
I CONGRESO INTERNACIONAL
DE GESTIÓN E INVESTIGACIÓN

NEW APPROACHES IN BUSINESS MANAGEMENT

DR. GIANCARLO MARIANO MANCARELLA VALLADARES
DR. VÍCTOR HUGO FERNÁNDEZ BEDOYA



FONDO EDITORIAL
Universidad César Vallejo

**I CONGRESO INTERNACIONAL DE
GESTIÓN E INVESTIGACIÓN
NEW APPROACHES IN BUSINESS
MANAGEMENT**

LIBRO DE REVISIONES

I Congreso Internacional de Gestión e Investigación New Approaches In Business Management

Edición y diseño

© De esta edición, Universidad César Vallejo S.A.C.

Fondo Editorial

Av. Alfredo Mendiola 6232, Panamericana Norte,

Los Olivos, Lima - Perú.

Primera edición digital, febrero de 2023

ISBN: 978-612-4435-98-0

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N.º 2022-12958

DOI: www.doi.org/10.18050/

Libro electrónico disponible en:

<https://repositorio.ucv.edu.pe/>



I CONGRESO INTERNACIONAL DE GESTIÓN E INVESTIGACIÓN NEW APPROACHES IN BUSINESS MANAGEMENT

LIBRO DE REVISIONES

Comité Organizador:

Dr. Carlos Alberto Delgado Céspedes
Coordinador de la Escuela Profesional de Administración – Los Olivos

Dr. Giancarlo Mariano Mancarella Valladares
Docente en la Escuela Profesional de Administración – Los Olivos

Mgr. Mariano Adolfo López Ruiz
Docente en la Escuela Profesional de Administración – Los Olivos

Dra. Cira Nancy Ozejo Ludeña
Docente en la Escuela Profesional de Administración – Los Olivos

Editores:

Dr. Giancarlo Mariano Mancarella Valladares
Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya



FONDO EDITORIAL
Universidad César Vallejo

CONTENIDO

RESÚMENES DE DISERTACIONES DE ESPECIALISTAS	13
Experiencias memorables hoy, clientes satisfechos mañana	15
Ph.D. Diana Gavilán	
Rediseñando las organizaciones	18
Dr. Humberto Alejandro Rosales Valbuena	
Jaque mate a los modelos de management	20
Mgtr. Germán Di Trolío	
Importancia de invertir en un contexto de caos e incertidumbre	23
Mgtr. Ernesto Revello Sánchez	
Desafíos de la formalización y fiscalización laboral en la nueva realidad	26
Dr. Roberto Manuel Castillo Gambini	
El marketing y sus tendencias en el nuevo contexto: nuevas formas de llegar al usuario	29
Mgtr. Evelyn Elizabeth Uribe Vargas	
El fin de la globalización: Los efectos económicos de la crisis del Covid y de la invasión de Ucrania	32
Mgtr. Carlos Lorenzo Risco Ruiz	
El impacto de las estrategias empresariales en las empresas familiares	35
MBA. Rossana Inés Gallesio Gonzáles	
RESÚMENES DE DISERTACIONES DE ESTUDIANTES	37
Cadena de suministros y ventaja competitiva en la empresa Gloria S.A. Lima, 2022	38
Jhair André Dávila Velásquez, Liz Roxana Lulo Trucios, Jackeline Isabela Rodríguez Tarazona, Nayely Roxana Román Zarate, Kelly Stefany Vallejos Agurto, Mishely Nicole Venturozo Alejandro, José Luis Merino Garcés	
Personal con habilidades especiales en la empresa Tottus, Lima-Perú 2016-2020	41
Paola Victoria Astete Iparraguirre, Shandira Nicole Correa Bernaola, Cristina Graciela Huaman Morales, Aldair Erick Paredes Muñoz, Nyurka Tatyana Sánchez Marichi, Juan Daniel Quintana Portal	
Modelos de innovación en la gestión del talento humano en la empresa Backus	44
Sasha Mildred La Rosa Rojas, Wagner David López Tafur, Pamela Ruth Sánchez Villarreal	

Producción y el costo de oportunidad en tiempos de crisis	47
Katheryn Estefany Bedon Hernández, Nicole Alexandra Córdova Solís, Aixa Jetsabel Vallejos Valdivia, Giovanni Aldair Velez Velarde, Antuanet Debora Ecurra Oblitas, Julio Cesar Manrique Cespedes	
La importancia de la gestión del cambio en las organizaciones	50
Sharon Aurora Arenaza, Noelia Asencios Olortegui, Ynma Angelica Flores Farro	
Cadena de suministro y optimización de inventarios en la empresa Saga Falabella en el distrito de Comas, 2021	52
Chafloque Alvites Paola, Cántaro Jimeno Pablo Andrés, Huerta Ramírez Xiomara, Valera Ocas Angie Alexandra, Villafuerte Roque Allison, Aldo Jesús Romero Correa	
Emprendimiento en Lima Metropolitana 2020	55
Cesar Jhonathan Mamani Lozano	
La actualización del perfil de un administrador	57
Jesus Enrique Barca Barrientos	
El trabajo en equipo, ética y transparencia en la organización	59
Aroste Huaman Maryori Brigitte, Rojas Sanchez Kory Andrea, Contreras Nuñez Fiorella Reyna, Yarleque Chuquiano Nicole Isabel, Hermoza Hübner Consuelo Patricia, Carlos Enrique Anderson Puyén, Consuelo Patricia Hermoza Hübner	
La importancia de las habilidades de un gerente	63
Camila Fernanda Suncion Suarez Lopez, Suemi Mayumi Lescano Salomon, Erick Jeanpool Albuja Ramos, Miguel Andre Montoya Huaman, Deysi Yuriccu Huamani Rojas, Pedro Luis Llacuash Roman, Jair Jordan Yucra Rojas, Susana Milagros Quiñones Chumacero	
Proyecto Sistema de alerta personal	67
Elvis Miler Alvites Malca, Adriana Anticono Valeriano, Laura Xiomara Barrios Fripp, Erick Alexis Marcelo Morales, Mary Cielo Rengifo Vasquez, Francesca Angeline Rossi Correa, Waldermar Ernesto Ordaya Pando	
Modelo de gestión humana por competencias: características y ventajas	70
Jan Kei Samir Molina Guillen	

EDITORES



DR. GIANCARLO MARIANO MANCARELLA VALLADARES

Doctor en Administración, Magister en Dirección de Negocios Internacionales, Master en Dirección de Negocios y Licenciado en Administración. Cuenta con un diplomado en gestión estratégica de finanzas y gestión de recursos humanos. Es docente universitario y consultor empresarial en gestión empresarial y financiera en empresas, antes desempeñó funciones en distintas empresas del sector bancario, comercial, gubernamental, comercio exterior, telecomunicaciones, minero, construcción, servicios entre otros, ocupando cargos como Gerente General, CFO, Gerente Financiero, Controler en empresas como Banco de Crédito del Perú, Banco de la Nación, Banco del Trabajo, SUNAT, Antanima, Pluspetrol, Yanacocha, EDDICO, GLOBALINK, Presagio, entre otras.

<https://orcid.org/0000-0002-4913-7214>



DR. VÍCTOR HUGO FERNÁNDEZ BEDOYA

Doctor en Administración, Maestro en Costos y Presupuestos, Maestro en Administración de Negocios y Licenciado en Administración con mención en Negocios Internacionales. Cuenta con dos Títulos de Segunda Especialidad Profesional: en Ingeniería con mención en Estadística para la Investigación, y en Tecnologías de la Información y Comunicación. Está clasificado como Investigador Renacyt por el Concytec desde el año 2019. Es Presidente del Comité de Ética en Investigación de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, además de Líder del Grupo de Investigación Sostenibilidad. Actualmente dicta cátedra en experiencias curriculares de fin de carrera en la Escuela Profesional de Administración, sede Los Olivos. Antes ocupó posiciones gerenciales en el área de planeamiento comercial y logístico en transnacionales del sector retail, tales como Saga Falabella, Maestro Homecenter, Payless ShoeSource y Bata.

<https://orcid.org/0000-0002-4913-7214>

PRESENTACIÓN

La EP de Administración Los Olivos de la Universidad César Vallejo pone a disposición de la comunidad académica y público en general el presente libro, en el cual se consolida las investigaciones de las ocho ponencias realizadas en el I Congreso Internacional de Gestión e Investigación: “New Approaches in Business Management” realizado el 21 y 22 de junio de 2022 y organizado por la Escuela de Administración Los Olivos; con la motivación y el apoyo continuo de nuestro Director General Dr. José Luis Castagnola Sánchez, nuestras autoridades y los coordinadores de las EP de Administración de los 12 campus.

Los temas presentados estuvieron enmarcados en el Objetivo de Desarrollo Sostenible “Industria, Innovación e Infraestructura” y en la categoría “5.02.04 Negocios, Administración” de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).

El objetivo del congreso y del libro de resúmenes fue fortalecer alianzas estratégicas con las universidades participantes y las competencias académicas de nuestros estudiantes, egresados, emprendedores y público en general, cumpliendo con los indicadores de gestión. Asimismo, se convirtió en espacio de reflexión para la mejora continua de las investigaciones y el desarrollo profesional en bienestar de nuestra sociedad.

Entre los ponentes internacionales que participaron figura la Ph.D. Diana Gavilán, en representación de la Universidad Complutense de Madrid, España, con la línea de investigación de marketing. El Dr. Humberto Alejandro Rosales Valbuena, decano de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Santo Tomás (USTA) seccional Tunja de Colombia también estuvo presente, y mientras que Argentina estuvo representada por el Mgtr. Germán Di Trolio de la Universidad de Morón; ambos con la línea de investigación de gestión. De igual forma, el Mgtr. Ernesto Revello, economista y empresario, disertó desde España en la línea de investigación de finanzas.

Por Perú, se contó con la excelente participación de los docentes de nuestra casa de estudios: Lic. en Economía y MBA Carlos Lorenzo Risco Ruiz, el Dr. en derecho Roberto Manuel Castillo Gambini, la Mgtr. en Marketing Hotelero Evelyn Elizabeth Uribe Vargas y la Mgtr. bilingüe en Administración Estratégica de Empresas, Rossana Gallezio Gonzales.

El panel contó con el análisis y comentarios del Dr. Sergio Javier Jasso Villazul y la Dra. Rosa Azalea Canales García, ambos docentes e investigadores de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMex.) respectivamente; así como también de destacados docentes de nuestra casa de estudios.

Además, se realizó la apertura del auditorio internacional para la presentación de 13 trabajos de investigación formativa elaborados por los estudiantes del primer hasta el séptimo ciclo con la asesoría de sus docentes.

Según indica el Dr. Jorge Salas Ruiz, Vicerrector de Investigación: “La Universidad César Vallejo desarrolla en el proceso de formación de los profesionales su Modelo de Investigación Formativa, que se implementa desde el primer ciclo hasta culminar su carrera profesional”. Como resultado de la aplicación de esta metodología, se realizan en el aula trabajos de investigación acorde a las líneas de investigación de la carrera profesional, presentándose los trabajos terminados en Jornadas de Investigación para la difusión y divulgación de la ciencia en I+D+i.

La investigación formativa se realiza de forma transversal y está relacionada con el desarrollo de las competencias del profesional, esto se logra en la medida en que se articulan las competencias profesionales con las competencias investigativas. Nuestros estudiantes mediante este modelo inician su proceso de formación científica que concluye con un trabajo de investigación para obtener el grado de bachiller y la tesis para la obtención del título profesional. Exigencias de investigación normadas por la Ley Universitaria a todos los profesionales.

Dr. Carlos Alberto Delgado Céspedes

Dr. Giancarlo Mariano Mancarella Valladares

Mgtr. Mariano Adolfo López Ruiz

Dra. Cira Nancy Ozejo Ludeña

Comité Organizador

**RESÚMENES
DE DISERTACIONES
DE ESPECIALISTAS**

**Experiencias memorables hoy, clientes
satisfechos mañana**

**Memorable experiences today, satisfied
customers tomorrow**

**Experiências memoráveis hoje, clientes
satisfeitos amanhã**

Ph.D. Diana Gavilán

RESUMEN

Esta ponencia expone la secuencia: experiencia, satisfacción y compromiso sobre la que hoy día se asienta el éxito de las marcas. Vivimos inmersos en la Economía de las Experiencias (Pine & Gilmore, 2011), la cual está caracterizada por la necesidad de que nuestra marca proporcione vivencias memorables a nuestro cliente, impactándoles emocionalmente a través de la tecnología. Estas experiencias de marca memorables (Brackus, Schmitt & Zarantonello, 2009) puestas en relación con las expectativas, explican la satisfacción del cliente. Sin embargo, la satisfacción extrema (el cliente encantado) y la insatisfacción extrema (el cliente enfadado) es resultado de una experiencia no esperada. Un cliente ignorado o que percibe inequidad vive algo que no esperaba y su malestar no se compensa con los momentos más positivos e intensos de la experiencia. En casos de insatisfacción extrema el cliente rompe la relación con la marca. Si, por el contrario, el cliente siente una satisfacción extrema, esta emoción positiva se transforma en el deseo de estrechar y prolongar la relación con la marca. Esto es lo que conocemos como compromiso afectivo con la marca (Fernández-Lores et al., 2015), también llamado *engagement*; el motor de las subsiguientes decisiones de compra y de la conducta de recomendación (Cheung et al, 2021). Ambas son la clave y el exponente del éxito de la marca.

Palabras clave: *consumidor digital, marca, experiencias, compromiso, emociones.*

ABSTRACT

This paper exposes the sequence: experience, satisfaction, commitment on which today the success of brands is based. We live immersed in the Experience Economy (Pine & Gilmore, 2011) characterized by the need to provide memorable experiences to our customers through the brand, impacting them emotionally thanks to the use of technology. These memorable brand experiences (Brackus, Schmitt & Zarantonello, 2009), put in relation to expectations, explain customer satisfaction. However, extreme satisfaction (the delighted customer) and extreme dissatisfaction (the angry customer) is the result of an unexpected experience. A customer who is ignored or who perceives inequity experiences something he/she did not expect, and his/her dissatisfaction is not balanced by the more positive and intense moments of the experience. In cases of extreme dissatisfaction, the customer breaks the relationship with the brand. If, on the other hand, the customer feels extreme satisfaction, this positive emotion is transformed into a desire to strengthen and prolong the relationship with the brand. This is the affective commitment to the brand (Fernandez-Lores, Gavilan & Avello, 2015), also called *engagement*;

the driver of subsequent purchase decisions and recommendation behavior (Cheung et al, 2021). Both are the key and exponent of brand success.

Keywords: *digital consumer, brand, experiences, engagement, emotions.*

RESUMO

Este documento estabelece a seqüência: experiência, satisfação, compromisso no qual se baseia hoje o sucesso das marcas. Vivemos imersos na Economia da Experiência (Pine & Gilmore, 2011) caracterizada pela necessidade de nossa marca proporcionar experiências memoráveis a nossos clientes, impactando-os emocionalmente através da tecnologia. Estas experiências memoráveis da marca (Brackus, Schmitt & Zarantonello, 2009), colocadas em relação às expectativas, explicam a satisfação do cliente. Entretanto, a satisfação extrema (o cliente satisfeito) e a insatisfação extrema (o cliente furioso) é o resultado de uma experiência inesperada. Um cliente que é ignorado ou que percebe a iniquidade experimenta algo que não esperava e sua insatisfação não é compensada pelos momentos mais positivos e intensos da experiência. Em casos de extrema insatisfação, o cliente rompe o relacionamento com a marca. Se, por outro lado, o cliente sente satisfação extrema, esta emoção positiva se transforma em um desejo de fortalecer e prolongar a relação com a marca. Isto é o que conhecemos como compromisso afetivo com a marca (Fernández-Lores et al., 2015), também chamado de compromisso; o condutor das decisões de compra subseqüentes e do comportamento de recomendação (Cheung et al., 2021). Ambos são a chave e o expoente do sucesso da marca.

Palavras-chave: *consumidor digital, marca, experiências, engajamento, emoções.*

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Brakus, J. J., Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2009). Brand experience: what is it? How is it measured? Does it affect loyalty? *Journal of marketing*, 73(3), 52-68.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011). *The experience economy*. Harvard Business Press.
- Fernandez-Lores, S., Gavilan, D., Avello, M., & Blasco, F. (2016). Affective commitment to the employer brand: Development and validation of a scale. *BRQ Business Research Quarterly*, 19(1), 40-54.
- Cheung, M. L., Pires, G. D., Rosenberger, P. J., Leung, W. K., & Sharipudin, M. N. S. (2021). The role of consumer-consumer interaction and consumer-brand interaction in driving consumer-brand engagement and behavioral intentions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61, 102574.

DATOS DEL AUTOR

Nombres completos: Diana Gavilán

Filiación: Universidad Complutense de Madrid

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5293-779X>

Correo electrónico: dgavilan@ucm.es

Resumen de CV del autor: Profesora Titular de Marketing (2022) del Departamento de Marketing de la Universidad Complutense de Madrid. Directora del grupo de investigación ECOIN-

Ecosistemas de Consumo Inteligentes. Autora de más de 60 contribuciones académicas-. Índice h=17 en Google Scholar con más de 1500 citas académicas. Ha desarrollado más de 10 Proyectos de Investigación (art. 83) con empresas como IKEA, Indigitall, Tatum Consulting Group, ESIC siendo IP en 6 de ellos. Coautora del modelo WEE (Work Experiential Engagement); I Premio de Transferencia y Tecnología del Conocimiento OTRI (UCM) en 2016. Investigadora principal en 3 PIMCD (2011-2015-2017). Reconocida 7 veces como Profesora Excelente en el programa Docencia-UCM. Sus líneas de investigación se centran en el comportamiento del consumidor, la experiencia sensorial y los procesos de marketing en entornos digitales.

Rediseñando las organizaciones

Redesigning organizations

Redesenhando organizações

Dr. Humberto Alejandro Rosales Valbuena

RESUMEN

En los actuales contextos marcados por un mundo hiperconectado de innovación incesante, el diseño y el rediseño de las organizaciones es una tarea central, que nos corresponde a todos y todas; requiere del reconocimiento y la comprensión de los grupos de interés, de los ecosistemas y de las diversas variables que pretenden impactar con su operación. Rediseñar organizaciones implica entonces tener grandes focos, hablar de organizaciones que generan un alto impacto positivo al interior de la organización, en los trabajadores, en su estructura y en las formas de producir que generen una huella en la cadena de valor, en los proveedores, en la comunidad y que lo generan a través de los productos o servicios y las extensiones de la organización. Sin embargo, es claro entender que los posibles diseños y rediseños deben estar en sintonía con el propósito, orientado a resolver problemas sociales o ambientales; esto implica considerar los diferentes contextos en los que la organización piensa desarrollar. Para esto es clave dar una mirada profunda y entender la organización desde una perspectiva amplia (estructura, cultura, estrategia, modelo de negocio, sistemas de gestión y la ejecución elementos fundamentales del diseño organizacional). Como colofón es fundamental que la administración y la gestión evolucionen hacia la consolidación de diseños organizativos que generen un mayor bienestar al ambiente, a las personas y a la sociedad, para que se avance a la tan anhelada sostenibilidad; el mayor reto del Rediseño moderno de las organizaciones.

Palabras clave: *diseño, organizaciones, estructura, propósito, estrategia, sostenibilidad*

ABSTRACT

In the current contexts, marked by a hyperconnected world of incessant innovation, the design and redesign of organizations is a central task that corresponds to all of us; it requires the recognition and understanding of stakeholders, ecosystems and the various variables that it intends to impact with its operation. Redesigning organizations implies then to have big focuses, to talk about organizations that generate a high positive impact: inside the organization, in the workers, in its structure and in the ways of producing, that generate impact in the value chain, in the suppliers, in the community and that generate impact through the products or services, extensions of the organization. However, it is clear to understand that the possible designs and redesigns must be in tune with the purpose, that which inspires to solve social or environmental problems, this implies considering the different contexts in which the organization intends to develop and will have an impact. For this it is key to take a deep look and understand the organization from a broad perspective (structure, culture, strategy, business model, management systems and execution, fundamental elements of organizational design). Finally, it is essential that administration and management evolve towards the consolidation of

organizational designs that generate greater well-being for the environment, people and society, in order to advance towards the longed-for sustainability; the greatest challenge of the modern redesign of organizations.

Keywords: *design, organizations, structure, purpose, strategy, sustainability*

RESUMO

Nos contextos atuais, marcados por um mundo hiperconectado, de inovação incessante, o desenho e redesenho das organizações é uma tarefa central, que cabe a todos nós; o que requer o reconhecimento e entendimento dos stakeholders, dos ecossistemas e das diversas variáveis que pretende impactar com sua operação. Redesenhar as organizações implica então ter grandes focos, falar de organizações que geram um alto impacto positivo: dentro da organização, nos trabalhadores, na sua estrutura e nas formas de produzir, que geram impacto na cadeia de valor, nos fornecedores. comunidade e que geram impacto por meio de produtos ou serviços, extensões da organização. No entanto, é claro entender que os possíveis desenhos e redesenhos devem estar em sintonia com o propósito, aquele que inspira a resolução de problemas sociais ou ambientais, isso implica considerar os diferentes contextos em que a organização pretende se desenvolver e terá impacto. Para isso, é fundamental olhar a fundo e compreender a organização sob uma perspectiva mais ampla (estrutura, cultura, estratégia, modelo de negócios, sistemas de gestão e execução dos elementos fundamentais do desenho organizacional). Como clímax, é fundamental que a administração e a gestão evoluam para a consolidação de desenhos organizacionais que gerem maior bem-estar ao meio ambiente, às pessoas e à sociedade, para que se avance na tão almejada sustentabilidade; o maior desafio do redesenho moderno das organizações.

Palavras-chave: *design, organizações, estrutura, propósito, estratégia, sustentabilidade*

DATOS DEL AUTOR

Nombres completos: Humberto Alejandro Rosales Valbuena

Filiación: Universidad Santo Tomás – Seccional Tunja

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0175-8281>

Correo electrónico: deadministracion@ustatunja.edu.co

Resumen de CV del autor: Doctorado en Innovación y Responsabilidad Social (Universidad Anáhuac – México), Doctorado en Estudios Sociales (Universidad Externado de Colombia – Colombia), Maestro en Docencia e Investigación en Ciencias Económicas y Administrativas (Universidad Sergio Arboleda – Colombia), Especialista en Control Interno (Universidad Militar Nueva Granada – Colombia), Consultor en Innovación y Responsabilidad Social Empresarial en Empresas públicas y privadas, Decano de la Facultad de Administración de Empresas – Universidad Santo Tomás – Seccional Tunja (Colombia) y Profesor de posgrado en diferentes universidades. Línea de investigación en Creatividad, Innovación y Responsabilidad Social Empresarial.

Jaque mate a los modelos de management

Checkmate to management models

Xeque-mate para modelos de gestão

Mgtr. Germán Di Trolío

RESUMEN

El mundo que presenciábamos antes de la aparición del Covid-19 resultaba un mundo hiper-competitivo donde los cambios acaecían sumamente vertiginosos y la incertidumbre se transformó en moneda corriente para quienes tomaban decisiones. Melamed (2022) resume lo mencionado hablando de un entorno VUCA -en inglés- VICA en español (Volátil, Incertidumbre, Complejo, Ambiguo). En tal sentido, el mencionado contexto desafiaba a las organizaciones a una adaptación permanente, pues compañía que no logre desarrollar altos grados de resiliencia se rezagaba. No obstante, en el 2019 aparece un factor inesperado para todos -el denominado Coronavirus- el cual fue el mayor acelerador de la digitalización en las compañías, cambiando las formas de comunicarnos con los clientes, de hacer llegar las propuestas de valor a los mismos y las metodologías de trabajo. En relación a ello, Melamed (2022) define al nuevo escenario -postcovid- como VUCA elevado a la covid19, a los efectos de señalar la mayor complejidad de un contexto que ya apreciábamos complejo.

Por lo mencionado en el párrafo anterior, resulta pertinente plantear la relevancia de modificar los modelos de management de quienes conducen las organizaciones. Lo expuesto, se basa en que existe una gran disonancia entre las empresas que comprendieron la complejidad del entorno actual, se prepararon y se adaptaron a diferencia de otras empresas que no lo visualizaron y llevaban adelante sus organizaciones con modelos mentales obsoletos. Las nuevas tendencias del management rompen los paradigmas mecanicistas adoptando una concepción humana del trabajo pues como menciona Hatum (2011) nos encontramos en la era del conocimiento. Las organizaciones requieren atraer, desarrollar, retener y fidelizar talentos que las ayuden a adaptarse a los cambios; en tal sentido, resulta oportuno señalar que se presencia una gran escasez de talentos -a nivel mundial- produciendo una feroz competencia entre las empresas que comprendieron el presente suceso.

Palabras clave: *Management, Entorno VUCA, Gestión del Talento. (entre 3 y 6 palabras clave)*

ABSTRACT

The world we witnessed before the appearance of Covid-19 was a hyper-competitive world where changes were extremely dizzying and uncertainty became common currency for decision-makers. Melamed (2022) summarizes this by speaking of a VUCA (Volatile, Uncertain, Complex, Ambiguous) environment. In this sense, the aforementioned context challenged organizations to a permanent adaptation, since the company that failed to develop high levels of resilience would fall by the wayside. However, in 2019, an unexpected factor appeared - the so-called Coronavirus - which was the major accelerator of digitization in companies, changing the ways of communicating with customers, of delivering value propositions to them and work

methodologies. In this sense, Melamed (2022) defines the new scenario -postcovid- as VUCA elevated to covid19, in order to point out the greater complexity of a context that we already appreciated as complex.

In view of the above, it is pertinent to consider the relevance of modifying the management models of those who lead organizations. This is based on the fact that there is a great dissonance between companies that have understood the complexity of the current environment, prepared themselves and adapted, and other companies that have not yet visualized it and run their organizations with obsolete mental models. The new management trends break the mechanistic paradigms by adopting a human conception of work because, as Hatum (2011) mentions, we are in the knowledge era. Organizations need to attract, develop, retain and retain talent to help them adapt to change. In this sense, it is pertinent to point out that there is a great shortage of talent - worldwide - producing a fierce competition among the companies that understood the present event.

Keywords: *Management, VUCA Environment, Talent Management Talento (entre 3 y 6 palabras clave)*

RESUMO

O mundo que testemunhamos antes do aparecimento do Covid-19 era um mundo hiper-competitivo onde as mudanças eram extremamente vertiginosas e a incerteza se tornou moeda comum para os tomadores de decisão. Melamed (2022) resume isto falando de um ambiente VUCA (Volatile, Uncertain, Complex, Ambiguous). Neste sentido, o contexto acima mencionado desafiou as organizações a se adaptarem permanentemente, pois qualquer empresa que não conseguisse desenvolver altos níveis de resiliência cairia por terra. Entretanto, em 2019, surgiu um fator inesperado - o chamado Coronavírus - que foi o maior acelerador da digitalização nas empresas, mudando as formas de comunicação com os clientes, de entregar-lhes propostas de valor e metodologias de trabalho. Neste sentido, Melamed (2022) define o novo cenário -postcovid- como VUCA elevado a covid19, a fim de apontar a maior complexidade de um contexto que já apreciávamos como complexo.

Em vista do exposto acima, é pertinente considerar a relevância de modificar os modelos de gestão daqueles que lideram as organizações. Isto se baseia no fato de que existe uma grande dissonância entre empresas que compreenderam a complexidade do ambiente atual, se prepararam e se adaptaram, e outras empresas que ainda não o visualizaram e administram suas organizações com modelos mentais obsoletos. As novas tendências de gestão quebram os paradigmas mecanicistas ao adotar uma concepção humana do trabalho porque, como menciona Hatum (2011), estamos na era do conhecimento. As organizações precisam atrair, desenvolver, reter e reter talentos para ajudá-las a se adaptar às mudanças. Neste sentido, é pertinente ressaltar que existe uma grande escassez de talentos - em nível global - produzindo uma feroz competição entre as empresas que entenderam este evento.

Palavras-chave: *Administração, VUCA Environment, Gestão de Talentos. (entre 3 y 6 palabras clave)*

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Melamed, A. (2022) ¿Qué es BANI", la nueva manera de describir el contexto en el que vivimos? Infobae.

Hatum, A. (2011) *El Futuro del Talento*. Temas. Grupo Editorial. Buenos Aires, Argentina

DATOS DEL AUTOR

Nombres completos: Mg, Germán Di Trolío

Filiación: Universidad de Morón

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0000-0000-0000>

Correo electrónico: gditrolio@unimoron.edu.ar

Resumen de CV del autor: Licenciado en Administración, Magister en Administración de Negocios y Especialista en Economía y Finanzas. Es docente de Grado, Posgrado y Tutor de Tesis de Posgrado en la Universidad de Morón (Argentina). A su vez, se ha desempeñado en puestos gerenciales en reconocidas empresas de Argentina. En la actualidad es el Secretario Académico de la Escuela Superior de Economía y Negocios de la Universidad de Morón.

Importancia de invertir en un contexto de caos e incertidumbre

Importance of investing in a context of chaos and uncertainty

A importância de investir em um contexto de caos e incerteza

Mgtr. Ernesto Revello Sánchez

RESUMEN

Luego de superar y contener la pandemia del COVID-19 el mundo ha entrado en un nuevo ciclo económico caracterizado por elevada inflación y bajo o nulo crecimiento económico. A la conjunción de estas dos variables se le denomina en economía como “estanflación”. Por su parte, la represión financiera se mantiene intacta a nivel global con tasas de interés que no superan a la inflación, lo que hace inviable el ahorro de las familias. Ambas situaciones, la estanflación y la represión financiera, empobrecen a las familias y convierten al ahorro en una herramienta obsoleta para crear riqueza y prosperidad. En definitiva, nos encontramos en un contexto global que el Banco alemán Deutsche Bank lo define como “La Era del Desorden”: un ciclo lleno de incertidumbre y caos. Entonces, ¿Qué podemos hacer al respecto? ¿Cómo proteger la economía familiar frente a este entorno adverso? Para enfrentar de forma efectiva a estas variables existe otra herramienta poco utilizada por la mayoría de las personas: la inversión. Sin embargo, debido al bajo grado de instrucción en temas de educación y cultura financiera (analfabetismo financiero) la mayoría de las personas no conocen las bondades que conlleva invertir. Invertir no es más que emplear una cantidad de dinero en un proyecto, negocio y/o activo para conseguir ganancias, ya sea por revalorización del capital invertido o a través de ingresos pasivos recurrentes. En un contexto tan cambiante como el actual, la inversión se constituye como la única herramienta que permite, por un lado, vencer a la inflación, y por el otro, construir un patrimonio sólido en el largo plazo, siendo capaz de brindar la estabilidad financiera necesaria para cualquier familia. Solo acumulando activos es posible tener un futuro económico digno. En esta ponencia abordaremos: cómo afectan dichas variables exógenas a las finanzas personales; el problema del analfabetismo financiero a escala global; las diferencias entre ahorrar e invertir; la importancia de invertir en los actuales momentos; las diferentes clases de activos de inversión que tenemos a la mano para crear riqueza y prosperidad..

Palabras clave: inversiones, represión financiera, estanflación, ahorrar, patrimonio familiar, activos de inversión.

ABSTRACT

After overcoming and containing the COVID-19 pandemic, the world has entered a new economic cycle characterized by high inflation and low or no economic growth. The conjunction of these two variables is referred to in economics as “stagflation”. Meanwhile, financial repression remains

intact at a global level with interest rates that do not exceed inflation, making it unfeasible for families to save money. Both situations, stagflation and financial repression, impoverish families and make savings an obsolete tool for creating wealth and prosperity. In short, we find ourselves in a global context that the German Deutsche Bank defines as “The Age of Disorder”: a cycle full of uncertainty and chaos. So what can we do about it? How can we protect the family economy in the face of this adverse environment? To face these variables, there is another tool that is little used by most people: investment. However, due to the low level of education and financial culture (financial illiteracy), most people are unaware of the benefits of investing. Investing is nothing more than investing an amount of money in a project, business and/or asset in order to obtain profits, either through the revaluation of the invested capital or through recurring passive income. In a context as changing as the current one, investment is the only tool that allows, on the one hand, beating inflation, and on the other hand, to build a solid patrimony in the long term capable of providing the necessary financial stability for any family. Only by accumulating assets is it possible to have a decent economic future. In this lecture we will discuss how these exogenous variables affect personal finances; the problem of financial illiteracy on a global scale; the differences between saving and investing; the importance of investing in current times; the different types of investment assets we have at hand to create wealth and prosperity.

Keywords: *investments, financial repression, stagflation, savings, family wealth, investment assets.*

RESUMO

Após ultrapassar e conter a pandemia COVID-19, o mundo entrou num novo ciclo económico caracterizado por alta inflação e baixo ou nenhum crescimento económico. A conjugação destas duas variáveis é referida em economia como “estagflação”. Entretanto, a repressão financeira permanece intacta a nível global com taxas de juro que não excedem a inflação, o que inviabiliza a poupança das famílias. Ambas situações, estagflação e repressão financeira, empobrecem as famílias e fazem da poupança um instrumento obsoleto para a criação de riqueza e prosperidade. Em suma, encontramos-nos num contexto global que o Deutsche Bank alemão define como “A Era da Desordem”: um ciclo cheio de incerteza e caos. Como podemos proteger a economia doméstica face a este ambiente adverso? Para lidar eficazmente com estas variáveis, existe outro instrumento pouco utilizado pela maioria das pessoas: o investimento. No entanto, devido ao baixo nível de educação e cultura financeira (analfabetismo financeiro), a maioria das pessoas desconhece os benefícios de investir. Investir nada mais é do que investir uma quantia de dinheiro num projecto, negócio e/ou activo a fim de obter lucros, quer através da reavaliação do capital investido, quer através de rendimentos passivos recorrentes. Num contexto tão em mudança como o actual, o investimento é o único instrumento que permite, por um lado, vencer a inflação e, por outro lado, construir um património sólido a longo prazo capaz de proporcionar a estabilidade financeira necessária a qualquer família. Só acumulando bens é possível ter um futuro económico decente. Neste documento iremos abordar: como estas variáveis exógenas afectam as finanças pessoais; o problema do analfabetismo financeiro à escala global; as diferenças entre poupança e investimento; a importância de investir nos tempos actuais; os diferentes tipos de activos de investimento que temos à nossa disposição para criar riqueza e prosperidade.

Palavras-chave: *investimentos, repressão financeira, estagflação, poupança, riqueza familiar, activos de investimento.*

DATOS DEL AUTOR

Nombres completos: Ernesto Revello Sánchez

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID:

Correo electrónico: revellosanchez@gmail.com

Resumen de CV del autor: Economista con más de 20 años de formación y experiencia internacional en Venezuela, Francia, Inglaterra, Escocia, Austria, Uruguay y España.

Egresado como Economista de la Universidad Central de Venezuela (UCV), con Maestría en Comercio Petrolero Internacional en esa misma casa de estudios, y Maestría en Economía de la Energía, Petróleo y Gas de la Universidad de Dundee de Escocia.

Experto en macroeconomía, ciclos económicos, economía de petróleo y gas, materias primas, mercados financieros, criptoactivos e inversiones alternativas.

Entusiasta de las nuevas tendencias económicas, entre ellas las finanzas e inversiones fraccionadas.

Participa en foros internacionales de investigación económica como ponente invitado en Latinoamérica y China.

Desafíos de la formalización y fiscalización laboral en la nueva realidad

Challenges of labor formalization and labor auditing in the new reality

Os desafios da formalização e da inspeção do trabalho na nova realidade

Dr. Roberto Manuel Castillo Gambini

RESUMEN

La informalidad es la otra pandemia que tenemos que afrontar en el Perú y en el mundo en el presente siglo. Se considera que en la década del 50 del siglo pasado Arthur Lewis fue el primero que hizo alusión a este gran mal que sufren los países del mundo (Puyana, 2012). El modelo dual de la economía que él sostenía señalaba que la formalidad representaba que la actividad industrial del capitalismo absorbería automáticamente a la agricultura que representaba la informalidad, finalmente no fue así. En lo que respecta a la informalidad laboral las consecuencias de un empleo informal es la exclusión de derechos laborales (MTPE, 2018): menores ingresos, más horas de trabajo, no seguridad social, menos estabilidad y más accidentes de trabajo. En consecuencia, las personas tendrán menos capacidad de adquirir bienes y servicios, de tal manera que así las cosas el mercado no tendrá los consumidores y usuarios que necesita, se mantendrá el círculo vicioso en donde las empresas y los trabajadores salen perdiendo, esto a su vez no permite ni permitirá el desarrollo económico y social en el Perú. Todo esto se agrava en una situación post Covid 19 (Espejo, 2022). La informalidad es un tema muy complejo y necesita una intervención multisectorial, existen desafíos que enfrentar, como tener un enfoque integrado (OIT, 2018), invertir en formalización, plantear el tema como estrategia de desarrollo, seguir los buenos ejemplos, prevenir la informalidad e insertar el chip de formalidad a los nuevos emprendedores, a fin de crear las estrategias a seguir como el fomentar la productividad, concientizar en todos los niveles educativos, crear incentivos para los emprendedores, más fiscalización laboral, pero acompañado de orientación al cumplimiento de las normas, tenerlas claras y ordenadas (por ejemplo tener un Código del Trabajo) y promover que se aborde el tema incluso en las campañas electorales, entre otros.

Palabras clave: informalidad, fiscalización, empleo, economía, laboral y emprendedores.

ABSTRACT

Informality is the other pandemic that we have to face in Peru and in the world in this century. It is considered that in the 1950s, Arthur Lewis was the first to allude to this great evil suffered by the countries of the world (Puyana, 2012). The dual model of the economy that he supported, although it pointed out that the formality represented by the industrial activity of capitalism would automatically absorb agriculture, which represented informality, in the end this was not the case. Regarding labor informality the consequences of informal employment is the exclusion

of labor rights (MTPE,2018): lower income, longer working hours, no social security, less stability and more work accidents. Consequently, people will have less capacity to acquire goods and services, so that this way things the market will not have the consumers and users it needs, the vicious circle will be maintained where companies and workers lose out, this in turn does not allow and will not allow economic and social development in Peru. All this is aggravated in a post Covid 19 situation (Espejo, 2022). Informality is a very complex issue and needs a multisectoral intervention, there are challenges to face such as having an integrated approach (ILO,2018), investing in formalization, raising the issue as a development strategy, following the good examples, preventing informality and inserting the chip of formality to new entrepreneurs, for which the strategies to follow are to promote productivity, raise awareness at all educational levels, create incentives for entrepreneurs, more labor inspection but accompanied by guidance for compliance with the rules, have clearer and better-ordered rules (for example, having a Labor Code) and promote that the issue is addressed even in electoral campaigns, among others.

Keywords: *informality, inspection, employment, economy, labor, enterprising.*

RESUMO

A informalidade é a outra pandemia que temos de enfrentar no Peru e no mundo neste século. Considera-se que nos anos 50 Arthur Lewis foi o primeiro a referir-se a este grande mal sofrido pelos países do mundo (Puyana, 2012). Embora o modelo dual da economia que ele apoiou indicasse que a formalidade representada pela actividade industrial do capitalismo absorveria automaticamente a agricultura, o que representava informalidade, no final não foi esse o caso. Em termos de informalidade laboral, as consequências do emprego informal são a exclusão dos direitos laborais (MTPE, 2018): menor rendimento, horários de trabalho mais longos, ausência de segurança social, menor estabilidade e mais acidentes de trabalho. Consequentemente, as pessoas terão menos capacidade de adquirir bens e serviços, de modo que o mercado não terá os consumidores e utilizadores de que necessita, o círculo vicioso onde empresas e trabalhadores perdem continuará, o que por sua vez não permite e não permitirá o desenvolvimento económico e social no Peru. Tudo isto é agravado numa situação pós Covid 19 (Espejo, 2022). A informalidade é uma questão muito complexa e necessita de uma intervenção multisectorial, existem desafios a enfrentar, tais como ter uma abordagem integrada (OIT, 2018), investir na formalização, levantar a questão como estratégia de desenvolvimento, seguir bons exemplos, prevenir a informalidade e inserir o chip da formalidade a novos empresários, para as quais as estratégias a seguir são a promoção da produtividade, a sensibilização a todos os níveis de ensino, a criação de incentivos aos empresários, mais inspecção do trabalho mas acompanhada de orientações sobre o cumprimento das regras, ter regras mais claras e melhor ordenadas (por exemplo, ter um Código do Trabalho) e promover a questão mesmo em campanhas eleitorais, entre outras.

Palavras-chave: *informalidade, fiscalidade, emprego, empresas, economia, trabalho, emprego, empreendedores.*

DATOS DEL AUTOR

Nombres completos: Roberto Manuel Castillo Gambini

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7634-6038>

Correo electrónico: rcastillo@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Doctor en Derecho. Maestro en Derecho Civil y Comercial. Abogado y Licenciado en Relaciones Industriales. Es docente en la Universidad César Vallejo. Trabaja como Intendente de la Región Callao de la Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral. Presidente de la Comisión Regional de Inspección del Trabajo de la Región Callao. Consejero del Consejo Regional de Seguridad y Salud en el Trabajo de la Región Callao. Miembro del Comité Regional de Prevención y Erradicación del Trabajo Infantil de la Región Callao. Antes ha sido Inspector del Trabajo.

El marketing y sus tendencias en el nuevo contexto: nuevas formas de llegar al usuario

The marketing and its trends in the new context: new ways of reaching the user

Marketing e suas tendencias no novo contexto: novas formas de chegar ao usuário

Mgtr. Evelyn Elizabeth Uribe Vargas

RESUMEN

El marketing es un proceso tanto administrativo como social por el cual las personas obtienen lo que desean y necesitan a través de la generación de deseo, oferta e intercambio de productos de valor (Kotler, 2021). Conformado por una diversidad de elementos que lo integran, el marketing sigue en constante evolución y va al ritmo de los nuevos comportamientos en la sociedad generando nuevas tendencias y adaptándose a un nuevo contexto, buscando establecer nuevas estrategias para llegar al usuario cubriendo sus actuales necesidades. Entre las nuevas tendencias sobresalen el neuromarketing y el marketing 5.0, este último combinando lo disruptivo y la tecnología adaptándose a las nuevas generaciones, nuevos modelos de negocios y fusionando la realidad física con la digital ofreciéndole al usuario una nueva experiencia de consumo. Asimismo, el rol de la comunicación hacia un nuevo tipo de consumidor con nuevos canales digitales y un lenguaje hacia las nuevas generaciones, crearán un valor agregado en los productos y marcas generando un nuevo posicionamiento y concepto. El marketing y el branding tienen que interactuar con el público, conectar con él y colaborar en la construcción de una sociedad más justa (Stalman, 2021). Los últimos años han generado una mayor necesidad de conectar emocionalmente con las marcas; el diseño de un producto y su discurso publicitario deben sumar al progreso de la sociedad y cuidado del planeta, de este modo las nuevas generaciones y grupos de interés lograrán ser fidelizados ante un entorno de negocios cada vez más competitivo.

Palabras clave: *marketing digital, branding, tecnología, consumidor.*

ABSTRACT

Marketing is both an administrative and social process, by which people get what they want and need through the generation of desire, offer and exchange of valuable products (Kotler, 2021). Formed by a diversity of elements that make it up, marketing continues to evolve constantly and goes to the rhythm of new behaviors in society generating new trends and adapting to a new context, our post-pandemic context, seeking to establish new strategies to reach the user covering their current needs. Among the new trends, neuromarketing and marketing 5.0 stand out, the latter combining the disruptive and technology adapting to the new generations, new business models and merging physical reality with digital reality offering the user a new consumer experience. Likewise, the role of communication towards a new type of consumer

with new digital channels and a language towards the new generations will create an agregado value in the products and brands generating a new positioning and concept. Marketing and branding have to interact with the public, connect with them and collaborate in the construction of a fairer society (Stalman, 2021). Recent years have generated a greater need to connect emotionally with brands and the design of a product and its advertising discourse must add to the progress of society and care of the approach, in this way the new generations and interest groups will be able to be loyal to an increasingly competitive business environment.

Keywords: *digital marketing, branding, technology, consumer.*

RESUMO

O marketing é um processo administrativo e social, pelo qual as pessoas conseguem o que querem e precisam através da geração de desejo, oferta e troca de produtos valiosos (Kotler, 2021). Formado por uma diversidade de elementos que o compõem, o marketing continua evoluindo constantemente e vai para o ritmo de novos comportamentos na sociedade gerando novas tendências e adaptando-se a um novo contexto, nosso contexto pós-pandemia, buscando estabelecer novas estratégias para alcançar o usuário que cobre suas necessidades atuais. Entre as novas tendências, destacam-se o neuromarketing e o marketing 5.0, este último combinando a disruptiva e a tecnologia adaptando-se às novas gerações, novos modelos de negócios e mesclando realidade física com realidade digital oferecendo ao usuário uma nova experiência de consumo. Da mesma forma, o papel da comunicação para um novo tipo de consumidor com novos canais digitais e uma linguagem para as novas gerações criará um valor agregado nos produtos e marcas gerando um novo posicionamento e conceito. Marketing e branding têm que interagir com o público, se conectar com eles e colaborar na construção de uma sociedade mais justa (Stalman, 2021). Nos últimos anos, tem gerado uma necessidade maior de se conectar emocionalmente com as marcas e o design de um produto e seu discurso publicitário deve agregar ao progresso da sociedade e ao cuidado com a abordagem, desta forma as novas gerações e grupos de interesse poderão ser leais a um ambiente de negócios cada vez mais competitivo.

Palavras-chave: *marketing digital, branding, tecnología, consumidor.*

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Kotler, P. (2021). *Marketing 5.0. Tecnología para la humanidad*. John Wiley & sons. Inc. New Jersey
- Stalman, A. (2021). *El branding del futuro*. Booket Paidós. México.

DATOS DEL AUTOR

Nombres completos: Evelyn Elizabeth Uribe Vargas

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/000-0001-5521-2383>

Correo electrónico: euribeva@ucv.edu.pe

Resumen de CV del autor: Capacitadora empresarial y catedrática con más de 15 años de experiencia formando profesionales. Magister en Marketing Hotelero. Licenciada en Administración Hotelera y Turismo. Coach Profesional Certificada en PNL por el Instituto Latinoamericano de PNL. Especialista en Marketing, Liderazgo, Comunicación y Atención al

Cliente. Capacitadora Corporativa. Consultora en Serra & Ferreyros. Docente de pregrado y posgrado en diferentes universidades. Experiencia capacitando equipos de trabajo de SUNAT, MINSA, SAT, ADUANAS, LA FIDUCIARIA, DIAGNODENT, EVICSAC, VOLCAFE PERU, VOLCAFE GUATEMALA entre otros.

El fin de la globalización: Los efectos económicos de la crisis del Covid y de la invasión de Ucrania

The end of globalization: The economic effects of the Covid crisis and the invasion of Ukraine

O fim da globalização: Os efeitos econômicos da crise da Covid e a invasão da Ucrânia

Mgtr. Carlos Lorenzo Risco Ruiz

RESUMEN

La globalización es el proceso de mayor relevancia mundial en los últimos 40 años, representa la hegemonía liberal liderada por Estados Unidos a partir de los años 80s, que coincide con el deterioro económico del modelo alternativo (la URSS), el ascenso de Deng Xiaoping al poder en China y a la elección de Margaret Thatcher en el Reino Unido como primera ministra. Es por ello, que la globalización está asociada con los conceptos de capitalismo y liberalismo. Este último según Jhon Mearsheimer (Profesor de la Universidad de Chicago) se basa en tener un enfoque individual y la imposibilidad de alcanzar consensos universales sobre aspectos fundamentales de la vida. El liberalismo plantea como solución: 1) Derechos individuales inalienables, 2) la norma de tolerancia, y 3) un Estado de vigile y haga cumplir los dos primeros principios. La Globalización desde el punto de vista de la Hegemonía Liberal se enfocó en expandir la democracia, promover el libre comercio y fomentar el uso de organismos internacionales, fue un éxito en lo económico, pero un fracaso en lo político. El COVID en lo político significó medidas restrictivas a los derechos individuales y en lo económico, las cuarentenas significaron una fuerte caída de la actividad económica y un aumento de la pobreza. En la actualidad, el conflicto en Ucrania significará posiblemente el fin de un mundo unipolar junto con las limitaciones al comercio promovidas por Estados Unidos y Europa y la creación de un "sur global" un grupo de países en vías de desarrollo enfocado en mantener los efectos de la globalización para sostener su crecimiento económico; significando una reducción en la economía mundial y un incremento significativo de la inflación. En conclusión, Estados Unidos y Europa que fomentaron la hegemonía liberal propiciada por la Globalización son ahora los principales interesados en limitarla para mantener su liderazgo político, mientras China, un país con nula cultura liberal, es ahora el más interesado en fomentarla para mantener su crecimiento económico.

Palabras clave: *globalización, pandemia, liberalismo, relaciones internacionales.*

ABSTRACT

Globalization, the most relevant process in the world in the last 40 years, represents the liberal hegemony led by the United States from the 1980s, which coincides with the economic deterioration of the alternative model (the USSR), the rise of Deng Xiaoping to power in China and the election of Margaret Thatcher in the UK as Prime Minister. That is why globalization is associated with the concepts of capitalism and liberalism. Liberalism, defined by Jhon

Mearsheimer (Professor at the University of Chicago), is based on having an individual approach and the impossibility of reaching universal consensus on fundamental aspects of life. Liberalism proposes as a solution: 1) Inalienable individual rights, 2) the norm of tolerance, 3) a State to monitor and enforce the first two principles. Globalization from the point of view of the Liberal Hegemony focused on expanding democracy, promoting free trade and promoting the use of international organizations. Globalization was an economic success but a political failure. Politically, COVID meant restrictive measures to individual rights and economically, quarantines meant a sharp drop in economic activity and an increase in poverty. At present, the conflict in Ukraine will possibly mean the end of a unipolar world together with the limitations on trade promoted by the United States and Europe and the creation of a "global south" a group of developing countries focused on maintaining the effects of globalization to maintain its economic growth. Economically, it means a reduction in the growth of the world economy and a significant increase in inflation. In Conclusion, the United States and Europe, which promoted the liberal hegemony that led to Globalization, are now the main interested in limiting it to maintain their political leadership, while China, a country with no liberal culture, is now the most interested in promoting it to maintain its economic growth.

Keywords: *globalization, pandemic, liberalism, international relations.*

RESUMO

A globalização, o processo mais relevante no mundo nos últimos 40 anos, representa a hegemonia liberal liderada pelos Estados Unidos a partir da década de 1980, que coincide com a deterioração econômica do modelo alternativo (a URSS), a ascensão de Deng Xiaoping ao poder na China e a eleição de Margaret Thatcher no Reino Unido como Primeira-Ministra. É por isso que a globalização está associada aos conceitos de capitalismo e liberalismo. O liberalismo, definido por Jhon Mearsheimer (Professor da Universidade de Chicago), baseia-se na abordagem individual e na impossibilidade de se chegar a um consenso universal sobre aspectos fundamentais da vida. O liberalismo propõe como solução: 1) Direitos individuais inalienáveis, 2) a norma da tolerância, 3) um Estado para fiscalizar e fazer cumprir os dois primeiros princípios. A globalização do ponto de vista da Hegemonia Liberal teve como foco a expansão da democracia, a promoção do livre comércio e a promoção do uso de organizações internacionais. A globalização foi um sucesso econômico, mas um fracasso político. Politicamente, o COVID significava medidas restritivas aos direitos individuais e economicamente, as quarentenas significavam uma queda acentuada da atividade econômica e um aumento da pobreza. Atualmente, o conflito na Ucrânia possivelmente significará o fim de um mundo unipolar juntamente com as limitações ao comércio promovidas pelos Estados Unidos e Europa e a criação de um "sul global" um grupo de países em desenvolvimento focados em manter os efeitos da globalização para manter seu crescimento econômico. Economicamente, significa uma redução no crescimento da economia mundial e um aumento significativo da inflação. En conclusión, Estados Unidos y Europa que fomentaron la hegemonía liberal que propició la Globalización, son ahora los principales interesados en limitarla para mantener su liderazgo político, mientras China, un país con nula cultura liberal, es ahora el más interesado en fomentarla para mantener su crecimiento económico.

Palavras-chave: *globalização, pandemia, liberalismo, relações internacionais.*

DATOS DEL AUTOR

Nombres completos: Carlos Lorenzo Risco Ruiz

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8838-7478>

Correo electrónico: carisco@ucv.edu.pe

Resumen de CV del autor: Jefe de Planeamiento Financiero Corporación Hayduk S.A.C. Licenciado en Economía por la PUCP y MBA por Centrum Católica. Ex Miembro del Comité Especial de Buses y Recaudo del Metropolitano (MML Protransporte). Ex Coordinador de Riesgos y Legado en los Juegos Panamericanos Lima 2019. Consultor en temas de planeamiento estratégico y financiero. Docente post-grado UNI.

El impacto de las estrategias empresariales en las empresas familiares

The impact of business strategies on family businesses

O impacto das estratégias empresariais sobre as empresas familiares

MBA. Rossana Inés Gallesio González

RESUMEN

La planeación estratégica en la empresa familiar es un proceso de diagnóstico con metodología establecida, que debe involucrar a todos de manera dinámica y colectiva. Un proceso de toma de decisiones con relación a las actividades actuales y el rumbo que la familia empresarial y profesionalizada debe tomar en el futuro para ajustarse a los cambios y demandas del entorno y su estructura familiar. Una empresa familiar que no se profesionaliza, corre el riesgo de desaparecer de una generación a otra.

Palabras clave: *estrategias empresariales, empresas familiares, toma de decisiones.*

ABSTRACT

Strategic planning in the family business is a diagnostic process, with an established methodology, which must involve everyone in a dynamic and collective way. It is a decision making process, in relation to the current activities and the direction that the business and professionalized family business should take in the future in order to adjust to the changes and demands of the environment and its family structure. A family business that is not professionalized runs the risk of disappearing from one generation to the next.

Keywords: *business strategies, family business, decision making.*

RESUMO

O planejamento estratégico na empresa familiar é um processo de diagnóstico, com uma metodologia estabelecida, que deve envolver a todos de forma dinâmica e coletiva. É um processo decisório, em relação às atividades atuais e à direção que a família empresarial profissionalizada deve tomar no futuro a fim de se ajustar às mudanças e exigências do ambiente e de sua estrutura familiar. Uma empresa familiar que não é profissionalizada corre o risco de desaparecer de uma geração para outra.

Palavras-chave: *estratégias empresariais, empresas familiares, tomada de decisões.*

DATOS DEL AUTOR

Nombres completos: Rossana Ines Gallesio Gonzales

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0494-0449>

Correo electrónico: rgallesio@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Contador Público Colegiado. Maestría con doble título, MBA Centrum Católica y Maastricht Holanda. Diplomado en Tributación. Especialización en Coaching y Liderazgo. Especialista con más de 20 años de experiencia en Finanzas, Contabilidad e Impuestos. Ha sido consultora en auditoría y BPO en firmas internacionales como KPMG, Deloitte & Touche, TawaConsulting, entre otras. Se ha desempeñado como gerente de Control Financiero en Philip Morris Perú y Firth Industries Perú S.A y actualmente es socia directora de la consultora Contabilidad Financiera. Actualmente docente en pregrado a tiempo parcial de las universidades UPC y César Vallejo. Anteriormente, docente en posgrado en la maestría de Auditoría de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

RESÚMENES DE DISERTACIONES DE ESTUDIANTES

Cadena de suministros y ventaja competitiva en la empresa Gloria S.A. Lima, 2022

Supply chain and competitive advantage in the company Gloria S.A. Lima, 2022

Cadeia de fornecimento e vantagem competitiva na empresa Gloria S.A. Lima, 2022

Jhair André Dávila Velásquez, Liz Roxana Lulo Trucios, Jackeline Isabela Rodríguez Tarazona, Nayely Roxana Román Zarate, Kelly Stefany Vallejos Agurto, Mishely Nicole Venturozo Alejandro, José Luis Merino Garcés

El presente informe de investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre cadena de suministros y ventaja competitiva, lo cual permitió tener un control adecuado, existiendo comunicación entre los proveedores, áreas internas y los centros de distribución con la finalidad de ganar utilidades y a su vez que el producto llegue al consumidor final de manera eficiente. Se presenta un enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo correlacional, con diseño no experimental de corte transversal, de tipo básica. La población de esta investigación está conformada por los colaboradores de la empresa Gloria S.A. los cuales cumplen un rol importante respecto a las variables investigadas; además fueron seleccionados teniendo en cuenta ciertos criterios para posteriormente aplicar el instrumento de recolección de datos, el cual fue un cuestionario conformado por 12 preguntas realizado de manera virtual. Seguidamente las respuestas obtenidas fueron analizadas mediante el SPSS. El resultado obtenido determina que existe una relación positiva considerable entre las variables: Cadena de Suministros y Ventaja Competitiva en la empresa Gloria S.A. Lima, 2022.

Palabras clave: *Cadena de Suministros, Ventaja Competitiva, Control, Consumidor Final*

ABSTRACT

The objective of this research report was to determine the relationship between supply chain and competitive advantage, which will allow to have an adequate control, having communication between suppliers, internal areas and distribution centers, in order to gain profits and at the same time that the product reaches the final consumer in an efficient way. A quantitative approach is presented, at a descriptive correlational level, with a non-experimental, cross-sectional, basic design. The population of this research is made up of the collaborators of the company Gloria S.A., who play an important role with respect to the variables investigated, and who were selected taking into account certain criteria, in order to subsequently apply the data collection instrument, which was a questionnaire made up of 12 questions carried out virtually. The answers obtained were then analyzed using SPSS. The result obtained determines that there is a considerable positive relationship between the variables: Supply Chain and Competitive Advantage in the company Gloria S.A. Lima, 2022.

Keywords: *Supply Chain, Competitive Advantage, Competitive Advantage, Control, End Consumer*

RESUMO

O objetivo deste relatório de pesquisa foi determinar a relação entre a cadeia de fornecimento e a vantagem competitiva, o que permitirá um controle adequado, com comunicação entre fornecedores, áreas internas e centros de distribuição, com o objetivo de obter lucros e, ao mesmo tempo, garantir que o produto chegue ao consumidor final de maneira eficiente. Uma abordagem quantitativa é apresentada, em um nível descritivo correlacional, com um projeto básico não-experimental, transversal e de corte transversal. A população desta investigação, está conformada pelos colaboradores da empresa Gloria S.A. que cumprem um papel importante com relação às variáveis investigadas, além disso foram selecionados levando em conta certos critérios, para posteriormente aplicar o instrumento de coleta de dados, que foi um questionário conformado por 12 perguntas realizadas de forma virtual. As respostas obtidas foram então analisadas utilizando o SPSS. O resultado obtido determina que existe uma relação positiva considerável entre as variáveis: Cadeia de Fornecimento e Vantagem Competitiva na empresa Gloria S.A. Lima, 2022.

Palavras-chave: *Cadeia de Suprimentos, Vantagem Competitiva, Controle, Consumidor Final*

DATOS DEL AUTOR

Nombres completos: Jhair André Dávila Velásquez

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1549-5897>

Correo electrónico: jdavilave@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la carrera profesional de Administración, cursando actualmente VII ciclo.

Nombres completos: Liz Roxana Lulo Trucios

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3689-669>

Correo electrónico: llulotr@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la carrera profesional de Administración, cursando actualmente VII ciclo.

Nombres completos: Jackeline Isabela Rodríguez Tarazona

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4087-9035>

Correo electrónico: rtarazonaja@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la carrera profesional de Administración, cursando actualmente VII ciclo.

Nombres completos: Nayely Roxana Román Zarate

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0294-9263>

Correo electrónico: nromanza14@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la carrera profesional de Administración, cursando actualmente VII ciclo.

Nombres completos: Kelly Stefany Vallejos Agurto

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4093-3553>

Correo electrónico: ksvallejosv@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la carrera profesional de Administración, cursando actualmente VII ciclo.

Nombres completos: Mishely Nicole Venturozo Alejandro

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4087-9035>

Correo electrónico: mventurozoa@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la carrera profesional de Administración, cursando actualmente VII ciclo.

Nombres completos: José Luis Merino Garcés

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8904-9948>

Correo electrónico: jmerino@ucv.edu.pe

Resumen de CV del autor: Docente de la carrera profesional de Administración.

Personal con habilidades especiales en la empresa Tottus, Lima-Perú 2016-2020

Staff with special skills at Tottus, Lima-Peru 2016-2020

Pessoal com habilidades especiais em Tottus, Lima-Peru 2016-2020

Paola Victoria Astete Iparraguirre, Shandira Nicole Correa Bernaola, Cristina Graciela Huamán Morales, Aldair Erick Paredes Muñoz, Nyurka Tatyana Sánchez Marichi, Juan Daniel Quintana Portal

RESUMEN

Tottus es una empresa que busca incluir a las personas con habilidades especiales dentro de su organización, esto va de la mano junto con el Ministerio de Trabajo; asimismo busca la inclusión entre compañeros generando un buen clima laboral. Con esta investigación lo que se busca es que más organizaciones se sumen a la inclusión de personas con habilidades especiales, ya que muchos de ellos cuentan con una profesión; por lo que resulta viable brindarles la oportunidad de que se desempeñen profesionalmente mostrando sus habilidades y dejando atrás los prejuicios y estereotipos que se vive en la sociedad de hoy. Es por ello que Tottus junto con el Midis realizaron campañas como "OYE SÍ SE PUEDE" y "SOY CAPAZ" (Valcárcel, 16 septiembre 2016).

Palabras clave: *personas con discapacidad, inclusión laboral, trabajo en equipo, desarrollo, estereotipos.*

ABSTRACT

Tottus is a company that seeks to include people with special skills within its organization, this goes hand in hand with the Ministry of Labor, also seeking inclusion among co-workers so that in this way can generate a good working environment. With this research what is sought is that more organizations join the inclusion of people with special skills, since many of them have a profession and thus give them the opportunity to perform professionally showing their skills, leaving behind the prejudices and stereotypes that exist in society. That is why Tottus together with Midis carried out campaigns such as "OYE SI SE PUEDE" and "SOY CAPAZ" (Valcárcel, 16 septiembre 2016).

Keywords: *people with disabilities, labor inclusion, teamwork, development, stereotypes*

RESUMO

Tottus é uma empresa que procura incluir pessoas com habilidades especiais dentro de sua organização, isto vai de mãos dadas com o Ministério do Trabalho, buscando também a inclusão entre os colegas de trabalho para que desta forma se possa gerar um bom ambiente de trabalho. O objetivo desta pesquisa é que mais organizações se unam à inclusão de pessoas com

habilidades especiais, pois muitas delas têm uma profissão, dando-lhes assim a oportunidade de atuar profissionalmente e mostrar suas habilidades, deixando para trás os preconceitos e estereótipos que existem na sociedade. É por isso que a Tottus, juntamente com a Midis, realizou campañas como "OYE SI SE SE PUEDE" e "SOY CAPAZ" (Valcárcel, 16 septiembre 2016).

Palabras-chave: *personas con deficiencia, inclusión profesional, Tottus, trabajo en equipo, desenvolvimiento, estereotipos.*

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Valcárcel, N. (2016, 16 septiembre). Tottus recibe premio por su programa laboral dirigido a cajeros con discapacidad auditiva. *Mercado Negro*. <https://www.mercadonegro.pe/noticias/tottus-recibe-premio-por-su-programa-laboral-dirigido-a-cajeros-con-discapacidad-auditiva/>

DATOS DE LOS AUTORES

Nombres completos: Astete Iparraguirre, Paola Victoria

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4217-248X>

Correo electrónico: pasteteip7@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante del II ciclo en la carrera de Administración

Nombres completos: Correa Bernaola, Shandira Nicole

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7953-5291>

Correo electrónico: scoreabernaco@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante del II ciclo en la carrera de Administración

Nombres completos: Huamán Morales, Cristina Graciela

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2535-3051>

Correo electrónico: crhuamanm01@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante del II ciclo en la carrera de Administración

Nombres completos: Paredes Muñoz, Aldair Erick

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6280-9193>

Correo electrónico: aparedespa18@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante del II ciclo en la carrera de Administración

Nombres completos: Sánchez Marichi, Nyurka Tatyana

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5789-7136>

Correo electrónico: Nsanchezma31@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante del II ciclo en la carrera de Administración

Nombres completos: Quintana Portal, Juan Daniel

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID <https://orcid.org/0000-0002-6889-1175>

Correo electrónico: jquintanapo@ucvvirtual.edu.pe

Master en Finanzas con 11 años de experiencia en gestión bajo lineamientos PMBOK; Administrador de Empresas con 26 años en labores profesionales de gestión y administración de proyectos, Conductor de Televisión, Controller (Contralor) experimentado en proyectos de envergadura usando software especializado Primavera Project Planner (P3) y MS Project Server, especialista en control de proyectos, Especialista en Control Logístico, Especialista en Sistemas de Gestión de la Calidad y encargado de la inducción y capacitación del personal responsable de proyectos usando métodos PMBOK en la Empresa de ingeniería CESEL S.A., Catedrático en áreas de Administración, Contabilidad, Marketing y Ciencias Empresariales en forma presencial y usando herramientas virtuales en las Universidades: UPLA, Universidad Nacional de Cañete, UCV, USMP y UPN; Asesor en diseño de sistemas digitales de Control de Gestión del JNE; y asesor de empresas privadas. Guionista, Conducción y presentación de programa de televisión propio.

Modelos de innovación en la gestión del talento humano en la empresa Backus

Models of innovation in human talent management at Backus

Modelos de inovação na gestão de talentos humanos na empresa Backus

Sasha Mildred La Rosa Rojas, Wagner David López Tafur, Pamela Ruth Sánchez Villarreal

RESUMEN

Lo más importante en toda organización son los colaboradores, por lo cual se debe de gestionar de manera positiva el talento humano que forma parte de la organización para que no solamente quieran trabajar con nosotros, sino que se sientan parte del equipo y asuman su trabajo con mucho compromiso para el logro de los objetivos de la organización. Para ello, es necesario que exista una armonía entre el colaborador, la empresa y su entorno, de tal manera que se puedan mejorar las relaciones laborales, la comunicación interna, la motivación y el desempeño de los colaboradores. Debido a la actual coyuntura, las organizaciones se han visto en la necesidad de incorporar nuevos modelos de innovación para poder prosperar en un entorno altamente complejo y volátil. La empresa Backus es un gran ejemplo en la gestión de los modelos de innovación ya que las estrategias diferenciadoras que ha implementado en la gestión humana, liderazgo y costos se reflejan en los resultados del buen desempeño y la productividad en el colaborador (Silva, 2018; Vallejo, 2016); estableciéndolo de esta manera como una de las empresas líderes en el mercado cervecero peruano.

Palabras clave: *Talento Humano, Innovación, Liderazgo, Productividad, Organizaciones.*

ABSTRACT

The most important thing in any organization are the collaborators, so the human talent that is part of the organization must be managed in a positive way, so that they not only want to work with us, but also feel part of the team and assume their work with great commitment to achieve the objectives of the organization. To achieve this, it is necessary that there is harmony between the employee, the company and its environment, so that labor relations, internal communication, motivation and performance of employees can be improved. Due to the current situation, organizations have found it necessary to incorporate new innovation models in order to prosper in a highly complex and volatile environment. Backus is a great example in the management of innovation models, since the differentiating strategies it has implemented in human management, leadership and costs are reflected in the results of good performance and employee productivity (Silva, 2018; Vallejo, 2016). Thus establishing Backus as one of the leading companies in the Peruvian beer market.

Keywords: *Human Talent, Innovation, Leadership, Productivity, Organizations.*

RESUMO

O mais importante em qualquer organização são os funcionários, e é por isso que o talento humano que faz parte da organização deve ser gerenciado de forma positiva, para que eles não só queiram trabalhar conosco, mas também se sintam parte da equipe e assumam seu trabalho com grande comprometimento para atingir os objetivos da organização. Para isso, é necessário que haja harmonia entre o funcionário, a empresa e seu ambiente, de tal forma que as relações de trabalho, comunicação interna, motivação e desempenho dos funcionários possam ser melhoradas. Devido à situação atual, as organizações acharam necessário incorporar novos modelos de inovação para prosperar em um ambiente altamente complexo e volátil. Backus é um grande exemplo na gestão de modelos de inovação, pois as estratégias diferenciadoras que tem implementado na gestão humana, liderança e custos se refletem nos resultados de bom desempenho e produtividade dos funcionarios (Silva, 2018; Vallejo, 2016). Assim, estabelecendo a Backus como uma das empresas líderes no mercado peruano de cerveja.

Palavras-chave: *Talento Humano, Inovação, Liderança, Produtividade, Organizações.*

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Vallejo, L. (2016). Gestión del talento humano. <http://cimogsys.epoch.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-17-222134-gesti%C3%B3n%20del%20talento%20humano-comprimido.pdf>

Silva, C. (2018). Backus abre una nueva convocatoria para reclutar jóvenes talento del país. Gan@ Más. <https://revistaganamas.com.pe/backus-abre-nueva-convocatoria-para-reclutar-jovenes-talento-del-pais/>

DATOS DEL AUTOR

Datos de los autores

Nombres completos: Sasha Mildred La Rosa Rojas

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-2729-5043>

Correo electrónico: salar@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la EP. Administración Campus Los Olivos Universidad César Vallejo, emprendedora.

Nombres completos: Wagner David López Tafur

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-1191-0117>

Correo electrónico: wlopezta01@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la EP. Administración Campus Los Olivos Universidad César Vallejo, emprendedor.

Nombres completos: Mg. Econ. Pamela Ruth Sánchez Villarreal

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8380-8448>

Correo electrónico: psanchezvi@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Magister en Políticas Sociales con mención en Gerencia de Proyectos y Programas Sociales. Economista. Licenciatura en idioma Inglés, especialista en inglés para negocios. Docente en la Universidad César Vallejo. Investigadora, escritora y autora del Libro Abriendo Nuevos Caminos. Cargos anteriores ocupados en materia de docencia en diversas universidades y centros de idiomas. Consultora de Línea de Base del PDA-WVI.

Producción y el costo de oportunidad en tiempos de crisis

Production and opportunity cost in times of crisis

Custo de produção e oportunidade em tempos de crise

Katheryn Estefany Bedon Hernández, Nicole Alexandra Córdova Solis, Aixa Jetsabel Vallejos Valdivia, Giovanni Aldair Velez Velarde, Antuanet Debora Escurra Oblitas, Julio César Manrique Céspedes

RESUMEN

Las medidas del distanciamiento por el Covid-19 y las restricciones han retrasado todas las actividades económicas. No sabemos si habrá una recesión o si volveremos al proceso frontal del producto y con qué rapidez; Lo que tenemos en la actualidad es una caída sucesiva de la productividad lo cual frena la recuperación esperada. Cuando hablamos sobre la producción y el costo de oportunidad nos referimos a utilizar los mismos recursos en distintos resultados con un mayor beneficio. Actualmente, las empresas están discutiendo propuestas evaluando una gran cantidad de riesgos estratégicos y operacionales, como demoras o interrupciones en el suministro de materia prima; cambiando las necesidades del cliente; el alza de costos, reducir la logística que causan retrasos en la entrega; asuntos que protegen la salud de las personas; o inconveniente con respecto al comercio de importaciones y exportaciones (Díaz et al., 2020; González, 2000). Además de cumplir los objetivos propuestos es fundamental tomar acciones que promuevan el buen funcionamiento de las alianzas del insumo y producto, puesto que el costo de oportunidad ayuda a tener un mejor seguimiento en la eficiencia de la empresa

Palabras clave: Productividad, Costo de Oportunidad, Beneficios, Riesgos, Eficiencia.

ABSTRACT

The distancing measures due to Covid-19 and the restrictions have stopped and delayed all economic activities. We don't know if there will be a recession, and if and how quickly we will go back to the product front process; What we currently have is a successive drop in productivity which slows down the expected recovery. When we talk about production and opportunity cost, we are referring to using the same resources in different results with a greater benefit. Currently, companies are discussing proposals evaluating a large number of strategic and operational risks, such as delays or interruptions in the supply of raw materials; changing customer needs; rising costs, reduce logistics causing delivery delays; matters that protect people's health; or inconvenience with respect to trade of imports and exports (Díaz et al., 2020; González, 2000). In addition to meeting the proposed objectives, it is essential to take actions that promote the proper functioning of the supply and product alliances, since the opportunity cost helps to better monitor the efficiency of the company.

Keywords: Productivity, Opportunity Cost, Benefits, Risks, Efficiency.

RESUMO

As medidas de distanciamento devido ao Covid-19 e as restrições pararam e atrasaram todas as atividades econômicas. Não sabemos se haverá recessão e se e com que rapidez voltaremos ao processo de frente de produto; O que temos atualmente é uma queda sucessiva de produtividade que retarda a recuperação esperada. Quando falamos em custo de produção e de oportunidade, estamos nos referindo a utilizar os mesmos recursos em resultados diferentes com maior benefício. Atualmente, as empresas discutem propostas avaliando um grande número de riscos estratégicos e operacionais, como atrasos ou interrupções no fornecimento de matérias-primas; mudança das necessidades do cliente; aumento de custos, redução de logística causando atrasos nas entregas; assuntos que protegem a saúde das pessoas; ou inconveniência com relação ao comércio de importações e exportações (Díaz et al., 2020; González, 2000). Além de atender aos objetivos propostos, é fundamental a realização de ações que promovam o bom funcionamento das alianças de fornecimento e produtos, pois o custo de oportunidade ajuda a monitorar melhor a eficiência da empresa.

Palavras-chave: *Produtividade, Custo de Oportunidade, Benefícios, Riscos, Eficiência.*

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Díaz, J., Deza, M. y Moreno, K. (2020). Perú: Desafíos del Desarrollo en el post COVID-19. *Banco Interamericano de Desarrollo*

González, B. (2000). *El coste de oportunidad como herramienta empresarial. Universidad de Oviedo.*

DATOS DE LOS AUTORES

Nombres completos: Bedon Hernández, Katheryn Estefany

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: [http:// orcid.org/0000-0002-1735-1902](http://orcid.org/0000-0002-1735-1902)

Correo electrónico: kabedonh@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la EP. Administración Campus Los Olivos Universidad César Vallejo, emprendedora.

Nombres completos: Córdova Solis Nicole Alexandra

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: [http:// orcid.org/0000-0002-0315-2929](http://orcid.org/0000-0002-0315-2929)

Correo electrónico: ncordovaso@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la EP. Administración Campus Los Olivos Universidad César Vallejo, emprendedora.

Nombres completos: Vallejos Valdivia Aixa Jetsabel

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: [http:// orcid.org/0000-0003-1494-788](http://orcid.org/0000-0003-1494-788)

Correo electrónico: avallejosva24@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la EP. Administración Campus Los Olivos Universidad César Vallejo, emprendedora

Nombres completos: Vélez Velarde Giovanny Aldair

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: [http:// orcid.org/0000-0002-1511-3249](http://orcid.org/0000-0002-1511-3249)

Correo electrónico: givelezv@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la EP. Administración Campus Los Olivos Universidad César Vallejo, emprendedor

Nombres completos: Escurra Oblitas Antuanet Débora

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: [http:// orcid.org/0000-0003-0122-2345](http://orcid.org/0000-0003-0122-2345)

Correo electrónico: aescurraob23@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la EP. Administración Campus Los Olivos Universidad César Vallejo, emprendedora

Nombres completos: Dr. Julio César Manrique Céspedes

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: [https:// orcid.org/0000-0003-1891-8146](https://orcid.org/0000-0003-1891-8146)

Correo electrónico: jmanriquece@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Doctor en Administración con Maestría en Contabilidad con mención en Dirección Financiera, Economista. Docente en la Universidad César Vallejo. Investigador, escritor y autor de Libros: Finanzas Básicas para Administradores con Excel, Gestión de las Inversiones de las AFP, Administración y Logística para los Negocios. Administrador y Gerente de diversas Empresas Industriales, Consultor y Asesor de Empresas, Ponente de Instituciones Nacionales e internacionales, Docente Universitario.

La importancia de la gestión del cambio en las organizaciones

The importance of change management in organizations

A importância da gestão da mudança nas organizações

Sharon Aurora Arenaza, Noelia Asencios Olortegui, Ynma Angelica Flores Farro

RESUMEN

La gestión del cambio en las organizaciones es de vital importancia puesto que las condiciones del medio, como las diversificaciones del mercado, las nuevas tecnologías y la competencia cada vez más agresivas, impulsan una exigencia de adaptación invariable de las organizaciones porque de lo contrario será muy complicada la subsistencia en un medio globalizado que demanda estar a la par de las cambiantes exigencias y tendencias. Más aún en la evolución que han vivido las organizaciones en la Pandemia. Asimismo, para gestionar el cambio en las organizaciones de forma exitosa hay que inducir una mayor intervención de las personas porque son ellas quienes pueden hacer que el cambio ocurra y es precisamente esto lo que debe lograr el agente de cambio, él debe ser un líder, tener una óptica de visión profunda, una comunicación asertiva y sobretodo la capacidad para inspirar a su gente, es la gente que lo rodea la que puede hacer posible el cambio.

Palabras clave: *Agente de cambio, gestión del cambio, organizaciones.*

ABSTRACT

The management of change in organizations is of vital importance since the conditions of the environment, such as market diversification, new technologies and increasingly aggressive competition, drive an invariable demand for adaptation of organizations because otherwise it will be very difficult to survive in a globalized environment that demands to keep up with the changing demands and trends. Even more so in the evolution that organizations have experienced in the Pandemic. Likewise, to successfully manage change in organizations it is necessary to induce a greater intervention of people; it is people who can make change happen and it is precisely this that the change agent must achieve, the change manager must be a leader, have a deep vision, an assertive communication and above all the ability to inspire his people, it is the people around him who can make change possible.

Keywords: *Change agent, change management, organizations.*

RESUMO

A gestão da mudança nas organizações é de vital importância, pois as condições ambientais, tais como diversificação do mercado, novas tecnologias e concorrência cada vez mais agressiva, estão forçando as organizações a se adaptarem constantemente, caso contrário será muito

difícil para ellas sobrevivieren en un ambiente globalizado que exige que ellas acompañen las mudanzas en las demandas y tendencias. Aún más en la evolución que las organizaciones sufrieron en la Pandemia. De la misma forma, para administrar la mudanza en las organizaciones con éxito, es necesario inducir una mayor intervención de las personas; son las personas que pueden hacer que la mudanza ocurra y es precisamente eso que el agente de mudanza debe conseguir, el agente de mudanza debe ser un líder, tener una visión profunda, una comunicación asertiva y, además de todo, la capacidad de inspirar a su pueblo, son las personas a su alrededor que pueden hacer que la mudanza sea posible.

Palabras-clave: *Agente de mudanza, gestión de mudanza, organizaciones.*

DATOS DE LOS AUTORES

Nombres completos: Sharon Aurora Arenaza Serafin

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7649-6186>

Correo electrónico: sarenazase@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la EP. Administración Campus Los Olivos Universidad César Vallejo, emprendedora.

Nombres completos: Noelia Asencios Olortegui

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2816-9265>

Correo electrónico: nasenciosol7@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la EP. Administración Campus Los Olivos Universidad César Vallejo, emprendedora.

Nombres completos: Dra. Ynma Angélica Flores Farro

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4642-1436>

Correo electrónico: yfloresf@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Doctora en Gestión Pública y Gobernabilidad, Magíster en Gestión del Talento Humano, Licenciada en Administración. Asimismo, con especialización en Gestión de Recursos Humanos y La Ley del Servicio Civil, Derecho Administrativo y PAS, Auditoría y Control Interno, Calidad Total en la Gestión Administrativa y Docencia Universitaria. Ha publicado artículos científicos en distintas revistas científicas indexadas. Catedrática en la Universidad César Vallejo, Universidad Autónoma del Perú, Universidad Nacional de Cañete y Universidad Nacional de Piura. Con ocho (8) años de experiencia en el sector público, desarrollando funciones de especialista en Gestión de Recursos Humanos y en Gestión Administrativa.

Cadena de suministro y optimización de inventarios en la empresa Saga Falabella en el distrito de Comas, 2021

Supply chain and inventory optimization at Saga Falabella in the district of Comas, 2021

Otimização da cadeia de abastecimento e inventário na empresa Saga Falabella, no distrito de Comas, 2021

Chafloque Alvites Paola, Cántaro Jimeno Pablo Andrés, Huerta Ramírez Xiomara, Valera Ocas Angie Alexandra, Villafuerte Roque Allison, Romero Correa Aldo Jesús

RESUMEN

La presente investigación tiene como finalidad determinar la asociación que hay entre los constructos categorizados como cadena de suministro y optimización de inventarios donde se estudió el fenómeno en Saga Falabella. Los indicadores tales como disponibilidad de información, gestión de recursos y optimización de inventarios están interrelacionados, por tanto, si no están alineadas a los objetivos de la empresa, se generarán cuellos de botella que afectan negativamente al desempeño de Saga Falabella. El tipo de investigación utilizado fue de diseño descriptivo del tipo transaccional y correlativo. La muestra está conformada por 30 trabajadores en el área de logística donde se aplicaron los criterios tanto de exclusión e inclusión, asimismo, se utilizó dos cuestionarios de escala Likert para agilizar el proceso de recojo de información. Saga Falabella es una empresa reconocida en el mercado peruano que ofrece variedad de productos, es visualizado como una empresa que brinda muy buenas ofertas a los usuarios. Sin embargo, tiene problemas de logística ya que los reclamos que llegan a su página web son de insatisfacción. En este contexto, Saga Falabella encabezó la lista de las empresas con más problemas de reclamos, es así que la empresa debe realizar un análisis en sus canales de distribución e inventarios para la identificación de cuellos de botella que entorpecen los procesos de distribución.

Palabras clave: *cadena de suministro, optimización de inventarios, colaboradores, clientes.*

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the association between the constructs categorized as supply chain and inventory optimization, where the phenomenon was studied in Saga Falabella. Indicators such as information availability, resource management and inventory optimization are interrelated; therefore, if they are not aligned with the company's objectives, bottlenecks will be generated that negatively affect Saga Falabella's performance. The type of research used was descriptive, transactional and correlational. The sample is made up of 30 workers in the logistics area where the exclusion and inclusion criteria were applied, and two Likert scale questionnaires were used to speed up the information gathering process. Saga Falabella is a

well-known company in the Peruvian market that offers a variety of products and is seen as a company that provides very good offers to users. However, it has logistical problems because the complaints that reach its website are of dissatisfaction. In this context, Saga Falabella topped the list of companies with the most complaints problems, so the company should analyze its distribution channels and inventories to identify bottlenecks that hinder distribution processes.

Keywords: *supply chain, inventory optimization, employees, customers.*

RESUMO

Esta pesquisa visa determinar a associação entre as construções categorizadas como cadeia de abastecimento e otimização de estoque, onde o fenômeno foi estudado na Saga Falabella. Indicadores como disponibilidade de informações, gerenciamento de recursos e otimização de estoque estão inter-relacionados, portanto, se não estiverem alinhados aos objetivos da empresa, serão gerados gargalos que afetam negativamente o desempenho da Saga Falabella. O tipo de pesquisa utilizada foi descritiva, transaccional e correlacional. A amostra consistiu de 30 trabalhadores na área logística onde os critérios de exclusão e inclusão foram aplicados, e dois questionários da escala Likert foram usados para acelerar o processo de coleta de informações. A Saga Falabella é uma empresa conhecida no mercado peruano que oferece uma variedade de produtos e é vista como uma empresa que oferece muitas boas ofertas aos usuários. No entanto, tem problemas logísticos, pois as reclamações que chegam a seu site são de insatisfação. Neste contexto, a Saga Falabella encabeçou a lista das empresas com mais problemas de reclamação, portanto a empresa deve realizar uma análise de seus canais de distribuição e inventários para identificar os gargalos que dificultam os processos de distribuição.

Palavras-chave: *cadeia de abastecimento, otimização de estoques, parceiros, clientes.*

DATOS DE LOS AUTORES:

Nombres completos: Paola Chafloque Alvites

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2470-2491>

Correo electrónico: pchafloquea@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la Escuela Profesional de Administración, Universidad César Vallejo.

Nombres completos: Pablo Andrés Cántaro Jimeno

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7669-0114>

Correo electrónico: pcantaro@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la Escuela Profesional de Administración, Universidad César Vallejo.

Nombres completos: Xiomara Huerta Ramírez

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7990-6213>

Correo electrónico: xhuerta@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la Escuela Profesional de Administración, Universidad César Vallejo.

Nombres completos: Angie Alexandra Valera Ocas

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6348-5357>

Correo electrónico: avaleraoc8@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la Escuela Profesional de Administración, Universidad César Vallejo.

Nombres completos: Allison Villafuerte Roque

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1662-980x>

Correo electrónico: avillafuerteroq@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la Escuela Profesional de Administración, Universidad César Vallejo.

Nombres completos: Aldo Jesús Romero Correa

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3683-7390>

Correo electrónico: aromeroco01@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Licenciado en Administración de Empresas, con maestría en Administración y Gerencia Empresarial, labora actualmente en Universidad César Vallejo y Universidad Nacional de Cajamarca; consultor independiente; ha desempeñado cargos de jefatura y coordinación en empresas del sector de administración de pensiones y seguros; gerencia administrativa en empresa contratista del sector minero; gerencia comercial en consultoría certificada; administración en consorcio de vigilancia privada y servicios generales; docencia, coordinación y dirección en universidades privadas e institutos de educación superior.

Emprendimiento en Lima Metropolitana 2020

Entrepreneurship in Metropolitan Lima 2020

Empreendedorismo na Lima Metropolitana 2020

César Jhonathan Mamani Lozano

RESUMEN

Según el INEI (2020) los resultados de los datos recolectados en Lima Metropolitana entre los meses julio y agosto del año 2020 respecto al impacto del COVID -19 demuestran que un 75,5% de las empresas están activas y el 24,5% inactivas, en nuestro país; como recordaremos, a raíz de la pandemia muchas personas se vieron en la necesidad de realizar un emprendimiento o un cambio en el rubro de sus negocios. En cuanto a la importancia del emprendimiento Kantis, H., Ishida, M., & Komori, M. (2002) aseguran que, los emprendimientos contribuyen al fortalecimiento económico, el incremento de la productividad y a la creación de nuevos puestos de trabajo.

Palabras clave: *negocio, pandemia y creatividad.*

ABSTRACT

According to INEI (2020) the data collected in Metropolitan Lima between the months of July and August of the year 2020, regarding the impact of COVID -19, the results show that 75.5% of the companies are active and 24.5% inactive, in our country, as we will remember, our capital of Lima was hit by a pandemic which led many people to carry out forced entrepreneurship or change their own businesses. Regarding the importance of entrepreneurship, Kantis, H., Ishida, M., & Komori, M. (2002) state that entrepreneurship contributes to economic strengthening and increased productivity and the creation of new jobs.

Keywords: *business, pandemic and creativity*

RESUMO

De acordo com o INEI (2020) os dados coletados na região metropolitana de Lima entre os meses de julho e agosto do ano de 2020, sobre o impacto do COVID-19, os resultados mostram que 75,5% das empresas estão ativas e 24,5% inativas, em nossa país, como lembraremos, nossa capital de Lima foi atingida por uma pandemia que levou muitas pessoas a realizar empreendedorismo forçado ou mudar seus próprios negócios. Sobre a importância do empreendedorismo, Kantis, H., Ishida, M., & Komori, M. (2002) afirmam que o empreendedorismo contribui para o fortalecimento econômico e aumento da produtividade e criação de novos empregos.

Palavras-chave: *negócios, pandemia e criatividade*

DATOS DEL AUTOR

Nombres completos: César Jhonathan Mamani Lozano

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7998-2462>

Correo electrónico: cmamanil67@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Maestro en Educación con Mención en Docencia e Investigación Universitaria y Licenciado en Administración. Es docente tiempo parcial en la Universidad César Vallejo y previamente ocupó posiciones Administrativas en universidades privadas.

La actualización del perfil de un administrador

Updating an administrator's profile

Atualização do perfil de um administrador

Jesús Enrique Barca Barrientos

RESUMEN

Es imprescindible generar una actualización constante para estar altamente capacitados y desenvolvemos en cada puesto de trabajo en el que se nos otorgue la oportunidad; el administrador debe contar con altos conocimientos tanto en el sector público como en el privado para generar un excelente servicio profesional y así podrá tener una mayor demanda en su perfil laboral. La actualización nos ayuda a generar nuevas oportunidades de desarrollo en nuestro campo laboral, así como incrementar nuestra red de contactos (networking), para poder obtener mejores oportunidades de desarrollo.

Palabras clave: *desarrollo profesional, administrador y red de contactos.*

ABSTRACT

It is essential to generate a constant updating, to be highly trained and develop in every job that gives us the opportunity; the administrator must have high knowledge in both the public and private sector to generate an excellent professional service and thus may have a greater demand in their job profile. The update helps us to generate new development opportunities in our labor field, as well as to increase our network of contacts (networking), to be able to obtain better development opportunities.

Keywords: *professional development, manager and networking*

RESUMO

É essencial estar constantemente atualizado para ser altamente qualificado e poder desempenhar em cada posto de trabalho que nos dá a oportunidade; o administrador deve ter um alto nível de conhecimento tanto no setor público como no privado, a fim de prestar um excelente serviço profissional e, assim, estar em maior procura no seu perfil profissional. A atualização ajuda-nos a gerar novas oportunidades de desenvolvimento no nosso campo de trabalho, bem como a aumentar a nossa rede de contactos (networking), de modo a obter melhores oportunidades de desenvolvimento.

Palavras-chave: *desenvolvimento profissional, gerente e rede de contatos*

DATOS DEL AUTOR

Nombres completos: Jesús Enrique Barca Barrientos

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1522-7550>

Correo electrónico: jbarcab@ucv.edu.pe

Resumen de CV del autor: Egresado de Mba (Master in Business Administration) y Licenciado en Administración. Es docente en la Universidad César Vallejo y antes ocupó posiciones gerenciales en el área de gestión y organización, tales como Jefe de Grados y Títulos (Ucv ate) y administrador en el colegio Gran Almirante Miguel Grau (Puente Piedra).

El trabajo en equipo, ética y transparencia en la organización

Teamwork, ethics and transparency in the organization

Trabalho em equipe, ética e transparência na organização

Aroste Huamán Maryori Brigitte, Rojas Sánchez Kory Andrea, Contreras Núñez Fiorella Reyna, Yarleque Chuquiano Nicole Isabel, Hermoza Hübner Consuelo Patricia, Anderson Puyén Carlos Enrique, Hermoza Hübner Consuelo Patricia

RESUMEN

Actualmente se hace imprescindible y pertinente, sin alejarse de la importancia filosófica intrínseca, entender como los valores, son elementos afines a nuestra profesión. De cómo en la planificación estratégica, es necesario enmarcar los valores que se alinearán a nuestra razón de ser como organización, que permita la realización del quehacer en un entorno de confianza, que motive a los colaboradores bajo políticas transparentes, diálogo y comunicación constante, a través del trabajo continuo y de su cultura organizacional se logre generar óptimas condiciones en sus colaboradores, incentivando la sinergia necesaria en el trabajo en equipo y empuje a todos sus miembros a fin de elevar sus estándares de ética, evitar malas prácticas y cumplir con las metas establecidas. Se señala que sin valores sólidos estamos coqueteando con el desastre, ya que con ellos podemos enfrentar a los mercados internacionales; en otras palabras, con la ética corporativa se pueden lograr ventajas competitivas tales como atraer clientes y personal calificado, y se pueden desterrar prácticas corruptas que perjudican el valor y la economía de un país (Vega Centeno, 2008). Asimismo, la transparencia, es un facilitador del funcionamiento organizacional porque reduce las probabilidades de que algunos actores organizacionales desvíen su comportamiento de los intereses y objetivos de la organización, es un mecanismo que ayuda a que los arreglos colectivos se respeten y a que todos trabajen por el bien común. (Vergara, 2008). El compromiso es asumido por las nuevas generaciones, en actuar con firmeza en su integridad como futuros emprendedores, directores del mundo empresarial, público o corporativo.

Palabras clave: *ética, transparencia, trabajo en equipo, cultura organizacional, organización.*

ABSTRACT

Currently it is essential and pertinent, without departing from the intrinsic philosophical importance, to understand how values are elements related to our profession. As in strategic planning, it is necessary to frame the values that are aligned to our reason for being as an organization, which allows the realization of the work in an environment of trust, which motivates employees, under transparent policies, dialogue and constant communication. Through the continuous work of its organizational culture, it manages to generate optimal conditions in its

collaborators, generating the necessary synergy in teamwork and pushes all its members to raise their ethical standards, avoiding bad practices to meet the established goals. It is pointed out that without solid values, we are flirting with disaster. With solid values we can face international markets; in other words, with corporate ethics we can achieve competitive advantages such as attracting customers and qualified personnel, and we can banish corrupt practices that harm the value and economy of a country (Vega Centeno, 2008). Likewise, transparency is a facilitator of organizational functioning because it reduces the likelihood that some organizational actors deviate their behavior from the interests and objectives of the organization, it is a mechanism that helps to ensure that collective arrangements are respected and that everyone works for the common good (Vergara, 2008). The commitment is assumed by the new generations, to act with firm integrity as future entrepreneurs, directors of the business, public or corporate world.

Keywords: *ethics, transparency, teamwork, organizational culture, organization, organization*

RESUMO

Hoje em dia é essencial e pertinente, sem se afastar da importância filosófica intrínseca, compreender como os valores são elementos relacionados à nossa profissão. Como no planejamento estratégico, é necessário enquadrar os valores que estão alinhados à nossa razão de ser como organização, o que nos permite realizar nosso trabalho em um ambiente de confiança, que motiva nossos colaboradores, sob políticas transparentes, diálogo e comunicação constante. Através do trabalho contínuo de sua cultura organizacional, consegue gerar condições ótimas em seus colaboradores, gerando a sinergia necessária no trabalho em equipe e impulsiona todos os seus membros a elevar seus padrões éticos, evitando práticas ruins para cumprir as metas estabelecidas. É assinalado que, sem valores sólidos, estamos flertando com o desastre. Com valores sólidos podemos enfrentar mercados internacionais; em outras palavras, com ética corporativa podemos alcançar vantagens competitivas, como atrair clientes e pessoal qualificado, e podemos banir práticas corruptas que prejudicam o valor e a economia de um país (Vega Centeno, 2008). A transparência também é um facilitador do funcionamento organizacional porque reduz a probabilidade de alguns atores organizacionais desviarem seu comportamento dos interesses e objetivos da organização, é um mecanismo que ajuda a garantir que os acordos coletivos sejam respeitados e que todos trabalhem para o bem comum (Vergara, 2008). O compromisso é assumido pelas novas gerações para agir com integridade firme como futuros empreendedores, gerentes no mundo empresarial, público ou corporativo.

Palavras-chave: *ética, transparência, trabalho em equipe, cultura organizacional, organização*

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Vega Centeno, M. (2008). Ética y responsabilidad jurídica en las organizaciones empresariales. *Gestión en el tercer milenio*, 11 (22), 49-58. <https://go.gale.com/ps/i.do?p=AONE&u=univcv&id=GALE%7CA466520250&v=2.1&it=r&sid=bookmark-AONE&asid=57dc36bc>
- Vergara, R. (2008). *La transparencia como problema*. (5ª ed.). Instituto Federal de Acceso a la Información Pública. https://infocdmx.org.mx/capacitacion/documentos/UAM10/LECTURAS/MODULO%206/transparencia_problema%20RODOLFO%20VERGARA.pdf

DATOS DE LOS AUTORES:

Nombres completos: Maryori Brigitte Aroste Huamán

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6747-9608>

Correo electrónico: marostehu@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la Escuela Profesional de Administración, Universidad César Vallejo.

Nombres completos: Kory Andrea Rojas Sánchez

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5038-168X>

Correo electrónico: krojassand@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la Escuela Profesional de Administración, Universidad César Vallejo.

Nombres completos: Fiorella Reyna Contreras Núñez

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8485-4721>

Correo electrónico: fcontrerasnu@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la Escuela Profesional de Administración, Universidad César Vallejo.

Nombres completos: Nicole Isabel Yarleque Chuquiano

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4376-197X>

Correo electrónico: nyarlequec@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la Escuela Profesional de Administración, Universidad César Vallejo.

Nombres completos: Carlos Enrique Anderson Puyén

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7627-3177>

Correo electrónico: candersonpu@ucvvirtual.edu.pe

Resumen del CV: Docente de la Escuela Profesional de Administración, Universidad César Vallejo.

Doctor en Administración, Magister en Educación con mención en Docencia e Investigación, Licenciado en Administración, labora en la Universidad César Vallejo, actualmente Gerente General de CER Consulting Group SRL; socio de la empresa consultora Impetus Global Business Company S.A.C., Catedrático Universitario, miembro de la Cámara Internacional de Conferencistas, Facilitador en Dinámicas de Alto Impacto, capacitador y Conferencista Internacional, Facilitador de Emprendimientos por la O.I.T.

Nombres completos: Consuelo Patricia Hermoza Hübner

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9344-4334>

Correo electrónico: chermozah@ucvvirtual.edu.pe

Resumen del CV: Magister en Administración con mención en Gestión Empresarial por UNMSM, Licenciado en Ciencias Administrativas con reciente especialización en Profesor en emprendimiento e innovación, labora en la Universidad César Vallejo y se ha desempeñado en la actividad privada como funcionario en los sectores de banca y finanzas, áreas operativas, administrativas, front y back office, coordinadora de marketing, gestión y producción cultural, capacitadora de talleres y grupos objetivo y miembro activo de WIM woman in mining- Perú.

La importancia de las habilidades de un gerente

The importance of a manager's skills

A importância das habilidades de um gerente

Camila Fernanda Suncion Suárez López, Suemi Mayumi Lescano Salomón, Erick Jeanpool Albújar Ramos, Miguel Andre Montoya Huamán, Deysi Yuriccu Huamani Rojas, Pedro Luis Llacuash Roman, Jair Jordan Yucra Rojas, Susana Milagros Quiñones Chumacero

RESUMEN

Una empresa exitosa siempre nos refleja el trabajo colaborativo del gerente y sus trabajadores, El gerente es aquella persona que se caracteriza por las aptitudes, la capacidad para dirigir, y la destreza para desenvolverse en el medio, se encarga de poder distribuir tareas y guiar a sus colaboradores, pero no solo eso, todo jefe de una empresa debe de portar con ciertas habilidades humanas, técnicas y conceptuales, la mejora de la comunicación entre el personal, la capacidad para poder construir relaciones de confianza, poder motivarlos a elevar su desempeño, crear una buena actitud en nuestra empresa. Como también tener conocimientos técnicos en tecnología y en diferentes temas. Esto no solo es importante en el ambiente laboral, ello también repercute en nuestra vida cotidiana, esto potencia nuestra autoconfianza, como también nuestro poder de liderazgo en situaciones bajo presión. Según Rojas (2021) define las habilidades de un Gerente como las destrezas fundamentales necesarias para dirigir la vida propia y tomar las decisiones correctas. Por su parte Duarte (2013) manifiesta que estas habilidades son el timón que llevará por el camino del éxito a nuestra empresa, con el tiempo estas habilidades le permitirán obtener aprendizajes y experiencia al gerente, llenándolo de valiosas lecciones que mejorarán el desempeño y trabajo en equipo de toda su empresa, como objetivo principal.

Palabras clave: *habilidades, el gerente, el trabajo en equipo, liderazgo, capacidad.*

ABSTRACT

A successful company always reflects the collaborative work of the manager and his workers. The manager is that person who is characterized by the aptitudes, the capacity to direct, and the skill to develop in the environment, he is in charge of being able to distribute tasks and to guide his collaborators, but not only that, every boss of a company must have certain human, technical and conceptual abilities, the improvement of the communication between the personnel, the capacity to be able to construct relations of confidence, to be able to motivate them to elevate their performance, to create a good attitude in our company. As well as having technical knowledge in technology and in different subjects. This is not only important in the work environment, it also has repercussions in our daily life, it boosts our self-confidence, as well as our power of leadership in situations under pressure. According to Rojas (2021) define the skills of a manager as the fundamental skills needed to manage one's own life and make the right decisions. Duarte (2013) states that these skills are the rudder that will lead our company on the road to success, over time these skills will allow the manager to obtain learning and experience, filling him with valuable lessons that will improve the performance and teamwork of the entire

company, as the main objective.

Keywords: *skills, manager, teamwork, leadership, capacity.*

RESUMO

Uma empresa de sucesso reflecte sempre o trabalho colaborativo do gestor e dos seus trabalhadores, o gestor é a pessoa que se caracteriza pelas competências, a capacidade de liderar, e a capacidade de funcionar no ambiente, é responsável por ser capaz de distribuir tarefas e orientar os seus empregados, mas não só isso, cada chefe de empresa deve ter certas competências humanas, técnicas e conceptuais, melhorar a comunicação entre os funcionários, a capacidade de construir relações de confiança, de os motivar a aumentar o seu desempenho, de criar uma boa atitude na nossa empresa. Para além de possuir conhecimentos técnicos em tecnologia e em diferentes assuntos. Isto não só é importante no ambiente de trabalho, como também tem impacto na nossa vida diária, aumenta a nossa auto-confiança, bem como o nosso poder de liderança em situações sob pressão. De acordo com Rojas (2021) definem as competências de gestão como as competências fundamentais necessárias para gerir a própria vida e tomar as decisões correctas. Duarte (2013) afirma que estas competências são o leme que conduzirá a nossa empresa no caminho do sucesso, ao longo do tempo estas competências permitirão ao gestor obter aprendizagem e experiência, enchendo-o de valiosas lições que melhorarão o desempenho e o trabalho de equipa de toda a empresa, como objectivo principal.

Palavras-chave: *competências, gestor, trabalho de equipa, liderança, capacidade.*

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Duarte, A. (2013). Habilidades gerenciales y su importancia para el éxito de una organización. <http://hdl.handle.net/10654/10099>

Rojas, C. (2021). Habilidades gerenciales de los administradores de los mejores restaurantes en Lima Metropolitana durante la pandemia COVID 19, 2020". [Tesis de titulación, Universidad San Ignacio Loyola]. <https://hdl.handle.net/20.500.14005/12065>

DATOS DEL AUTOR (EJEMPLO)

Nombres completos: Camila Fernanda Suncion Suárez López

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0407-9479>

Correo electrónico: csuarezl001@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la EP. Administración Campus Los Olivos Universidad César Vallejo, emprendedora.

Nombres completos: Suemi Mayumi Lescano Salomón

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1278-8707>

Correo electrónico: slescanosa3@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la EP. Administración Campus Los Olivos Universidad César Vallejo, emprendedora.

Nombres completos: Erick Jeanpool Ramos Albújar

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5634-983X>

Correo electrónico: eramosal@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la EP. Administración Campus Los Olivos Universidad Cesar Vallejo, emprendedor.

Nombres completos: Miguel Andre Huamán Montoya

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7925-4430>

Correo electrónico: mhuamanimo@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la EP. Administración Campus Los Olivos Universidad César Vallejo, emprendedor.

Nombres completos: Deysi Yuriccu Huamani Rojas

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8216-2385>

Correo electrónico: dhuamaniro@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la EP. Administración Campus Los Olivos Universidad César Vallejo, emprendedora.

Nombres completos: Pedro Luis Llacuash Román

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9269-2467>

Correo electrónico: pllacuash@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la EP. Administración Campus Los Olivos Universidad César Vallejo, emprendedor.

Nombres completos: Jair Jordan Yucra Rojas

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7835-8473>

Correo electrónico: jyucrao@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la EP. Administración Campus Los Olivos Universidad Cesar Vallejo, emprendedor.

Nombres Completos: Susana Milagros Quiñones Chumacero

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8337-8951>

Correo Electrónico: squinonesch27@ucvvirtual.edu.pe

Resumen del CV del autor: Profesional en Administración de Empresas, con amplia experiencia en la utilización de técnicas, métodos y procedimientos administrativos con innovación tecnológica de gestión en Entidades Públicas y Privadas. Actualmente Magister en la Maestría Administración de la Educación; Coordinadora Académica y Docente en el Instituto Privado SISE, Docente en la Universidad César Vallejo y Universidad tecnológica del Perú – UTP, habilidad para la toma de decisiones, desarrollo de soluciones en el área laboral a través de la investigación y el análisis altamente organizada y metódica, honesta, honrada de buenas interrelaciones con personas de todo nivel y cumplimiento de los objetivos. Manejo del Sistema Computacional y realización de publicaciones en Revistas Científicas - SCOPUS.

Proyecto Sistema de alerta personal

Personal alert system project

Projeto do sistema de alerta pessoal

Elvis Miler Alvites Malca, Adriana Anticono Valeriano, Laura Xiomara Barrios Fripp, Erick Alexis Marcelo Morales, Mary Cielo Rengifo Vásquez, Francesca Angeline Rossi Correa, Waldermar Ernesto Ordaya Pando

RESUMEN

En la actualidad evidenciamos mucha inseguridad ciudadana, siendo esta problemática uno de los temas más graves existentes en la sociedad. La delincuencia sigue en aumento y no hay un medio por el cual se pueda acceder rápido al lugar de la emergencia, ni de obtener la ubicación exacta en caso de estos incidentes. Se ha convertido en una constante preocupación tanto en Lima y en la Provincia Constitucional del Callao, de acuerdo con el Barómetro de las Américas del Proyecto de Opinión Pública de América Latina, el Perú ocupa el sexto lugar de los países con mayor percepción de inseguridad con 46.7% por los resultados sobre experiencias vinculadas al crimen. (El Peruano, 2022). Buscamos también la reducción de secuestros y desapariciones, ya que durante el primer mes del presente año 443 niñas/os y adolescentes fueron reportadas/os como desaparecidas/os de los cuales un 85 % del total son mujeres, lo cual reafirma la mayor vulnerabilidad por el nivel de desarrollo y madurez en que se encuentran. (Defensoría del Pueblo, 2022). El proyecto constará de una herramienta que contará con un botón el cual estará conectado con una aplicación que alertará a las autoridades y contactos de confianza cuando la persona se encuentre o se sienta en peligro, el objetivo es lograr evitar que se llegue a cometer el acto delictivo, darnos seguridad al tener a la mano un botón de alerta y sobretodo reducir el número de agraviados y acabar poco a poco con el problema.

Palabras clave: *Inseguridad ciudadana, delincuencia, alerta.*

ABSTRACT

At present we see a lot of citizen insecurity, this problem is one of the most serious issues in society. Crime continues to increase and there is no way to quickly access the place of the emergency, nor to obtain the exact location in case of these incidents. It has become a constant concern both in Lima and in the Constitutional Province of Callao, according to the Americas Barometer of the Latin American Public Opinion Project, Peru ranks sixth among the countries with the highest perception of insecurity with 46.7% for the results on experiences related to crime (El Peruano, 2022). We also seek to reduce kidnappings and disappearances, since during the first month of this year 443 children and adolescents were reported as missing, 85% of whom are women, which reaffirms their greater vulnerability due to their level of development and maturity. (Defensoría del Pueblo, 2022). The project will consist of a tool that will have a button which will be connected to an application that will alert the authorities and trusted contacts when the person is or feels in danger, the goal is to prevent the criminal act from being committed, to give us security by having an alert button at hand and above all to reduce the

number of victims and gradually end the problem.

Keywords: *Citizen insecurity, crime, warning.*

RESUMO

Hoje em dia vemos muita insegurança dos cidadãos, o que é uma das questões mais graves da sociedade. O crime está a aumentar e não existe nenhum meio pelo qual se possa aceder rapidamente a local de uma emergência, nem obter localização exacta nos casos de tais incidentes. Tornou-se uma preocupação constante tanto em Lima como na Província Constitucional de Callao, segundo o Barómetro das Américas do Projecto de Opinião Pública Latino-americana, o Peru ocupa o sexto lugar entre os países com maior percepção de insegurança, com 46,7% para os resultados das experiências ligadas à criminalidade (El peruano, 2022). Procuramos também reduzir os raptos e desaparecimentos, uma vez que durante o primeiro mês deste ano foram dadas como desaparecidas 443 crianças e adolescentes, 85% das quais são mulheres, o que reafirma a sua maior vulnerabilidade devido ao seu nível de desenvolvimento e maturidade (Defensoría del Pueblo, 2022). Projecto consistirá numa ferramenta que terá um botão que será ligado a uma aplicação que alertará as autoridades e os contactos de confiança quando a pessoa estiver ou se sentir em perigo, o objectivo é evitar que o acto criminoso seja cometido, proporcionar segurança através da existência de um botão de alerta e, acima de tudo, reduzir o número de vítimas e pôr gradualmente fim ao problema.

Palavras-chave: *Insegurança dos cidadãos, crime, aviso.*

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Defensoría del Pueblo (2022, 16 de mayo). Defensoría del Pueblo: de enero a abril, menos de la mitad de las mujeres desaparecidas han podido ser ubicadas. <https://www.defensoria.gob.pe/deunavezportodas/defensoria-del-pueblo-de-enero-a-abrilmenos-de-la-mitad-de-las-mujeres-desaparecidas-han-podido-ser-ubicadas/>

El Peruano (2022, 1 de junio). Seguridad ciudadana para el desarrollo, <https://elperuano.pe/noticia/106348-seguridad-ciudadana-para-el-desarrollo>

DATOS DEL AUTOR (EJEMPLO)

Nombres completos: Alvites Malca, Elvis Miler Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9685-5975> Correo electrónico: ealvitesma@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la EP. Administración, Campus Los Olivos, Universidad César Vallejo

Nombres completos: Anticona Valeriano, Adriana Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6024-5753> Correo electrónico: aanticonav@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la EP. Administración, Campus Los Olivos, Universidad César Vallejo

Nombres completos: Laura Xiomara Barrios Fripp Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6273-7740> Correo electrónico: lbarriosfr@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la EP. Administración, Campus Los Olivos, Universidad César Vallejo

Nombres completos: Marcelo Morales, Erick Alexis Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2224-3412> Correo electrónico: eamarcelom@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la EP. Administración, Campus Los Olivos, Universidad César Vallejo

Nombres completos: Mary Cielo Rengifo Vásquez Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8217-380X> Correo electrónico: mrengifova@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la EP. Administración, Campus Los Olivos, Universidad César Vallejo

Nombres completos: Rossi Correa, Francesca Angeline Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7755-4333> Correo electrónico: frossico@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante de la EP. Administración, Campus Los Olivos, Universidad César Vallejo.

Nombres completos: Waldermar Ernesto Ordaya Pando. Filiación: Universidad César Vallejo

Correo electrónico: wordayapa@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Docente de la EP. Administración, Campus Los Olivos, Universidad César Vallejo.

Modelo de gestión humana por competencias: características y ventajas

Competency-based human resources management model: characteristics and advantages

Modelo de gestão de recursos humanos baseado na competência: características e vantagens

Jan Kei Samir Molina Guillen

RESUMEN

Hoy en día, es fundamental que toda empresa se enfoque en su principal activo que es el recurso humano, y que tome interés en conocer cuáles son las competencias que destacan en cada uno de sus colaboradores para de esta manera potencializarlas y capacitarlos; con la finalidad que se desarrollen de manera óptima en su área laboral, puesto que, si todos los procesos son realizados con sinergia por parte de todos los colaboradores que conforman la organización, alineando sus esfuerzos con las metas, lograrán cumplir los objetivos organizacionales previstos. El modelo de gestión del talento humano por competencias es un tipo de administración que permite que todos los colaboradores de una organización desde los puestos gerenciales hasta los colaboradores de puestos operativos, trabajen en conjunto y con sinergia en busca de cumplir los objetivos organizacionales. Al respecto, Lora (2020) infiere que la gestión humana nos permite poner al capital humano como factor o eje primordial de la organización para conseguir los objetivos proyectados. Asimismo, Ramírez (2022) determina que las competencias son parte esencial de la personalidad, manifestándose como conocimientos, aptitudes, habilidades y destrezas que un ser humano ejecuta para comprender y cooperar en el mundo que habita.

Palabras clave: *gestión del talento humano, modelo por competencias, habilidades, conocimientos, competencias.*

ABSTRACT

Nowadays, it is essential for any company to focus on its main asset, which is its human resources, and to take an interest in knowing which competencies stand out in each of its collaborators in order to enhance them and train them so that they can develop optimally in their work area, since if all the processes are carried out with synergy by all the collaborators that make up the organisation, aligning their efforts with the goals, they will be able to achieve the planned organisational objectives. The competency-based human talent management model is a type of administration that allows all the employees of an organisation, from management positions to operational positions, to work together in synergy in order to meet the organisational objectives. In this regard, Lora (2020) infers that human management allows us to place human capital as the main factor or axis of the organisation in order to achieve the projected objectives. Likewise, Ramírez (2022) determines that competences are an essential part of the personality, manifesting themselves as knowledge, aptitudes, skills and abilities that a human being executes in order to understand and cooperate in the world he or she inhabits.

Keywords: *human talent management, competency model, skills, knowledge, competencies.*

RESUMO

Hoje em dia, é essencial que qualquer empresa se concentre em seu principal ativo, que são seus recursos humanos, e se interesse em saber quais competências se destacam em cada um de seus colaboradores, a fim de aprimorá-los e treiná-los para que possam se desenvolver de forma ideal em sua área de trabalho, pois, se todos os processos forem realizados com sinergia por todos os colaboradores que compõem a organização, alinhando seus esforços com as metas, eles serão capazes de atingir os objetivos organizacionais planejados. O modelo de gestão de talentos humanos baseado na competência é um tipo de administração que permite que todos os funcionários de uma organização, desde cargos gerenciais até cargos operacionais, trabalhem juntos em sinergia a fim de atingir os objetivos organizacionais. A este respeito, Lora (2020) informa que a gestão humana nos permite colocar o capital humano como fator ou eixo principal da organização para atingir os objetivos projetados. Da mesma forma, Ramírez (2022) determina que as competências são uma parte essencial da personalidade, manifestando-se como conhecimentos, aptidões, habilidades e habilidades que um ser humano executa para compreender e cooperar no mundo em que habita.

Palavras-chave: *gestão de talentos humanos, modelo de competência, habilidades, conhecimento, competências.*

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Lora, H., Castilla Paternina, S., y Góez Flórez, M. (2020). La gestión por competencias como estrategia para el mejoramiento de la eficiencia y la eficacia organizacional. *Saber, Ciencia y Libertad*, 15(1), 83–94. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2020v15n1.6291>
- Ramírez, W. (2022). Gestión del capital humano por competencias laborales en el contexto empresarial: una revisión de literatura. *Lumina*, 23(1). <https://doi.org/10.30554/lumina.v23.n1.4081.2022>

DATOS DEL AUTOR

Nombres completos: Jan Kei Samir Molina Guillen

Filiación: Universidad César Vallejo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3517-1216>

Correo electrónico: jmolinag@ucvvirtual.edu.pe

Resumen de CV del autor: Estudiante del Doctorado en Administración, Maestro en Gestión de Servicios de Salud, Titulado como Especialista en Gestión del Talento Humano, y Licenciado en Administración. Es docente en la Universidad César Vallejo y previamente ocupó posiciones Administrativas en universidades privadas, gestión académica a nivel nacional e internacional, laboratorios de Control de Calidad en el Sector construcción, laboratorio de Investigación en el sector salud, Gestión logística y auditoría a nivel multisectorial y Outsourcing en entidades públicas, participó en organizaciones como: Consorcio FCC-JJC, INCOSA, Partners in Health – Perú, Saga Falabella, ONP entre otros.