



Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Financieras

Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras

**El talento humano y su incidencia en la rentabilidad de la Empresa Amalbert
Cosmetic Provincia de Huaral 2022**

Tesis

Para optar por el Título Profesional de Contador Público

Autora

Daniela Yessenia Estrada Ruiz

Asesor

Dr. Cpcc Pedro Gustavo Castro Burgos

Huacho – Perú

2024



Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Reconocimiento: Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.



UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
LICENCIADA

(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)

FACULTAD CIENCIAS ECONOMICAS CONTABLES Y FINANCIERAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES

INFORMACIÓN

DATOS DEL AUTOR (ES):		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	FECHA DE SUSTENTACIÓN
Daniela Yessenia Estrada Ruiz	70073625	27/12/2023
DATOS DEL ASESOR:		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	CÓDIGO ORCID
Dr. CPCC. Pedro Gustavo Castro Burgos	09474845	0000-0002-4117-1952
DATOS DE LOS MIEMBROS DE JURADOS – PREGRADO:		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	CÓDIGO ORCID
Dr. CPCC Miguel Àngel Suárez Almeida	15646696	0000- 0002-1747-8145
Dr. CPCC. Marco Liborio Oyola Diaz	15687894	0000-0002-9523-0890
Mg. CPCC. Vilma Gladys Romero Aranda	15699663	0000- 0002-1267-768X

EL TALENTO HUMANO Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA AMALBERT COSMETIC PROVINCIA DE HUARAL 2022”

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrion Trabajo del estudiante	4%
2	1library.co Fuente de Internet	2%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	es.slideshare.net Fuente de Internet	1%
5	www.barymont.com Fuente de Internet	1%
6	www.repositorioacademico.usmp.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1%
8	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1%

TESIS

**El Talento Humano su incidencia en la Rentabilidad de la Empresa Amalbert Cosmetic
Provincia de Huaral 2022**

JURADO EVALUADOR

DR. CPCC MIGUEL ÁNGEL SUAREZ ALMEIRA

PRESIDENTE

DR. CPCC. MARCO LIBORIO OYOLA DIAZ

SECRETARIO

MG. CPCC. VILMA GLADYS ROMERO ARANDA

VOCAL

DEDICATORIA:

Este estudio está dedicado en primer lugar a Dios, a mis abuelos Amalia, María y Alberto ,y mi madre Amalia quienes me ha permitido obtener el más alto grado para lograr una de las metas más importantes de mi vida.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA:	v
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS	ixx
ÍNDICE DE FIGURA	x
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN	xiiii
CAPITULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA	14
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	16
1.2.1 Problema General.....	16
1.2.2 Problemas Específicos	16
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	17
1.3.1 Objetivo General	17
1.3.2 Objetivos Específicos.....	17
1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	17
1.5 DELIMITACIÓN DEL ESTUDIO.....	18
1.6 VIABILIDAD DEL ESTUDIO	19
CAPITULO II.....	20

MARCO TEÓRICO	20
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
2.2 BASES TEÓRICAS.....	22
2.2.1 Talento humano	22
2.2.2 Rentabilidad	30
2.3 BASES FILOSÓFICAS.....	33
2.4 DEFINICIONES CONCEPTUALES.....	37
2.5 HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN	41
2.5.1 Hipótesis General.....	41
2.5.2 Hipótesis Específica.....	42
2.6 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES.....	43
CAPITULO III.....	45
METODOLOGÍA.....	45
3.1 DISEÑO METODOLÓGICO.....	45
3.1.1 Tipo de investigación.....	45
3.1.2 Enfoque de investigación.....	45
3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	45
3.2.1 Población.....	45
3.2.2 Muestra	46
3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	47
3.3.1 Técnicas por emplear	47
3.3.2 Descripción de los instrumentos	48
3.4 TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	49
3.4.1 Técnicas de análisis.....	49
3.4.2 Técnicas para el procesamiento de datos	49
CAPÍTULO IV	50

RESULTADO.....	50
4.1 Análisis de Resultado.....	50
4.2. Contratación de Hipótesis	63
CAPITULO V.....	73
DISCUSIONES.....	73
5.1 DISCUSIÓN DE RESULTADO.....	73
CAPITULO VI.....	74
6.1 Conclusiones.....	74
6.2 Recomendaciones	75
CAPITULO VII.....	76
FUENTES DE INFORMACIÓN	76
7.1 FUENTES DOCUMENTALES	76
7.2 FUENTES BIBLIOGRÁFICAS.....	77
7.3 FUENTES ELECTRÓNICAS.....	78
ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	79
“El talento humano y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022”	79
ANEXO 2	80
INSTRUMENTOS PARA LA TOMA DE DATOS	80

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	¿Considera usted que el talento humano incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022?	50
Tabla 2	¿En su opinión considera usted que el diseño de perfiles incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022?	51
Tabla 3	¿Considera usted que los puestos de trabajos inciden en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022?	52
Tabla 4	¿En su opinión considera usted que la confiabilidad incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022?	53
Tabla 5	¿Considera usted que la satisfacción del cliente incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022?	55
Tabla 6	¿En su opinión la competitividad incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022 ?	56
Tabla 7	¿Considera usted que el beneficio neto incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022 ?	58
Tabla 8	¿En su opinión considera usted que las ventas incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022 ?	59
Tabla 9	¿Considera usted qué el rendimiento operativo incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022 ?	60
Tabla 10	¿En su opinión, considera Ud. que la rentabilidad es la capacidad de generar resultados positivos de los activos y recursos de la empresa ?	61
Tabla 11	El talento humano incide significativamente en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022	63
Tabla 12	El diseño de perfiles incide significativamente en la competitividad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.	65
Tabla 13	El puesto de trabajo incide significativamente en el beneficio neto de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022 .	67
Tabla 14	La confiabilidad incide significativamente en las ventas de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022	69
Tabla 15	La satisfacción del cliente incide significativamente en el rendimiento operativo de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022	71

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	¿Considera usted que el talento humano incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022?	50
Figura 2	¿En su opinión considera usted que el diseño de perfiles incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022?	51
Figura 3	¿Considera usted que los puestos de trabajos inciden en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022?	52
Figura 4	¿En su opinión considera usted que la confiabilidad incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022?	54
Figura 5	¿Considera usted que la satisfacción del cliente incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022?	55
Figura 6	¿En su opinión la competitividad incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022 ?	57
Figura 7	¿Considera usted que el beneficio neto incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022 ?	58
Figura 8	¿En su opinión considera usted que las ventas incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022 ?	59
Figura 9	¿Considera usted qué el rendimiento operativo incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022 ?	60
Figura 10	¿En su opinión, considera Ud. que la rentabilidad es la capacidad de generar resultados positivos de los activos y recursos de la empresa ?	62
Figura 11	El talento humano incide significativamente en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022	64
Figura 12	El diseño de perfiles incide significativamente en la competitividad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.	66
Figura 13	El puesto de trabajo incide significativamente en el beneficio neto de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022 .	68
Figura 14	La confiabilidad incide significativamente en las ventas de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022	70
Figura 15	La satisfacción del cliente incide significativamente en el rendimiento operativo de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022	72

RESUMEN

La implementación de este proyecto requiere comprender la importancia del talento humano, que comprende las habilidades y destrezas individuales. Estas cualidades son fundamentales para el crecimiento organizacional y el valor en el entorno laboral. La gestión eficaz del talento humano representa un gran desafío para las organizaciones, ya que las personas muestran dinamismo, espontaneidad, creatividad y racionalidad en su trabajo. Tanto las organizaciones como las personas son esenciales para un ambiente laboral exitoso. El conocimiento de los factores clave en la gestión del talento humano, así como su percepción por parte del personal administrativo, influirá en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral. El capital humano es crucial y fundamental para crear un ambiente laboral desafiante y bien planificado, lo que contribuye a mantener la motivación y a alcanzar los objetivos estratégicos de la empresa. Para evaluar esto, se incluyeron 80 participantes, que representaban a trabajadores, gerentes, contadores, administrativos y profesionales con experiencia en talento humano y rentabilidad. Se aplicó una escala Likert para medir la actitud, y los resultados mostraron una tasa de recomendación del 53.6%, lo cual es satisfactorio para el autor. Esto indica que el talento humano influye en la rentabilidad de las empresas de Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral en el año 2022, independientemente de su tamaño o sector. Al utilizar esta herramienta, las empresas pueden enfrentar mejor las amenazas externas y ayudar a los empleados a comprender sus responsabilidades y objetivos, tanto personales como corporativos. El análisis del talento humano busca optimizar los recursos de una empresa, siendo un proceso aplicable no solo en la gestión y las finanzas empresariales, sino también en la vida personal.

Palabras Clave: Talento humano, Rentabilidad, Empresas

ABSTRACT

When implementing this project, it is necessary to understand the relevance of human talent as the sum of a person's abilities and skills. Generally, it is these characteristics that enable organizational growth and value in the workplace. A huge challenge for all organizations to manage proper human talent management. Because dynamism, impulsivity, creativity and rationality are factors that people manifest in a work environment. Without organizations or people, a successful work environment would not be possible. Finally, knowledge of the various predominant factors of human talent management and its perception by administrative staff will determine how there is a relationship with the profitability of the Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral company that it is currently facing; Human capital is the essential, it is the support and essential impetus needed in the work environment, transforming it into an environment with a challenging spirit and good planning that helps maintain motivation in them and that always the strategic goals of the company reflects positive results. Therefore, considering consistency with control, 80 participants from workers, managers, accountants, clerks and professionals who have mastered the topics of human talent and profitability were included as methods. Probability was applied to the samples using a Likert scale as a measure of attitude. According to the results, the recommendation rate is 53.6% and the author is very satisfied with this. This means that human talent influences the profitability of Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022 companies, regardless of their size and/or business. By using this tool, companies can better address threats in their environment and help employees better understand their responsibilities, personal goals and company goals. Human Talent analyzes how a company's resources can be optimally used. It is a process that is not only part of the management and finances of a business, but can also be applied to your personal life.

Keywords: Human talento, Profitability, companies

INTRODUCCIÓN

La interrelación entre el capital humano y el rendimiento financiero de las organizaciones ha sido un tema de profundo interés en el ámbito empresarial. En particular, el presente estudio se adentra en la compleja relación entre el talento humano y la rentabilidad, enfocándose en el caso específico de la empresa Amalbert Cosmetic en la Provincia de Huaral durante el año 2022.

En el dinámico escenario empresarial actual, la comprensión del impacto del capital humano en el éxito financiero se ha convertido en un factor determinante para la sostenibilidad y el crecimiento de las organizaciones. En este contexto, la empresa Amalbert Cosmetic se erige como un caso paradigmático para examinar cómo las estrategias de gestión del talento humano influyen en la rentabilidad corporativa.

El propósito fundamental de esta investigación es explorar en detalle la relación entre la gestión del talento humano y los indicadores financieros clave de Amalbert Cosmetic durante el año 2022. Mediante un análisis exhaustivo de las prácticas de reclutamiento, desarrollo, retención y empoderamiento del personal, se buscará dilucidar de qué manera estas acciones han impactado en los resultados económicos y la rentabilidad de la empresa.

El estudio se nutrirá de una combinación de métodos cuantitativos y cualitativos, empleando herramientas de medición de desempeño, encuestas de satisfacción laboral, y análisis financiero para obtener una perspectiva integral sobre la relación entre el talento humano y el rendimiento económico de Amalbert Cosmetic.

En última instancia, esta investigación aspira a contribuir al entendimiento más profundo de cómo la gestión efectiva del talento humano se traduce en mejoras tangibles en la rentabilidad empresarial, brindando así perspectivas valiosas para la optimización de estrategias de recursos humanos en organizaciones similares en el contexto empresarial contemporáneo.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

La Empresa Amalbert Cosmetic establecida en la Provincia de Huaral se enfrenta a un escenario empresarial desafiante donde la gestión del talento humano se encuentra en el epicentro de las preocupaciones estratégicas. La realidad problemática se manifiesta en una serie de dilemas y brechas identificadas en la integración efectiva del capital humano con los objetivos de rentabilidad de la organización.

En primer lugar, se evidencia una disociación entre las políticas de recursos humanos implementadas y su correlación con los resultados financieros de la empresa. A pesar de las inversiones en capacitación, reclutamiento y desarrollo del personal, no se ha establecido de manera clara el impacto directo de estas acciones en la mejora de los indicadores de rentabilidad de Amalbert Cosmetic durante el año 2022.

Además, se observa una posible desconexión entre el reconocimiento y aprovechamiento del talento interno y su contribución efectiva a la consecución de los objetivos empresariales. Esto podría desencadenar en un su aprovechamiento de las capacidades individuales y colectivas de los empleados, limitando así el potencial de la empresa para alcanzar niveles óptimos de rentabilidad.

Otro aspecto relevante es la eventual falta de alineación entre las estrategias de gestión del talento humano y las exigencias cambiantes del mercado y la industria cosmética. La incapacidad de adaptarse ágilmente a estas demandas podría representar un riesgo considerable para la competitividad y el rendimiento financiero de la empresa.

Esta realidad problemática sugiere la necesidad urgente de una investigación que profundice en la relación directa entre las prácticas de gestión del talento humano en Amalbert Cosmetic durante el año 2022 y su repercusión en la rentabilidad. Este análisis permitirá identificar con precisión los puntos de quiebre y las oportunidades de mejora para fortalecer la conexión entre el capital humano y los resultados financieros en esta organización

La empresa Amalbert Cosmetic E.I.R.L fue fundada el 20 de julio del 2020 está ubicada en el Distrito de Chancay Provincia de Huaral Departamento de Lima, al ser una E.I.R.L es una de la más utilizadas por los empresarios para formalizar sus empresas y tomar decisiones individualmente separando sus bienes personales de la empresa.

Amalbert Cosmetic es una empresa dedicada a brindar la enseñanza, capacitación y entrenamiento a las diferentes consultoras de la empresa YANBAL empresa trasnacional de origen peruano que se dedica a la venta de productos de cuidado personal, joyería, perfumería, etc.

Nuestro trabajo es formar consultoras eficaces y eficientes para lograr que se desarrolle en las ventas de los productos de la empresa Yanbal, además de enseñarle a reclutar y formarse como empresarias en el rubro de la belleza con Yanbal siendo así Directoras y formando sus propias empresas.

En el Perú existen más de 10,000 directoras de Yanbal se dedican al mismo rubro y su trabajo es el mismo, sin embargo, no todas realizan una buena gestión de su talento humano en este caso son las consultoras el cual denominamos así a las personas que venden los productos pudiendo ser damas como caballeros.

El presente trabajo consiste en presentar una propuesta de estrategia para facilitar el proceso de la Gestión de Talento Humano en la gestión administrativa en Amalbert Cosmetic, y la rentabilidad que la empresa piensa obtener a través de las ventas, desde las fases de planeamiento y ejecución; permitiremos que el lector tome conocimiento, comprenda de tal forma que le permita hacer un análisis crítico acerca de lo expuesto, finalmente contribuir a la eficaz gestión administrativa, y obtener la rentabilidad planificada.

Actualmente a nivel mundial, el personal se considera como una pieza primordial dentro de cualquier organización ya sea pública o privada, así que los buenos resultados están en buscar personal idóneo para que puedan ocupar buenos puestos de trabajo.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Problema General

¿En qué medida el talento humano incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022?

1.2.2 Problemas Específicos

- a) ¿De qué manera el diseño de perfiles incide en la competitividad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022?
- b) ¿De qué manera el puesto de trabajo incide en el beneficio neto de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022?
- c) ¿De qué manera la confiabilidad incide en las ventas de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022?
- d) ¿En qué medida la satisfacción del cliente incide en el rendimiento operativo de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022?

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 Objetivo General

Determinar en qué medida el talento humano incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022

1.3.2 Objetivos Específicos

- a) Evaluar de qué forma el diseño de perfiles incide en la competitividad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022
- b) Verificar si el puesto de trabajo incide en el beneficio neto de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.
- c) Verificar si la confiabilidad incide en las ventas de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022
- d) Establecer si la satisfacción del cliente incide en el rendimiento operativo de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022

1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La relevancia de comprender la relación entre la gestión del talento humano y la rentabilidad empresarial es fundamental en un entorno económico y empresarial dinámico como el que enfrenta la Empresa Amalbert Cosmetic en la Provincia de Huaral durante el año 2022.

Esta investigación surge de la necesidad de abordar un vacío identificado en la comprensión de cómo las prácticas de gestión del capital humano pueden influir directamente en los resultados financieros de una empresa específica, en este caso, Amalbert Cosmetic. La importancia de este estudio radica en varios aspectos cruciales:

Contribución al Conocimiento Empresarial: Examinar cómo la gestión efectiva del talento humano puede afectar directamente la rentabilidad empresarial brinda una perspectiva valiosa para la comprensión de las estrategias de recursos humanos en el ámbito empresarial contemporáneo.

Optimización de Estrategias Empresariales: Al comprender cómo las acciones relacionadas con la gestión del talento humano impactan en la rentabilidad, se podrán identificar áreas de mejora y oportunidades para optimizar las estrategias empresariales de Amalbert Cosmetic.

Valor Práctico: Los hallazgos de esta investigación tendrán aplicaciones directas en la toma de decisiones estratégicas de la empresa, permitiendo el diseño e implementación de políticas más efectivas en cuanto a la gestión del capital humano en función de los objetivos de rentabilidad.

Relevancia para el Contexto Actual: En un entorno empresarial altamente competitivo y cambiante, comprender cómo maximizar el potencial del talento humano para impulsar la rentabilidad se vuelve esencial para la sostenibilidad y el crecimiento de la empresa.

En conclusión, esta investigación busca llenar un vacío significativo en la comprensión de la dinámica entre el talento humano y la rentabilidad en Amalbert Cosmetic durante el año 2022. Los resultados proporcionarán insights valiosos y prácticos para mejorar la gestión del capital humano, no solo en esta empresa en particular, sino también en el contexto empresarial más amplio

1.5 DELIMITACIÓN DEL ESTUDIO

La investigación se llevará a cabo en las instalaciones de Amalbert Cosmetic, ubicada en la Provincia de Huaral. La ejecución del estudio estará sujeta al estricto cumplimiento de los protocolos postpandemia COVID-19, considerando las medidas

necesarias para salvaguardar la salud y seguridad de los participantes. Se planea tener contacto con diversos miembros del personal, incluyendo gerentes, directores de ventas, promotoras de ventas y especialistas en talento humano.

El objetivo principal de esta investigación es evaluar la relación entre la gestión del talento humano y la rentabilidad de la empresa. Para alcanzar este propósito, se llevará a cabo la recolección de datos, centrándonos en confirmar la hipótesis propuesta. Este proceso incluirá la revisión de los registros económico-financieros mediante análisis de los registros contables.

Asimismo, se verificará la existencia y eficacia de los instrumentos de gestión que sirven como base para las funciones desempeñadas por los distintos funcionarios de la empresa. Para obtener datos y información relevantes, se aplicarán encuestas y cuestionarios, asegurando así una metodología integral que respalde la validez y confiabilidad de los resultados obtenidos.

1.6 VIABILIDAD DEL ESTUDIO

El avance de la investigación se ha confirmado como viable, respaldado por la aplicación rigurosa de la normativa legal pertinente. Además, se ha contado con la colaboración y participación del talento humano de la empresa, así como con el respaldo de información brindada por profesionales expertos en asuntos relacionados con el talento humano en el ámbito empresarial.

A lo largo de todo el proceso investigativo, se ha seguido y aplicado la metodología propuesta de manera exhaustiva y detallada. Esta metodología, cuidadosamente seleccionada, nos ofrece la oportunidad de abordar los problemas planteados con una visión precisa y orientada hacia la obtención de soluciones concretas, respondiendo a las necesidades específicas de nuestra entidad.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

En esta situación, hemos llevado a cabo diversas consultas en las áreas de la Facultad de Economía, Contabilidad y Finanzas, así como en la Facultad de Contabilidad y Economía, confirmando la veracidad de esta premisa. Al revisar la investigación relacionada con este tema, notamos la existencia de enfoques generales pero la ausencia de estudios específicos que se centren en esta temática. Por lo tanto, formulamos la hipótesis de que el presente trabajo constituiría una investigación original y sin precedentes en este campo.

Antecedentes Internacionales

Mhagama, (2019) El propósito fundamental de esta investigación es analizar cómo la gestión del talento incide en el rendimiento de las entidades gubernamentales. Se empleó un enfoque de análisis de datos para generar estadísticas descriptivas e inferenciales basadas en información recopilada de 96 encuestados. Los hallazgos revelan que la atracción, retención, desarrollo e identificación del talento tienen un impacto notable, aproximadamente del 5%, en el valor de agencia en el ámbito público. Además, se constata que la gestión del talento influye significativamente en el desempeño general de la organización. La investigación resalta la importancia de enfocarse en las prácticas de gestión del talento, ya que estas contribuyen al mejoramiento del rendimiento organizacional. Estas prácticas deben incorporar aspectos como la atracción, retención, desarrollo e identificación del talento.

Ahmad (2020) El objetivo de este estudio es comprender cómo las estrategias de gestión del talento influyen en la obtención de una ventaja competitiva en dos empresas jordanas: Orange y Umniah. Se analizaron datos provenientes de cuestionarios completados por 169 directivos, seleccionados de un total de 700, pertenecientes a estas empresas. Los resultados señalan que los procesos de gestión del talento impactan en la búsqueda de ventajas competitivas dentro del ámbito de las telecomunicaciones en Jordania. Se identificó que el desarrollo del talento se posiciona como la prioridad principal, seguido por el descubrimiento, adquisición y, finalmente, la retención del talento. Este estudio subraya la importancia para las empresas de enfocarse en la contratación de empleados talentosos y en la inversión en el desarrollo tanto del talento como del capital intelectual.

Antecedentes nacionales

Morisaki (2021) El objetivo de este estudio se centra en Agroindustrial Tumán S.A.A., con el propósito de idear una estrategia para mejorar las habilidades de los directivos y, así, elevar la competencia general del personal en la empresa. Se empleó un diseño cuasiexperimental de tipo explicativo como método de estudio. Los resultados obtenidos exhibieron un índice de confiabilidad del 0,995, un valor que se considera óptimo y confiable al ser superior a 0,9. En última instancia, se evaluaron las competencias clave investigadas hasta el momento, concluyendo que, en su mayoría, estas competencias han demostrado ser exitosas en organizaciones similares y resultan ser ideales para empresas agroindustriales.

Quispe (2021) El propósito de este estudio fue analizar la conexión entre la gestión del talento en Electro Oriente y la rentabilidad en la región amazónica durante el período de 2018 a 2020. La investigación se llevó a cabo en un enfoque no experimental, de naturaleza cuantitativa, y se basó en un diseño fundamental de nivel correlacional y transversal. Esto resultó en la obtención de un índice alfa de Cronbach de 0,83 para la gestión del talento y de 0,80 para la rentabilidad. Se concluye que enfocarse en el talento y su gestión es crucial, dado que se ha establecido una relación positiva entre la gestión del talento y la rentabilidad, lo que puede generar beneficios para las empresas y mejorar la efectividad y eficiencia de los empleados y la organización en general. Además, se identificó una correlación directa entre las variables, con un impacto evidente en la productividad y la capacidad de respuesta de los gerentes ante diversas situaciones, lo que destaca la motivación de los empleados para alcanzar objetivos comunes y, consecuentemente, un aumento en la rentabilidad.

2.2 BASES TEÓRICAS

2.2.1 Talento Humano

Chiavenato (2009), “El concepto de gestión del talento está estrechamente relacionado con el capital humano, representando un valioso recurso que las organizaciones acumulan para mejorar su competitividad y alcanzar el éxito. Se define como el conjunto de políticas y prácticas necesarias para manejar aspectos relacionados con las personas o recursos en la gestión, abarcando el reclutamiento, la selección, la formación, la compensación y la evaluación del rendimiento (p. 52).

La gestión del talento humano implica un cambio en la forma de gestionar, pasando de simplemente manejar personas a trabajar con ellas. Este enfoque

implica que el Departamento de Recursos Humanos (DHR) debe evolucionar hacia una disciplina que fomente la participación de las personas en la toma de decisiones, transformando a los gerentes de jefes autocráticos a líderes que guían y motivan. Se busca aprovechar la inteligencia y los talentos individuales para generar sinergias, combinando esfuerzos y ampliando el conocimiento dentro de la organización.” (Chiavenato,2009, p. 12).

Descripción y valoración de cargos

Este proceso implica la adquisición, evaluación y organización de información específica sobre los roles dentro de la instalación. Lo distintivo de esta tarea radica en analizar cada tarea en sí misma, no la persona que la desempeña. Este primer paso consiste en identificar los aspectos inherentes al puesto de trabajo, como la ubicación, las herramientas, la descripción del rol, así como las cualidades y requisitos necesarios que el candidato debe cumplir o poseer para desempeñar eficazmente dicha labor.

Información en el Análisis de Puestos

La descripción de puestos es un procedimiento que implica detallar las funciones o habilidades que componen una posición laboral, diferenciándola de otros roles existentes en la empresa. Este proceso implica una especificación minuciosa de las habilidades o tareas, su frecuencia de desempeño, los métodos utilizados para llevar a cabo estas responsabilidades, así como una lista de los objetivos asociados al cargo. Básicamente, constituye una enumeración de los aspectos centrales del puesto, sus deberes y responsabilidades:

Información relevante al buscar empleo, como el título del puesto.

La ubicación de la posición en el organigrama (nivel, jerarquía, supervisión).

Las tareas habituales y ocasionales vinculadas a esta posición.

Los requisitos intelectuales (educación básica, experiencia previa, habilidades necesarias).

Los requisitos físicos (esfuerzo, concentración, condición física requerida).

Las responsabilidades abarcadas (garantizar la seguridad del personal, materiales, métodos, manejo de fondos, valores o documentos, información confidencial).

Las condiciones laborales (ambiente de trabajo, riesgos inherentes).

El proceso de contratación de personal.

Chiavenato (2004), El reclutamiento se define como un conjunto de tácticas y procedimientos orientados a atraer a individuos potencialmente capacitados para ocupar cargos dentro de una entidad. En esencia, constituye un sistema informativo mediante el cual una organización difunde y ofrece oportunidades laborales que busca cubrir en el mercado de recursos humanos. Por ende, para ser efectivo, el reclutamiento debe captar un número adecuado de candidatos que permita desarrollar de manera adecuada el proceso de selección.

Según Werther y Davis (2020), el reclutamiento es el proceso de identificar y contratar a individuos cualificados para ocupar vacantes dentro de una organización.

Dicho proceso se inicia con la búsqueda de candidatos y culmina con la recepción de solicitudes

Tipos de reclutamiento. Reclutamiento interno.

Chiavenato (2004), Es fundamental considerar que el reclutamiento interno se manifiesta cuando surge una vacante en la empresa y esta busca llenarla mediante la movilización de sus empleados. Esta movilización puede tomar diferentes formas, ya sea a través de promociones (ascendiendo verticalmente), transferencias a otros roles (moviéndose horizontalmente), o mediante movimientos diagonales.

Dentro del reclutamiento interno se pueden incluir acciones como:

Reutilización de la mano de obra interna.

Promoción de empleados actuales.

Facilitación de transferencias con apoyo del personal.

Implementación de planes de desarrollo personal.

Establecimiento de un "plan de profesionalización" vinculado al progreso laboral.

El reclutamiento interno se fundamenta en datos e información procedentes de otros sistemas, incluyendo:

Evaluación del rendimiento interno del candidato.

Resultados de programas de capacitación y mejora en los que participan empleados internos.

Análisis y descripción de los roles actuales de los candidatos internos y los roles considerados para evaluar diferencias y otros requisitos necesarios.

Planificación de carreras o movilidad para determinar la mejor dirección profesional.

Condiciones de promoción para candidatos internos y sus sustitutos.

Para lograr un reclutamiento interno exitoso, es esencial una coordinación interna

entre el departamento de recursos humanos y otros comités dentro de la empresa.

Ventajas de reclutamiento interno

El reclutamiento interno ofrece ventajas económicas al evitar costos asociados con anuncios en medios de comunicación, servicios de contratación externa, procesos de aceptación, integración de nuevos empleados y otros gastos relacionados con nuevas contrataciones.

Asimismo, se destaca por su rapidez al evitar los retrasos comunes en contrataciones externas, como la espera de la publicación en medios, la demora en encontrar candidatos, posibles plazos de preaviso en los empleos anteriores del candidato seleccionado y otros retrasos inherentes al proceso de contratación externa.

Además, presenta indicadores más sólidos en términos de efectividad y seguridad, constituye un fuerte motivador para los empleados y aprovecha al máximo las inversiones que la empresa ha realizado en el desarrollo y formación del talento interno.

Desventajas de reclutamiento interno

El reclutamiento interno ofrece ventajas económicas al evitar costos asociados con anuncios en medios de comunicación, servicios de contratación externa, procesos de aceptación, integración de nuevos empleados y otros gastos relacionados con nuevas contrataciones.

Asimismo, se destaca por su rapidez al evitar los retrasos comunes en contrataciones externas, como la espera de la publicación en medios, la demora en

encontrar candidatos, posibles plazos de preaviso en los empleos anteriores del candidato seleccionado y otros retrasos inherentes al proceso de contratación externa.

Además, presenta indicadores más sólidos en términos de efectividad y seguridad, constituye un fuerte motivador para los empleados y aprovecha al máximo las inversiones que la empresa ha realizado en el desarrollo y formación del talento interno.

Reclutamiento externo

Chiavenato (2004), Las referencias a los candidatos de contratación externa hacen alusión a individuos que no forman parte de la organización en cuestión. En este caso, cuando existe una vacante laboral, la organización busca llenarla con personas que no forman parte de su plantilla actual. Estos candidatos son atraídos mediante diversas técnicas de reclutamiento. Este enfoque de contratación involucra a personas que no están actualmente empleadas en la organización o que trabajan para otras empresas, y puede incluir una o más de las siguientes técnicas de reclutamiento.:

Solicitudes espontáneas de candidatos: Aquellos que deseen postularse sin haber sido considerados previamente para ofertas laborales deberán enviar su currículum. Este método suele ser de bajo costo y, cuando funciona, resulta bastante ágil.

Presentación de candidatos por parte de empleados de la empresa: Es un método rentable y rápido, fortalece la comunicación informal y permite que los empleados colaboren con la organización formal.

Anuncios en la entrada de la empresa: Aunque económico, su eficacia y rapidez dependen de varios factores, especialmente la ubicación de la empresa. Por lo general, se usa para puestos de nivel bajo.

Colaboración con sindicatos y asociaciones profesionales: Aunque menos potente que el método anterior, implica a otras organizaciones sin generar altos costos. Sirve como apoyo a una estrategia principal (un enfoque indirecto).

Relaciones con universidades, sindicatos estudiantiles y centros de educación-empresa: Se centra en difundir las oportunidades de la empresa (un enfoque indirecto).

Conferencias y presentaciones en universidades y escuelas: Su objetivo es familiarizar a la audiencia con la empresa, creando una imagen positiva al describir la organización, sus objetivos y estructura.

Colaboración con otras empresas del mismo mercado: Se trata de una técnica de cooperación directa entre empresas

Viajes de reclutamiento fuera de la localidad:

Esta estrategia se utiliza cuando el mercado laboral local está saturado.

Anuncios en periódicos y revistas: Son efectivos para atraer candidatos, aunque suelen ser más cuantitativos que cualitativos.

Agencias de contratación: Aunque son costosas, su eficiencia se ve reflejada en el tiempo y el rendimiento.

La organización utiliza todos los grupos étnicos mencionados anteriormente para anunciar oportunidades laborales y encontrar recursos humanos adecuados.

Ventajas del reclutamiento externo:

Aporta nuevos conocimientos y experiencia a la organización, introduciendo nuevas ideas y enfoques para resolver problemas.

Renueva y enriquece los recursos de la organización, especialmente cuando se contrata personal con habilidades equivalentes o superiores a los actuales.

Aprovecha las inversiones previas en formación y desarrollo de personas de otras empresas o de los propios candidatos.

Desventajas del reclutamiento externo:

Suelen requerir más tiempo que la contratación interna.

Son más costosos y conllevan gastos inmediatos.

Menos seguro que el reclutamiento interno.

Puede generar frustración entre los empleados si se prioriza sobre el reclutamiento interno.

Puede influir en la política salarial de la empresa.

Selección del Talento Humano

La selección de talento está influenciada por diversos factores organizacionales, como la cultura, la estructura, la tecnología y la mentalidad empresarial (Chiavenato, 2002).

La selección de personal implica elegir y evaluar a los candidatos cuyas

características y perfiles se ajusten al perfil requerido para un puesto específico (Alles, 2021)

Este proceso es una actividad organizada y metódica que atrae, evalúa e identifica rasgos y habilidades en un grupo de individuos, llamados candidatos, que los distinguen y los hacen más aptos para el puesto. Estas características y habilidades son identificadas como requisitos esenciales para un desempeño eficaz y eficiente en tareas laborales específicas.

Chiavenato también señala que la selección es principalmente un proceso de comparación y toma de decisiones. Se trata de analizar y describir el puesto, mientras se evalúan candidatos que pueden ser notablemente diferentes entre sí (Chiavenato, 2004)

2.2.2 Rentabilidad

Calderón, (2021) expresan que la rentabilidad se define como el rendimiento de las inversiones en relación con los resultados obtenidos, considerándose así un indicador clave del desempeño empresarial (p. 22). Asimismo, el mismo autor sugiere el uso y revisión de ratios financieros para evaluar la rentabilidad de una empresa.

Dessler, (2019) describe la rentabilidad como la conexión entre las ganancias operativas y las inversiones, expresada usualmente como un porcentaje (p. 62).

Por su parte, Ccaccya,(2020) indica que la rentabilidad es una medida del desempeño y eficiencia de una organización en la generación de ganancias y la inversión para promover el crecimiento y desarrollo (p. 53).

En resumen, se destaca la importancia para las organizaciones de buscar alcanzar la máxima rentabilidad para asegurar su continuidad en el mercado. Además, se enfatiza la utilidad de los informes económicos y las cuentas anuales para orientar las decisiones relacionadas con adquisiciones y contrataciones.

Aunque existen múltiples métodos de medir la rentabilidad, todos convergen en un formato común: [El formato de medición de rentabilidad:

$$\text{Rentabilidad} = \frac{\text{Beneficios}}{\text{Recursos Económicos}}$$

Las ratios de rentabilidad:

Ccaccya, (2020) afirma que las ratios proporcionan un diagnóstico empresarial, ofreciendo una visión sobre la capacidad de la empresa para cubrir sus gastos y el rendimiento de los inversores basándose en las ventas y las inversiones. Entre los más habituales se encuentran:

ROA (Return on Assets o Retorno de la Inversión):

Este indicador permite evaluar la eficiencia global de uso de activos sin considerar el financiamiento y su impacto. El ROA posibilita analizar los activos al relacionar los resultados operativos netos con la inversión total en activos. Su interpretación radica en la compensación de los activos de la empresa, siendo deseable un valor más alto para maximizar la rentabilidad de dichos activos.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad neta} + \text{intereses}}{\text{Activo total}}$$

La rotación de los activos

Esto nos brinda información sobre la capacidad y eficacia con la que una organización genera ingresos en relación con la utilización y la magnitud de sus activos fijos o circulantes.

TOTAL, DE VENTAS

TOTAL, DE ACTIVOS

El ROE, conocido como rentabilidad sobre el capital, representa la rentabilidad financiera y refleja la ganancia obtenida por el inversionista. Es un indicador que sugiere cómo deberían redistribuirse las contribuciones de capital.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$$

El margen comercial se define como la rentabilidad sobre las ventas de la empresa, tomando en cuenta únicamente los costos de producción.

Las tipologías de rentabilidad, según Ccaccya, (2020) se dividen en:

Rentabilidad Financiera (BAT): Refiere la capacidad de una empresa para generar utilidades basadas en las inversiones de los accionistas. Esta métrica mide la eficiencia del patrimonio neto en relación con los resultados previos a impuestos. Dado su enfoque, esta rentabilidad está estrechamente relacionada con los inversionistas o accionistas, ya que es lógico que busquen aumentar sus ganancias (p. 107).

Rentabilidad Económica (BAIT): Se calcula conectando la utilidad obtenida antes de los costos financieros y los impuestos con el activo total de la empresa, ofreciendo un índice que evalúa la eficiencia de los activos. La rentabilidad económica revela la tasa de remuneración del total de recursos invertidos (p. 109).

Margen de utilidad: Relaciona la utilidad neta con los niveles de ventas, lo que permite medir las ganancias obtenidas por la organización.

Fórmula:

Margen de utilidad neta = Utilidad neta / Ventas netas

En el ámbito del análisis contable, Zabaleta, (2022) indica que, al analizar una organización, se enfoca en la solvencia y rentabilidad en relación con el análisis económico y financiero. Esto se cuantifica desde funciones como el análisis de rentabilidad, solvencia y estructura financiera. La rentabilidad se considera como una retribución a la inversión y al riesgo que implica, así como la capacidad de la organización para cumplir con sus responsabilidades y obligaciones. (p. 97)

2.3 BASES FILOSÓFICAS

Talento Humano

Al respecto podemos definir que abarca la esencia intrínseca de las capacidades, habilidades y potencialidades que definen a cada individuo en su conjunto. Filosóficamente, se conecta con la noción de la excelencia inherente al ser humano y su capacidad para manifestar y desarrollar habilidades particulares, ya sean cognitivas, emocionales, creativas o técnicas.

Desde una perspectiva filosófica, el Talento Humano refleja la expresión de la singularidad de cada persona y su capacidad para contribuir al mundo. Encierra la idea de que cada individuo posee un conjunto único de habilidades y destrezas que pueden ser cultivadas y mejoradas a través del aprendizaje, la experiencia y la dedicación.

Este concepto se entrelaza con la filosofía de la autorrealización y el desarrollo personal, al enfatizar la importancia de identificar, nutrir y potenciar las capacidades individuales para alcanzar un mayor crecimiento y contribución tanto a nivel personal como a la sociedad en su conjunto.

La filosofía del Talento Humano también puede relacionarse con la ética y la responsabilidad, ya que implica el reconocimiento y respeto por la diversidad de habilidades y talentos, así como la necesidad de proporcionar entornos y oportunidades que permitan el florecimiento pleno de las capacidades individuales.

En esencia, el Talento Humano, desde una perspectiva filosófica, representa la esencia única y la riqueza innata de las capacidades humanas, destacando la importancia de su desarrollo y aplicación para enriquecer la existencia individual y colectiva.

Para Aristóteles, el cambio es el tránsito de la potencia al acto. La idea de potencia siempre está relacionada a algo dinámico. La sustancia siempre está cambiando, siempre tiene esa doble perspectiva como “ser en acto” y “ser en potencia”. La semilla está en acto como semilla, pero es un árbol en potencia. Es decir que la semilla es acto, pero también es potencia.

Ahora saltemos al mundo de las empresas, y sobre todo a la Gestión del Talento. Tenemos empleados que tienen alto potencial –es decir- que prometen y mucho. Son esos talentos de los que sabemos que invertir en ellos viene con buen retorno. Sontierra fértil. Son

semillas, pero son árboles en potencia.

Rentabilidad

La "**renta en las empresas**" desde una perspectiva filosófica puede ser entendida como la manifestación de la productividad y el valor que una organización genera a través de sus actividades. Aquí tienes una descripción y características desde ese punto de vista:

Manifestación de valor: La renta en una empresa representa la medida del valor agregado por encima de los costos incurridos. Filosóficamente, esto puede asociarse con la contribución de la empresa al bienestar y desarrollo de la sociedad.

Equilibrio ético: Desde una perspectiva filosófica, la renta empresarial puede estar relacionada con la ética, representando una armonía entre la generación de ingresos y el impacto social y ambiental. Una empresa rentable, en este contexto, no solo busca ganancias, sino que considera el bienestar de sus empleados, clientes y el entorno.

Crecimiento sostenible: La renta en una empresa no solo se relaciona con la rentabilidad económica, sino también con la sostenibilidad a largo plazo. Filosóficamente, se trata de un equilibrio entre la rentabilidad actual y la preservación de recursos y valores a lo largo del tiempo.

Generación de valor compartido: En un enfoque filosófico, la renta empresarial puede asociarse con la generación de valor para todas las partes interesadas, incluidos empleados, accionistas, proveedores y la comunidad en general. Se trata de un concepto de prosperidad colectiva.

Responsabilidad y transparencia: La renta empresarial puede vincularse con la responsabilidad y transparencia en la gestión financiera. Desde una perspectiva filosófica, una empresa ética y responsable busca generar rentabilidad de manera honesta y

transparente, evitando prácticas que afecten negativamente a otros.

En resumen, la renta en las empresas, desde una visión filosófica, va más allá de las cifras financieras y se conecta con valores éticos, responsabilidad social y la creación de un entorno armonioso y sostenible tanto para la empresa como para la sociedad en general.

La filosofía del margen en el contexto empresarial se centra en un concepto esencial: la rentabilidad como resultado de la gestión de recursos en pos de objetivos específicos.

Aquí tienes una reestructuración de la información:

El enfoque en márgenes y rentabilidad por lo general se restringe a los aspectos financieros dentro de las empresas. Sin embargo, la filosofía del margen es un conjunto de ideas que rodean un principio simple, pero a menudo ignorado en el pensamiento empresarial.

El concepto del margen no está confinado a un solo departamento, como finanzas o producción; más bien, se trata de una perspectiva holística que involucra a toda la organización.

Sánchez (2002) describe la rentabilidad como un término que abarca todas las actividades económicas, donde se utilizan recursos materiales, humanos y financieros con el fin de alcanzar objetivos específicos. Esto implica que la rentabilidad no solo se reduce a los aspectos financieros, sino que también se conecta con la eficiencia en la gestión de recursos y la consecución de metas concretas en todos los ámbitos de la empresa.

En resumen, la filosofía del margen no se limita a aspectos financieros, sino que se trata de una comprensión global sobre la gestión de recursos y su relación con los resultados buscados en una organización

2.4 DEFINICIONES CONCEPTUALES

Beneficio Neto. - es la ganancia que obtiene una empresa luego de deducir todos los costos, impuestos, gastos operativos y financieros de los ingresos generados. Es el resultado final, la utilidad neta que refleja la rentabilidad de una empresa después de considerar todos los desembolsos y cargos asociados a sus operaciones. Este indicador es fundamental para evaluar la eficiencia y la salud financiera de una compañía, ya que muestra el verdadero ingreso neto disponible después de todas las obligaciones y costos financieros han sido sustraído.

Competitividad. - La competitividad se refiere a la capacidad que tiene una empresa, industria o país para generar bienes y servicios que satisfagan las necesidades del mercado de manera eficiente y sostenible. Implica la habilidad de mantener y mejorar continuamente la productividad, la calidad, la innovación y la eficacia en comparación con otros actores en el mismo ámbito.

En el contexto empresarial, la competitividad es fundamental para lograr una posición destacada en el mercado, atraer clientes y mantenerse viable en entornos económicos cambiantes. Esto puede lograrse mediante estrategias que maximicen la eficiencia, reduzcan costos, mejoren la calidad y fomenten la innovación y la diferenciación de productos o servicios. Además, la competitividad no solo se trata de mantener bajos costos, sino también de generar valor y mantener una ventaja sostenible en el mercado

Confiabledad. – está referido a la consistencia y precisión de un resultado, medición o prueba. En el contexto de la investigación o las mediciones, indica la capacidad de un método o instrumento para proporcionar resultados consistentes y estables en diferentes

situaciones o momentos. Una medición o prueba se considera confiable si, al repetirla bajo condiciones similares, produce resultados consistentes.

En las investigaciones, se busca que los instrumentos de medición utilizados sean confiables para garantizar que los resultados reflejen de manera precisa y consistente lo que se está midiendo, sin fluctuaciones excesivas o variaciones no atribuibles a la variable en estudio. La confiabilidad es un aspecto fundamental para la validez de cualquier estudio, ya que unos resultados poco confiables pueden llevar a conclusiones erróneas o poco sólidas

Diseño de perfiles. – Esta referido al proceso de crear descripciones detalladas y específicas de los roles, responsabilidades, habilidades y requisitos necesarios para ocupar determinadas posiciones dentro de una organización. Estos perfiles describen de manera detallada las cualidades y competencias que se esperan de los candidatos que ocuparán esas posiciones.

El diseño de perfiles de trabajo implica identificar y detallar las responsabilidades principales, las habilidades necesarias, la experiencia requerida y cualquier otro requisito específico para un puesto en particular. Estos perfiles se utilizan en los procesos de reclutamiento, selección y evaluación de candidatos para asegurarse de que las personas contratadas se ajusten adecuadamente a las demandas del puesto.

Además, estos perfiles ayudan a las empresas a definir claramente las expectativas del rol, facilitando la toma de decisiones al momento de evaluar a los candidatos y asegurando una mejor alineación entre las habilidades y capacidades del empleado con las necesidades y metas de la organización.

Puesto de Trabajo. – Esta referido a una posición específica dentro de una organización que tiene roles, responsabilidades y tareas asignadas. Es una unidad básica en la estructura organizativa, y cada puesto generalmente tiene un conjunto definido de funciones y deberes que se esperan que el titular del puesto complete.

Cada puesto de trabajo tiene atribuciones particulares, requisitos de habilidades y conocimientos necesarios para desempeñar eficazmente las funciones designadas. Estos pueden incluir tareas diarias, responsabilidades específicas, objetivos a alcanzar, autoridad sobre ciertas decisiones y niveles de supervisión.

El diseño de un puesto de trabajo implica identificar y establecer claramente las responsabilidades, habilidades, cualidades y requisitos que se necesitan para desempeñar ese papel de manera eficiente. Esto ayuda a definir roles dentro de la organización, facilita la asignación de responsabilidades y establece una base clara para la contratación, evaluación y desarrollo de los empleados.

Rendimiento Operativo. –Está referido a la eficiencia y efectividad con la que una empresa lleva a cabo sus operaciones centrales para generar ingresos a partir de sus actividades comerciales habituales. Este indicador evalúa la capacidad de una empresa para utilizar sus recursos (tales como mano de obra, materias primas, equipos, entre otros) para producir bienes o servicios y obtener beneficios.

El rendimiento operativo se calcula considerando los ingresos generados por las operaciones de la empresa menos los costos operativos asociados directamente con la producción, tales como los costos de materiales y mano de obra directa. En esencia, muestra cuánto beneficio genera una empresa a partir de sus actividades principales,

excluyendo elementos financieros como impuestos, intereses o inversiones.

Es un indicador clave para medir la eficiencia y rentabilidad de una empresa en su núcleo operativo, lo que permite evaluar la gestión y el rendimiento sin considerar factores externos o financieros que podrían distorsionar la imagen real del desempeño operativo de la empresa.

Satisfacción del Cliente. - se refiere al nivel de contento, cumplimiento de expectativas y grado de felicidad que experimenta un cliente después de haber adquirido y utilizado un producto o servicio. Es un factor fundamental para las empresas, ya que los clientes satisfechos tienden a ser leales, recomendar la marca y generar un impacto positivo en la reputación y el éxito de la empresa.

Para medir la satisfacción del cliente, las empresas suelen utilizar encuestas, análisis de comentarios y quejas, así como métricas como el Net Promoter Score (NPS) o el Customer Satisfacción Score (CSAT). Estas herramientas permiten obtener una visión cuantitativa y cualitativa de cómo los clientes perciben la calidad, el servicio y la experiencia proporcionados por la empresa.

La satisfacción del cliente es un indicador clave de la calidad del producto o servicio, la atención al cliente y la capacidad de la empresa para cumplir con las expectativas del mercado. Su gestión y mejora continua son estratégicas para mantener relaciones sólidas con los clientes y fortalecer la posición competitiva de la empresa.

Ventas. - se refieren al proceso de intercambio de bienes o servicios por dinero o cualquier

otra forma de pago entre un vendedor y un comprador. Este proceso es esencial en cualquier actividad comercial y constituye una parte fundamental de la economía. Las ventas pueden llevarse a cabo en diversos entornos, como tiendas físicas, comercio electrónico, por teléfono, entre otros.

El objetivo principal de las ventas es persuadir a los posibles clientes para que adquieran los productos o servicios que ofrece una empresa. Este proceso implica la identificación de necesidades, la presentación de soluciones, la negociación y, finalmente, el cierre de la transacción.

Las estrategias de ventas pueden variar según la industria, el tipo de producto o servicio, y el mercado al que se dirigen. Las habilidades de los profesionales de ventas, la comprensión del mercado y la capacidad para establecer relaciones con los clientes son aspectos clave para el éxito en esta área.

El rendimiento de las ventas suele medirse mediante indicadores como el volumen de ventas, la cuota de mercado, el valor de las transacciones y la retención de clientes. Una gestión efectiva de las ventas contribuye al crecimiento y la rentabilidad de una empresa.

2.5 HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

2.5.1 Hipótesis General

El talento humano incide significativamente en la rentabilidad de la empresa
AmalbertCosmetic Provincia de Huaral 2022

2.5.2 Hipótesis Específica

- El diseño de perfiles incide significativamente en la competitividad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

- El puesto de trabajo incide significativamente en el beneficio neto de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

- La confiabilidad incide significativamente en las ventas de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022

- La satisfacción del cliente incide significativamente en el rendimiento operativo de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022

2.6 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES

VARIABLE INDEPENDIENTE

Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Índices
Variable Independiente Talento Humano	David Watkins (1998) definió el talento humano como aquella fuerza humana o aquellos colaboradores que influyen positivamente en el rendimiento empresarial y en la productividad de cualquier organización	Competencia Saber y Hacer -Planeamiento desempeño laboral -Calidad deservicio -Calidad deservicio	-Diseño de Perfiles -Puesto de Trabajo -Confiability -Satisfacción del cliente	- Aptitudes -Reclutamiento Proceso o sistema - Amabilidad

VARIABLE DEPENDIENTE

Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Índices
Variable Dependiente Rentabilidad	La rentabilidad la podemos entender como los beneficios derivados de una determinada inversión. Por lo tanto, es el principal indicador para analizar el comportamiento de una inversión y, portanto, para poder comparar entre diferentes inversiones.	- Eficiencia - Gestión empresarial -Rentabilidad económica -Rentabilidad Económica	- Competitividad - Beneficio Neto - Ventas Rendimiento operativo	Eficiencia Ingresos-Gastos -Acto de Negociación -Beneficio Obtenido.

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1 DISEÑO METODOLÓGICO

3.1.1 Tipo de investigación

El enfoque de este estudio se orienta hacia la investigación descriptiva, con la inclusión del contexto necesario de carácter correlacional. Se espera llevar a cabo el proceso de recolección de datos en el momento habilitado por la agencia, con el propósito de obtener una comprensión detallada de los fenómenos estudiados y explorar posibles relaciones entre las variables relevantes.

3.1.2 Enfoque de investigación

Al respecto se basará en un enfoque cuantitativo, ya que nos permitirá cuantificar la capacidad del talento humano, lo que nos permitirá apreciar sus valores reales y su manifestación en la gestión y su comportamiento observable, medible y tangible.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1 Población

La metodología adoptada para este estudio se fundamenta en enfoques cuantitativos, ya que posibilita la cuantificación del rendimiento de los talentos. De este modo, se estima su valor real y su expresión en la gestión, así como su comportamiento observable, medible y tangible.

3.2.2 Muestra

En la fase de investigación, la muestra representa un conjunto de individuos seleccionados de la población general. En este caso, la muestra incluirá a 80 personas, entre gerentes, directores de ventas y promotores, evaluados por expertos. Para esto, se empleará la fórmula de muestreo aleatorio simple para estimar proporciones, especialmente al considerar una población finita o predefinida, detalle que se describe a continuación.:

$$n = \frac{Z^2 N p q}{E^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

De dónde:

- n** = Tamaño de la muestra
- Z** = Valor de la abscisa de la curva normal para una Probabilidad del 95% de confianza.
- P** = Proporción (Se asume P=0.5).
- Q** = Proporción. (Q = 0.5, valor asumido debido al desconocimiento de Q).
- E** = Parte por falla 5%
- N** = Población
- n** = Volumen óptimo de modelo.

Entonces, se tendrá en cuenta a un nivel de significancia de 95% y 5% como margen de error Remplazando cálculos tenemos:

$$n = \frac{(1.96)^2(100) (0.5) (0.5)}{(0.05)^2(100 - 1) + 1.96^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{96.50}{0.2475 + 0.9604}$$

$$\frac{96.50}{1.20}$$

$$n = 79.59$$

$$n = 80$$

3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.3.1 Técnicas por emplear

El cuestionario es una herramienta que nos permite recabar opiniones de individuos pertenecientes a una muestra específica para comparar hipótesis con los escenarios planteados. La encuesta de opinión, por otro lado, es una tecnología que facilita la obtención de datos, información y opiniones de los encuestados sobre el talento y su influencia en la rentabilidad de Amalbert Cosmetic, en la Provincia de Huaral durante 2022. Finalmente, el análisis de documentos es una tecnología utilizada para recopilar datos y documentación relacionada con el talento y su impacto verificado en la rentabilidad de Amalbert Cosmetic en la provincia de Huaral durante el año 2022.

3.3.2 Descripción de los instrumentos

Ficha bibliográfica:

Herramienta utilizada en el proceso de selección y registro de los diversos textos, monografías, revistas, periódicos y trabajos a los que se tiene acceso en el trabajo de campo, así como información de Internet.

Guía de conversación:

Esta herramienta se desarrolla previamente teniendo en cuenta las variables utilizadas como indicadores identificados para que se pueda obtener información importante de las personas seleccionadas aleatoriamente de la muestra.

Hoja de encuesta:

Instrumento utilizado en el proceso de creación de la información y documentación necesaria y de preparación para su uso con el fin de poder formular preguntas sobre la muestra seleccionada.

Los métodos para verificar la validez y fiabilidad de los instrumentos incluyen la consulta con profesionales expertos para el desarrollo de dichos instrumentos. Es fundamental someter la encuesta (10) a un proyecto piloto que incluya a 80 personas seleccionadas aleatoriamente de la muestra determinada por autoridades, funcionarios, empleados y expertos. Este proceso tiene como objetivo evaluar la calidad de la información recolectada y asegurar su confiabilidad.

3.4 TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

3.4.1 Técnicas de análisis

Se emplearán las siguientes técnicas:

Análisis documental.

Conciliación de datos.

Indagación.

Rastreo.

Estas técnicas se utilizarán para el análisis exhaustivo de la información recopilada y permitirán una evaluación detallada de los datos obtenidos.

3.4.2 Técnicas para el procesamiento de datos

Los trabajos de investigación permitirán utilizar diferentes tecnologías para procesar datos e información obtenidos de diferentes fuentes, tales como:

- Ordenar y categorizar
- Registro manual
- Análisis de documentos
- Tabular con porcentajes
- Aprende sobre gráficos.
- Sincronización de datos

Proceso asistido por computadora utilizando SPSS (Paquete Estadístico para Ciencias Sociales), modelo de correlación de Pearson versión 24.0 y nivel de confianza del 95%.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS

Tabla 1

El talento humano incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral

ALTERNATIVAS	Frecuencia absoluta	Porcentaje	Frecuencia relativa
Muy satisfecho	45	56.15%	56.15
Satisfechos	25	31.30%	31.30
Poco satisfechos	5	6.30%	6.30
Insatisfechos	3	3.75%	3.75
Muy insatisfechos	2	2.50%	2.50
TOTAL	80	100.00%	100.00

Nota: Autoría propia

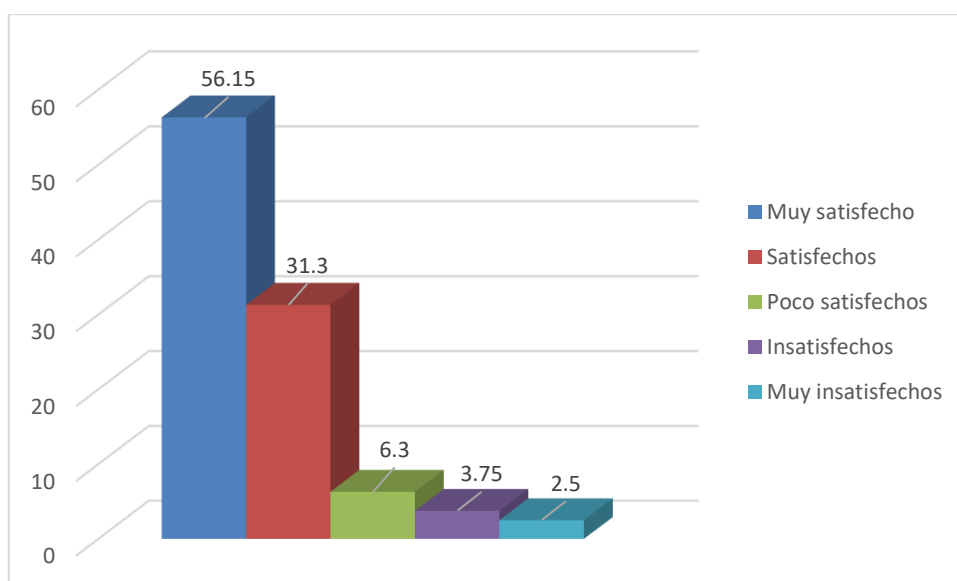


Figura 1.

El talento humano incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provinciale Huaral.

Interpretación

El 56.30% respondieron estar muy satisfechos que el talento humano incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral, el 31.30% consideraron estar satisfecho, un 6.30% poco satisfecho, el 3.75% expresaron estar insatisfecho, y un 2.50% expresaron estar muy insatisfecho.

Tabla 2.

El diseño de perfiles incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral.

ALTERNATIVAS	Frecuencia absoluta	Porcentaje	Frecuencia relativa
Muy satisfecho	40	50.00%	56.20
Satisfechos	20	25.00%	31.30
Poco satisfechos	12	15.00%	6.30
Insatisfechos	04	5.00%	3.70
Muy insatisfechos	04	5.00%	2.50
TOTAL	80	100.00	100.00

Nota: Autoría propia

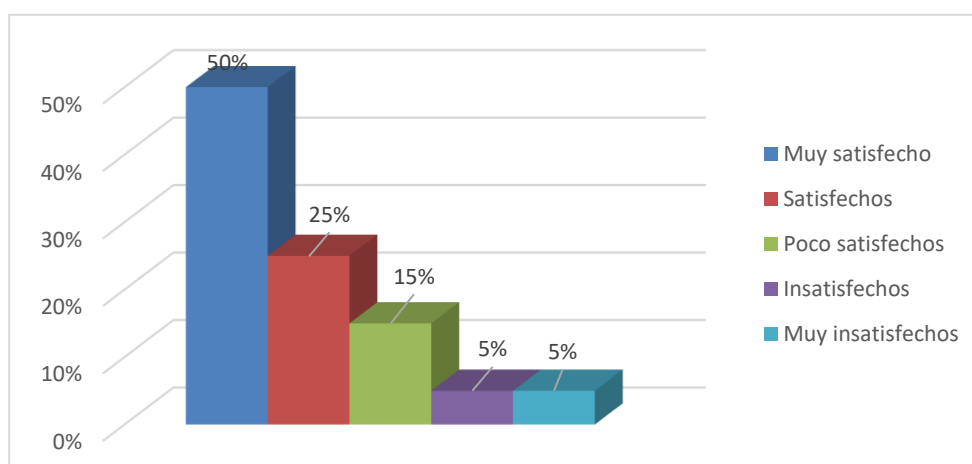


Figura 2.

El diseño de perfiles incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral.

Interpretación

La figura expresa como un 50.00% muy satisfecho, el 25.00% manifestaron estar de satisfecho, que el diseño de perfiles incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral, 15.00% opinaron estar poco de satisfecho frente al 5.00% quienes respondieron estar insatisfecho y el 5.00% muy insatisfecho.

Tabla 3.

Los puestos de trabajos inciden en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

ALTERNATIVAS	Frecuencia absoluta	Porcentaje	Frecuencia relativa
Muy satisfecho	58	72.50	72.50
Satisfechos	15	18.75	18.75
Poco satisfechos	3	3.75	3.75
Insatisfechos	2	2.50	2.50
Muy insatisfechos	2	2.50	2.50
TOTAL	80	100.00	100.00

Nota: Propia auto

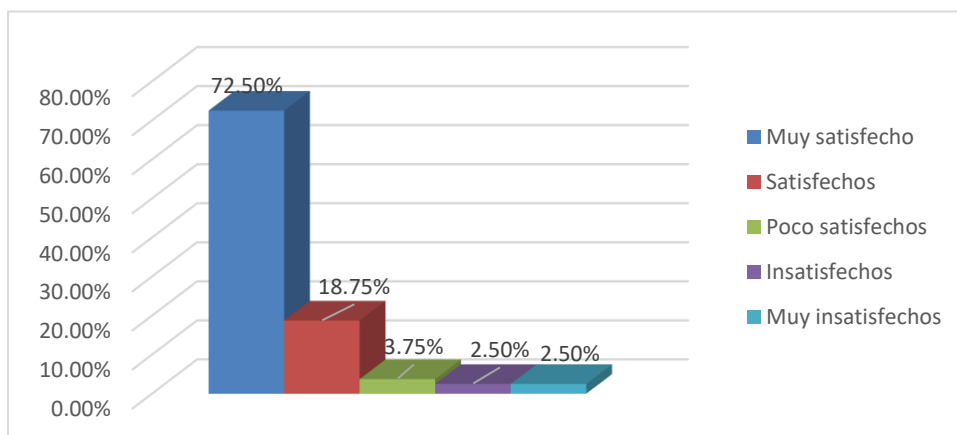


Figura 3.

Los puestos de trabajos inciden en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

Interpretación

La representación nos expresa que un 72.50% respondieron estar muy satisfecho, el 18.75% señalaron estar satisfecho, así como el 3.75% respondieron estar poco satisfecho, contrariamente el 2.50% expresaron estar insatisfecho, mientras el 2.50% manifestaron estar muy insatisfecho. Lo cual se ratifica que la gran mayoría está totalmente de acuerdo que, los puestos de trabajos inciden en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

Tabla 4.

La confiabilidad incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provinciale Huaral 2022.

ALTERNATIVAS	Frecuencia absoluta	Porcentaje	Frecuencia relativa
Muy satisfecho	26	32.50	32.50
Satisfechos	22	27.50	27.50
Poco satisfechos	16	20.00	20.00
Insatisfechos	10	12.50	12.50
Muy insatisfechos	06	7.50	7.50
TOTAL	80	100.00	100.00

Nota: Propia autoría

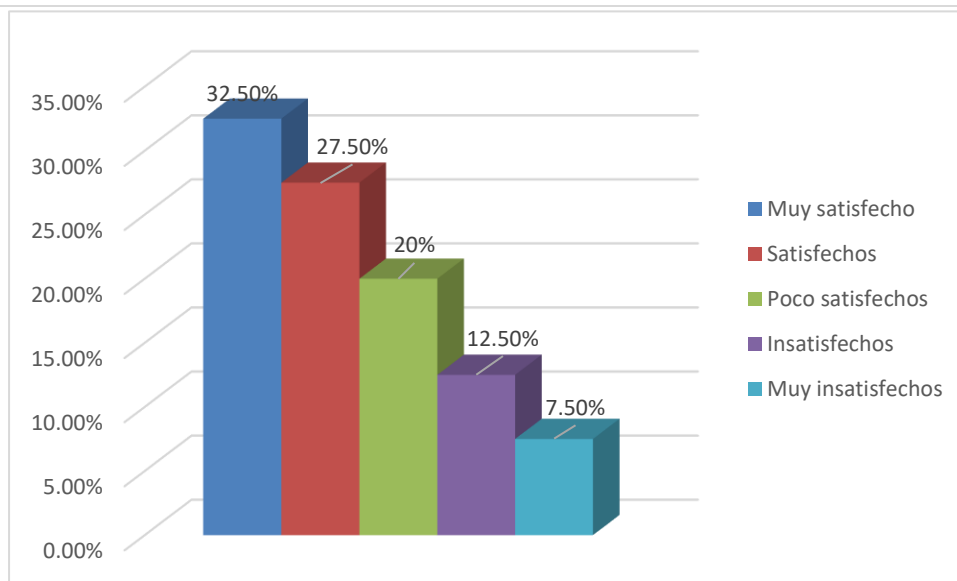


Figura 4.

La confiabilidad incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provinciale Huaral 2022.

Interpretación

Tal como logramos observar el 32.50% respondieron estar muy satisfecho, el 27.50% expresaron estar satisfecho, 20.00% poco satisfecho, contrariamente el 12.50% insatisfecho y el 7.50% manifiestan estar muy insatisfecho. Por lo que se concluye que la gran mayoría considera que, la confiabilidad incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

Tabla 5.

La satisfacción del cliente incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert
Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

ALTERNATIVAS	Frecuencia absoluta	Porcentaje	Frecuencia relativa
Muy satisfecho	43	53.75	53.75
Satisfechos	17	21.25	21.25
Poco satisfechos	10	12.50	12.50
Insatisfechos	05	6.25	6.25
Muy insatisfechos	05	6.25	5.00
TOTAL	80	100.00	100.00

Nota: Propia autoría

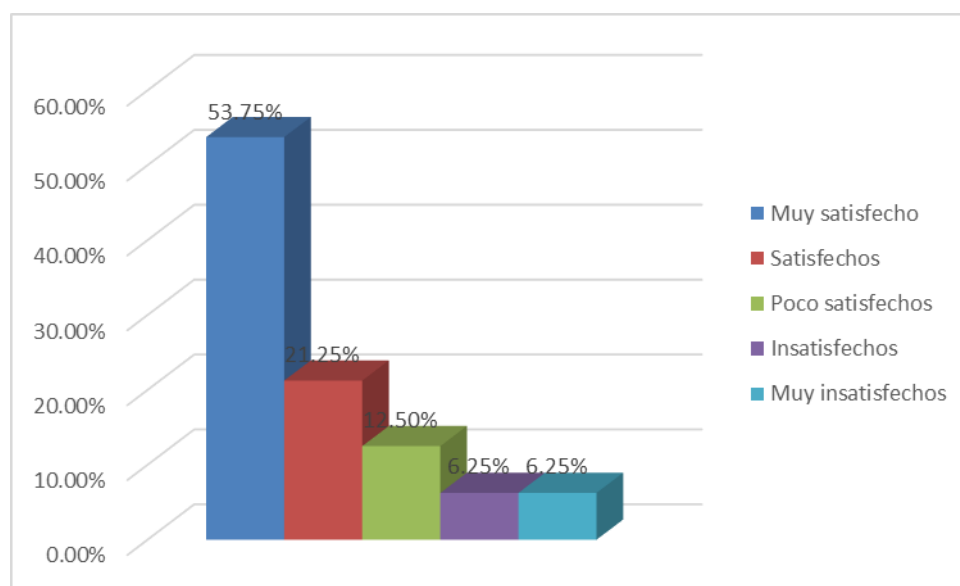


Figura 5.

La satisfacción del cliente incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert
Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

Interpretación

Respondieron a la interrogante como el 53.75% expresaron estar muy satisfecho, el 21.25 % están satisfecho, un 7.50% poco satisfecho; inversamente el 6.25% opinaron estar muy insatisfecho desacuerdo y el 5.00%. Lo cual expresa que la gran mayoría están totalmente de acuerdo de qué, la satisfacción del cliente incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

Tabla 6.

La competitividad incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert
Cosmetic Provinciade Huaral 2022

ALTERNATIVAS	Frecuencia absoluta	Porcentaje	Frecuencia relativa
Muy satisfecho	28	35.00	35.00
Satisfechos	20	25.00	25.00
Poco satisfechos	13	16.25	16.25
Insatisfechos	11	13.75	13.75
Muy insatisfechos	08	10.00	10.00
TOTAL	80	100.00	100.00

Nota: Propia autoría

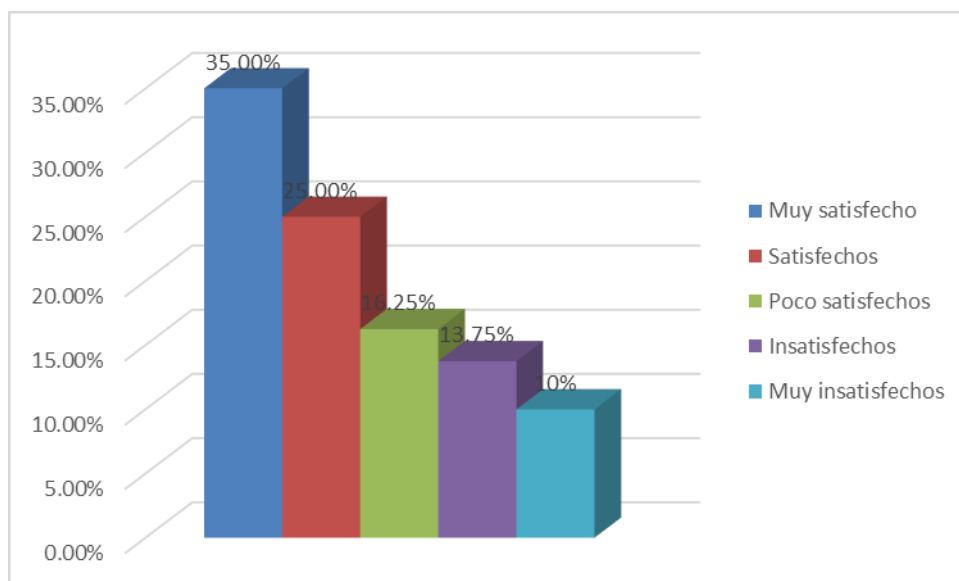


Figura 6:

La competitividad incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert
Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

Interpretación

Las respuestas obtenidas y mostradas en la figura consideran como un 35.00% están muy satisfecho, el 25.00% está satisfecho, el 16.25% poco satisfecho, contrariamente el 13.75% consideran estar insatisfecho y el 10.00% muy insatisfecho. Lo cual nos explica que la mayoría están totalmente de acuerdo que considera usted que, la competitividad incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022

Tabla 7

El beneficio neto incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic
Provinciade Huaral 2022

ALTERNATIVAS	Frecuencia absoluta	Porcentaje	Frecuencia relativa
Muy satisfecho	55	68.75	68.75
Satisfechos	10	12.50	81.25
Poco satisfechos	8	10.00	91.25
Insatisfechos	5	6.25	97.50
Muy insatisfechos	2	2.50	100.00
TOTAL	80	100.00	

Nota: Propia autoría

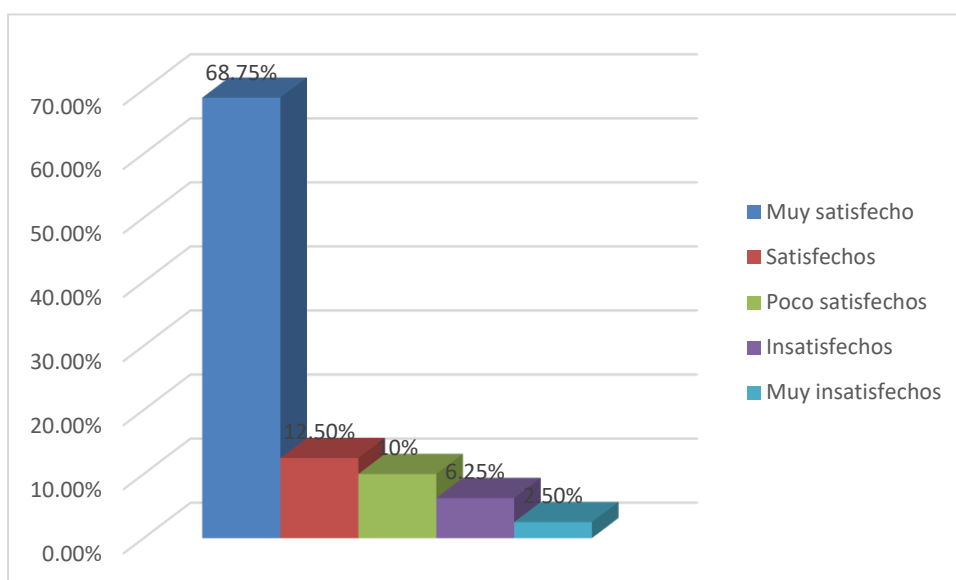


Figura 7.

El beneficio neto incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert
Cosmetic Provinciade Huaral 2022.

Interpretación

El 68.75% respondieron estar muy satisfecho, un 12.50% expresaron estar satisfecho, el 10.00% reconocieron estar poco satisfecho; están insatisfecho

6.25%, manifestaron estar muy insatisfecho 2.5%. Lo cual expresa que la gran mayoría reconoce estar totalmente de acuerdo, cómo el beneficio neto incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

Tabla 8.

Las ventas inciden en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia deHuaral.

ALTERNATIVAS	Frecuencia absoluta	Porcentaje	Frecuencia relativa
Muy satisfecho	22	27.50	27.50
Satisfechos	21	26.25	26.25
Poco satisfechos	18	22.50	22.50
Insatisfechos	13	16.25	16.25
Muy insatisfechos	06	7.50	7.50
TOTAL	80	100.00	100.00

Nota: Propia autoría

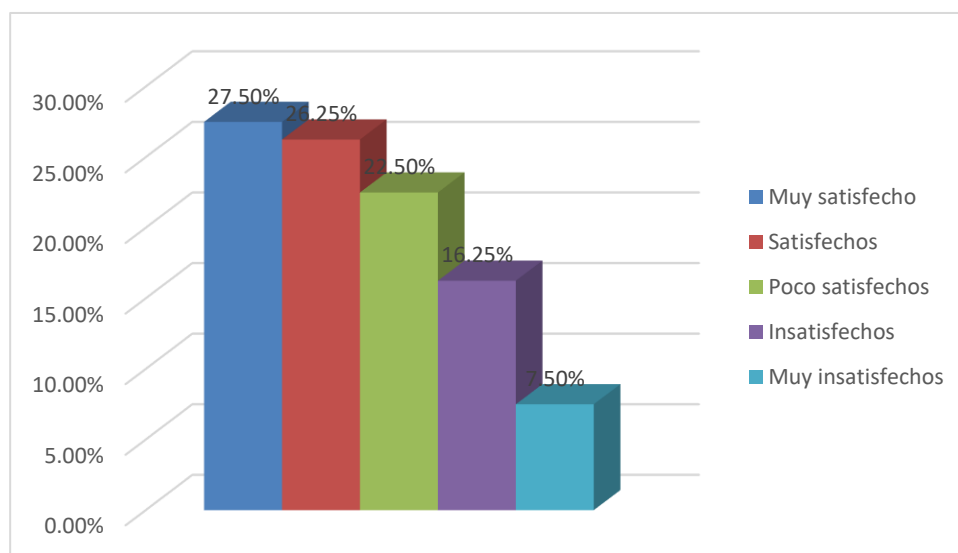


Figura 8

Las ventas inciden en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral.

Interpretación

Tal se puede observar en la figura un 27.50% de entrevistados respondieron estar muy satisfecho, el 26.25% respondieron estar satisfecho, así el 22.50% respondieron estar poco satisfecho; respondieron estar insatisfecho 16.25% quienes estuvieron muy insatisfecho 7.50%. Sin embargo, la gran mayoría respondieron estar totalmente de acuerdo que las ventas inciden en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral.

Tabla 9.

La confiabilidad incide significativamente en las ventas de la empresa AmalbertCosmetic Provincia de Huaral.

ALTERNATIVAS	Frecuencia absoluta	Porcentaje	Frecuencia relativa
Muy satisfecho	58	72.50	72.50
Satisfechos	13	16.25	16.25
Poco satisfechos	5	6.25	6.25
Insatisfechos	2	2.50	2.50
Muy insatisfechos	2	2.50	2.50
TOTAL	80	100.00	100.00

Nota: Propia autoría

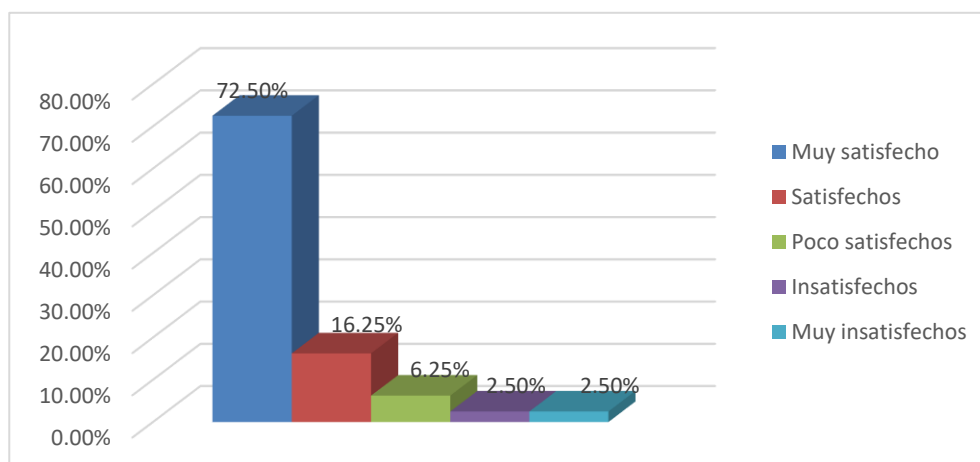


Figura 9

Interpretacion

La figura muestra como el 72.5% opinaron estar muy satisfecho, el 16.25% estar satisfecho; el 6.25% expresaron estar poco satisfecho, sin embargo, el 2.50% expresaron estar insatisfecho, y un 2.5% expresaron estar muy insatisfecho. Pero podemos notar que la gran mayoría consideran que confiabilidad incide significativamente en las ventas de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral

Tabla 10.

La rentabilidad es la capacidad de generar resultados positivos de los activos y recursos de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral.

ALTERNATIVAS	Frecuencia absoluta	Porcentaje	Frecuencia relativa
Muy satisfecho	58	72.50	72.50
Satisfechos	13	16.25	16.25
Poco satisfechos	5	6.25	6.25
Insatisfechos	2	2.50	2.50
Muy insatisfechos	2	2.50	2.50
TOTAL	80	100.00	100.00

Nota: Autoría propia

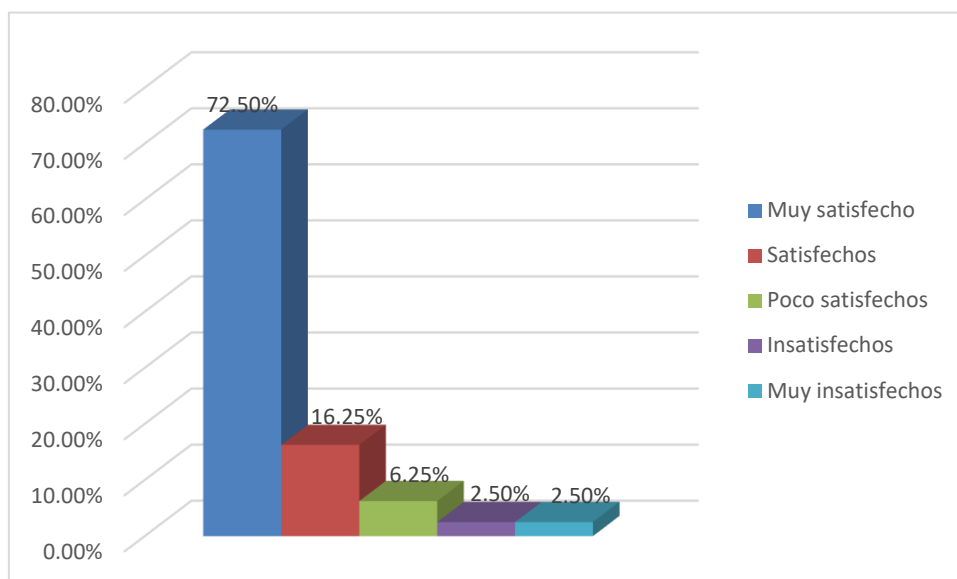


Figura 10.

La rentabilidad es la capacidad de generar resultados positivos de los activos y recursos de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral.

Interpretación

Lo expresado en la figura precedente nos muestra, como un 61.25% está totalmente de acuerdo, el 12.50% de acuerdo, un 13.75% poco de acuerdo, inversamente el 7.50% está en desacuerdo y el 5.00% manifestaron estar totalmente en desacuerdo. Sin embargo, la gran mayoría confirma estar de acuerdo que, la rentabilidad es la capacidad de generar resultados positivos de los activos y recursos de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

4.1 CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

Hipótesis General:

H0: El talento humano no incide significativamente en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022

H1: El talento humano si incide significativamente en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

Tabla 11.

El talento humano si incide significativamente en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

	Muy Satisfecho	Satisfecho	Poco satisfecho	Insatisfechos	Muy satisfecho	Total
Muy satisfecho	42	8	1	1	0	52
Satisfecho	8	1	2	1	1	13
Poco satisfecho	1	2	1	1	1	6
Insatisfecho	1	1	1	1	1	5
Muy insatisfecho	0	1	1	1	1	4
Total	52	13	6	5	4	80

1. - Estadísticamente para ensayo:

$$P(f) = \frac{(a+b)!(c+d)!(a+c)!(b+d)!}{n!a!b!c!d!}$$

2.- Nivel de error ideal I: $\alpha = 0.05$.

3.- Automatización en manera estadísticamente para prueba: El desplegar su método obtenemos:

$$p(f) = \frac{(50)!(9)!(50)!(9)!}{80!42!8!8!1!}$$

0.36E-92

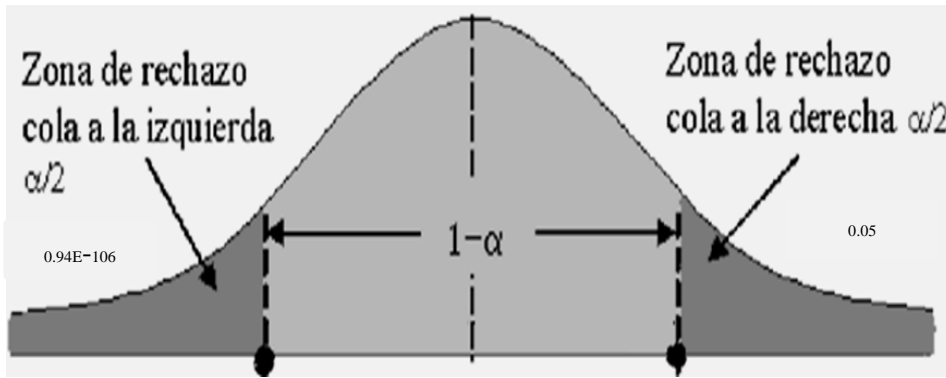


Figura 11

El talento humano incide significativamente en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

5.- Conclusión: H_0 no es aceptable si $0,83 < 0,05$. Por lo tanto, se concluyó que el talento humano incide significativamente en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022

Hipótesis Especifica A:

H_0 : El diseño de perfiles no incide significativamente en la competitividad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

H_1 : El diseño de perfiles si incide significativamente en la competitividad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

Tabla 12.

El diseño de perfiles si incide significativamente en la competitividad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

	Muy Satisfecho	Satisfecho	Poco satisfecho	Insatisfechos	Muy satisfecho	Total
Muy satisfecho	14	11	1	1	1	28
Satisfecho	11	1	3	5	2	22
Poco satisfecho	1	3	1	4	1	10
Insatisfecho	1	5	4	3	1	14
Muy insatisfecho	1	2	1	1	1	6
	28	22	10	14	6	80

1. - Estadísticamente para prueba:

$$p(f) = \frac{(a + b)!(c + d)!(a + c)!(b + d)!}{n!a!b!c!d!}$$

2.- Nivel de significancia por error ideal I: $\alpha = 0.05$.

3.- Sistematización de manera estadística para prueba: El desplegar su técnica obtenemos:

$$p(f) = \frac{(25)! (12)! (25)! (12)!}{80! 14! 11! 20! 1!}$$

$$= 0.36E-92$$

4.- **Destreza computacional:** Entregado un $0.36E-106 < 0.05$, no acepta **H₀**.

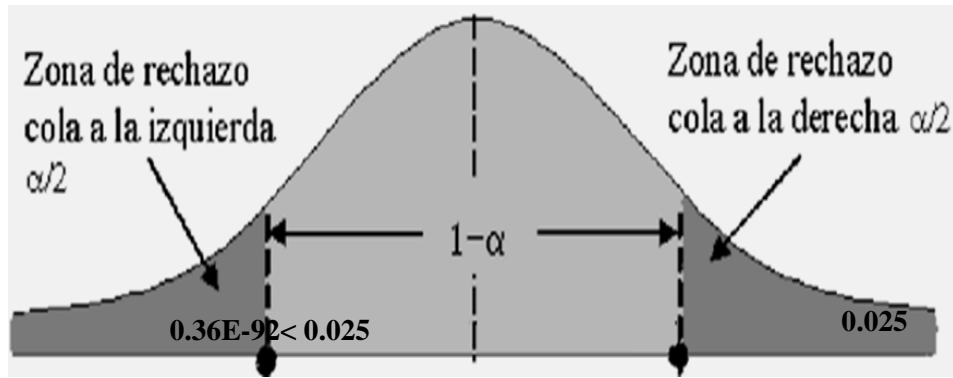


Figura 12

El diseño de perfiles si incide significativamente en la competitividad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

5.- Conclusión: Como $0.36 < 0.05$, entonces se rechaza H_0 . En tal sentido se concluye, que, el diseño de perfiles si incide significativamente en la competitividad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

Hipótesis Especifica B:

H_0 : El puesto de trabajo no incide significativamente en el beneficio neto de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

H_1 : El puesto de trabajo si incide significativamente en el beneficio neto de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

Tabla 13.

El puesto de trabajo si incide significativamente en el beneficio neto de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

	Muy Satisfecho	Satisfecho	Poco satisfecho	Insatisfechos	Muy satisfecho	Total
Muy satisfecho	14	8	2	1	1	26
Satisfecho	8	1	7	4	2	22
Poco satisfecho	2	7	4	2	1	16
Insatisfecho	1	4	2	2	1	10
Muy insatisfecho	1	2	1	1	1	6
	26	22	16	10	6	80

1. - Estadísticamente para reconocimiento:

$$p(f) = \frac{(a + b)!(c + d)!(a + c)!(b + d)!}{n!a!b!c!d!}$$

2.- Nivel de falla ideal I: $\alpha = 0.05$.

3.- Procesamiento de datos de manera estadística: El desplegar su método

obtenemos:

$$p(f) = \frac{(22)!(9)!(22)!(9)!}{80!14!8!8!1!}$$

$$= 0.54E-92$$

4.- Habilidad computarizada: Entregado un $0.54E-106 < 0.05$, no acepta H_0 .

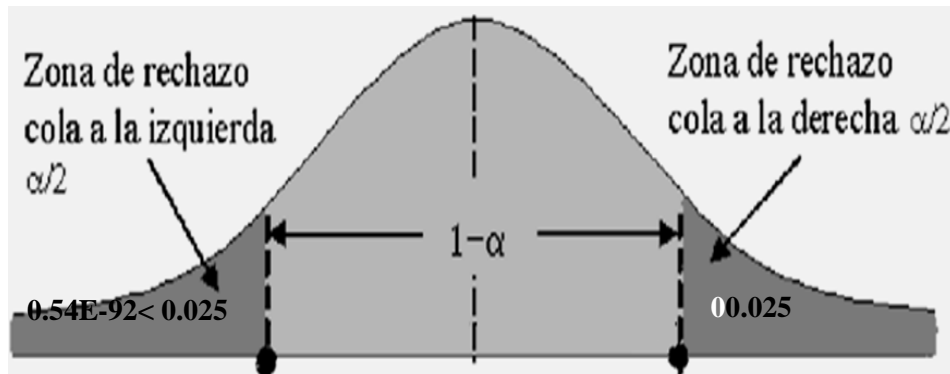


Figura 13

El puesto de trabajo si incide significativamente en el beneficio neto de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

5.- Conclusión: Como $0.54 < 0.05$, se rechaza H_0 . Por tal motivo se acepta propuesta, El puesto de trabajo si incide significativamente en el beneficio neto de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

Hipótesis Especifica C:

H_0 : La confiabilidad no incide significativamente en las ventas de la empresa AmalbertCosmetic Provincia de Huaral 2022

H_1 : La confiabilidad si incide significativamente en las ventas de la empresa AmalbertCosmetic Provincia de Huaral 2022

Tabla 14.

La confiabilidad si incide significativamente en las ventas de la empresa

AmalbertCosmetic Provincia de Huaral 2022.

	Muy Satisfecho	Satisfecho	Poco satisfecho	Insatisfechos	Muy satisfecho	Total
Muy satisfecho	16	6	2	1	1	26
Satisfecho	6	1	5	6	3	21
Poco satisfecho	2	5	3	3	1	14
Insatisfecho	1	6	3	1	1	12
Muy insatisfecho	1	3	1	1	1	7
	26	21	14	12	7	80

1. - Estadísticamente para ensayo:

$$p(f) = \frac{(a + b)!(c + d)!(a + c)!(b + d)!}{n!a!b!c!d!}$$

2.- Grado en importancia como falta por ideal I: $\alpha = 0.05$.

3.- Cómputo en forma estadísticamente para ensayo: El desplegar su método obtenemos:

$$p(f) = \frac{(22)!(7)!(22)!(7)!}{80!16!6!6!1!}$$

$$= 0.51E-108$$

4.- Disposición computacional: Entregado un $0.51E-106 < 0.05$, no acepta **H₀**.

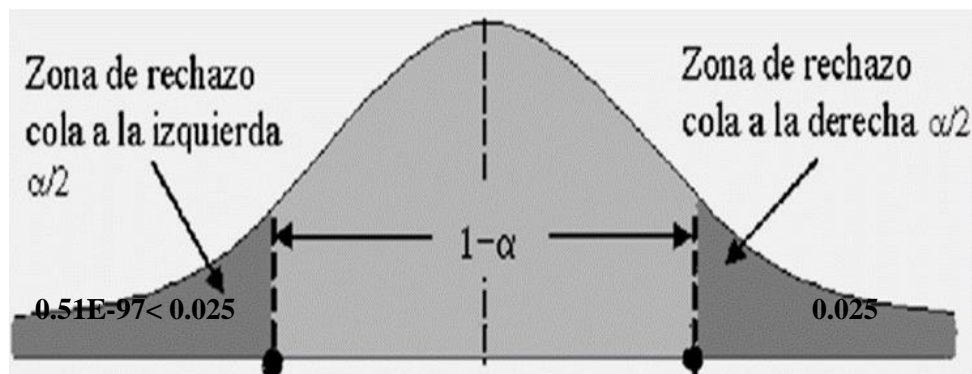


Figura 14

La confiabilidad si incide significativamente en las ventas de la empresa AmalbertCosmetic Provincia de Huaral 2022.

5.- Conclusión: Como $0.51 < 0.05$. Rechaza H_0 . Por tal motivo se concluye, la confiabilidad si incide significativamente en las ventas de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

Hipótesis Especifica D:

H_0 : La satisfacción del cliente no incide significativamente en el rendimiento operativo de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

H_1 : La satisfacción del cliente si incide significativamente en el rendimiento operativo de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

Tabla 15.

La satisfacción del cliente si incide significativamente en el rendimiento operativo de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

	Muy Satisfecho	Satisfecho	Poco satisfecho	Insatisfechos	Muy satisfecho	Total
Muy satisfecho	16	6	2	1	1	26
Satisfecho	6	1	5	6	3	21
Poco satisfecho	2	5	3	3	1	14
Insatisfecho	1	6	3	1	1	12
Muy insatisfecho	1	3	1	1	1	7
	26	21	14	12	7	80

Nota

1. - Estadísticamente para ensayo:

$$p(f) = \frac{(a + b)!(c + d)!(a + c)!(b + d)!}{n!a!b!c!d!}$$

2.- Grado en importancia como falta por ideal I: $\alpha = 0.05$.

3.- Cómputo en forma estadísticamente para ensayo: El desplegar su método obtenemos:

$$p(f) = \frac{(22)!(7)!(22)!(7)!}{80!16!6!6!1!}$$

$$= 0.51E-108$$

4.- Disposición computacional: Entregado un $0.51E-106 < 0.05$, no acepta **H₀**.

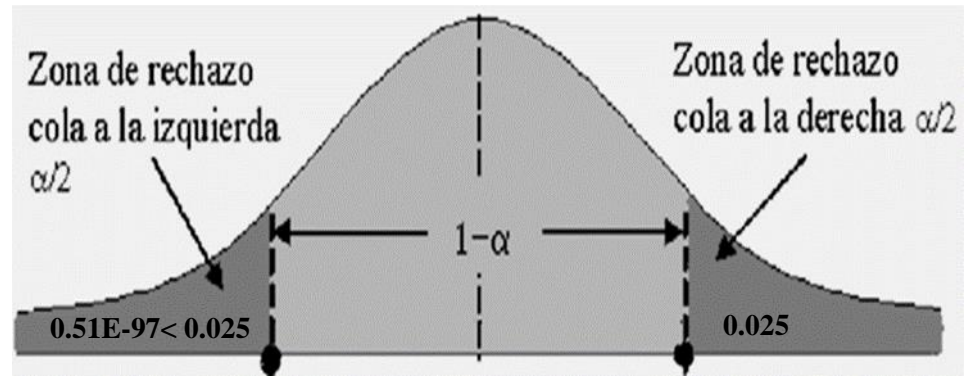


Figura 15

La satisfacción del cliente incide significativamente en el rendimiento operativo de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

5.- Conclusión: Como $0.51 < 0.05$. Rechaza H_0 . Por tal motivo se concluye. la satisfacción del cliente incide significativamente en el rendimiento operativo de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.

CAPITULO V

DISCUSION

5.1 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En el estudio, se requirió la colaboración de varios profesionales expertos en recursos humanos y desempeño laboral. Se encontró una relación positiva, aunque moderada, entre el talento humano y el rendimiento laboral. Por lo tanto, se destaca la importancia crucial de mantener la capacitación del personal actualizada, ya que esto motiva a los empleados y mejora su desempeño, manteniendo así un compromiso constante con la organización.

La investigación también concluye que el proceso de selección juega un papel fundamental en la contratación de personas más adecuadas para cada puesto. De ahí la importancia de mejorar el rendimiento humano, permitiendo a los colaboradores adquirir nuevas habilidades y conocimientos que mejoran su desempeño actual y futuro.

La rentabilidad obtenida de la inversión se considera un indicador clave del desempeño y gestión empresarial. En resumen, las organizaciones deben buscar obtener la máxima rentabilidad para garantizar su permanencia en el mercado. Esto representa la evolución económica del equipo y refleja una buena gestión del talento humano.

El talento humano, como un componente vital de la gestión, contribuye significativamente a la obtención de información contable y financiera confiable. Esta información está estrechamente relacionada con las actividades administrativas y operativas, sirviendo como una base importante para comprender la evolución y el funcionamiento de la organización.

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

En base al análisis de los documentos y datos recopilados, así como los resultados de las pruebas de hipótesis generales, se determina que el diseño del perfil influye de manera considerable en la competitividad de la empresa Amalbert Cosmetic en la Provincia de Huaral en 2022.

Los resultados obtenidos y la comparación de supuestos específicos confirman que este aspecto tiene un impacto significativo en la utilidad neta de la empresa mencionada.

La validación a través de la comparación de hipótesis específicas y el análisis de documentos relevantes respalda la idea de que la confiabilidad incide notablemente en las ventas de la empresa Amalbert Cosmetic en la Provincia de Huaral en 2022.

Mediante la verificación de aplicaciones y la comparación de hipótesis específicas, así como el análisis de documentos pertinentes, se ratifica que la satisfacción del cliente ejerce un impacto significativo en el desempeño operativo de la empresa Amalbert Cosmetic en la Provincia de Huaral en 2022.

6.2 RECOMENDACIONES

Primera recomendación

Es crucial que la gestión del talento en Amalbert Cosmetic en Varar se centre en mejorar el desempeño del personal administrativo, generando una mayor motivación y abriendo la puerta para un futuro programa de reconocimiento en la provincia.

Como **segunda recomendación**, se sugiere que el reclutamiento y la selección se consideren procesos vitales y representativos. Es esencial que las empresas dispongan de métodos y fuentes de reclutamiento efectivos para gestionar adecuadamente sus procesos, comenzando por mejorar la descripción de puestos para obtener perfiles más idóneos.

En **tercer lugar**, se propone desarrollar estrategias que mejoren los procesos de medición del desempeño de los empleados. Esto implica seguir pasos específicos para alcanzar resultados óptimos, identificando las motivaciones de los empleados. Además, se recomienda brindar a supervisores y jefes de departamento asesorías breves para implementar con éxito descripciones de trabajo

Como **cuarta recomendación**, se sugiere la realización de talleres de coaching que promuevan una comunicación más efectiva entre los colaboradores y sus superiores en el entorno laboral. Se enfatiza la importancia de profundizar en esta área ya que la responsabilidad de trabajar con empleados motivados recae en la gestión.

En cuanto a **recomendaciones generales**, se reconoce que para el éxito empresarial no es suficiente ofrecer un buen producto o servicio. También se destaca la importancia de comprender y mejorar los futuros planes de compensación financiera, como posibles bonificaciones, promociones, concursos, entre otros. Además, se hace hincapié en la necesidad de horarios de trabajo flexibles, un seguro médico adecuado y periodos de descanso, dada la alta demanda general de empleados en la provincia de Amalbert Cosmetic en Huaral."

CAPITULO VII

FUENTES DE INFORMACIÓN

7.1 FUENTES DOCUMENTALES

Ahmad, Z. (2020). *Gestion del Talento Humano*. Alemania: benner.

Alles, M. (2021). *Dirección Estratégica de Recursos Humanos. Gestión por competencias*. Argentina: Granicca.

Calderón, H. (2021). *Estado del arte de la gestión humana*. Bogotá Colombia.

Ccaccya. (2020). *Beneficios de un sistema de control de inventarios*. Corponet.

Chiavenato, I. (2001). *Introduccion A La Teoria General De La Administracion (5ª ED.)*. Mexico.

Chiavenato, I. (2002). *Gestion del Talento Humano*. Mc Graw Hill. Chiavenato,: Mexico.

Dessler, G. (2019). *Administración de recursos humanos*. México D:F: : Pearson educación.

Mhagama, J. (2019). *Análisis de la gestión del talento humano como*. Madrid: Pselemer.

Morisaki, J. (2021). *Estrategia de desarrollo del talento humano administrativo para mejorar las competencias laborales en la empresa Agroindustrial*. Tumàn.

Quispe, C. (2021). *Gestión del Talento Humano*. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/75058?show=full>

Quispe, C. (2021). *Gestion del Talento humano y la rentabilidad de la gerencia Regional Amazonas*. Cajamarca: Empresa Electro Oriente,2018-20.

Werther, y. D. (2020). *El reclutamiento*. New York: Weller.

Zabaleta, A. (2022). *Los modelos actuales de gestión en las organizaciones. Gestión del talento*,. Caribe.

7.2 FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- Ahmad, a.-H. (2017). *The impact of talent management on attaining competitive advantage: a field study on Jordanian telecommunications companies*. Obtenido de e-Marefa Database: <https://search.emarefa.net/en/detail/BIM-762772-the-impact-of-talent-management-on-attaining-competitive-adv>
- Alles, M. (2005). *Desarrollo del Talento Humano basado en Competencias*.
- Apaza Meza, M. (2011). *Estados financieros formulación-análisis-interpretación conforme a las NIIFs y al PCGE*. Obtenido de Organizacion de Universidades Catolicas de America Latina y el Caribe: <http://catalogo.ucsm.edu.pe/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=51057>
- Bashir, H. (2018). *Talent Management and Organizational Performance: The Mediating Role of Employee Engagement a Case Study Bank of Palestine in the Gaza Strip*. Obtenido de The Islamic University- Gaza: <https://m.scirp.org/papers/IJCNS/70636>
- Bourdieu, P. (2005). *Capital Cultural, Escuela Y Espacio Social*. Mexico: ISBN: 9789682320545.
- Burneo, R. (2017). *La gestion del talento humano y el desempeño laboral de los trabajadores del gobierno regional de Tacna - 2017*. Obtenido de Universidad Privada de Tacna: https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/485/Burneo_Alvaron_Renato.pdf?sequence=1
- Chacon, G. (2007). *La Contabilidad de Costos, los Sistemas de Control de Gestión y la Rentabilidad Empresarial*. Merida, Venezuela: Actualidad Contable Faces.
- Checa, L. (2020). *Estrategia de gestion del talento humano para mejorar el desempeño laboral de los colaboradores de CMAC Piura SAC - Agencia Balta*. Obtenido de Universidad Señor de Sipan: <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7278/Che>

7.3 FUENTES ELECTRÒNICAS

- <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/75058?show=full>
- <https://www.revistas.usp.br/rege/>
- <http://ir.jkuat.ac.ke/handle/123456789/1571>
- <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8596/Morisaki>

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

“EL TALENTO HUMANO Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA AMALBERT COSMETIC PROVINCIA DE HUARAL 2022”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>Problema General ¿En qué medida el talento humano incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022?</p> <p>Problemas Específicos.</p> <p>a. ¿De qué manera el diseño de perfiles incide en la competitividad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022?</p> <p>b. ¿De qué manera el puesto de trabajo incide en el beneficio neto de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022? ¿De qué manera la confiabilidad incide en las ventas de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022?</p> <p>c. ¿En qué medida la satisfacción del cliente incide en el rendimiento operativo de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022?</p>	<p>Objetivo General Determinar en qué medida el talento humano incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>a. Evaluar de qué forma el diseño de perfiles incide en la competitividad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022</p> <p>b. Verificar si el puesto de trabajo incide en el beneficio neto de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022. Verificar si la confiabilidad incide en las ventas de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022</p> <p>c. Establecer si la satisfacción del cliente incide en el rendimiento operativo de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022</p>	<p>Hipótesis General El talento humano incide significativamente en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.</p> <p>Hipótesis Específicas</p> <p>a. El diseño de perfiles incide significativamente en la competitividad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022.</p> <p>b. El puesto de trabajo incide significativamente en el beneficio neto de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022. La confiabilidad incide significativamente en las ventas de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022</p> <p>c. d. La satisfacción del cliente incide significativamente en el rendimiento operativo de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022</p>	<p>Variable Independiente X: Talento Humano Indicadores: X1: Diseño de perfiles X2: Puesto de trabajo X3: Confiabilidad X4: Satisfacción</p> <p>Variable Dependiente Y: Rentabilidad Indicadores: Y1: Competitividad Y2: Beneficio Neto Y3: Ventas Y4: Rendimiento Operativo</p>	<p>1. Tipo de Investigación Cuantitativa - Explicativa</p> <p>2. Población = Estará constituida por 100 personas como los Gerentes, directores de ventas, promotoras de ventas.</p> <p>3. Muestra = estará constituida por 80 personas entre: autoridades, servidores, y profesionales a prueba de expertos.</p>

ANEXO 2
INSTRUMENTOS PARA LA TOMA DE
DATOS

ENCUESTA:

La presente técnica que se presenta es el Cuestionario correspondiente al trabajo de investigación denominado: EL TALENTO HUMANO Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA AMALBERT COSMETIC PROVINCIA DE HUARAL 2022, con relación a dicho trabajo se pide que tenga a bien marcar con un aspa (X) la alternativa que según su criterio conteste la pregunta que se formula. Se agradece de antemano por su colaboración.

1. ¿Considera usted que el talento humano incide en la rentabilidad de la empresa

AmalbertCosmetic Provincia de Huaral 2022?

- a. Muy de acuerdo ()
- b. De acuerdo ()
- c. Indiferente ()
- d. En desacuerdo ()
- e. Muy en desacuerdo ()

2. ¿En su opinión considera usted que el diseño de perfiles incide en la rentabilidad de

la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022?

- a. Muy de acuerdo ()
- b. De acuerdo ()
- c. Indiferente ()
- d. En desacuerdo ()
- e. Muy en desacuerdo ()

3. ¿Considera usted que los puestos de trabajos inciden en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022?
- a. Muy de acuerdo ()
 - b. De acuerdo ()
 - c. Indiferente ()
 - d. En desacuerdo ()
 - e. Muy en desacuerdo ()
4. ¿En su opinión considera usted que la confiabilidad incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022?
- a. Muy de acuerdo ()
 - b. De acuerdo ()
 - c. Indiferente ()
 - d. En desacuerdo ()
 - e. Muy en desacuerdo ()
5. ¿Considera usted que la satisfacción del cliente incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022?
- a. Muy de acuerdo ()
 - b. De acuerdo ()
 - c. Indiferente ()
 - d. En desacuerdo ()
 - e. Muy en desacuerdo ()

6. ¿En su opinión la competitividad incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022?
- a. Muy de acuerdo ()
 - b. De acuerdo ()
 - c. Indiferente ()
 - d. En desacuerdo ()
 - e. Muy en desacuerdo ()
7. ¿Considera usted que el beneficio neto incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022?
- a. Muy de acuerdo ()
 - b. De acuerdo ()
 - c. Indiferente ()
 - d. En desacuerdo ()
 - e. Muy en desacuerdo ()
8. ¿En su opinión considera usted que las ventas inciden en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022?
- a. Muy de acuerdo ()
 - b. De acuerdo ()
 - c. Indiferente ()
 - d. En desacuerdo ()
 - e. Muy en desacuerdo ()

9. ¿Considera usted que el rendimiento operativo incide en la rentabilidad de la empresa Amalbert Cosmetic Provincia de Huaral 2022?

- a. Muy de acuerdo ()
- b. De acuerdo ()
- c. Indiferente ()
- d. En desacuerdo ()
- e. Muy en desacuerdo ()

10. ¿En su opinión, considera Ud. que la rentabilidad es la capacidad de generar resultados positivos de los activos y recursos de la empresa?

.....
...
.....
...
.....
...
.....
...

Muchas gracias por su apoyo