



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA DE POSGRADO EN ADMINISTRACIÓN

“GESTIÓN DE LA CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE LA
CULTURA ORGANIZACIONAL Y LA COMPETITIVIDAD
DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
COMERCIO RUBRO VENTA DE CARNES, DEL DISTRITO
DE CHIMBOTE, 2016”

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO DE MAESTRO EN
ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

ELÍ REYNALDO CASTILLO LUCIO

ASESOR:

Dr. JOSÉ LINARES CAZOLA

CHIMBOTE – PERÚ

2016

JURADO EVALUADOR

Mgtr. LUIS SÁNCHEZ VERA

PRESIDENTE

Dr. REINERIO CENTURIÓN MEDINA

SECRETARIO

Mgtr. HÉCTOR RIVERA PRIETO

MIEMBRO

Dr. JOSÉ LINARES CAZOLA

ASESOR

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por darme la fuerza necesaria y brindarme la sabiduría suficiente para poder culminar de manera satisfactoria mi trabajo de investigación.

A mis padres, por el apoyo incondicional que me brindaron y que pusieron su confianza y esfuerzo para cumplir con mis objetivos planeados.

Al asesor Dr. José Linares Cazola por la Comprensión y el tiempo que me brindo para poder culminar mi Tesis.

DEDICATORIA

Con mucho cariño, a mi hija, ya que es mi motor y motivo para seguir adelante, a mis padres y esposa quienes me apoyaron y ayudaron a cumplir mi meta.

A mis amigos y compañeros por el apoyo su comprensión que siempre me brindaron para poder cumplir con este proyecto.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general, determinar la relación que existe entre la cultura organizacional y la competitividad en las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016. La investigación fue cuantitativa - correlacional, de diseño no experimental – transversal, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida, una muestra de 48 micro y pequeñas empresas de una población de 48 MYPES, a quienes se les aplicó un cuestionario de 31 preguntas cerradas, mediante la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados. El 68,75% de los representantes recurren a los trabajadores para resolver problemas. El 62,5% de los representantes da recompensa a sus trabajadores con premios sorpresa. El 100% de las Micro y pequeñas empresas cuentan con políticas y normas establecidas. El 58,33% de los trabajadores asegura que se les permite apoyar en los planes de mejoramiento. El 83,33% de los trabajadores trabajan en equipo. El 66,67% de los trabajadores perciben un buen clima laboral. El 72,92% de los representantes consideran a su personal competitivo. El 72,92% de los representantes aseguran que la empresa es competitiva. El 100% de las Micro y pequeñas empresas se adaptan a los cambios. El 83,33% de los representantes afirman que el trabajo en equipo mejora la competitividad de los trabajadores. El 66,67% de los representantes afirman que un buen clima laboral motiva y compromete más al trabajador. El 100% de los representantes afirman que la cultura organizacional mejora la competitividad. Se concluye que: La totalidad de las micro y pequeñas empresas encuestadas del rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, consideran que la cultura organizacional mejora la competitividad empresarial.

Palabras clave: Micro y pequeñas empresas, Cultura organizacional, Competitividad

ABSTRACT

The general objective of the research was to determine the relationship between organizational culture and competitiveness in micro and small enterprises in the sale and marketing of meat sector in Chimbote district, in 2016. The research was quantitative - correlational, non - experimental design. A cross - sectional study was carried out with a sample of 48 micro and small enterprises from a population of 48 MYPES. A questionnaire of 31 closed questions was applied through the survey technique. Obtaining the following results. 68.75% of the representatives use the workers to solve problems. 62.5% of the representatives reward their workers with surprise prizes. 100% of micro and small companies have established policies and standards. 58.33% of workers say they are allowed to support improvement plans. 83.33% of the workers work as a team. 66.67% of workers perceive a good working environment. 72.92% of the representatives consider their staff to be competitive. 72.92% of the representatives say that the company is competitive. 100% of the Micro and small companies adapt to the changes. The 83.33% of the representatives affirm that the team work improves the competitiveness of the workers. The 66.67% of the representatives affirm that a good working climate motivates and commits the worker more. 100% of the representatives affirm that the organizational culture improves the competitiveness. We conclude that: All micro and small companies surveyed in the meat sales category of the district of Chimbote, 2016, consider that organizational culture improves business competitiveness.

Keywords: Micro and small enterprises, Organizational culture, Competitiveness

INDICE

1. Título de la tesis.....	i
2. Hoja de firma del jurado y asesor.....	ii
3. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria	iii
4. Resumen y Abstract	v
5. Contenido.....	vii
6. Índice de Tablas y Gráficos.....	viii
I. Introducción.....	1
II. Marco teórico	4
2.1 Bases teóricas relacionadas con el estudio.....	4
2.3 Hipótesis.....	25
2.4 Variables	25
III. Metodología	26
3.1 El tipo y el nivel de la investigación	26
3.2 Diseño de la investigación	26
3.3 Población y muestra	27
3.4 Definición y operacionalización de las variables y los indicadores.....	27
3.5 Técnicas e instrumentos	29
3.6 Plan de análisis.....	30
3.7 Matriz de consistencia.....	30
IV Resultados	35
4.1 Resultados	35
4.2 Análisis de resultados	66
V. Conclusiones y recomendaciones	74
Referencias bibliográficas	76
Anexos	79

ÍNDICE DE TABLAS

a) Respecto al nivel de cultura organizacional

Tabla N° 01:	35
Tabla N° 02:	36
Tabla N° 03:	37
Tabla N° 04:	38
Tabla N° 05:	39
Tabla N° 06:	40
Tabla N° 07:	41
Tabla N° 08:	42
Tabla N° 09:	43
Tabla N° 10:	44
Tabla N° 11:	45
Tabla N° 12:	46
Tabla N° 13:	47
Tabla N° 14:	48

b) Respecto la competitividad empresarial

Tabla N° 15:	49
Tabla N° 16:	50
Tabla N° 17:	51
Tabla N° 18:	52
Tabla N° 19:	53
Tabla N° 20:	54
Tabla N° 21:	55
Tabla N° 22:	56

c) Respecto la relación de la cultura organizacional y la competitividad empresarial

Tabla N° 23:	57
Tabla N° 24:	58
Tabla N° 25:	59
Tabla N° 26:	60
Tabla N° 27:	61
Tabla N° 28:	62
Tabla N° 29:	63
Tabla N° 30:	64
Tabla N° 31:	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

a) Respecto al nivel de cultura organizacional

Gráfico N° 01:	35
Gráfico N° 02:	36
Gráfico N° 03:	37
Gráfico N° 04:	38
Gráfico N° 05:	39
Gráfico N° 06:	40
Gráfico N° 07:	41
Gráfico N° 08:	42
Gráfico N° 09:	43
Gráfico N° 10:	44
Gráfico N° 11:	45
Gráfico N° 12:	46
Gráfico N° 13:	47
Gráfico N° 14:	48

b) Respecto la competitividad empresarial

Gráfico N° 15:	49
Gráfico N° 16:	50
Gráfico N° 17:	51
Gráfico N° 18:	52
Gráfico N° 19:	53
Gráfico N° 20:	54
Gráfico N° 21:	55
Gráfico N° 22:	56

c) Respecto la relación de la cultura organizacional y la competitividad empresarial

Gráfico N° 23:	57
Gráfico N° 24:	58
Gráfico N° 25:	59
Gráfico N° 26:	60
Gráfico N° 27:	61
Gráfico N° 28:	62
Gráfico N° 29:	63
Gráfico N° 30:	64
Gráfico N° 31:	65

I. INTRODUCCIÓN

Las MYPES en nuestro país son muy importantes porque representan el 95,9% del total de establecimientos nacionales, porcentaje que se incrementa hasta el 97,9% si se añaden las pequeñas empresas. Según datos del Ministerio de Trabajo, las MYPES brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA), y contribuyen cerca del 45% del PBI, generan fuentes de trabajo, reducen la pobreza, pero a pesar de su importancia, estas tienen limitadas capacidades que les impiden seguir creciendo en el mercado empresarial, entre ellos no tienen una cultura organizacional fuerte que mejore su competitividad empresarial, pero este problema no es solo aquí sino también a nivel internacional. **(Ministerio de trabajo, 2013)**

En Europa las Micro y pequeñas empresas tiene problemas de gestión y esto se da porque no existe un liderazgo democrático ya que los dueños, creen que comunicarse con su equipo es una obligación y no una responsabilidad inherente a su tarea. Los problemas de comunicación organizacional que observamos en las MYPES generan conflictos y situaciones que atentan gravemente contra la eficiencia, la productividad y el clima laboral de la organización, haciendo muy complicada la posibilidad de mantener la mejora continua de todos los procesos. **(Formanchuk, 2014).**

En Latinoamérica, específicamente en Colombia, solo el 50% de las Micro y pequeñas empresas sobreviven el primer año y solo el 20% al tercero, y esto se debe a que le dan poca importancia a la innovación y al conocimiento, por ende no tienen competitividad, estos factores deberían ser el centro y el corazón que hacen mover los otros ítems de importancia en las organizaciones. Por otra parte no logran mantenerse en el mercado internacional porque fallan en el estudio de los mercados a los que le apuestan a ir **(Pérez, 2015).**

Las Micro y pequeñas empresas en el Perú presentan diferentes errores que llevan a la mayoría de emprendimientos al fracaso como por ejemplo, no investigan ya que se aventuran en un sector sin saber cuáles son las necesidades del público. No evalúan a la competencia ya que no indagan, previamente, sobre quiénes serán sus competidores, cuáles son sus debilidades y, sobre todo, sus fortalezas. No conocen el mercado ya que no saben quiénes son sus clientes potenciales, pero apuestan por un rubro sobre el cual solo conocen el nombre. No innovan ya que la mayoría caen en el error de creer que el producto o servicio que ofrecen no necesita cambios o mejoras. No escuchan a sus clientes, por más de que tenga un grupo fiel de habituales clientes, es recomendable que cada cierto tiempo les consulte qué más esperan de su marca y cómo podrían mejorar (**Román, 2013**).

Por último a nivel local en el caso del distrito de Chimbote, existen muchas MYPES dedicadas al comercio de carnes, pero estas tienen problemas de gestión derivadas de la falta de compromiso e identidad de sus integrantes con la cultura y filosofía de la empresa, desde la plana directiva hasta el más modesto de sus empleados, generando en toda la organización la falta de liderazgo y posicionamiento en el mercado, como consecuencia los ejecutivos, funcionarios y personal operativo desconocen la importancia y relevancia de la cultura organizacional y de la competitividad como pilares del crecimiento y desarrollo empresarial. Por todo lo expresado el enunciado es el siguiente: **¿Cuál es la relación que existe entre la cultura organizacional y la competitividad en las micro y pequeñas empresas sector comercial rubro venta de carnes, 2016?**

Además, tiene el siguiente objetivo general: Determinar la relación que existe entre cultura organizacional y la competitividad en las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, 2016.

Para lograr el objetivo general, se plantean los siguientes objetivos específicos:

a) Determinar el nivel de la cultura organizacional en las micro y pequeñas

empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016.

b) Determinar el nivel de la competitividad empresarial en las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016.

c) Relacionar la cultura organizacional y la competitividad en las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016.

Esta investigación se justifica porque permitirá determinar el nivel de la cultura organizacional y la competitividad. Además con ello podemos inferir y ayudar, que cada MYPE debe poseer una visión, una dirección y objetivos que debe alcanzar, hacia donde se deben dirigir, para de esta manera tener un camino y un solo rumbo para que logren alcanzar sus objetivo y metas, a la vez esta tesis tiene como objetivo ayudar como herramienta a administradores o encargados de diferentes empresas en que tengan en cuenta que el aprendizaje continuo, la actualización, las capacitaciones son de vital importancia para así de esta manera tener un buen manejo y administración del recurso económico y factor humano. Por último va a permitir la solución de problemas que pueden tener no solo las MYPES de venta de carnes, sino también otras que tengan un giro de negocio diferente, permitiendo ver que es importante la cultura organizacional para un mejor rendimiento dentro de la organización y así reducir o evitar errores empresariales.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Bases teóricas

Las Micro y pequeñas empresas

Es una unidad económica que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios, que se encuentra regulada en el TUO (Texto Único Ordenado), de la Ley de Competitividad, Formalización y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente. **(Ley, 28015, 2003)**

Características de la nueva ley MYPE N° 30056

Las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales.

Microempresa: Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias.

Pequeña empresa: Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Mediana empresa: Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la micro, pequeña y mediana empresa podrá ser determinado por decreto supremo

refrendado por el ministerio de economía y finanzas y el ministerio de la producción cada (2) años. (**Ley N°30056, 2013**)

En esta ley se ha eliminado el número máximo de trabajadores para categorizar a las empresas. Las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales.

Importancia.

En la actualidad las MYPES representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva del Perú, de forma que las microempresas representan el 95,9% del total de establecimientos nacionales, porcentaje éste que se incrementa hasta el 97,9% si se añaden las pequeñas empresas. Según datos del Ministerio de Trabajo, las MYPES brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI) (**Vázquez, 2013**).

Las Micro empresas en nuestro país son muy importantes por los siguientes motivos:

- Proporcionan abundantes puestos de trabajo.
- Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos.
- Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.
- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.
- Mejoran la distribución del ingreso.

Procesos de Gestión

Planeación. Es la primera ficha de este rompecabezas, dentro de ella se siguen los

siguientes pasos: investigación del entorno e interna, planteamiento de estrategias, políticas y propósitos, así como de acciones a ejecutar en el corto, medio y largo plazo.

Organización. La segunda ficha, es un conjunto de reglas, cargos, comportamientos que han de respetar todas las personas que se encuentran dentro de la empresa, la función principal de la organización es disponer y coordinar todos los recursos disponibles como son humanos, materiales y financieros.

Dirección. Es la tercera ficha del rompecabezas, dentro de ella se encuentra la ejecución de los planes, la motivación, la comunicación y la supervisión para alcanzar las metas de la organización.

Control. La ficha de cierre, es la función que se encarga de evaluar el desarrollo general de una empresa. Dentro de esta investigación también encontraremos la opinión de algunos autores acerca del proceso administrativo (**Cruz, 2013**).

Los procesos son posiblemente el elemento más importante y más extendido en la gestión de las empresas innovadoras, especialmente de las que basan su sistema de gestión en la Calidad Total. Los procesos se consideran actualmente como la base operativa de gran parte de las organizaciones y gradualmente se van convirtiendo en la base estructural de un número creciente de empresas.

Calidad

Es la base del sistema de gestión de la calidad ya que es una norma internacional y que se centra en todos los elementos de administración de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios.

Beneficios

Le permite transformarse en un competidor más consistente en su mercado
Una mejor Gestión de Calidad le ayuda a satisfacer las necesidades de su cliente
Maneras más eficaces de trabajar le ahorrarán tiempo, dinero y recursos
El desempeño operativo mejorado le ayudará a reducir los errores y aumentar las utilidades
Motivar y comprometer al personal con procesos internos más eficaces
Ganar clientes de mayor valor con un mejor servicio al cliente
Ampliar las oportunidades de negocios al demostrar el cumplimiento.

Norma ISO 9001.

Cada vez más las exigencias de los consumidores en los actuales escenarios económicos es muy relevante, especialmente por el rol que desempeña la calidad y en donde, las empresas exitosas están plenamente identificadas que ello constituye una buena ventaja competitiva, es por ello que se debe contar con un certificado que asegure la calidad, entonces se debe implementar la norma ISO 9001.

Cultura organizacional

Son hábitos, normas, creencias, valores y experiencias que son los encargados de dar una caracterización determinada a un grupo en concreto. En este caso, centrándose exclusivamente en un ámbito empresarial, como un negocio, una administración, institución o corporación entre otras. Para entender mejor la cultura organizacional se definirán los factores que forman la cultura organizacional.

Normas. Se trata de un sistema que permite que todos los individuos respeten unas determinadas conductas y procedimientos ante las situaciones que se generen. Estas normas están redactadas y aprobadas en los manuales de gestión y organización, por lo que su cumplimiento y respeto es obligatorio para todos.

Hábito. Es el concepto que viene después de las normas. Éstos no están escritos ni tienen que estar necesariamente aprobados, simplemente son pequeñas recomendaciones que en la mayoría de los casos se toman como normas. Para poner un ejemplo, en muchas oficinas públicas hace unos años no estaba prohibido fumar por norma, pero se entendía que realizar esta acción podía perjudicar a no fumadores, por lo que nadie fumaba. A esto se le llama característica de la cultura organizacional de la empresa.

Valor. En este punto nos acercamos más a la individualidad de las personas que forman la organización. Pues aquí entran en juego multitud de cualidades como energía, simpatía, honradez o puntualidad (**Díaz, 2013**).

La cultura organizacional es útil para poder detectar problemas y encontrar una solución lo antes posible. Con ella se pueden formar grupos de trabajo con aptitudes similares con el fin de ofrecer un rendimiento mucho más productivo.

Además, tenerla bien definida nos permite integrar y pulir al personal nuevo para que vaya adquiriendo los objetivos que persigue nuestro negocio.

Elementos de la cultura organizacional

Identidad de los miembros: si los individuos se identifican más con la organización, su trabajo, su puesto o su disciplina.

Énfasis de grupo: si las actividades se organizan en grupo o si las realizan individuos aislados.

Perfil de la decisión: si la toma de decisiones prioriza las actividades o los

recursos humanos.

Integración: si las unidades funcionan en forma coordinada o independiente.

Control: si existe una tendencia hacia una reglamentación excesiva o se orienta hacia el autocontrol.

Tolerancia al riesgo: si se fomenta o no la creatividad, la innovación, la iniciativa y el ímpetu para acometer la realización de las tareas, etcétera.

Criterios de recompensa: si se basan fundamentalmente en el rendimiento o en el favoritismo, la antigüedad u otros factores.

Tolerancia al conflicto: si se fomenta o no el conflicto funcional como elemento del desarrollo organizacional.

Perfil de los fines o medios: si la gerencia prioriza los fines o los medios para llegar a ellos.

Enfoque de la organización: si la gerencia se orienta hacia el mundo exterior o hacia lo interno de la organización (**Salazar, 2009**).

La cultura puede facilitar o dificultar la solución de los problemas relacionados con la adaptación al entorno y la integración interna. Se entiende por integración interna, la forma de organización que adopta una institución, empresa u otra entidad para lograr una efectividad en su quehacer y un bienestar sostenidos con vista a garantizar una adaptación externa adecuada.

Características de la cultura organizacional

Es única y distintiva, es decir, cada organización tiene su cultura propia que la distingue de las demás organizaciones. No existe un tipo de cultura "mejor" para todas las organizaciones.

Es implícita. Los miembros de una organización en muy raras ocasiones explicitan su cultura.

Integrada en un conjunto de elementos consistentes entre sí, como si fueran partes de un rompecabezas.

Estabilidad-dinamicidad relativa. En la mayor parte de las ocasiones, sus modificaciones y cambios son lentos.

Es una **representación simbólica** de los elementos culturales.

Tendencia a la perpetuidad, ya que las organizaciones atraen al mismo tipo de personas que tienen sistemas de valores y creencias similares.

Es **intangibles**, pero se manifiesta en todas las partes y elementos de la organización, a la que afecta.

Aceptación y observancia por la mayor parte de los miembros de una organización.

Es **un sistema abierto** y por tanto en estrecha comunicación con su entorno (**Vargas, S.f**).

Es importante recalcar que las organizaciones como las huellas digitales, son siempre singulares. Cada una posee su propia historia, características, patrones de comunicación, sistemas y procedimientos, declaraciones de filosofía, historias y mitos, que en su totalidad, constituyen su cultura. Algunas presentan un ambiente de mucho dinamismo, otras tienen un entorno de tranquilidad.

Funciones de la cultura organizacional

Gestión Gerencial, flexibilidad, evaluar y modificar el rumbo de la empresa.

Utilización de tecnologías comunicacionales, esto en vista de la globalización.

Hacer notorio que lo más importante son los recursos humanos.

Competitividad e innovación.

Capacitación permanente, prosperidad y calidad de los resultados.

Disciplina, horizontalidad, participación, respeto mutuo.

Formar: líderes, agentes de cambio y personal de relevo.

Comunicar un sentimiento de identidad a los miembros de la organización.

Apoyar el compromiso con algo superior al yo mismo.

Fortalecer la estabilidad del sistema social.

Facilitar premisas reconocidas y aceptadas para la toma de decisiones.

Los artefactos culturales, motivan al personal y facilitan la cohesión del grupo y el compromiso con metas relevantes (**Aguilar, 2015**).

La cultura organizacional es la médula de la organización que está presente en todas las funciones y acciones que realizan todos sus miembros. Esta nace en la empresa, se administra mediante los recursos que la empresa le proporciona y representa un factor activo que fomenta el desenvolvimiento de los integrantes de la sociedad.

La cultura organizacional se manifiesta en:

Las formas en que la organización lleva a cabo sus actividades, trata a sus empleados, clientes y la comunidad en general.

El grado en que se permite la autonomía y la libertad en la toma de decisiones, el desarrollo de nuevas ideas, y la expresión personal.

Cómo se ejercita el poder y como fluye la información a través de su jerarquía.

La fuerza del compromiso de los empleados hacia los objetivos colectivos (López, 2015).

Otra definición sería los valores de la organización como las creencias e ideas acerca de qué tipo de objetivos debe perseguir la organización e ideas acerca de los tipos apropiados o normas de comportamiento que los miembros de la organización deben utilizar para lograr estos objetivos.

Clasificación de la cultura organizacional

La cultura organizacional débil, la cual debe mejorar en aquellos puntos donde falla, y la fuerte, donde se considera el punto ideal para una organización:

a) Cultura organizacional fuerte

Puestos de trabajo flexibles. Reglas y procedimientos no formalizados
La dirección muestra gran interés y apoyo a la plantilla.

Las compensaciones y ascensos que se otorgan al personal están basados en su nivel de productividad.

La gerencia intencionalmente aumenta la intensidad del conflicto funcional o constructivo, lo suficiente para que siga siendo viable, autocrítico y creativo. Se alienta y utiliza el talento creativo e innovador del trabajador.

b) Cultura organizacional débil

Supervisión general. Todos tienen libertad para resolver los problemas de su puesto.

Puesto de trabajo estandarizado. Reglas y procedimientos formalizados.

La dirección se centra en la producción y muestra escaso interés por su plantilla.

Se aprecian y premia la fidelidad, el esfuerzo, la cooperación. Se desconocen los niveles productivos del personal.

La gerencia mantiene un nivel mínimo de conflicto constructivo, debido a la presencia de conflictos disfuncionales o destructivos.

No se estimula al trabajador a ser innovador y creativo (**Díaz, 2013**).

Es muy importante que las Micro y pequeñas empresas conozcan el tipo de cultura que tienen, está claro que existe una cultura fuerte cuando el personal responde a los estímulos debido a su adaptación a los valores de la organización. En tales ambientes, las culturas fuertes ayudan a las empresas a funcionar como máquinas bien engrasadas.

Por el contrario, hay una cultura débil cuando hay poca alineación con los valores de la organización y el control debe ser ejercido a través de procedimientos exhaustivos y la burocracia

Claves para construir una cultura organizacional

Cultura abierta. Nadie en ningún lugar lo sabe todo, esa es una verdad absoluta. Es necesario que la organización tenga un equipo fuerte que se apoye en todo momento, que se ayude para resolver los problemas en conjunto y que permita la participación de todos los integrantes de la plantilla. Las culturas que cerradas que fomentan la exclusión afectan gravemente la productividad y competitividad de los empleados y la compañía.

Saber escuchar. Todos los integrantes de una organización tienen conocimientos y aportes para compartir con el resto de sus compañeros. Establecer una cultura en la que todos los integrantes puedan hablar cuando lo necesiten, al tiempo que escuchan a sus compañeros con atención y sin interrupciones es básico para fortalecer el ambiente laboral y el trabajo en equipo.

Diversidad. Un equipo robusto se compone de personas con habilidades complementarias, diferentes personalidades, aportes, expectativas e intereses. La diversidad en esos campos es un elemento clave para la cohesión de todo el grupo de trabajo. Diferentes puntos de vista ayudan a encontrar mejores soluciones y alternativas en la oficina.

Saber comunicar. La comunicación es la base de cualquier relación, en este caso las laborales. Es el vehículo fundamental para que la asimilación de la cultura organizacional por parte de los colaboradores sea óptima. De los procesos y mecanismos de comunicación establecidos al interior de la compañía depende que los directivos y jefes puedan transmitir adecuadamente los principios, acciones, valores y metas corporativas que van a definir la cultura de la organización.

(Cristancho, 2015).

Una cultura organizacional en las organizaciones es el reflejo mismo de lo que es y lo que persigue la compañía. La cultura organizacional tiene como principal función el establecimiento de una identidad corporativa única que pueda ser transmitida a cada colaborador, además de generar un compromiso entre la plantilla para con la compañía y viceversa. Por otro lado el líder es el promotor de cambio es el quien debe saber trabajar con su equipo, saber comunicar y escuchar.

Clima organizacional motor para lograr la cultura organizacional

Definir el concepto de clima organizacional implica tratar un grupo de componentes y determinantes que, en su conjunto, ofrecen una visión global de la organización. Como noción multidimensional comprende el medio interno de la organización. Los componentes y determinantes que se consideran con frecuencia son:

Ambiente físico: comprende el espacio físico, las instalaciones, los equipos instalados, el color de las paredes, la temperatura, el nivel de contaminación, entre otros.

Características estructurales: como el tamaño de la organización, su estructura formal, el estilo de dirección, etcétera.

Ambiente social: que abarca aspectos como el compañerismo, los conflictos entre personas o entre departamentos, la comunicación y otros.

Características personales: como las aptitudes y las actitudes, las motivaciones, las expectativas, etcétera.

Comportamiento organizacional: compuesto por aspectos como la productividad, el ausentismo, la rotación, la satisfacción laboral, el nivel de tensión, entre otros **(Salazar, 2009)**.

La totalidad de estos componentes y determinantes configuran el clima de una

organización, que es el producto de la percepción de estos por sus miembros. El clima organizacional, todo ello es el resultado de la interacción entre las características de las personas y de las organizaciones, de esta manera se podrá alcanzar una cultura organizacional sólida.

Medición de la cultura organizacional

No es fácil medir sistemáticamente las culturas y compararlas pero es importante intentarlo. Usualmente estas mediciones se basan en el análisis de historias, símbolos, rituales y ceremonias religiosas para conseguir algunas pistas. Entre otras se recurrió a entrevistas y a cuestionarios abiertos con el propósito de juzgar los valores y creencias. En otros casos, el examen de las declaraciones de la filosofía corporativa ha proporcionado ideas sobre la cultura adoptada (las convicciones y valores que la organización declara públicamente) Otro método consiste en realizar entrevistas directas con el personal y averiguar sus percepciones de la cultura de la empresa. **(López, 2015).**

Antes de evaluar la cultura es importante que esté bien definida. Hay decenas de definiciones divergentes y métodos para evaluar la cultura. Se puede definir la cultura de una organización como el sentido o valor principal. Las organizaciones de éxito atraen, emplean y retienen a su mejor talento, a la vez que alinean sus procesos de reclutamiento y retención con su sentido o valor principal.

Beneficios de la cultura organizacional y los valores

Los empleados estarán por arriba de su nivel de rendimiento común.

Integración y compañerismo entre las áreas.

Los empleados estarán haciendo lo que en realidad les gusta **(Álvarez, 2016).**

Tener un sistema de valores y una cultura corporativa bien definida le da a la persona una idea clara de lo que tiene que hacer obtiene medidores que lo lanzarán a un mayor rendimiento.

Si se logra empatar los valores de una persona con los de la empresa se encontrara con personas comprometidas que han rebasado el valor intrínseco y natural de un trabajo para pasar a satisfacer un grado más alto de gustos y necesidades, el cual depende de otras estrategias de soporte, como motivación, coaching y compensaciones.

Competitividad

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 semejantes en el resto del mundo, durante un cierto periodo de tiempo.

Factores para alcanzar la competitividad

Estrategia y planificación: Ésta generalmente no es común en la pequeña empresa y debe ser considerada. Diversos autores e investigadores coinciden que el contar con un plan estratégico ayudará a las empresas a tomar decisiones, a conocer el rumbo que quieren tomar y cómo llegar a él.

Flexibilidad: Ante las fuertes exigencias del mercado y de la serie de productos o servicios que están a disposición de los clientes y consumidores, es importante contar con herramientas o mecanismos que permitan al negocio ser flexible.

Investigación y desarrollo: Realizar una investigación constante sobre las necesidades del mercado, le permitir han desarrollar productos y servicios

adecuados, que garanticen su posicionamiento y permanencia como empresa.

Capital Humano: Juega un papel importante, que en ocasiones también es desestimado por las empresas. Los conocimientos, habilidades y actitudes de los trabajadores y como ellos trabajan, son aspectos cada vez más relevantes en la operación de cualquier negocio, ya que diversos estudios coinciden en que la mejora en los resultados de una organización provienen en gran parte del capital humano.

Innovación y capacidad tecnológica: Estos dos aspectos han sido considerados en los últimos años como pilares básicos para que una empresa sea competitiva. Se ha demostrado que en repetidas ocasiones los negocios más competitivos, eficientes y con un buen manejo de sus procesos son aquellos que han hecho uso de las tecnologías. Contar con sistemas rápidos, sencillos, transparentes y prácticos permiten afrontar la incertidumbre del entorno y fomentan la creatividad y la innovación. La innovación debe estar presente en todo momento en los procesos del negocio. Está comprobado que si la innovación implica una mejora del producto y una reducción de costos, la empresa aumentará su beneficio y su cuota de mercado (**Castellanos, S.f**).

Debido a la importancia de las Micro y pequeñas empresas y su problemática para sobrevivir y competir en un mercado cada vez más exigente, se pone de manifiesto la necesidad de analizar los factores que determinan su competitividad. Esta investigación tuvo por objeto analizar la relación que existe entre el éxito competitivo y cinco factores relacionados con el ambiente interno de las Micro y pequeñas empresas, específicamente las variables: recursos humanos, planeación estratégica, innovación y tecnología y certificación de calidad.

Alcanzar la competitividad derrotando a la competencia

Cada vez el mercado es más duro, ya sea por los cambios en los gustos o por el aumento de la competencia. Por eso toda estrategia tiene que basarse en tus fortalezas únicas. Y para ello no hay que usar intuiciones ni corazonadas, sino análisis y una estrategia aunque sea muy básica.

Ser más competitivos supone superar a la competencia en aspectos como:

Tener un personal más productivo al estar mejor organizado y más formado.

Diseñar un modelo de negocio con menores costes y menor inversión.

Mejorar productos y servicios, tanto en calidad como en precio.

Aplicar la innovación a todos los procesos y productos.

Usar técnicas de venta y de marketing más eficaces (**Figuera, 2015**).

Si no hubiera competencia la empresa tendría planes, pero no estrategia; las nociones de estrategia y de competencia están indisolublemente ligadas; toda estrategia guarda relación con la competencia, por eso el fin de la estrategia es el de ampliar el poder de la empresa ante sus competidores.

Estrategias competitivas

- **Liderazgo De Bajo Costo**

Una amplia muestra representativa del mercado.

Costos más bajos que los competidores.

Un buen producto básico con pocos elementos superfluos.

Reducción de costos sin sacrificar calidad aceptable.

Transformar las características del producto para su bajo costo.

Precios económicos/ buen valor.

- **Diferenciación**

Una amplia muestra representativa del mercado.
Capacidad de ofrecer algo distinto a los competidores.
Muchas variaciones en los productos.
Inventar formas de crear valor para los compradores.
Integrar características que estén dispuestos a pagar los clientes.
Usar características para crear una reputación e imagen de la marca.

- **Enfoque**

Nicho de mercado limitado.
Costo bajo al atender el nicho.
Adapta las necesidades especializadas del segmento objetivo.
Adaptada al nicho.
Comunica la capacidad a satisfacer requerimientos de comprador.
Dedicarse totalmente a la satisfacción del nicho (**Garza, 2007**).

Ventaja competitiva

La ventaja competitiva se obtiene cuando se hace algo diferente dentro del proceso tradicional de tu industria y que te da una ventaja exponencial sobre cualquiera de tus competidores. Aunque sea un cambio pequeño, año con año se va ganando un poco de ventaja, con el tiempo la empresa crecerá hasta que tus competidores no te puedan alcanzar.

Para ser realmente efectiva, una ventaja competitiva debe ser:

Difícil de igualar.
Única.
Posible de mantener.

Netamente superior a la competencia.

Aplicable a variadas situaciones (**Emprendepyme, 2016**).

Una empresa tiene ventaja competitiva cuando se encuentra en una mejor posición para defenderse contra las fuerzas competitivas y mantener a los clientes. Existen muchas fuentes de ventajas competitivas: elaborar un producto con la más alta calidad, proporcionar un servicio superior a los clientes, lograr menores costos en los rivales, tener una mejor ubicación geográfica, diseñar un producto que tenga un mejor rendimiento que las marcas de la competencia.

Formas de desarrollar una ventaja competitiva

Ser más barato. Implica disminuir lo más posible los costos de producción y distribución y crear un sistema de provisión de valor eficiente y adecuado, que permita ofrecer productos de buena calidad, fiables y de fácil acceso a precios inferiores a los de la competencia para así ganar una mayor cuota de mercado.

Ofrecer el mejor producto. Ofreciendo un valor superior al de la competencia con los productos más innovadores que posicionen a la empresa como líder de su industria. Si se desea usar este enfoque hay que invertir una considerable cantidad de recursos a la generación de ideas y a la búsqueda de nuevas soluciones, y tener la capacidad de una comercialización rápida y eficiente de los nuevos productos.

Adecuar la oferta a tu cliente. Enfocando todos los esfuerzos a satisfacer mejor que nadie a segmentos específicos, en lugar de atender a todo el mercado. Implica segmentar con precisión un mercado y ajustar los productos o servicios para que satisfagan a las necesidades de los clientes del segmento (**Luer, 2012**).

Ahora bien, es importante saber que, independientemente del enfoque que uno

elijer, desarrollar una ventaja competitiva lleva tiempo, no es algo que se tenga de la noche a la mañana. Además cabe resaltar que a la hora de querer desarrollar una ventaja competitiva auténtica y sustentable, no es conveniente intentar sobresalir en todas las facetas (costos bajos, mejores productos y darle gusto a todos). Las empresas que no se enfocan en una sola faceta, generalmente terminan sin lograr ser mejores en ningún aspecto y cualquier competidor enfocado en un solo aspecto las supera con facilidad.

Ventaja competitiva a través del capital humano

Visión compartida. En la creación de una Cultura de Excelencia, la visión individual es tan importante como la visión de la Organización, por tal motivo, la tarea de los Niveles Directivo y Gerencial es crear la infraestructura y la cultura que permitan resultados satisfactorios a mediano y largo plazo. Lograr que los colaboradores compartan la misma visión que los Líderes tiene que ver con el ejercicio de dos habilidades clave: el liderazgo y la comunicación.

Respeto a la persona es hacerla sentir parte del Sistema. No se pueden tener buenos frutos a menos que se cuiden las raíces. El nuevo rol de cada uno de los líderes, independientemente de la posición que se tenga, el status o nivel de autoridad, es pasar de solucionadores de problemas a generadores de oportunidades.

Incrementar la participación. Para lograr una satisfacción plena los seres humanos buscamos ambientes armónicos, oportunidades de aprendizaje, aprecio por el trabajo, apoyo, estímulo, sentirse aceptado por los demás, reconocimiento, etc. Todo eso impacta en la actitud, la responsabilidad es un valor, pero también se convierte en la habilidad para responderle a la vida, las personas a veces no dan las respuestas esperadas

porque de alguna manera, no sienten del todo, satisfechas sus necesidades.
(Sahagun , 2011).

Es importante aclarar que, el contar con un personal comprometido, de alta calidad humana y profesional, es la única ventaja competitiva permanente que la Empresa puede tener y que lo acerca al nivel de excelencia que desea proyectar. Todo lo demás: tecnología, instalaciones, materiales, pueden ser comprados, sin embargo, un equipo humano de alta calidad no puede ser comprado, debe ser creado.

Innovación clave para la competitividad

Las empresas que no reaccionan al cambio mueren. Las empresas que reaccionan al cambio pueden sobrevivir. Las empresas que anticipan el cambio adquieren una ventaja competitiva. Las empresas que generan el cambio se convierten en líderes.

Las empresas obtienen ventajas competitivas si consiguen innovar, y que las estrategias ganadoras no son aquellas que tratan de hacer mejor a una empresa, sino aquellas que la hacen diferente.

La innovación en un sector se da cuando la aplicación por la industria de una nueva invención origina beneficios extra en el sector en que aparece y obliga a los demás empresarios a adaptarla o mejorarla a fin de no perder su mercado **(Mora, 2014)**.

Es muy importante que una empresa sea innovadora y logre transformar los avances tecnológicos en nuevos productos o procesos, ofertas de calidad superior o igual a las existentes en el mercado, y cubrir sus costos y obtener ganancias.

Ventajas de la competitividad

Se concentra el esfuerzo en ámbitos organizativos y de procedimientos competitivos.

Consiguen mejoras en un corto plazo y resultados visibles.

Si existe reducción de productos defectuosos, trae como consecuencia una reducción en los costos, como resultado de un consumo menor de materias primas o sea los productos son de mejor calidad.

Incrementa la productividad y dirige a la organización hacia la competitividad, lo cual es de vital importancia para las actuales organizaciones.

Contribuye a la adaptación de los procesos a los avances tecnológicos.

Permite eliminar procesos repetitivos de poco rendimiento evitando así gastos innecesarios (**Clery, S.f**).

Toda empresa debe aplicar las diferentes técnicas administrativas que existen y es muy importante que se incluya el mejoramiento continuo para que de esta manera se logre alcanzar la competitividad y obtener beneficios sostenibles a través del tiempo.

2.2. Hipótesis

HI. La cultura organizacional se relaciona significativamente con la competitividad en micro y pequeñas del sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016.

HO. La cultura organizacional no se relaciona significativamente con competitividad en micro y pequeñas del sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016.

2.3. Variables

Cultura organizacional. Son hábitos, normas, creencias, valores y experiencias que son los encargados de dar una caracterización determinada a un grupo en concreto. En este caso, centrándose exclusivamente en un ámbito empresarial, como un negocio, una administración, institución o corporación entre otras. Para entender mejor la cultura organizacional se definirán los factores que forman la cultura organizacional.

Competitividad empresarial. 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 semejantes en el resto del mundo, durante un cierto periodo de tiempo

III. METODOLOGÍA.

3.1. El tipo de investigación

Es cuantitativa porque examino los datos de manera científica, en forma numérica, generalmente con ayuda de la estadística. Se recogió y analizo datos sobre las variables y fenómenos de la situación problemática de una manera objetiva.

3.1.1. Nivel de la investigación

El nivel que se utilizó es correlacional, porque se pretende relacionar el comportamiento de la cultura organizacional y la competitividad, con relación causa - efecto.

3.2. Diseño de la investigación.

En la presente investigación se utilizó el diseño no experimental-transversal-correlacional.

No experimental.- Porque se utilizó sin manipular deliberadamente la Cultura organizacional y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, es decir se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto.

Transversal.- Porque el estudio “Gestión de la calidad bajo el enfoque de la cultura organizacional y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, Se realizó en un espacio de tiempo determinado, donde se tuvo un inicio y un fin (1 año).

Correlacional.- Porque se determinó la relación que existe entre la cultura organizacional y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016.

3.3. Población y muestra.

a) Población

La población está conformada por 48 micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016. La cual fue obtenida, mediante un sondeo, al no existir una población estadística, en el Sistema de información Geográfica para Emprendedores (SIGE). (Ver Anexo n°3)

b) Muestra

La muestra está conformada por 48 micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016. La cual fue obtenida mediante un sondeo, al no existir muestras estadísticas en el Sistema de información Geográfica para Emprendedores SIGE (Ver Anexo n°3)

3.4. Definición y operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Cultura organizacional	Es la suma total de los valores, costumbres, tradiciones y	Implantación de políticas, normas, valores con la finalidad de	Normas	. Tipo de Normas que se deben implantar en la	Nominal

	significados que hacen de una empresa única. La cultura corporativa generalmente es considerada como el carácter de una organización, ya que encarna la visión de los fundadores de la compañía, sus valores e influencia, las normas éticas, así como el estilo de dirección.	mejora el compromiso y generar la integración de los individuos de la organización para lograr un alto grado de crecimiento.		organización	
			Hábitos	Hábitos que deben tener los integrantes de la organización	Nominal
			Valores	Valores deben poseer los integrantes de la organización	Nominal

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Competitividad	La capacidad de una industria (o	Capacidad que tiene la empresa para	Capital humano	. Mejora los conocimientos, habilidades	Nominal

	<p>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 semejantes en el resto del mundo, durante un cierto periodo de tiempo.</p>	<p>imitar, adaptar y desarrollar estrategias, técnicas de producción de bienes y servicios antes inexistentes, para así desarrollar una ventaja competitiva en el mercado empresarial.</p>		<p>y actitudes de los trabajadores</p>	
			Innovación	<p>.Transforma los avances tecnológicos en nuevos productos o procesos, ofertas de calidad superior o igual a las existentes en el mercado</p>	Nominal
			Investigación y desarrollo	<p>.Se desarrollan productos y servicios adecuados, que garanticen su posicionamiento y permanencia como empresa</p>	Nominal

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó para recolectar información será la encuesta, para registrar la información se utilizara un cuestionario relacionadas a los aspectos generales de las variables en estudio: Cultura organizacional y la competitividad.

3.6. Plan de análisis.

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis correlacional de las variables en estudio; se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales; así como figuras estadísticas.

Se utilizaron los siguientes programas:

Microsoft Word: Es un procesador de textos de Office 2013, la enésima versión de la popular suite de ofimática de Microsoft, con este software se hizo posible la redacción digital y servirá para las posteriores modificaciones.

Acrobat Reader XI: Es un software gratuito que permite leer archivos digitales de extensión PDF, como fue el caso de los antecedentes que se descargaron desde la biblioteca virtual.

Microsoft Excel: Es un programa desarrollado y distribuido por Microsoft, el mismo que se utilizó para llevar a cabo la tabulación y la elaboración y diseño de las figuras correspondientes a los resultados que se obtuvieron en las encuestas.

3.7. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Métodos y diseños	Instrumentos y Procesamiento

<p>¿Cuál es la relación que existe entre la cultura organizacional y la competitividad en las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar la relación que existe entre la cultura organizacional y la competitividad en las micro y pequeñas empresas sector comercial rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>.Determinar el nivel de cultura organizacional en las</p>	<p>Cultura organizacional y la competitividad</p>	<p>Población:</p> <p>La población del estudio esta conformado por 48 micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016. La cual fue obtenida mediante un sondeo al no existir una población estadística en el Sistema de información</p>	<p>Tipo</p> <p>El tipo de investigación es cuantitativa porque se utilizó datos, procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.</p> <p>Nivel</p> <p>El nivel que se utilizó es correlacional, porque se pretende relacionar el comportamiento de la cultura organizacional y la competitividad, con relación causa - efecto.</p>	<p>Técnica</p> <p>La técnica utilizada es la encuesta.</p> <p>Instrumentos</p> <p>En el estudio se utilizó el instrumento del cuestionario</p> <p>Plan de análisis</p> <p>Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis correlacional de las variables en estudio; se elaboraran tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales; así como figuras estadísticas.</p> <p>Se utilizaron los</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016.</p> <p>.Determinar el nivel de la competitividad empresarial en las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016.</p> <p>.Relacionar la cultura</p>		<p>n Geográfica para Emprendedores SIGE. (Ver Anexo n°3)</p> <p>Muestra:</p> <p>La muestra esta conformada por 48 micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016. La cual fue obtenida, mediante un sondeo al no existir muestras</p>	<p>Diseño</p> <p>En la presente investigación se utilizó el diseño no experimental-transversal-correlacional.</p> <p>No experimental.</p> <p>- Porque se utilizó sin manipular deliberadamente la Cultura organizacional y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, es decir se observó el fenómeno tal</p>	<p>siguientes programas:</p> <p>.Microsoft Word</p> <p>.Acrobat Reader</p> <p>.Microsoft Excel</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>organizacion al y la competitividad en las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016.</p>		<p>estadísticas en el Sistema de información Geográfica para Emprendedores (SIGE). (Ver Anexo n°3)</p>	<p>como se encuentra dentro de su contexto.</p> <p>Transversal.- Porque el estudio “Gestión de la calidad bajo el enfoque de la cultura organizacional y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, Se realizó en un espacio de tiempo determinado, donde se tuvo un inicio y un fin (1 año)</p>	
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

				<p>Correlacional.-</p> <p>Porque se determinó la relación que existe entre la cultura organizacional y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016.</p>	
--	--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

IV. RESULTADOS

a) Resultados con respecto al Nivel de cultura organizacional

TABLA N°1
Recurre a los trabajadores para resolver problemas

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Si	33	68,75%	68,75%
No	15	31,25%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

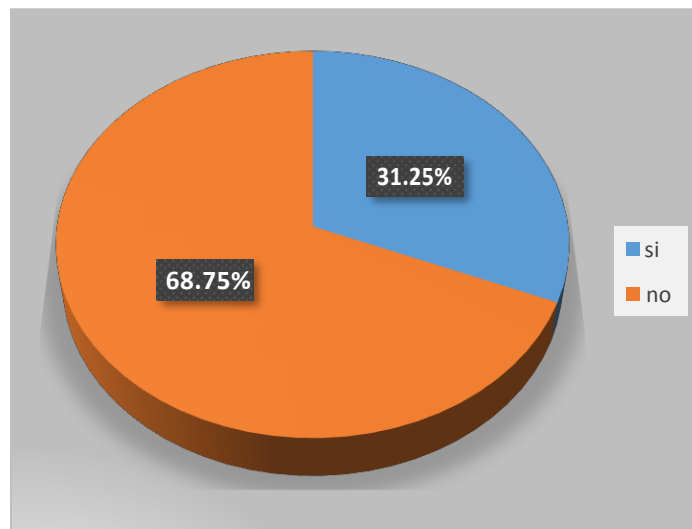


Gráfico N°1: Recurre a los trabajadores para resolver problemas

Interpretación: El 68,75% asegura que recurre a los trabajadores para resolver problemas y el 31,25% no lo hace.

TABLA N°2
Se aprueba la crítica constructiva

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Si	40	83,33%	83,33%
No	8	16,67%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

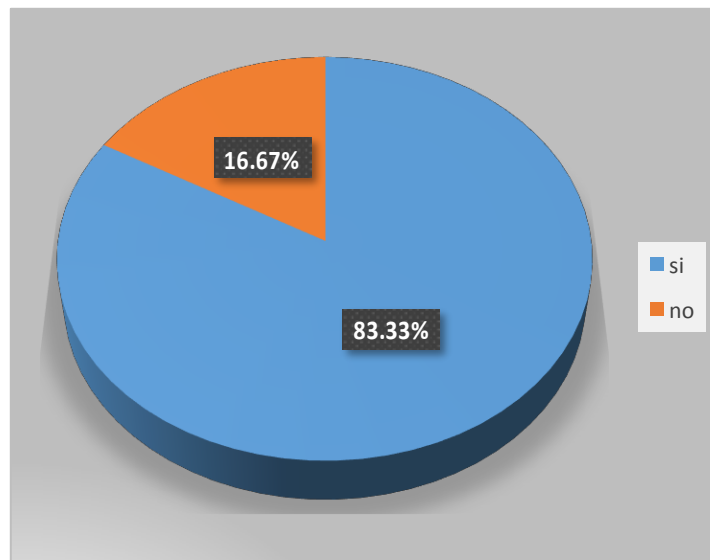


Gráfico 2. Se aprueba la crítica constructiva

Interpretación: El 83,33% asegura que se aprueba la crítica constructiva y el 16,67% no lo hace.

TABLA N°3
Como recompensa a sus trabajadores

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Aumento de sueldo	18	37,5%	37,5%
Viajes	0	0%	
Premio sorpresa	30	62,5%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

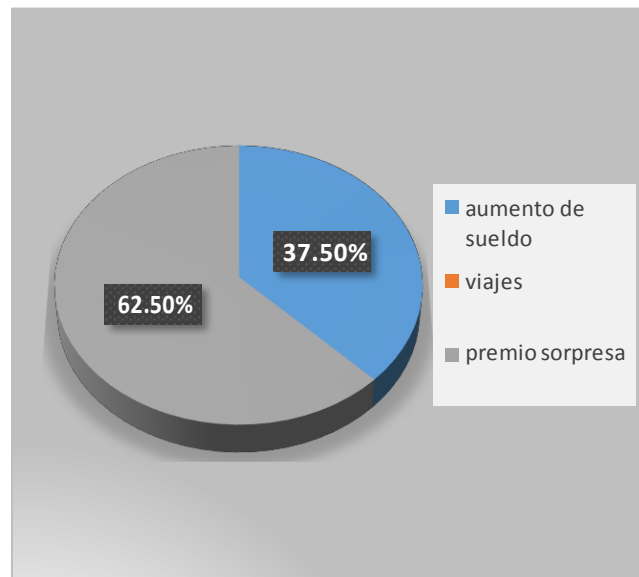


Gráfico 3. Como recompensa a sus trabajadores

Interpretación: El 62,5% recompensa a sus trabajadores con premios sorpresa y el 37,5% los recompensa con aumento de sueldo.

TABLA N°4

Resuelve las quejas de los clientes con rapidez

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Si	35	72,92%	72,92%
No	13	27,08%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

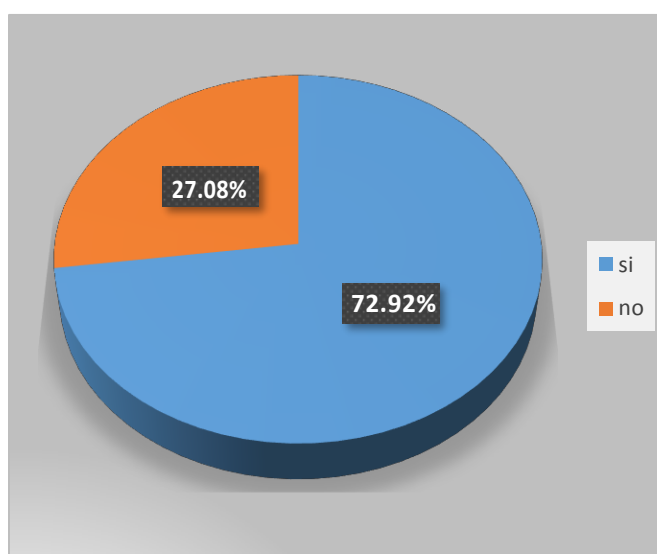


Gráfico 4. Resuelve las quejas de los clientes con rapidez.

Interpretación: El 72,92% resuelve las quejas de los clientes con rapidez y el 27,08% no lo hace.

TABLA N°5

Estimula a sus trabajadores al estudio e investigación

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Si	48	100%	100%
No	0	0%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

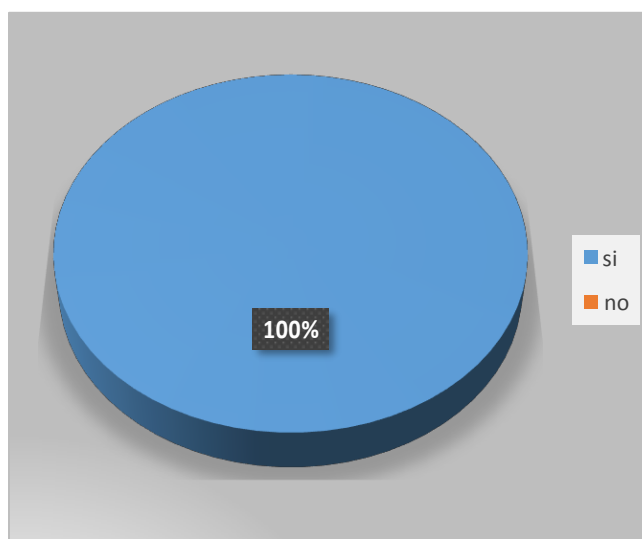


Gráfico 5. Estimula a sus trabajadores al estudio e investigación

Interpretación: El 100% estimula a sus trabajadores al estudio e investigación.

TABLA N°6

Brinda un ambiente físico adecuado para sus trabajadores

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Si	35	72,92%	72,92%
No	13	27,08%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

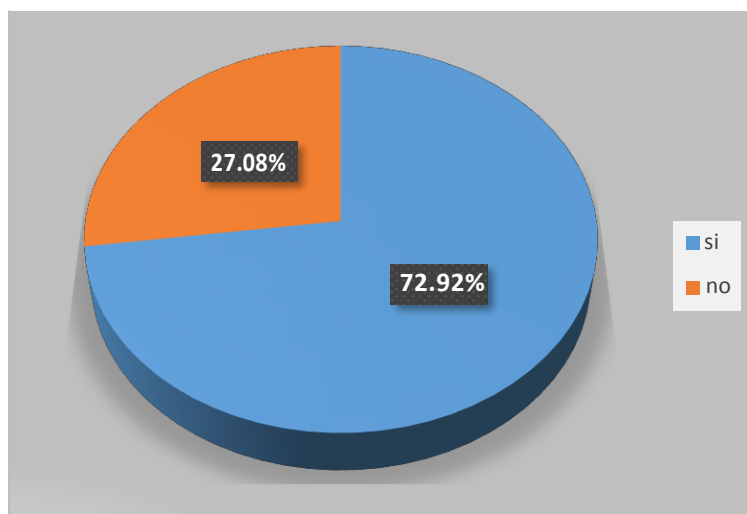


Gráfico 6. Brinda un ambiente físico adecuado a sus trabajadores

Interpretación: El 72,92% brinda un ambiente físico adecuado a sus trabajadores y el 27,08% no lo hace.

TABLA N°7

Cuenta con políticas y normas establecidas

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Si	48	100%	100%
No	0	0,0%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

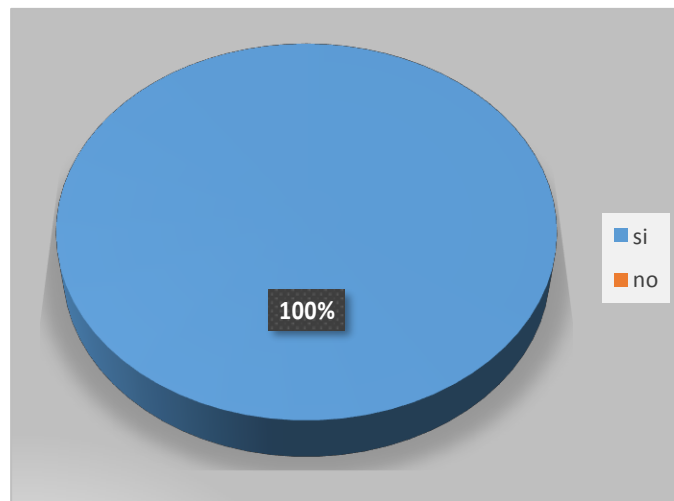


Gráfico 7. Cuenta con políticas y normas establecidas.

Interpretación: El 100% cuenta con políticas y normas establecidas.

TABLA N°8

Existe flexibilidad para pedir permiso y faltar al trabajo (Trabajadores)

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Si	30	62,5%	62,5%
No	18	37,5%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

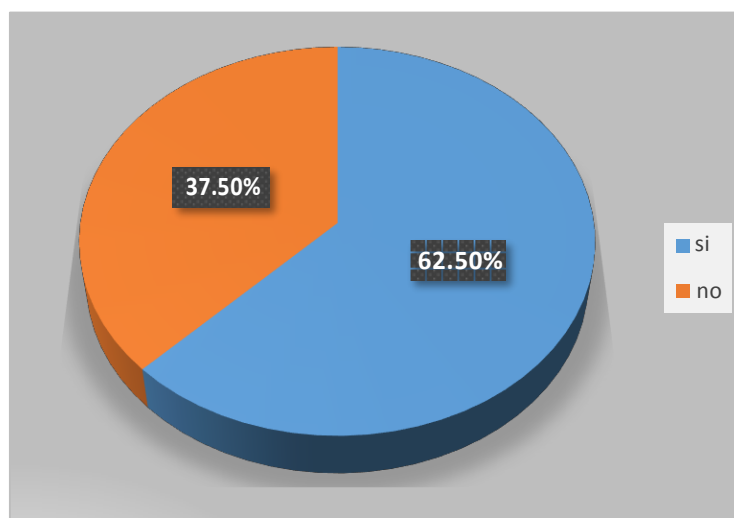


Gráfico 8. Existe flexibilidad para pedir permiso y faltar al trabajo (Trabajadores)

Interpretación: El 62,5% de los trabajadores afirma que existe flexibilidad para pedir permiso y faltar al trabajo y el 37,5% afirma que no.

TABLA N°9

Se les permite apoyar en los planes de mejoramiento (Trabajadores)

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Si	28	58,33 %	58,33 %
No	20	41,67%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

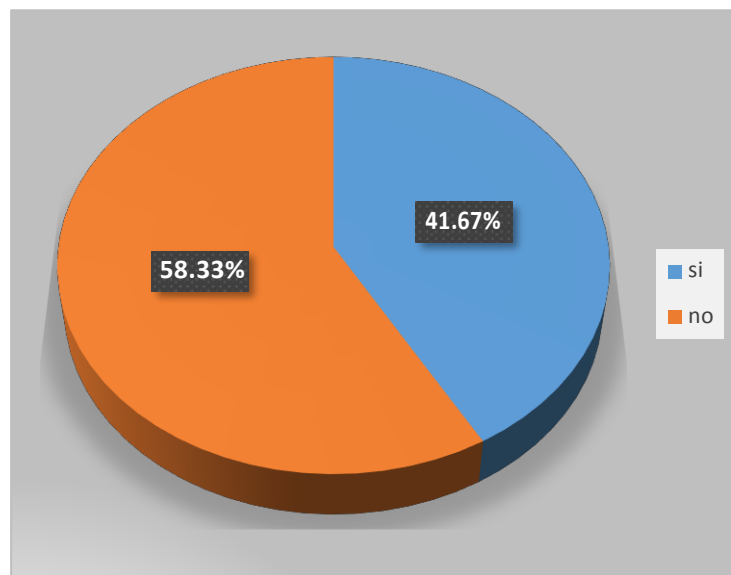


Gráfico 9. Se les permite apoyar en los planes de mejoramiento (Trabajadores)

Interpretación: El 58,33% de los trabajadores afirma que se le permite apoyar en los planes de mejoramiento de la empresa y el 41,67% afirma que no.

TABLA N°10

Trabajan en equipo (Trabajadores)

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Si	40	83,33 %	83,33 %
No	8	16,67%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

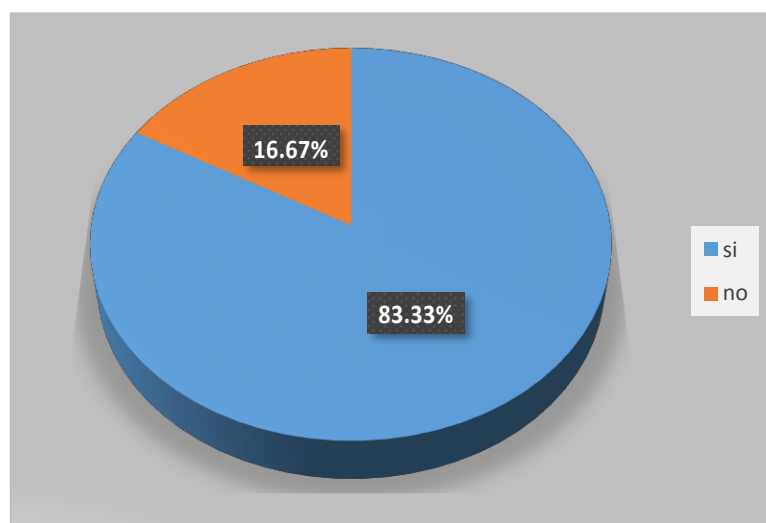


Gráfico 10. Trabajan en equipo (Trabajadores)

Interpretación: El 83,33% de los trabajadores afirma que trabajan en equipo y el 16,67% afirma que no.

TABLA N°11

Se identifica con la empresa (Trabajadores)

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Si	38	79,17%	79,17%
No	10	20,83%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

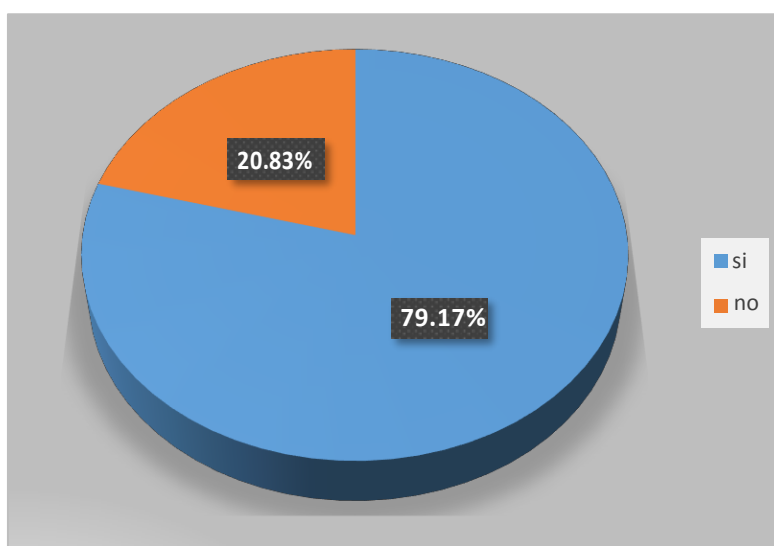


Gráfico 11. Se identifica con la empresa (Trabajadores)

Interpretación: El 79,17% de los trabajadores se identifican con la empresa y el 20,83% asegura que no.

TABLA N°12

Existe equidad en el salario (Trabajadores)

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Si	38	72,92%	72,92%
No	10	27,08%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

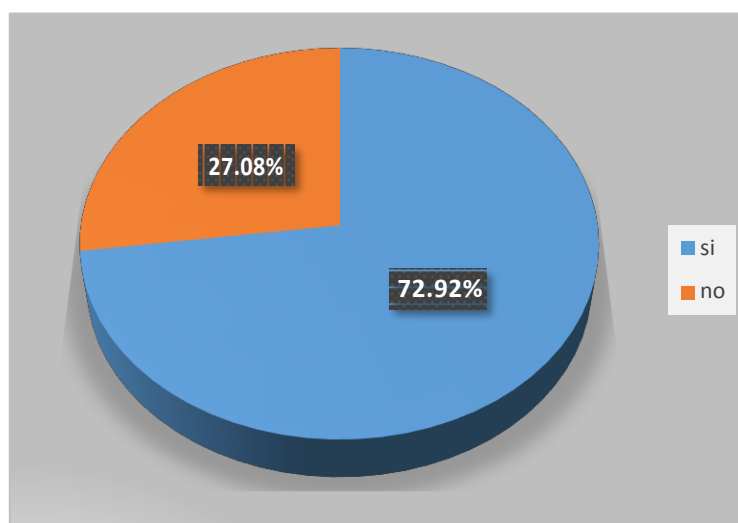


Gráfico 12. Existe equidad en el salario (Trabajadores)

Interpretación: El 72,92% de los trabajadores asegura que existe equidad en el salario y el 27,08% asegura que no.

TABLA N°13

Se modifican las rutinas de su trabajo (Trabajadores)

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Si	32	66,67 %	66,67 %
No	16	33,33%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

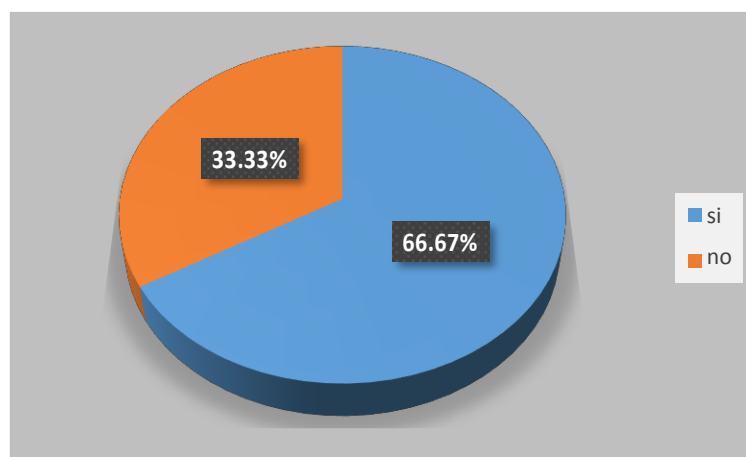


Gráfico 13. Se modifican las rutinas de su trabajo (Trabajadores)

Interpretación: El 66,67% de los trabajadores asegura que se modifican las rutinas de su trabajo y el 33,33% asegura que no.

TABLA N°14

Percibe un buen clima laboral (Trabajadores)

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Si	32	66,67 %	66,67 %
No	16	33,33%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

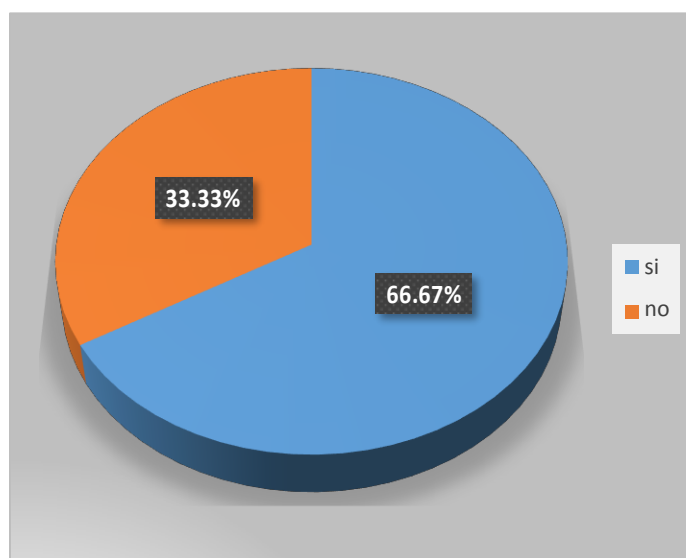


Gráfico 14. Percibe un buen clima laboral (Trabajadores)

Interpretación: El 66,67% de los trabajadores perciben un buen clima laboral y el 33,33% asegura que no.

b) **Resultados respecto a la competitividad en las micro y pequeñas empresas sector comercial rubro venta de carnes, 2016.**

TABLA N°15

Cuenta con un área de I + D

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Si	0	0,0%	0,0%
No	48	100%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

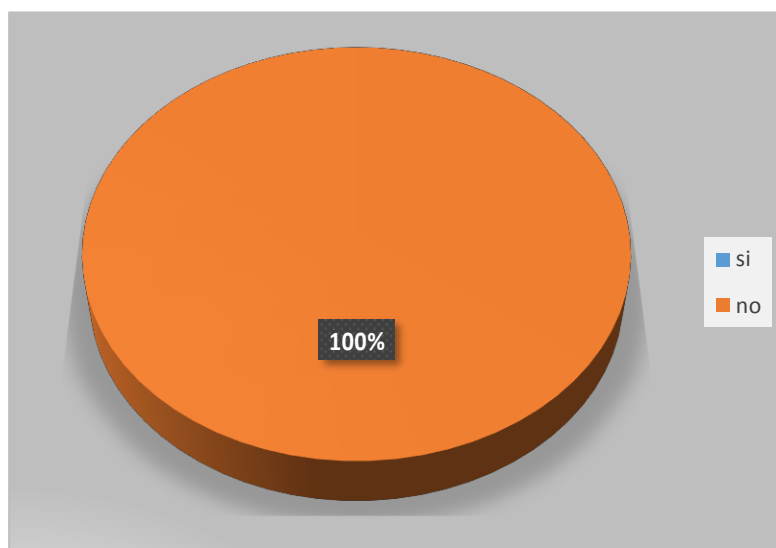


Gráfico 15. Cuenta con un área de I + D

Interpretación: El 100% de las Micro y pequeñas empresas no cuenta con un área de investigación y desarrollo.

TABLA N°16

Ha elaborado un plan estratégico

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Si	0	0,0%	0,0%
No	48	100%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

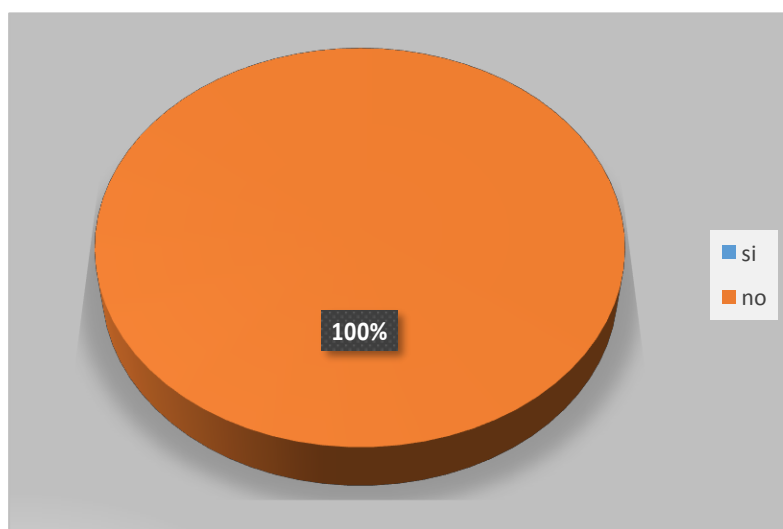


Gráfico 16. Ha elaborado un plan estratégico

Interpretación: El 100% de los representantes no han elaborado un plan estratégico

TABLA N°17

Considera a su personal competitivo

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Si	35	72,92%	72,92%
No	13	27,08%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

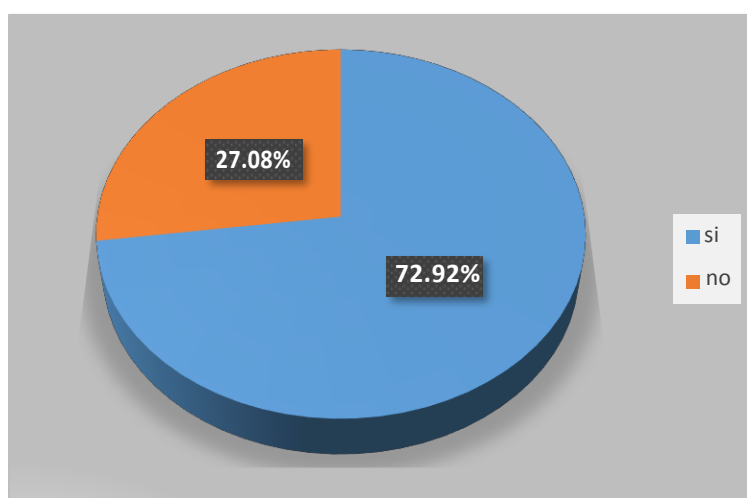


Gráfico 17. Considera a su personal competitivo

Interpretación: El 72,92% de los representantes consideran a su personal competitivo y el 27,08% asegura que no.

TABLA N°18

Considera a su personal competitivo

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Si	35	72,92%	72,92%
No	13	27,08%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

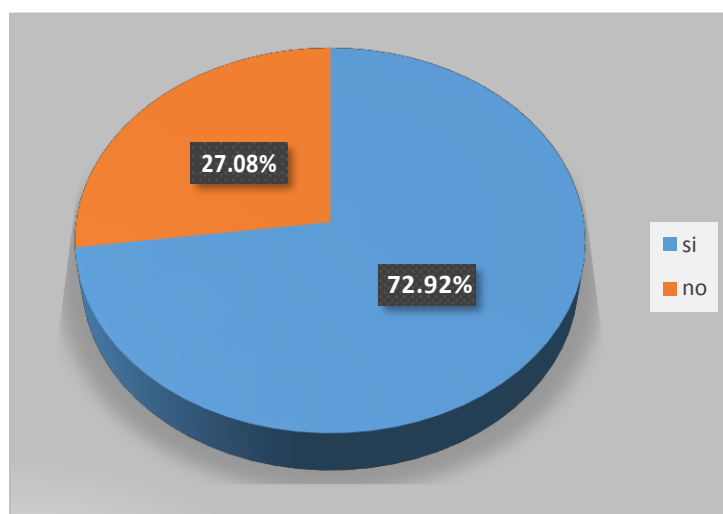


Gráfico 18. Cree usted que su empresa es competitiva

Interpretación: El 72,92% de los representantes consideran a su empresa competitiva y el 27,08% asegura que no.

TABLA N°19

Conoce a sus competidores

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Si	40	83,33%	83,33%
No	8	16,67%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

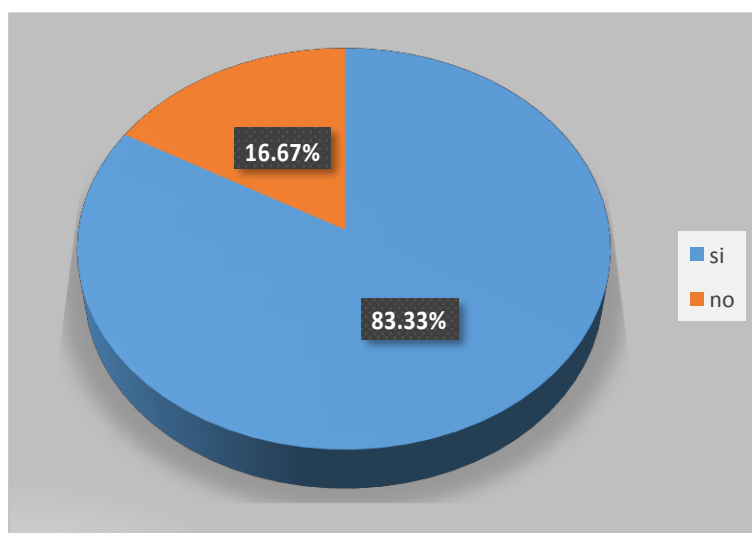


Gráfico 19. Conoce a sus competidores

Interpretación: El 83,33% de los representantes conocen a sus competidores y el 16,67% asegura que no.

TABLA N°20

Se diferencia de sus competidores en cuanto a:

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Producto	3	6,25%	6,25%
Precio	15	31,25%	37,50%
Servicio	30	62,50%	100%
Ubicación	0	0,0%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

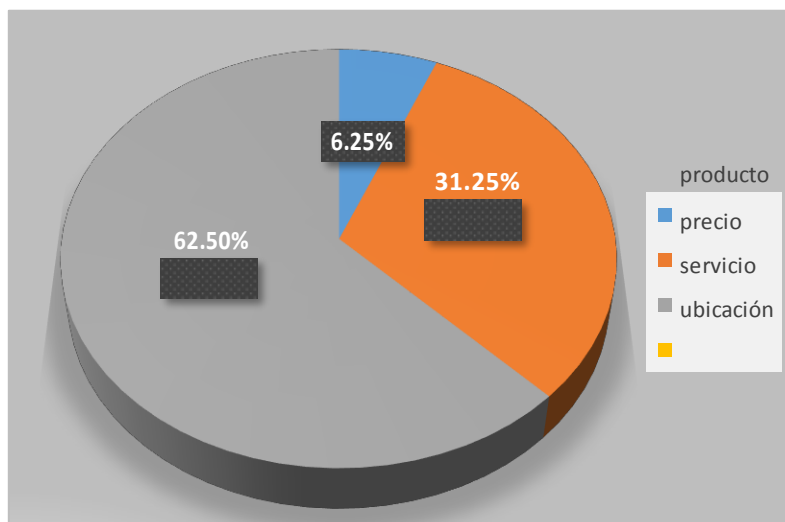


Gráfico 20. Se diferencia de sus competidores en cuanto a:

Interpretación: El 62,5% de las Micro y pequeñas empresas se diferencia de sus competidores por su servicio, el 31,25% se diferencia por el precio y el 6,25% se diferencia por producto.

TABLA N°21

Cuenta con un certificado de Calidad

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Si	27	56,25%	56,25%
No	21	43,75%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

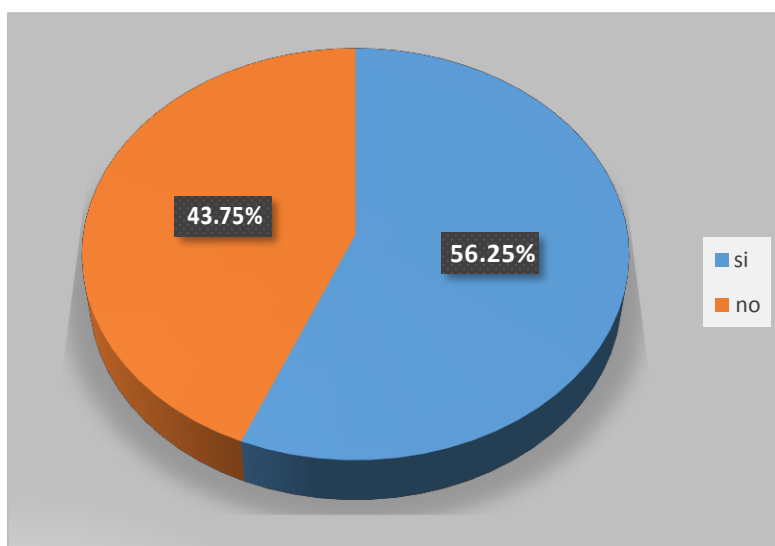


Gráfico 21. Cuenta con un certificado de Calidad

Interpretación: El 56,25% de las Micro y pequeñas empresas cuentan con un certificado de calidad, el 43,75% asegura que no.

TABLA N°22

La empresa se adapta a los cambios

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Si	48	100%	100%
No	0	0,0%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

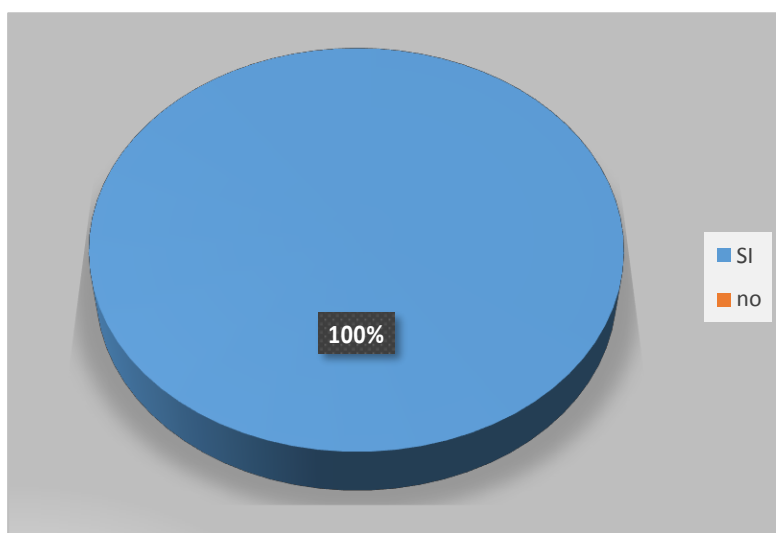


Gráfico 22. La empresa se adapta a los cambios

Interpretación: El 100% de las Micro y pequeñas se adaptan a los cambios.

c) **Resultados con respecto a la relación entre la cultura organizacional en las Micro y pequeñas empresas**

TABLA N°23

El trabajo en equipo mejora la competitividad de los trabajadores

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Si	40	83,33%	83,33%
No	8	16,67%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

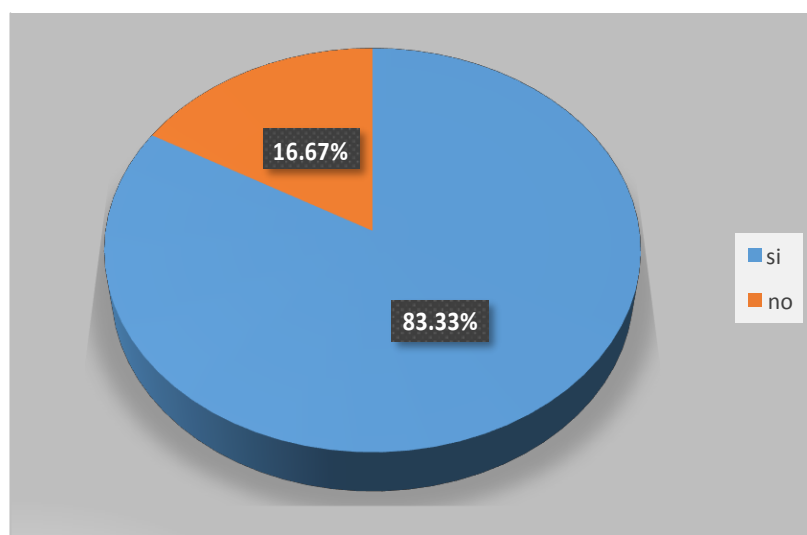


Gráfico 23. El trabajo en equipo mejora la competitividad de los trabajadores

Interpretación: El 83,33% de los representantes asegura que el trabajo en equipo mejora la competitividad de los trabajadores y el 16,67% asegura que no.

TABLA N°24

La participación de los empleados en la solución de problemas mejora su competitividad

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Si	48	100%	100%
No	0	0,0%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

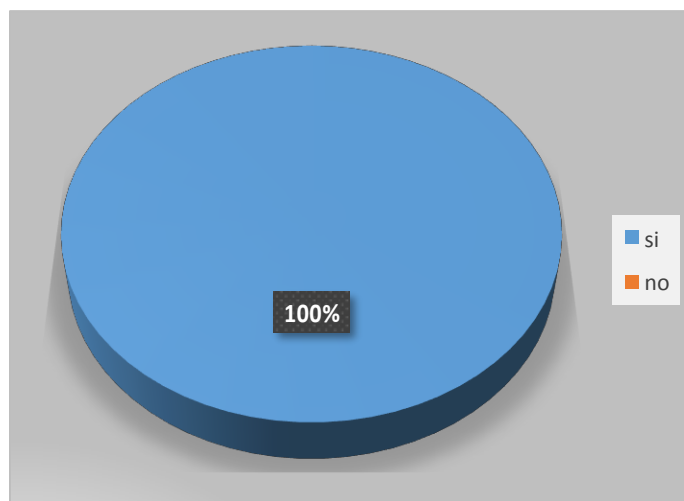


Gráfico 24. La participación de los empleados en la solución de problemas mejora su competitividad

Interpretación: El 100% de los representantes asegura la participación de los empleados en la solución de problemas mejora su competitividad

TABLA N°25

La recompensa a sus trabajadores mejoro su desempeño.

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Si	30	62,50%	62,50%
No	18	37,50%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

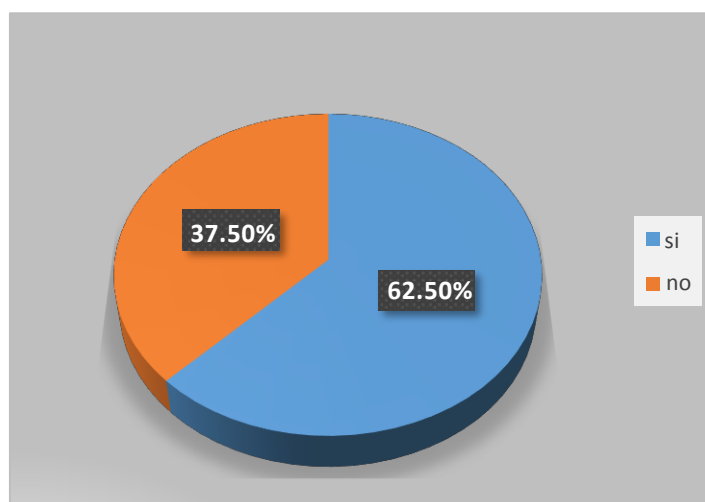


Gráfico 25. La recompensa a sus trabajadores mejoro su desempeño

Interpretación: El 62,5% de los representantes aseguran que la recompensa a sus trabajadores mejoro su desempeño y el 36,67 asegura que no.

TABLA N°26

El cumplimiento de políticas y normas le han Permitido ser más competitivos

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Si	48	100%	100%
No	0	0,0%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

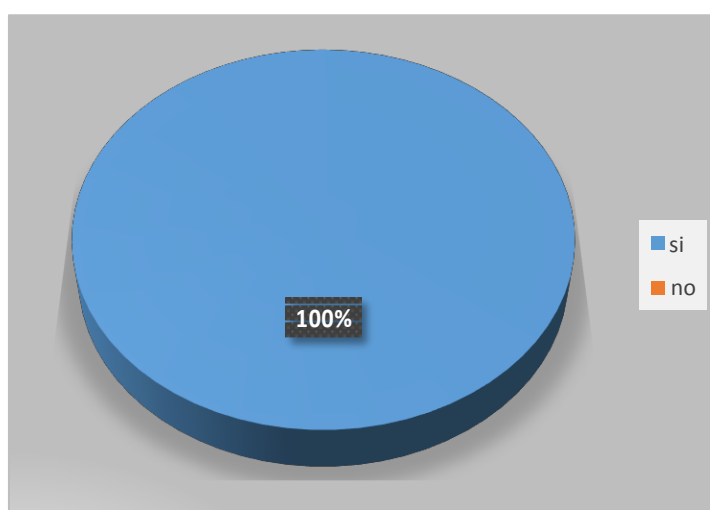


Gráfico 26. El cumplimiento de políticas y normas le han Permitido ser más competitivos.

Interpretación: El 100% de los representantes aseguran que el cumplimiento de políticas y normas le han Permitido ser más competitivos

TABLA N°27

Cree usted que el buen clima laboral motiva y compromete más al trabajador

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Si	32	66,67%	66,67%
No	16	3,33%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

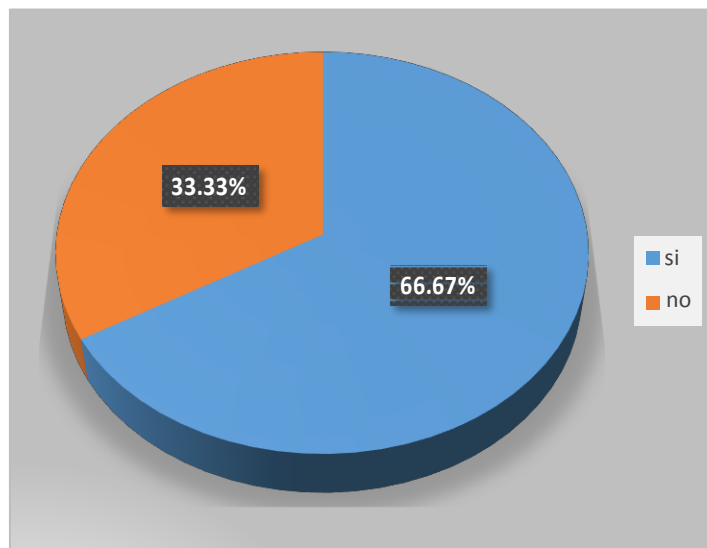


Gráfico 27. Cree usted que el buen clima laboral motiva y compromete más al trabajador

Interpretación: El 66,67% de los representantes aseguran que el buen clima laboral motiva y compromete más al trabajador y el 33,33% asegura que no.

TABLA N°28

La cultura organizacional le permite adaptare a los cambios

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Si	100	100%	100%
No	0	0,0%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

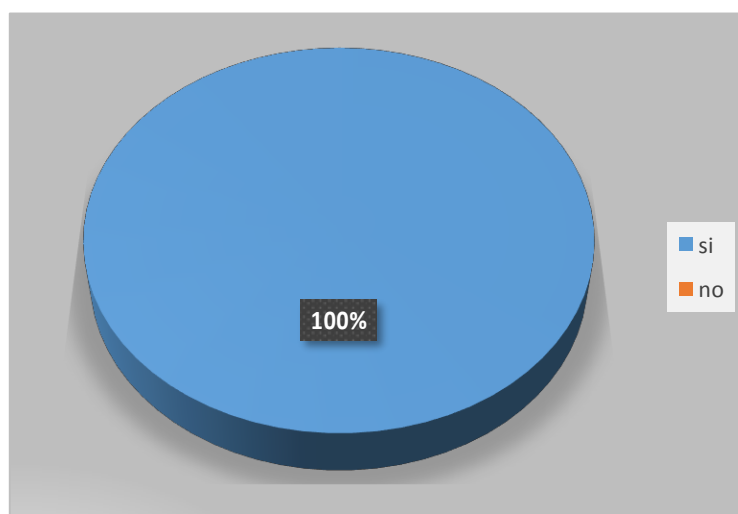


Gráfico 28. La cultura organizacional le permite adaptare a los cambios

Interpretación: El 100% de los representantes aseguran que la cultura organizacional le permite adaptare a los cambios.

TABLA N° 29

La estimulación de investigación mejora la creatividad en sus trabajadores

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Si	100	100%	100%
No	0	0,0%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

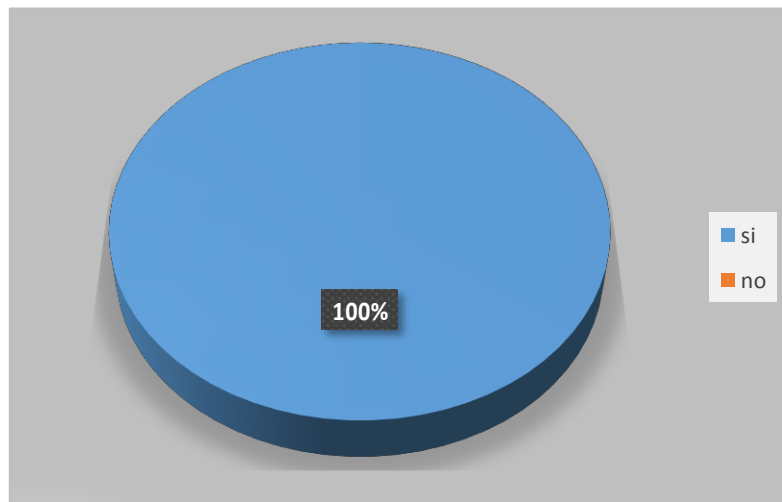


Gráfico 29. La estimulación de investigación mejora la creatividad en sus trabajadores

Interpretación: El 100% de los representantes aseguran que la estimulación de investigación mejora la creatividad en sus trabajadores.

TABLA N° 30

La cultura organizacional mejora la competitividad

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Si	100	100%	100%
No	0	0,0%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

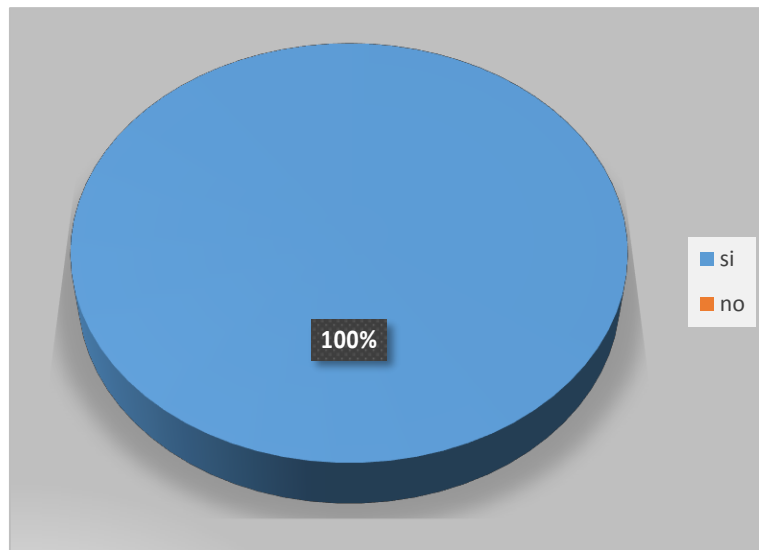


Gráfico 30. La cultura organizacional mejora la competitividad.

Interpretación: El 100% de los representantes aseguran que la cultura organizacional mejora la competitividad.

TABLA N° 31

La competitividad mejora la rentabilidad

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa acumulada
Si	100	100%	100%
No	0	0,0%	100%
Total	48	100%	

Fuente: elaboración propia

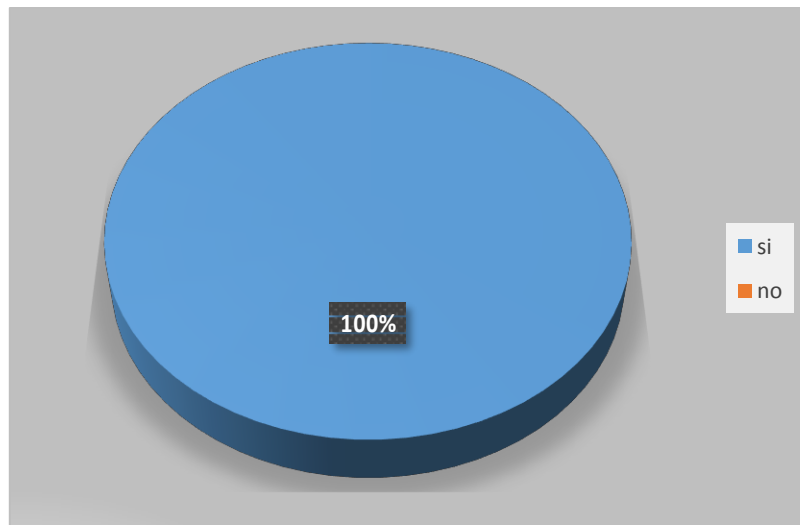


Gráfico 31. La competitividad mejora la rentabilidad

Interpretación: El 100% de los representantes aseguran que la competitividad mejora la rentabilidad.

4.2. Análisis de resultados

Tabla N° 01. Nivel de la cultura organizacional en las Micro y pequeñas empresas

El 68,75% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas recurren a los trabajadores para resolver problemas. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, permiten participar a su trabajadores para que de esta manera, se obtengan nuevas y mejores ideas para la resolución de problemas, incluso se podrán anticipar ante cualquier imprevisto para la empresa.

El 83,33% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aprueban la crítica constructiva, Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, Los Microempresarios respetan y valoran las opciones de los demás, entonces los trabajadores no sienten miedo a expresar sus ideas y esto mejora la comunicación interna.

El 62,5% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas da recompensa a sus trabajadores con premios sorpresa. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes del distrito de Chimbote, 2016, incentiva mediante premios sorpresa, por ende esto mejora la motivación, esfuerzo y desempeño del trabajador.

El 72,92% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas resuelve las quejas de los clientes con rapidez. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, están preparado para tomar las

decisiones en cuanto se presente algún desperfecto ante un acuerdo con el cliente, entonces esto mejora la calidad en el servicio.

El 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas estimula al estudio e investigación. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, se preocupa por mejorar la capacidad y habilidad del trabajador, para que de esta manera ellos estén más preparados para las nuevas tecnologías, nuevos productos, procedimientos en el servicio/producto.

El 72,92% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas brinda un ambiente físico adecuado para sus trabajadores. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, se preocupan por las instalaciones de la empresa, les brinda un ambiente seguro, decorado para el bienestar de sus trabajadores.

El 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas cuentan con políticas y normas establecidas. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, cuentan con reglas y procedimientos que le permiten desarrollar sus actividades de manera eficiente, así también le permite tener un control en los roles de sus trabajadores.

El 62,5% de los trabajadores de las Micro y pequeñas empresas afirma que existe flexibilidad para pedir permiso y faltar al trabajo. Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, tienen el apoyo del Representante, para ausentarse de sus labores debido a circunstancias

personales o de salud, pero siempre y cuando este bien sustentado el permiso de la falta.

El 58,33% de los trabajadores de las Micro y pequeñas empresas se les permite apoyar en los planes de mejoramiento. Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, participan en alguna mejora o innovación de sus productos/servicios, de esta manera ellos sienten una satisfacción personal que les motiva a seguir superándose.

El 83,33% de los trabajadores de las Micro y pequeñas empresas trabajan en equipo. Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, tienen un objetivo en común, así también mejora la eficacia en el cumplimiento de tareas.

El 79,17% de los trabajadores de las Micro y pequeñas empresas se identifican con la empresa. Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, se sienten comprometidos con la empresa, ya que sienten que son valiosos para el crecimiento y desarrollo de la empresa.

El 72,92% de los trabajadores de las Micro y pequeñas empresas afirman que existe equidad en el salario. Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, sienten que el dueño no tiene preferencia por algunos de sus trabajadores y que paga de acuerdo a las tareas realizadas, esto mejora la motivación y comunicación entre los integrantes de la empresa.

El 66,67% de los trabajadores de las Micro y pequeñas empresas afirma que se modifican las rutinas de su trabajo. Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, afirman que el empresario los prepara para las diferentes áreas, el cual permite que los trabajadores conozcan los diferentes roles, entonces ellos se sienten con más voluntad para realizar su trabajo.

El 66,67% de los trabajadores de las Micro y pequeñas empresas perciben un buen clima laboral. Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, se sienten cómodos dentro de la empresa, ya que se respetan las opiniones, existen buenos lazos de compañerismo, existe una buena comunicación interna.

Tabla N° 02. Nivel de competitividad en las Micro y pequeñas empresas

El 100% de las Micro y pequeñas empresas no cuenta con un área de investigación y desarrollo. Esto demuestra que la totalidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, no se preocupan por la creatividad y seguir innovando ya que no saben que esta área es fundamental para alcanzar una ventaja competitiva.

El 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas no ha elaborado un plan estratégico. Esto demuestra que la totalidad de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, no tienen estrategias establecidas a corto y largo plazo, es por ello que no tienen una dirección clara de su negocio.

El 72,92% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas consideran a su personal competitivo. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, consideran a su personal competitivo ya que durante años fruto de la experiencia han alcanzado una mayor eficiencia en sus labores.

El 72,92% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas creen que la empresa es competitiva. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, perciben que la empresa marca la diferencia en su entorno, todo ello mediante un buen producto y servicio al cliente que les permitido posicionarse en el mercado empresarial.

El 83,33% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas conocen a sus competidores. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, evalúan a su competencia directa y tratan de buscar una estrategia para superarlos.

El 62,5% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas se diferencian de sus competidores en cuanto al servicio. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, se han preocupado en mejorar sus procesos de servicio que les ha permitido fidelizar cliente y aumentar sus ventas.

El 56,25% de las Micro y pequeñas empresas cuenta con un certificado de Calidad, Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de

Chimbote, 2016, cuentan con un documento (Carnet Sanitario), que sustenta que el producto está en buenas condiciones para el consumo humano.

El 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas se adaptan a los cambios. Esto demuestra que la totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, son flexibles ante los cambios internos (Micro) y externos (Macro) esto les permite permanecer y desarrollarse en el mercado empresarial.

Tabla N° 03. Relación de la cultura organizacional y competitividad en las Micro y pequeñas empresas

El 83,33% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas afirman que el trabajo en equipo mejora la competitividad de los trabajadores. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, afirman que el trabajo en equipo es una herramienta importante para incrementar la competitividad ya que todo busca alcanzar un objetivo en común.

El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas afirma que la participación de los empleados en la solución de problemas mejora su competitividad. Esto demuestra que la totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, aseguran que la participación de los trabajadores mejoran el proceso de toma de decisiones en la solución de problemas entonces ellos podrán resolver cualquier tipo de problema sin recurrir a la alta jerarquía.

El 62,5% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas afirman que la recompensa a sus trabajadores mejoro su desempeño. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, afirman que de alguna manera la recompensa por haber logrado satisfactoriamente las tareas establecida mejoro el desempeño y compromiso de los trabajadores.

El 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas afirman que el cumplimiento de políticas y normas le han permitido ser más competitivos. Esto demuestra que la totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, afirman que al tener un orden, control de las tareas entonces los trabajadores pueden tomar decisiones, mejoran rendimiento, ejecutan su trabajo con mayor facilidad, son más productivos.

El 66,67% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas afirman que el buen clima laboral motiva y compromete más al trabajador. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, afirman que el buen clima laboral motiva al trabajador, esto reduce los errores, reduce la redundancia, mejorar su estado anímico.

El 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas afirman que la cultura organizacional le permite adaptare a los cambios. Esto demuestra que la totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, afirman que los trabajadores al conocer bien la empresa, pueden adaptarse a los cambios ya se pueden resolver problemas con facilidad, tomando decisiones correctas.

El 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas afirman que la estimulación de investigación mejora la creatividad en sus trabajadores. Esto demuestra que la totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes del distrito de Chimbote, 2016, afirman que la investigación es el primero paso para mejorar la creatividad, esto ayuda al trabajador encontrar nuevas formas de elaborar el producto y brindar servicio.

El 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas afirman que la cultura organizacional mejora la competitividad. Esto demuestra que la totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, aseguran que las organizaciones dependen de los individuos que trabajan por un objetivo común y comparten valores y creencias con los cuales se forma y se fortalece una cultura, las personas son las que hacen a las organizaciones crezcan entonces la competitividad.

El 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas afirman que la competitividad mejora la rentabilidad. Esto demuestra que la totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercial rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, 2016, afirman que mediante diferenciación del servicio/producto, la evaluación de la competencia, contar con documentos que certifiquen calidad, ha permitido incrementar la cartera de clientes, elevar las ventas, generando el incremento de la rentabilidad.

V. CONCLUSIONES

El nivel de cultura organizacional es apreciada como favorable, pero poco fuerte por los trabajadores y los microempresarios, ya que la mayoría de los microempresarios acude a los trabajadores para resolver los problemas, incentiva al trabajador con premios sorpresa, aprueba la crítica constructiva, estimula a sus trabajadores al estudio e investigación. Por otra parte la mayoría de los trabajadores perciben un buen clima laboral, trabajan en equipo, se les permite participar en los planes de mejora, es por ello que se sienten identificados con la empresa.

El nivel de la competitividad empresarial es poco favorable ya que las Micro y pequeñas empresas no tienen áreas de investigación y desarrollo, pero los microempresarios aseguran que la empresa es competitiva, ya que conocen quienes son sus competidores, además se diferencian por el servicio que brindan, así también cuentan con un certificado de calidad, que les ha permitido adaptarse a los cambios y posicionarse en el mercado empresarial.

La cultura organizacional mejora la competitividad empresarial de las Micro y pequeñas empresas ya que la implementación de la políticas y normas, las recompensas otorgadas a los mejores trabajadores, el trabajo en equipo, permitir que el personal participe en la resolución de problemas, genero un buen clima laboral que permitió a los Microempresarios y trabajadores aumentar el nivel de competitividad, mejorando así la rentabilidad de la empresa.

RECOMENDACIONES

Aunque existe una cultura organizacional no es del todo fuerte ya que existen Micro empresarios que aún no acuden al trabajador para resolver los problemas, los dejan de lado, se deberían implantar nuevas políticas de recompensas, atender a todos por igual y ser flexibles cuando se solicite algún permiso o falta del trabajador pero todo ello mediante una evaluación, entonces contribuiría considerablemente a mejorar la motivación de los trabajadores, y de esta manera se puede formar una cultura organizacional fuerte.

Se debería implantar el área de I + D para mejorar la competitividad empresarial, de esta manera el trabajador podrá mejorar su capacidad de desarrollo y creatividad, además el Micro empresario no ha elaborado un plan estratégico, y esto no les permite tener objetivos claros ni la dirección necesaria para el desarrollo y crecimiento de la empresa, por último se deben plantear nuevas estrategias como la diferenciación por productos por ejemplo nuevos empaques para las carnes con una propia marca, de esta manera se alcanzará una ventaja competitiva.

La totalidad de Micro empresarios aseguran que la cultura organizacional mejora la competitividad, pero esto no debe quedar ahí ya que las empresas están inmersas en los cambios, entonces estos micro empresarios deberían promover una nueva cultura de innovación y para ello se debe alentar a los empleados para desarrollar nuevas formas de ejecución de las funciones organizacionales, se debe, para ello el líder tiene que estar comprometido con la empresa y que tenga claro que se requiere de la colaboración de todos los miembros del equipo, pero particularmente de aquellos a nivel gerencial. Una directiva clara, comprometida e incluyente será un componente fundamental para mantener una gran cultura en la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, D. (S.f).** Cultura Organizacional. Recuperado el 03 de Octubre del 2016 de, <http://www.monografias.com/trabajos29/cultura-organizacional/cultura-organizacional.shtml>
- Álvarez, I. (2016).** Beneficios y límites de la cultura organizacional. Recuperado el 18 de setiembre del 2016 de, <https://prezi.com/pzdbjgwts0bp/beneficios-y-limites-de-la-cultura-organizacional/>
- Catellanos, C. (S.f).** Factores clave para alcanzar la competitividad. Recuperado el 16 de Setiembre del 2016 de, http://www.joseacontreras.net/admon/Competitividad/competitividadotrospfs/secturecoomista/Factores_clave_para_la_competitividad.pdf
- Clery, A. (S.f).** La calidad total como una estrategia competitiva aplicada a una empresa de servicios de instalaciones eléctricas y telecomunicaciones. Recuperado el 18 de setiembre del 2016 de, <http://www.monografias.com/trabajos6/lacali/lacali.shtml>
- Cristancho, F. (2015).** 4 Consejos para establecer una cultura organizacional productiva. Recuperado el 09 de Setiembre del 2016 de, <http://www.acsendo.com/es/blog/4-consejos-para-establecer-una-cultura-organizacional-productiva/>
- Cruz, J. (2013):** Proceso administrativo: planeación, organización, dirección y control. Recuperado el 09 de Setiembre del 2016 de, <http://www.gestiopolis.com/proceso-administrativo-planeacion-organizacion-direccion-y-control/>
- Diaz, J. (2013).** ¿Qué es la cultura organizacional de una empresa? Recuperado el 09 de Setiembre del 2016 de, <https://www.emprendices.co/que-es-la-cultura-organizacional-de-una-empresa/>

- Emprendepyme, (2016).** La ventaja competitiva. Recuperado el 18 de setiembre del 2016 de, <http://www.emprendepyme.net/la-ventaja-competitiva.html>
- Figuera, M. (2014).** 7 consejos para ser más competitivos. Recuperado el 21 de Setiembre del 2016 de, <http://anfix.tv/7-consejos-para-ser-mas-competitivos/>
- Formanchuk, F. (2014).** “Grandes Pymes”. Recuperado el 03 de Setiembre del 2016 de, <http://www.grandespymes.com.ar/2014/05/13/problemas-de-comunicación-interna-en-la-empresa-latinoamericana/>
- Garza, F. (2007).** Estrategias y ventajas competitivas. Recuperado el 18 de setiembre del 2016 de, <http://www.gestiopolis.com/estrategias-y-ventajas-competitivas/>
- López, S. (2015).** La Cultura Organizacional de una Empresa. Recuperado el 03 de Octubre del 2016 de, <https://www.emprendices.co/la-cultura-organizacional-una-empresa/>
- Luer, C. (2012).** Las 3 mejores formas para desarrollar una ventaja competitiva. Recuperado el 18 de setiembre del 2016 de, <http://www.merca20.com/las-3-mejores-formas-para-desarrollar-una-ventaja-competitiva/>
- Ministerio de trabajo, (2013).** Importancia de las MYPEs en el Perú. Recuperado el 03 de Setiembre del 2016 de, <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>
- Mora, J. (2014).** Innovación, clave para la competitividad empresarial. Recuperado el 18 de setiembre del 2016 de, <http://revistaentornoempresarial.com/index.php/innovacion-clave-para-la-competitividad-empresarial>
- Pérez, R. (2015).** ¿Por qué fracasan las pymes en Colombia?. Recuperado el 03 de Setiembre del 2016 de, <http://www.dinero.com/economia/articulo/pymes-colombia/212958>

Roman, M. (2013): ¿Por qué fracasan las empresas ?. Recuperado el 03 de Setiembre del 2016 de, <http://peru21.pe/mis-finanzas/que-fracasan-empresas-2131876>

Sahagun , M. (2011). 3 pasos para lograr ventaja competitiva a través del capital humano. Recuperado el 18 de setiembre del 2016 de, <http://www.gestiopolis.com/3-pasos-lograr-ventaja-competitiva-capital-humano/>

Salazar, J. (2009). Clima y cultura organizacional: dos componentes esenciales en la productividad laboral. Recuperado el 03 de Octubre del 2016 de, http://www.bvs.sld.cu/revistas/aci/vol20_4_09/aci041009.htm

Vargas, J. (S.f). LA CULTUROCRACIA ORGANIZACIONAL EN MÉXICO. Recuperado el 03 de Octubre del 2016 de, <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007b/301/caracteristicas%20de%20la%20cultura%20organizacional.htm>

Vásquez, J. (2013). Importancia de las MYPEs en el Perú. Recuperado el 03 de Setiembre del 2016 de, <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>

ANEXOS

Anexo N°1

Cronograma de actividades

ACTIVIDADES PROGRAMADAS ONFI	SESIONES														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Introducción del Informe de Investigación	x	x	X												
Revisión de Literatura				X	x										
Metodología						x									
Resultado de Investigación							x	x							
Análisis de Resultado de Investigación									x	x	x				
Conclusiones y Recomendaciones												x	x		
Referencias Bibliográficas														x	
Anexos															x

Anexo N°2

Recursos Necesarios

Recurso humano.

Recurso económico.

Computadora.

Unidades de almacenamiento (USB).

Concepto	Valor
Pasajes	S/. 50.00
Internet	S/. 200.00
Impresión del proyecto	S/. 14.00
Otros	S/. 20.00
Total	S/. 284.00

Anexo 3

Cuadro de sondeo:

FORMA DE ORGANIZACIÓN	DIRECCION	CANTIDAD
S.A.C	MERCADO MIRAMAR	6
S.R.L	MERCADO LA PERLA	22
E.I.R.L	MERCADO EL PROGRESO	18
S.A.A	MERCADO 21 DE ABRIL	2
TOTAL		48

Fuente: Elaboración Propia

Anexo N° 04

Cuestionario

Dirigido a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, año 2016.

a) Medir la cultura organizacional en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de carnes, del distrito de Chimbote, año 2016.

1. Recurre a los trabajadores para resolver problemas:

- a) Si ()
- b) No ()

2. Se aprueba la crítica constructiva

- a) Si ()
- b) No ()

3. Como recompensa a sus trabajadores:

- a) **Aumento de sueldo** ()
- b) **Viajes** ()
- c) **Precios sorpresa** ()
- d) **Otros** ()

4. Resuelve las quejas de los clientes con rapidez:

- a) Si ()
- b) No ()

5. Estimula usted al estudio e investigación

- c) Si ()
- d) No ()

6. Brinda un ambiente físico adecuado para su trabajadores

- a) Si ()
- b) No ()

7. Cuenta con políticas y normas

- a) Si ()
- b) No ()

8. Existe flexibilidad para pedir permiso y faltar al trabajo

- a) Si ()
- b) No ()

9. Se les permite apoyar en los planes de mejoramiento

- a) Si ()
- b) No ()

10. Trabajan en equipo

- a) Si ()
- b) No ()

11. Se identifica con la empresa

- a) Si ()
- b) No ()

12. Existe equidad en el salario

- a) Si ()
- b) No ()

13. Se modifican las rutinas de su trabajo

- a) Si ()
- b) No ()

14. Percibe un buen clima laboral

- a) Si ()
- b) No ()

b) Determinar la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de carnes, 2016.

15. Cuenta con un área de I + D

- a) Si ()
- b) No ()

16. Ha elaborado un plan estratégico

- a) Si ()
- b) No ()

17. Considera a su personal competitivo

- a) Si ()
- b) No ()

18. Cree usted que su empresa es competitiva

- a) Si ()
- b) No ()

19. Conoce a sus competidores

- a) Si ()
- b) No ()

20. Se diferencian de sus competidores en cuanto a:

- a) Precio ()
- b) Producto ()
- c) Servicio ()
- d) Ubicación ()

21. Cuenta con un certificado de Calidad

- a) Si ()
- b) No ()

22. La empresa se adapta a los cambios

- a) Si ()

b) No ()

c) Relación de la cultura organizacional y la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de carnes, 2016.

23. El trabajo en equipo mejora la competitividad de los trabajadores

a) Si ()

b) No ()

24. La participación de los empleados en la solución de problemas los hace más Competitivos

a) Si ()

b) No ()

25. La recompensa a sus trabajadores mejoro Su desempeño

a) Si ()

b) No ()

26. El cumplimiento de políticas y normas establecidas le han Permitido ser más competitivos

a) Si ()

b) No ()

27. Cree usted que el buen clima laboral Motiva y compromete más al trabajador

a) Si ()

b) No()

28. La cultura organizacional le permite Adaptare a los cambios

a) Si ()

b) No ()

29. La estimulación de investigación mejora la creatividad en sus

trabajadores

- a) Si ()
- b) No ()

30. La cultura organizacional mejora la competitividad

- a) Si ()
- b) No ()

31. La competitividad mejora la rentabilidad

- a) Si ()
- b) No ()