



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Cultura Empresarial y Competitividad de los Artesanos Joyeros del  
Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADAS EN ADMINISTRACIÓN

**AUTORAS:**

Brenis Pérez, Úrsula Carol (ORCID: 0000-0003-3842-7926)

Navarro Viera, María Mercedes (ORCID:0000-0002-3805-697X)

**ASESOR:**

Dr. Castillo Palacios, Freddy William (ORCID: 0000-0001-5815-6559)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

PIURA – PERÚ

2021

## **DEDICATORIA**

Esta tesis está dedicada con todo cariño y amor a mi familia, en especial a mi madre por brindarme siempre su amor y apoyo durante este largo trabajo y a todos a quienes me inspiraron a cumplir este objetivo.

Este trabajo va dedicado a mi padre, que nunca perdió la fé en mis capacidades, mil gracias hasta el cielo.

## **AGRADECIMIENTO**

Al padre celestial, por permitirme tener vida y salud; a mis padres, hermanos y amigos; quienes pusieron su confianza en mí para lograr un objetivo más en mi vida.

Agradecimiento: A mi familia que con toda paciencia y cariño apoyaron cada una de mis decisiones. A mi hijo por ser mi motivo a luchar por mis sueños.

## ÍNDICE

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
INDICE.....	iv
INDICE DE TABLAS .....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	4
III. METODOLOGÍA.....	12
Tipo y diseño de investigación .....	12
Variables y operacionalización .....	12
Población, Muestra y Muestreo .....	13
Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	14
Técnicas .....	14
Instrumentos .....	14
Procedimientos .....	15
Método de análisis de datos.....	15
Aspectos éticos.....	16
IV. RESULTADOS .....	17
V. DISCUSIÓN.....	26
VI. CONCLUSIONES .....	32
VII. RECOMENDACIONES.....	34
VIII.PROPUESTA .....	35
REFERENCIAS .....	42
ANEXOS.....	44

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1.Relación de la Junta Directiva de la Asociación de Artesanos de Catacaos 2020-2021 .....	13
Tabla 2.Resultados Descriptivos de la Dimensión Normas vs Competitividad .....	17
Tabla 3.Relación entre la Dimensión Normas y Competitividad .....	18
Tabla 4.Resultados Descriptivos de la Dimensión Hábitos vs Competitividad .....	19
Tabla 5.Relación entre la Dimensión Hábitos y Competitividad.....	20
Tabla 6. Resultados Descriptivos de la Dimensión Valores vs Competitividad .....	21
Tabla 7.Relación entre la Dimensión Valores y Competitividad.....	22
Tabla 8.Relación Variable Cultura Empresarial y la Variable Competitividad .....	23
Tabla 9. Presupuesto estimado de la implementación de la Propuesta.....	41

## RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo determinar la relación entre la cultura empresarial y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021, por lo cual se presenta un tipo de estudio aplicado y de enfoque mixto, siguiendo un diseño de investigación descriptivo, transversal o transeccional, no experimental, sin manipulación de variables y correlacional entre las variables Cultura Empresarial y competitividad. De otra parte, las técnicas de recolección de datos empleadas en la investigación incluyeron el cuestionario aplicado a los asociados de la mencionada organización, así como la entrevista aplicada a los máximos dirigentes de la Asociación. Se tomó en cuenta una muestra censal. Se concluye que respecto a la relación directa entre la cultura empresarial y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021 se comprobó el valor  $p = \text{Sig. (bilateral)} = 0.699 > \alpha = 0.05$ , lo que indica la existencia de una asociación no significativa, asimismo el valor de  $Rho=0.043$ , prueba la existencia de una asociación muy baja entre las variables en mención.

**Palabras claves:** Cultura Empresarial, competitividad, comunicación organizacional, empatía

## ABSTRACT

The objective of this research is to determine the relationship between the entrepreneurial culture and the competitiveness of the Jewelry Artisans of the Center for Technological Innovation CITE Catacaos-Piura, 2021, for which a type of applied study with a mixed approach is presented, following a descriptive, transversal or transectional, non-experimental, non-manipulation of variables and correlational research design between the variables Entrepreneurial Culture and competitiveness. On the other hand, the data collection techniques used in the research included the questionnaire applied to the associates of the aforementioned organization, as well as the interview applied to the Association's top leaders. A census sample was considered. It is concluded that with respect to the direct relationship between the entrepreneurial culture and the competitiveness of the Jewelry Artisans of the Center for Technological Innovation CITE Catacaos-Piura, 2021, the  $p\text{-value} = \text{Sig. (bilateral)} = 0.699 > \alpha = 0.05$ , which indicates the existence of a non-significant association, likewise the value of  $Rho=0.043$ , proves the existence of a very low association between the variables in mention.

**Keywords:** Business culture, competitiveness, organizational communication, empathy.

## I. INTRODUCCIÓN

Al contar con la fortuna del alto nivel de extracción de plata en el Perú y la cultura milenaria de Joyería y Orfebrería en el país, en el entorno sudamericano, el Perú actualmente ocupa el puesto tres en la actividad de exportar joyas. En el puesto uno se encuentra Brasil y en el puesto dos Colombia. De acuerdo a (Segura, 2019) afirmaron que en el 2019 las ventas a otros países de Joyería y Orfebrería se proyectaron a los 90 millones de dólares, lo cual abarcó una recuperación del entorno aproximado al 10%. Con respecto al periodo de enero a julio, la actividad de envío de orfebrería y joyería peruana al exterior consiguieron los US\$ 49.5 millones, vale decir 8% superior al parecido periodo del 2017, el cual alcanzó los US\$ 45.9 millones, información otorgada por la Asociación de Exportadores (ADEX)

Durante el año 2021 el país que logró generar elevadas importaciones de joyería fina tiene que ver con Estados Unidos, considerando como su proveedor clave la India, prosigue China e Italia. En el 2019 la ciudad que genera mayor producción de joyería fina en el Perú es Lima, abarcando un mercado del 90%, en la ciudad de Piura- Catacaos con un 75 % en la ciudad de Arequipa, con 35% en la ciudad de Cajamarca y un 80% en la ciudad de Chiclayo.

De acuerdo a (SIICEX, 2018) el territorio peruano cuenta con los Centros de Innovación Tecnológica de Joyería en las ciudades de Cajamarca, Arequipa y Piura; dichos Centros que disponen de Innovación Tecnológica centran su atención básicamente a organizaciones que se ubican en el norte, un sector pequeño en sur del país, y disponen factor central la realización de proyectos empresariales, sin embargo, no abarca otorgar un servicio de fabricación en mayor magnitud.

Piura cuenta con una gran capacidad de desarrollo del entorno joyero tan identificada por su tradicional filigrana, prueba de ello es que a pesar de ser un pueblo pequeño es reconocido a nivel nacional como una ciudad productora de joyas finas en oro y plata. Piura dispone de más de 957 hábiles artesanos que se encuentran inscritos en el Registro Nacional del Artesano (RNA). Concerniente a joyería la ciudad principal que produce es Catacaos; pero, el entorno joyero en este departamento se logra caracterizar por la gran cantidad de joyeros y artesanos informales, quienes suelen laborar individualmente o utilizando tecnología arcaica. En lo que respecta a las principales microempresas comercializadoras y manufactureras de Joyerías de Plata y Oro en Piura se tiene, Joyería El Chalan,



Joyería Chimú y el Centro de Innovación Tecnológica (CITE).

Concerniente a la Joyería Fina CITE Catacaos se percibió tres tipos de falencias; inconformidad con las directivas a cargo de CITE, precios elevados para el uso de los artefactos manufactureros, falta de iniciativa para fomentar capacitaciones en el uso de la tecnología, inoperatividad y fallas de las máquinas en CITE Catacaos; estas no cuentan una correcta gestión de mantenimiento, y esto es uno de los motivos que impiden el proceso de producción. De igual manera, al momento de que éstas fallan o se encuentran dañadas se envían a la ciudad de Lima en aras de poder repararlos. En el peor de los casos si no se restauran en Perú, se tiene que enviar al país donde se fabrica con el fin de ser arregladas. Aparte de ello, no existen manuales de mantenimiento que correspondan al idioma español y manera física que permita accesibilidad al mantenimiento independiente que los operarios ejecutarán para su correcta operatividad de las maquinarias y equipos de trabajo. Por último, no cuentan con un plan programado de mantenimiento.

Es así, que el problema general en dicha investigación, se plantea de la siguiente forma: ¿Cómo se relaciona la cultura empresarial y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos- Piura, 2021?, mientras que los problemas específicos son: ¿Cómo se relacionan las normas y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021?; ¿De qué manera se relacionan los hábitos y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021? y ¿De qué forma se relacionan los valores y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021?

La presente investigación tiene justificación práctica dado que los artesanos joyeros pertenecientes al CITE Catacaos, no tienen una adecuada cultura empresarial que les permita llegar a ser competitivos en el mercado nacional, por lo que se busca brindar estrategias y lograr una adecuada valoración de la situación de los artesanos Joyeros para que logren ser competitivos en el mercado a nivel nacional

Asimismo, la investigación presenta una justificación social dado que se trabajará con un grupo social que representa un importante factor del crecimiento

económico y el bienestar no solamente de los joyeros sino también de sus familiares y población conexas, como los comerciantes de oro, por ejemplo, quienes se beneficiarían de verse mejorado el nivel de competitividad de los artesanos joyeros.

Por consiguiente, se formula el siguiente objetivo general: Determinar la relación entre la cultura empresarial y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021. Mientras que los objetivos específicos son: Evaluar la relación entre las normas y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021; Analizar la relación entre los hábitos y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021 y Establecer la relación entre los valores y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021

Finalmente, se plantea como hipótesis general: Existe una relación directa entre la cultura empresarial y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021. Mientras que las hipótesis específicas son: Existe una relación directa entre las normas y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021; Los hábitos se relacionan directamente con la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021 y Existe una relación directa entre los valores y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021.

## II. MARCO TEÓRICO

En el proceso de investigación de trabajos previos internacionales se tiene a Cantillo (2013) el trabajo de investigación *Incidencia de la cultura organizacional en el desempeño*. Se consideró como principal objetivo implantar la existencia de la relación entre desempeño y cultura organizacional. Por lo que tuvo que organizar el estudio en tres partes: el primero, se destacó por la perspectiva metodológica empleadas en el aspecto de cultura organizacional; como segundo punto se efectuó un resumen de niveles, dimensiones y variables que contribuyan a identificar el vínculo establecido en el título de la investigación y en la tercera parte se realiza una evaluación de los artículos científicos que tratan sobre el tema, determinando así la existencia del vínculo entre desempeño y cultura organizacional y, por lo tanto la cultura repercute en el desarrollo de sus empleados.

Falcones (2014) con la tesis *Estudio descriptivo de la cultura organizacional de los colaboradores de la unidad de negocio de Supply Chain Guayaquil de Nestlé Ecuador*. Integra las situaciones tanto extrínsecas como intrínsecas como determinando el factor cultural en una empresa, y si hablamos en términos macros podemos indicar que pasa lo mismo en la sociedad que es muy compleja y llena de subculturas lo que se traslada al entorno de una empresa que evidentemente refleja las mismas subculturas los cuales se unen u originan efectuar un aislamiento con respecto a la unidad organizacional. Se concluyó mencionando que la cultura viene a ser un paradigma de suposiciones habituales compartidas, es decir que los grupos logran aprender mientras se resuelven sus falencias relacionadas a la adecuación extrínseca y la integración intrínseca.

Terán y Lorenzo (2011) con la investigación *Influencia de la cultura organizacional en el desempeño laboral y la productividad de los trabajadores administrativos en instituciones de educación superior*. Diseña estrategias que permitan una mejor realización de sus tareas, de igual manera suministrar medidas de conducta, lineamientos que se encuentren demarcados (de igual manera tácitamente). Concerniente a las conclusiones se establece que la cultura organizacional genera afectación y efectúa acciones de manera directa sobre el desarrollo, y pone énfasis que al no existir un adecuado gobierno de la cultura organizacional tendría afectación a la empresa y la respectiva productividad de la misma.

Vásquez (2009) en la investigación *La cultura organizacional presente en DAYCO TELECOM C.A.: Una estrategia para el fortalecimiento del estilo DAYCOHOST a través de su liderazgo gerencial*. Es interesante ver como la empresa conserva un entorno laboral con un grupo de patrones que pueden ser detectables claramente, cómo son: los valores los rituales, las creencias y los programas de comunicación. Aspectos que identifica su cultura organizacional, pero el objetivo de realizar el estudio que es más que delimitar, identificar y desplazar la cultura que logra englobar el estilo DAYCOHOST, es enfocar en definir una estrategia para fortalecer la cultura que existe mediante el liderazgo en la empresa por lo que al hacer un estudio de los aspectos de la cultura corporativa se analizó también los aspectos de Liderazgo asociados a esta cultura.

Gutiérrez (2014) en el ensayo *La cultura organizacional, variable importante para obtener ventaja competitiva*. Sostiene que, con el fin de hablar de cultura organizacional, es vital analizar las diversas visiones de los diferentes autores sobre las definiciones de cultura empresarial y luego determinarlo como un aspecto destacado para lograr la ventaja competitiva de la empresa. La cultura organizacional es un grupo de costumbres, creencias, hábitos, valores y que son familiares para todos los empleados de la organización y son variables importantes que los que son gerentes o lo van a ser logren generar una cultura organizacional dominante lo que se traduce posteriormente en una ventaja competitiva.

A continuación, se presentan los antecedentes investigados que hacen referencia al plano nacional, dentro de los cuales se encuentra Santander (2013) que presenta la tesis *Estrategias para inducir la formalidad de la Mype de la industria gráfica- offset por medio de gestión competitiva*. En la cual se desarrolla un manual para la Micro y Pequeña Empresa de la Industria Gráfica Offset, en aras de se use como estrategia teniendo al frente la elevada informalidad. Por dicha razón, se realizó un análisis de las diversas opciones planteadas en el país y otros países, en los cuales se ubicó que el acompañamiento y la capacitación, tiene como resultado distanciar a los empresarios de conductas informales. En el mencionado estudio, se logró encontrar que la competitividad y formalidad pueden minimizar falencias de la sociedad relacionados al subempleo y la omisión tributaria.

Guerrero (2012), en la investigación *Mejoramiento de la destilación en el proceso de elaboración del pisco para la competitividad y la ecoeficiencia de las*

*bodegas de la asociación de productores de pisco de Lunahuaná*. Realiza un análisis de la influencia que presenta la competitividad con respecto al mejoramiento y consigue identificar las razones vitales que causan obstaculización. Así mismo, el autor da a conocer que se debe tener conocimiento y llevar a la práctica los conceptos, vale decir, científicos, teóricos y tecnológicos. Aparte de ello, tener conocimiento de las diversas experiencias de logro, identificando aquellas que se puedan replicar en aras de conseguir mejoras.

Ángeles (2014) en investigación *La comunicación como estrategia a nivel directivo: un modelo antropológico de competencias comunicacionales para la gestión de la Cultura y el clima Organizacional*. Se tomó en cuenta como objetivo definir las habilidades de los superiores con relación a la comunicación son determinantes con respecto al clima organizacional, ya que cuanto mayores habilidades fundamentales de comunicación existan, mayor clima empresarial de manera satisfactoria existirá”. En base a lo anterior quiere decir que cuando el que dirige cuenta con mayor habilidad comunicativa, los colaboradores de la empresa sentirán mayor identificación con los directivos, y es posible disfrutar de un propicio clima organizacional. En lo que respecta a las conclusiones menciona que la comunicación en la actualidad tiene un papel sumamente importante dentro de la actividad de la empresa, vale decir, es el hilo que guía, une a todas las diferentes áreas de la compañía y direcciona hacia propósitos empresariales específicos.

Gonzales (2014) presentó la investigación *Gestión empresarial y competitividad en las Mypes del sector textil en el Marco de la ley N°28015 en el distrito de la victoria - año 2013*. Determina de qué forma repercute la gestión empresarial en la parte competitiva de las micro y pequeñas empresas del entorno textil. Una de las principales conclusiones es que la mayor parte de las organizaciones no dispone de correctas políticas empresariales y esto en consecuencia genera afectación de acceso a conseguir el financiamiento en el sector financiero.

Petrone (2014) en su investigación *Estrategias Empresariales para Orientar la Competitividad en el Restaurant el Rincón del Chef en Paíta*. Concerniente al objetivo general tuvo que ver con crear estrategias empresariales en aras de direccionar la competitividad”. Referente a las conclusiones fundamentales se consiguieron determinar que el análisis empresarial relacionado a la competitividad

comprobó que la situación interna y externa se encuentra en los niveles positivos. En la otra moneda, de igual manera hay factores negativos que afectan de manera directa la eficacia de la organización, como la aparición de amenazas sin embargo vinculados a los consumidores, es por esa dicha razón la compañía conserva un nivel alto de lealtad que se ve influenciado por la fortaleza del capital humano en la realización de actividades frecuentes de organización, aparte de una mejora continua en conservar la competitividad propicia en el mercado.

Finalmente se presentan los trabajos previos desarrollados en el contexto local con Yaguana (2015) que presentó la tesis *Modelo de Gestión Administrativa para la Competitividad de Appagrop Huamarta –Pampa de Ríos de Ayabaca, año 2015*. Este trabajo de investigación intentó crear un modelo de Gestión administrativa que guíe la competitividad en la organización de pequeños productores agropecuarios Huamarta 17. Por último, dicha investigación pudo concluir que la organización APPAGROP se efectúa acorde a su potencial y con frecuencia se pretende otorgarles capacitaciones y entrenamiento, pero la junta directiva de igual manera busca interactuar con diversas organizaciones o compañías en aras de fortalecer las relaciones sociales y direcciona la labor en la parte interna de la asociación.

Aguilar (2016) en la tesis *Caracterización de la capacitación y la competitividad en las mype de servicios rubro fotocopiado del AA. HH Santa Rosa, Piura 2016*. Su objetivo general es determinar las características de la competitividad y capacitación de MYPE para los servicios de fotocopias. En la conclusión principal, se determina que las características de la formación y capacitación en lo que concierne al servicio de copias se realizan en reuniones ocasionales y se promueve una capacitación especial una vez por año. En cuanto a la variable competitividad, se ha determinado que la ventaja competitiva es buscar a personal con experiencia o capacitado para brindar servicios, otro factor es la búsqueda constante de la lealtad de los clientes, lo que les permite tener la mayor presencia en el mercado. Asimismo, otra estrategia competitiva se centra en los precios de los servicios y la calidad respectiva del producto para satisfacer a los consumidores.

Lacherre (2017) en la investigación *Cultura organizacional en docentes del Zegel-Ipae Piura 2016*. En las conclusiones del estudio en particular se enfatiza que

la institución debe establecer un plan para diagnosticar periódicamente la cultura organizacional de los docentes a fin de determinar el nivel de compromiso con las metas implantadas por la institución. De igual forma, se recomienda monitorear cómo la cultura de la organización continúa afectando el desarrollo docente de los trabajadores existentes y nuevos empleados que puedan ingresar a la institución.

Silva (2017) en la tesis *Estrategias empresariales para orientar la competitividad de la empresa AFOCAT-Trans Región Piura-2017*. La conclusión de la investigación desde la perspectiva de los clientes y socios, es que AFOCAT no brinda calidad de servicio e indica que tampoco tiene alta productividad, por lo que la empresa no tiene suficiente posicionamiento en el mercado, no desarrolla estrategias de diferenciación con sus clientes. Se recomienda que una de las estrategias que debe ejecutarse es el establecimiento de nuevos puntos de venta, generar diversas capacitaciones para los asociados y potenciales clientes y realizar promoción y alianzas estratégicas con clínicas y hospitales.

Cruz (2019) en la investigación *La cultura organizacional y su incidencia en el desempeño de los colaboradores de la Empresa United Oceans S.A.C. de la provincia de Sechura - Piura, año 2018*. En la conclusión principal y según la evaluación se pudo concluir que la variable de cultura organizacional tiene un vínculo positivo, altamente directo y muy importante con el desarrollo laboral. Aparte, se llegó a concluir que los empleadores respondieron a los incentivos normativos y evaluativos de la empresa; los trabajadores llevan a cabo sus funciones porque creen que se debe hacer así, lo negativo es que a raíz de ello no promueven el desarrollo profesional y personal lo que conlleva a que la capacidad de pensar se reduce.

Con respecto al concepto de la primera variable: cultura organizacional, los autores Hill y Jones (2014) lo definen como la sumatoria establecida de normas y valores; estos se comparten por los miembros de una compañía, ya sean individuos o grupos; aparte de ello permiten realizar un control de la forma de interactuar que se efectúa entre ellos, y al mismo tiempo con el ámbito de la empresa. De acuerdo a Robbins y Judge (2013) la cultura de la organización es una percepción que es aceptada por la totalidad de los miembros de una empresa, al considerarlo como un sistema en el cual se llegan a compartir los significados sobresalientes que identifican la compañía.

Aparte de ello, para Chiavenato (2017) la cultura contribuye a diferenciar una empresa de otra, fundamentándose en un proceso de significados que se pueden compartir entre la mayor parte de sus integrantes. (Prado, 2014) plantea que la cultura organizacional viene a ser un grupo de normas, valores y hábitos que se traducen en hacer una forma de comportamiento y por tanto se práctica en la organización. Hoy en día, el término se ha aplicado en muchas organizaciones empresariales.

*Una norma*, considerando cuestiones de gestión, es todo lo que está redactado y aprobado, por lo que se debe respetar por todos sus integrantes. Las reglas que actúan en la empresa tienen que estar determinadas en los documentos de gestión de la organización: funciones, manuales de organización, planes estratégicos, planes de formación, etc. Los indicadores de esta dimensión son: *reglamentos*, los cuales según Chiavenato (2014) vienen a ser el conjunto ordenado de reglas o preceptos dados por las autoridades para dirigir el funcionamiento de una organización o servicio. Por su parte, un *instructivo* es una lista de elementos indispensables para la realización de las tareas correspondientes y, por supuesto los pasos a seguir en el procedimiento.

En cuanto a la dimensión *hábitos*, es una práctica habitual de un individuo o colectivo de personas, donde incluso determinados hábitos podrían desperdiciar procesos mentales muy necesarios para aprovecharlos en actividades de mayor exigencia, mientras que otros hábitos dan paso a determinadas formas de tareas más exigentes, pero otros fomentan prejuicios o son perjudiciales. Entre sus indicadores se tiene a: *prácticas de seguridad*, las cuales son procesos cuya ejecución tiende a reducir las probabilidades de ocurrencia de eventos adversos que resultan de la exposición a accidentes o enfermedades ocupacionales. Asimismo, se tiene a las *prácticas medio ambientales*, las cuales vienen a ser las acciones que pretenden minimizar los impactos ambientales originados por diversos procesos, por medio de la generación del cambio en las organizaciones y sus acciones (Pacto Global Red Colombia, 2016).

Por otro lado, la dimensión *valores* está constituida por los atributos que tienen los individuos que pertenece a una empresa. Ejemplo: amabilidad, responsabilidad, alegría, puntualidad, honradez, etc. Entre sus indicadores se tiene a *la responsabilidad* que viene a ser el cumplimiento de las obligaciones, o el



cuidado al tomar una decisión o llevar a cabo una acción. Mientras que el *trabajo en equipo* es la labor realizada a través de un conjunto de personas con objetivos en común, aun cuando cada quien cumpla sus actividades individualmente para conseguirlos (Summer, 2016).

Con respecto a la segunda variable: competitividad, tenemos que Skinner (2015), plantea que, aunque no existe un concepto universal aceptado de competitividad, según el nivel microeconómico se puede percibir que competitividad es la facultad de vender mayor cantidad de productos o servicios aparte de conservar o incrementar sus actividades en el mercado, originando utilidades al efectuarlo. Tomando en consideración la evolución del término competitividad, se dice que: competitividad viene a ser la condición de una organización en aras de posicionarse, acceder, estabilizar y conseguir nuevos productos de forma exitosa mediante el tiempo, sobre sus dimensiones se origina de la dirección de “competencia en producción”. Otra forma es mediante los tiempos, vale decir, la percepción que va a definir la competitividad es diferente, sin embargo, frecuentemente disponen de puntos usuales en la calidad y el precio.

En cuanto a las dimensiones se tiene a: *Personas, de lo cual* Moulines (2016) sostiene que, en el siglo XXI, el talento es un factor clave (ventaja competitiva) que permitirá afrontar los retos actuales y futuros de cualquier organización y diferenciarla de la competencia. Por las razones anteriores, además de construir una empresa más competitiva, también construiremos un ecosistema organizacional más rentable, más eficiente y saludable. Dentro de sus indicadores se tiene al *conocimiento* que es la información adquirida por un individuo por medio de la experiencia o la educación, la comprensión teórica o práctica de un tema referido a una determinada realidad. Mientras que el *liderazgo* es la capacidad que tiene un ser humano para motivar, influir, organizar y realizar acciones para el logro de las metas que involucren a seres humanos y equipos en el marco de valores. Finalmente, la *adaptación al cambio* viene a ser la capacidad para asumir el cambio sin que ello altere el alcance de las metas propuestas con anticipación. Ello se encuentra muy relacionado con la capacidad de asumir como válidas perspectivas que se diferencian de las acostumbradas (Chiavenato, 2014)

En lo que respecta a *Innovación*, Trujillo (2016) postula que el gran objetivo de generar innovación es crear una ventaja competitiva para que los clientes puedan

percibir nuevas oportunidades o brindar servicios a mercados que otras marcas han ignorado u olvidado por completo, los competidores no lo esperan y reaccionan muy lentamente. Aquí es donde la innovación se convierte en una ventaja competitiva, a través de nuevos productos, nuevos procesos y nueva tecnología.

Y finalmente cuando se refiere a I&D (Investigación + Desarrollo) tomamos la referencia de (Nestlé, s/f) de la compañía NESTLE quién específicamente define que “I+D también tiene la importante misión de asegurar que todos los productos Nestlé cumplan con las leyes y reglamentos. Nestlé puede lanzar nuevos productos con rapidez y eficiencia en países de todo el mundo, integrando los asuntos regulatorios en todas sus actividades de I+D, de comienzo a fin.”; lo que nos hace entender que no podemos tener ventajas competitivas sino le damos el verdadero valor a I&D.

Entre sus principales indicadores de I&D se tiene a la *creatividad*, la cual viene a ser la capacidad para concebir nuevas ideas, asociaciones de estas y conceptos que normalmente originan nuevas soluciones. Por su parte las *estrategias* son el conjunto de acciones que alinean las metas y objetivos de una organización; la *calidad* viene a ser el grado en que un conjunto de características de un producto o servicio cumple con los requisitos de los clientes. Finalmente, el *servicio al cliente* está referido a todas las acciones que se implementan para los clientes antes, durante y después de la adquisición de un producto o servicio con la finalidad de lograr la satisfacción de estos (Summer, 2016).

### III. METODOLOGÍA

#### **Tipo y diseño de investigación.**

El presente trabajo de investigación fue de tipo aplicada dado que estuvo orientada a generar propuestas de solución a una realidad encontrada inicialmente, considerando las teorías y técnicas que se disponen respecto a las variables, así como los resultados determinados con la aplicación del estudio de campo. El enfoque es mixto.

Su diseño fue no experimental, transversal o transeccional, dado que la recolección de datos, se realizó en una única etapa, sin que las variables en mención sean manipuladas de ninguna forma. Asimismo, fue correlacional, al respecto Hernández et al. (2014) indica que la investigación correlacional busca encontrar el vínculo que existe entre las variables de estudio, en el presente caso entre las variables Cultura Empresarial y Competitividad, sin llegar a medir ninguna causa y efecto entre ambas.

#### **Variables y operacionalización.**

##### *Variable Uno: Cultura Empresarial*

Es la totalidad de las costumbres, valores, significados y tradiciones que hacen de una organización única. La cultura corporativa generalmente es considerada como el carácter de una organización, ya que encarna la visión de los fundadores de la organización, las normas éticas, sus valores e influencia, así como el estilo de dirección. (Del Prado, 2014).

##### *Variable Dos: Competitividad*

Es la capacidad de una empresa de producir bienes con patrones de calidad específicos, requeridos por mercados determinados, empleando recursos en niveles inferiores o iguales o a los que prevalecen en las organizaciones. (Haguenauer, 1989).

## **Población, Muestra y Muestreo**

### **Población**

Para evaluar nuestra variable 1: Cultura empresarial, se consideró como población a los 6 miembros de la Junta Directiva de la Asociación de Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura y a los 85 Asociados. La Junta Directiva la podemos observar en la Tabla 1. El número de asociados figura en el Padrón de la Asociación.

**Tabla 1**

*Relación de la Junta Directiva de la Asociación de Artesanos de Catacaos 2021-2021*

DESCRIPCIÓN	CANT.
- Presidente	01
- Vicepresidente	01
- Secretario	01
- Tesorero	01
- 1er Vocal	01
- 2do Vocal	01
<b>TOTAL DE COLABORADORES</b>	<b>06</b>

*Elaboración: propia*

Y para evaluar la variable 2: Competitividad, la población de la investigación estuvo conformada por la Directiva de la Asociación de Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021 y el número de Asociados, de acuerdo al registro del CITE Catacaos, es de 85 personas, de acuerdo al padrón que tiene la Asociación ubicado en la ciudad de Catacaos.

### **Muestra**

En el caso de la variable 1 y 2, se tuvo en cuenta lo siguiente:

- Se aplicó la encuesta al 100% de los directivos de la Asociación.
- En lo que respecta a los Asociados, se aplicó un censo, es decir a la totalidad de la muestra.

## **Unidad de Análisis**

La unidad de análisis estuvo conformada por la Junta Directiva de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura y por sus 85 asociados.

## **Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Panuelas (2010) citado por Silva et al. (2016), indican que las técnicas de recolección son muy importantes al momento de realizar una investigación, la razón que se manifiesta es que las herramientas permiten la obtención de información “in situ”, ya sea de forma estructurada o no.

### **Técnicas**

Para la obtención de datos para las variables de estudio se utilizó la encuesta y la entrevista.

Ñaupas et al. (2014) refiere que la encuesta viene a ser técnica que emplea un grupo de procedimientos estandarizados de investigación a través de los cuales se recaba y analiza diversidad de datos de una muestra de casos caracterizada de una población más amplia, del que se pretende describir, explorar, predecir o explicar diferentes características.

Asimismo, define que: la entrevista de investigación viene a ser la conversación directa que se da entre el investigador, vale decir, el entrevistador) y el individuo de estudio, es decir, el entrevistado.

### **Instrumentos**

Los instrumentos que se utilizaron en la presente investigación tienen que ver con el Cuestionario y Guía de entrevista para ejecutar en la Asociación de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos- Piura, 2021; el procedimiento establecido y planificado será usar como instrumentos el cuestionario y la guía de entrevista. Estos se aplicaron de la siguiente manera:

- La Junta Directiva. - se aplicó el cuestionario para los 6 integrantes de la Junta Directiva y la guía de entrevista se planifica realizarlo en un lapso de una hora en una fecha previamente coordinada con el entrevistado que será el presidente de la Junta Directiva del periodo 2021 – 2021.

- A los Asociados se les aplicó el cuestionario en un número de 85 encuestas y se coordinó con los socios en fechas específicas para evitar contratiempos, así se puede tener el tiempo y la comodidad necesaria para aplicar la herramienta de manera efectiva

### **Procedimientos**

Para efecto de llevar a cabo la aplicación de los instrumentos de investigación, cuestionario y guía de entrevista, se coordinó con los miembros de la junta directiva para decidir el horario y días en que se llevará a cabo el estudio de campo, previa opinión de los demás joyeros artesanos miembros del CITE, a efecto de poder recabar los datos con el mayor éxito posible y contando con la participación favorable de estas personas. Se trató de aplicar el cuestionario en uno o máximo dos días a fin de no originar mayores interrupciones a las labores cotidianas, siempre buscando la mayor confianza posible de parte del encuestado y entrevistado a fin de que se pueda responder con la mayor sinceridad posible.

### **Método de análisis de datos**

En la Asociación de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, se obtuvo información a través de las diferentes técnicas aplicadas a la Junta Directiva y los 85 Asociados; la información recogida sirvió para alimentar los softwares de análisis cuantitativo como son el SPSS 25 y Microsoft Excel 2019, lo que nos permitió obtener resultados estadísticos precisos y relevantes para los resultados y conclusiones de la investigación. Mientras que con la entrevista se buscó obtener información relevante sobre la investigación mediante respuestas verbales otorgadas por el presidente de la Asociación y se obtuvo datos que son de interés para el objetivo del estudio realizado. Este tipo de entrevista se centró en interrogantes puntuales y relacionado con el problema propuesto.

## **Aspectos éticos**

Ñaupas *et al.* (2014) señaló que la ética propone el estudio de un cierto tipo de comportamiento normativo humano, que se denomina comportamiento moral, y su propósito es conocer la vigencia de sus preceptos y privilegios. Asimismo, con respecto al científico, manifestó: que sus cualidades deben ser fundamentalmente la veracidad y honestidad intelectual, el desprendimiento y la impersonalidad. La verdad viene a ser la virtud determinada del científico ante los hechos.

Por lo que la ética en la presente investigación es la parte más importante frente a su confiabilidad y transparencia de la información obtenida por los participantes de la investigación, y así mismo prevalecer los valores como personas y como profesionales.

## IV. RESULTADOS

En la presente investigación se determinaron los resultados estadísticos obtenidos de la encuesta aplicada a los 85 asociados de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos, con relación a la variable del estudio: Cultura Empresarial, se elaboró una interpretación descriptiva a través de la aplicación de tablas de frecuencia en el sistema estadístico SPSS v25, para determinar la apreciación de los asociados frente a la problemática planteada. Adicionalmente se realizó la contrastación de las hipótesis, lo que permitió aceptar o rechazar la misma. Para ello fue necesario utilizar la tabla de correlación de Rho de Spearman.

### 4.1. Informe de aplicación del cuestionario.

*Objetivo específico N° 1: Evaluar la relación entre las normas y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos.*

*Tabla 2*

#### *Resultados Descriptivos de la Dimensión Normas vs Competitividad*

	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Se cumple con el reglamento establecido	0	0.0%	29	34.1%	36	42.4%	20	23.5%	0	0.0%	85	100.0%
Se conoce las reglas y normas internas	0	0.0%	35	41.2%	26	30.6%	24	28.2%	0	0.0%	85	100.0%
Se dispone de instructivos para cumplir con un adecuado manejo operativo	5	5.9%	25	29.4%	52	61.2%	3	3.5%	0	0.0%	85	100.0%
Existen mecanismos donde explique la estructura, funciones y roles	1	1.2%	13	15.3%	23	27.1%	48	56.5%	0	0.0%	85	100.0%
Se dispone de principios básicos de funcionamiento y de organización interna	0	0.0%	20	23.5%	45	52.9%	20	23.5%	0	0.0%	85	100.0%
Se fomenta activamente la información interna entre los diferentes grupos de esta organización	1	1.2%	21	24.7%	48	56.5%	15	17.6%	0	0.0%	85	100.0%

Se observa en la Tabla 2; en el ítem 1 que el 42.4% indica que a veces se cumple con el reglamento establecido; por otro lado en el ítem 2 el 41.2% denota



que casi nunca se conocen las reglas y normas internas de la asociación; en el ítem 3 el 61.2% de los asociados expresan a que a veces se disponen de instructivos para cumplir con un adecuado manejo operativo; por otra parte en el ítem 4 el 56.5% refleja que casi siempre existen mecanismos donde explique la estructura, funciones y roles; en el ítem 5 el 52.9% manifiesta que a veces se dispone de principios básicos de funcionamiento y de organización interna y finalmente en el ítem 6 el 56.5% de los asociados revelan que a veces se fomenta activamente la información interna entre los diferentes grupos de esta organización.

De acuerdo a los porcentajes podemos inferir que existe una descoordinación y falta de comunicación de la normas internas de la Asociación, lo que conlleva a muchas discrepancias y por ende a cometer errores del tipo operativo por simple desconocimiento ya que se verifica que si bien a veces se cumple con el reglamento, se dispone de instructivos, de principios básicos de funcionamiento e incluso del fomento de información interna, a pesar de ello no se llegan a conocer la reglas y normas de la Asociación.

### **Contrastación de Hipótesis Específica 1**

*HE1: Existe una relación directa entre las normas y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos*

*Tabla 3*

*Relación entre la Dimensión Normas y Competitividad*

			Normas	Competitividad
Rho de Spearman	Normas	Coefficiente de correlación	1.000	0.255*
		Sig. (bilateral)	.	.019
	Competitividad	Coefficiente de correlación	0.255*	1.000
		Sig. (bilateral)	0.019	.
		N	85	85

\* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

En la tabla 3 se observa que el valor  $p = \text{Sig. (bilateral)} = 0.019 < \alpha = 0.05$ , esto nos indica que existe una asociación significativa. Por otro lado, el valor de  $Rho = 0.255$ , indica que existe una asociación baja entre la dimensión Normas y la Competitividad de los de Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos. Por lo tanto, se concluye que existe una asociación baja entre las normas y la competitividad de los de Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos.

*Objetivo específico N°2: Analizar la relación entre los hábitos y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos.*

**Tabla 4**

**Resultados Descriptivos de la Dimensión Hábitos vs Competitividad**

	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
En la organización se prioriza las costumbres y cultura	2	2.4%	20	23.5%	33	38.8%	30	35.3%	0	0.0%	85	100.0%
Influye la cultura corporativa dentro de la organización	3	3.5%	9	10.6%	25	29.4%	47	55.3%	1	1.2%	85	100.0%
Los colaboradores tienen la facilidad para expresar sus ideas en la organización	0	0.0%	24	28.2%	24	28.2%	30	35.3%	7	8.2%	85	100.0%
Los colaboradores acatan y ejecutan las medidas preventivas de seguridad en el trabajo	0	0.0%	37	43.5%	44	51.8%	4	4.7%	0	0.0%	85	100.0%
En la organización se prioriza el cumplimiento de prácticas medio ambientales	0	0.0%	15	17.6%	47	55.3%	23	27.1%	0	0.0%	85	100.0%
La organización se preocupa por el cuidado ambiental en la ejecución de su Producto	2	2.4%	19	22.4%	36	42.4%	28	32.9%	0	0.0%	85	100.0%

En la Tabla 4 se observa en el ítem 1 que el 38.8% de los asociados indican que a veces en la Asociación se priorizan las costumbres y la cultura; en el ítem 2 el 55.3% expresa que casi siempre influye la cultura corporativa dentro de la organización; por otro lado en el ítem 3 el 35.3% de los asociados exponen que casi siempre tienen la facilidad para expresar sus ideas en la organización; en el ítem 4 el 51.8% indica que a veces los asociados acatan y ejecutan las medidas preventivas de seguridad en el trabajo; por otra parte en el ítem 5 el 55.3% señalan que a veces en la organización se prioriza el cumplimiento de prácticas medio ambientales; finalmente en el ítem 6 el 42.4% revela que a veces la organización se preocupa por el cuidado ambiental en la ejecución de su producto.

De acuerdo a los resultados se infiere que los asociados están de acuerdo con indicar que si existe influencia de la cultura corporativa dentro de la asociación y que los mismos pueden expresar sus ideas. En otro orden de ideas se tiene en

cuenta que en la organización a veces se prioriza las costumbres y cultura, se acatan y ejecutan las medidas preventivas de seguridad en el trabajo, que es intermitente el cuidado y preocupación por el medio ambiente, teniendo en cuenta el tipo de productos que produce la Asociación.

## Contrastación de Hipótesis Específica 2

*HE2: Los Hábitos se relacionan directamente con la Competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos*

Tabla 5

*Relación entre la Dimensión Hábitos y Competitividad*

			Hábitos	Competitividad
Rho de Spearman	Hábitos	Coeficiente de correlación	1.000	.206
		Sig. (bilateral)	.	.058
		N	85	85
	Competitividad	Coeficiente de correlación	.206	1.000
		Sig. (bilateral)	.058	.
		N	85	85

Podemos observar en la Tabla 5 que dado que el valor  $p = \text{Sig. (bilateral)} = 0.058 > \alpha = 0.05$ , esto nos indica que no existe una asociación significativa. Además, el valor de  $Rho = 0.206$ , nos indica la existencia de una asociación baja entre la Dimensión Hábitos y la competitividad de los de Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos. Se concluye que existe una asociación baja entre los Hábitos y la Competitividad de los de Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos.

*Objetivo específico N°3: Establecer la relación entre los valores y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos.*

**Tabla 6**

**Resultados Descriptivos de la Dimensión Valores vs Competitividad**

	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Existe un conjunto de valores que rige la forma en que se conducen	0	0.0%	21	24.7%	39	45.9%	25	29.4%	0	0.0%	85	100.0%
Los colaboradores se sienten identificado con la organización	1	1.2%	13	15.3%	41	48.2%	30	35.3%	0	0.0%	85	100.0%
El código ético de la organización rige sus comportamientos	0	0.0%	24	28.2%	29	34.1%	32	37.6%	0	0.0%	85	100.0%
Los colaboradores actúan con un criterio de responsabilidad frente a la presión del trabajo	0	0.0%	28	32.9%	41	48.2%	16	18.8%	0	0.0%	85	100.0%
Los colaboradores actúan constructivamente ante los problemas que surgen en la organización	0	0.0%	8	9.4%	38	44.7%	38	44.7%	1	1.2%	85	100.0%
Los colaboradores tienen una relación de trabajo en equipo con sus compañeros de trabajo	5	5.9%	32	37.6%	42	49.4%	5	5.9%	1	1.2%	85	100.0%
El trabajo en equipo en la organización recoge todos puntos de vista de los colaboradores	1	1.2%	24	28.2%	39	45.9%	21	24.7%	0	0.0%	85	100.0%
Los colaboradores tienen la capacidad para planificar el trabajo de la organización	0	0.0%	19	22.4%	33	38.8%	32	37.6%	1	1.2%	85	100.0%
Los colaboradores tienen los conocimientos para realizar su trabajo	0	0.0%	32	37.6%	38	44.7%	15	17.6%	0	0.0%	85	100.0%

En la Tabla 6 se observa que en el ítem 1 el 45.9% de asociados indican que a veces existe un conjunto de valores que rige la forma en que se conducen; asimismo en el ítem 2 el 48.2% de los asociados a veces se sienten identificados con la organización; por otro lado en el ítem 3 el 37.6% manifiesta que casi siempre el código ético de la asociación rige sus comportamientos; en el ítem 4 el 48.2% de los asociados a veces actúan con un criterio de responsabilidad frente a la presión del trabajo; por otra parte en el ítem 5 el 44.7% expresa que a veces y el otro 44.7%

que casi siempre los asociados actúan constructivamente ante los problemas que surgen en la asociación; en el ítem 6 el 49.4% de los asociados a veces tienen una relación de trabajo en equipo; en el ítem 7 el 45.9% manifiesta que a veces el trabajo en equipo en la asociación recoge todos puntos de vista de los colaboradores; mientras que en el ítem 8 el 38.8% manifiesta que a veces y el 37.6% expresa que casi siempre los asociados tienen la capacidad para planificar el trabajo de la organización; por último en el ítem 9 con 44.7% revelan que a veces los asociados tienen los conocimientos para realizar su trabajo.

De acuerdo a lo verificado en los porcentajes se infiere que existe indiferencia frente a los valores, a la identificación con su organización, a actuar con responsabilidad frente a la presión del trabajo, de tener una relación de trabajo en equipo, de ser empático y tener en cuenta los puntos de vista de los asociados y de que los asociados tengan los conocimientos para realizar su trabajo. Desde otra perspectiva, aunque contradictoria rige un código ético y los asociados casi siempre actúan de forma constructiva cuando se dan los problemas en la asociación.

### **Contrastación de Hipótesis Específica 3**

*HE3: Existe una relación directa entre los valores y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos*

*Tabla 7*

*Relación entre la Dimensión Valores y Competitividad*

		Valores	Competitividad
Rho de Spearman	Valores	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	.
		N	85
	Competitividad	Coeficiente de correlación	.299**
		Sig. (bilateral)	.005
		N	85

En la tabla se observa se observa que el valor  $p = \text{Sig. (bilateral)} = 0.005 < \alpha = 0.05$ , esto nos indica la existencia de una asociación significativa. El valor de  $Rho = 0.299$ , nos indica que existe una asociación positiva (o directa) baja entre la dimensión valores y la competitividad de los de Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos. Por lo tanto, se concluye que existe una asociación positiva baja entre los valores y la competitividad de los de Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos.

## Contrastación de Hipótesis General

*Objetivo General: Determinar la relación entre la cultura empresarial y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos- Piura, 2021.*

*Hipótesis General: Existe una relación directa entre la cultura empresarial y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura 2021*

Para contrastar la hipótesis general se realizará la correlación entre las variables principales de estudio: Cultura Empresarial y la Competitividad de Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos -Piura, 2021.

Hipótesis a contrastar:

$$H_0: \rho = 0$$

$$H_1: \rho \neq 0.$$

Como los valores promedios son valores que están en escala ordinal (toman valores de 1 a 5), entonces se utilizará el coeficiente de correlación de Spearman.

El resultado es el siguiente:

Tabla 8

*Relación entre la Variable Cultura Empresarial y la Variable Competitividad*

			Cultura Empresarial	Competitividad
Rho de Spearman	Cultura Empresarial	Coefficiente de correlación	1.000	.043
		Sig. (bilateral)	.	.699
	Competitividad	N	85	85
		Coefficiente de correlación	.043	1.000
	Sig. (bilateral)	.699	.	
	N	85	85	

En la tabla de correlaciones observamos que el valor  $p = \text{Sig. (bilateral)} = 0.699 > \alpha = 0.05$ , lo que indica la existencia de una asociación no significativa. Por otro lado, el valor de  $Rho = 0.043$ , indica que existe una asociación muy baja entre las variables: Cultura Empresarial y la Competitividad de los de Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021. Por lo tanto, se concluye que la cultura empresarial tiene una asociación muy baja con la competitividad de los de Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021

#### **4.2. Informe de aplicación de la guía de entrevista.**

Las entrevistas fueron realizadas al presidente Señor Luis Alberto Castro Mena y a 5 directivos de la Asociación de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos Piura, 2021, por lo que tenemos el siguiente análisis de resultados:

*Objetivo Específico 1: Evaluar la relación entre las normas y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021*

Si bien la organización cuenta con acuerdos o convenios con otras instituciones como por ejemplo el convenio de cooperación interinstitucional con la Universidad César Vallejo Filial Piura que permitió desarrollar proyectos de innovación en beneficio de nuestros artesanos, contribuyendo a su formación profesional y la de sus hijos, no todos accedieron por la falta de comunicación interna, ya que no se cuentan con los protocolos debidos y para estos casos. Se es consiente que la ayuda la organización en el aumento de ingresos a los artesanos es generando una oferta de joyería de acuerdo a las tendencias del mercado, pero no todos acceden por falta de conocimiento, lo que no permite la integración de todos los asociados, lo que incrementa la falta de compañerismo y la rivalidad entre socios. Por lo que la Asociación carece de instructivos básicos para el normal desarrollo de las actividades propias de la organización y menos con los canales de comunicación adecuada.

*Objetivo Específico 2: Analizar la relación entre los hábitos y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021*

La Asociación desarrolla constantemente su labor de promoción de la artesanía cataquense, convirtiéndose en costumbre ser un punto de visita indispensable para turistas nacionales y extranjeros que desean conocer de cerca el proceso de elaboración de la filigrana de plata de Catacaos. Promueven la valoración del arte, la cultura e historia del Distrito de Catacaos. Establece alianzas estratégicas que permiten el intercambio de técnicas y conocimientos de los artesanos de Catacaos y la Región. Lamentablemente el porcentaje de los ingresos

de la sociedad se destina a capacitación es deficiente, aun sabiendo que factores de éxito conllevan el desarrollar las capacidades y habilidad es de los asociados.

*Objetivo Específico 3: Establecer la relación entre los valores y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021*

Ser parte de la asociación es un privilegio puesto que nos permite promover la competitividad a través de la capacitación en gestión empresarial, innovación tecnológica y gestión de calidad a los artesanos de Catacaos y de la Región Piura; conectando nuevos mercados productivos para el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas. Son conscientes que actualmente existen desacuerdos e inconformidad por parte de los asociados, además la crisis trajo con ello inestabilidad económica para la asociación; muchas veces las decisiones trascendentales han sido inspiradas en el bienestar de la misma, por ende, debido a la crisis de pandemia la identidad debe actuar con capacidad de adaptación a las circunstancias que permita lograr esa unión y fortalecer las capacidades de producción, logística y distribución de sus productos que les permita ofrecer productos de calidad en un mercado tan competitivo.



## V. DISCUSIÓN

En la presente investigación con respecto al objetivo 1: Evaluar la relación entre las normas y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021; Hill y Jones (2014), Prado (2014) y Chiavenato (2014), definen que la cultura organizacional está determinada por un conjunto de normas, valores, hábitos, creencias, etc., que es y debe ser compartido, comunicado a todos los que pertenecen a una organización sea pública o privada, ya que estas normas permiten la forma ordenada de poder interactuar dentro de la organización. En cuanto a la investigación realizada en la Asociación de Artesanos Joyeros CITE Catacaos, el 42.4% de los asociados expresa que a veces se cumple con el reglamento establecido; el 41.2% indica que casi nunca se conocen las reglas y normas internas de la asociación y el 61.2% de los asociados expresan a que a veces se disponen de instructivos para cumplir con un adecuado manejo operativo. Los asociados manifiestan desconocimiento e indiferencia acerca de las normas de su institución, a pesar de contar con reglamentos, instructivos, principios básicos de funcionamiento, etc., por lo que urge desarrollar estrategias de comunicación tanto interna como externa en la Asociación.

Teniendo en cuenta a Terán y Lorenzo (2011), quienes en su investigación proponen y diseñan estrategias que ayudan a desarrollar mejor las tareas, definir medidas de conducta y lineamientos que se encuentren claramente demarcados; entendiendo que la cultura organizacional afecta de manera directa sobre el desarrollo de las organizaciones y su productividad. En la investigación tenemos como resultados que el 56.5% manifiesta que casi siempre existen mecanismos donde se explica la estructura, funciones y roles; el 52.9% determina que a veces se dispone de principios básicos de funcionamiento y de organización interna.

Analizando los resultados de la entrevista en la asociación existe una descoordinación y falta de comunicación de normas internas, de los convenios institucionales, de la promoción de las ferias artesanales, etc., como consecuencia de ello, es que los asociados no se enteran o cuando lo hacen, ya es muy tarde; lo que genera discrepancias, rivalidad, falta de integración y compañerismo entre los socios. Se infiere que los asociados son conscientes que la cultura organizacional influye en el desarrollo como asociación y lamentablemente no es positiva. Por otro lado, Ángeles (2014) indica que los líderes deben tener la suficiente habilidad para

comunicar y que este proceso es determinante con respecto al clima organizacional. Una adecuada comunicación podrá lograr una mayor identificación de los colaboradores con los directivos, por lo que hoy en día la comunicación cumple un rol imprescindible e importante dentro de la actividad de la empresa. En la investigación se muestra que el 56.5% de los asociados revelan que a veces se fomenta activamente la información interna entre los diferentes grupos de esta organización. El presidente afirma existen descoordinaciones, falta de comunicación, lo que no permite la integración de sus asociados creando inestabilidad en la gobernabilidad de la misma.

Finalmente se calculó el Rho de Spearman = 0.255 que nos señala que existe una asociación baja entre la dimensión Normas y la Competitividad de los de Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos. En vista de lo referido anteriormente es importante que la Asociación pueda generar canales de comunicación efectiva tanto interna como externamente acerca de normas, procesos, actividades, etc., que les permita a los asociados comportarse dentro de los cánones exigidos por la organización que conlleve finalmente al logro de sus objetivos tanto personales como de la asociación. Siendo el valor  $p = 0.019$ , que indica que existe una asociación significativa, *se acepta la hipótesis específica 1: Existe una relación directa entre las normas y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos.*

En cuanto al segundo objetivo específico 2: Analizar la relación entre los hábitos y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021; desde la posición de (Pacto Global Red Colombia, 2016), la dimensión hábitos es definida como la práctica habitual de un individuo o de personas, muchos de ellos desgastan recursos o procesos mentales, dan paso a tareas más exigentes, pero otros son perjudiciales. En cuanto a la investigación realizada el 38.8% de los asociados indican que a veces en la asociación se priorizan las costumbres y la cultura; el 55.3% expresa que casi siempre influye la cultura corporativa dentro de la organización. Mientras que los resultados de la entrevista indica que son una asociación del interior del país con una historia cultural reconocida mundialmente, son protagonistas y son punto de atracción de los turistas que llegan al norte del país por las bellezas de productos que producen y venden, lamentablemente sus ingresos no se ven compensados

frente a todo el esfuerzo realizado. Se infiere que la cultura de la asociación y sobre todo los hábitos que ésta conlleva es un factor primordial e importante dentro del desarrollo de la competitividad de la asociación, y que sus miembros buscan que esta influencia sea positiva y lograr ser competitivos a nivel mundial. El problema es que no lo han podido lograr y la influencia determinada por los hábitos es negativa.

En este orden de ideas, Falcones (2014) sostiene en su tesis del estudio descriptivo de la cultura organizacional de los colaboradores de la unidad de negocio de Supply Chain Guayaquil de Nestlé y concluye que la cultura viene a ser un paradigma de suposiciones habituales compartidas, es decir que los grupos logran aprender mientras se resuelven sus falencias relacionadas a la adecuación extrínseca y la integración intrínseca. En la investigación los resultados señalan que el 35.3% de los asociados exponen que casi siempre tienen la facilidad para expresar sus ideas en la organización. Al respecto, la entrevista aplicada de la investigación en la asociación, se pudo conocer que desarrollan una labor de promoción de la artesanía catacuense, promueven la valoración del arte, la cultura e historia del Distrito de Catacaos y además establecen alianzas estratégicas que permiten el intercambio de técnicas y conocimientos de los artesanos de Catacaos y la Región. Por lo expuesto, podemos concluir que la asociación y sus asociados han visto la manera de crecer y disminuir sus falencias a través de diferentes actividades que fortalezcan sus capacidades como personas, seres humanos, artistas y empresarios. El cambio y el desarrollo no es inmediato, es un trabajo a largo plazo que redundará en beneficios de la asociación y en cada uno de los asociados.

Mientras tanto Gutiérrez (2014) en el ensayo denominado la cultura organizacional, variable importante para obtener ventaja competitiva, sostiene que es importante e imprescindible analizar las diferentes visiones acerca de la cultura empresarial y luego determinarlo como un aspecto destacado para lograr la ventaja competitiva de la empresa. Como resultados de la investigación el 51.8% indica que a veces los asociados acatan y ejecutan las medidas preventivas de seguridad en el trabajo; por otra parte, el 55.3% de los asociados señalan que a veces en la organización se prioriza el cumplimiento de prácticas medio ambientales y el 42.4% revela que a veces la organización se preocupa por el cuidado ambiental en la

ejecución de su producto. Obviamente se observa que los asociados están desarrollando una ventaja competitiva amparándose en factores importantes como es la salud y seguridad en el trabajo y el desarrollo de la cultura “green” o cultura verde a través de la responsabilidad social que implica el respeto por el medio ambiente. Estos aspectos no se contradicen ya que la asociación como se indicó anteriormente promueve cultura al mundo a través de su arte, pues bien, empieza a hacerlo a través de sus procesos y es una gran oportunidad de afianzamiento estratégico.

Finalmente se evidenció que la *hipótesis específica 2* Los Hábitos se relacionan directamente con la Competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos, no se cumple; puesto que el valor  $p = \text{Sig. (bilateral)} = 0.058 > \alpha = 0.05$ , esto nos indica que no existe una asociación no significativa. Además, el valor de  $Rho = 0.206$ , lo que concluye que existe una asociación baja entre los Hábitos y la Competitividad de los de Artesanos Joyeros.

En cuanto al objetivo específico 3: Establecer la relación entre los valores y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021., Summer (2016), sostiene que la dimensión valores está constituida por los atributos que tienen los individuos que pertenece a una empresa como la amabilidad, responsabilidad, alegría, puntualidad, honradez, trabajo en equipo, etc., mientras que Chiavenato (2017) postula que la cultura contribuye a diferenciar una empresa de otra, fundamentándose en un proceso de significados que se pueden compartir entre la mayor parte de sus integrantes. Los resultados de la investigación indican que el 45.9% de asociados señalan que a veces existe un conjunto de valores que rige la forma en que se conducen; el 48.2% de los asociados a veces se sienten identificados con la organización y por otro lado el 37.6% manifiesta que casi siempre el código ético de la asociación rige sus comportamientos.

De los resultados podemos deducir que la asociación tiene en cuenta los valores personales y que rigen la marcha de la Asociación, valores que se alinean con los de la organización por lo que se ha establecido una concordancia que se puede convertir en una gran fortaleza.

Petrone (2014) en su investigación estrategias empresariales para orientar la Competitividad en el Restaurant el Rincón del Chef en Paita, concluye que la situación interna y externa se encuentra en niveles positivos, existen factores negativos que afectan de manera directa la eficacia de la organización como la aparición de amenazas sin embargo vinculados a los consumidores, es por esa dicha razón la compañía conserva un nivel alto de lealtad que se ve influenciado por la fortaleza del capital humano en la realización de actividades frecuentes de organización, aparte de una mejora continua en conservar la competitividad propia en el mercado. Los resultados de la investigación definen que el 48.2% de los asociados a veces actúan con un criterio de responsabilidad frente a la presión del trabajo; el 44.7% expresa que a veces y el otro 44.7% que casi siempre los asociados actúan constructivamente ante los problemas que surgen en la asociación y el 49.4% de los asociados a veces tienen una relación de trabajo en equipo.

Los resultados de la entrevista aplicada a la investigación establecen que son conscientes que actualmente existen desacuerdos e inconformidad por parte de los asociados, muchas veces las decisiones trascendentales han sido inspiradas en el bienestar de la misma. En resumen, se debe actuar con una gran capacidad de adaptación a las circunstancias que permita lograr esa unión, ser un gran equipo por lo que es importante fortalecer las capacidades de producción, logística y distribución de sus productos que les permita ofrecer productos de calidad en un mercado tan competitivo.

Por su parte Robbins y Judge (2013) definen a la cultura de la organización como una percepción que es aceptada por la totalidad de los miembros de una empresa al considerarlo como un sistema en el cual se llegan a compartir los significados sobresalientes que identifican la compañía. En este orden de ideas los resultados de la investigación indican que el 45.9% manifiesta que a veces el trabajo en equipo en la asociación recoge todos puntos de vista de los colaboradores; el 38.8% manifiesta que a veces y el 37.6% expresa que casi siempre los asociados tienen la capacidad para planificar el trabajo de la organización, por último, el 44.7% revelan que a veces los asociados tienen los conocimientos para desempeñarse en su trabajo. La cultura de la organización es definida por valores que están alineados a la misma y cuyos miembros lo necesitan

porque sienten que pueden aportar, se sienten a gusto y lo tienen como el lugar que les permite desarrollarse y ser competitivos.

Finalmente, se evidenció que *la hipótesis específica 3*: Existe una relación directa entre los valores y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos, se cumple, puesto que el valor  $p = \text{Sig. (bilateral)} = 0.005 < \alpha = 0.05$ , lo que indica que existe una asociación significativa. Finalmente, el valor de  $Rho = 0.299$ , nos indica que existe una asociación positiva (o directa) baja entre la dimensión valores y la competitividad de los de Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos. Por lo tanto, se concluye que existe una asociación positiva baja entre los valores y la competitividad de los de Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos.

En lo que respecta al objetivo general sobre, Determinar la relación entre la cultura empresarial y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021, para el análisis se tomaron en cuenta aportes sobre la variable independiente y dependiente. En lo que respecta a la variable independiente, cultura empresarial como lo postula Prado (2014), quién plantea que la cultura organizacional viene a ser un grupo de normas, valores y hábitos que se traducen en hacer una forma de comportamiento y por tanto se práctica en la organización. Concerniente a la variable dependiente competitividad Skinner (2015), plantea que, aunque no existe un concepto universal aceptado de competitividad, según el nivel microeconómico se puede percibir que competitividad es la facultad de vender mayor cantidad de productos o servicios aparte de conservar o incrementar sus actividades en el mercado, originando utilidades al efectuarlo

En la tabla de correlaciones se observa que el valor  $p = \text{Sig. (bilateral)} = 0.699 > \alpha = 0.05$ , que indica la existencia de una asociación no significativa. Por otro lado, el valor de  $Rho = 0.043$ , indica que existe una asociación muy baja entre las variables: Cultura Empresarial y la Competitividad de los de Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021. Por lo tanto, se concluye que Hipótesis General no se cumple.

## VI. CONCLUSIONES

1. Se comprobó con un valor  $p = \text{Sig. (bilateral)} = 0.019 < \alpha = 0.05$ , esto muestra que existe una asociación significativa entre dimensión Normas y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura. Asimismo, el valor de  $Rho = 0.255$ , indica que, si bien existe una asociación, esta es baja entre ambas; destacando que existe una falta de comunicación de las normas internas de la asociación, pese a disponer de instructivos, de principios básicos de funcionamiento e incluso del fomento de información interna no se llegan a conocer la reglas y normas de la misma
2. Con respecto al valor  $p = \text{Sig. (bilateral)} = 0.058 > \alpha = 0.05$ , esto indica que no existe una asociación significativa entre la dimensión Hábitos con la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, y el valor de  $Rho = 0.206$ , revela la existencia de una asociación baja entre ambas dimensiones. Cabe resaltar que los asociados son conscientes de la cultura personal que tiene cada uno y que influye dentro de la asociación. En ella pueden expresar sus ideas, priorizar sus costumbres y cultura, acatar y ejecutar las medidas preventivas de seguridad en el trabajo y tener cuidado y preocupación por el medio ambiente.
3. En lo que se refiere a la relación directa entre la dimensión Valores y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, se determinó el valor  $p = \text{Sig. (bilateral)} = 0.005 < \alpha = 0.05$ , lo que indica la existencia de una asociación significativa, asimismo, el valor de  $Rho=0.299$ , prueba la existencia de una asociación positiva (o directa) baja entre ambas dimensiones. Se destaca la contradicción existente en este ámbito, por un lado, destaca la indiferencia frente a los valores, identificación con la asociación, actuar con responsabilidad, trabajar en equipo, ser empático y tener en cuenta los puntos de vista de los asociados; por el otro lado se indica que rige un código ético y los asociados actúan de forma constructiva solo cuando existen problemas. Explica el porqué la asociación no logra ser competitiva a pesar de tener ventajas comparativas.
4. Respecto a la relación directa entre la cultura empresarial y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-

Piura, 2021 se comprobó el valor  $p = \text{Sig. (bilateral)} = 0.699 > \alpha = 0.05$ , lo que indica la existencia de una asociación no significativa, asimismo el valor de  $Rho=0.043$ , prueba la existencia de una asociación muy baja entre las variables en mención.



## VII. RECOMENDACIONES

1. Para el funcionamiento de la asociación es fundamental mejorar la comunicación interna, por lo que se recomienda cuatro pasos importantes: desarrollar la empatía; se debe hacer ver la pasión que sienten por el trabajo invitando a los asociados a trabajar de la misma manera; hacer el seguimiento de los mensajes asegurando que llegue a todos lo que reforzará el objetivo planteado y desarrollar equipos que permitan la interacción entre los asociados. Por lo tanto, una buena comunicación es imprescindible si queremos que los engranajes de la asociación funcionen como es debido.
2. Teniendo en cuenta que los hábitos de los asociados influyen en la cultura de la asociación, pero se necesita que esta sea positiva y genere competitividad por lo que se recomienda: Identificar los hábitos que va a ayudar a los asociados a adquirir comportamientos acordes al propósito de la asociación, crear actividades que ayuden a que esa presión social y tener presente cuál es el cambio que se desea observar y nunca perder de vista el propósito de la organización.
3. Es evidente que los valores juegan un papel definitivo en la vida organizacional de la Asociación porque la mantiene humana, donde alienta a dirigentes y asociados a hablar y actuar desde sus corazones, por lo que se recomienda que la Asociación alinee los valores de sus asociados con los de la organización y establecer que los valores compartidos vinculan y conforman cada aspecto de la vida organizacional, así como desde sus dirigentes. Por lo tanto, los valores son formulados, enseñados y asumidos dentro de una realidad concreta.
4. Se recomienda fortalecer la Cultura Empresarial de la Asociación que les permita hacerlos una organización fuerte y competitiva con la finalidad de dar el salto que toda empresa sueña en dar: ser una organización fuerte cuya producción con todos los estándares de calidad requeridos se venda en distintas partes del mundo y generar estrategias para adaptarse a los desafíos del ambiente y hacer frente a las demandas actuales.

## VIII. PROPUESTA

### Introducción

Joyería Fina CITE Catacaos, ha sido creado para promover la competitividad a través de la capacitación en Gestión Empresarial, innovación tecnológica y Gestión de Calidad a los artesanos de Catacaos y de la Región Piura, especialmente a los artesanos joyeros con el único fin de ofrecer productos y servicios competitivos respondiendo a las exigencias de los mercados internos y externos. CITE joyería se convierte así en un facilitador para generar una oferta de joyería de acuerdo a las tendencias del mercado mundial, rescatando la tradición y nuestra identidad cultural, fomentando la innovación como base para impulsar a las empresas artesanales orientadas a los mercados de consumo local, nacional e Internacional.

Actualmente la Región Piura, específicamente Catacaos cuenta con una gran capacidad de desarrollo del entorno joyero tan identificada por su tradicional filigrana, prueba de ello es que a pesar de ser un pueblo pequeño es reconocido a nivel nacional como una ciudad productora de joyas finas en oro y plata. Catacaos dispone de más de 957 hábiles artesanos que se encuentran inscritos en el Registro Nacional del Artesano (RNA).

Sin embargo, hay factores, falencias, inconformidad con los Directivos, falta de comunicación que afecta negativamente la competitividad del CITE, la cultura empresarial de los asociados que no es significativa para la competitividad de la asociación, precios elevados para el uso de los artefactos manufactureros, falta de iniciativa para fomentar capacitaciones en el uso de la tecnología, inoperatividad y fallas de las máquinas que por ejemplo no cuentan con una correcta gestión de mantenimiento, que es uno de los motivos que impiden el desarrollo normal del proceso de producción.

## Breve descripción de la Empresa

### Misión

A través del servicio CITE, los artesanos joyeros se aseguran del cumplimiento de las normas técnicas, las buenas prácticas y estándares de calidad que permiten a las empresas desarrollar productos de mejor calidad y aprovechar las oportunidades de los mercados a nivel nacional e internacional.

### Visión

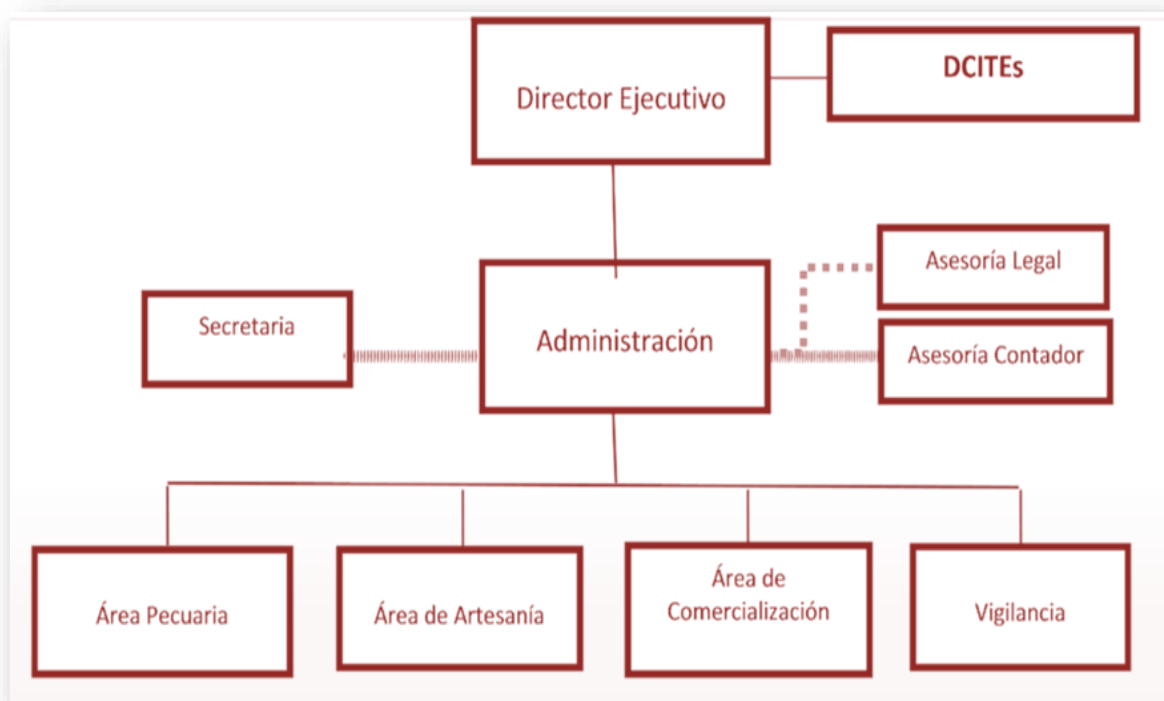
Se busca que las empresas, asociaciones produzcan y accedan a mercados de manera sostenible, competitiva y con altos niveles de productividad.

### Organigrama

La asociación de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, presenta el organigrama que se observa en la

Figura 1.

*Organigrama del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura*



Nota. CITE Catacaos-Piura 2021

## **Producción**

Perú actualmente ocupa el puesto tres en la actividad de exportar joyas en el entorno sudamericano. De acuerdo a Segura (2,019), afirmó que en el 2,019 las ventas a otros países de Joyería y Orfebrería se proyectaron en 90 millones de dólares, lo cual significó una recuperación aproximada al 10%. Con respecto al periodo de enero a julio, la actividad de envío de orfebrería y joyería peruana al exterior consiguieron los US\$49.5 millones, vale decir 8% superior al parecido periodo del 2017, el cual alcanzó los US\$ 45.9 millones, información otorgada por la Asociación de Exportadores (ADEX).

El joyero, por lo general, adquiere su materia prima en el lugar que además le brinda el servicio inmediato de laminado e hilado: existen varias empresas de este tipo en Lima. En Piura, existe esta oferta sólo en Catacaos, donde están muy bien instrumentados el CITE y la Asociación, complementándose por su cercanía. La mayoría de las empresas proveedoras de insumos y herramientas para joyería compiten entre sí, brindando servicio o por sus stocks, los precios son prácticamente los mismos. Catacaos tiene una historia referida a filigrana tradicional aplicada a productos en plata que los ha hecho conocidos, creando una característica del lugar.

En los últimos cinco años los joyeros de Catacaos han recibido innumerables capacitaciones de diseño, brindadas por diseñadores nacionales y extranjeros, capacitaciones en gestión, costos, participación en ferias, entre otros. Además de haber participado en ferias nacionales e internacionales, de primer orden. A pesar de ello no se aprecia un cambio significativo en su forma de pensar, en sus productos y su sistema de trabajo. Son muy resistentes al cambio, perjudicándose gravemente.

## **Justificación**

La comunicación interna en cualquier organización es aquella que se desarrolla entre los asociados, colaboradores o entre los empleados con el objetivo de fomentar el diálogo y alinear los esfuerzos hacia una misma meta: ser competitivos y obtener mejores resultados, como es el caso de la organización en estudio la Asociación de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura. En la investigación se ha encontrado que existe una falta de comunicación de las normas internas de la asociación, indiferencia

frente a los valores, falta de identificación con la asociación, falta de responsabilidad, no se trabaja en equipo, falta de empatía, etc.

Por lo tanto, es imprescindible mejorar la comunicación organizacional de la asociación si es que se quiere ser competitivo, optimizar tareas y mejorar la organización, lograr aumentar la motivación, incrementar la productividad y mejorar el clima laboral que le ayudará a resolver los problemas que se le presenten y por tanto proporcionar mayor satisfacción al cliente.

### **Objetivo**

Diseñar una propuesta orientada a mejorar la comunicación organizacional de la asociación de Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura.

### **Propuesta:**

## **PLAN DE MEJORAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL CITE CATACAOS-PIURA**

La investigación presente sugiere que uno de las falencias más álgidas es la falta de comunicación, no sólo de las normas internas, sino de la comunicación en sí tanto de manera interna como externa de la asociación por lo que se pretende mejorar la comunicación organizacional mediante estrategias apoyadas además en la aplicación de las TIC's. A continuación, se plantean las siguientes estrategias:

### **a. Implementación del proceso de comunicación organizacional**

La asociación frente a las diversas falencias presentadas con respecto al flujo de la información debe crear políticas de comunicación donde se deje en claro cuáles son los conductos regulares que se deben seguir en la organización. Las políticas de comunicación que se establezcan deben tener en cuenta lo siguiente: es imprescindible que la información que se desea dar a conocer a todos sus empleados esté siempre visible y por todos los medios que sea posible; se debe evitar las contradicciones en la información y la información importante se debe mostrar por escrito.

### **b. Realizar reuniones periódicas con el personal de la asociación.**

Es importante que los Directivos de la asociación internalicen que esta estrategia es de las más importantes para mejorar la comunicación de su

organización porque les dará la oportunidad de crear un vínculo más fuerte con sus asociados; por otro lado, le permitirá abordar temas de diferente índole que le fortalecerá el clima organizacional. Esta estrategia rendirá sus frutos si es que los Directivos no ejercen el favoritismo en la asociación, por lo que deben tratar a todos los asociados por igual. Indiferentemente si algunos se consideran mejor que otros, a las personas les gusta sentirse valoradas y eso incidirá positivamente o negativamente en su trabajo.

A lo anteriormente descrito se debe tener en cuenta que las reuniones deben darse también con el fin de brindar capacitación sobre los temas institucionales que permitan un mejor desarrollo y conocimiento de las políticas de la empresa, teniendo en cuenta, que la gran mayoría de los asociados desconocen completamente los temas y objetivos de la organización.

#### **c. Creación de un manual de imagen corporativa**

Es muy importante que los directivos establezcan criterios claves que le permitan a los asociados de la organización conocer más a fondo la razón de ser de la asociación, cual es el fundamento, su misión, su visión y los valores de la organización. También es importante definir algo que los identifique como es el significado y correcto uso del logotipo, sería muy importante si entre todos puedan definir los colores y la tipografía de la asociación que le daría un reconocimiento visual a la misma.

#### **d. Aplicación de herramientas TICs,**

Hoy en día es de vital importancia el uso de la TIC's en el desarrollo competitivo de las empresas y la asociación no es la excepción. Por lo que se aprovechará con la finalidad de mejorar la percepción de la comunicación tanto interna como externa que actualmente posee la asociación de Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE, es de vital importancia que se utilice el correo electrónico interno y se implementen el uso de diversas tecnologías que les ayudarán a mejorar el flujo de información, entre asociados, directivos, clientes, proveedores y demás actores que interactúan en la misma. Por lo que se propone:

- Diseñar una página web, que es vital en la actualidad y hoy en día se cuenta con un sinnúmero de herramientas tecnológicas que pueden facilitar el logro de este producto donde se pueda plasmar los objetivos y metas organizacionales, por tal razón, es de imperante necesidad que la empresa Artesanos Joyeros del Centro

de Innovación Tecnológica CITE participe en la implementación de una página web corporativa que contenga información relevante con la finalidad que pueda ser identificado por sus asociados, sus proveedores y sus clientes alrededor del mundo y ofrecer sus servicios sin limitaciones. Se puede utilizar plataformas gratuitas como wix por ejemplo.

- Crear un blog de la asociación, teniendo en cuenta, que esta es otra herramienta tecnológica esencial que le permitirá a la asociación de Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE, brindar información y donde se pueden exponer conceptos propios de la asociación, de su arte, opiniones de los artesanos, ya que su connotación es diferente a la página web. Esta estrategia también permitirá facilitar el flujo de información entre los asociados y los principales actores tanto interna como externamente. Se puede utilizar la plataforma de Google Workspace usando Google Sites, herramienta que es gratuita y muy versátil
- Crear un perfil empresarial en diversas redes sociales, tales como: Instagram, Tiktok, Facebook, Twitter y Youtube, el propósito de esta propuesta es amplificar el flujo de información tanto interna como externa y además ampliar el nicho de mercado que en la actualidad posee la asociación de Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE. Es importante recalcar a todos y sobre todo a los directivos del buen uso de las redes sociales, las cuales, si se direccionan y emplean de manera correctas, se obtendrán resultados muy positivos para toda la organización.

Con las estrategias planteadas anteriormente se busca demostrar que la aplicación de las tecnologías de información y comunicación (TICs), son viables, alcanzables y objetivas para el desarrollo de los objetivos de la propuesta orientada a mejorar la comunicación organizacional de la asociación de Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura.

## Presupuesto

El presupuesto estimado de la implementación de propuesta orientada a mejorar la comunicación organizacional de la asociación de Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE se puede observar en la Tabla 1.

Tabla 9

*Presupuesto estimado de la implementación de la Propuesta*

Concepto	Responsable	Tiempo de Implementación	Costo (US\$)
Implementación de la propuesta del proceso de comunicación organizacional	<ul style="list-style-type: none"><li>• Especialista en Comunicaciones Organizacionales</li><li>• Community Manager</li></ul>	6 meses	6,000.00
Implementación de las herramientas propuestas aprovechando las TIC's	Ingeniero de Sistemas	4 meses	3,500.00
Compra de Dominio y hosting para la página web	Asociación	1 año	100.00
Pago del diseño por una consultoría	Asociación	4 meses	3,000.00
<b>TOTAL</b>			<b>US\$ 12,600.00</b>

*Nota.* Elaboración propia

## Conclusiones

Es muy importante definir de manera clara, precisa y concisa cuáles son los objetivos de su organización y posteriormente es vital que la información que se desea dar a conocer a todos esté siempre visible evitando en la medida de lo posible las contradicciones en la información y malos entendidos. Tomando siempre en cuenta las propuestas de los asociados, evitar los favoritismos en la asociación, mantener siempre la comunicación directa, realizar reuniones frecuentes y de manera constante con el equipo para determinar si los objetivos planteados están cumpliéndose o hay que realizar los ajustes necesarios.

Así mismo ofrecer a los asociados las herramientas necesarias para lograr una comunicación fluida y con la nueva era tecnológica, son muchos los implementos que están a su favor, pero es importante además invertir en la capacitación constante de sus asociados.

## Recomendaciones

Se recomienda la implementación de la propuesta orientada a mejorar la comunicación organizacional de la asociación de Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE.



## REFERENCIAS

- Aguilar, L. (2016). Caracterización de la capacitación y la competitividad en las mype de servicios rubro fotocopiado del AA. HH Santa Rosa, Piura 2016. *Repositorio Institucional ULADECH*. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/42>
- Ángeles, C. (2014). La comunicación como estrategia a nivel directivo: un modelo antropológico de competencias comunicacionales para la gestión de la cultura y el clima organizacional. Artículo de investigación de grado no publicada de Comunicación. Universidad de Piura. Facultad de Comunicación. Piura, Perú.
- Cantillo, J. (2013). Incidencia de la cultura organizacional en el desempeño. *ECONÓMICAS CUC*. <https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/2580>
- Chiavenato, I. (2014). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. Vigésima segunda edición. México D.F.: Mc Graw Hill Interamericana.
- Cruz, J. (2019). La cultura organizacional y su incidencia en el desempeño de los colaboradores de la Empresa United Oceans S.A.C. de la provincia de Sechura—Piura, año 2018. Universidad César Vallejo. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/31752>
- Espinoza, Á. (2014). La comunicación como estrategia a nivel directivo: Un modelo antropológico de competencias comunicacionales para la gestión de la cultura y el clima organizacional. Universidad de Piura. <https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/1978>
- Falcones Suárez, G. (2014). Estudio descriptivo de la cultura organizacional de los colaboradores de la unidad de negocio de SUPPLY CHAIN Guayaquil de NESTLE Ecuador. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/6287>
- Gutiérrez Fierro, M. (2014). La cultura organizacional, variable importante para obtener ventaja competitiva. <https://core.ac.uk/display/143446158?recSetID=>
- Lacherre, E. (2017). Cultura organizacional en docentes del Zegel-Ipae Piura 2016. Universidad de Piura. <https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/2989>
- Moulines, J. (2016, abril 7). Las personas como ventaja competitiva. Web de Josep Moulines. [http://josepmoulines.com/es/les\\_personas\\_como\\_ventaja\\_competitiva/](http://josepmoulines.com/es/les_personas_como_ventaja_competitiva/)

- Nestlé. (s/f). Investigación y Desarrollo. Nestlé. Recuperado el 6 de octubre de 2021, de <https://www.nestle.com.pe/nosotros/investigacionydesarrollo>
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. y Villagómez, A. (2014). Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis. 4a. Edición. Bogotá: Ediciones de la U.
- Pacto Global Red Colombia (2016). Buenas prácticas medioambientales 2015. <https://www.pactoglobal-colombia.org/images/Biblioteca/Final-libro-pacto-Alta.pdf>
- Prado, J. (2014) Cultura organizacional. Blog de PRL - IMF BS. <https://cutt.ly/ggw4atx>
- Santander, C. (2013). Estrategias para inducir la formalidad de la MYPE de la industria gráfica-offset por medio de gestión competitiva. Pontificia Universidad Católica del Perú. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/4961>
- Silva, N. (2017). Estrategias empresariales para orientar la competitividad de la empresa Afocat-Trans Región Piura-2017. Universidad César Vallejo. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/30834>
- Summer, D. (2016). Administración de la Calidad. Sexta edición. México D.F.: Pearson.
- Trujillo, J. (s/f). La innovación como ventaja competitiva. Roastbrief. Recuperado el 6 de octubre de 2021, de <https://www.roastbrief.com.mx/2016/03/la-innovación-como-ventaja-competitiva/>

## ANEXOS

### Anexo 1: Matriz de Operacionalización de variables

Variable de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Cultura Empresarial	Es la suma total de los Valores, costumbres, Tradiciones y significados que hacen de una empresa única.		Normas	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Reglamentos</li> <li>● Instructivos</li> <li>● Disposiciones Internas</li> </ul>	Ordinal
	La cultura corporativa Generalmente s considerada como el carácter de una organización, ya que encarna la visión de los	La cultura empresarial será medida a través de las normas, hábitos, y valores presentes en los artesanos joyeros del CITE Catacaos, para lo cual se les aplicará un cuestionario	Hábitos	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Costumbres compartidas</li> <li>● Prácticas de Seguridad</li> <li>● Prácticas Medio Ambientales</li> </ul>	
	Fundadores de la compañía, sus valores e influencia, las normas éticas, así como el estilo de dirección. (Del Prado, 2014)		Valores	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Identidad</li> <li>● Responsabilidad</li> <li>● Trabajo en Equipo</li> </ul>	

Variable de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Competitividad	<p>La capacidad de una industria (o empresa) de producir bienes con patrones de calidad específicos, requeridos por mercados determinados, utilizando recursos en niveles iguales o inferiores a los que prevalecen en las industrias.</p> <p>(Haguenauer, 1989)</p>	<p>La competitividad será medida a través de determinadas características de las personas, la innovación y la investigación y desarrollo, para cuyo efecto se empleará un cuestionario y una guía de entrevista a aplicar a los artesanos joyeros y a los directivos del CITE Catacaos respectivamente</p>	Personas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento</li> <li>• Participación</li> <li>• Liderazgo</li> </ul>	Ordinal
			Innovación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adaptación al Cambio</li> <li>• Nuevos productos</li> <li>• Nuevos procesos</li> <li>• Nueva tecnología</li> </ul>	
			I&D	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creatividad</li> <li>• Estrategias</li> <li>• Servicio al Cliente</li> <li>• Calidad</li> </ul>	

*Elaboración propia*

## Anexo 2: Matriz de consistencia

TEMA	PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	MÉTODO
Cultura Empresarial y Competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021.	<b>Problema General:</b> ¿Cómo se relaciona la cultura empresarial y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021?	<b>Objetivo General:</b> Determinar la relación entre la cultura empresarial y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos- Piura, 2021.	<b>Hipótesis General:</b> Existe una relación directa entre la cultura empresarial y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021.	Diseño de la Inv. No experimental Tipo de Investigación Aplicada Enfoque: Mixto Población Variable 1: Los Asociados Variable 2: El Presidente de la Asociación. de Artesanos Muestra: Censal 85 Asociados Artesanos Técnica a. Encuesta b. Entrevista Instrumentos a. Cuestionario b. Guía de Entrevista Método de análisis Uso de SPSS 25 Uso de Microsoft Excel 2019 Uso de Análisis cualitativo para la entrevista.
	<b>Problemas específicos:</b> ¿Cómo se relacionan las normas y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021?	<b>Objetivos específicos:</b> Evaluar la relación entre las normas y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos- Piura, 2021	<b>Hipótesis Específicas:</b> Existe una relación directa entre las normas y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021	
	¿De qué manera se relacionan los hábitos y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021?	Analizar la relación entre los hábitos y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos- Piura, 2021	Los hábitos se relacionan directamente con la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021	
	¿De qué forma se relacionan los valores y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021?	Establecer la relación entre los valores y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021	Existe una relación directa entre los valores y la competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021	

Elaboración propia

### Anexo 3

## Encuesta para los Asociados Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Fecha: \_\_\_ / \_\_\_ / \_\_\_ N° \_\_\_

Estimado Sr. (Sra.), solicito su colaboración para la realización del siguiente cuestionario, el cual es de carácter confidencial y está destinado a recabar información necesaria para un trabajo de investigación con fines académicos. Agradeceremos leer las preguntas y responder con objetividad.

**Objetivo:** Cultura Empresarial Y Competitividad De Los Artesanos Joyeros Del Centro De Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021.

**Instrucciones:** Marque las respuestas con un (x), teniendo en cuenta la siguiente escala. Nunca (1) – Casi Nunca (2) – A veces (3) – Casi siempre (4)– Siempre (5).

ITEMS						
VARIABLE 1: CULTURA EMPRESARIAL		Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
DIMENSIÓN: NORMAS		1	2	3	4	5
1	En la organización se cumple con el reglamento establecido					
2	En la organización se conoce las reglas y normas internas					
3	La organización dispone de instructivos para cumplir con un adecuado manejo operativo					
4	En la organización existen mecanismos donde explique la estructura, funciones y roles					
5	Se dispone de principios básicos de funcionamiento y de organización interna					
6	Se fomenta activamente la información interna entre los diferentes grupos de esta organización					
DIMENSIÓN: HÁBITOS						
7	En la organización se prioriza las costumbres y cultura					
8	Influye la cultura corporativa dentro de la organización					
9	Los colaboradores tienen la facilidad para expresar sus ideas en la organización					
10	Los colaboradores acatan y ejecutan las medidas preventivas de seguridad en el trabajo					
11	En la organización se prioriza el cumplimiento de prácticas medio ambientales					
12	La organización se preocupa por el cuidado ambiental en la ejecución de su Producto					

<b>DIMENSIÓN: VALORES</b>		1	2	3	4	5
13	Existe un conjunto de valores que rige la forma en que se conducen					
14	Los colaboradores se sienten identificado con la organización					
15	El código ético de la organización rige sus comportamientos					
16	Los colaboradores actúan con un criterio de responsabilidad frente a la presión del trabajo					
17	Los colaboradores actúan constructivamente ante los problemas que surgen en la organización					
18	Los colaboradores tienen una relación de trabajo en equipo con sus compañeros de trabajo					
19	El trabajo en equipo en la organización recoge todos puntos de vista de los colaboradores					
20	Los colaboradores tienen la capacidad para planificar el trabajo de la organización					
21	Los colaboradores tienen los conocimientos para realizar su trabajo					
<b>ÍTEMS</b>						
<b>VARIABLE 2: COMPETITIVIDAD</b>		Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
<b>DIMENSIÓN: PERSONAS</b>		1	2	3	4	5
22	Para la organización el aprendizaje en el trabajo cotidiano es importante					
23	La misión y visión de la organización le da sentido y rumbo a la empresa					
24	Considera usted que tiene capacidad para realizar diferentes delegaciones en su trabajo					
25	Considera usted que su participación en la delegación de tareas es importante					
26	Considera usted que resuelve problemas relacionados con sus tareas, sin recurrir a los demás					
27	La perspectiva de largo plazo es desarrollada y ejecutada por los líderes de la organización					
28	La visión genera entusiasmo y motivación entre ustedes					
29	Usted responde bien a los cambios que genera el entorno					
30	Los diferentes grupos de esta organización cooperan a menudo para introducir Cambio					
31	Los intentos de realizar cambios, suelen generar resistencia por parte del equipo					
<b>DIMENSIÓN: INNOVACIÓN</b>						
32	Se proporciona constante capacitación para la mejora del producto					
33	La organización aplica flujo de procesos estandarizados en el área de producción					
34	La empresa planifica sus procesos según las necesidades de sus distintos clientes					
35	Se proporciona capacitación para la optimización de tiempo y recursos					
36	La innovación es algo que fomenta la empresa					
37	Los colaboradores consideran la innovación como una fortaleza					

ÍTEMS						
VARIABLE 2: COMPETITIVIDAD		Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
DIMENSIÓN: I & D		1	2	3	4	5
38	Los colaboradores participan en la elaboración de nuevos planes de trabajo					
39	A los colaboradores se les brinda la apertura de generar nuevas ideas en la organización					
40	La organización invierte continuamente en el desarrollo de las capacidades de sus miembros					
41	La organización satisface las demandas de los clientes					
42	Los colaboradores brindan un servicio de calidad al cliente de la organización					
43	Se realiza seguimiento sistemático y documentado de la calidad del producto					
44	Los colaboradores desarrollan otras capacidades que le da un mejor performance en la organización					



## Anexo 4

### Formato de guía de Entrevista



**Dirigido a:**   **Fecha:** \_/\_/\_/

**Cargo:**

**Objetivo:**

#### **PREGUNTAS:**

##### **Cultura Empresarial**

- ¿Qué los hace sentirse orgullosos de dirigir esta asociación en la organización?
- ¿Cómo ayuda la organización en el aumento de ingresos a los artesanos?
- ¿Qué tipo de programas de capacitación se llevan a cabo en la asociación?
- ¿Puede describir a qué se refiere el término “conflicto” en esta organización?
- ¿Cómo y cuándo las personas se dan retroalimentación entre sí en esta organización?
- ¿Cómo se toman las decisiones de alta urgencia?
- ¿Cómo celebra la organización el éxito de sus afiliados?
- ¿Tiene la organización acuerdos o convenios con otras instituciones?

##### **Competitividad**

- ¿Cuáles son los factores de éxito que ud, cree que tiene las asociaciones de artesanos?
- ¿Considera Ud. que hay dificultades para que los artesanos cataquenses trabajen en equipo?
- ¿Cuáles son los problemas más comunes en la relación entre los artesanos de la asociación?
- ¿Para que las decisiones de la organización toman en cuenta sus opiniones?
- ¿Combina su ocupación con otras actividades? ¿Cuáles?
- ¿Qué porcentaje representa el ingreso de sus asociados?
- ¿Qué porcentaje de los ingresos de la sociedad se destina a capacitación?
- ¿Con que frecuencia se capacitan a los asociados?
- ¿Cuáles cree Ud. que son los factores que le permitirán aumentar sus ventas y rentabilidad?

### Anexo 5: Matriz de Cuestionario

Variables	Dimensiones	Indicadores		Instrumento (CUESTIONARIO)	
				N° de ítems	Ítems
<b>X: CULTURA EMPRESARIAL</b>	X1: NORMAS	X1.1	REGLAMENTOS	1	Considera que se cumple con el reglamento establecido dentro de la organización
		X1.1	REGLAMENTOS	2	Usted conoce las reglas internas de la organización
		X1.2	INSTRUCTIVOS	3	La organización dispone de instructivos para cumplir con un adecuado manejo operativo
		X1.2	INSTRUCTIVOS	4	En la organización se comparte ampliamente y se puede conseguir la información que se necesita
		X1.3	DISPOCISIONES INTERNAS	5	Se dispone de principios básicos de funcionamiento y de organización interna
		X1.3	DISPOCISIONES INTERNAS	6	Se fomenta activamente la información interna entre los diferentes grupos de esta organización
	X2: HABITOS	X2.1	COSTUMBRES COMPARTIDAS	7	Influye la cultura corporativa dentro de la organización
		X2.1	COSTUMBRES COMPARTIDAS	8	Considera usted que tiene facilidad para expresar sus ideas
		X2.2	PRÁCTICAS DE SEGURIDAD	9	En la organización se pone en práctica las normas de seguridad
		X2.2	PRÁCTICAS DE SEGURIDAD	10	Conoce usted las medidas preventivas de seguridad en su trabajo

		X2.3	PRÁCTICAS MEDIO AMBIENTALES	11	En la organización se prioriza el cumplimiento de prácticas medio ambientales
		X2.3	PRÁCTICAS MEDIO AMBIENTALES	12	La organización se preocupa por el cuidado ambiental en la ejecución de su producto
	X3: VALORES	X3.1	IDENTIDAD	13	Existe un conjunto de valores que rige la forma en que se conducen
		X3.1	IDENTIDAD	14	Usted se siente identificado con la organización
		X3.1	IDENTIDAD	15	El código ético de la organización rige sus comportamientos
		X3.2	RESPONSABILIDAD	16	Considera usted que ante los problemas que surgen, puede actuar constructivamente
		X3.3	TRABAJO EN EQUIPO	17	Considera usted que su relación con sus compañeros de trabajo es de equipo
		X3.3	TRABAJO EN EQUIPO	18	Considera usted que trata de imponer sus puntos de vista sobre los de sus compañeros de trabajo
		X3.3	TRABAJO EN EQUIPO	19	Considera usted que tiene capacidad para planear y organizar su trabajo
		X3.4	INNOVACIÓN	20	Se fomenta activamente las nuevas ideas e innovación
X3.4	INNOVACIÓN	21	Considera usted que tiene los conocimientos necesarios y suficientes para realizar su trabajo		
<b>Y: COMPETITIVIDAD</b>	Y1: PERSONAS	Y1.1.	CONOCIMIENTO	22	Considera usted que el aprendizaje es importante en el trabajo cotidiano
		Y1.1	CONOCIMIENTO	23	Esta organización tiene una misión y visión clara que le otorga sentido y rumbo a la empresa

		Y1.2	PARTICIPACIÓN	24	Considera usted que tiene capacidad para realizar diferentes delegaciones en su trabajo
		Y1.2	PARTICIPACIÓN	25	Considera usted que su participación en la delegación de tareas es importante
		Y1.3	LIDERAZGO	26	Considera usted que resuelve problemas relacionados con sus tareas, sin recurrir a los demás
		Y1.3	LIDERAZGO	27	Los líderes tienen una perspectiva a largo plazo
		Y1.3	LIDERAZGO	28	La visión genera entusiasmo y motivación entre ustedes
		Y1.4	ADAPTACIÓN AL CAMBIO	29	Usted responde bien a los cambios que genera el entorno
		Y1.4	ADAPTACIÓN AL CAMBIO	30	Los diferentes grupos de esta organización cooperan a menudo para introducir cambio
		Y1.4	ADAPTACIÓN AL CAMBIO	31	Los intentos de realizar cambios, suelen generar resistencia por parte del equipo
	Y2: INNOVACIÓN	Y2.1	NUEVOS PRODUCTOS	32	Se proporciona constante capacitación para la mejora del producto
		Y2.2	NUEVOS PROCESOS	33	La organización aplica flujo de procesos estandarizados en el área de producción
		Y2.2	NUEVOS PROCESOS	34	La empresa planifica sus procesos según las necesidades de sus distintos clientes
		Y2.3	NUEVOS PROCESOS	35	Se proporciona capacitación para la optimización de tiempo y recursos
		Y2.3	NUEVA TECNOLOGÍA	36	La innovación es algo que fomenta la empresa
	Y2.3	NUEVA TECNOLOGÍA	37	Considera usted que la innovación es punto importante para lograr ventaja competitiva	

	Y3: I & D	Y3.1	CREATIVIDAD	38	Considera usted que participa en la elaboración de nuevos planes de trabajo
		Y3.1	CREATIVIDAD	39	Considera usted que puede establecer nuevas ideas en su propio trabajo
		Y3.2	ESTRATEGIAS	40	Esta organización tiene una clara estrategia al futuro
		Y3.2	ESTRATEGIAS	41	La organización invierte continuamente en el desarrollo de las capacidades de sus miembros
		Y3.3	SERVICIO AL CLIENTE	42	Considera usted que satisface las demandas de los clientes a corto y largo plazo
		Y4.4	CALIDAD	43	Considera usted que tiene grado de conocimientos para realizar un buen trabajo
		Y4.5	CALIDAD	44	En la organización se hace seguimiento sistemático y documentado de la calidad del producto
		Y.4.6	CALIDAD	45	Considera usted que en su trabajo es necesario el desarrollo de otras capacidades

*Elaboración propia*

## Anexo 6

### **“Año de la Universalización de la Salud”**

Piura, 01 de Noviembre de 2020

Señor:

URBANO CORTEZ CHIROQUE

Presidente.-

ASOCIACION DE ARTESANOS CATACAOS

Piura

Presente.-

Es grato dirigirme a usted, para expresarle nuestro cordial saludo, así mismo solicitarte el permiso para que nosotras, las estudiantes: **URSULA CAROL BRENIS PÉREZ**, identificada con DNI. N°**42830226** y **MARIA MERCEDES NAVARO VIERA**, identificada con DNI. N°**72923370**, de la Facultad de Ciencias Empresariales – Universidad César Vallejo Campus Piura, cursando el **IX** ciclo de la carrera profesional de **ADMINISTRACIÓN**, podamos acceder a la información necesaria para la elaboración del proyecto de investigación titulado **“Cultura Empresarial y Competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2020”**

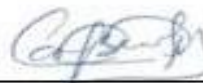
Es importante señalar que esta actividad no conlleva ningún gasto para su institución y que se tomarán los resguardos necesarios para no interferir con el normal funcionamiento de las actividades propias de la empresa.

Sin otro en particular y agradeciéndole el interés de su persona en contribuir con los futuros profesionales

Atentamente,



Navarro viera Maria Mercedes



Ursula Carol Brenis Pérez

## ANEXO 7. VALIDACIONES



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Freddy William Castillo Palacios, con DNI N° 02842237, Licenciado en Ciencias Administrativas, ANR 202528, de profesión Licenciado en Ciencias Administrativas desempeñándome actualmente como Docente a Tiempo Completo de la Escuela de Administración UCV Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos Cuestionarios:

Cultura Empresarial y Competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Cultura Empresarial. Cuestionario dirigido a los Artesanos Joyeros CITE Catacaos- Piura, 2021	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

Competitividad. Cuestionario dirigido a los Artesanos Joyeros CITE Catacaos- Piura, 2021	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 21 días del mes de abril del Dos mil Veintiuno.



Dr. : Freddy William Castillo Palacios  
DNI : 02842237  
Especialidad : Administración  
E-mail : [fwcastilop@ucvvirtual.edu.pe](mailto:fwcastilop@ucvvirtual.edu.pe)





**Cultura Empresarial y Competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica  
CITE Catacaos-Piura, 2021**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
<b>ASPECTOS DE VALIDACION</b>		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																			95		
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																			95		
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																			95		
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																			95		
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																			95		





## **CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, José Martín Lazo Sánchez, con DNI N° 02778943, Licenciado en Ciencias Administrativas, Registro Único Colegiatura N° 23792, de profesión Administrador, desempeñándome actualmente como Docente de la Escuela de Administración UCV Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos Cuestionarios:

Cultura Empresarial y Competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Cultura Empresarial. Cuestionario dirigido a los Artesanos Joyeros CITE Catacaos- Piura, 2021	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

Competitividad. Cuestionario dirigido a los Artesanos Joyeros CITE Catacaos- Piura, 2021	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 21 días del mes de abril del Dos mil Veintiuno.




**Lic. Adm. José Martín Lazo Sánchez**  
**REG. UNIC. DE COLEG. N° 23792**

Mgtr. : José Martín Lazo Sánchez  
 DNI : 02778943  
 Especialidad : Administración  
 E-mail : martinlazosanchez@gmail.com

**Cultura Empresarial y Competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica  
CITE Catacaos-Piura, 2021**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
<b>ASPECTOS DE VALIDACION</b>		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																			95		
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																			95		
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																			95		
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																			95		
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																			95		



## ANEXO 8. CONFIABILIDAD

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
---	---	-----------------------

### I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTE	:	Brenis Pérez, Úrsula Carol Navarro Viera, María Mercedes
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	:	Cultura Empresarial y Competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021
1.3. ESCUELA PROFESIONAL	:	Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)	:	Cuestionario 1: Para medir la Cultura empresarial
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO	:	KR-20 kuder Richardson ( ) Alfa de Cronbach. ( x )
1.6. FECHA DE APLICACIÓN	:	17 /05 /2021
1.7. MUESTRA APLICADA	:	20 colaboradores

### II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0.799
------------------------------------	-------

### III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (Ítems iniciales, ítems mejorados, eliminados, etc.)

Según Herrera es muy confiable



Dr. CÉSAR HARO DÍAZ  
DNI : 02870013

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO</b>	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
---	--	-----------------------

**I. DATOS INFORMATIVOS**

<b>1.1. ESTUDIANTE</b>	: Brenis Pérez, Úrsula Carol Navarro Viera, María Mercedes
<b>1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN</b>	: Cultura Empresarial y Competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021
<b>1.3. ESCUELA PROFESIONAL</b>	: Administración
<b>1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)</b>	: Cuestionario 2: Para medir la Competitividad
<b>1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO</b>	: <i>KR-20 kuder Richardson</i> ( ) <i>Alfa de Cronbach.</i> ( x )
<b>1.6. FECHA DE APLICACIÓN</b>	: 17 /05 /2021
<b>1.7. MUESTRA APLICADA</b>	: 20 colaboradores

**II. CONFIABILIDAD**

<b>ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:</b>	0.779
---	-------

**III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (Ítemes iniciales, ítemes mejorados, eliminados, etc.)**

*Según Herrera es muy confiable*



.....  
 Dr. CÉSAR HARO DÍAZ  
 DNI : 02870013



 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO</b>	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
---	--	-----------------------

**I. DATOS INFORMATIVOS**

<b>1.1. ESTUDIANTE</b>	: Brenis Pérez, Úrsula Carol  Navarro Viera, María Mercedes
<b>1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN</b>	: Cultura Empresarial y Competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021
<b>1.3. ESCUELA PROFESIONAL</b>	: Administración
<b>1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)</b>	: Cuestionario
<b>1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO</b>	: <i>KR-20 kuder Richardson</i> ( ) <i>Alfa de Cronbach.</i> ( )
<b>1.6. FECHA DE APLICACIÓN</b>	: 17 / 05 /2021
<b>1.7. MUESTRA APLICADA</b>	: 20 colaboradores

**II. CONFIABILIDAD**

<b>ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:</b>	<b>0.733</b>
---	--------------

**III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (Ítems iniciales, ítems mejorados, eliminados, etc.)**

<i>Según Herrera es muy confiable</i>
---------------------------------------



.....  
 Dr. CÉSAR HARO DIAZ  
 DNI : 02870013



Anexo 9.

**"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de  
Independencia"**

Piura, 14 de julio de 2021

Señor:

URBANO CORTEZ CHIROQUE

Presidente.

ASOCIACION DE ARTESANOS CATACAOS

Piura

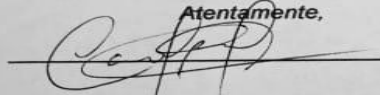
Presente.

Es grato dirigirme a usted, para expresarle nuestro cordial saludo, así mismo solicitarle el permiso para que nosotros, los estudiantes: URSULA CAROL BRENIS PEREZ, identificada con DNI. N°42830226 y MARIA MERCEDES NAVARRO VIERA, identificada con DNI. N°72923370, de la Facultad de Ciencias Empresariales – Universidad César Vallejo Campus Piura, cursando el X ciclo de la carrera profesional de **ADMINISTRACIÓN**, podamos acceder a la información necesaria para la elaboración del proyecto de investigación titulado: **"Cultura Empresarial y Competitividad de los Artesanos Joyeros del Centro de Innovación Tecnológica CITE Catacaos-Piura, 2021"**

Es importante señalar que esta actividad no conlleva ningún gasto para su institución y que se tomarán los resguardos necesarios para no interferir con el normal funcionamiento de las actividades propias de la empresa.

Sin otro en particular y agradeciéndole el interés de su persona en contribuir con los futuros profesionales

Atentamente,



Brenis Pérez Carol Úrsula



Navarro Viera María Mercedes

