atributo que valora en los productos que ofrece la librería.
 - a) Calidad

- b) Variedad
 - c) Atención
5. Indique usted la importancia de los atributos que ofrece el ambiente en la librería
- a) Equipos tecnológicos modernos
 - b) Productos visibles
 - c) Ambiente cómodo
6. ¿Cómo considera usted los precios que ofrece la librería?
- a) Altos
 - b) Medios
 - c) Bajos
 - d) Accesibles
7. ¿Qué otros servicios complementarios le gustaría recibir?
- a) Delivery
 - b) Descuentos
 - c) Promociones
- 8.Cuál es el motivo por el cual elige comprar en ésta librería?
- a) Variedad de productos
 - b) Precio
 - c) Ambiente acogedor
 - d) Personal calificado

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA
<p>¿Qué características tiene el capital humano y la competitividad en las MYPE Comerciales, rubro librerías de Piura, año 2018?.</p>	<p>Objetivo Principal: Identificar las características que tiene el capital humano y la competitividad, en las MYPE comerciales, rubro librerías Piura centro, año 2018.</p> <p>Objetivo Específicos:</p> <p>a) Identificar el grado de innovación del capital humano en las MYPES comerciales rubro librerías de Piura centro, año 2018.</p> <p>b) Conocer el nivel de productividad del capital humano en las MYPES comerciales rubro librerías de Piura centro, año 2018.</p> <p>c) Determinar las ventajas competitivas que brindan las MYPE, comerciales rubro librerías de Piura centro, año 2018.</p> <p>d) Conocer las estrategias genéricas que desarrollan las MYPE, comerciales rubro librerías de Piura centro, año 2018.</p>	<p>Según Hernández, Fernández, & Baptista, (2010), que cuando se realiza una investigación descriptiva no se registra hipótesis, ya que los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis; por lo tanto al ser esta investigación de estudio de carácter descriptiva no se especifica la hipótesis.</p>	<p>TIPO: Descriptiva NIVEL: Cuantitativo</p> <p>DISEÑO: No Experimental</p> <p>POBLACIÓN: 15 Trabajadores</p> <p>MUESTRA: 150 Clientes</p> <p>TECNICAS: Cuestionario</p>

LIBRERÍAS TRABAJADAS

I ITEM	NOMBRE	NOMBRE DEL PROPIETARIO	DIRECCIÓN	RUC
1	Negocios e Inversiones F. Chang E.I.R.L.	Felix Ser Hung Chang Apuy	Jr. Huancavelica N°. 239 Piura	20484287466
2	Comercializadora Viteri E.I.R.L.	Martha Melissa Viteri Vilchez	Calle Loreto N°. 562 Piura	20530066470
3	Librería Bazar Del Pacífico	Ángel Kam Cruz	Calle Arequipa 702 Piura	10035793521

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Fernando Suárez Carrasco....., identificado con
DNI. 072616133.....MAGÍSTER EN Administración.....

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación

El instrumento de recolección de datos:..... Constancia.....

elaborado por **Carmen Cecilia Suárez Herrera**, a los efectos de su aplicación
a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de
investigación: " **CARACTERIZACIÓN DEL CAPITAL HUMANO Y LA
COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE COMERCIALES, RUBRO
LIBRERÍAS DE PIURA CENTRO, AÑO 2018**", que se encuentra
realizando.

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

Piura, 03 de marzo.....del 2018.


Dr. Fernando Suárez Carrasco Dr.
CIAD: 05461

¿Califique usted, la cualidad más importante, que es demostrada por los colaboradores que atienden en la librería?	X			X		X		X
Califique usted la importancia por la que concurre a la librería.	X			X		X		X
¿Qué criterios considera importante para medir si el colaborador está capacitado para su trabajo?	X			X		X		X
Califique usted el atributo que valora en los productos que ofrece la librería.	X			X		X		X
Indique usted la importancia de los atributos que ofrece el ambiente de la librería.	X			X		X		X
¿Cómo considera usted los precios que ofrece la librería?	X			X		X		X
¿Qué otros servicios complementarios le gustaría recibir?	X			X		X		X
¿Cuál es el motivo por el cual compra en ésta librería?	X			X		X		X


 El Fernando Saiz - Director
 CLAD: 0501

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo... *Carmen Cecilia Suárez Herrera* identificado con
DNI *018543* MAGÍSTER EN *ADM. y D.R. EM. PIURA*

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación

El instrumento de recolección de datos:.....

elaborado por **Carmen Cecilia Suárez Herrera**, a los efectos de su aplicación
a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de
investigación: “ **CARACTERIZACIÓN DEL CAPITAL HUMANO Y LA
COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE COMERCIALES, RUBRO
LIBRERÍAS DE PIURA CENTRO, AÑO 2018**”, que se encuentra
realizando.

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

Piura, *15 de Marzo*del 2018.


Lic. Adm. Carlos H. Canechito Vega
DNI: 7058

VALIDACIÓN

Ítems relacionados con VARIABLE: CAPITAL HUMANO Y 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()
¿Es importante que su jefe tome en cuenta sus ideas para la toma de decisiones?	/			/		/		/
¿Considera usted importante poner en práctica la creatividad de cada colaborador de la librería?	/			/		/		/
Se pueden incrementar fácilmente las ventas cuando el colaborador tiene la experiencia necesaria para atender a sus clientes?	/			/		/		/
¿Les aplican metas a cada colaborador en el cumplimiento de sus labores?	/			/		/		/
¿En qué temas lo han capacitado?	/			/		/		/
Cuando usted recibe capacitación permanente de los productos el porcentaje de errores en el proceso de atención al cliente disminuye?	/			/		/		/
¿Cada que tiempo ha recibido capacitación, en los últimos años?	/			/		/		/
¿Cuál de estos factores a su criterio influye en su desempeño laboral?	/			/		/		/
¿Qué factores cree usted que lo motivan a ser competitivo?	/			/		/		/
¿Qué tipos de incentivos aplica su jefe para superar sus metas?	/			/		/		/


 Lic. Adm. Carlos M. Ginechó Vega
 CLAD 2008

¿Califique usted, la cualidad más importante, que es demostrada por los colaboradores que atienden en la librería?	/			/		/	/
Califique usted la importancia por la que concurre a la librería.	/			/		/	/
¿Qué criterios considera importante para medir si el colaborador está capacitado para su trabajo?	/			/		/	/
Califique usted el atributo que valora en los productos que ofrece la librería.	/			/		/	/
Indique usted la importancia de los atributos que ofrece el ambiente de la librería	/			/		/	/
¿Cómo considera usted los precios que ofrece la librería?	/			/		/	/
¿Qué otros servicios complementarios le gustaría recibir?	/			/		/	/
¿Cuál es el motivo por el cual compra en ésta librería?	/			/		/	/


 Lic. Adm. Carlos M. Ginechillo Veg.
 CLAD. 0888

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, MAURICIO GERMÁN PASCUAL HERRERA.....identificado con
DNI. 02659237..MAGÍSTER EN CIENCIAS POLÍTICAS - FISCALIDAD DE APLICACIÓN.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación

El instrumento de recolección de datos:..... CUESTIONARIO.....

elaborado por **Carmen Cecilia Suárez Herrera**, a los efectos de su aplicación
a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de
investigación: “ **CARACTERIZACIÓN DEL CAPITAL HUMANO Y LA
COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE COMERCIALES, RUBRO
LIBRERÍAS DE PIURA CENTRO, AÑO 2018**”, que se encuentra
realizando.

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

Piura, 03 DE Mayo.....del 2018.

Mg. Lic. Adm. Manuel G. Mayra Hinojosa
C.I.A.C. 05902

VALIDACIÓN

Ítems relacionados con VARIABLE: CAPITAL HUMANO Y 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()
¿Es importante que su jefe tome en cuenta sus ideas para la toma de decisiones?	X			X		X		X
¿Considera usted importante poner en práctica la creatividad de cada colaborador de la librería?	X			X		X		X
Se pueden incrementar fácilmente las ventas cuando el colaborador tiene la experiencia necesaria para atender a sus clientes?	X			X		X		X
¿Les aplican metas a cada colaborador en el cumplimiento de sus labores?	X			X		X		X
¿En qué temas lo han capacitado?	X			X		X		X
Cuando usted recibe capacitación permanente de los productos el porcentaje de errores en el proceso de atención al cliente disminuye?	X			X		X		X
¿Cada que tiempo ha recibido capacitación, en los últimos años?	X			X		X		X
¿Cuál de estos factores a su criterio influye en su desempeño laboral?	X			X		X		X
¿Qué factores cree usted que lo motivan a ser competitivo?	X			X		X		X
¿Qué tipos de incentivos aplica su jefe para superar sus metas?	X			X		X		X



Dg. Lic. Adm. Rosal G. Mero Huatza
CLAC UCRUZ

¿Califique usted, la cualidad más importante, que es demostrada por los colaboradores que atienden en la librería?	X			X		X		X
Califique usted la importancia por la que concurre a la librería.	X			X		X		X
¿Qué criterios considera importante para medir si el colaborador está capacitado para su trabajo?	X			X		X		X
Califique usted el atributo que valora en los productos que ofrece la librería.	X			X		X		X
Indique usted la importancia de los atributos que ofrece el ambiente de la librería	X			X		X		X
¿Cómo considera usted los precios que ofrece la librería?	X			X		X		X
¿Qué otros servicios complementarios le gustaría recibir?	X			X		X		X
¿Cuál es el motivo por el cual compra en ésta librería?	X			X		X		X


 Mg. Lic. Adm. María G. Ulloa-Hinojosa
 CLAD 15962

LIBRO DE CÓDIGO COLABORADORES

C o d i g o	CAPITAL HUMANO	MEDICIÓN	ENCUESTADOS															CONTEO	SUMATORIA	PORCENTAJE	TOTAL
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15				
Pregunta																					
1	¿Es importante que su jefe tome en cuenta sus ideas para la toma de decisiones?	a) Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	15	100%	100%
		b) No																0		0%	
2	¿Es importante poner en práctica la creatividad de cada colaborador de la librería?	a) Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	15	100%	100%	
		b) No																	0		0%
3	Se pueden incrementar fácilmente las ventas cuando el colaborador tiene experiencia?	a) Deacuerdo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	15	60%	100%	
		b) Totalmente deacuerdo				2	2				2	2			2	2	6		40%		
4	Les aplican metas a cada uno en el cumplimiento de sus labores?	a) Si	1	1	1	1				1			1	1	1	1	8	15	53%	100%	
		b) No					2	2	2	2			2	2		2	7		47%		
5	¿En qué temas lo han capacitado?	a)Marketing empresarial		1	1	1											3	15	20%	100%	
		b) Atención al cliente	2			2	2			2			2	2			6		40%		
		c)Calidad del servicio						3				3			3		3		20%		
		d)Productos nuevos							4	4			4				3		20%		
6	Cuando usted recibe capacitación permanente de los productos el porcentaje de errores en el proceso de atención al cliente disminuye?	a)Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	15	67%	100%		
		b)No								2					2	2		3		20%	
		c)No siempre						3					3					2		13%	
7	¿Cada que tiempo ha recibido capacitación, en los últimos años?	a)Semanal		1	1	1	1									4	15	27%	100%		
		b)Mensual				2	2											2		13%	
		c)Anual	3						3	3	3	3	3	3	3	3		9		60%	
8	¿Cuál de estos factores a su criterio influye en su desempeño laboral? Motivación Personal	a)Motivación Personal		1				1			1			1	1	5	15	33%	100%		
		b)Trabajo en equipo	2							2					2			3		20%	
		c)Capacitación			3	3	3	3	3			3	3					7		47%	
9	¿Qué factores cree usted que lo motivan a ser competitivo?	a)Alta oferta laboral:	1	1	1		1	1	1	1			1	1	1	10	15	67%	100%		
		b)La rivalidad				2	2	2				2	2					5		33%	
10	¿Que tipos de incentivos les aplican para superar sus metas?	a)Incentivos monetarios	1	1												2	15	13%	100%		
		b)Regalos																0		0%	
		c)Reconocimiento				3	3	3	3			3	3	3	3	3		9		60%	
		d)Formación académica			4				4	4	4							4		27%	

LIBRO DE CÓDIGOS CLIENTES

C o	COMPETITIVIDAD Pregunta	Alternativas	Encuestados																														TOTAL				
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30					
1	¿Califique usted, el atributo más importante, que es demostrado por los colaboradores que atienden en las librerías?	a) Rapidez	1				1										1			1				1												8	
		b) Empatía		2		2				2	2		2	2		2				2				2			2				2					12	
		c) Respeto			3				3						3		3					3	3			3				3		3				10	
		d) Honestidad																																			0
		e) Proactivo																																			0
2	¿Califique usted la importancia por la que concurre a la librería?	a) Por buena ubicación																1				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10		
		b) Por cercanía																		2																1	
		c) Por ser acogedora																		3												3	3	3		4	
		d) Por seguridad	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4																			15	
3	¿Qué criterio considera importante para medir si el colaborador está capacitado para su trabajo?	a) Nivel de preparación	1	1	1	1							1	1			1	1	1	1													1	1	12		
		b) Competencia					2	2		2	2			2							2	2			2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		15	
		c) Habilidad																																			0
		d) Atención de calidad								4									4																		3
4	Califique usted el atributo que valora en los productos que ofrece la librería.	a) Calidad	1					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	25		
		b) Variedad		2	2	2	2																													4	
		c) Atención	1																																	1	
5	Indique usted la importancia de atributos que ofrece la librería	a) Equipos tecnológicos																																	0		
		b) Productos visibles	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	30		
		c) Ambiente cómodo																																			0
6	Cómo considera usted los precios que ofrece la librería?	a) Altos																																	8		
		b) Medios	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22		
		c) Bajos																																			0
		d) Accesible																																			0
7	¿Qué otros servicios complementarios le gustaría recibir?	a) Delivery	1													1	1	1	1				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16		
		b) Descuentos		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2						2	2														14	
		c) Promociones																																			0
8	¿Cuál es el motivo por el cual compra en ésta librería?	a) Variedad de productos									1	1						1						1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13		
		b) Precio																																		0	
		c) Ambiente acogedor	3	3	3									3	3						3	3	3	3												9	
		d) Personal calificado				4	4	4	4	4					4	4			4																		8

C o d	COMPETITIVIDAD	Alternativas	Encuestados																												TOTAL			
	Pregunta		31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58		59	60	
1	¿Califique usted, el atributo más importante, que es demostrado por los colaboradores que atienden en las librerías?	a) Rapidez		1					1					1			1															1	7	
		b) Empatía	2			2		2			2		2				2			2		2	2			2	2			2	2		13	
		c) Respeto			3		3				3		3			3					3					3					3			9
		d) Honestidad																		4														1
		e) Proactivo																																
2	¿Califique usted la importancia por la que concurre a la librería?	a) Por buena ubicación				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		25	
		b) Por cercanía																														2		1
		c) Por ser acogedora	3	3	3								1																					4
		d) Por seguridad																																0
3	¿Qué criterio considera importante para medir si el colaborador está capacitado para su trabajo?	a) Nivel de preparación	1	1	1	1	1												1	1	1	1	1	1	1	1	1					14		
		b) Competencia						2	2		2	2	2				2	2												2	2	2	10	
		c) Habilidad																																0
		d) Atención de calidad									4			4	4	4													4	4				6
4	Califique usted el atributo que valora en los productos que ofrece la librería.	a) Calidad																		1					1	1	1					7		
		b) Variedad	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		23	
		c) Atención																																0
5	Importancia de atributos que ofrece la librería	a) Equipos tecnológicos																															0	
		b) Productos visibles	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	30	
		c) Ambiente cómodo																																0
6	Expectativas de los precios	a) Altos				1	1	1	1	1	1	1			1	1	1																11	
		b) Medios	2	2	2									2	2				2	2	2	2						2					10	
		c) Bajos																																0
		d) Accesible																						4	4	4	4		4	4	4	4	4	9
7	¿Qué otros servicios complementarios le gustaría recibir?	a) Delivery																															0	
		b) Descuentos																			2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	12	
		c) Promociones	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3															18
8	¿Cuál es el motivo por el cual compra en ésta librería?	a) Variedad de productos	1	1							1	1	1	1	1	1	1	1	1	1								1	1	1	1	1	19	
		b) Precio																																0
		c) Ambiente acogedor				3	3	3	3	3	3													3	3	3	3	3						11
		d) Personal calificado																																0

C o	COMPETITIVIDAD		Encuestados																												TOTAL				
	Pregunta	Alternativas	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88		89	90		
1	¿Califique usted, el atributo más importante, que es demostrado por los colaboradores que atienden en las librerías?	a) Rapidez				1					1			1			1		1	1	1	1	1				1		1	1	1			13	
		b) Empatía		2	2			2	2	2						2		2								2	2								9
		c) Respeto	3									3													3								3		4
		d) Honestidad					4						4		4																				3
		e) Proactivo																												5					
2	¿Califique usted la importancia por la que concurre a la librería?	a) Por buena ubicación																																0	
		b) Por cercanía	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2									22	
		c) Por ser acogedora																									3	3	3	3	3	3	3	3	7
		d) Por seguridad																																	0
3	¿Qué criterio considera importante para medir si el colaborador está capacitado para su trabajo?	a) Nivel de preparación						1	1	1	1																							4	
		b) Competencia	2	2	2	2	2						2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		2	2	2	2	2		2		19	
		c) Habilidad																																	
		d) Atención de calidad										4											4	4	4	4					4	4			7
4	Califique usted el atributo que valora en los productos que ofrece la librería.	a) Calidad	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1															1	1		16	
		b) Variedad																2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2			14	
		c) Atención																																	0
5	Importancia de atributos que ofrece la librería	a) Equipos tecnológicos																											1	1	1	1	1	5	
		b) Productos visibles	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2					25	
		c) Ambiente cómodo																																	0
6	Expectativas de los precios	a) Altos									1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	23	
		b) Medios	2	2	2	2	2	2	2																									7	
		c) Bajos																																	0
		d) Accesible																																	0
7	¿Qué otros servicios complementarios le gustaría recibir?	a) Delivery	1	1	1								1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22		
		b) Descuentos				2	2	2	2	2	2	2	2																						8
		c) Promociones																																	0
8	¿Cuál es el motivo por el cual compra en ésta librería?	a) Variedad de productos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1									1	1	1	1	1	1			21		
		b) Precio																																0	
		c) Ambiente acogedor																																	0
		d) Personal calificado																	4	4	4	4	4	4	4						4	4	4	9	

C o	COMPETITIVIDAD	Medición	Encuestados																				TOTAL													
	Pregunta		91	92	93	94	95	96	97	98	99	100	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110		111	112	113	114	115	116	117	118	119	120			
1	¿Califique usted, el atributo más importante, que es demostrado por los colaboradores que atienden en las librerías?	a) Rapidez		1			1			1			1			1			1			1			1										8	
		b) Empatía	2			2			2			2			2			2			2			2		2		2		2		2			11	
		c) Respeto			3			3			3			3			3			3			3		3		3		3		3		3			11
		d) Honestidad																																		0
		e) Proactivo																																		0
2	¿Califique usted la importancia por la que concurre a la librería?	a) Por buena ubicación																																	0	
		b) Por cercanía																																	0	
		c) Por ser acogedora	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
		d) Por seguridad																																		0
3	¿Qué criterio considera importante para medir si el colaborador está capacitado para su trabajo?	a) Nivel de preparación																																	0	
		b) Competencia	2	2	2	2	2	2																											6	
		c) Habilidad							3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	21	
		d) Atención de calidad																														4	4	4	3	
4	Califique usted el atributo que valora en los productos que ofrece la librería.	a) Calidad					1		1	1	1	1	1	1	1								1	1	1	1	1	1	1					14		
		b) Variedad	2	2	2	2	2		2								2																		7	
		c) Atención																3	3	3	3	3	3	3	3							3	3	3	9	
5	Importancia de atributos que ofrece la librería	a) Equipos tecnológicos	1																1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15		
		b) Productos visibles		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2																		15
		c) Ambiente cómodo																																		0
6	Expectativas de los precios	a) Altos	1	1	1	1	1	1																											6	
		b) Medios																																		0
		c) Bajos							3	3	3					3	3	3		3	3		3												9	
		d) Accesible										4	4	4	4				4			4		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	15
7	¿Qué otros servicios complementarios le gustaría recibir?	a) Delivery	1							1	1	1	1	1	1	1	1	1						1	1	1	1							14		
		b) Descuentos		2	2	2	2	2	2											2	2	2	2	2	2						2	2	2	2	16	
		c) Promociones																																		0
8	¿Cuál es el motivo por el cual compra en ésta librería?	a) Variedad de productos	1	1																														2		
		b) Precio			2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	28	
		c) Ambiente acogedor																																		0
		d) Personal calificado																																		0

RESÚMEN : LIBRO DE CÓDIGO DE CLIENTES

C o	COMPETITIVIDAD		Medición	0-30	31-60	61-90	91-120	121-150	TOTAL	TOTAL	%	TOTAL %
	Pregunta											
1	¿Califique usted, el atributo más importante, que es demostrado por los colaboradores que atienden en las librerías?	a) Rapidez	8	7	13	8	0	36	150	24	100%	
		b) Empatía	12	13	9	11	0	45		30		
		c) Respeto	10	9	4	11	26	60		40		
		d) Honestidad	0	1	3	0	2	6		4		
		e) Proactivo	0	0	1	0	2	3		2		
2	¿Califique usted la importancia por la que concurre a la librería?	a) Por buena ubicación	10	26	0	0	0	36	150	24	100%	
		b) Por cercanía	1	1	22	0	0	24		16		
		c) Por ser acogedora	4	4	7	30	30	75		50		
		d) Por seguridad	15	0	0	0	0	15		10		
3	¿Qué criterio considera importante para medir si el colaborador está capacitado para su trabajo?	a) Nivel de preparación	12	14	4	0	0	30	150	20	100%	
		b) Competencia	15	10	19	6	0	50		33		
		c) Habilidad	0	0	0	21	24	45		30		
		d) Atención de calidad	3	6	7	3	6	25		17		
4	Califique usted el atributo que valora en los productos que ofrece la librería.	a) Calidad	25	7	16	14	4	66	150	44	100%	
		b) Variedad	4	23	14	7	0	48		32		
		c) Atención	1	0	0	9	26	36		24		
5	Importancia de atributos que ofrece la librería	a) Equipos tecnológicos	0	0	5	15	10	30	150	20	100%	
		b) Productos visibles	30	30	25	15	0	100		67		
		c) Ambiente cómodo	0	0	0	0	20	20		13		
6	Expectativas de los precios	a) Altos	8	11	23	6	0	48	150	32	100%	
		b) Medios	22	10	7	0	0	39		26		
		c) Bajos	0	0	0	9	0	9		6		
		d) Accesible	0	9	0	15	30	54		36		
7	¿Qué otros servicios complementarios le gustaría recibir?	a) Delivery	0	0	22	14	0	36	150	24	100%	
		b) Descuentos	14	12	8	16	16	66		44		
		c) Promociones	0	18	0	0	30	48		32		
8	¿Cuál es el motivo por el cual compra en ésta librería?	a) Variedad de productos	13	19	21	2	0	55	150	37	100%	
		b) Precio	0	0	0	28	17	45		30		
		c) Ambiente acogedor	9	11	0	0	0	20		13		
		d) Personal calificado	8	0	9	0	0	30		20		

TURNITIN

Acerca de esta página
Esta es la bandeja de entrada de ejercicios. Para ver un trabajo, haga clic en el título del trabajo. Para ver un Reporte de Similitud, seleccione el icono de Reporte de Similitud del trabajo en la columna de similitud. Un icono atenuado indicará que el Reporte de Similitud no se ha generado todavía.

MARCO TEORICO

BANDEJA DE ENTRADA | ESTÁS VIENDO: TRABAJOS NUEVOS ▾

Entregar archivo Informe de calificación en línea | Editar la configuración del ejercicio | Correo electrónico sin remitentes

<input type="checkbox"/>	AUTOR	TITULO	SIMILITUD	NOVA	RESPUESTA	ARCHIVO	Nº DEL TRABAJO	FECHA
<input type="checkbox"/>	Rosmary Chumacero Ho...	CHUMACERO HOLGUIN ROSMERY	0%			*		902632689 14-ene.-2018
<input type="checkbox"/>	Jean Rivas Jean Riva...	jean rivas	0%			*		932141040 18-mar.-2018
<input type="checkbox"/>	Katherine Cordova Ka...	katherine cordova	0%			*		931817115 17-mar.-2018
<input type="checkbox"/>	Leslie Garrido Lesli...	leslie garrido	0%			*		931816862 17-mar.-2018
<input type="checkbox"/>	Medina Vargas Medina...	medina vargas	0%			*		931793835 17-mar.-2018
<input type="checkbox"/>	Gladys Martinez More...	gladys martinez more	4%			*		931817281 17-mar.-2018
<input type="checkbox"/>	Martin Silva	martin silva zatan	5%			*		931813872 17-mar.-2018
<input type="checkbox"/>	Yahaira Bancos Bancos...	yahaira bancos	8%			*		931793245 17-mar.-2018
<input type="checkbox"/>	Cruz María Cordova C...	cruz maria cordova	10%			*		932932944 19-mar.-2018
<input type="checkbox"/>	Eliana Pilar Orihuel...	ELIANA PILAR ORIHUELA APONTE	10%			*		932913345 19-mar.-2018
<input type="checkbox"/>	Karina Saba Chulle7 ...	karina saba chulle7	10%			*		936322632 23-mar.-2018
<input type="checkbox"/>	Karla Aldana Huaman ...	karla aldana huaman	10%			*		931988782 18-mar.-2018
<input type="checkbox"/>	Isolina Ramirez Isol...	isolina ramirez	11%			*		932912072 19-mar.-2018
<input type="checkbox"/>	Isabel Jimenez River...	isabel jimenez rivera	12%			*		931988974 18-mar.-2018
<input type="checkbox"/>	Fior Correa	fior correa	13%			*		931813589 17-mar.-2018
<input type="checkbox"/>	Mayra Gomez Moran	GOMEZ MORAN	13%			*		901843230 11-ene.-2018
<input type="checkbox"/>	Edith Sandra Palomin...	edith sandra palomino chambi	14%			*		931989237 18-mar.-2018
<input type="checkbox"/>	Carmen Cecilia Suáre...	CARMEN CECILIA SUÁREZ HERRERA 6	25%			*		936283146 23-mar.-2018

08:18 p.m. 23/03/2018