



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE TALENTO HUMANO Y COMPETITIVIDAD
COMERCIAL EN LAS ARTESANÍAS DE CERAMICA DEL
DISTRITO DE QUINUA, AYACUCHO 2016 – 2017.

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

ELABORADO POR:
Bach. MALLCCO GARCIA, Abel Félix.

ASESOR:
Dr. FLORES AYALA, ADALBERTO PROSPERO

AYACUCHO – PERÚ
2017

HOJA DE FIRMA DEL JURADO

JURADO 01 PRESIDENTE

Dra. CARMEN ROSA ZENOZAI CORDERO DE MURILLO

JURADO 02 SECRETARIA

Mgtr. JUDIHT BERROCAL CHILCCE

JURADO 03 MIEMBRO

Mgtr. WILBER QUISPE MEDINA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres porque ellos estuvieron en los días más difíciles de mi vida como estudiante.

Quiero agradecer a todos mis profesores porque ellos me enseñaron a valorar los estudios y a superarme cada día,

A Dios por darme salud, fortaleza e inteligencia para lograr mis metas.

Estoy seguro que mis metas planteadas serán alcanzadas y por ende me debo esforzar cada día para ser una mejor persona cada día sin olvidar mis raíces y el respeto a los demás.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios, mis padres, esposa e hijo.

Porque él ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres, quienes a lo largo de mis estudios se preocuparon y colaboraron por mi bienestar y educación siendo un apoyo incondicional en todo momento.

A mi esposa Elizabeth e hijo Jesús porque ellos me brindan su amor y su protección así también son el sustento emocional que siempre están a mi lado.

Ellos son mi norte y fuerzas para seguir adelante con todos mis proyectos.

Los amo con mi vida.

A mis Padres, Hermanos y Hermanas, por brindarme su apoyo y creer en mí.

RESUMEN

En los últimos años estas MYPES se han deteriorado cada vez más y, entre los principales problemas es el desacierto en la gestión del talento humano y consecuentemente el bajo nivel de competitividad comercial que estas micro empresas poseen.

Así mismo el trabajo realizado contribuirá a explicar la importancia del que representa un sistema de Gestión de talento humano para las MYPES artesanas de cerámicas en el distrito de Quinua – Ayacucho, para una posterior formación y usarlo como modelo estratégico de la competitividad comercial de estas empresas quienes están dedicadas a la Cerámica.

El material utilizado es básicamente la encuesta aplicada a trabajadores y Administrativos, cuyos resultados han sido procesados mediante el Microsoft Excel, de esta manera establecer si los datos se adecuaban a las técnicas estadísticas que tienen como objetivo comprobar hipótesis o relaciones causales, para cumplir con los objetivos establecidos en el presente trabajo.

Los resultados, han permitido concluir que efectivamente un sistema de gestión estratégica de talento humano influye significativamente en la competitividad comercial; igualmente, se ha demostrado que, los métodos tradicionales de trabajo inciden en la calidad del producto; y la adecuada organización de equipos de ventas contribuye considerablemente en las estrategias de negocios de las MYPES artesanas de cerámica del distrito de Quinua.

Palabras claves: *Competitividad comercial, Talento humano y Mypes.*

ABSTRAC

In recent years, these MYPES have deteriorated more and more, and among the main problems is the failure in the management of human talent and consequently the low level of commercial competitiveness that these micro businesses have.

Likewise, the work carried out will contribute to explain the importance of a system of Management of human talent for artisan MYPES of ceramics in the Quinoa - Ayacucho district, for a later training and use it as a strategic model of the commercial competitiveness of these companies who are dedicated to Ceramics.

The material used is basically the survey applied to workers and Administratives, whose results have been processed through Microsoft Excel, in this way to establish if the data were adapted to statistical techniques that aim to verify hypotheses or causal relationships, to comply with the objectives established in the present work.

The results have allowed us to conclude that a strategic human talent management system has a significant influence on commercial competitiveness; similarly, it has been shown that traditional work methods affect the quality of the product; and the adequate organization of sales teams contributes considerably to the business strategies of ceramic craft MYPES in the district of Quinoa.

Keywords: Commercial Competitiveness, Human Talent and Mypes.

CONTENIDO

HOJA DE FIRMA DEL JURADO	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	v
ABSTRAC	vi
INDICE DE GRÁFICOS.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISION DE LITERATURA.....	13
2.2. BASE TEORICA.....	17
2.3. MARCO CONCEPTUAL.....	25
III. FORMULACION DE HIPÓTESIS	32
3.1. Hipótesis general.....	32
3.2. Hipótesis específicas	32
IV. METODOLOGIA	33
4.1. Tipo y nivel de investigación.....	33
4.2. Diseño de la investigación.....	33
4.3. Población y muestra	33
4.4. Definición y operacionalización de variables.....	34
4.5. Técnicas e instrumentos	35
4.6. Plan de análisis.....	35
4.7. Matriz de Consistencia	36
4.8. Principios éticos del informe.	37
V. RESULTADOS:.....	37
Contrastación de Hipótesis	67
Análisis de resultados	67
VI. CONCLUSIONES.....	72
Recomendaciones.....	74
Referencia Bibliográfica.....	75
ANEXOS	78

INDICE DE TABLAS

TABLA 1.....	38
TABLA 2.....	39
TABLA 3.....	40
TABLA 4.....	41
TABLA 5.....	42
TABLA 6.....	43
TABLA 7.....	44
TABLA 8.....	46
TABLA 9.....	47
TABLA 10.....	48
TABLA 11.....	49
TABLA 12.....	50
TABLA 13.....	52
TABLA 14.....	53
TABLA 15.....	54
TABLA 16.....	55
TABLA 17.....	56
TABLA 18.....	58
TABLA 19.....	59
TABLA 20.....	60
TABLA 21.....	61
TABLA 22.....	62
TABLA 23.....	63

TABLA 24.....	65
---------------	----

INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1.....	38
GRÁFICO 2.....	39
GRÁFICO 3.....	40
GRÁFICO 4.....	42
GRÁFICO 5.....	43
GRÁFICO 6.....	44
GRÁFICO 7.....	45
GRÁFICO 8.....	46
GRÁFICO 9.....	47
GRÁFICO 10.....	48
GRÁFICO 11.....	49
GRÁFICO 12.....	51
GRÁFICO 13.....	52
GRÁFICO 14.....	53
GRÁFICO 15.....	54
GRÁFICO 16.....	55
GRÁFICO 17.....	57
GRÁFICO 18.....	58
GRÁFICO 19.....	59
GRÁFICO 20.....	60
GRÁFICO 21.....	61
GRÁFICO 22.....	62
GRÁFICO 23.....	64

GRÁFICO 24.....	65
------------------------	-----------

I. INTRODUCCIÓN

En tiempos actuales, el conocimiento que poseen las personas que laboran en las organizaciones lo constituyen ellos por ello, el capital humano es el activo más valioso que poseen dichas Mypes, enfatizándose por sobre los demás activos que estas puedan poseer.

Esta diferencia se debe entender como la competitividad comercial, y está constituido básicamente por los conocimientos, habilidades y otras experiencias de las personas, la importancia y la tarea de hacer los esfuerzos para mejorarlos está basada en lo mencionado anteriormente.

los talentos, están basadas en características personales, capacidad de desempeño en el trabajo, movilización de atributos necesarios, aptitudes, actitudes, valores, habilidades, destrezas, facultad de toma de decisiones y comunicación eficaz, no sólo en lo que la persona sabe y puede hacer sino de lo que se puede hacer para lograr una competitividad comercial de acuerdo a las exigencias.

En esta premisa, y en lo que sigue, esta investigación intenta contribuir a aclarar el potencial que representa una correcta gestión del talento humano para las empresas de artesanías de Cerámica del distrito de Quinua - Ayacucho, para una eventual creación y posterior aplicación en las estrategias, políticas y progresivo desarrollo de las personas.

El **problema** consiste en responder: **¿Cómo influye un sistema de gestión de talento humano en la competitividad comercial en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua - Ayacucho?**, ¿Qué efecto genera los métodos tradicionales de trabajo en la calidad del producto en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua - Ayacucho? ¿Cuáles son las consecuencias de la falta de organización de equipos de venta en las

estrategias de negocio de las artesanías de cerámica del distrito de Quinua - Ayacucho?
Y ¿Cómo influyen las prácticas de valores en las ventajas competitivas en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho? Siendo el propósito determinar la influencia de un sistema de gestión estratégica de talento humano en la competitividad comercial en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua - Ayacucho.

Finalmente, los resultados y el análisis de las hipótesis en el trabajo operacional, el diseño estadístico, la estrategia de la prueba de hipótesis y el proceso de contraste de las hipótesis. Asimismo, el trabajo contiene las conclusiones, recomendaciones y el aporte científico del investigador, así como las referencias bibliográficas y los anexos, respectivamente.

CARACTERIZACIÓN DEL PROBLEMA

Explicación del porqué de la elección del problema de investigación.

Las MYPES dedicadas a las artesanías de cerámica en el distrito de Quinua - Ayacucho sufren una serie de problemas para lograr metas y objetivos establecidos, entre ellas saltan a la vista los bajos niveles de producción, la desorganización en los grupos de trabajo, deficientes sistemas de reclutamiento del personal, falta de motivación para el cambio y desarrollo de experiencias, comportamientos inadecuados, cualidades negativas e incorrecta calificación de los trabajadores, con resultados dañinos en la competitividad comercial, entre otros, debido a la asignación de funciones sin ningún criterio profesional, Por tanto, administrativamente son censuradas, cuestionadas y observadas.

Los problemas están definidos en dos argumentos; primero, estas instituciones enfrentan dificultades para organizar el esfuerzo de los empleados y lograr resultados, a través de una gestión de talento humano como estrategia gerencial para asegurar el logro de los objetivos establecidos con innovación, creatividad, calidad, oportunidad, costos óptimos y mejoramiento continuo. Segundo, como cualquier organización estas instituciones, tienen un conjunto de proyectos que se realizan sin un sistema adecuado, de ese conjunto de proyectos que se realizan sin un sistema adecuado se manifiesta en deficientes niveles de competitividad comercial, como consecuencia.

DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

Las dificultades se encuentran en los bajos niveles de competitividad comercial que existen en las mencionadas instituciones por la carencia de una gestión de talento humano. La apreciación del problema está contenida de la siguiente manera:

- Es clara la equivocada relación entre los programas de capacitación y las necesidades de estos organismos, debido a que el sistema académico valora en mayor medida únicamente el conocimiento adquirido mediante la formación profesional.
- Se prioriza, para aceptar al colaborador, como competente sólo a partir de la función que nace del mercado laboral, dejándolo de lado como persona, sean estas emociones, valores, objetivos y posibilidades íntimas propias.
- La evaluación de la competitividad se valora al final del proceso laboral y no en el estado necesario y conforme a las acciones que desempeñan;
- Se destierra la efectiva participación en los programas de capacitación orientados a potenciar sus competencias, como en la definición de contenidos y en el análisis de los problemas existentes para los resultados de su labor;
- Las instituciones no identifican menos estudian sus dificultades y oportunidades para crear un ambiente de motivación y clima organizacional adecuados que permita un proceso de aprendizaje permanente en un ambiente de relaciones humanas apropiadas;

En el segundo argumento del problema, como resultado del primero, se señala que:

- En ninguna de las instituciones se aprecia estrategias que permitan mejorar la competitividad comercial;
- Las instituciones no distinguen trabajadores con capacidad de desempeño eficiente, de aquellos que poseen solamente conocimientos obtenidos académicamente;
- Los trabajadores desconocen o tienen dificultades de identificación y aplicación de los factores de competitividad comercial; además la implicancia de movilizar conocimientos, habilidades, destrezas y comprensión necesarias para lograr los objetivos;
- Dificultad para que dos (02) o más trabajadores complementen habilidades y trabajen juntos en un proyecto, comprometidos en un propósito común y con una responsabilidad de realizar tareas que contribuyan a la consecución de los objetivos.
- Quienes integran la directiva de las empresas se abstienen de coordinar y resolver situaciones problemáticas con referencia a la competitividad comercial de la empresa.
- No hay equipos de venta multidisciplinarios y eficaces, que promuevan mejora, de las estrategias de ventas y procedimientos, producción, prestación de servicios o generar la imaginación creativa y la capacidad inventiva para mejorar esta situación.

ENUNCIADO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Problema principal

¿Cómo influye un sistema de gestión de talento humano en la competitividad empresarial en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua - Ayacucho?

Problemas secundarios

¿Qué efecto genera los métodos tradicionales de trabajo en la calidad del producto en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua - Ayacucho?

¿Cuáles son las consecuencias de la falta de organización de equipos de venta en las estrategias de negocio de las artesanías de cerámica del distrito de Quinua - Ayacucho?

¿Cómo influyen las prácticas de valores en las ventajas competitivas en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua - Ayacucho?

IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

Al identificar los factores que impiden el desarrollo de competencias laborales y determinar su incidencia en la competitividad comercial en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho será posible propiciar un modelo de talento humano, así como estrategias para mejorar la competitividad comercial sobre la base de la organización de equipos de trabajo en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho.

La crisis de la incompetencia laboral generalizada en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho, es motivo de seria preocupación, entonces es posible encaminar soluciones técnicas a través de la implementación de métodos y formas de

trabajo creativas para alcanzar una eficiente competitividad comercial de estas Mypes.

Teniendo en cuenta los resultados del presente trabajo, es posible implementar la organización de equipos de trabajo que facilitará la solución de problemas, la mejora continua y el óptimo aprovechamiento del talento de los trabajadores a través del desarrollo de sus competencias.

Justificación y criterios para evaluar el valor potencial de la investigación

El presente proyecto de investigación se justifica sobre la base de los siguientes argumentos:

- No existe estudio alguno sobre la gestión de competencias laborales en las MYPES dedicados a las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho y su repercusión en el desempeño laboral, por lo que es fundamental su estudio para impulsar la eficacia administrativa en estas instituciones, que son cada vez vistos como deficientes.
- El resultado de esta investigación se publicará para el conocimiento de estas instituciones, para que a partir de las conclusiones y del planteamiento de estrategias básicas de gestión de talento humano y su implicancia en competitividad comercial de las mismas, determinen lineamientos de política y estrategias de gestión de personas.
- Es un principio elemental contribuir con el desarrollo de la región y del país, no queda más que realizar investigaciones, sea en el campo productivo, servicios, desarrollo de potencial humano, medio ambiente, gestión de negocios, entre otros. En consecuencia, la presente investigación busca generar el cambio en las MYPES dedicadas a las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho.

CONVENIENCIA

Es conveniente mejorar los desempeños laborales en las en las Mypes dedicadas a las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho, con la finalidad que cumplan el rol que les corresponde en la comunidad, entonces es preciso planear soluciones a través de una gestión de talento humano, enfocando los esfuerzos en la organización del trabajo, desechando las formas tradicionales de trabajo; nuestras instituciones deben orientarse hacia la competitividad sostenible, por tanto conviene el mejoramiento continuo de la competitividad comercial de estas, a través de una gestión de talento humano.

RELEVANCIA SOCIAL.

Es relevante en las Mypes dedicadas a las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho los valores relacionados con: la adaptabilidad, la capacidad de trabajo en equipo, el conocimiento de nuevas formas de organización del trabajo, los cambios de actitudes en él y para el trabajo, la disponibilidad y la cultura organizativa de estas empresas, así como la interacción comunicativa entre los trabajadores.

En esta dimensión se involucran valores como: la capacidad de trabajo en equipo; el conocimiento de nuevas formas de organización del trabajo; los cambios de actitud; la disponibilidad; la cultura organizativa y la interacción comunicativa.

En términos de desempeño, la comunidad Quinuina deplora los deficientes niveles de competitividad comercial en las empresas dedicadas a la artesanía en cerámicas del distrito de Quinua, expresado en el incumplimiento de los plazos establecidos, los costos no son los óptimos, deficiente calidad y calidez en las atenciones.

Entonces, la relevancia social es revertir esta realidad problemática que aqueja a la colectividad Quinuina, implantando una cultura de mejora continua en la competitividad comercial de dichas empresas y desarrollo de las instituciones; se debe propiciar la aceptación ciudadana, para ello deben cumplir la función que les corresponde con eficiencia, eficacia y economía, mediante una gestión del talento humano para garantizar el buen desempeño de la fuerza laboral existente.

IMPLICACIONES PRÁCTICAS

La gestión de talento humano es una propuesta estratégica que permitirá operacionalizar en los hechos la tarea administrativa, optimizando el esfuerzo humano, propiciando la capacidad innovadora e inventiva con un alto grado de cultura orientado al cambio y eficaz servicio; las formas modernas de organización del trabajo, esto es, el trabajo en equipo, la mejora de las habilidades, actitudes, valores y conocimientos prácticos para mejorar la competitividad comercial, a través del desarrollo de los talentos ; el modelo de talento humano necesita concientizar e interiorizar a los involucrados en un compromiso de cambio y mejora continua.

UTILIDAD METODOLÓGICA

Las Mypes dedicadas a las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho enfrentan problemas como la deficiente metodología de trabajo que repercute en la deficiente competitividad comercial, En consecuencia, un esquema de talento humano, primero que defina la visión de la organización: hacia dónde vamos; los objetivos y la misión: qué hacemos; y a partir de la conducción de la organización, con su participación e involucramiento, decidir cómo lo haremos, es ineludible.

Se definen los criterios, se identifica una muestra, se recoge información, luego se especifica tareas y los requerimientos de competencias, se valida el modelo de competencias; cuyas aplicaciones facilita los procesos técnicos de selección, entrenamiento, capacitación, desarrollo, evaluación de desempeño, planes de procesos y remuneraciones.

VIABILIDAD

Implementar e implantar una gestión de talento humano en las Mypes dedicadas a las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho es viable y factible, porque en definitiva constituye una herramienta estratégica para mejorar la competitividad comercial. Si una persona tiene capacidades naturales estas pueden ser potenciadas o anuladas, según sus conductas. La capacidad para el trabajo o para resolver problemas es la capacidad de usar un razonamiento discrecional en la toma de decisiones que hace posible alcanzar los resultados (realizar tarea). La motivación humana es la base sobre la que se desarrolla la gestión de talento humano. Es viable a partir de la puesta en práctica de la motivación, este método lleva a entender un motivo como el interés recurrente para el logro de un objetivo basado en un incentivo natural; un interés que energiza, orienta y selecciona el comportamiento.

En consecuencia, en los complejos escenarios del mundo laboral es factible el modelo de talento humano, que viabiliza:

- Identificar las características y las capacidades personales necesarias para enfrentar adecuadamente el actual contexto siempre más complejo y desafiante;

- Planificar las organizaciones y el potencial humano para satisfacer la necesidad de las las Mypes dedicadas a las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho y de los individuos que en ella trabajan; y,
- Adoptar sistemas de gestión y evaluación que contemplen valorar y premiar de un modo coherente a las personas.
- Es viable operativamente con el compromiso y la motivación de sus directivos y participación plena y conjunta de los trabajadores.

CONSECUENCIAS

Que en el mercado laboral no se busque sólo un título sino habilidades y actitudes como son: la innovación, integración, compromiso, entusiasmo, voluntad, trabajo en equipo, comunicación y liderazgo. La preferencia de seleccionar a titulados por su perfil en competencias, detectando las habilidades sociales necesarias, el nivel de tolerancia al estrés, la ambición por la consecución del logro, la empatía y la capacidad de trabajo en equipo. El énfasis en el incremento de la calidad de la producción.

ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN

Todas las MYPES dedicadas al rubro de las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho que se encuentran operando en el distrito de Quinua, así como personal Administrativo y trabajador en general.

DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Delimitación espacial

La investigación se realizará geográficamente en el distrito de Quinua, Mypes dedicadas a las artesanías de cerámica.

Delimitación temporal

El período comprendido de la investigación corresponde a los años 2016 - 2017.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general

Determinar la influencia de un sistema de gestión de talento humano en la competitividad empresarial en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho.

Objetivos específicos

Evaluar la incidencia de los métodos tradicionales de trabajo en la calidad del producto en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho.

Analizar las consecuencias de la falta de organización de equipos de trabajo en las estrategias de negocio de las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho.

Describir la influencia de las prácticas de valores en las ventajas competitivas de las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho.

II. REVISION DE LITERATURA

a. Antecedentes teóricos de la investigación

(Sonia, 2016, pág. 144) Tesis “factores de producción y comercialización que limitan la competitividad de la cerámica del distrito de Quinua-2015” cuyas conclusiones fueron las siguientes.

1. Se encontró que el bajo nivel de competitividad es consecuencia de las deficiencias en el proceso de producción de la cerámica en las distintas etapas o fases de la cadena de valor, más aún el reconocimiento de estas fases, que implica ingresos bajos por esta actividad y la imposibilidad de que obtengan alta calidad del producto, a precios competitivos en el mercado de este sector.

2. Los equipos y herramientas con que cuentan los ceramistas, son en su mayoría tradicional y rústico, lo que genera un alto costo debido al tiempo que emplean durante el proceso de producción, así mismo la baja capacidad para producir cerámicas con calidad no permiten adecuarse a los estándares de calidad en mercados de E.E.U.U. y Europa.

(Muñoz, 2010) El ganador del premio Nobel Gary S. Becker, 1992 por su empeño en trabajar acerca del concepto de capital humano, en su estudio logró extender el dominio del análisis microeconómico a un amplio rango de comportamiento e interacción humano, incluyendo a aquellos que no tiene relación con el mercado. Becker, comenzó a estudiar las sociedades del conocimiento y concluyó con su estudio que el mayor énfasis es el capital humano que estas poseían el conocimiento y las habilidades que forman parte de las personas, su salud y la calidad de sus hábitos de trabajo, y como también se define al capital humano como importante para la

productividad de las economías modernas ya que esta productividad se basa en la creación, difusión y utilización del saber. El conocimiento se crea en las empresas, los laboratorios y las universidades, pero estos se difunden mediante los puestos de trabajo y es utilizado para producir bienes y servicios. Si bien antes se consideraba que la prioridad era el desarrollo económico y que luego vendría todo lo demás; educación, vivienda y salud hoy es completamente diferente ya que la vinculación entre educación y progreso económico es esencial. La importancia creciente del capital humano que puede verse desde las experiencias de los trabajadores en las economías modernas que carecen de suficiente educación y formación en el puesto de trabajo.

El concepto de capital humano aumenta en la capacidad de la producción del trabajo alcanzando mejoras en las capacidades de los trabajadores. Estas capacidades realizadas se adquieren con el entrenamiento, la educación y la experiencia, de ahí que la gestión de talentos sea considerada como una herramienta estratégica indispensable para enfrentar los nuevos desafíos que impone el medio, hasta el siglo XIX, la inversión sistemática en capital humano no era importante para ningún país y los gastos en educación, sanidad y formación eran irrisorios.

Según Becker, los éxitos económicos de los países asiáticos no se explicarían sin una base de fuerza laboral bien formada, educada, trabajadora y políticamente ordenada. Los recursos naturales más valiosos para esos países fueron “los cerebros de sus habitantes”, las competencias construirán una secuencia integrada de propiedades y atributos que expresarán diferentes sentidos de práctica como las habilidades técnico instrumental y operativa en el desempeño de tareas con sentido y pertinencia al

ejercicio profesional debido a la capacidad crítica, reflexiva e intuitiva desarrollada.

Serán criterios organizadores del currículo para formar individuos con capacidades demostradas como resultado de la relación entre conocimiento, comprensión y habilidad. Tendrán a su vez tres componentes: el disciplinario, el profesional y el práctico productivo, cuyo peso habrá de definirse en secuencias de aprendizaje consistentes con perfiles de formación delimitados. Cada componente conlleva el desarrollo de competencias: generales en el componente disciplinario; particulares en lo profesional; y específicas en el práctico productivo.

(Jiménez, 2016) Spencer, Jr. McClelland D. And Spencer S. M. Empezaron a utilizar el término de competencia en la investigación como factores que identifican y permiten explicar con éxito el desempeño en el trabajo con mayor precisión que los test tradicionales. Logró confeccionar un marco de características que diferenciaban los distintos niveles de rendimiento de los trabajadores a partir de una serie de entrevistas y observaciones. La forma en que describió tales factores se centró más en las características y comportamientos de las personas que desempeñaban los empleos que en las tradicionales descripciones de tareas y atributos de los puestos de trabajo.

La Competitividad según **(Sánchez, 1997)** Determina la incursión, para crecer o consolidarse en el mercado, dicha capacidad tiene un enfoque sistémico ya que se halla en cada uno de los departamentos o módulos en el que está constituida la empresa, lo mismo que en un proceso permitiendo posicionarse con el producto – servicio en el mercado, así es que para evaluar las posibilidades de éxito de un producto o servicio

en una economía abierta, se propone utilizar un conjunto de variables de naturaleza cualitativa y cuantitativa, que permitan aproximar en mayor forma el concepto de competitividad al nivel específico deseado, en ello significa que con base en el conocimiento de la economía y su potencial de crecimiento estratégico, expresado sectorial y regionalmente, el nivel de una empresa se deberá de aplicar la metodología que el proceso de investigación recomiende para determinar objetivamente su competitividad. Para ello se sugerirá medir, el dinamismo del mercado, la participación del producto o servicio en el mismo posicionamiento en términos de calidad, precio, tecnología, diseño, marca, organización, disponibilidad de materia prima y de mano de obra, calificada y no calificada según sea establecido.

(Shumpeter, 1981, pág. 81) Es un proceso de “destrucción creativa”. Este proceso va más allá de la mera búsqueda de reducir costos para productos estandarizados, aunque ciertamente este es uno de sus efectos, y se extiende a la introducción del “nuevo producto, la nueva tecnología, la nueva fuente de insumos, el nuevo tipo de organización, y en el que los empresarios expanden sus fronteras y crean nuevos mercados.

(Ibarra, 2000) La competencia laboral es la capacidad productiva de un trabajador que se define y mide en su desempeño, no solamente a base de conocimientos, habilidades o destrezas que son abstractos, sino, también, por la integración entre el saber, el saber hacer y el saber ser del trabajador.

2.2. BASE TEORICA

2.2.1. Conceptos

(AHUMADA, 2012, pág. 17) Modelo Constructivista; Este modelo parte del análisis de las relaciones existentes entre los grupos y su entorno y entre la formación y el empleo. Para identificar y describir competencias se toma como referencia, tanto a las personas con sus posibilidades y objetivos laborales, como al entorno socio laboral con el que se relacionan. La competencia se construye, no sólo a partir de la función que emerge del mercado, sino que es la única que entrega una importancia a la persona, a sus objetivos y posibilidades. Plantea que las competencias se desarrollan a través de aprendizajes que se dan ante las disfunciones, incluyendo a la población menos competente.

(Álvarez, 2015, pág. 1) El concepto de competencia es diverso, según el ángulo del cual se mire o el énfasis que se le otorgue a uno u otro elemento, pero el más generalizado y aceptado es el de “saber hacer en un contexto”. El “saber hacer”, lejos de entenderse como “hacer” a secas, requiere de conocimiento (teórico, práctico o teórico-práctico), afectividad, compromiso, cooperación y cumplimiento, todo lo cual se expresa en el desempeño, también de tipo teórico, práctico o teórico-práctico. Por ejemplo, cuando alguien lee un texto y lo interpreta (saber hacer) ejecuta una acción (desempeño) en un contexto teórico (contenido del texto). Cuando un mecánico empírico arregla un vehículo (desempeño) aplica un conocimiento práctico en un contexto (situación y condiciones en que se da el desempeño) igualmente práctico

(Instituto Nacional De Empleo De España) Concibe a los talentos laborales como el ejercicio eficaz de las capacidades que permiten el desempeño de una ocupación,

respecto a los niveles requeridos en el empleo. Afirma sobre el conocimiento técnico que hace referencia al saber y al saber-hacer. Al concepto de competencia que engloba no sólo las capacidades requeridas para el ejercicio de una actividad profesional, sino también un conjunto de comportamientos, facultad de análisis, toma de decisiones, transmisión de información, etc. considerados necesarios para el pleno desempeño de la ocupación.

(Marelli, 2000) Considera que la competencia es la capacidad laboral, medible, necesaria para realizar un trabajo eficazmente, es decir, para producir los resultados deseados por la organización. Está conformada por conocimientos, habilidades, destrezas y comportamientos que los trabajadores deben demostrar para que la organización alcance sus metas y objetivos. Y agrega que son capacidades humanas, susceptibles de ser medidas, que se necesitan para satisfacer con eficacia los niveles de rendimiento exigidos en el trabajo.

(Barrios, 2000) Sustenta la competencia laboral como conjunto de actitudes, destrezas, habilidades y conocimientos requeridos para ejecutar con calidad determinadas funciones laborales, para ello, las capacidades y funciones son determinadas, definidas y sistematizadas por la organización las que servirán como instrumentos de medida para evaluar el desempeño del trabajador.

(Alles, 2000) Explica que el desempeño laboral ha estado incorporado en las bases conceptuales desde los inicios de la administración. Sin embargo, en los últimos años, en el contexto de cambios culturales y valores sociales predominantes, la preocupación

por el tema del rendimiento se ha ido acrecentando. El problema económico de la escasez de recursos, así como el uso alternativo de los mismos, ha significado que se deba poner más atención al desempeño, o rendimiento de acuerdo a la nomenclatura más tradicionalmente usada en la gestión administrativa, la necesidad de mejorar el desempeño operativo ha llevado a una creciente aceptación de la evaluación del desempeño. En definitiva, el desempeño puede ser evaluado, sea que esto se refiera a personas, equipos de trabajo, así como a la organización en su conjunto. Esta es, sin duda, una tarea muy compleja, pero a la vez ineludible.

Un concepto asociado con la evaluación del desempeño y que en ocasiones se usa como sinónimo en control. Esto implica la “medición y corrección del desempeño con el fin de asegurar que se cumplan los objetivos de la organización y los planes creados para alcanzarlos”, una manera de entender estos términos es pensar en evaluación, más estratégicos que en control como una actividad más táctica y contingente, el primer paso para poder medir el desempeño, es establecer los estándares que se usarán para ello, los cuales deben derivarse de los planes o programas que se establezcan para el sujeto de la evaluación, en el caso que la unidad de análisis sea más macro los planes serán las metas de bienestar social a cuya consecución el sistema debe contribuir.

El análisis de desempeño o de la gestión de una persona es un instrumento para gerenciar, dirigir y supervisar personal, Entre sus principales objetivos podemos señalar el desarrollo personal y profesional de colaboradores, la mejora permanente de resultados de la organización y el aprovechamiento adecuado del potencial humano, el desempeño se evalúa para decidir promociones, remuneración o simplemente para

decirles a los empleados cómo están haciendo su tarea. A partir de las evaluaciones, los jefes y sus subordinados pueden reunirse y revisar el comportamiento del empleado en relación con el trabajo, recordando que la mayoría de las personas necesitan y esperan esa retroalimentación.

Los tres pasos para evaluar el desempeño son: primero, definir el puesto y asegurarse de que el supervisor y el subordinado están de acuerdo en las responsabilidades y los criterios de desempeño del puesto. Segundo, evaluar el desempeño en función del puesto (incluye algún tipo de calificación), y por último, la retroalimentación: comentar el desempeño y los progresos del subordinado, la evaluación de desempeño de talento humano: las evaluaciones siempre están en función de cómo se ha definido el puesto: Si la organización trabaja bajo el esquema de competencias, evaluará en función de las mismas, las competencias se fijan para la organización en su conjunto, y luego por área y nivel de posición. En función de ellas y del grado de necesidad fijado para cada puesto se evaluará a la persona involucrada. Habitualmente, los talentos se fijan en base a una escala de puntuación.

Las evaluaciones de desempeño tienen relación con las carreras de las personas, ya que uno de sus derivados son las acciones de promoción y desarrollo de los evaluados. El área de personal es un orientador o staff que ayuda al cumplimiento de las políticas de la organización e implementa los resultados de las evaluaciones, las decisiones de promoción, etc. y vela por la objetividad del sistema. Los verdaderos autores de las carreras son los propios involucrados y sus jefes. Para cada uno de los evaluados surgen planes de acción que pueden implicar tareas de capacitación, entrenamiento,

transferencias, promociones, etc.

(La President's Commission On Industrial Competitiveness, en su Estudio de los Años 1980) Señala que la competitividad debe de ser entendida como el grado en que una nación puede bajo condiciones de mercado libre producir bienes o servicios que satisfagan los requerimientos de los mercados internacionales y simultáneamente, mantener o expandir los ingresos reales de sus ciudadanos, la capacidad de competir se relaciona con las ventajas que tienen los agentes que están compitiendo. Se señalan los conceptos de ventaja absoluta, ventaja comparativa y ventaja competitiva.

- **Ventaja absoluta:** determina que dos o más agentes compiten y que uno de ellos tiene ventaja absoluta porque tiene mayor productividad que los demás por ello la productividad se entiende como la capacidad de producir más con el menor uso de factores de producción. Esta concepción surge desde las primeras elaboraciones teóricas, como se puede ver en *La riqueza de las naciones* (1776). La riqueza se generaría entonces a partir de dos componentes: la división del trabajo, que posibilita aumentos en la productividad de la mano de obra como es la especialización, y la proporción de la población que se involucra en el proceso productivo, es decir el tamaño del mercado.
- **Ventaja comparativa:** Se refiere a la productividad total o al costo de oportunidad, el comercio internacional de un país tiene ventaja comparativa cuando el costo de oportunidad en la producción es menor que el de sus competidores. Por lo general, el costo de oportunidad está asociado a la ventaja que produce el tener abundancia

de un factor. David Ricardo, a quien se señala como la persona que resaltó esta característica respecto a la competencia, reconoce las bondades de la división del trabajo y la especialización. Los países pueden hacer o tener ventajas en la producción de ciertos bienes y, de esta manera, todos obtienen beneficios al concentrarse en aquello que saben hacer de forma relativamente más barata

- **Ventaja competitiva:** Señala los componentes de este acercamiento conceptual. Sin duda alguna, Michael Porter puede considerarse el más destacado portavoz del concepto de ventaja competitiva. Su preocupación fundamental es elaborar para las empresas el concepto microeconómico de competitividad. En su libro *La ventaja competitiva de las naciones* (1993), plantea que la estrategia competitiva establece el éxito o fracaso de las empresas. La estrategia se refiere a una habilidad o destreza, y la competitividad (es decir, la capacidad de hacer uso de esa destreza para permanecer en un ambiente) es entonces un indicador que mide la capacidad de una empresa de competir frente al mercado y a sus rivales comerciales. La competitividad es también la búsqueda de una posición relativamente favorable en un mercado, con respecto a los rivales, la cual le permitirá permanecer y expandirse. Porter considera que no todas las actividades generan la misma rentabilidad, y que ésta debe ser suficiente, creciente y sostenida en el tiempo, con el fin de garantizar los elementos esenciales para la existencia de una empresa (**Porter, 1993**).

Así, la competitividad es el grado en que un país, Estado, región o empresa produce bienes o servicios bajo condiciones de libre mercado, enfrentando la competencia de los mercados nacionales o internacionales, mejorando simultáneamente los

ingresos reales de sus empleados y consecuentemente la productividad de sus empresas (**Porter, 1993**).

Porter plantea que las empresas competitivas hacen regiones (ciudades y territorios) competitivas y, por lo tanto, naciones poseedoras de esta cualidad; asimismo, supone que la sumatoria de empresas competitivas, es decir, generadoras de rentabilidad en estas condiciones, dará como resultado países con mayor riqueza para sus habitantes y mayor bienestar general (**Porter, 1993**).

Modelo de cómo Medir la Competitividad Empresarial Según Manuel Humberto; el modelo concibe la competitividad en función de la capacidad de gestión de la gerencia en todos los aspectos del negocio. En el modelo planteado se definen los siguientes factores que determinarán la competitividad (**Jiménez, 2006**): gestión comercial, gestión financiera, gestión de producción, ciencia y tecnología, internacionalización y gestión gerencial. En la anterior propuesta, todos los factores son necesarios en el momento de establecer el nivel de competitividad de una empresa, pero, de todos ellos, el autor considera que el predominante, aquel que determina la diferencia entre una y otras empresas, es el gerencial. El modelo de competitividad empresarial propuesto por Jiménez se define por:

Competitividad = G.G. (G.C+G.F+G.P+C.T+I): donde: G.G.= gestión gerencial; G.C.= gestión comercial; G.F.= gestión financiera; G.P.= gestión de producción; C.T.= ciencia y tecnología; e I= internacionalización.

(PAE Departamento de Administración de Empresas de la Universidad Central 2004), donde se proponen, como objeto el estudio de la administración, las organizaciones, entendidas desde el paradigma de la complejidad. Se define además una categorización para las organizaciones privadas, públicas estatales y públicas no estatales. Por lo tanto, y en consistencia con el proyecto académico del Departamento, para la presente investigación se entiende la empresa como una organización de tipo privado que se comprende desde la complejidad. La empresa es un tipo particular de organización que tiene todas las cualidades de un sistema abierto, dinámico y complejo. (Marechal 1999) y (Le Moigne 1990) se preocupan especialmente por la modelización de esta clase de sistemas complejos y la forma en que se intercomunican sus partes y como fluye la información entre y hacia ellos. Este conocimiento será fundamental para cualquier grupo que desee intervenir sistemas de características semejantes para llevarlos a un fin deseado, sea éste planeado o emergente.

Cuando se habla de competitividad empresarial, lo primero que hay que establecer es que se trata de un fenómeno complejo, que se basa en las interrelaciones tanto de los elementos internos como de los externos en que se encuentra inmersa la empresa. Por lo tanto, la competitividad empresarial depende de múltiples factores y supone diferentes comportamientos adaptativos que no pueden describirse con una fórmula única de conducta o conductas exitosas. Por ello se requiere de una mirada de la complejidad, usando herramientas acordes con esta visión y partiendo de una definición de organización y entorno congruentes con ella.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

(MICHCOL, 2016, pág. 25) La Competitividad según (Hillebrand & Meyer 1994), Se establecen como determinantes: calificación del personal y la capacidad de gestión; estrategias empresariales; gestión de la innovación; Best Practice en el ciclo completo de producción; integración en redes de cooperación tecnológica; logística empresarial; e interacción entre proveedores, productores y usuarios.

(Laplane, 1996) Plantea que el desempeño competitivo de una empresa depende de un amplio conjunto de factores, que se subdividen en los internos de la empresa, otros de naturaleza estructural (particulares de cada uno de los sectores del complejo industrial), y los de naturaleza sistémica. Los factores internos de la empresa son todos aquellos que caen dentro de su poder de decisión y a través de los cuales busca distinguirse de sus competidores. Los factores estructurales son aquellos que, si bien no son de control total de la empresa, están parcialmente dentro de su esfera de influencia y caracterizan el entorno competitivo que enfrenta. Finalmente se encuentran los factores de naturaleza sistémica, que son aquellos factores externos en sentido estricto, que afectan el entorno competitivo y pueden incidir significativamente en las ventajas de las empresas en dicho entorno.

El Centro de Estudios de Competitividad de México, (Abdel & Romo, 2005) Establece que la competitividad de la empresa se deriva de la ventaja competitiva que ella tiene en sus métodos de producción y de organización, en relación con los de sus rivales en un mercado específico. Al referirse a los factores subyacentes de la

competitividad de la empresa, el Centro señala los siguientes: a) investigación y desarrollo; b) calificación de los trabajadores; c) cooperación con otras empresas; y d) sistemas de manufactura y producción. De manera clara también se plantea que, además de los factores internos que afectan la empresa, existen otras variables externas que tienen un impacto igualmente importante sobre la competitividad, que, a nivel de la industria, están constituidas por la concentración de mercado, la diferenciación de productos, los precios internacionales de los bienes producidos, así como por la existencia de una política industrial explícita en el sector.

En el ámbito regional, se menciona la existencia de la infraestructura requerida, la existencia de un número suficiente de trabajadores calificados o la posibilidad del surgimiento de efectos de aglomeración debido a la ubicación de varias plantas en una misma área geográfica.

(Kotler, 2008) Es imprescindible que para que una empresa, del tamaño que sea, pequeña o grande, pueda lograr los objetivos establecidos, proponga una estrategia global, desarrollando la misma en pequeñas acciones que actúen tanto, en su mercado externo (entorno), como en el interno. Es por ello que al establecer estas 7 estrategias no es necesario desarrollarlas de forma global y con un orden o guion imprescindible, pues cada empresa debe conocer sus necesidades y posibles desarrollos, debe saber cómo es percibida por sus clientes o consumidores y sobretodo, debe tener en cuenta el entorno que vive.

1. Estrategia de bajos costes:

No se trata sólo de reducir algunos costes, sino de aplicar la reducción de costes en casi todas las áreas de la empresa, pero eso sí, sin deteriorar la expectativa que el propio cliente tiene, ni la esencia del negocio en sí. Así pues, se debe tener en cuenta:

Primero por un lado a que deberemos ser ingeniosos e introducir una buena cantidad de creatividad en los procesos, por ejemplo, disponer de guardería en un centro de ventas, o crear establecimientos atractivos y modernos.

Segundo que, si un modelo de negocio funciona, no es suficiente con aprovechar un porcentaje de sus planteamientos, sino que hay que tomar el máximo de los mismos y utilizarlos en nuestro favor.

Esto está referido a que en los últimos años hemos visto nacer cantidades de Mypes, pero sin embargo la mayoría han fracasado en un periodo muy corto, y no porque este modelo de negocio no funcione, sino que una de las principales razones es que sólo adoptaron algunas partes de dicho modelo

2. crear una experiencia única para el consumidor:

Otra estrategia que se ha demostrado que funciona y es una apuesta segura si se consigue llevar a término, es centrarse en conseguir que el cliente viva una experiencia excepcional, única, diferente y eso hará que esté dispuesto incluso a pagar más dinero por un producto o servicio similar al que pueda encontrar en la competencia.

Los dos ejemplos básicos serían Harley Davidson, que lejos de ofrecernos la moto más rápida, más barata, o más moderna, nos regala un estilo de vida, Conducir una Harley no tiene comparación, quienes tienen una, se sienten en posesión de un bien preciado, y si les preguntamos cual es la diferencia por la que prefieren este tipo de motos, nos dirán que no se trata del tipo de moto, pues conducir una Harley es diferente, otro ejemplo más actual podría ser Starbucks, que ha roto el concepto de cafetería tradicional para adentrarnos en una nueva forma de concebir este acto tan cotidiano, ya no estamos hablando de tomar un café, sino de vivir una experiencia diferente mientras tomamos un café.

3. Reinventar nuestro modelo de negocio:

En muchas ocasiones, nos empeñamos en mejorar nuestro producto o servicio, añadiéndole características, funcionalidades, sabores o texturas y sin embargo no alcanzan para cumplir con los objetivos pretendidos. Es momento entonces de poner un freno, reflexionar, y tratar de reinventar nuestro modelo de negocio poniendo el ojo en hacer las cosas de un modo diferente. Un ejemplo de esto es el caso de las librerías Barnes & Noble, que, sin dejar de vender libros, dieron un giro y ofrecieron nuevos servicios, como el que los propios autores den conferencias sobre sus obras, entre otros.

4. Ofrecer calidad máxima en el producto:

penetrar en la mente del consumidor y dejar una huella de marca, es el objetivo de cualquier departamento de marketing, aunque ese destino tiene diferentes caminos, y uno de ellos es asociar nuestra marca a la imagen de calidad, de tal forma que con sólo pensarla, el cliente no necesite que le aportemos más información al respecto, hay clientes que quieren lo mejor y sólo lo mejor, y si se lo damos tendremos clientes cautivos y adictos a nuestra marca, y de esto saben muy bien algunas compañías automotrices como Audi y Toyota, quienes alcanzaron un prestigio mundial nada fácil de alcanzar.

5. Centrarse en nichos de mercado:

otra forma de garantizarnos el éxito es centrarnos en nichos de mercado, esto no es nuevo, por supuesto que no, sin embargo vemos como muchas empresas en la actualidad aún no se han enterado que este planteamiento existe y tratan de venderle a todo el mundo, consiguiendo no venderle a nadie, si tratamos de ofrecer un producto que agrade y sea el elegido por todas las edades, por ambos sexos, por todos los estratos sociales, etc., estaremos garantizándonos que nunca conseguiremos que nadie lo compre, porque es obvio que no tienen los mismos gustos, preferencias o necesidades un joven universitario, un ama de casa, un trabajador de la construcción, o un jubilado extranjero que viene a vivir a nuestro país para disfrutar del clima y la playa.

El fabricante de envases tetra sería un buen ejemplo, aunque una estrategia ganadora adicional podría ser no sólo acometer un mercado nicho, sino hacerlo en varios simultáneamente ya que de esta forma podremos tener más posibilidades de éxito aún a pesar de que no todas nuestras estrategias tengan éxito.

6. Ser innovador:

Innovación, en algunas empresas ésta es una máxima que les persigue en cualquier planteamiento porque la han asumido como una de sus ventajas competitivas, y si quisiéramos poner un nombre a este concepto, Sony es una de las marcas que podríamos decir que ha adoptado este principio con más asiduidad a lo largo del tiempo.

Si el cliente percibe que nuestra marca está en continuo lanzamiento de productos que suponen un paso adelante, lo asocia, y la refuerza contra la competencia, y esto no supone que hablemos sólo de productos de tecnología, sino que es aplicable a cualquier sector y a cualquier tipo de empresa.

7. Ser el mejor en diseño:

esta estrategia se basa en algo tan simple como que hay un tipo de personas que no sólo les gusta y prefieren, sino que necesitan, estar cerca y vivir con aparatos y elementos que estén bien diseñados, es una realidad y hay que aprovecharla, pues existe un mercado para los productos con diseño, dos empresas que han optado por esta línea diferenciadora y que han obtenido importantes triunfos utilizándolas, son Apple o Bang & Olufsen, y en ambos casos todos conocemos que tipo de productos ofrecen y que se percibe de ellos nada más verlos.

Sacar una empresa adelante es una tarea laboriosa que está repleta de dificultades, y si hablamos de una pequeña o mediana empresa, esto se hace aún más complicado, pero hay estrategias que han sido testadas y puestas a prueba durante años en diferentes sectores, y que finalmente han producido resultados.

Teniendo claros estos puntos, se hace necesario, puntualizar y profundizar en las estrategias que se mencionan anteriormente, sea una o varias, que puedan llevarnos a lograr la victoria empresarial, adaptándonos como empresa a nuestra realidad social y económica, y sobre todo, tomando en cuenta todos los factores que puedan beneficiarnos o perjudicarnos a la hora de la aplicación de las mismas, son precisamente las pequeñas y medianas empresas las que más tenemos que aprovechar estas estrategias para evitar pruebas con nuestros bolsillos, y así mismo evitar pérdidas de dinero por ensayos, procurando evitar cualquier posibilidad de desvío de la meta establecida.

III. FORMULACION DE HIPÓTESIS

3.1. Hipótesis general

Un sistema de gestión de talento humano influye significativamente en la competitividad comercial en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho.

3.2. Hipótesis específicas

Los métodos tradicionales de trabajo inciden en la calidad del producto en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho.

La adecuada organización de equipos de trabajo contribuye en las estrategias de negocio de las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho.

Las prácticas de valores influyen positivamente en las ventajas competitivas en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho.

IV. METODOLOGIA

4. 1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

4.1.1 Descripción del tipo de investigación.

Para ejecutar el presente trabajo de investigación se realizó de la siguiente manera:

De acuerdo a la técnica de contrastación : Explicativa.

Por el método de investigación : Descriptivo.

4.1.2 Nivel de investigación

La investigación fue descriptivo y explicativo.

Descriptivo, porque figura el contexto actual como se presenta en una situación espacio – tiempo y segundo porque pretendió el descubrimiento de los factores causales que influyen o afectan los desempeños laborales.

4.2. Diseño de la investigación

Fue **no experimental** porque se determinó las situaciones ya existentes donde las variables independientes ocurrieron y no tiene control hacia ello, así como la correlación entre éstas y sus indicadores en forma teórica.

4.3. Población y muestra

La población de artesanos ceramistas del distrito de Quinua, Ayacucho censados por la municipalidad de Quinua fue de **300** personas aproximadamente inscritas.

El tamaño de la muestra es $n = 133$ cantidad que se obtuvo efectuando el cálculo estadístico.

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

En consecuencia, se recopiló datos de 133 artesanos dedicados a la cerámica en el distrito de Quinua, que se encuentran operando ya que es la actividad principal de la economía y tiene mayor incidencia en la actividad productiva, pero de escaso valor agregado.

4.4. Definición y operacionalización de variables

Variable independiente

(x) Gestión de Talento Humano

Indicadores:

X1: Métodos tradicionales de trabajo

X2: Organización de equipos de trabajo.

X3: Prácticas de valores

Variable dependiente

(y) Competitividad Comercial

Indicadores:

Y1: Calidad del producto.

Y2: Estrategias de negocio.

Y3: Ventajas competitivas.

4.5. Técnicas e instrumentos

Dada las variables e indicadores de investigación para obtener todos los datos de sus dominios y necesarios para contrastarlas, se ha requerido aplicar o recurrir a las siguientes técnicas:

Análisis documental

Instrumentos: fichas textuales y de resumen; recurriendo como **fuentes** a libros e Internet sobre las teorías de competencias gerenciales, conglomerados y ventajas competitivas.

Técnica. Se aplicó una encuesta elaborado por el investigador la misma que se procedió a su validación recurriendo como informantes a los artesanos ceramistas del distrito de Quinua.

Instrumentos de investigación

- Formato de fichas bibliográficas
- Cuestionario

4.6. Plan de análisis.

Después de haber administrado los instrumentos de recolección de datos, a los artesanos ceramistas del distrito de Quinua, provincia de Huamanga, se realizó la tabulación de los datos analizando la encuesta de opinión, para posteriormente presentarlos en los diagramas de barra y sus respectivas interpretaciones.

4.7. MATRIZ DE CONSISTENCIA

GESTIÓN DE TALENTO HUMANO Y COMPETITIVIDAD COMERCIAL EN LAS ARTESANÍAS DE CERÁMICA DEL DISTRITO DE QUINUA, AYACUCHO 2016 – 2017

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES
<p>Problema General ¿Cómo influye un sistema de gestión de talento humano en la competitividad comercial en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua? Ayacucho 2016 – 2017?</p>	<p>Objetivo General Determinar la influencia de un sistema de gestión de talento humano en la competitividad comercial en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua. Ayacucho 2016 - 2017</p>	<p>Hipótesis General Un sistema de gestión de talento humano influye significativamente en la competitividad comercial en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua. Ayacucho 2016 - 2017</p>	<p><u>VARIABLE INDEPENDIENTE</u></p> <p>X: Gestión de Talento Humano</p> <p>INDICADORES</p> <p>X1: métodos tradicionales de trabajo</p> <p>X2: organización de equipos de trabajo.</p> <p>X3: prácticas de valores</p>
<p>Problemas Específicos ¿Qué efecto genera los métodos tradicionales de trabajo en la calidad del producto en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho 2016 – 2017?</p> <p>¿Cuáles son las consecuencias de la falta de organización de equipos de trabajo en las estrategias de negocio de las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho 2016 – 2017?</p> <p>¿Cómo influyen las prácticas de valores en las ventajas competitivas en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho 2016 – 2017?</p>	<p>Objetivos Específicos Evaluar la incidencia de los métodos tradicionales de trabajo en la calidad del producto en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho 2016 – 2017.</p> <p>Analizar las consecuencias de la falta de organización de equipos de trabajo en las estrategias de negocio de las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho 2016 – 2017.</p> <p>Describir la influencia de las prácticas de valores en las ventajas competitivas de las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho 2016 – 2017.</p>	<p>Hipótesis Específicos Los métodos tradicionales de trabajo inciden en la calidad del producto en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho 2016 – 2017.</p> <p>La adecuada organización de equipos de trabajo contribuye en las estrategias de negocio de las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho 2016 – 2017.</p> <p>Las prácticas de valores influyen positivamente en las ventajas competitivas en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho 2016 – 2017</p>	<p><u>VARIABLE DEPENDIENTE</u></p> <p>Y: Competitividad Comercial</p> <p>INDICADORES</p> <p>Y1: calidad del producto.</p> <p>Y2: estrategias de negocio.</p> <p>Y3: ventajas competitivas.</p>

4.8. Principios éticos del informe.

Este trabajo está realizado por el autor de esta tesis, lo cual no es una copia de una tesis ya existente, así mismo el presente trabajo tiene la finalidad de servir en el desarrollo de nuestro distrito de Quinua colaborando en las MyPE dedicadas a las artesanías de cerámicas, sirviendo de guía en los temas de Gestión de talento Humano y competitividad comercial.

V. RESULTADOS:

5.1. RESULTADOS

Los resultados del presente trabajo de investigación se presentan de acuerdo a lo ejecutado en el campo de aplicación en función a lo planeado, lo cual es insumo indispensable para llegar a las conclusiones necesarias del presente trabajo de investigación.

Así mismo la encuesta fue realizada a 130 artesanos del distrito de Quinua, la encuesta utiliza la medición de la escala Likert, luego de ello debidamente tabulado y graficado mostrando en ella el tipo de escala, la frecuencia relativa y la frecuencia acumulada, para posterior análisis de lo que esto refleja, por lo cual a continuación se presentan.

CUESTIONARIO APLICADO A TRABAJADORES EN GENERAL DE LAS MYPES DEDICADAS A LA ARTESANÍA EN CERÁMICAS EN EL DISTRITO DE QUINUA.

1 ¿Utilizan los mismos procedimientos de trabajo cada día?

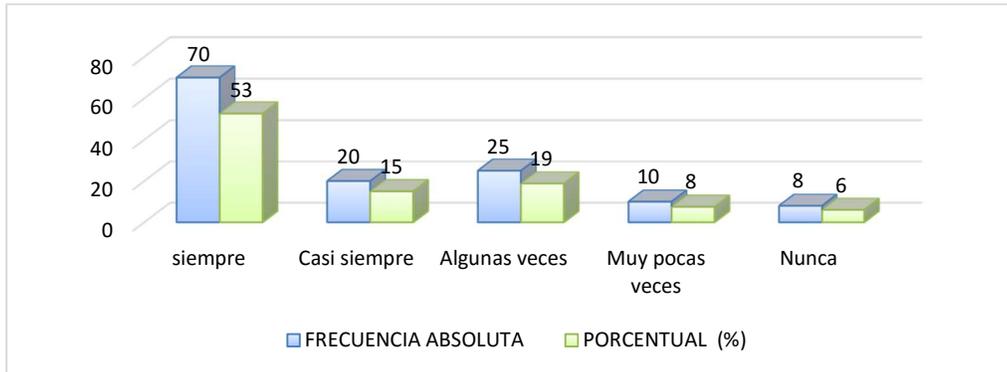
TABLA 1

ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA		FRECUENCIA ACUMULADA
		DECIMAL	PORCENTUAL (%)	
siempre	70	0.53	53	53
Casi siempre	20	0.15	15	68
Algunas veces	25	0.19	19	86
Muy pocas veces	10	0.08	8	94
Nunca	8	0.06	6	100
TOTAL	133		100	

Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

GRÁFICO 1



Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

Análisis e interpretación.

Se planteó la pregunta, ¿Utilizan los mismos procedimientos de trabajo cada día?; y según datos obtenidos de la encuesta hecha a 133 personas de las Mypes dedicadas a la artesanía en cerámica, del distrito de Quinua, en la cual , 53% de los encuestados opina que siempre es de esa manera, 19% opinan que algunas veces es así, 15 % opinan

que casi siempre es de esa manera, 8% opinan que muy pocas veces es así, mientras que 6% opina que nunca los trabajos se realizan de la misma forma, demostrando que los procedimientos de trabajo si se realizan siempre de la misma forma.

2. ¿Se capacita al personal en los procedimientos de formas de trabajo?

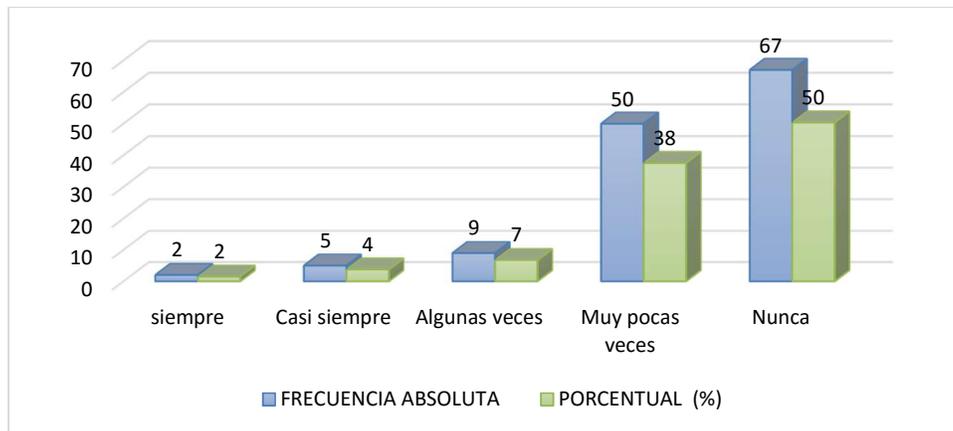
TABLA 2

ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA		FRECUENCIA ACUMULADA
		DECIMAL	PORCENTUAL (%)	
siempre	2	0.02	2	2
Casi siempre	5	0.04	4	5
Algunas veces	9	0.07	7	12
Muy pocas veces	50	0.38	38	50
Nunca	67	0.50	50	100
TOTAL	133		100	

Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

GRÁFICO 2



Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

Análisis e interpretación.

Se planteó la pregunta, ¿Se capacita al personal en los procedimientos de formas de trabajo?; y según datos obtenidos de la encuesta hecha a 133 personas de las Mypes

dedicadas a la artesanía en cerámica, del distrito de Quinua, en la cual, 2% de los encuestados opina que siempre es así, 4% de los encuestados opinan que casi siempre es así, el 7% manifiesta que solo algunas veces es así, 38% de los encuestados opina que muy pocas veces es así y el 50% opina que nunca se dan esas capacitaciones, dejando ver que efectivamente hay una tendencia a no promover las capacitaciones resaltando de este modo los métodos tradicionales de trabajo.

3. ¿El personal de la empresa donde usted labora prefiere trabajar de manera individual, además no comparte conocimientos adquiridos en este tipo de trabajos?

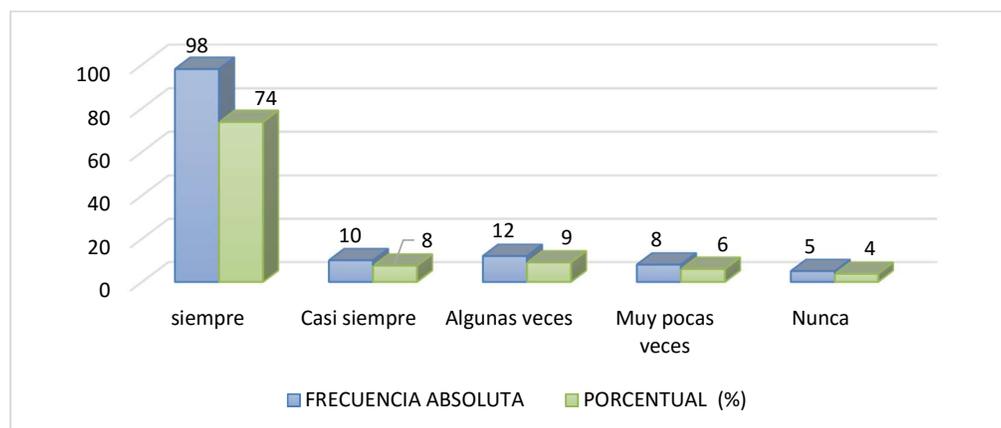
TABLA 3

ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA		FRECUENCIA ACUMULADA
		DECIMAL	PORCENTUAL (%)	
siempre	98	0.74	74	74
Casi siempre	10	0.08	8	81
Algunas veces	12	0.09	9	90
Muy pocas veces	8	0.06	6	96
Nunca	5	0.04	4	100
TOTAL	133		100	

Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

GRÁFICO 3



Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

Análisis e interpretación.

Se planteó la pregunta, ¿ El personal de la empresa donde usted labora prefiere trabajar de manera individual, además no comparte conocimientos adquiridos en este tipo de trabajos?; y según datos obtenidos de la encuesta hecha a 133 personas de las Mypes dedicadas a la artesanía en cerámica, del distrito de Quinua, en la cual, 74% de los encuestados opinan que siempre es así, 8% opina que solo algunas veces es así, 9% manifiesta que solo muy pocas veces es así, 6% opina que casi siempre es así, y un porcentaje del 4% manifiesta que nunca es así, mostrando en un porcentaje promedio que hay individualismo e indiferencia entre los trabajadores de una misma empresa.

4. ¿Se brindan reconocimiento y motivación al personal que labora en la artesanía de cerámica?

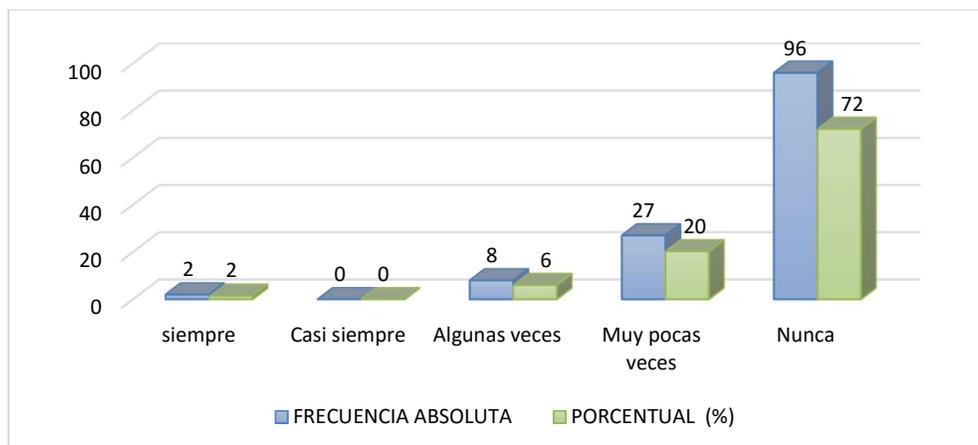
TABLA 4

ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA		FRECUENCIA ACUMULADA
		DECIMAL	PORCENTUAL (%)	
siempre	2	0.02	2	2
Casi siempre	0	0.00	0	2
Algunas veces	8	0.06	6	8
Muy pocas veces	27	0.20	20	28
Nunca	96	0.72	72	100
TOTAL	133		100	

Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

GRÁFICO 4



Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

Análisis e interpretación.

Se planteó la pregunta, ¿Se brindan reconocimiento y motivación al personal que labora en la artesanía de cerámica?; y según datos obtenidos de la encuesta hecha a 133 personas de las Mypes dedicadas a la artesanía en cerámica, del distrito de Quinua, en la cual, el 2% de los encuestados opinan que siempre es así, 6% manifiestan que solo algunas veces es así, 20% opina que muy pocas veces es así, 72% opinan nunca es así, demostrando con ello que la motivación en este tipo de Mypes, no tiene mayor importancia.

5. ¿Se organizan equipos de trabajo de acuerdo al conocimiento y capacidad de la tarea a realizar?

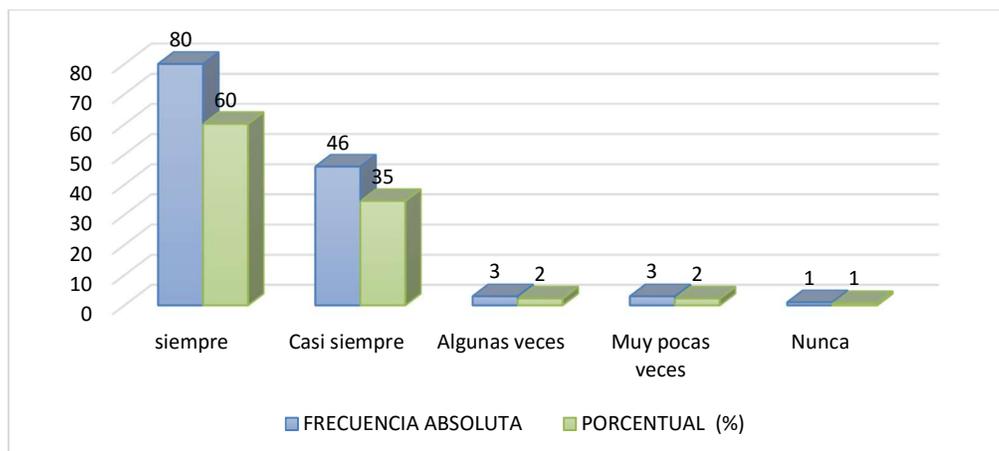
TABLA 5

ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA		FRECUENCIA ACUMULADA
		DECIMAL	PORCENTUAL (%)	
siempre	80	0.60	60	60
Casi siempre	46	0.35	35	95
Algunas veces	3	0.02	2	97
Muy pocas veces	3	0.02	2	99
Nunca	1	0.01	1	100
TOTAL	133		100	

Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

GRÁFICO 5



Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

Análisis e interpretación.

Se planteó la pregunta, ¿Se organizan equipos de trabajo de acuerdo al conocimiento y capacidad de la tarea a realizar?; y según datos obtenidos de la encuesta hecha a 133 personas de las Mypes dedicadas a la artesanía en cerámica, del distrito de Quinua, en la cual, el 60% de los encuestados opinan que siempre se dan dichas organizaciones, 35% opinan que casi siempre es así, 2% opinan que solo algunas veces es así, además una cantidad igual al anterior opina que muy pocas veces es así, y el 1% manifiesta que nunca se dan esas organizaciones.

6. ¿El personal de venta tiene conocimiento y practica en la labor que desempeñan?

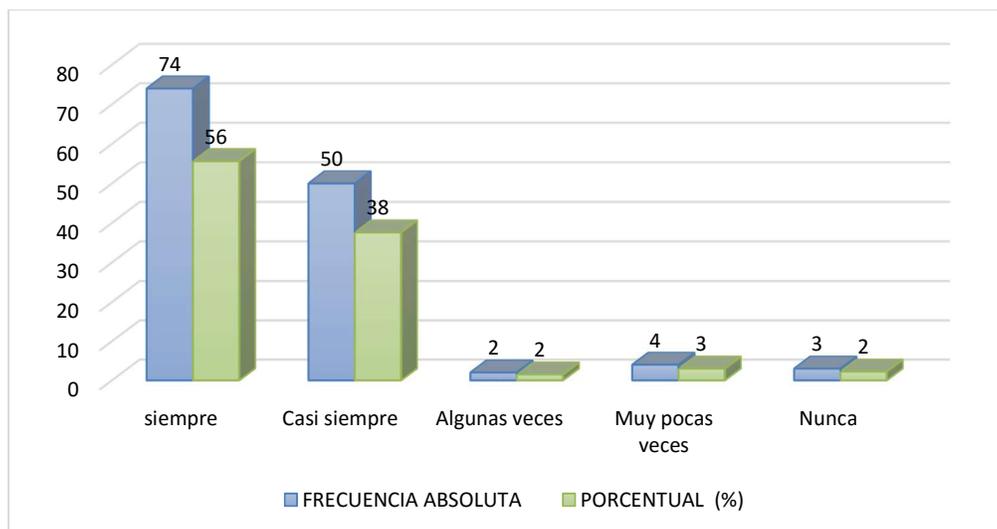
TABLA 6

ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA		FRECUENCIA ACUMULADA
		DECIMAL	PORCENTUAL (%)	
siempre	74	0.56	56	56
Casi siempre	50	0.38	38	93
Algunas veces	2	0.02	2	95
Muy pocas veces	4	0.03	3	98
Nunca	3	0.02	2	100
TOTAL	133		100	

Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

GRÁFICO 6



Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

Análisis e interpretación.

Se planteó la pregunta, ¿El personal de venta tiene conocimiento y practica en la labor que desempeñan?; y según datos obtenidos de la encuesta hecha a 133 personas de las Mypes dedicadas a la artesanía en cerámica, del distrito de Quinua, en la cual, 56% opinan que siempre es así, 38% opina que casi siempre es así, 3% opinan que solo muy pocas veces es así, 2% opinan que nunca es de esa manera y 2% opinan que solo algunas veces es así.

7. ¿Existe coordinación de esfuerzos para lograr objetivos comunes entre los artesanos?

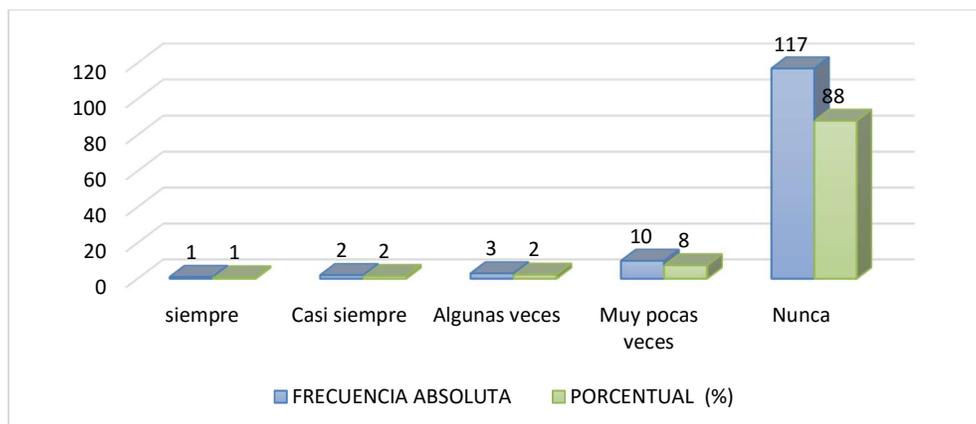
TABLA 7

ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA		FRECUENCIA ACUMULADA
		DECIMAL	PORCENTUAL (%)	
siempre	1	0.01	1	1
Casi siempre	2	0.02	2	2
Algunas veces	3	0.02	2	5
Muy pocas veces	10	0.08	8	12
Nunca	117	0.88	88	100
TOTAL	133		100	

Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

GRÁFICO 7



Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

Análisis e interpretación.

Se planteó la pregunta, ¿Existe coordinación de esfuerzos para lograr objetivos comunes entre los artesanos?; y según datos obtenidos de la encuesta hecha a 133 personas de las Mypes dedicadas a la artesanía en cerámica, del distrito de Quinua, el 88% de los encuestados opinan que nunca es así, 8% de los encuestados opinan que muy pocas veces existen dichas coordinaciones 2% de los encuestados opinan que solo algunas veces es así, así también el 2% opinan que siempre es así, y el 1% de los encuestados opinan que casi siempre es así, dejando en claro la debilidad que tienen estas micro Empresas para realizar coordinaciones y reaccionar en conjunto.

8. ¿Existen grupos de trabajo funcionales que presentan resultados contundentes en los logros de objetivos establecidos?

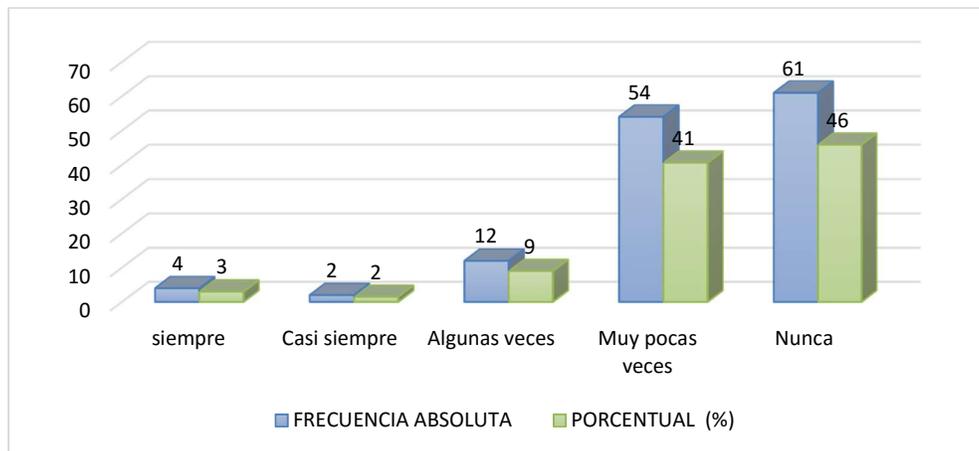
TABLA 8

ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA		FRECUENCIA ACUMULADA
		DECIMAL	PORCENTUAL (%)	
siempre	4	0.03	3	3
Casi siempre	2	0.02	2	5
Algunas veces	12	0.09	9	14
Muy pocas veces	54	0.41	41	54
Nunca	61	0.46	46	100
TOTAL	133		100	

Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

GRÁFICO 8



Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

Análisis e interpretación.

Se planteó la pregunta, ¿Existen grupos de trabajo funcionales que presentan resultados contundentes en los logros de objetivos establecidos?; y según datos obtenidos de la encuesta hecha a 133 personas de las Mypes dedicadas a la artesanía en cerámica, del distrito de Quinua, en la cual, el 3% de los encuestados opinan que siempre es así, 2% de los encuestados opinan que casi siempre es así, 9% opinan que

solo algunas veces se dan estos casos, mientras que el 41% opinan que muy pocas veces se dan estos casos, y el 46% opinan que nunca se dan estos casos.

9. ¿Las personas que laboran demuestran respeto, puntualidad, cumplimiento y compromiso en sus labores?

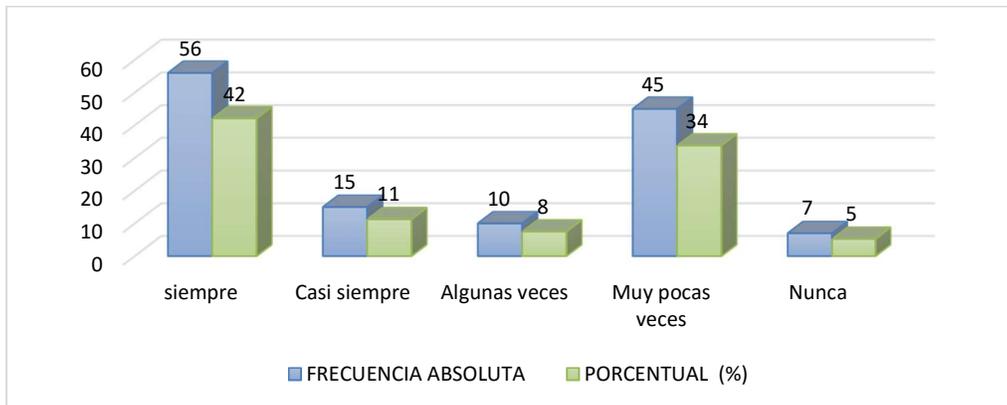
TABLA 9

ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA		FRECUENCIA ACUMULADA
		DECIMAL	PORCENTUAL (%)	
siempre	56	0.42	42	42
Casi siempre	15	0.11	11	53
Algunas veces	10	0.08	8	61
Muy pocas veces	45	0.34	34	95
Nunca	7	0.05	5	100
TOTAL	133		100	

Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

GRÁFICO 9



Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

Análisis e interpretación.

Se planteó la pregunta, ¿Las personas que laboran demuestran respeto, puntualidad, cumplimiento y compromiso en sus labores?; y según datos obtenidos de la encuesta hecha a 133 personas de las Mypes dedicadas a la artesanía en cerámica, del distrito

de Quinua, en la cual, el 42% de los encuestados opinan que siempre es así, el 34% opinan que muy pocas veces es así, 11% opina que casi siempre es así, 8% opina que solo algunas veces es de esa manera, y finalmente el 5% opinan que nunca las personas demuestran esas cualidades.

10. ¿Personal de la empresa siempre demuestran solidaridad si algún miembro del grupo se encuentra en riesgo laboral o emocional?

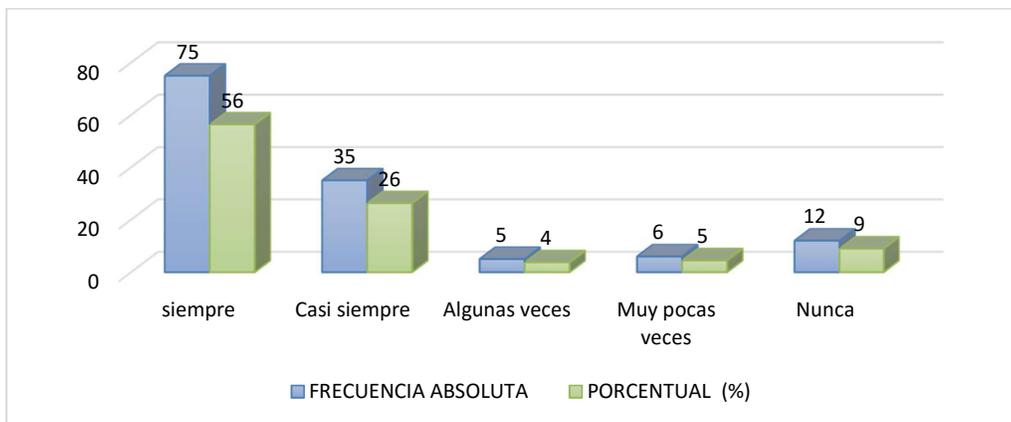
TABLA 10

ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA		FRECUENCIA ACUMULADA
		DECIMAL	PORCENTUAL (%)	
siempre	75	0.56	56	56
Casi siempre	35	0.26	26	83
Algunas veces	5	0.04	4	86
Muy pocas veces	6	0.05	5	91
Nunca	12	0.09	9	100
TOTAL	133		100	

Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

GRÁFICO 10



Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

Análisis e interpretación.

Se planteó la pregunta, ¿Personal de la empresa siempre demuestran solidaridad si

algún miembro del grupo se encuentra en riesgo laboral o emocional?; y según datos obtenidos de la encuesta hecha a 133 personas de las Mypes dedicadas a la artesanía en cerámica, del distrito de Quinua, en la cual, el 56% de los encuestados opinan que siempre es así, 26% de los encuestados opinan que casi siempre es así, 9% opinan que este tipo de comportamiento no se manifiestan, 5% opinan que solo algunas veces es así, y el 4% opinan que solo algunas veces se demuestran estas cualidades.

11. ¿Son premiados las personas que realizan trabajos con mucha dedicación y esfuerzo?

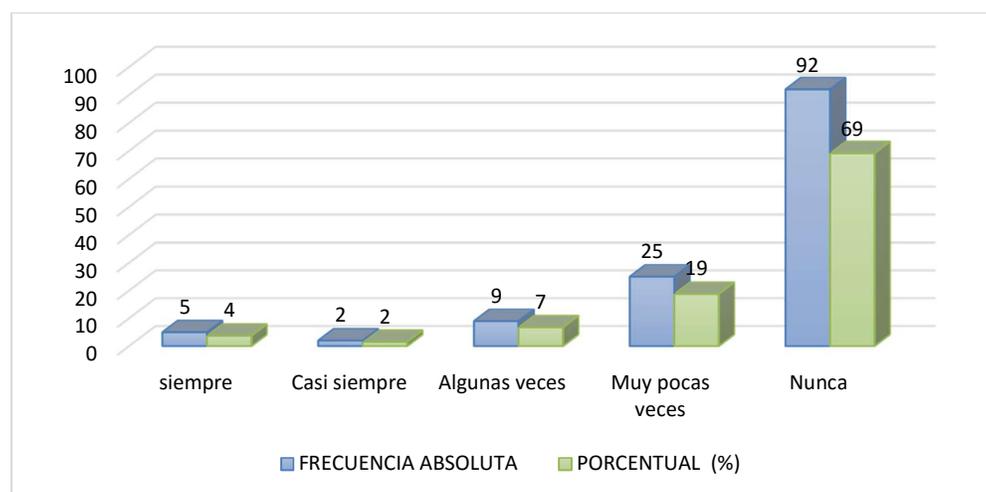
TABLA 11

ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA		FRECUENCIA ACUMULADA
		DECIMAL	PORCENTUAL (%)	
siempre	5	0.04	4	4
Casi siempre	2	0.02	2	5
Algunas veces	9	0.07	7	12
Muy pocas veces	25	0.19	19	31
Nunca	92	0.69	69	100
TOTAL	133		100	

Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

GRÁFICO 11



Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

Análisis e interpretación.

Se planteó la pregunta, ¿Son premiados las personas que realizan trabajos con mucha dedicación y esfuerzo?; y según datos obtenidos de la encuesta hecha a 133 personas de las Mypes dedicadas a la artesanía en cerámica, del distrito de Quinua, en la cual, el 4% de los encuestados opinan que siempre es así, el 2% de los encuestados opinan que casi siempre es así, 7% de los encuestados opinan que solo algunas veces es así, 19% opina que solo muy pocas veces es así, 69% opinan que nunca hay premios a los esfuerzos.

12. ¿La empresa tiene una política de exigencia de comportamientos adecuados en la empresa?

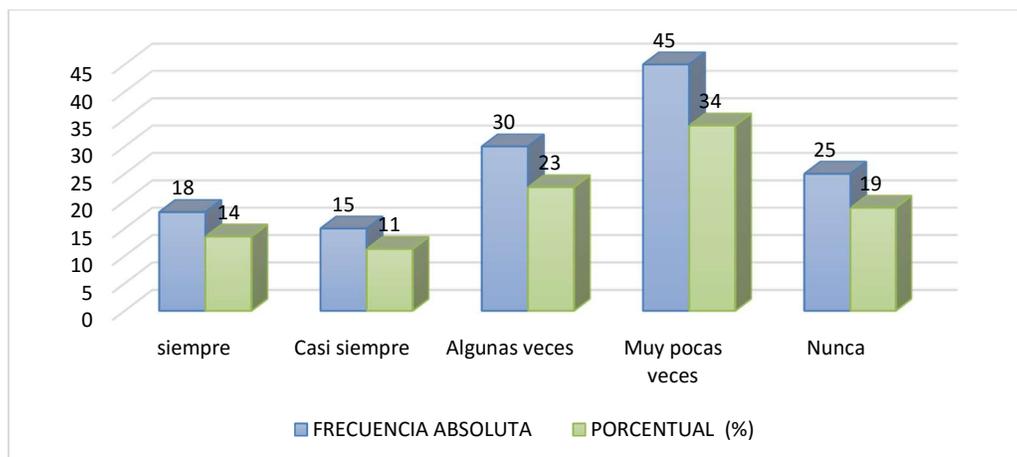
TABLA 12

ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA		FRECUENCIA ACUMULADA
		DECIMAL	PORCENTUAL (%)	
siempre	18	0.14	14	14
Casi siempre	15	0.11	11	25
Algunas veces	30	0.23	23	47
Muy pocas veces	45	0.34	34	81
Nunca	25	0.19	19	100
TOTAL	133		100	

Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

GRÁFICO 12



Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

Análisis e interpretación.

Se planteó la pregunta, ¿La empresa tiene una política de exigencia de comportamientos adecuados en la empresa?; y según datos obtenidos de la encuesta hecha a 133 personas de las Mypes dedicadas a la artesanía en cerámica, del distrito de Quinua, en la cual, el 34% opinan que solo muy pocas veces es así, 23% opinan que solo algunas veces es así 19% opinan que nunca se tienen políticas de exigencia de comportamientos adecuados, mientras que el 14% opinan que siempre es así, y finalmente el 11% opinan que casi siempre es así.

13. ¿La calidad del producto se deriva de las técnicas y procedimientos utilizados naturalmente por costumbre en el distrito de Quinua?

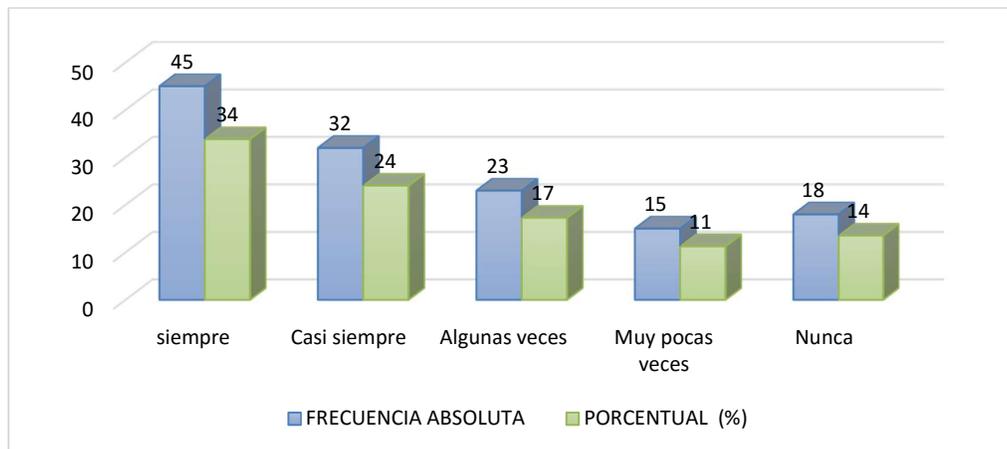
TABLA 13

ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA		FRECUENCIA ACUMULADA
		DECIMAL	PORCENTUAL (%)	
siempre	45	0.34	34	34
Casi siempre	32	0.24	24	58
Algunas veces	23	0.17	17	75
Muy pocas veces	15	0.11	11	86
Nunca	18	0.14	14	100
TOTAL	133		100	

Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

GRÁFICO 13



Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

Análisis e interpretación.

Se planteó la pregunta, ¿La calidad del producto se deriva de las técnicas y procedimientos utilizados naturalmente por costumbre en el distrito de Quinua?; y según datos obtenidos de la encuesta hecha a 133 personas de las Mypes dedicadas a la artesanía en cerámica, del distrito de Quinua, en la cual, el 34% de los encuestados opinan que siempre es así, 24% opinan que casi siempre es así, 17% opina que solo

algunas veces es así, 14% opinan que nunca la calidad de los productos deriva de las técnicas utilizadas, finalmente 11% opina que muy pocas veces es así.

14. ¿Los premios y motivaciones que recibe el personal garantizan la mejor calidad y presentación de los productos en cerámica del distrito de Quinua?

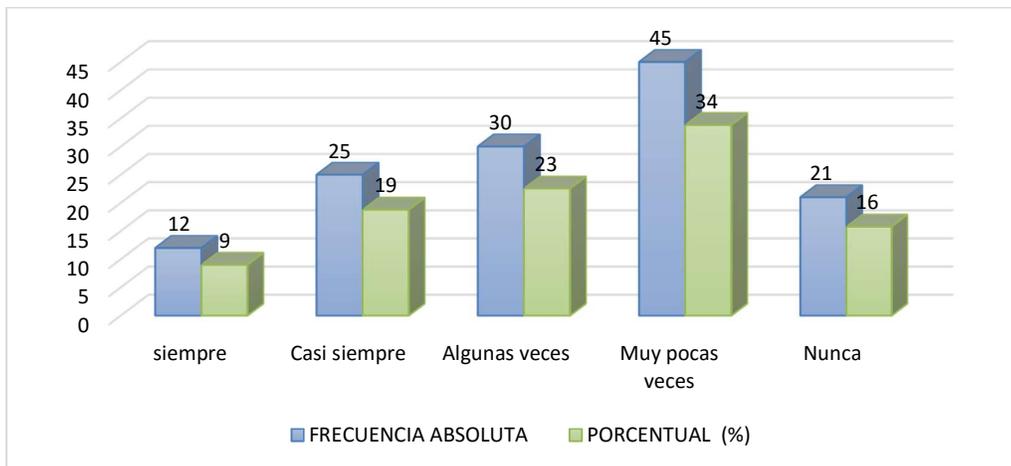
TABLA 14

ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA		FRECUENCIA ACUMULADA
		DECIMAL	PORCENTUAL (%)	
siempre	12	0.09	9	9
Casi siempre	25	0.19	19	28
Algunas veces	30	0.23	23	50
Muy pocas veces	45	0.34	34	84
Nunca	21	0.16	16	100
TOTAL	133		100	

Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

GRÁFICO 14



Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

Análisis e interpretación.

Se planteó la pregunta, ¿Los premios y motivaciones que recibe el personal garantizan la mejor calidad y presentación de los productos?; y según datos obtenidos de la encuesta hecha a 133 personas de las Mypes dedicadas a la artesanía en cerámica, del

distrito de Quinua, en la cual, el 34% de los encuestados opinan que solo muy pocas veces es así, 23% opinan que solo algunas veces es así, 19% opinan que casi siempre es así, 16% opinan que nunca es así, finalmente solo el 9 % opinan que siempre es así.

15. ¿Se evalúan los aspectos iniciales y finales de la producción de la cerámica teniendo en cuenta la experiencia laboral y criterio del colaborador?

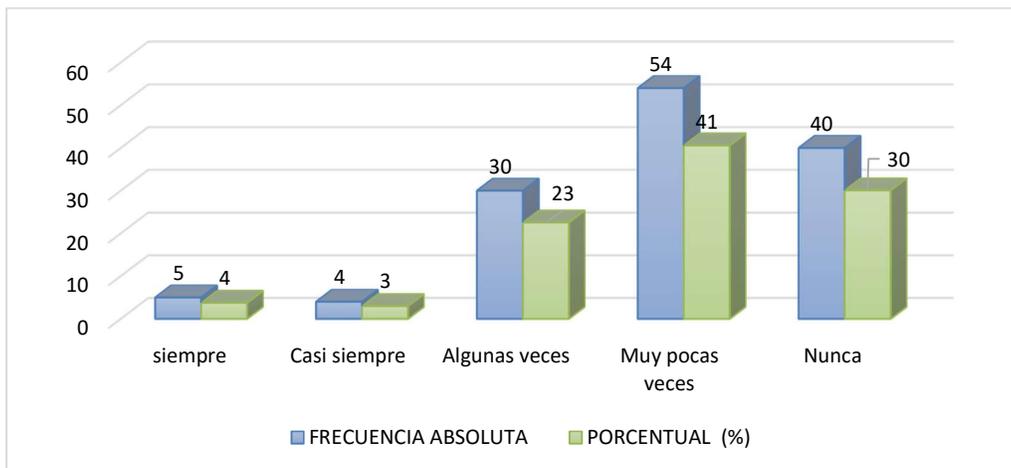
TABLA 15

ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA		FRECUENCIA ACUMULADA
		DECIMAL	PORCENTUAL (%)	
siempre	5	0.04	4	4
Casi siempre	4	0.03	3	7
Algunas veces	30	0.23	23	29
Muy pocas veces	54	0.41	41	70
Nunca	40	0.30	30	100
TOTAL	133		100	

Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

GRÁFICO 15



Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

Análisis e interpretación.

Se planteó la pregunta, ¿Se evalúan los aspectos iniciales y finales de la producción de la cerámica teniendo en cuenta la experiencia laboral y criterio del colaborador?; y

según datos obtenidos de la encuesta hecha a 133 personas de las Mypes dedicadas a la artesanía en cerámica, del distrito de Quinua, en la cual, el 41% de los encuestados opinan que solo muy pocas veces es así, el 30% opinan que nunca es así, el 23% opinan que solo algunas veces es así, mientras que el 4 % opinan que siempre es así, y finalmente el 3% opinan que casi siempre es así.

16. ¿Se aceptan la diversificación de productos de cerámica en su taller o centro de trabajo, apoyando la creatividad e innovación del personal que colabora?

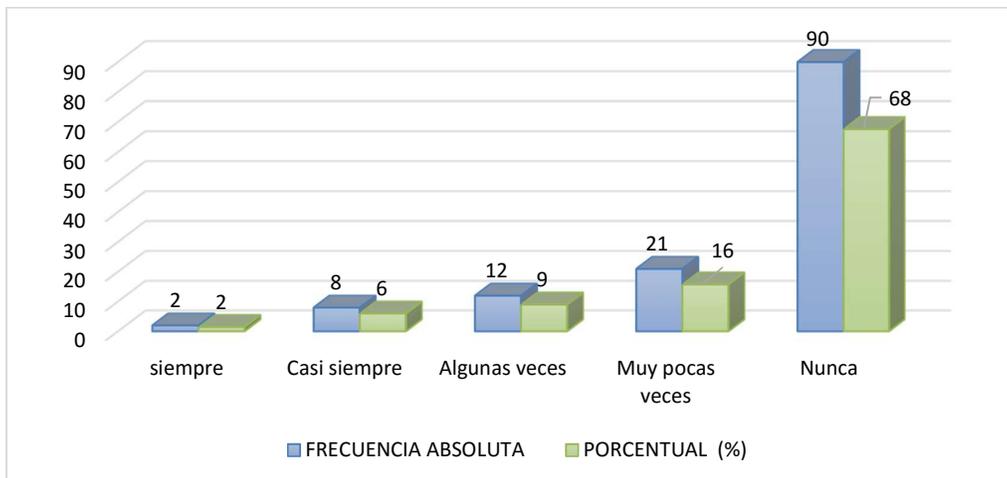
TABLA 16

ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA		FRECUENCIA ACUMULADA
		DECIMAL	PORCENTUAL (%)	
siempre	2	0.02	2	2
Casi siempre	8	0.06	6	8
Algunas veces	12	0.09	9	17
Muy pocas veces	21	0.16	16	32
Nunca	90	0.68	68	100
TOTAL	133		100	

Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

GRÁFICO 16



Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

Análisis e interpretación.

Se planteó la pregunta, ¿Se aceptan la diversificación de productos de cerámica en su taller o centro de trabajo, apoyando la creatividad e innovación del personal que colabora?; y según datos obtenidos de la encuesta hecha a 133 personas de las Mypes dedicadas a la artesanía en cerámica, del distrito de Quinua, en la cual, el 68% de los encuestados opinan que nunca es así, 16% opinan que solo muy pocas veces es así, 9% de los encuestados opinan que solo algunas veces es así, el 6% opinan que casi siempre es así, y finalmente solo el 2% opinan que siempre es así.

17. ¿Crear equipos de producción de cerámicas garantiza la calidad de ella, y como consecuencia garantiza la venta?

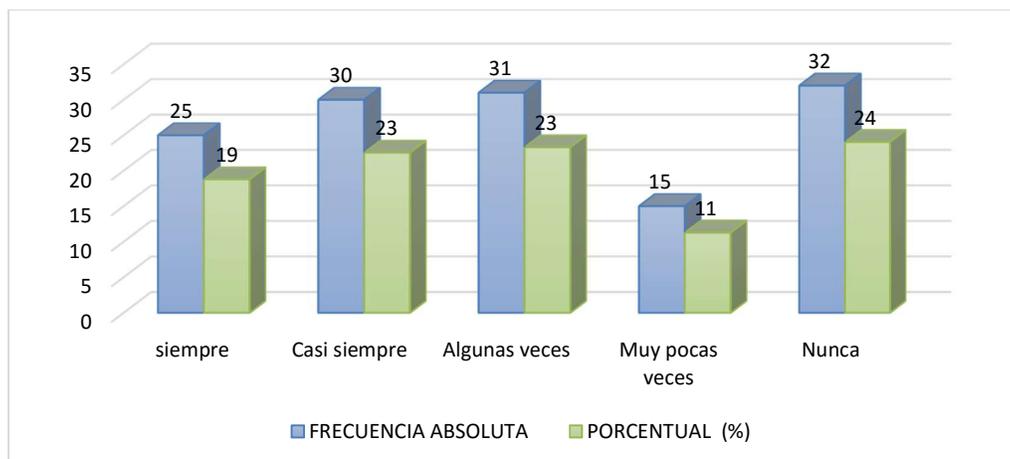
TABLA 17

ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA		FRECUENCIA ACUMULADA
		DECIMAL	PORCENTUAL (%)	
siempre	25	0.19	19	19
Casi siempre	30	0.23	23	41
Algunas veces	31	0.23	23	65
Muy pocas veces	15	0.11	11	76
Nunca	32	0.24	24	100
TOTAL	133		100	

Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

GRÁFICO 17



Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

Análisis e interpretación.

Se planteó la pregunta, ¿Crear equipos de trabajo hace que la producción de cerámicas sea garantizada en términos de venta?; y según datos obtenidos de la encuesta hecha a 133 personas de las Mypes dedicadas a la artesanía en cerámica, del distrito de Quinua, en la cual, el 23% de los encuestados opinan que casi siempre es así, 23% opinan que solo algunas veces es así, el 24% opinan que nunca es así, el 19 % opinan que siempre es así, y finalmente el 11% opinan que solo muy pocas veces es así.

18. ¿Se trabaja de forma articulada con las demás empresas dedicadas a este rubro para responder pedidos que excedan la capacidad productiva de esta empresa?

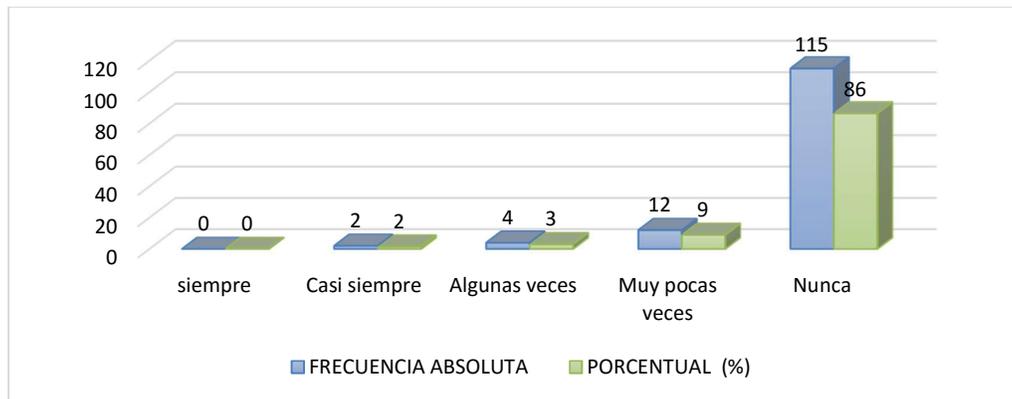
TABLA 18

ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA		FRECUENCIA ACUMULADA
		DECIMAL	PORCENTUAL (%)	
siempre	0	0.00	0	0
Casi siempre	2	0.02	2	2
Algunas veces	4	0.03	3	5
Muy pocas veces	12	0.09	9	14
Nunca	115	0.86	86	100
TOTAL	133		100	

Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

GRÁFICO 18



Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

Análisis e interpretación.

Se planteó la pregunta, ¿Se trabaja de forma articulada con las demás empresas dedicadas a este rubro para responder pedidos que excedan la capacidad productiva de esta empresa?; y según datos obtenidos de la encuesta hecha a 133 personas de las Mypes dedicadas a la artesanía en cerámica, del distrito de Quinua, en la cual, el 2% de los encuestados opinan que casi siempre es así, 3% opinan que algunas veces es así,

9% opinan que solo muy pocas veces es así, igualmente el 86 % opinan que nunca es así.

19. ¿Existe promoción de parte del gobierno local para mejorar las ventas de estos productos?

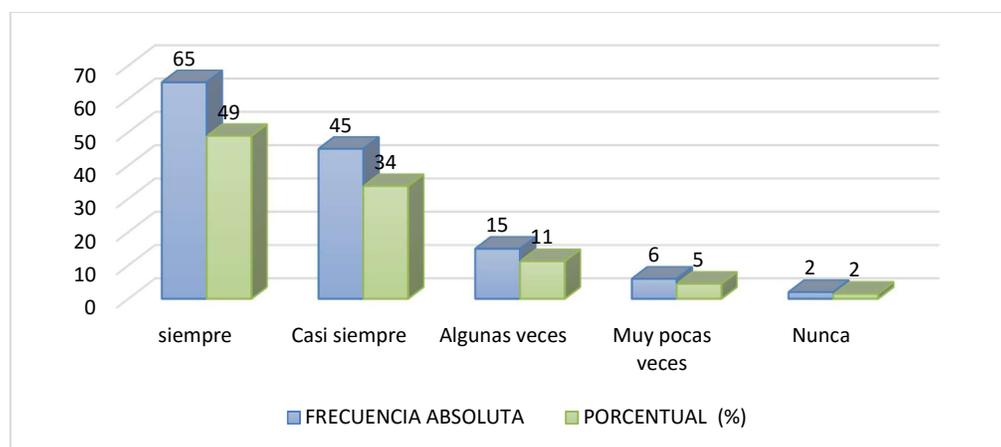
TABLA 19

ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA		FRECUENCIA ACUMULADA
		DECIMAL	PORCENTUAL (%)	
siempre	65	0.49	49	49
Casi siempre	45	0.34	34	83
Algunas veces	15	0.11	11	94
Muy pocas veces	6	0.05	5	98
Nunca	2	0.01	1	100
TOTAL	133		100	

Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

GRÁFICO 19



Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

Análisis e interpretación.

Se planteó la pregunta, ¿Existe promoción de parte del gobierno local para mejorar las ventas de estos productos?; y según datos obtenidos de la encuesta hecha a 133 personas de las Mypes dedicadas a la artesanía en cerámica, del distrito de Quinua, en

la cual, el 49% de los encuestados opinan que siempre es así, 34% opinan que casi siempre es así, 11% opinan que solo algunas veces es así, 5% opinan que solo muy pocas veces es así, y finalmente el 1% opinan que nunca es así.

20. ¿Las estrategias de producción establecidas generan mayor calidad en los productos de la empresa?

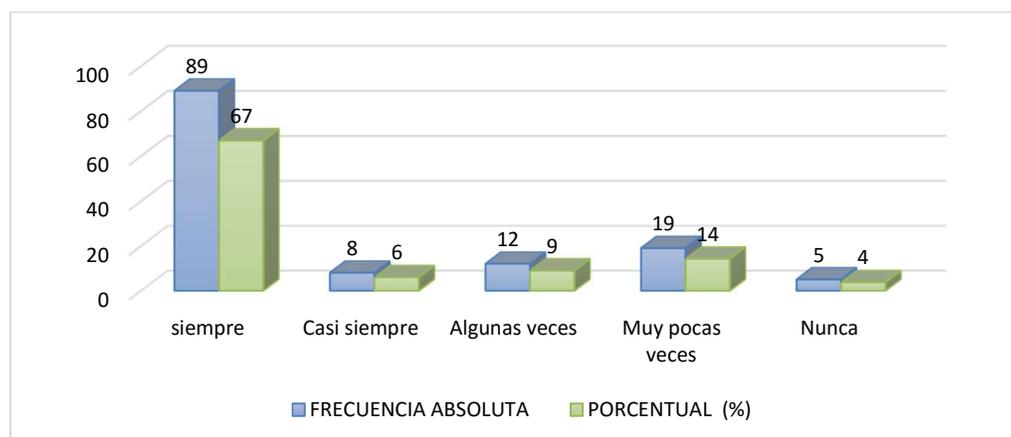
TABLA 20

ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA		FRECUENCIA ACUMULADA
		DECIMAL	PORCENTUAL (%)	
siempre	89	0.67	67	67
Casi siempre	8	0.06	6	73
Algunas veces	12	0.09	9	82
Muy pocas veces	19	0.14	14	96
Nunca	5	0.04	4	100
TOTAL	133		100	

Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

GRÁFICO 20



Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

Análisis e interpretación.

Se planteó la pregunta, ¿Las estrategias de producción establecidas generan mayor calidad en los productos de la empresa?; y según datos obtenidos de la encuesta hecha

a 133 personas de las Mypes dedicadas a la artesanía en cerámica, del distrito de Quinua, en la cual, el 67% de los encuestados opinan que siempre es así, 14% opinan que solo muy pocas veces es así, 9% opinan que solo algunas veces es así, 6% opinan que casi siempre es así, y finalmente el 4% opinan que nunca es así.

21. ¿La disciplina de los colaboradores ha marcado la diferencia con respecto a las otras empresas, y considera que esto realza su capital humano?

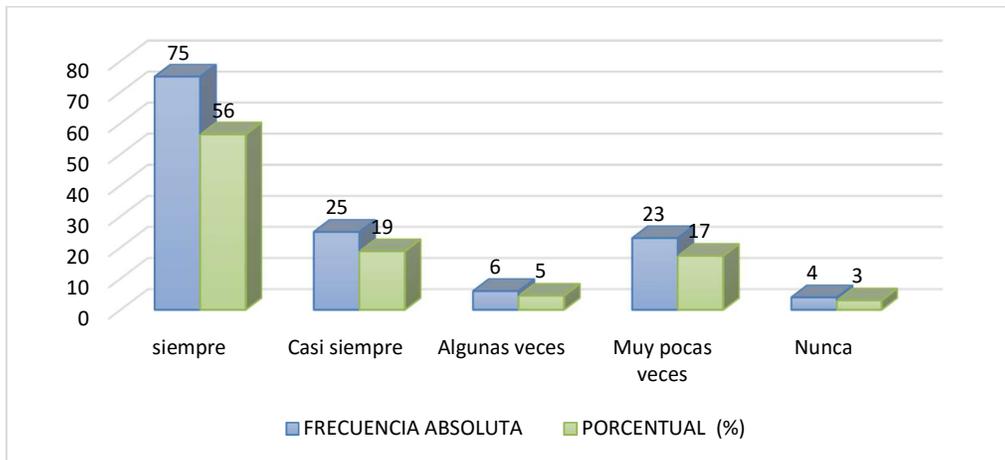
TABLA 21

ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA		FRECUENCIA ACUMULADA
		DECIMAL	PORCENTUAL (%)	
siempre	75	0.56	56	56
Casi siempre	25	0.19	19	75
Algunas veces	6	0.05	5	80
Muy pocas veces	23	0.17	17	97
Nunca	4	0.03	3	100
TOTAL	133		100	

Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

GRÁFICO 21



Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

Análisis e interpretación.

Se planteó la pregunta, ¿La disciplina de los colaboradores ha marcado la diferencia

con respecto a las otras empresas, y considera que esto realza su capital humano?; y según datos obtenidos de la encuesta hecha a 133 personas de las Mypes dedicadas a la artesanía en cerámica, del distrito de Quinua, en la cual, el 56% de los encuestados opinan que siempre es así, 19% opinan que casi siempre es así, 17% opinan que solo muy pocas veces es así, 5% opinan que solo algunas veces es así, y finalmente solo 3% opinan que nunca es así.

22. ¿Se comparte el conocimiento en utilizar la tecnología de comunicación masiva y redes sociales para promocionar los productos?

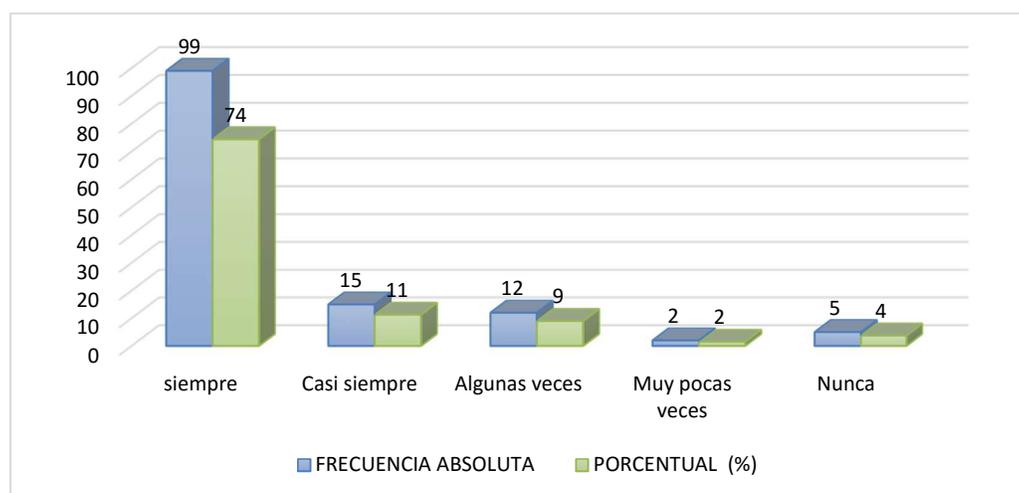
TABLA 22

ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA		FRECUENCIA ACUMULADA
		DECIMAL	PORCENTUAL (%)	
siempre	99	0.74	74	74
Casi siempre	15	0.11	11	86
Algunas veces	12	0.09	9	95
Muy pocas veces	2	0.02	2	96
Nunca	5	0.04	4	100
TOTAL	133		100	

Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

GRÁFICO 22



Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

Análisis e interpretación.

Se planteó la pregunta, ¿Se comparte el conocimiento en utilizar la tecnología de comunicación masiva y redes sociales para promocionar los productos?; y según datos obtenidos de la encuesta hecha a 133 personas de las Mypes dedicadas a la artesanía en cerámica, del distrito de Quinua, en la cual, el 74 % de los encuestados opinan que siempre es así, 11% opinan que casi siempre es así, 9% opinan que solo algunas veces es así, 4% opinan que nunca es así, y finalmente el 2% opinan que solo muy pocas veces es así.

23. ¿Se cuenta con materia prima de calidad dentro de la jurisdicción del distrito, los cuales son utilizados responsablemente por los productores de artesanías en cerámica?

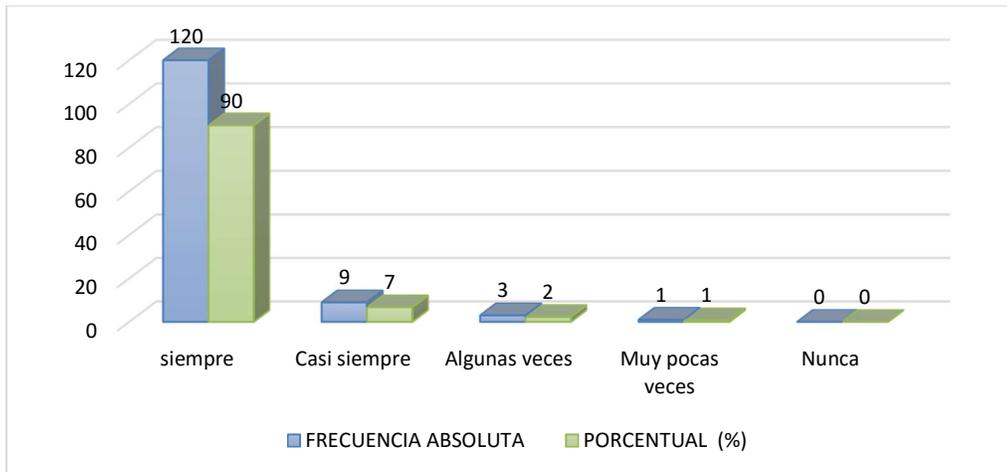
TABLA 23

ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA		FRECUENCIA ACUMULADA
		DECIMAL	PORCENTUAL (%)	
siempre	120	0.90	90	90
Casi siempre	9	0.07	7	97
Algunas veces	3	0.02	2	99
Muy pocas veces	1	0.01	1	100
Nunca	0	0.00	0	100
TOTAL	133		100	

Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

GRÁFICO 23



Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

Análisis e interpretación.

Se planteó la pregunta, ¿Se cuenta con materia prima de calidad dentro de la jurisdicción del distrito, los cuales son utilizados responsablemente por los productores de artesanías en cerámica?; y según datos obtenidos de la encuesta hecha a 133 personas de las Mypes dedicadas a la artesanía en cerámica, del distrito de Quinua, en la cual, el 90% de los encuestados opinan que siempre es así, 7% opinan que casi siempre es así, 2% opinan que solo algunas veces es así, finalmente solo el 1% opinan que solo muy pocas veces es así.

24. ¿El capital humano es valorado adecuadamente entendiendo sus problemas y dando lugar a tratos especiales de acuerdo a la dificultad al que se enfrenta?

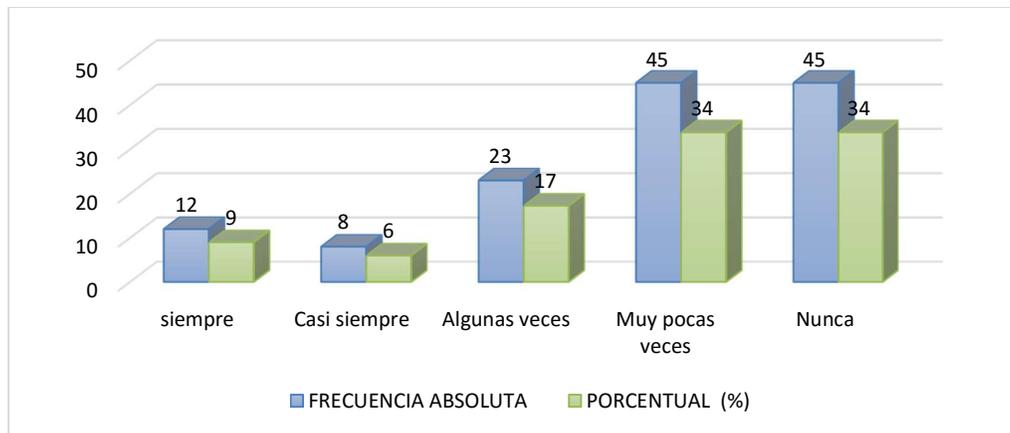
TABLA 24

ESCALA	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA		FRECUENCIA ACUMULADA
		DECIMAL	PORCENTUAL (%)	
siempre	12	0.09	9	9
Casi siempre	8	0.06	6	15
Algunas veces	23	0.17	17	32
Muy pocas veces	45	0.34	34	66
Nunca	45	0.34	34	100
TOTAL	133		100	

Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

GRÁFICO 24



Fuente: Encuesta a trabajadores en general de las Mypes dedicadas a la cerámica en el distrito de Quinua.

Elaboración: Propia, de acuerdo a las encuestas aplicadas.

Análisis e interpretación.

Se planteó la pregunta, ¿El capital humano es valorado adecuadamente entendiendo sus problemas y dando lugar a tratos especiales de acuerdo a la dificultad al que se enfrenta?; y según datos obtenidos de la encuesta hecha a 133 personas de las Mypes dedicadas a la artesanía en cerámica, del distrito de Quinua, en la cual, el 9% de los encuestados opinan que siempre es así, 6% opinan que casi siempre es así, 17% opinan

que solo algunas veces es así, 34% opinan que solo muy pocas veces es así, finalmente y al igual que el anterior un 34% de los encuestados opinan que nunca es así.

5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

Análisis de resultados mediante el uso de la fórmula estadística

En el desarrollo de la investigación se hizo un análisis descriptivo individual y explicativo para ello, se hará un análisis Correlacional utilizando que el supuesto de que todas las posibles respuestas tienen la misma probabilidad.

HIPÓTESIS GENERAL

Un sistema de gestión de talento humano influye significativamente en la competitividad comercial en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua. Ayacucho 2016 – 2017; esta operación implica buscar si existía alguna asociación entre las respuestas dadas a las preguntas que cuantifican los indicadores antes mencionados

Hipótesis nula H0

El sistema de gestión de talento humano *si* influye significativamente en la competitividad empresarial en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua.

Hipótesis alternante H1

El sistema de gestión de talento humano *no* influye significativamente en la competitividad empresarial en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua

X = Media poblacional

μ = Varianza poblacional

θ = Estimador

n = Muestra

$$N = \frac{x - \mu}{\theta / \sqrt{n}}$$

$$N = \frac{300 - 65}{125 / \sqrt{133}}$$

N = 21.68

Decisión: Según el gráfico del chi – cuadrado en el grado de libertad **9** determina la probabilidad de un valor superior de **0,01**. Se tiene que la hipótesis nula H_0 se acepta.

HIPÓTESIS DERIVADAS

Hipótesis específico 01

Los métodos tradicionales de trabajo inciden en la calidad del producto en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho 2016 – 2017.

a. Hipótesis nula H_0

Los métodos tradicionales de trabajo **si** inciden en la calidad del producto en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua

b. Hipótesis alternante H1

Los métodos tradicionales de trabajo **no** inciden en la calidad del producto en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua

\bar{X} = Media poblacional

μ = Varianza poblacional

θ = Estimador

n = Muestra

$$N = \frac{\bar{X} - \mu}{\theta / \sqrt{n}}$$

$$N = \frac{300 - 65}{125 / \sqrt{46}}$$

$$N = 12.75$$

c. Decisión: Según el gráfico del chi – cuadrado en el grado de libertad **3** determina la probabilidad de un valor superior de **0,005**. Se tiene que la hipótesis nula H_0 se acepta.

Hipótesis específico 02

La adecuada organización de equipos de trabajo contribuye en las estrategias de negocio de las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho 2016 – 2017.

a. Hipótesis nula H0

La adecuada organización de equipos de trabajo **no** contribuye en las estrategias de negocio de las artesanías de cerámica del distrito de Quinua

b. Hipótesis alternante H1

La adecuada organización de equipos de trabajo **si** contribuye en las estrategias de negocio de las artesanías de cerámica del distrito de Quinua

X = Media poblacional

μ = Varianza poblacional

θ = Estimador

n = Muestra

$$N = \frac{X - \mu}{\theta / \sqrt{n}}$$

$$N = \frac{300 - 65}{125 / \sqrt{44}}$$

$N = 12.47$

c. Decisión: Según el gráfico del chi – cuadrado en el grado de libertad **6** determina la probabilidad de un valor superior de **0,05**. Se tiene que la hipótesis nula H_0 se acepta.

Hipótesis específico 03

Las prácticas de valores influyen positivamente en las ventajas competitivas en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho 2016 – 2017

a. Hipótesis nula H0

Las prácticas de valores **no** contribuyen positivamente en las ventajas competitivas en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua

b. Hipótesis alternante H1

Las prácticas de valores **si** contribuyen positivamente en las ventajas competitivas en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua

X = Media poblacional

μ = Varianza poblacional

θ = Estimador

n = Muestra

$$N = \frac{X - \mu}{\theta / \sqrt{n}}$$

$$N = \frac{300 - 65}{125 / \sqrt{43}}$$

$N = 12.32$

Decisión: Según el gráfico del chi – cuadrado en el grado de libertad **6** determina la probabilidad de un valor superior de **0,005**. Se tiene que la hipótesis nula H_0 se acepta.

VI. CONCLUSIONES

La presente investigación ha tenido como objetivo general, Evaluar la incidencia de los métodos tradicionales de trabajo en la calidad del producto en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho, además como objetivos específicos, Analizar las consecuencias de la falta de organización de equipos de trabajo en las estrategias de negocio de las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho y Describir la influencia de las prácticas de valores en las ventajas competitivas de las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho.

Con la investigación realizada más la contratación de hipótesis se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Una adecuada gestión del talento humano influye en la competitividad comercial de las Mypes dedicadas a la artesanía en cerámica, en el distrito de Quinua, por lo cual se debe entender ello en términos de beneficios económicos para la empresa que lo ponga en práctica.
- Los métodos de trabajo tradicional son influyentes de manera negativa en la calidad del producto de la artesanía en cerámicas en el distrito de Quinua, debido a que estos “métodos tradicionales” promueven el trabajo personalista, no permiten las capacitaciones y es mínima los reconocimientos que se otorgan al personal, por trabajos, esfuerzos, dedicación, desempeños que resalten por encima de los demás colaboradores.
- Una adecuada organización de equipos de trabajo fortalece el manejo de

estrategias de negocios que estas empresas puedan conocer y aplicar, esto lo demuestra la contrastación hecha mediante la fórmula estadística donde es aceptada la hipótesis nula.

- Las prácticas de valores en los colaboradores que laboran dentro de una institución, otorgan una ventaja competitiva en referencia a las demás, teniendo en cuenta que las empresas de este tipo trabajan a base de pedidos muchas veces a mercados de la capital y extranjeros, en la cual lo más resaltante es la puntualidad, responsabilidad, dedicación, conciencia y calidad del producto.

RECOMENDACIONES

- Es necesario la implementación de una adecuada gestión del talento humano, mejorando habilidades, destrezas y conocimiento, debido a que ello permite las mejoras necesarias en la competitividad empresarial de las Mypes dedicadas a la artesanía en cerámica en el distrito de Quinua además mejora las características que permiten una mayor rentabilidad de una Mype.

- Es necesario erradicar los métodos tradicionales de trabajo debido a que ello influyen negativamente en la calidad de las cerámicas del distrito de Quinua, teniendo en cuenta que las técnicas y procedimiento de producción actual se pueden mejorar con motivación, capacitación y promoviendo los trabajos en equipo.

- Es necesario la formación e implementación de equipos de trabajo los cuales deben ser fortalecidos con conocimientos actuales en los procedimientos a ejecutar, sean estas en ventas, producción, promoción u otros que sean necesarias para la mejora de las estrategias de negocios.

- Es fundamental la formación y exigencia de la práctica de valores para este tipo de Mypes, ya que ellos influyen positivamente en las relaciones establecidas entre “personal, empresa y consumidores”.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Abdel, G., & Romo Murillo, D. (2005). Conceptos de competitividad. Comercio Exterior, 124-200.
- Ahumada, M.(2012). El enfoque por Competencias y sus aportes en la gestión de Recursos Humanos. santiago de chile: FCS.
- Alles, M. Dirección Estratégica de Recursos Humanos. Gestión por Talentos. GRANICA. Argentina, 2000.
- Alonso, R. (18 de ENERO de 2012). Gary becker y su trabajo en el concepto de capital humano. Obtenido de <http://teoria-del-capital-humano.blogspot.com.eg/2012/01/gary-becker-y-su-trabajo-en-el-concepto.html>
- Álvarez, R.(octubre de 2015). Formación superior basada en competencias, Interdisciplinariedad y trabajo autónomo del estudiante. Obtenido de Facultad de Educación, Universidad del Atlántico, Colombia:
https://www.ugr.es/~ugr_unt/Material%20M%F3dulo%205/competencias_univ.pdf
- Ander, E. (1982). Introducción a la técnica de investigación. Buenos Aires Argentina: Editorial Humanistas.
- Arnolf, R. Cambios tecnológicos y organizativos en la formación profesional en sociedades europeas, en Guillermo La Barca, Formación y empresa. CINTERFOR/OIT, 1999.
- Barrios, G. Gestión de los talentos. Aplicación de los talentos laborales. Instituto Técnico de Capacitación y Productividad. España, 2000.

- Bunk, J. La transmisión de los talentos en la formación y perfeccionamiento profesional de la RFA. En Revista Europea de Formación Profesional. 1/94 CEDEFOP Madrid, España, 1994.
- Caballero, R., & Alejandro, E. Metodología de la investigación científica: Diseños con hipótesis explicativas. UDEFRAG S.A. Lima-Perú, 2004.
- Castillo, G. De la universidad al puesto de trabajo. Editorial Pirámide. Madrid, España, 2000.
- Cerda, S. (2016). Factores de producción y comercialización que limitan la competitividad de la cerámica del distrito de Quinua, 2015.
- Chiavenato, I. Administración en los tiempos nuevos. Editorial Mc Graw Hill, 2002
- Ducci M. El enfoque de la competencia laboral en la perspectiva internacional en: Formación basada en competencia laboral. Enrique de la Garza Toledo. México. FLACSO. UAM. FCE, 1997.
- García, M. La importancia de la evaluación del desempeño. Revista proyecciones. Año 2 Número 9, Febrero-Marzo. México DF, 2005.
- Ibarra, A. Formación de recursos humanos y competencia laboral. Editorial Addison-Wesley Iberoamericana, México, 2000.
- Jiménez, D. P. (2006). Manual de recursos humanos. Madrid: Business & Marketing School
- Kotler, P. (2008). Fundamentos de marketing. México: Pearson Educación.
- Laplante, M. (2006). Estudio sobre la competitividad de la industria brasileña. Colombia: Ed. DANE.

- Michcol, A.(2016). Analisis de la Innovacion, los recursos Humanos y la Infraestructura como impulsores de la competitividad manufacturera del sector autopartes. Mexico: Bloomington.
- Muñoz, O. (2010). Propuesta de Modelo de Gestión por competencias para mejorar la productividad de las empresas en Antioquia. Colombia.
- Porter, M.(1993). *Ser Competitivo*. España: Ediciones Deusto.
- Kotler, P. (2008). *Fundamentos de marketing*. Mexico: Pearson Educación.
- Schumpeter, J. (1981). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Nueva York: Routledge.

ANEXOS



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“Gestión de Talento Humano y Competitividad Comercial en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua, Ayacucho 2016 – 2017”.

ESCALA DE VALORACIÓN

ESCALA DE VALORACIÓN				
5	4	3	2	1
siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

Cuestionario de evaluación de gestión de talento humano y competitividad comercial

SECCIÓN 01: Gestión del talento Humano						
DIMENSIÓN I: Métodos tradicionales de trabajo.						
Nº	ITEM	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	¿Utilizan los mismos procedimientos de trabajo cada día?				X	
2	¿Se capacita al personal en los procedimientos de formas de trabajo?		X			
3	¿El personal de la empresa donde usted labora prefiere trabajar de manera individual, además no comparte conocimientos adquiridos en este tipo de trabajos?	X				
4	¿Se brindan reconocimiento y motivación al personal que labora en la artesanía de cerámica?					X
Dimensión II: Organización de equipos de trabajo.						
Nº	ITEM	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
5	¿Se organizan equipos de trabajo de acuerdo al conocimiento y capacidad de la tarea a realizar?	X				
6	¿El personal de venta tiene conocimiento y practica en la labor que desempeñan?	X				
7	¿Existe coordinación de esfuerzos para lograr objetivos comunes entre los artesanos?					X
8	¿Existen grupos de trabajo funcionales que presentan resultados contundentes en los logros de objetivos establecidos?	X				
Dimensión III: Practicas de valores.						
Nº	ITEM	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
9	¿Las personas que laboran demuestran respeto, puntualidad, cumplimiento y compromiso en sus labores?	X				
10	¿Personal de la empresa siempre demuestran solidaridad si algún miembro del grupo se encuentra en riesgo laboral o emocional?			X		
11	¿Son premiados las personas que realizan trabajos con mucha dedicación y esfuerzo?		X			
12	¿La empresa tiene una política de exigencia de comportamientos adecuados en la empresa?				X	

SECCIÓN II: Competitividad Comercial.						
Dimensión I: Calidad del producto						
Nº	ITEM	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
13	¿La calidad del producto se deriva de las técnicas y procedimientos utilizados naturalmente por costumbre en el distrito de Quinua?	X				
14	¿Los premios y motivaciones que recibe el personal garantizan la mejor calidad y presentación de los productos en cerámica del distrito de Quinua?			X		
15	¿Se evalúan los aspectos iniciales y finales de la producción de la cerámica teniendo en cuenta la experiencia laboral y criterio del colaborador?					X
16	¿Se aceptan la diversificación de productos de cerámica en su taller o centro de trabajo, apoyando la creatividad e innovación del personal que colabora?		X			
Dimensión II: Estrategias de negocio.						
Nº	ITEM	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
17	¿Crear equipos de producción de cerámicas garantiza la calidad de ella, y como consecuencia garantiza la venta?					X
18	¿Se trabaja de forma articulada con las demás empresas dedicadas a este rubro para responder pedidos que excedan la capacidad productiva de esta empresa?				X	
19	¿Existe promoción de parte del gobierno local para mejorar las ventas de estos productos?	X				
20	¿Las estrategias de producción establecidas generan mayor calidad en los productos de la empresa?					X
Dimensión III: Ventajas competitivas.						
Nº	ITEM	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
21	¿La disciplina de los colaboradores ha marcado la diferencia con respecto a las otras empresas, y considera que esto realza su capital humano?	X				
22	¿Se comparte el conocimiento en utilizar la tecnología de comunicación masiva y redes sociales para promocionar los productos?			X		
23	¿Se cuenta con materia prima de calidad dentro de la jurisdicción del distrito, los cuales son utilizados responsablemente por los productores de artesanías en cerámica?	X				
24	¿El capital humano es valorado adecuadamente entiendo sus problemas y dando lugar a tratos especiales de acuerdo a la dificultad al que se enfrente?	X				

Quinua, 29 de marzo del 2017.

SEÑOR: QUISPE NAVARRO, Edwin.
Representante de "Artesanías Obelisco".

DIRECCIÓN: Av, Libertadores s/n distrito de Quinua.

Yo, **MALLCCO GARCIA, Abel Felix**, identificado con DNI. N°43304151 solicito a su representada, que habiendo sido aprobado el proyecto de tesis "**Gestión de talento humano y competitividad comercial en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua**", de la escuela de formación profesional de Administración, de la **Universidad Católica los Ángeles de Chimbote**, además siendo candidato para obtener el título profesional de licenciado en administración de empresas, estaré realizando el recojo de datos, para ello se utilizará la encuesta, y se acompaña el presente para su conocimiento.

Agradeciendo de antemano su colaboración me despido cordialmente.

Atentamente;


MALLCCO GARCIA ABEL FELIX
43304151

Recibido
29/03/17
HA: 10:00 am.

DNI: 28798973

Quinua, 30 de marzo del 2017.

SEÑOR: RAMOS NAVARRO, Edison.
Representante de "Artesanías Quinua".

DIRECCIÓN: Comunidad Sayhuapata s/n. distrito de Quinua.

Yo, **MALLCCO GARCIA, abel Felix**, identificado con DNI. N°43304151 solicito a su representada, que habiendo sido aprobado el proyecto de tesis "**Gestión de talento humano y competitividad comercial en las artesanías de cerámica del distrito de Quinua**", de la escuela de formación profesional de Administración, de la **Universidad Católica los Ángeles de Chimbote**, además siendo candidato para obtener el título profesional de licenciado en administración de empresas, estaré realizando el recojo de datos, para ello se utilizará la encuesta, y se acompaña el presente para su conocimiento.

Agradeciendo de antemano su colaboración me despido cordialmente.

Atentamente;


MALLCCO GARCIA ABEL FELIX
43304151

Recibido:
30-03-17
Hora 3:00 PM
Eduardo
DNI: 70454421