



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES

CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,

FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y

MOTIVACIÓN EN LAS MYPE RUBRO ROPA PARA

NIÑOS DE GALERIA SANDOVAL MERCADO MODELO

(PIURA), AÑO 2017

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO

ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS

ADMINISTRATIVAS

AUTORA:

JANET GARCIA CASTILLO

ASESOR:

LIC. DAVID DANIEL RONDOY VIARREAL

PIURA – PERÚ

2018

JURADO EVALUADOR

MGTR. VÍCTOR HUGO VLELA VARGAS

PRESIDENTE

MGTR. VÍCTOR HELIO PATIÑO NIÑO

SECRETARIO

LIC.ADM. MARITZA ZELIDETH CHUMACER ANCAJIMA

MIEMBRO

AGRADECIMIENTO

A los propietarios de las micro y pequeñas empresas (MYPE) rubro ropa para niños de la Galería Sandoval mercado modelo Piura, por haberme brindado la facilidad de acceso a información necesaria para llevar a cabo la investigación.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de investigación en primer lugar a Dios por darme la vida y estar siempre presente en cada paso que doy, darme fortaleza y guiarme por el camino correcto

A mis padres y hermanos que son los pilares fundamentales de mi vida, quienes se han preocupado por mi bienestar y educación dándome siempre su apoyo incondicional. Confiando en mí plenamente en cada reto que se presentaba, haber compartido los malos y los buenos momentos gracias a ellos he logrado conseguir mi meta, mis grandes amores los amo.

RESUMEN

La presente investigación, tuvo como objetivo general Determinar las características de la competitividad y motivación en las MYPE Rubro Ropa para Niños de Galería Sandoval (Piura) año 2017, cuyas variables seleccionadas son competitividad y motivación, la metodología de la investigación es de nivel descriptiva diseño no experimental, corte transversal, la población de estudio está conformada por 5 MYPES en donde para la variable competitividad se ha

considerado a clientes y para la variable motivación se ha tomado a los trabajadores. La técnica de recolección de datos es la encuesta y el instrumento es el cuestionario

Palabras clave: Competitividad, Motivación, MYPES, Ropa para niños

ABSTRACT

The present investigation, had like general objective To determine the characteristics of the competitiveness and motivation in the MYPE Rubro Clothes for Children of Gallery Sandoval (Piura) year 2017, whose selected variables are competitiveness and motivation, the methodology of the investigation is of descriptive level design non-experimental, cross-sectional, the study population is made up of 5 MYPES where, for the competitiveness variable, owners and clients have been considered and for the motivation variable the workers have been taken.

The technique of data collection is the survey and the instrument is the questionnaire

Keywords: Competitiveness, Motivation, MYPES, Children's clothing

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	
vii TABLA DE CONTENIDO	
viii	
I. INTRODUCCIÓN	
14	
II. REVISIÓN DE LITERATURA	
24	
2.1 Antecedentes	24
2.1.1 Variable competitividad	24
2.1.2 Variable motivación	28
2.2 Bases teóricas o conceptuales	33
2.2.1 Variable competitividad	33
2.2.1.1 Concepto de competitividad	33
2.2.1.2 Características de la competitividad	34

2.2.1.3 Elementos de la competitividad	35
2.2.1.4 Estrategias Competitivas	36
2.2.2 Variable Motivación	37
2.2.2.1 Concepto de motivación	37
2.2.2.2 Características de la motivación	38
2.2.2.3 Tipos de Motivación	39
2.2.2.4 Beneficios de la motivación	40
III.METODOLOGÍA	42
3.1 Diseño de la investigación	42
3.2 Población y muestra	43
Cunya Flores Danitza Claret	44
3.3 Definición y operacionalización de las variables	47
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	50
3.5. Plan de análisis	50
3.6. Matriz de consistencia	51

3.7. Principios éticos	54
IV RESULTADOS	55
4.1 Resultados	55
4.1.1 variable competitividad	55
4.1.2 Variable motivación	58
4.2 Análisis de resultados	61
4.2.1 Variable competitividad	61
4.2.2 Variable motivación	64
V. CONCLUSIONES	67
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS	68
ANEXOS	72
Índice de tablas	

Índice de Figuras

Figura 1: Elementos de la competitividad	94
Figura 3: La diferenciación es una estrategia importante	95
Figura 5: Implementación de una estrategia competitiva	96

Figura 6: Importancia de la estrategia de liderazgo total en costos	96
Figura 7: Segmentación aumenta las ventas	96
Figura 8: Estrategias competitivas	97
Figura 9: Importancia de mantener al personal motivado	97
Figura 10: Motivación adecuada de los trabajadores	98
Figura 11: Colaboración y participación de los trabajadores	98
Figura 12: La motivación al personal en las MYPES	99
Figura 13: Incentivan los propietarios el esfuerzo de los trabajadores	99
Figura 14: Motivados cuando acuden a desarrollar su trabajo	99
Figura 15: Tipos de motivación	100
Figura 16: Tipos de motivación	100

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad las micro y pequeñas empresas (MYPES) son la parte fundamental en el desarrollo de la economía Peruana, contribuyen a la creación del empleo disminuyen la pobreza e aumentan el producto bruto interno (PBI), asimismo son las principales fuentes de progreso nacional, regional y local, y buscan que los diferentes sectores de la población satisfagan sus necesidades, Además en lo que se refiere al tamaño empresarial las MYPES representan el 99,5% y la gran empresa el 0,5% del total (La República , 2015)

La micro y pequeñas empresas (MYPE) es la unidad económica constituida por personas natural o jurídicas bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como finalidad ampliar las actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. menciono las características de las MYPES, las microempresas de uno a diez trabajadores y ventas anuales un monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT), para las pequeñas empresas de uno hasta cien trabajadores y ventas anuales monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (Huamán, 2009)

Facilita y promueve el acceso de la micro y pequeñas empresas (MYPES) al mercado de bienes y servicios, a través del desarrollo de capacitaciones para competir, crear valor y fomentar la articulación empresarial, donde se contribuya a una actividad empresarial en alianza con agentes públicos y privados (My Empresa propia , 2016)

En la página web Perú21, (2017) realizada una entrevista al ministerio de Producción (Produce) y de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), mencionaron que capacitaran a las micro y pequeñas empresas (MYPE) del norte del País y brindaran talleres a los emprendedores y empresarios con la finalidad de ampliar temas como. Entorno y transformación digital, tecnología 360°, gestión de personas, comercialización de servicios, marca, Etc.

Según Luna , (2017) Gerente General de Gremio, manifestó que en el Perú el 96,5% de las empresas que existen pertenecen al sector de Micro y pequeñas empresas (MYPE), creciendo año tras año por el contrario el número de medianas y grandes empresas se ha reducido en el 2016. También aumenta la fuerza de emprendimiento en el país, siendo su gran obstáculo la formalidad.

Entre los años 2016, 2017 que se produjo el niño costero afectando al Perú con pérdidas millonarias, En la región Piura también afecto principalmente a los comerciantes, y también pobladores que perdieron sus bienes, por lo tanto la demanda de ropa para niños bajo debido a que la prioridad de los damnificados fue cubrir necesidades básicas.

Según García, (2014) director de la Faedpyme, Indico que se detectaron las principales debilidades que afectan el desarrollo de las Micro y pequeñas empresas (MYPE) peruanas siendo una de ellas el tamaño, ya que son empresas muy pequeñas con poca capacidad para exportar, además detallo que el 14% de los ingresos de las MYPES que pueden exportar son por las ventas al exterior en nivel bajo. Asimismo detallo que se debe utilizar las Tecnologías de la Información y Comunicación,

debido a que el 61.1% de las MYPES formales no usan este tipo de herramientas relacionadas a las TIC (Internet, redes sociales, correos electrónicos)

El estudio del factor externo en las micro y pequeñas empresas ayuda a reconocer que factores benefician y cuales perjudican a las MYPE además puede descubrir los factores que influyen en el negocio y así eviten los riesgos. A continuación se describen los factores en las MYPES de rubro ropa para niños.

Ex Ministra de Producción, Triveño, (2013) detallo que se otorgó un periodo de gracia de tres años a las Micro y pequeñas empresas (MYPE) en cuanto a lo laboral y tributario para las MYPES nuevas en el mercado, el propósito de enseñarles que significa ser formales y como adecuarse al proceso. Yaqué no serán sancionadas inmediatamente si cometen un error tendrán un plazo para subsanar el error.

Según Ex Ministra de Producción, (2014) informo que al cierre del 2015, el número de micro y pequeñas empresas (MYPES) accederán a un total de 5.5 millones por lo cual La gran mayoría son informales (83%), ya que no están registradas en la SUNARP como personas jurídicas y a su vez, no cumplen con las formalidades el otro 17% está conformado por MYPES formales.

Mediante la promulgación de la ley 30056 “ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar al desarrollo productivo y el crecimiento empresarial” su finalidad es que las micro y pequeñas empresas (MYPE) obtén por la formalización; Las ventajas de la ley es que durante 72 horas podrá tramitar su constitución en la plataforma virtual del portal de atención al ciudadano (Diario

Gestión , 2013)

La ley de Impuesto General a la Venta (IGV) que entra a vigencia el 1 de marzo del 2017, beneficiara a 1'027, 000 que representan el 61% de micro y pequeñas empresas (MYPE) del Perú, Además permitirá a las MYPES prorrogar al pago de IGV hasta 90 días después de haber sido emitidas sus facturas, también menciona que la ley contribuirá a que las MYPES declaren la totalidad de sus ventas (Mathews, 2017)

Los factores económicos son los más influyentes dentro del ámbito de las Micro y pequeñas empresas (MYPE) ya sea de una forma u otra por la que se debe tomar en cuenta para el funcionamiento o evolución ya que el crecimiento de las MYPE depende de factor trabajo, el capital social básico, el desarrollo económico del lugar donde se encuentren establecidas las MYPES, los ingresos salariales de los clientes mayores ingresos mayor capacidad de compras, aumento de la población (Apaul, 2012)

CEPAL proyecta que el producto bruto interno (PBI) crecerá 3,5% en el 2017 frente a los vecinos de América del Sur la proyección de CEPAL para el PBI peruano se situó como la tercera más alta, por detrás del crecimiento que pronosticó para la economía de Paraguay (3,8%) y de Bolivia (4%) además se ubicó 0,5% por encima del diagnóstico que titular del ministro de economía y finanzas (MEF) Alfredo Tohorne para la economía peruana solo crecería a un 3% como consecuencias que provoca el niño costero . sin embargo es importante preguntar cuál viable es que la reconstrucción del país se de en mediano plazo para que se pueda generar el impacto positivo esperado en la expansión del PBI que el gobierno estimado para el 2018 crecimiento del PBI al 5% (Diario Comercio, 2017)

Tuesta, (2018) Ministro de economía y finanzas comunicó que el gobierno consignara más de 1. 000 millones para el financiamiento de las micro y pequeñas

empresas (MYPES), Además brindaran programas de capacitación e innovación para mejorar su negocio y desarrollo a favor de las MYPES a corto plazo.

En Perú 9 de cada 10 empresas son micro y pequeñas empresas (MYPE) que contribuyen un 21.6% del producto bruto interno (PBI) local, donde 83.1% de MYPES son informales en estas microempresas laboran 7,7 millones de personas 66,5% no cuentan con una remuneración ni seguro de salud y sistema previsional (Diario Republica, 2016)

Actualmente en el país las micro y pequeñas empresas (MYPES) contribuyen alrededor de 40% del PBI las MYPES son las mayores potenciadoras del crecimiento económico del país. Además general el 47% de empleo en Perú y crecen continuamente y cada vez son más influyentes en el mercado, solicitaran más mano de obra y colaboraran con más tributos para el estado peruano (Diario Altavoz , 2016).

La economía peruana creció 0.71% en marzo con este resultado son 92 meses de crecimiento continuo y el resultado es mayor a lo que el ministerio de economía (MEF) estimo una expansión de 0.50%. Los sectores de mejor desempeños telecomunicaciones, administración pública, manufactura, transporte, almacenamiento por el contrario los que registran disminución en el crecimiento económico del país es minería (-2.70%), construcción (-3.81%), agropecuaria (-2.55%), comercio (0.70%), financiero y seguros (-1.18%), alojamiento y restaurantes (-1.25%), electricidad, gas, agua y servicios prestados a empresas (-0.74 %). (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2017)

Las micro y pequeñas empresas (MYPES) en el país constituyen el 98,6% de las unidades empresariales, donde millones de trabajadores peruanos tienen la oportunidad de desarrollarse y contribuir al crecimiento económico, de acuerdo a que las MYPES se desarrollan y crecen aparecen nuevas y fortalecen a la economía (La voz de los emprendedores , 2018)

Las MYPES conforman núcleos ejecutores que permite acceder a compras públicas, impulsar el desarrollo mediante la canalización de los procesos de adquisición de los bienes manufacturados especializados a través de los núcleos ejecutores como, el sector textil confecciones, sector muebles, bienes de materias primas , bienes de madera, sector cuero y calzado y sector metalmecánica (Diario Comercio, 2018)

Las micro y pequeñas empresas (MYPES) dedicadas a la venta de ropa para niños, buscan adaptarse a los cambios de actitudes, gustos preferencias, hábitos. Valores y creencias de las personas para satisfacer las necesidades, ya que el factor socio- cultural de los clientes cambiaran de hábitos de compra y consumo constantemente debido a los medios de comunicación, movimiento físico de las personas a zonas urbanas o rurales, la tasa de natalidad y nuevas estructuras familiares (Rico, 2015)

Son formas de actuar de sentir y de pensar que se comparten entre los miembros que conforman las micro y pequeñas empresas (MYPES) y que se identifican como tal con los clientes compartiendo sus hábitos, valores; cada MYPE tiene su propia

cultura que la ase diferente a las demás aunque tengan el mismo negocio cada una tiene sus propias estrategias y objetivos (Soto, 2014)

La ministra de producción señalo que al cierre del año 2018 la cantidad de micro y pequeñas empresas (MYPE) lideradas por emprendedoras alcanzará los 1.3 millones donde el 79.5% de MYPES se ubican al interior del país siendo las regiones y provincias con mayor superioridad: Piura, Puno, La Libertad, Cusco y Junín y en Lima esta el 20.5% faltante. Además señalo que las actividades económicas con mayor participación de trabajadoras son Comercio 39.6%, agropecuario 27.1%, servicios 25.8%, manufactura 7,5%, etc. (Shol , 2018)

Las herramientas de tecnología de información y comunicación (TIC) si le dieran mayor usa las MYPES del país les ayudarían a promover mejor sus productos y servicios y reducir los costos administrativos, pagar impuestos y realizar operaciones bancarias por internet, ya que no solo es empleado por las grandes empresas sino también por las MYPES que les ayuda a que sus costos sean mínimos (Diario Gestión , 2014)

El ambiente interno conocido también como clima organizacional grupos de elementos de interés interno de las micro y pequeñas empresas (MYPE) que generan influencias directas en las actividades y son de responsabilidad de los propietarios de las MYPES hacia sus colaboradores (Dillon , 2011)

Análisis interno de las micro y pequeñas empresas (MYPE) rubro ropa para niños galería Sandoval mercado modelo Piura

Maquinaria y equipos: Las micro y pequeñas empresas (MYPES) rubro ropa para niños cuenta con variedad de equipos como Perchas, maniquís, mostrador, suministros para empacar y espejos, los materias están debidamente ordenados

Los propietarios de las micro y pequeñas empresas (MYPE) rubro ropa para niños galería Sandoval mercado modelo Piura están entre una edad de 35 a 50 años de edad que requieren tener utilidad para solventar sus gastos de la familia y tener una buena estabilidad económica

Las micro y pequeñas empresas (MYPES) rubro ropa para niños galería Sandoval mercado modelo Piura cuentan con personal que en mayoría son mujeres, que reciben capacitación una vez al año por parte del propietario, pero no están debidamente uniformados no cuentan con un uniforme que los identifique de las competencias

Habiendo analizado los problemas que presenta las MYPES rubro ropa para niños, se plantea el problema de la investigación ¿Qué características tiene la competitividad y motivación en las MYPE Rubro Ropa para Niños Galería Sandoval mercado modelo (Piura) año 2017? cuyo objetivo general es: Determinar las

Características de la competitividad y motivación en las MYPE Rubro Ropa para Niños Galería Sandoval mercado modelo (Piura) año 2017, derivado como objetivos específicos. (a) Detallar los elementos de la competitividad en las MYPE Rubro Ropa para Niños Galería Sandoval mercado modelo (Piura), año 2017; (b) conocer las estrategias competitivas que desarrollan las MYPE Rubro Ropa para Niños Galería Sandoval mercado modelo (Piura), año 2017; (c) Identificar los tipos de motivación

en las MYPE Rubro Ropa para Niños galería Sandoval mercado modelo (Piura), año 2017; (d) Determinar los beneficios de la motivación en las MYPE Rubro Ropa para Niños de Galería Sandoval mercado modelo (Piura), año 2017.

La presente investigación se justifica de las siguientes formas. De forma práctica porque la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (ULADECH – CATÓLICA) según la ley universitaria N° 30220 a establecido que se tiene que realizar la investigación para obtener el grado académico de bachiller. Además, la investigación se justifica debido a que en la mayoría de medianas y pequeñas empresas (MYPES) no cuentan con información la cual a través de esta investigación se busca bríndales información basada fundamentalmente en las características de competitividad y motivación de las MYPES.

Se justifica de forma teórica ya que se acudió a distintos como, Tepantlán, Ayala & Almaguer (2012) con su libro titulado, “Innovación y competitividad en México”. Definiendo a la Variable competitividad como aquella habilidad que tienen las empresas o profesionales para poder desarrollar y posicionarse en parte del mercado, entregar bienes y servicios en la forma lugar y tiempo requerido por los clientes. así mismo el autor García, M (2014) con su libro titulado “La motivación” donde se refiere que la variable motivación es un factor emocional básico para el ser humano, estar motivado significa realizar las tareas cotidianas sin apatía y sin un sobre esfuerzo adicional; aunque para unos el trabajo o las actividades de todo orden pueden representar una carga, para otros es un acicate, un revulsivo y a veces una liberación Muchos seres humanos encuentran en el trabajo un refugio a sus

frustraciones personales y profesionales, y se automotivan en su trabajo por ser la única forma de alcanzar la autoestima y el reconocimiento profesional y social.

Se justifica de forma metodológica ya que las razones por la cual se realizara la investigación es porque se aplicara la metodología científica; que consiste en identificar el problema y formular soluciones a través de la hipótesis acudiendo a expertos mediante la aplicación de todos los elementos metodológicos correspondientes además se calcula estadísticamente el tamaño de la muestra y la población.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Variable competitividad

Ley (2013) realizó una investigación titulada “Impacto en la gestión administrativa y competitividad de la industria textil Ecuatoriana por cambios en reformas tributarias 2011”, presentada en la Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador). El objetivo fue Establecer la competitividad de la industria textil Ecuatoriana y su relación con las reformas tributarias del ISD. Preciso la metodología de nivel de investigación cuantitativa, cualitativa. Se aplicó un cuestionario a 35 propietarios. Se arribaron a las siguientes conclusiones.

El sector textil ecuatoriano posee dos amenazas. La informalidad del mercado: competencia desleal, falsificadores y que el mercado asiático en especial el de China, ataca con bajos precios, por tal motivo es difícil competir y dañan el mercado. Además menciono que la competitividad es fundamental para sobrevivir en el mercado textil, lastimosamente los costos son altos por lo que el mercado exterior ve poco atractivo en producto pero sobresale la calidad de los mismos.

Sánchez (2017) presentó una investigación titulada “La competitividad turística de Ecuador, período de análisis 2007-2015”, realizada en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Quito). Preciso la metodología de tipo

descriptiva, nivel cuantitativo, cualitativo. Se aplicó un cuestionario a 138 clientes. Se arribaron a las siguientes conclusiones.

La competitividad se basa en los elementos como la dotación de los factores, condiciones de demanda interior, sectores de apoyo, estrategia de diferenciación,

estructura y rivalidad todos estos factores muestran una complementariedad en el estudio de la competitividad aplicable tanto a nivel interno como externo.

Contreras, Castillo & Salgado (2017) Realizo una tesis titulada “Análisis de los factores determinantes de competitividad del sector astillero en Colombia”, Presentada en la Universidad de la Salle (Colombia). Detallo la metodología de diseño cualitativo. Aplicó un cuestionario a 37 propietarios. Se arribaron a las siguientes conclusiones.

Es necesario un cambio empresarial y el apoyo por parte de entidades gubernamentales no solo a las empresas más grandes y líderes de la industria, sino a aquellas que tienen la posibilidad de innovar en procesos y productos destacando en el mercado.

Córdova (2016) realizo la investigación titulada “Caracterización de la competitividad de las micro y pequeña empresa del sector comercio rubro venta de ropa para niños en el mercado modelo de la ciudad de Chimbote, periodo Julio 2013-2014”, de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Chimbote). Detallo el tipo de investigación descriptivo, diseño no experimental corte trasversal. aplicó un cuestionario a 17 propietarios. Se arribaron a las siguientes conclusiones.

El 76,47% de las Micro y Pequeñas Empresas, son competitivas, del sector comercio rubro venta de ropa para niños, debido a la aplicación de herramientas administrativas tienen clientes satisfechos, sus precios son competitivos, poseen una calidad máxima. y utilizan herramientas administrativas como la calidad total, y han utilizado un plan de negocios

Meza & Meza (2015) en su investigación titulada “Factores que determinan la competitividad de las micro y pequeñas empresas textiles- confecciones de la región Junín periodo 2014” presentada en la universidad nacional del centro del Perú (Huancayo). Preciso el tipo de investigación aplicada, nivel explicativo. aplicó un cuestionario a 194 representantes. Detallo las siguientes conclusiones

La competitividad de la de las micro y pequeñas empresas textilesconfecciones de la Región Junín está en función del nivel educativo del empresario, nivel educativo del trabajador, nivel tecnológico de las maquinarias y equipos e inversión y segmentación en calidad del producto; investigando que estos factores son lo que determinaron la competitividad de las micro y pequeñas empresas

Gonzales (2014) en su investigación “Gestión empresarial y competitividad en las MYPES del sector textil en el marco de la ley n° 28015 en el distrito de la victoria - año 2013”, Perteneciente a la universidad San Martin de Porres Lima (Perú), empleo la metodología de la investigación de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental corte transversal. Aplicó un cuestionario a 64 propietarios y 240 clientes, menciono las siguientes conclusiones

El mayor porcentaje de las empresas de este rubro textil no cuenta con una adecuada tecnología, capacidad de gestión e innovación por lo cual esto no favorece a que las empresas sean competitivas en el mercado local y extranjero. También la gran mayoría de las empresas cuenta con un deficiente o inexistente planeamiento empresarial lo que hace que influya negativamente en el mercado local y extranjero.

Romero & Guevara, (2014) Presento una investigación titulada, “Lineamientos estratégicos claves de competitividad para la introducción y fortalecimiento en la actividad exportadora, las MYPES del sector artesanal en la

Región de Piura, frente a las nuevas tendencias del mercado”. Realizada en la

Universidad de Piura. Detallo la metodología de la investigación de nivel cuantitativo. Aplíco un cuestionario a 330 propietarios, Se arribaron a las siguientes conclusiones

Se hace importante y clave definir el actor del sector que pueda tomar la batuta para impulsar la agrupación y asociatividad de los artesanos locales que permita hacerlos más fuertes y competitivos; las alianzas con los organismos claves son fundamentales; la creación de un fideicomiso con estos fines resulta clave; y si ello es con el auspicio de un organismo financiero multilateral sería mucho más recomendable.

Paz (2018) Realizo una tesis titulada, “Caracterización de la capacitación y competitividad en las MYPE de servicio rubro confección de prendas de vestir, centro de Piura, año 2018”. Presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Piura). cuyo objetivo general fue Conocer las características de la capacitación y competitividad de las MYPE de servicio rubro confección de prendas de vestir, del centro de Piura, año 2018. Detallo la metodología de la investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental Transaccional. Aplíco un cuestionario a 4 Propietarios, 14 trabajadores y 96 clientes. Menciono las siguientes conclusiones.

Los elementos competitivos que se presentan en la MYPES bajo estudio son la adaptabilidad y la diferenciación, lo que significa que con ello ayudan al negocio a

adaptarse a nuevas tendencias y necesidades del cliente permitiéndole sobresalir en el transcurso del tiempo, logrando ganar más mercado

Rosillo, (2015) Realizo una investigación denominada “La gestión de la calidad y su relación con la competitividad en las micro y pequeñas empresas –

MYPE, del rubro Talleres de confecciones textiles, ubicadas en el mercado central de Piura, año 2015” Presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote Sede Sullana. cuyo objetivo general fue determinar la relación que existe entre la gestión de la calidad y la competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas - MYPE, del rubro Talleres de Confecciones Textiles ubicadas en el Mercado Central de Piura. Detallo la metodología de la investigación de diseño no experimental, transversal y correlacional. Aplíco un cuestionario a 30 propietarios. Detallo las siguientes conclusiones

Que el 67% de estas microempresas son lideradas por el género femenino; el 33.3% tienen secundaria completa, el 17 % tienen estudios universitarios, que tienen una edad comprendida entre 48 y 58 años de edad; el 40% tiene más de seis años en el negocio, tienen RUC y que cuentan entre 1 y 3 trabajadores en un 60%, también un 17 % con frecuencia introduce 35 mejora en sus productos.

2.1.2 Variable motivación

Sum (2015) en su tesis de grado “Motivación y desempeño laboral”, Realizada en la Universidad Rafael Landívar (Guatemala). Como metodología detallo el tipo de investigación descriptivo. Aplicó un cuestionario a 70 trabajadores. Se arribaron a las siguientes conclusiones

La motivación produce en el personal administrativo de la empresa de alimentos de la zona 1 de Quetzaltenango, realizar las actividades laborales en su puesto de

trabajo con un buen entusiasmo, y que ellos se sientan satisfechos al recibir algún incentivo o recompensa por su buen desempeño laboral.

García (2011) Presento una tesis titulada “Estudio de la motivación y satisfacción laboral en el colectivo de operadores de grúa torre en edificación a través de un método cualitativo”, realizada en la Universidad Politécnica de Valencia, detallo la metodología de la investigación nivel cualitativo. Aplicó un cuestionario a 55 trabajadores. Detallo las siguientes conclusiones.

Los aspectos motivadores que encuentran los operarios de grúa torre en su oficio son: el salario como objetivo fundamental, la responsabilidad y el orgullo de realizar bien el trabajo y ver que son una pieza clave del proceso edificatorio, y el reconocimiento de los demás, es decir, el sentirse valorados.

Castro (2016) Presento una investigación titulada, “El Papel de los Valores Hacia el Trabajo en la Motivación Laboral y el Desempeño de Trabajadores de PYMES Potosinas”. Realizada en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (México). El Objetivo fue determinar la influencia de los valores hacia el trabajo en la motivación laboral y el desempeño de trabajadores de PYMES potosinas. Como metodología preciso el tipo de investigación correlacional, diseño transversal. Aplico un cuestionario a 72 trabajadores, detallo las siguientes conclusiones.

Sobre la motivación, los resultados obtenidos demuestran que los empleados encuestados tienen una mayor motivación intrínseca, lo que nos indica que los empleados tienen un gusto e interés por las actividades que están haciendo

Pinedo (2017) presento su investigación titulada “La gestión del talento humano y su influencia en la motivación de los colaboradores administrativos de la empresa Petrex S.A”, realizada en la Universidad San Ignacio de Loyola (Lima). El objetivo fue determinar si la Gestión del Talento Humano influye en la motivación en los colaboradores administrativos de la empresa Petrex S.A. y como metodología preciso el tipo de investigación cuantitativo correlacional, diseño experimental. Se aplicó un cuestionario a 212 trabajadores. Detallo las siguientes conclusiones

Dentro de la empresa no se está tomando medidas adecuadas de desempeño del personal, ya que según los resultados obtenidos consideran que perciben que las evaluaciones no le ayudan en lo absoluto

Gástelo (2017) en su investigación titulada “Relación entre el marketing viral y la motivación del consumidor deportivo del Gimnasio Champion Gym del distrito de Tarapoto año 2016”, presentada en la Universidad Peruana Unión (Tarapoto). El objetivo fue Determinar la relación del marketing viral con la motivación del consumidor deportivo en el gimnasio Champion Gym del Distrito de Tarapoto, año 2016. Como metodología preciso el tipo de investigación correlacional, diseño no experimental corte transversal. Aplicó un cuestionario a 80 clientes. Detallo las siguientes conclusiones.

Los resultados obtenidos a través de la aplicación del instrumento, mostraron que no existe una relación significativa entre el marketing viral y la motivación del consumidor deportivo de los clientes del gimnasio Champion Gym del Distrito de Tarapoto; por lo que determinamos que las dimensiones que comprenden al marketing

viral de los clientes del gimnasio, no influyen de manera relevante en la motivación del consumidor deportivo de los clientes del gimnasio, ellos pueden mostrar mayor importancia a otros aspectos que determinan su motivación deportiva Reynaga (2015) Realizo una investigación titulada “Motivación y desempeño laboral del personal en el hospital Hugo Pesce Pescetto de Andahuaylas, 2015”. Presentada en la Universidad Nacional José María Arguedas en Andahuaylas (Perú). Como metodología de la investigación detallo el tipo experimental, transaccional correlacional; diseño no experimental. Aplicó un cuestionario a 458 trabajadores. Menciono las siguientes conclusiones

El proceso motivacional puede ser visto como un ciclo que va desde la conciencia de una necesidad hasta el logro de los incentivos que la satisfacen; la motivación puede ser abordada desde distintas perspectivas; por lo tanto observarse a partir de las fuerzas que la energizan (motivación extrínseca y motivación intrínseca).

Julca (2015) en su investigación "Motivación y satisfacción laboral de los trabajadores de la dirección regional de transportes y comunicaciones de Piura 2015", Pertenece a la Universidad Nacional de Piura, como metodología detallo el tipo de investigación descriptiva, diseño no experimental corte transversal. Se aplicó un cuestionario a 147 trabajadores. Se detallaron las siguientes conclusiones

En la dimensión Identidad de la tarea, el promedio de cerca de 4 puntos, indica que los trabajadores se encuentran bastante motivación; los trabajadores se sienten motivados para completar sus tareas de principio a fin, tratando de realizarlo de la

mejor manera y con la mayor libertad posible, lo que es reconocido por los supervisores.

Pariahuache (2015) realizó una tesis titulada “Identificación de factores motivacionales influyentes en la elección de la carrera de educación en los y las estudiantes del primer año de la facultad de ciencias de la educación de la Universidad de Piura”. Presentada en la Universidad de Piura. Detallo la metodología de la investigación de tipo descriptiva, diseño no experimental. Aplico un cuestionario a 22 estudiantes. Menciono las siguientes conclusiones.

El tipo de motivación predomina son los motivos intrínsecos. Esto de acuerdo al modelo antropológico de Pérez López indica un buen nivel de calidad motivacional; y por tanto, se infiere modos de experiencia y actuación más comprometidos en su formación y desempeño.

Vivar (2013) presento una investigación titulada “La motivación para el aprendizaje y su relación con el rendimiento académico en el área de inglés de los estudiantes del primer grado de educación secundaria”. Realizada en la Universidad de Piura, Detallo la metodología de la investigación de tipo descriptivocorrelacional, diseño no experimental. Detallo las siguientes conclusiones.

El grado de correlación es positiva muy baja con un coeficiente de 0,176 N° 8) y de 0,094 entre la motivación para el aprendizaje y el nivel de logro del criterio Actitud ante el área de Inglés habiendo obtenido el 50% permitiendo la intervención de estrategias de trabajo que motiven a los alumnos y que los involucren para estimular en ellos la voluntad de aprender.

2.2 Bases teóricas o conceptuales

2.2.1 Variable competitividad

2.2.1.1 Concepto de competitividad

Se refiere a aquella habilidad que tienen las empresas o profesionales para poder desarrollar y posicionarse en parte del mercado, entregar bienes y servicios en la forma, lugar y tiempo requerido por los clientes. Se basa, principalmente, en la creciente y sistemática innovación e incorporación de nuevos conocimientos en las organizaciones, para responder eficazmente a los desafíos (internos y externos) y así poder mantener sus ventajas comparativas ante las empresas del mismo sector (Tepantlán, Ayala, & Almaguer, 2012)

Tepantlán, Ayala, & Almaguer (2012) describen los niveles de competitividad

Competitividad interna: Capacidad de organización para alcanzar el máximo rendimiento de los recursos disponibles, como personal, capital, materiales e ideas; así mismo los procesos de transformación es decir las empresas competirán contra sí mismas

Competitividad externa: Orientada a la transformación de logros de la empresa en el contexto del mercado y el sector al que pertenece, es decir la competencia está

fuera de la empresa. Cuando la empresa logra alcanzar el nivel de competitividad externa, se basa en crear nuevas ideas, productos y buscar nuevas oportunidades de mercado

2.2.1.2 Características de la competitividad

Deduce que aquellas empresas competitivas son organizaciones capaces de poder crear en el proceso de producción una alineación, gestionando estándares de calidad y en relación a sus competencias mantienen un nivel de rentabilidad (Marketing, 2015).

Asimismo nombra las características que diferencia a una empresa competitiva por lo cual se puede lograr un aumento productivo.

1) **Constante innovación:** La innovación es una característica primordial en la competitividad, ya que al hacer constante cambios ayuda a que el cliente se mantenga expectante. No principalmente es proyectar las existencias de productos y servicios nuevos en el mercado que generen funciones y utilidades para la organización, También los trabajadores pueden aporten opiniones y poder mejorar el negocio.

2) **Liderazgo:** no solo se basa en que los productos y servicios que la compañía ofrece sean los mejores, sino que también buscan que en la propia empresa haya una relación horizontal. Líder es aquel que busca el bienestar de sus colaboradores. Además se tiene que trazar metas y objetivos alcanzables e implantar tareas que potencialicen el talento de cada trabajador. Yaqué el compromiso de la

autoridad se reconoce al tomar la iniciativa que serán motivos de responsabilidad, inspiración, integridad y la confianza que garantiza el desarrollo de un buen trabajo.

3) Comunicación: Es una característica importante en la competitividad ya que genera el desarrollo de las organizaciones, su tarea supone la probabilidad de optimizar la relación ente cliente y marca. La empresa que no potencialice la comunicación pierden grandes oportunidades de perdiendo varias oportunidades de desarrollo y posicionamiento en el mercado.

4) Talento humano: Una organización no puede estar en pie sin la existencia de los colaboradores, ya que un gran conjunto colaboradores es necesario para que la organización evolucione en cuanto a competitividad, el éxito de la empresa depende de la colaboración de los integrantes escuchar opiniones, aprovechar sus capacidades y hacer que se sientan cómodos en el trabajo.

2.2.1.3 Elementos de la competitividad

Lang (2011) detallo que actualmente las empresas buscan trabajadores con la capacidad de trabajar bajo presión, con espíritu de inteligencia emocional, colaboración y puedan percibir aquellas necesidades propias y de los demás, además que tomen buenas decisiones. El objetivo primordial es reconocer, aprender y estimular cualidades propias. Menciono las siguientes habilidades.

- Toma de decisiones. La complejidad y rapidez con que el mundo laboral se mueve obligan a los ejecutivos, cada vez más, empleen la información como una herramienta básica para tomar sus decisiones.

- Diferenciación. Para distinguirse de la competencia debe dar un valor agregado o al servicio o producto que ofrece.

- Adaptabilidad. Es la flexibilidad para adaptarse a los constantes cambios.

- Innovar. Implica tener productos y servicios diferentes y agregar un adicional a las tareas que son parte de su quehacer diario

- Aprender de la incertidumbre

- Oportunidades desarrollo

- capacidad de aprendizaje

- comunicación interna

- liderazgo

2.2.1.4 Estrategias Competitivas

Las estrategias competitivas son acciones ofensivas o defensivas de una organización para crear una posición defendible dentro de una industria buscando lograr un importante rendimiento sobre la inversión realizada (Castro Monge, 2010)

Castro, (2010) menciona que las estrategias competitivas son

Liderazgo total en costos: es la capacidad de la empresa para reducir costos en todos los eslabones de su cadena de valor frente a los competidores, donde la disminución de los gastos provoque precios menores para los consumidores, logre un volumen alto de ventas y aumente la participación en el mercado

Diferenciación: diferenciar el producto o servicio que ofrece la empresa de sus competidores, introduciendo productos que sean percibidos en el mercado como únicos e involucrarse en actividades costosas como investigación, diseño o imagen de marca, tecnología, materiales de alta calidad o incrementar y mejorar el servicio al cliente

Enfoque o alta segmentación: Radica en concentrarse en un grupo específico de clientes ya sea en un segmento de la línea de producto o en un mercado geográfico y satisfacer al segmento definido de la población al que va dirigido el producto o servicio

2.2.2 Variable Motivación

2.2.2.1 Concepto de motivación

Es la voluntad que ejerce altos niveles de esfuerzo para poder alcanzar las metas organizacionales, y la voluntad que está condicionada por la capacidad que tiene ese esfuerzo para satisfacer alguna necesidad individual o grupal. La motivación es el resultado de la interacción del individuo con la situación. Además su nivel varía, en los individuos (Robbins, 2014).

Robbins, (2014) Menciona tres elementos claves de la motivación

El esfuerzo: es una medida de intensidad del esfuerzo realizada cuando están motivados y canalizan una dirección ventajosa para la organización.

La necesidad: Manifestaciones del estado interno de las personas que hace que parezcan atractivas. Las necesidades originan estímulos dentro de la persona

Metas organizacionales: por ello las compañías para el cumplimiento de las metas organizacionales su objetivo primordial es motivar a sus colaboradores, y así lograr que las personas se sientan capaces de poder desarrollar un trabajo eficiente y sean consistente con las metas organizacionales.

2.2.2.2 Características de la motivación

Conjunto de estímulos que mueven a las personas a poder realizar determinadas trabajos o a apropiarse de actitudes y persistir en ellas. La motivación ha sido estudiada con intensidad desde la psicología, ya que se ha visto que tiene un impacto importante sobre la conducta humana, tanto en lo individual como lo grupal (Rodríguez, 2011).

También la motivación tiene vital importancia en el ámbito laboral y educativo, al permitir lograr mejores resultados, Menciona las características de la motivación

a) Proceso psicológico interno: es un fenómeno psicológico donde las personas no pueden ser medidas u observadas directamente solo es un proceso de evaluación a ver sus comportamientos de los colaboradores

d) Genera conductas activas y persistentes: Cuando más fuerte es el estímulo o la necesidad que dispara la conducta, mayor será la energía puesta en esa dirección, así como la persistencia en la consecución del logro.

e) Genera autoestima: La motivación saca al individuo de la inercia natural a hacer siempre lo mismo, del mismo modo, al plantear nuevos desafíos. La posibilidad de esforzarse en el logro de nuevas metas renueva la confianza en uno mismo y contribuye a la autoestima.

f) Se retroalimenta: es el proceso de motivación arrojado por determinantes internos o externos que mueven la conducta en determinada dirección, y se crea un medio para interactuar sobre el sistema de retroalimentación, donde los demás se suman a la actitud de superación.

2.2.2.3 Tipos de Motivación

El grado de motivación de cada individuo no es directamente proporcional al valor de aquello que lo provoca, sino que es la importancia que le da la persona que lo recibe la que determina la fuerza o el nivel de motivación (Rodríguez, 2016)

Rodríguez, (2016) señalo los tipos de motivación

1. Motivación extrínseca: son aquellas acciones que se realizan con el propósito de obtener recompensas externas, es decir motivaciones de afuera del individuo y del exterior de la actividad. Por lo tanto los factores motivadores son recompensas externas como incentivos, reconocimientos, recompensas a su esfuerzo por parte de los demás. Esta motivación es en una recompensa que solo está relacionada de manera indirecta como si fuese un subproducto y no se fundamenta en la satisfacción de realizar la cadena de acciones que compone aquello que estamos haciendo.

2. Motivación intrínseca: hace referencia a la motivación interna de la persona y no por recompensas externa. Se asocia a los deseos de crecimiento y autorrealización personal, además está relacionada con el placer que siente el individuo al realizar una actividad. Esta motivación es la más vinculada a la productividad, ya que allí donde se da el individuo no se limita a cumplir los mínimos necesarios para obtener la recompensa, sino que se involucra personalmente en lo que hace.

3. Motivación Positiva: Es el proceso por el cual una persona mantiene o inicia una conducta gracias a la obtención de una recompensa positiva, sea interna o externa.

4. Motivación negativa: es el proceso por el cual una persona inicia o se mantiene adherida a una conducta para evitar una consecuencia desagradable, tanto externa (castigo, humillación, etc.) o interna (evitar la sensación de frustración o fracaso).

5.2.2.4 Beneficios de la motivación

Mantener al personal motiva es importante para las empresas ya que genera mayor productividad, mejor desempeño de los colaboradores y es beneficioso para dicha organización (Merino Tejedor , 2012)

Merino Tejedor, (2012) mencionó los beneficios motivacionales de los colaboradores de una empresa

Compromiso y rendimiento: aumenta el entusiasmo de querer asumir nuevas responsabilidades, mejor desempeño en las actividades que realiza, aporta buenas ideas para el crecimiento de la empresa, compromiso con la organización y mantienen un buen clima laboral

Mejor imagen empresarial: buena imagen de la empresa ya que cuando tratan bien a los colaboradores mejor se posiciona la compañía con una buena imagen en el exterior, con empleados talentosos y valiosos

Mejor competitividad: cuando los empleados están motivados rinden más, tienen mejores ideas y dan el máximo de sí mismo de esta manera son mucho más competitivas que las empresas que cuentan con personal desmotivado

III. METODOLOGÍA

3.1 Diseño de la investigación

La investigación es de tipo descriptiva, según Arias Odón (2012) define que la investigación de tipo descriptiva es aquella que consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere.

Es de nivel cuantitativo se basa en contabilizar los datos de manera científica o especialmente en forma numérica, con ayuda de herramientas del campo de la estadística. Según Tamayo y Tamayo, (2007) La investigación de nivel cuantitativo

se basa en la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente el uso de estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población

El diseño de la investigación es no experimental. Según Filiberto Martínez (2010) El diseño no experimental es el que se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable, No se sustituye intencionalmente las variables independientes. Se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto real y en un tiempo determinado o no, para luego analizarlos, Por lo tanto en este diseño no se construye una situación específica si no que se observa las que existen.

La investigación de corte transversal son aquellos que recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado

3.2 Población y muestra

En la presente investigación, se ha considerado al sector de MYPE del rubro ropa para niños de la galería Sandoval mercado modelo Piura, se ha considerado a 05 micro y pequeñas empresas (MYPES) que se detallaron a continuación

Cuadro 1: Relación de MYPES investigadas

N°	Nombre de las MYPS	Ruc	Dirección	Propietarios	# trabajadores
1	Novedades JEFFREY	10028508510	Jr. Blas de Atienza Mz A. 208 Lote. a3 mercado de abastos (puesto a- 3)	Mendoza Estrada Teresa	2
2	Novedades CAMILA	1002866089	Av. Blas de Atienza, Mz 208 primer piso, Int 9	Sánchez Ruiz Mariza	2
3	R.S. Comercial CRISTIAN	1002647912	Av. Blas de Atienza, Mz 208 primer piso, Int 10	Calle Garcés Eugenia	1

4	Novedades ALONSO	10430963321	AV. Blas de Atienza nro. 208 int. b7 Galería Sandoval (costado de Galería Koki) Piura	Carmen Delfín, Manuel Adolfo	3
5	Novedades GREED	10028595846	Av. Blas de Atienza. Mza208 Lote. 10a mercado Piura	Cunya Flores Danitza Claret	2
	Total				10

Fuente: MYPES investigadas

Muestra

Para la primera variable competitividad se ha determinado como muestra de estudio a los clientes de las MYPES siendo una cantidad desconocida se aplicara la formula infinita

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

Dónde:

Z^2 = Grado de confiabilidad (95% → 1.96) p

= Probabilidad que ocurra. = 0.90 q =

Probabilidad que no ocurra = 0.10 e =

Margen de error (0.05) Reemplazo de la

formula resulta **n**

$$= \frac{(1.96)^2 (0.10) (0.90)}{(0.05)^2}$$

n = 139 Clientes

En la segunda variable motivación la muestra está conformada por 10 trabajadores al ser esto una cantidad menor a 50 se considerara como muestra de estudio a las misma cantidad

Según Hernández Sampieri (2010) si la población es menor o igual a cincuenta (50) individuos, la muestra es igual a la población, para obtener una mejor confiabilidad en los resultados

$$N \leq 50 \rightarrow N = m$$

$$N = m$$

$$10 = 10$$

Criterios de inclusión

- Propietarios de las MYPES rubro ropa para niños que se encuentran registrados en la SUNAT

- Clientes de ambos géneros, dentro de un rango de edad de 18 a 55 años.

- Trabajadores de género masculino y femenino, con un rango de edad de 20 a 45 años y que tengan más de tres meses laborando en las MYPES.

Criterios de exclusión

- Clientes de ambos géneros que no están en la capacidad de brindar información
- trabajadores de ambos géneros entre los 20 a 45 años de edad que lleven menos de tres meses laborando en las MYPES rubro ropa para niños

3.3 Definición y operacionalización de las variables

Tabla 3.1

Matriz de operacionalización de las variables

Variable	Definición	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala	Fuente
Competitividad	Es aquella habilidad que tienen las empresas o profesionales para poder desarrollar y posicionarse en parte del mercado, entregar bienes y servicios en la forma lugar y tiempo requerido por	Elementos	La dimensión de elementos de la competitividad se medirá mediante la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario y con los indicadores	Toma de decisiones Oportunidades de desarrollo Cambios e Innovación Comunicación interna Liderazgo total	Ordinal Nominal Ordinal Ordinal	Cientes

	los clientes (Tepantlán, Ayala, & Almaguer, 2012)	Estrategias	La dimensión de estrategias de la competitividad se medirá mediante la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario y con los indicadores	en costos Diferenciación Enfoque o alta segmentación	Ordinal Nominal Nominal	clientes
Motivación	Es la voluntad que ejerce altos niveles de esfuerzo para poder alcanzar las metas organizacionales, y la voluntad que está condicionada por la capacidad que tiene ese esfuerzo para satisfacer	Tipos	La dimensión de los tipos de la motivación se medirá mediante la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario y con los indicadores	Motivación extrínseca Motivación Positiva Motivación intrínseca Motivación Negativa	Nominal Nominal Nominal Nominal	Trabajadores

	alguna necesidad individual o grupal (Robbins, 2014)	Beneficios	La dimensión de los beneficios de la motivación se medirá mediante la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario y con los indicadores	Compromiso y rendimiento Mejor imagen empresarial Mejor competitividad	Nominal Ordinal Nominal	Trabajadores
--	---	------------	--	--	---------------------------------------	--------------

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la variable competitividad se aplicó una encuesta de 8 preguntas para los clientes y para la variable motivación la encuesta a contenido 8 preguntas dirigidas a los trabajadores con el propósito de recopilar información sobre las características de la competitividad y motivación de las MYPES rubro ropa para niños

Según Vázquez & Bello, (2010) detallaron que la encuesta es un instrumento de investigación descriptiva que permite obtener información de las personas seleccionadas de una muestra perteneciente de la población.

El instrumento cuestionario ha sido aplicada a, 138 clientes y 10 trabajadores donde se les formularon las preguntas con sus respectivas alternativas para obtener información con fiable.

3.5. Plan de análisis

Realizada la recopilación de datos, se ha tabulado, posteriormente se presentan en tablas y gráficos ordenándolos de acuerdo a cada una de las variables y dimensiones. Para esto se empleó los programas de Microsoft Excel versión 2010, y se realizó la descripción y análisis de resultados.

3.6. Matriz de consistencia

Tabla 3.2

Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología	Dimensiones	Indicadores
“Caracterización de la competitividad y motivación en las MYPES rubro ropa para niños de la galería Sandoval mercado modelo Sandoval	¿Qué características tiene la competitividad y motivación en las MYPE Rubro Ropa para Niños de Galería Sandoval (Piura) año 2017	Objetivo general Determinar las Características que tiene la competitividad y motivación en las MYPE Rubro Ropa para Niños de Galería Sandoval (Piura) año 2017	Según Arias (2012) la investigación descriptiva no registra hipótesis ya que solo consiste en la caracterización	Competitividad	Tipo de investigación Descriptiva Nivel de la investigación Cuantitativa	Elementos Estrategias	Toma de decisiones
		Objetivos específicos a) Detallar los elementos de la competitividad en las					Oportunidades de desarrollo Cambios e Innovación Comunicación interna Liderazgo total en costos Diferenciación

			n	de				
				un				

(Piura), 2017”	año	(Piura) 2017?	año	<p>MYPE Rubro Ropa para Niños Galería Sandoval mercado modelo (Piura), año 2017</p> <p>b) conocer las estrategias competitivas que desarrollan las MYPE Rubro Ropa para Niños Galería Sandoval mercado modelo (Piura), año 2017</p> <p>c) Identificar los tipos de motivación en las MYPE Rubro Ropa</p>	<p>hecho, fenómeno, individuo o grupo</p>	<p>Motivación</p>	<p>Diseño de la investigación</p> <p>No experimental</p> <p>Corte transversal</p> <p>población:</p> <p>5 MYPES rubro ropa para niños</p> <p>Muestra:</p> <p>5 propietarios , 139 clientes y</p>	<p>Tipos</p>	<p>Enfoque o alta segmentación</p> <p>Motivación extrínseca</p> <p>Motivación Positiva</p> <p>Motivación intrínseca</p> <p>Motivación Negativa</p>
-------------------	-----	------------------	-----	--	---	-------------------	--	--------------	--

		<p>para Niños Galería Sandoval mercado modelo (Piura), año 2017</p> <p>d) Determinar los beneficios de la motivación en las MYPE Rubro Ropa para Niños de Galería Sandoval mercado modelo (Piura), año 2017.</p>			10 trabajadores	<p>Técnica encuesta</p> <p>Instrumento Cuestionario</p>	Beneficios	<p>Compromiso y rendimiento</p> <p>Mejor imagen empresarial</p> <p>Mejor competitividad</p>
--	--	--	--	--	-----------------	---	------------	---

3.7. Principios éticos

La presente investigación se realizó con total transparencia a la hora de la recopilación de datos de la población es estudio, además las confiabilidad de los encuestas realizadas fue de estricto carácter y honestidad al momento de realizar el análisis, asimismo se respetaron los derechos de autor y fue realizada con independencia de criterio, integridad, intelectual y objetividad.

IV RESULTADOS

4.1 Resultados

4.1.1 variable competitividad

Tabla 1. Elementos de la competitividad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Toma de decisiones	0	0%
cambios e innovación	4	80%
oportunidades de desarrollo	0	0%
capacidad de aprendizaje	0	0%
Liderazgo	1	20%
comunicación interna	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las tiendas de ropa en Piura.

Elaboración propia

Tabla 2. La innovación hace competitiva a la MYPE

Categoría	frecuencia	Porcentaje
Si	103	75%
No	35	25%
TOTAL	138	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las tiendas de ropa en Piura.

Elaboración propia

Tabla 3. La diferenciación es una estrategia importante

Categoría	frecuencia	Porcentaje
Si	75	54%
No	63	46%
TOTAL	138	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las tiendas de ropa en Piura.

Elaboración propia

Tabla 4. Fidelización de los clientes

Categoría	frecuencia	porcentaje
Mejorar la calidad del servicio	59	43%
Brindar buena atención al cliente	54	39%
Estar de acorde a las tendencias	25	18%
TOTAL	138	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las tiendas de ropa en Piura.

Elaboración propia

Tabla 5. Implementación de una estrategia competitiva

Categoría	frecuencia	porcentaje
Innovador	30	22%
capacidad de gestión	59	43%
Experto	49	36%
TOTAL	138	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las tiendas de ropa en Piura.

Elaboración propia

Tabla 6. Importancia de la estrategia de liderazgo total en costos

Categoría	Frecuencia	porcentaje
Si	103	75%
No	35	25%
TOTAL	138	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las tiendas de ropa en Piura.

Elaboración propia

Tabla7. Segmentación aumenta las ventas

Categoría	frecuencia	porcentaje
Si	108	78%
No	30	22%
TOTAL	138	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las tiendas de ropa en Piura.

Elaboración propia

Tabla 8. Estrategias competitivas

Categoría	frecuencia	Porcentaje
Liderazgo total en costos	48	35%
Diferenciación	55	40%
Segmentación	35	25%
TOTAL	138	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las tiendas de ropa en Piura.

Elaboración propia

4.1.2 Variable motivación

Tabla 9. Propósito de mantener al personal motivado

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Lograr las metas organizacionales	6	60%
Aumentar la productividad	4	40%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPES rubro ropa para niños

Elaboración propia

Tabla 10. Motivación a los trabajadores para desarrollar un trabajo eficiente

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	70%
No	3	30%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPES rubro ropa para niños.

Elaboración propia

Tabla 11. Colaboración y participación de los trabajadores

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	4	40%
Casi siempre	3	30%
Rara vez	2	20%
Nunca	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPES rubro ropa para niños.

Elaboración propia

Tabla 12. Motivación al personal de las MYPES

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Incentivos	5	50%
Reconocimientos	4	40%
Recompensas	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPES rubro ropa para niños.

Elaboración propia

Tabla 13. Incentivan los propietarios el esfuerzo de los trabajadores

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	5	50%
Casi siempre	2	20%
Rara vez	2	20%
Nunca	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPES rubro ropa para niños.
Elaboración propia

Tabla 14. Se sienten motivados cuando acuden a desarrollar su trabajo

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	2	20%
Casi siempre	6	60%
Rara vez	1	10%
Nunca	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPES rubro ropa para niños.

Elaboración propia

Tabla 15. Tipos de motivación

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Motivación extrínseca	4	40%
Motivación negativa	0	0%
Motivación intrínseca	4	40%
Motivación positiva	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPES rubro ropa para niños.

Elaboración propia

Tabla 16. Beneficios de la motivación

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Compromiso y rendimiento	3	30%
Mejor imagen empresarial	4	40%
Mejor competitividad	3	30%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPES rubro ropa para niños.

Elaboración propia

4.2 Análisis de resultados

4.2.1 Variable competitividad

En la tabla 1, denominada “Elementos de la competitividad” el 80% de los clientes encuestados respondieron que los cambios e innovación son los elementos competitivos

que desarrollan las MYPES rubro ropa para niños. Este resultado no coincide con la opinión de Gonzales, (2014) quien hace mención que el mayor porcentaje de las empresas de este rubro textil no cuenta con una adecuada tecnología, capacidad de gestión e innovación por lo cual esto no favorece a que las empresas sean competitivas en el mercado local y extranjero. También la gran mayoría de las empresas cuenta con un deficiente o inexistente planeamiento empresarial lo que hace que influya negativamente en el mercado local y extranjero.

En la tabla 2, Referente a “La innovación hace competitivas a las MYPES rubro ropa para niños, donde el 75% de los clientes manifestaron que sí y el 25% manifestaron que no, lo cual se puede decir que la innovación hace que las MYPES sean más competitivas. Este resultado coincide con la opinión de Contreras, castillo & salgado (2017), donde hacen mención que es necesario un cambio empresarial y el apoyo por parte de las entidades gubernamentales no solo a las grandes empresas, Si no aquellas que tienen la capacidad de innovar en procesos y productos para ser más competitivos y destacar en el mercado.

En la tabla 3, denominada “Fidelización de los clientes” El 59% de los clientes mencionaron que lo que el propietario debería hacer para fidelizar sus clientes es mejorar la calidad del servicio. Este resultado coincide con la opinión de Córdova, (2016) quien detalla que el 76,47% de las micro y pequeñas empresas son competitivas del sector comercio rubro ropa para niños, debido a la ampliación de herramientas administrativas tienen clientes satisfechos sus precios son competitivos, poseen una calidad máxima, utilizan herramientas administrativas como la calidad total y han utilizado un plan de negocio.

En la tabla 4, referente a “estrategias competitivas” el 55% de los clientes encuestados mencionan que la estrategia competitiva que aplican las MYPES es la diferenciación. Este resultado coincide con la investigación realizada por Sánchez, (2017) quien detalla que la competitividad se basa en los elementos como la dotación de los factores, condiciones de demanda interior, sectores de apoyo, estrategia de diferenciación, estructura y rivalidad todos estos factores muestran una complementariedad en el estudio de la competitividad aplicable tanto a nivel interno como externo.

En la tabla 5, Denominada “La diferenciación es una estrategia importante” el 54% de los clientes manifestaron que sí y el 46% manifestaron que no, lo cual se puede decir que la diferenciación es una estrategia competitiva importante para el desarrollo de las MYPES. Este resultado coincide con la investigación de Paz, (2018) que hace mención que los elementos competitivos que se presentan en las MYPES son la adaptabilidad y diferenciación lo que significa que con ello ayudada el negocio a adaptarse a nuevas tendencias y necesidades del clientes permitiéndole sobrevivir en el transcurso del tiempo y lograr ganar más mercado.

En la tabla 6, referente a “implementación de una estrategia competitiva” el 59% de los clientes mencionaron que para la implementación de una estrategia competitiva en propietario debe de tener capacidad de gestión. Este resultado no coinciden con la investigación realizada por Gonzales, (2014) que hace mención que el mayor porcentaje de las MYPES del rubro textil no cuentan con una adecuada tecnología, capacidad de gestión e innovación por lo que no favorece a que las empresas sean competitivas

En la tabla 7, respecto a “importancia de la estrategia de liderazgo total en costos” el 75% de los clientes encuestados respondieron que sí y el 25% respondieron que no, lo cual se puede decir que es importante que las MYPES implementen la estrategia de

liderazgo total en costos. Este resultado no coincide con la opinión de Ley, (2013) quien considera que la competitividad es fundamental para sobrevivir en el mercado textil, lastimosamente los precios son altos por lo que los clientes ben poco atractivo el producto.

En la tabla 8, denominada “la segmentación aumenta las ventas” el 108% de los clientes encuestados consideran que al si la segmentación hace que las MYPES aumente sus ventas, este resultado coincide con la opinión de Meza & meza, (2015) quienes hacen mención que la competitividad de la de las micro y pequeñas empresas textiles-confecciones están en función del nivel educativo del empresario, nivel educativo del trabajador, nivel tecnológico de las maquinarias y equipos e inversión y segmentación en calidad del producto; estos factores son lo que determinaron la competitividad de las micro y pequeñas empresas

4.2.2 Variable motivación

En la tabla 4, denominada “Importancia de mantener al personal motivado” el 60% de los trabajadores encuestados respondieron que pala lograr las metas organizacionales es importante mantener al personal motivado, Este resultado coincide con la investigación realizada por García, (2011) quien detalla que Los aspectos motivadores que encuentran los operarios de grúa torre en su oficio son: el salario como objetivo fundamental, la responsabilidad y el orgullo de realizar bien el trabajo y ver que son una pieza clave para el logro de las metas organizacionales y el reconocimiento de los demás, es decir sentirse valorados.

En la tabla 5, Respecto a “Motivación de los trabajadores” el 70% de los trabajadores encuestados respondieron que sí y el 30% respondieron que no, lo cual se puede decir que es importante mantener al personal motivado. Este resultado coincide con

la investigación realizada por Sum, (2015) quien hace mención que la motivación produce en el personal administrativo de la empresa de alimentos de la zona 1 de Quetzaltenango, realizar las actividades laborales en su puesto de trabajo con un buen entusiasmo, y que ellos se sientan satisfechos al recibir algún incentivo o recompensa por su buen desempeño laboral.

En la tabla 6, Denominada “colaboración y participación de los trabajadores” el 40% de los trabajadores encuestados manifestaron que siempre los propietarios fomentan la participación y colaboración en las MYPES, Este resultado coincide con la opinión de Julca, (2015) quien redacta que la dimensión Identidad de la tarea, el promedio de cerca de 4 puntos, indica que los trabajadores se encuentran bastante motivación; se sienten motivados para completar sus tareas de principio a fin, tratando de realizarlo de la mejor manera y con la mayor libertad posible, lo que es reconocido por los supervisores.

En la tabla 7, Respecto a “Motivación al personal” el 50 % de los trabajadores encuestados menciona que son motivados mediante los incentivos, Este resultado tiene relación con la investigación realizada por Sum, (2015) quien detalla que La motivación produce en el personal realizar las actividades laborales en su puesto de trabajo con un buen entusiasmo, y que ellos se sientan satisfechos al recibir algún incentivo por su buen desempeño laboral

En la tabla 8, denominada “incentivan el esfuerzo de los trabajadores” el 50% de los trabajadores encuestados respondieron que siempre los propietarios incentivan el esfuerzo de los trabajadores. Este resultado no coincide con la opinión de Pinedo, (2017) quien hace mención que dentro de la empresa no se está tomando en cuenta el desempeño del personal, según los resultados obtenidos consideran que perciben que las evaluaciones no le ayudan en lo absoluto

En la tabla 9, respecto a “Motivación intrínseca” el 60% de los trabajadores encuestados mencionaron que al acudir a su centro de trabajo en las MYPES casi siempre se sienten motivados interiormente. Este resultado tiene relación con la investigación realizada por Castro, (2016), quien detalla que en los resultados obtenidos demuestran que los empleados encuestados tienen una mayor motivación intrínseca, lo que nos indica que los empleados tienen un gusto e interés por las actividades que están haciendo

En la tabla 10, denominada “Tipos de motivación” el 40 de los trabajadores respondieron que su motivación es intrínseca y el 40% de los trabajadores respondieron que es motivación extrínseca, el cual se puede decir que los dos tipos de motivación se desarrollan en las MYPE rubro ropa para niños. Este resultado tienen relación con la opinión de Reynaga, (2015) quien hace mención que el proceso motivacional puede ser visto como un ciclo que va desde la conciencia de una necesidad hasta el logro de los incentivos que la satisfacen; la motivación puede ser abordada desde distintas perspectivas; por lo tanto observarse a partir de las fuerzas que la energizan (motivación extrínseca y motivación intrínseca).

En la tabla 11, Respecto a “beneficios de la motivación” el 40% de los trabajadores encuestados mencionaron que la mejor imagen empresarial es el beneficio que tienen las MYPES rubro ropa para niños al motivar a su personal, Este resultado coincide con la opinión de Pariahuache, (2015) quien detalla que hay un buen nivel de calidad motivacional; y por tanto, se infiere modos de experiencia y actuación más comprometidos en su desempeño

V. CONCLUSIONES

Los elementos de la competitividad más relevantes son, cambios e innovación permite que las MYPES rubro ropa para niños aumenten sus productividad y sean más competitivas en el mercado local

Las estrategias competitivas benefician a las empresas de acuerdo a su rubro, en las MYPES rubro ropa para niños las estrategias que influyen en la competitividad es la diferenciación y liderazgo total en contos quienes determinan la posición competitiva de las MYPES y a mejorar su calidad de servicio

Los tipos de motivación, Intrínseca, extrínseca se ven reflejados en el desempeño laboral de los trabajadores de las MYPES rubro ropa para niños, que va desde el gusto o interés por satisfacer una necesidad propia hasta el logro de recompensas, incentivos, reconocimientos que satisfacen la motivación

Los beneficios de la motivación se han dimensionado en indicadores de compromiso, rendimiento, mejor imagen empresarial, por ello los propietarios mantiene motivado a su personal a través de incentivos

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS

Arcos Sandoval , E. J. (2015). *"Análisis de la competitividad y tecnificación de la industria del calzado en el Ecuador"*. Ecuador : Universidad San Francisco de Quito .

Castro Monge, E. (2010). *Las estrategias competitivas y su importancia en la buena gestión de las empresas*. Argentina : ISSN

Castro Vázquez , P. (Julio de 2016). *Acerca de nosotros: Universidad Autónoma de San Luis Potosí*. Obtenido de Sitio web. Universidad Autónoma de San Luis Potosí:
<http://ninive.uaslp.mx/jspui/bitstream/i/4070/1/MAD1PVH01016.pdf>

Córdova , G. (2016). *Acerca de nosotros: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote*. Obtenido de Sitio web. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote:http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1046/COMPETITIVIDAD_CALIDAD_CORDOVA_GUPIO_DELMANI.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Diario Altavoz. (11 de Enero de 2016). *Acerca de nosotros: Altavoz*. Obtenido de Altavoz sitio web: <https://altavoz.pe/2016/01/11/13329/que-tan-importantesson-las-mypes-para-la-economia-del-pais-francisco-marcelo%7D>

Diario Republica. (24 de Agosto de 2016). *Acerca de nosotros: Diario la Republica*. Obtenido de La Republica sitio web:

<https://larepublica.pe/economia/966696mypes-aportan-el-216-de-la-produccion-del-pais-pero-el-831-son-informales>

Diario Comercio. (13 de Septiembre de 2018). *Acerca de nosotros*: Diario Comercio. Obtenido de Sitio web Diario Comercio: <https://elcomercio.pe/economia/mypespodran-conformar-nucleos-ejecutores-realizar-compras-publicas-noticia-nndc556999>

Diario Gestión. (2 de Julio de 2013). *Acerca de nosotros*: Gestión. Obtenido de Diario Gestión sitio web: <https://archivo.gestion.pe/noticia/333009/mypes-se-podranconstituir-72-horas-nueva-ley-mype?ref=gesr>

Diario Gestión. (02 de Abril de 2014). *Acerca de nosotros*: Diario Gestión. Obtenido de Sitio web Diario Gestión: <https://gestion.pe/economia/mercados/mypes-reducircostos-usaran-tecnologias-informacion-comunicacion-56408>

Diario Gestión. (2 de Julio de 2013). *Acerca de nosotros*: Gestión. Obtenido de Diario Gestión sitio web: <https://archivo.gestion.pe/noticia/333009/mypes-se-podranconstituir-72-horas-nueva-ley-mype?ref=gesr>

Dillon, L. (2011). *Ambiente interno y externo de una empresa*

Gástelo Guevara, W. (Junio de 2017). *Acerca de nosotros*: Universidad Peruana Unión. Obtenido de Sitio web. Universidad Peruana Unión: http://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/732/Wilmer_Tesis_bachiller_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gonzales Luquillas, J. (2014). *Acerca de nosotros*: Universidad de San Martín de Porres Perú. Obtenido de Sitio web. Universidad de San Martín de Porres Lima: http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1117/1/gonzales_lj.pdf

García Menéndez, D. (Septiembre de 2011). *Acerca de Nosotros*: Universidad Politécnica de Valencia. Obtenido de Sitio web. Universidad Politécnica de Valencia: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/13547/GARCIA%20MENENDEZ%20%20DEBORAH.pdf?sequence=2>

- Huamán, J. (15 de Diciembre de 2009). *Acerca de nosotros*. Gestipolis. Obtenido de Sitio web. Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/las-mypes-en-el-peru/>
- Julca García, E. (2015). *Acerca de nosotros*: Universidad Nacional de Piura. Obtenido de sitio web. Universidad Nacional de Piura: <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/301/ADM-JUL-GAR-15.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- La República. (19 de Mayo de 2015). *Acerca de nosotros*. La República. Obtenido de Sitio web. La República: <https://larepublica.pe/economia/189727-las-pymes-yla-economia-peruana>
- La voz de los emprendedores. (10 de Abril de 2018). *Acerca de nosotros*: La voz de los emprendedores. Obtenido de Sitio web La voz de los emprendedores: <https://www.pqs.pe/economia/mypes-importancia-economia-peru>
- Ley Acuña, I. (2013). *Acerca de nosotros*: Universidad Politécnica Salesiana Ecuador. Obtenido de Universidad Politécnica Salesiana Sitio web: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5320/1/UPS-GT000453.pdf>
- Mathews, J. C. (28 de Febrero de 2017). *Acerca de nosotros*. Perú21. Obtenido de Sitio web Perú21: <https://peru21.pe/economia/ley-igv-justo-mypes-entra-vigenciamanana-67425>
- Meza Merge, & Meza Soria, K. (2015). *Acerca de nosotros*: Universidad Nacional del Centro del Perú. Obtenido de Sitio web. Universidad Nacional del Centro del Perú: <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/1527/MEZA%20MEZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Merino Tejedor, E. (2012). *La motivación laboral*. España: Universidad de Valladolid.

My Empresa propia. (24 de septiembre de 2016). *Acerca de nosotros: My Empresa propia*.
Obtenido de Sitio web My Empresa propia: [https://mep.pe/marco-legale-
institucional-para-las-micro-y-pequenas-empresas-en-el-peru/](https://mep.pe/marco-legale-institucional-para-las-micro-y-pequenas-empresas-en-el-peru/)

Pariahuache Ahumada, M. (2015). *Acerca de nosotras*: Universidad de Piura. Obtenido de
Sitio web. Universidad de Piura:
[https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2246/MAE_EDUC_133.pdf?
sequence=1&isAllowed=y](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2246/MAE_EDUC_133.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Paz Temoche, J. (2018). *Acerca de nosotros*: Universidad Católica los Ángeles de
Chimbote Filial Piura. Obtenido de Sitio web. Universidad Católica los Ángeles de
Chimbote Filial
Piura:[http://repositorio.uladech.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/5834/
CAPACITACION_COMPETITIVIDAD_PAZ_TEMOCHE_JUDITH_LILIAN
A.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/5834/CAPACITACION_COMPETITIVIDAD_PAZ_TEMOCHE_JUDITH_LILIAN_A.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Pinedo Montoya, C. (2017). *acerca de nosotros*: Universidad San Ignacio de Loyola Lima.
Obtenido de Sitio web. Universidad San Ignacio de Loyola Lima:
[http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2829/1/2017_Pinedo_La-gestiondel-
talento-humano.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2829/1/2017_Pinedo_La-gestiondel-talento-humano.pdf)

Reynaga Utany, Y. (2015). *Acerca de nosotros*: Universidad Nacional José María
Arguedas Andahuaylas. Obtenido de Sitio web. Universidad Nacional José María
Arguedas Andahuaylas:
[http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/245/Yolanda_Rey
naga_Tesis_Titulo_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/245/Yolanda_Reynaga_Tesis_Titulo_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Romero Flores, J, & Guevara Delgado, S. (Mayo de 2014). *Acerca de nosotros*:
Universidad de Piura. Obtenido de Sitio web. Universidad de Piura:
[https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1864/AE_270.pdf?sequence=
1](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1864/AE_270.pdf?sequence=1)

Rodríguez, E. (2016). *Motivación. La mente es maravillosa*.

- Sánchez Tamayo, D. (Abril de 2017). *Acerca de nosotros*: Pontificia Universidad Católica de Ecuador. Obtenido de Pontificia Universidad Católica de Ecuador Sitio web: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/13318/Tesis%20Daniela%20S%C3%A1nchez%20%20pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=1>
- Shol, L. (7 de Marzo de 2018). *Acerca de nosotros*: Diario Gestión. Obtenido de Diario Gestión sitio web: <https://gestion.pe/economia/dia-mujer-mypes-lideradasmujeres-sumaran-1-3-millones-cierre-2018-228828>
- Sum Mazariegos, M. (Marzo de 2015). *Acerca de nosotros*: Universidad Rafael Landívar Guatemala. Obtenido de Sitio web. Universidad Rafael Landívar Guatemala: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/SumMonica.pdf>
- Tepantlán, C. S., Ayala, A. V., & Almaguer, G. (2012). *Innovación y competitividad en México*. México: Plaza y Valdés, S.A. de C.V

ANEXOS

Presupuesto

Partidas	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Subtotal
2.1 Personal				
Asesoría personalizada	Horas	64	28.00	1 796.00
Asesor estadístico	Horas	6	80.00	480.00
2.2 Materiales				
Impresora Epson		1	711.00	711.00
Tinta impresora		4	30.00	120.00
Cuadernillos	Unidad	5	1.00	5.00
Lapiceros Faber Castell	Unidad	10	0.50	5.00

Memoria USB	Unidad	1	35.00	35.00
Papel Din A4	Millar	2	20.00	40.00
Portaminas	Unidad	2	2.00	4.00
Resaltador Faber Castell	Unidad	2	2.50	5.00
Grapadora	Unidad	1	25.00	25.00
Grapas	Unidad	2	5.50	11.00
Separatas de copias de libros	Unidad	50	0.30	15.00
Empastado	Unidad	2	7.50	15.00
Anillado	Unidad	2	10.00	20.00
Internet	Mensual	1	30:00	360.00
Libros de investigación	Unidad	2	50.00	100.00
TOTAL				3,747

1. Cronograma de actividades

N° orden	Actividades	Semana																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
1	Título de la investigación																	
2	Introducción de la investigación																	
3	Planteamiento del problema																	
4	Objetivos de la investigación																	
5	Justificación de la investigación																	

6	Antecedentes de la investigación																	
7	Revisión de la literatura																	
8	Bases teóricas																	
9	Hipostasis de la investigación																	
10	Metodología de la investigación																	
11	Referencias bibliográficas																	
12	Presupuestos																	
13	Diagrama de Gantt																	
14	Presentación del proyecto																	
15	Sustentación																	

Cuestionario



ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPES para desarrollar el trabajo de investigación denominado **“Caracterización de la competitividad y motivación en las MYPES rubro ropa para niños de Galería**

Sandoval mercado modelo (Piura), año 2017”.

1. DATOS GENERALES DE LOS PROPIETARIOS

- a) Genero sexo _____
- b) Estado civil _____
- c) Nivel educativo _____

COMPETITIVIDAD:

Pregunta 1 ¿Considera que la innovación que desarrollan las MYPES es importante para mejorar sus ventajas competitivas

A) Si b) No

Pregunta 2 ¿usted cree que la diferenciación es una estrategia importante para el desarrollo de las MYPES?

a) Si b) No

Pregunta 3 ¿qué deben hacer Los propietarios de las MYPES para fidelizar a los clientes?

- a) Mejorar la calidad del servicio
- b) Brindar buena atención al cliente
- c) Estar de acorde a las tendencias

Pregunta4 ¿Qué debe de ser el propietario de la MYPE para implementar exitosamente una estrategia competitiva?

- a) innovador
- b) capacidad de gestión
- c) Experto

Pregunta 5. ¿Considera que es importante que las MYPES implementen la estrategia de liderazgo total en costos?

- a) Si b) No

Pregunta 6: ¿Cree usted que al establecer nuevos segmentos las ventas en las MYPES rubro ropa para niños aumentara?

- a) Si b) No

Pregunta 7: ¿Cuál de las estrategias competitivas aplica las MYPES rubro ropa para niños?

- a) Liderazgo total en costos
- b) Diferenciación
- c) Enfoque o alta segmentación



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES

CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las MYPES para desarrollar el trabajo de investigación denominado **“Caracterización de la competitividad y motivación en las MYPES rubro ropa para niños de Galería**

Sandoval mercado modelo (Piura), año 2017”.

Datos generales de los trabajadores

a) Genero sexo _____

b) Estado civil _____

c) Nivel educativo _____

MOTIVACIÓN

Pregunta 1 ¿Cuál es la importancia de mantener al personal motivado de las MYPES rubro ropa para niños?

a) Lograr las metas organizacionales

b) Aumentar la productividad

Pregunta 2 Considera que los trabajadores de la MYPE rubro ropa para niños han recibido una motivación adecuada para hacer un trabajo eficiente

a) Si

b) No

Pregunta 3 ¿Fomentan los propietarios la colaboración y participación de los trabajadores de las MYPES rubro ropa para niños?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) Rara vez
- d) Nunca

Pregunta 4 ¿La motivación al personal en las MYPES rubro ropa para niños se da mediante?

- a) Incentivos
- b) Reconocimientos
- c) Recompensas

Pregunta 5 ¿Incentivan los propietarios el esfuerzo de los trabajadores de las MYPES rubro ropa para niños?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) Rara vez
- d) Nunca

Pregunta 6 ¿Se sienten motivados cuando acuden a desarrollar su trabajo en las MYPES rubro ropa para niños?

- a) Siempre
- b) Casi siempre

- c) Rara vez
- d) Nunca

Pregunta 7. ¿Cuál de los tipos de motivación desarrolla las MYPES rubro ropa para niños?

- a) Motivación extrínseca
- b) Motivación negativa
- c) Motivación intrínseca
- d) Motivación positiva

Pregunta 8. ¿Cuál es el beneficio que tiene la MYPES rubro ropa para niños al motivar a su personal?

- a) Compromiso y rendimiento
- b) Mejor imagen empresarial
- c) Mejor competitividad

2. validación



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Carlos Manuel Ginocchio Vega
identificado con DNI 02867433 con grado de Mg. ASU

y Dir. BMP Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: Elaborado por Javier García Astico a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada por el trabajo de investigación: “caracterización de la competitividad y motivación en las MYPES rubro ropa para niños de galería Sandoval mercado modelo Piura, año 2018”. Que se encuentra realizando.

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

Piura, 12 de Junio de 2018


Lic. Adm. Carlos M. Ginocchio Veg
CLAD. 0898

Firma y sello del validado

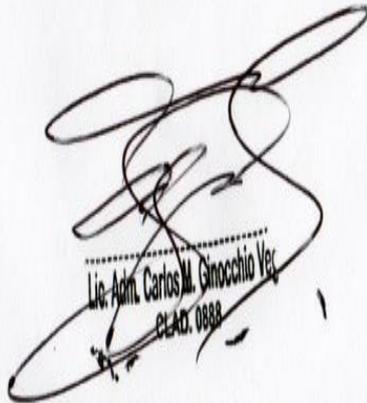
MATRIZ DE VALIDACIÓN

“CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y MOTIVACIÓN DE LAS MYPES RUBRO ROPA PARA NIÑOS GALERÍA

SANDOVAL MERCADO MODELO PIURA, AÑO 2018”

ITEMS RELACIONADOS CON LA VARIABLE COMPETITIVIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		Se necesitan más ítems para medir el concepto	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
¿Cuál es la etapa de la planeación que tiene mayor influencia en el proceso de la toma de decisiones en las MYPES rubro ropa para niños?	/			/		/		/
¿Es importante la toma de decisiones dentro de las MYPES rubro ropa para niños?	/			/		/		/
¿Los cambios constantes de la sociedad afectan las oportunidades de desarrollo de las MYPES rubro ropa para niños?	/			/		/		/
¿Los cambios dentro de las MYPES rubro ropa para niños son importantes para mejorar la rentabilidad?	/			/		/		/

¿Cuál de las formas de comunicación interna aplican las MYPES rubro ropa para niño?	/		/	/	/
¿La innovación de los productos influye en la competitividad de las MYPES rubro ropa para niños?	/		/	/	/
¿Cuál de los elementos de la competitividad es el que más desarrolla las MYPES rubro ropa para niño?	/		/	/	/
El liderazgo total en costos provoca a las MYPES rubro ropa para niños:	/		/	/	/
¿Están dispuestos a diferenciar los productos de las MYPES rubro ropa para niños para ser más competitivas?	/		/	/	/
¿Cree que al establecer nuevos segmentos la producción aumentara en las MYPES rubro ropa para niños?	/		/	/	/
¿Cuál de las estrategias competitivas aplica las MYPES rubro ropa para niños?	/		/	/	/


 Lic. Adm. Carlos M. Gimocchio Ver
 C.I. 0888

MATRIZ DE VALIDACIÓN

“CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y MOTIVACIÓN DE LAS MYPES RUBRO ROPA PARA NIÑOS GALERÍA

SANDOVAL MERCADO MODELO PIURA, AÑO 2018”

ITEMS RELACIONADOS CON LA VARIABLE MOTIVACIÓN	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		Se necesitan más ítems para medir el concepto	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
La motivación al personal en las MYPES rubro ropa para niños se da mediante:								
¿Incentivan los propietarios el esfuerzo de los trabajadores de las MYPES rubro ropa para niños?	/			/		/		/
¿Se sienten motivados cuando acuden a desarrollar su trabajo en las MYPES rubro ropa para niños?	/			/		/		/
¿Cuál de los tipos de motivación desarrolla las MYPES rubro ropa para niños?	/			/		/		/
¿Fomentan los propietarios la colaboración y participación de los trabajadores de las MYPES rubro ropa para niños?	/			/		/		/

¿Considera que los trabajadores de la MYPE rubro ropa para niños han recibido una motivación adecuada para hacer un trabajo eficiente?	/			/	/		/
¿Cuál es la importancia de mantener al personal motivado de las MYPES rubro ropa para niños?	/		/	/	/		/
¿Cuál es el beneficio que tiene la MYPES rubro ropa para niños al motivar a su personal?	/		/	/	/		/


 Lic. Adm. Carlos M. Giménez Veg
 CI AD-0088



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, IVAN ARTURO GUZMAN CASTRO

identificado con DNI 07727308 con grado de MAGISTER :

DOCENCIA Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: Elaborado por JANET GARCIA CASTILLO a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada por el trabajo de investigación: “caracterización de la competitividad y motivación en las MYPES rubro ropa para niños de galería Sandoval mercado modelo Piura, año 2018”. Que se encuentra realizando.

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

Piura, 14 de JUNIO de 2018

Mg. IVAN GUZMAN CASTRO
CLAD N° 5107

Firma y sello del validado

MATRIZ DE VALIDACIÓN

“CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y MOTIVACIÓN DE LAS MYPES RUBRO ROPA PARA NIÑOS GALERÍA

SANDOVAL MERCADO MODELO PIURA, AÑO 2018”

ITEMS RELACIONADOS CON LA VARIABLE COMPETITIVIDAD	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		Se necesitan más ítems para medir el concepto	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
¿Cuál es la etapa de la planeación que tiene mayor influencia en el proceso de la toma de decisiones en las MYPES rubro ropa para niños?	✓			✓		✓		✓
¿Es importante la toma de decisiones dentro de las MYPES rubro ropa para niños?	✓			✓		✓		✓
¿Los cambios constantes de la sociedad afectan las oportunidades de desarrollo de las MYPES rubro ropa para niños?	✓			✓		✓		✓
¿Los cambios dentro de las MYPES rubro ropa para niños son importantes para mejorar la rentabilidad?	✓			✓		✓		✓


 Mg. IVAN GUZMAN CASTRO
 CLAD N° 5107

¿Cuál de las formas de comunicación interna aplican las MYPES rubro ropa para niño?	X			X		X		X
¿La innovación de los productos influye en la competitividad de las MYPES rubro ropa para niños?	X			X		X		X
¿Cuál de los elementos de la competitividad es el que más desarrolla las MYPES rubro ropa para niño?	X			X		X		X
El liderazgo total en costos provoca a las MYPES rubro ropa para niños:	X			X		X		X
¿Están dispuestos a diferenciar los productos de las MYPES rubro ropa para niños para ser más competitivas?	X			X		X		X
¿Cree que al establecer nuevos segmentos la producción aumentara en las MYPES rubro ropa para niños?	X			X		X		X
¿Cuál de las estrategias competitivas aplica las MYPES rubro ropa para niños?	X			X		X		X


 Mg. IVAN GUZMAN CASTRO
 CLAD N° 5107

MATRIZ DE VALIDACIÓN

“CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y MOTIVACIÓN DE LAS MYPES RUBRO ROPA PARA NIÑOS GALERÍA

SANDOVAL MERCADO MODELO PIURA, AÑO 2018”

ITEMS RELACIONADOS CON LA VARIABLE MOTIVACIÓN	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiéscente?		Se necesitan más ítems para medir el concepto	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
La motivación al personal en las MYPES rubro ropa para niños se da mediante:	x			x		x		x
¿Incentivan los propietarios el esfuerzo de los trabajadores de las MYPES rubro ropa para niños?	x			x		x		x
¿Se sienten motivados cuando acuden a desarrollar su trabajo en las MYPES rubro ropa para niños?	x			x		x		x
¿Cuál de los tipos de motivación desarrolla las MYPES rubro ropa para niños?	x			x		x		x
¿Fomentan los propietarios la colaboración y participación de los trabajadores de las MYPES rubro ropa para niños?	x			x		x		x


 Mg. IVAN GUZMAN CASTRO
 CLAD N° 5107

¿Considera que los trabajadores de la MYPE rubro ropa para niños han recibido una motivación adecuada para hacer un trabajo eficiente?	X			X		X		X
¿Cuál es la importancia de mantener al personal motivado de las MYPES rubro ropa para niños?	X			X		X		X
¿Cuál es el beneficio que tiene la MYPES rubro ropa para niños al motivar a su personal?	X			X		X		X


 g. IVAN GUZMAN CASTRO
 CLAD N° 5107

Reporte del turnitin

Proyecto final Tabulación

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

AUTOR	TÍTULO	SIMILITUD	NOTA	RESPUESTA	ARCHIVO	Nº DEL TRABAJO	FECHA
Gianmarco Adrianzen	Proyecto Final	0%	---	---		1040680801	16-nov.-2018
Janet Garcia Castill...	Proyecto Final	0%	---	---		1040710637	16-nov.-2018
Giancarlo Montenegro	Proyecto Final	0%	---	---		1040713049	16-nov.-2018
Gaby Ojeda Nima	Proyecto Final	0%	---	---		1040705608	16-nov.-2018
Vanessa Palacios Yan...	Proyecto Final	0%	---	---		1040712197	16-nov.-2018
Gueby Racho Cerro	Proyecto Final	0%	---	---		1040717344	16-nov.-2018
Maria Risco	Proyecto Final	0%	---	---		1040709453	16-nov.-2018
Johani Saveedra Alfa...	Proyecto Final	0%	---	---		1040697323	16-nov.-2018
Marcos Sernaque Reye...	Proyecto Final	0%	---	---		1040698564	16-nov.-2018
Ashley Gato Acaro	proyecto final	4%	---	---		1040702279	16-nov.-2018
Maryuri Pintado Vela...	proyecto final	4%	---	---		1040709572	16-nov.-2018
Trixy Valladares Ser...	proyecto Final	4%	---	---		1040694218	16-nov.-2018
Greimi Palacios Rues...	Proyecto final	5%	---	---		1040706917	16-nov.-2018

Universidad Católica los Ángeles | Erp University | Turnitin | Música para Estudiar y Co... | Noticias deportiva del Perú y ...

https://www.turnitin.com/t_inbox.asp?r=34.8735180095197&svr=325&lang=es&aid=74377462

Maria De Los Angeles...	Resultados y Conclusiones	0%	---	---		1040708791	16-nov.-2018
Maryuri Sernaque	Resultados y Conclusiones	0%	---	---		1040696594	16-nov.-2018
Mirian Sernaque	Resultados y Conclusiones	0%	---	---		1040683843	16-nov.-2018
Marcos Sernaque Reye...	Resultados y Conclusiones	0%	---	---		1040719268	16-nov.-2018
Carol Sernaque Silup...	Resultados y Conclusiones	0%	---	---		1040687823	16-nov.-2018
Greimi Palacios Rues...	Resultado y Conclusiones	4%	---	---		1040708161	16-nov.-2018
Johani Saveedra Alfa...	Resultado y Conclusiones	5%	---	---		1040695886	16-nov.-2018
Mery Sernaque Iman	resultado y conclusiones	5%	---	---		1040692988	16-nov.-2018
Janet Garcia Castill...	Resultado y Conclusiones	8%	---	---		1040711409	16-nov.-2018
Maria Sanchez	Resultados y Conclusiones	8%	---	---		1040700600	16-nov.-2018
Wilmer Valencia Chav...	resultados y conclusiones	12%	---	---		1040704260	16-nov.-2018
Trixy Valladares Ser...	Resultado y Conclusiones	12%	---	---		1040694733	16-nov.-2018
Jackeline Elizabeth ...	Resultados y Conclusiones	13%	---	---		1040694219	16-nov.-2018
Evelyn Yesel Rondoy ...	Resultados y Conclusiones	23%	---	---		1040703213	16-nov.-2018

11:47 p.m. 19/11/2018

Encuesta aplicada a los trabajadores

COMPETITIVIDAD Y MOTIVACION EXCEL - Microsoft Excel

Archivo Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista

Calibri 11 Fuente Alineación Número Estilos Celdas Modificar

O14

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	
1																					
2		VARIABLE MOTIVACIÓN																			
3																					
4			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL								
5		Género																			
6		Masculino	1		1			1					1	4							
7		Femenino		1		1	1		1	1	1			6							
8																					
9		Estado Civil																			
10		Soltero		1		1	1			1				4							
11		Casado	1		1								1	3							
12		Divorciado						1			1			2							
13		Viuudo							1					1							
14																					
15		Nivel profesional																			
16		Primaria												0							
17		Secundaria	1		1		1			1			1	5							
18		Técnico		1		1		1						3							
19		Universitario							1		1			2							
20																					
21		1 ¿Cuál es la importancia de mantener al personal motivado de las MYPES rubro ropa para niños?																			
22		Lograr las n	1			1		1		1		1	1	6							
23		Aumentar la productivi	1			1		1		1			4								
24																					

COMPETITIVIDAD Y MOTIVACION EXCEL - Microsoft Excel

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T
21		1 ¿Cuál es la importancia de mantener al personal motivado de las MYPES rubro ropa para niños?																		
22		Lograr las n	1			1		1		1		1		6						
23		Aumentar la productivi	1			1		1		1				4						
24																				
25		2 Considera que los trabajadores de la MYPE rubro ropa para niños han recibido una motivación adecuada para hacer un trabajo eficiente																		
26		Si		1	1	1		1		1		1		7						
27		no	1					1		1				3						
28																				
29		3 ¿Fomentan los propietarios la colaboración y participación de los trabajadores de las MYPES rubro ropa para niños?																		
30		Siempre	1		1			1					1		4					
31		Casi siempre		1				1			1			3						
32		Rara vez			1				1					2						
33		Nunca										1		1						
34																				
35		4 ¿La motivación al personal en las MYPES rubro ropa para niños se da mediante?																		
36		Incentivos		1		1		1		1			1		5					
37		Reconocimie	1					1		1			1		4					
38		Recompensas		1										1						
39																				
40		5 ¿Incentivan los propietarios el esfuerzo de los trabajadores de las MYPES rubro ropa para niños?																		
41		Siempre	1		1			1		1			1		5					
42		Casi siempre		1				1						2						
43		Rara vez			1					1				2						

COMPETITIVIDAD Y MOTIVACION EXCEL - Microsoft Excel

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T
39																				
40		5 ¿Incentivan los propietarios el esfuerzo de los trabajadores de las MYPES rubro ropa para niños?																		
41		Siempre	1		1			1		1			1		5					
42		Casi siempre		1				1						2						
43		Rara vez			1					1				2						
44		Nunca										1		1						
45																				
46		6 ¿Se sienten motivados cuando acuden a desarrollar su trabajo en las MYPES rubro ropa para niños?																		
47		Siempre	1					1						2						
48		Casi siempre		1	1		1	1		1			1		6					
49		Rara vez		1										1						
50		Nunca										1		1						
51																				
52		7. ¿Cuál de los tipos de motivación desarrolla las MYPES rubro ropa para niños?																		
53		Motivación	1		1			1					1		4					
54		Motivación negativa													0					
55		Motivación intrínseca	1		1			1				1		4						
56		Motivación positiva							1	1				2						
57																				
58		8. ¿Cuál es el beneficio que tiene la MYPES rubro ropa para niños al motivar a su personal?																		
59		Compromiso	1				1			1				3						
60		Mejor imagen empres	1		1			1					1		4					
61		Mejor competitividad		1				1				1		3						

Figuras

COMPETITIVIDAD

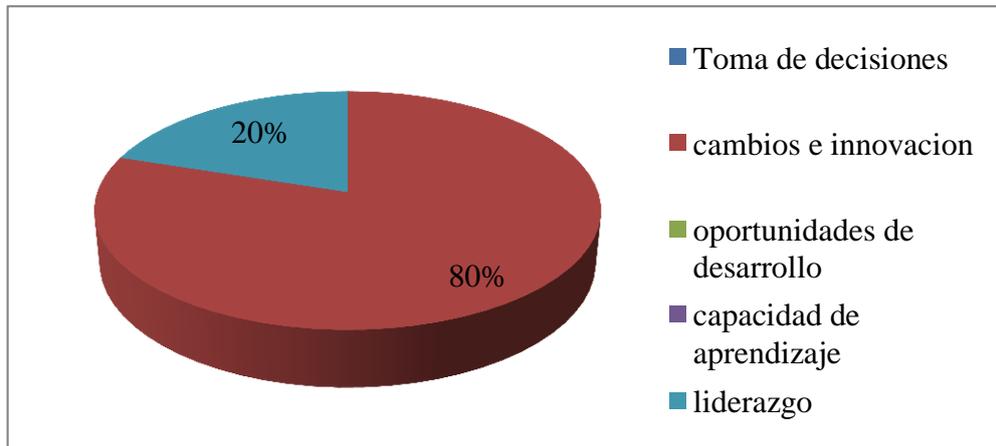


Figura 1: Elementos de la competitividad

Fuente: encuesta aplicada a los clientes de las MYPES

Elaboración propia

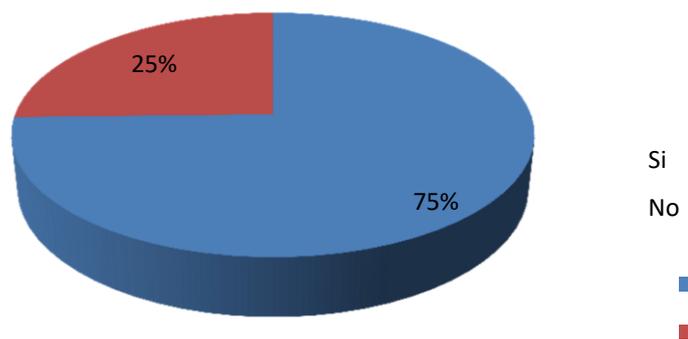


Figura 2: La innovación hace competitiva a la MYPE

Fuente encuesta aplicada a los clientes de las MYPES

Elaboración propia

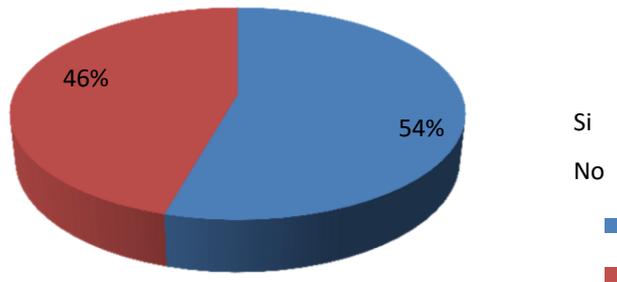


Figura 3: La diferenciación es una estrategia importante

Fuente: encuesta aplicada a los clientes de las MYPES

Elaboración propia

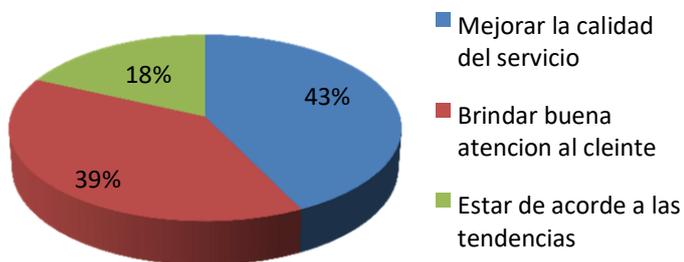


Figura 4: Fidelización de los clientes

Fuente: encuesta aplicada a los clientes de las MYPES

Elaboración propia

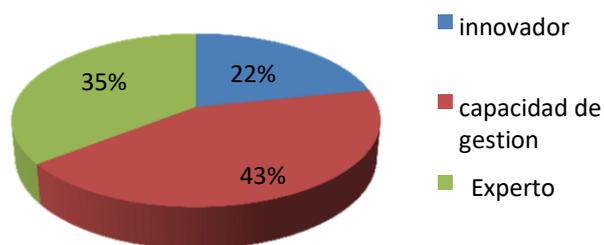


Figura 5: Implementación de una estrategia competitiva

Fuente: encuesta aplicada a los clientes de las MYPES

Elaboración propia

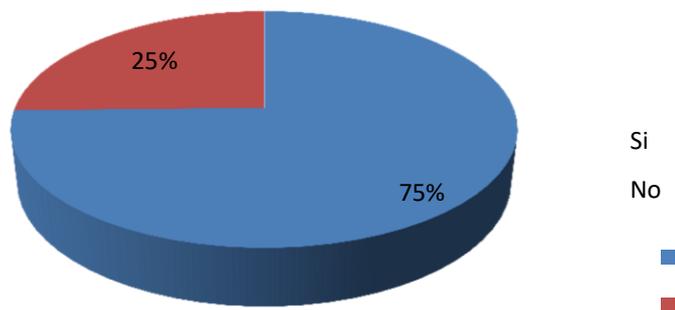


Figura 6: Importancia de la estrategia de liderazgo total en costos
Fuente: encuesta aplicada a los clientes de las MYPES

Elaboración propia

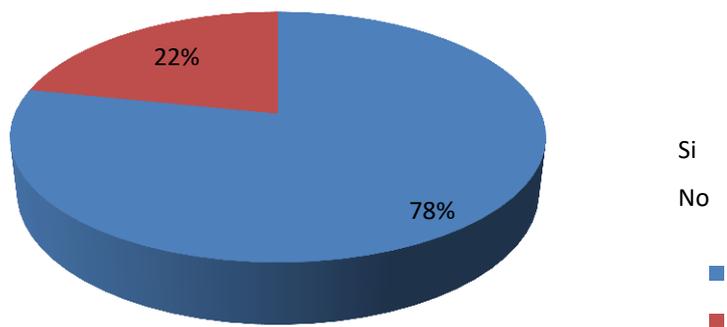


Figura 7: Segmentación aumenta las ventas
Fuente: encuesta aplicada a los clientes de las MYPES

Elaboración propia

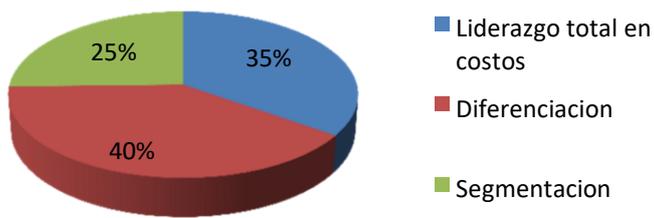


Figura 8: Estrategias competitivas

Fuente: encuesta aplicada a los clientes de las MYPES

Elaboración propia

MOTIVACIÓN – TRABAJADORES

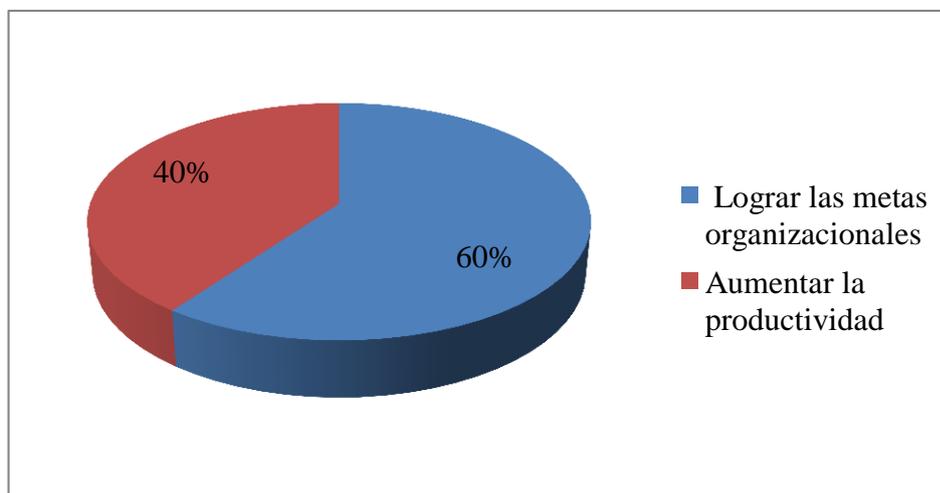


Figura 9: Importancia de mantener al personal motivado

Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPES

Elaboración propia

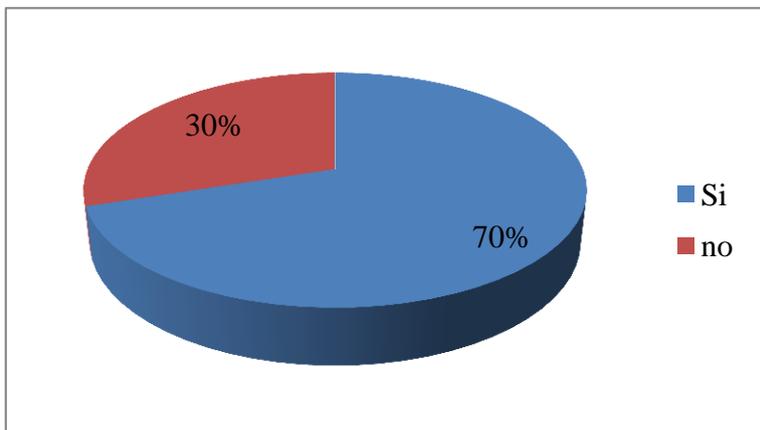


Figura 10: Motivación adecuada de los trabajadores
 Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPES

Elaboración propia

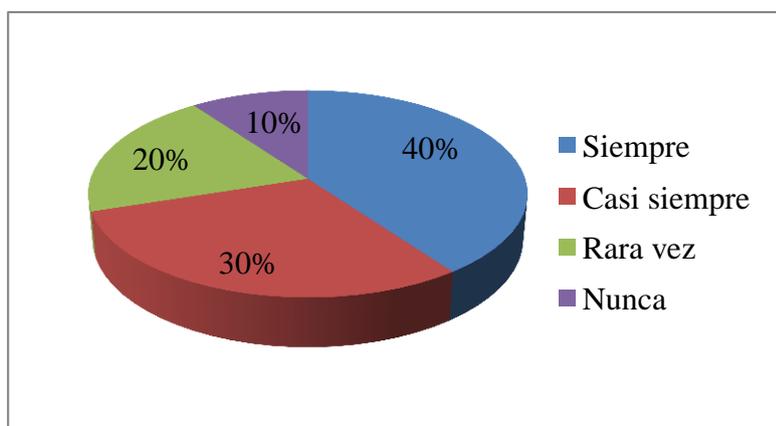


Figura 11: Colaboración y participación de los trabajadores
 Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPES

Elaboración propia

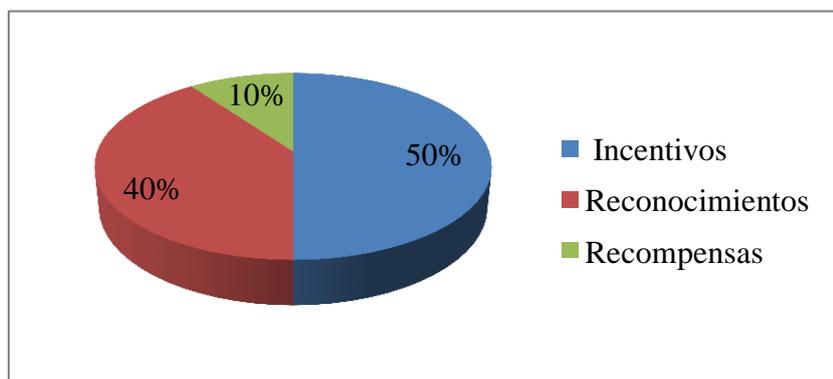


Figura 12: La motivación al personal en las MYPES
 Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPES

Elaboración propia

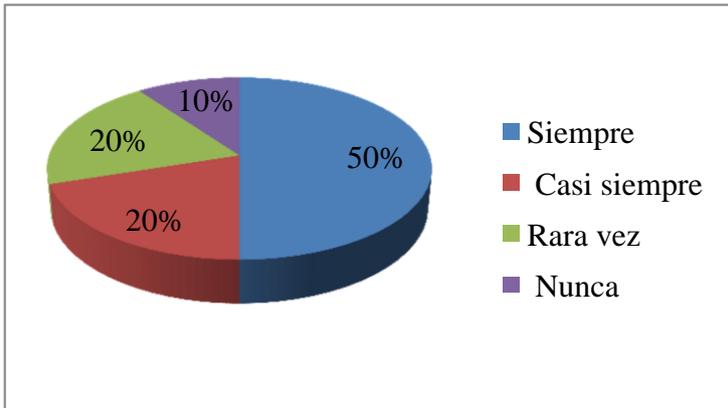


Figura 13: Incentivan los propietarios el esfuerzo de los trabajadores
Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPES

Elaboración propia

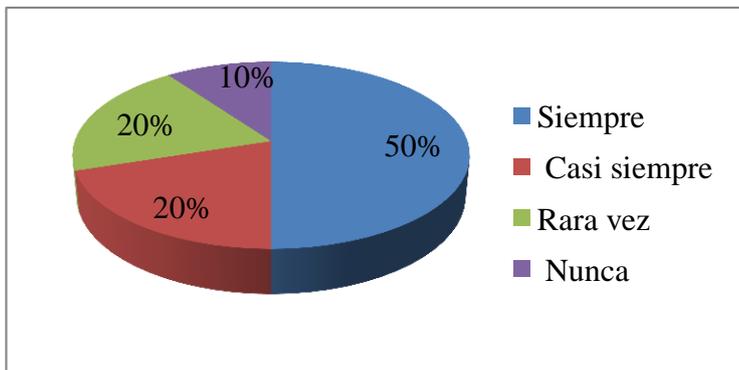


Figura 14: Motivados cuando acuden a desarrollar su trabajo
Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPES

Elaboración propia

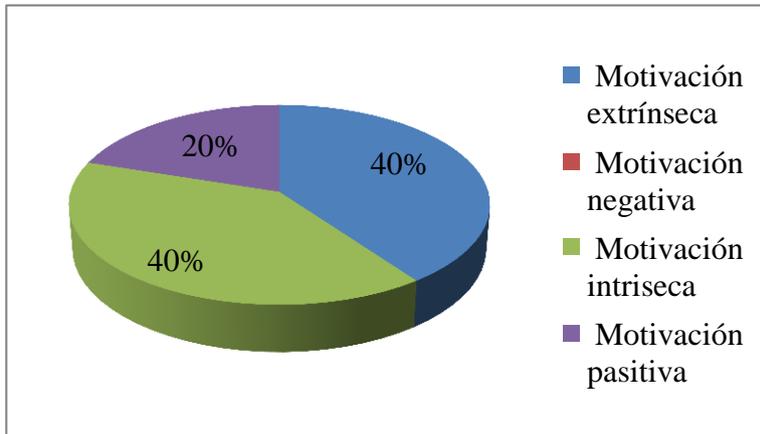


Figura 15: Tipos de motivación

Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPES

Elaboración propia

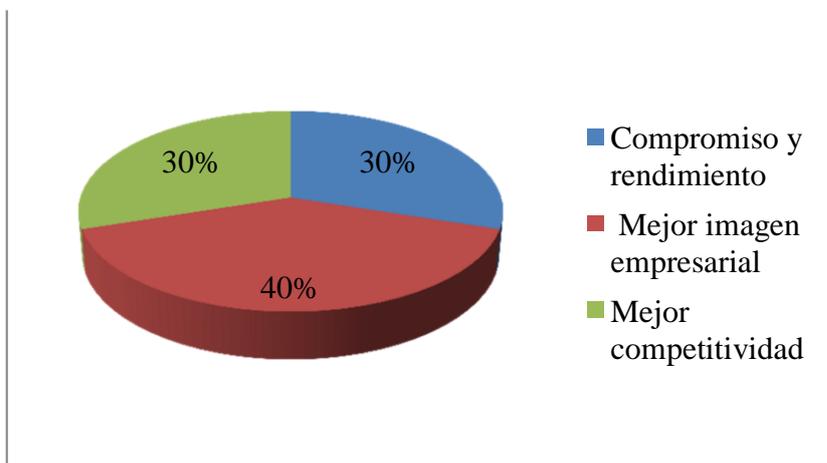


Figura 16: Tipos de motivación

Fuente: encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPES

Elaboración propia

Evidencias de la encuesta aplicada a los trabajadores de las MYPES rubro ropa para niños

