

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL  
DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

---

**“Identificación de factores de producción para el mejoramiento de  
la competitividad del sector artesanal de paja toquilla en el Distrito  
de la Arena año 2020”**

---

**Área de Investigación:**  
Gerencia e innovación

**Autor(es):**

Br. Noblecilla Lozada Jackeline Yomira  
Br. Rivera Panta Sergio Ademir

**Jurado Evaluador:**

**Presidente:** Flores Cornejo, Humberto

**Secretario:** Marquez Yauri, Heyner

**Vocal:** García Crisanto, Carlos

**Asesor:**

Max Martin Vasquez Senador

**Código Orcid:** <https://orcid.org/0000-0002-2356-3709>

**PIURA – PERÚ  
2020**

**Fecha de sustentación: 2020/10/19**

## PRESENTACIÓN

### Señores miembros del Jurado:

Dando el cumplimiento con las disposiciones del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, sometemos a vuestra consideración la tesis titulada: “IDENTIFICACIÓN DE FACTORES DE PRODUCCIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR ARTESANAL DE PAJA TOQUILLA EN EL DISTRITO DE LA ARENA AÑO 2020”, luego de haber culminado nuestros pasos por esta casa de estudio, donde nos formamos profesionalmente para estar al servicio de la sociedad.

El presente trabajo realizado con el propósito de obtener el Título de Licenciado en Administración, es producto de una investigación de trabajo, esfuerzo y dedicación en base a los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación universitaria en esta prestigiosa casa de estudios; producto de la orientación y enseñanza desinteresada de nuestros docentes, siendo por ello oportuno para expresarles nuestro más sincero agradecimiento, para poder así brindar un aporte que servirá de base a futuros estudios relacionados con el tema en mención.

Por lo expuesto señores miembros del jurado, ponemos a vuestra disposición el presente trabajo de investigación para su respectivo análisis y evaluación, no sin antes agradecer vuestra gentil atención al mismo.

Atentamente,



Br. NOBLECILLA LOZADA, Jackeline Y.



Br. RIVERA PANTA, Sergio A.

## DEDICATORIA

A Dios por brindarme una maravillosa familia y por ser fuente de fortaleza para continuar en este proceso de lograr mis sueños.

A mis padres, Elmer y Shirley, por su amor incondicional, por sus consejos, motivación, por los años de trabajo y sacrificio; gracias a ellos he logrado realizar mis estudios y cumplir mis metas.

A mis hermanos, Kevin y Dayana por su cariño, apoyo, inspiración y decirles que los sueños se logran con trabajo y dedicación.

**Jackeline**

Para Mia Aitana, mi hija, el amor de mi vida, siempre será la luz que ilumine este largo camino llamado vida

**Sergio**

## **AGRADECIMIENTO**

A mis padres por la confianza brindada y siempre estar a mi lado apoyándome en el logro de mis sueños, a ellos les debo este logro profesional, les agradezco por su trabajo y dedicación para poder formarme en valores y académicamente.

Agradezco a mis docentes de la escuela de administración, por compartir sus conocimientos, valores, experiencias, consejos que me ayudarán a lo largo de mi vida profesional. Y agradezco de manera especial a mi asesor Mg. Max Martín Vásquez Senador por su apoyo profesional, rectitud, motivación durante el desarrollo de la investigación.

**Jackeline Noblecilla**

A Dios por regalarme una familia que siempre me ha brindado su apoyo incondicional, a mis padres Sergio y María Elena por la confianza y amor brindado, a mis hermanas Yvonne, Jadira e Indira y a Katherine, mi novia.

**Sergio**

## RESUMEN

El presente estudio se realizó para determinar los factores de producción que mejoran la competitividad del sector artesanal de paja toquilla del distrito de la Arena, Piura año 2020. Por ello, se inicia describiendo la realidad problemática la cual fundamenta el interés por estudiar el siguiente problema ¿Cuáles son los factores de producción que mejoran la competitividad del sector artesanal de paja toquilla en el Distrito de la Arena?, cuya hipótesis planteada fue: Los factores que mejoran la competitividad de la artesanía de paja toquilla son las políticas de capacitación y la asignación presupuestal del sector artesanal de paja toquilla en el distrito de la Arena, Piura. Esta investigación de tipo básica descriptiva, se realizó con una muestra conformada por 53 artesanas, para las cuales se utilizó como instrumento un cuestionario, se planteó los siguientes objetivos, determinar los factores de producción que mejoran la competitividad del sector artesanal de paja toquilla del distrito de la Arena, Piura año 2020, diagnosticar que políticas de capacitación en artesanía de paja toquilla se ejecuta en el distrito de la Arena, Piura año 2020, identificar el nivel de asignación presupuestal por parte de la municipalidad distrital de la Arena para el sector artesanal de paja toquilla del distrito durante el año 2020, evaluar el nivel de promoción de los productos artesanales de paja toquilla del distrito de la Arena, Piura año 2020. La investigación permitió establecer que los factores que mejoran la competitividad de la artesanía de paja toquilla son las políticas de capacitación y la asignación presupuestal que realizan la municipalidad distrital de la Arena, ONG´s como CIPCA, CHOICE Humanitarian, y esto permite que la artesanía de paja toquilla del distrito de la Arena logre mejorar su competitividad e ingresar a nuevos mercados nacionales con proyección a mercados internacionales.

*Palabras clave: Factores de producción, competitividad*

## **ABSTRACT**

This study has been carried out to determine the production factors that improve the competitiveness of the toquilla straw artisanal sector of the Arena district, Piura in 2020. Therefore, it begins by describing the problematic reality which bases the interest in studying the following problem What are the production factors that improve the competitiveness of the toquilla straw artisan sector in the Arena District?, whose hypothesis was: The factors that improve the competitiveness of toquilla straw crafts are training policies and budget allocation of the toquilla straw artisan sector in the district of la Arena, Piura. This basic descriptive research was carried out with a sample made up of 53 artisans, for which a questionnaire was used as an instrument, the following objectives were set: to determine the production factors that improve the competitiveness of the district's toquilla straw artisan sector de la Arena, Piura year 2020, diagnose what training policies in toquilla straw crafts are executed in the district of La Arena, Piura year 2020, identify the level of budget allocation by the district municipality of La Arena for the artisan sector of toquilla straw of the district during 2020, evaluate the level of promotion of toquilla straw handicraft products of the Arena district, Piura year 2020. The research allowed to establish that the factors that improve the competitiveness of toquilla straw crafts are training policies and budget allocation made by the district municipality of Arena, NGO's such as CIPCA, CHOICE Humanitarian, and this allows toquilla straw crafts from the Arena district to improve their competitiveness and enter new national markets with projection to internacional markets.

Keywords: production factors, competitiveness

## INDICE

	Página
PRESENTACIÓN .....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
RESUMEN .....	v
ABSTRACT .....	vi
INDICE .....	vii
I.INTRODUCCIÓN .....	1
1.1. Realidad problemática.....	2
1.2. Enunciado del problema .....	5
1.3. Justificación .....	5
1.3.1. Justificación teórica: .....	5
1.3.2. Justificación práctica: .....	6
1.3.3. Justificación metodológica:.....	6
1.3.4. Justificación social.....	7
1.4. Objetivos .....	7
1.4.1. Objetivo general.....	7
1.4.2. Objetivos específicos .....	7
II.MARCO DE REFERENCIA .....	9
2.1. Antecedentes.....	10
2.1.1. Antecedentes Internacionales .....	10
2.1.2. Antecedentes Nacionales.....	11
2.1.3. Antecedentes Locales .....	12
2.2. Marco teórico.....	13
2.2.1. Producción de artesanía.....	13
2.2.2. Factores de producción .....	14
2.2.3. Competitividad.....	15
2.2.2.1. La competitividad y su relación con la.....	16
2.2.2.2. La competitividad y su relación con la.....	17
2.2.2.3. El capital humano en las capacidades productivas .....	20
2.3. Marco conceptual .....	20
2.4. Hipótesis.....	23
2.5. Operacionalización de variables.....	24

III.METODOLOGÍA.....	27
3.1. Población y muestra.....	28
3.2. Técnicas e instrumentos de colecta de datos.....	29
3.3. Procedimientos.....	29
3.3.1. Diseño de contrastación.....	29
3.4. Procesamiento y análisis de datos.....	30
IV.RESULTADOS.....	31
4.1. Análisis e interpretación de datos.....	32
4.2. Discusión de resultados.....	47
CONCLUSIONES.....	50
RECOMENDACIONES.....	52
REFERENCIAS.....	53
ANEXOS.....	55
ANEXO N° 01:.....	56
CUESTIONARIO.....	56
ANEXO N°2.....	61
FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS.....	61
ANEXO N°3.....	70
INFORME FAVORABLE DEL ASESOR.....	70



## INDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1 Distribución de los encuestados según “Edad” .....	32
Tabla 2 Distribución de los encuestados según “Grado de instrucción” .....	33
Tabla 3 Distribución de los encuestados según “Inversión mensual para producción de artesanía” .....	35
Tabla 4 Distribución de los encuestados según “Venta mensual” .....	36
Tabla 5 Distribución de los encuestados según “Uso de ganancias obtenidas” .....	37
Tabla 6 Distribución de los encuestados según “Producción mensual” .....	38
Tabla 7 Distribución de los encuestados según “Factores que determinan la producción” .....	39
Tabla 8 Distribución de los encuestados según “Productos de paja toquilla” .....	40
Tabla 9 Distribución de los encuestados según “Aprendizaje de técnica artesanal” .....	41
Tabla 10 Distribución de los encuestados según “Instituciones que apoyan al sector artesanal” .....	43
Tabla 11 Distribución de los encuestados según “Dificultades en comercialización de artesanía” .....	44
Tabla 12 Distribución de los encuestados según “Participación en ferias, eventos, etc” .....	46
Tabla 13 Prueba de chi cuadrado.....	49

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Distribución de los encuestados según su “Edad” .....	32
Figura 2.	Distribución de los encuestados según su “Grado de instrucción” .....	34
Figura 3.	Distribución de los encuestados según su “Inversión mensual para producción de artesanía” .....	35
Figura 4.	Distribución de los encuestados según su "Venta mensual" .....	36
Figura 5.	Distribución de los encuestados según “Uso de ganancias obtenidas”	37
Figura 6.	Distribución de los encuestados según “Producción mensual” .....	38
Figura 7.	Distribución de los encuestados según “Factores que determinan la producción” .....	39
Figura 8.	Distribución de los encuestados según “Productos de paja toquilla” .....	40
Figura 9.	Distribución de los encuestados según “Aprendizaje de técnica artesanal” .....	42
Figura 10.	Distribución de los encuestados según “Instituciones que apoyan al sector artesanal” .....	43
Figura 11.	Distribución de los encuestados según “Dificultades en comercialización de artesanía” .....	45
Figura 12.	Distribución de los encuestados según “Participación en ferias, eventos” .....	46

# **I.INTRODUCCIÓN**

## **1.1. Realidad problemática**

La artesanía de paja toquilla es reconocida a nivel mundial por su excelente calidad y por ser elaborada en su totalidad por talentosas artesanas, este reconocimiento se logró gracias a que Ecuador, país en el cual se origina este tipo de artesanía, ha trabajado en conservar su herencia ancestral del tejido de paja toquilla y convirtió este sector en una importante fuente de ingresos para las artesanas de las provincias de Manabí, Guayas, Azuay de las cuales destacan la producción artesanal de las ciudades de Montecristi en la provincia de Manabí y Cuenca en la provincia de Azuay, desde donde se exporta variedad de artesanía de paja toquilla a países de Europa, Estados Unidos, México y Centro América, estas exportaciones se logran gracias a la excelente calidad de artesanía, variedad, originalidad y como resultado de ello es que la UNESCO reconoció el 5 de diciembre de 2012 al tejido tradicional de sombrero de paja toquilla de Ecuador como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, lo que permitió que Ecuador se convierta en el más importante productor de artesanía de paja toquilla en el mundo.

En el Perú también se desarrolla artesanía de paja toquilla, específicamente en Catacaos, distrito ubicado en la Provincia y Región de Piura, este arte se ha convertido en fuente de trabajo para artesanas, comerciantes, ofertándoseles a turistas locales, nacionales e internacionales que visitan la ciudad para adquirir artesanía de paja toquilla, joyas de plata, entre otras. Este trabajo permite revalorar la artesanía de paja toquilla de Catacaos tal es el caso del sombrero de paja toquilla que fue declarado como Patrimonio de la Nación por el Ministerio de Cultura en el año 2013, esto permitió continuar con el fomento de la artesanía logrando realizar exportaciones a Estados Unidos, siendo su objetivo lograr ingresar a países europeos. Además, existe otro Distrito en la Región Piura cuya herencia ancestral le permitió seguir desarrollando el tejido de paja toquilla y hoy continua la labor de posicionarse en el mercado nacional y ser reconocido como un importante productor de artesanía de paja toquilla, este es el caso del Distrito de La Arena, cuyo sector artesanal será objeto de estudio de la presente investigación.

El Distrito de La Arena está ubicado en la Provincia de Piura. El distrito se encuentra a una altura de 29 metros sobre el nivel del mar, está situado en la margen derecha del Rio Piura y por eso está expuesto a inundaciones y desbordes en épocas de lluvia, El Distrito de La Arena tiene una superficie de 160,22 km<sup>2</sup>, y se calcula que la población es aproximadamente de 34,584 habitantes.

El distrito posee una ancestral riqueza cultural que se manifiesta en tradiciones, costumbres, artesanía, y agradable gastronomía. Esta riqueza cultural comprende artesanía en fibra vegetal de sombreros de paja toquilla que se viene desarrollando desde hace muchos años, los mismos que eran confeccionados por hombres y mujeres artesanos, pero en la actualidad esta actividad artesanal es desarrollada en su totalidad por mujeres. La población del Distrito de la Arena se dedica principalmente a la agricultura, actividad económica que no les genera los suficientes ingresos mensuales para sustentar los gastos de sus hogares y darles una mejor calidad de vida a los miembros de su familia, en vista de ello las mujeres del Distrito desarrollan artesanías de paja toquilla para contribuir al sustento de su hogar. Este arte se encuentra en constante crecimiento ya que desde hace algunos años se incentiva la capacitación de las artesanas para lograr el mejoramiento en técnicas de artesanía de paja toquilla, obteniendo experiencia en participación en diversas ferias artesanales organizadas por la Municipalidad de Piura con participación sobresaliente y favorables ventas, asimismo participaron en un concurso enfocado a mujeres artesanas organizado por el Gobierno Regional y resultaron ganadoras de 50,000 soles en insumos, materiales, maquinaria para la implementación de su taller, estas experiencias les permitió atraer clientes del mercado nacional e internacional.

Pero en el Distrito de La Arena, pese a los años que se lleva desarrollando la actividad artesanal y la experiencia de nuestras artesanas que en los últimos años han mejorado sus técnicas y diversificado su portafolio de productos hechos con paja toquilla, aún se tiene el gran reto de lograr ser reconocidos como un distrito artesano, donde elaboren productos de calidad, además

todavía no se logra que las mujeres artesanas tengan una visión empresarial de su negocio esto principalmente ocasionado por la falta de educación básica de las artesanas debido a que muchas de ellas son analfabetas o solo cuentan con educación primaria incompleta, esto se ve reflejado en la falta de desarrollo de procesos de producción eficientes y eficaces que le permita cumplir a tiempo y en la totalidad los pedidos, además la falta de talleres con la infraestructura adecuada para la elaboración de la artesanía, tienen problemas en la comercialización debido a la falta de clientes, locales de comercialización, centro de exhibición y venta de artesanías en el distrito que les permita mostrar sus productos a los diversos turistas que llegan al distrito y pobladores locales, lo que hace que las artesanas comercialicen a bajos precios sus productos a comerciantes del Distrito de Catacaos, este aspecto perjudica la creación de marca, imposibilita que el distrito y las artesanas sean reconocidas en la Región Piura y en el Perú como productores de excelente artesanía hecha con paja toquilla lo que les permitiría una apertura a mejores oportunidades de negocio cuyos beneficios permitan mejorar el desarrollo económico del distrito y de las familias artesanas.

Es por ello, que esta investigación se enfoca en identificar los factores de producción para el mejoramiento de la competitividad artesanal de paja toquilla en el Distrito de La Arena-Piura, con el fin de aportar una propuesta de mejora que permita lograr cambios favorables en los procesos de producción, comercialización para que la artesanía del distrito sea reconocida en el Perú y el mundo y se convierta en una fuente de desarrollo social y económico del distrito.

## **1.2. Enunciado del problema**

¿Cuáles son los factores de producción que mejoran la competitividad del sector artesanal de paja toquilla en el Distrito de La Arena?

## **1.3. Justificación**

### **1.3.1. Justificación teórica:**

El conocimiento acerca de la identificación de factores de producción en el sector artesanal de paja toquilla del distrito de la Arena proporciona información acerca de aquellos puntos relevantes que van a determinar el crecimiento y sostenibilidad de este sector, además va a permitir introducir cambios que se tendrían que planificar tanto en la elaboración de productos de artesanía, capacitación de las artesanas del sector de paja toquilla.

Teniendo en cuenta que Mercado Ramírez (1998) indicaba que la competitividad es la capacidad que tiene una empresa para poder vender el producto al consumidor final en un mercado en el que existe competencia, productos parecidos a los ofrecidos, y además lograr satisfacer sus necesidades de tal manera que fideliza al cliente y crea una relación de lealtad con la empresa y Pindyck, R. (1995) mencionaba que los factores de producción son aquellos recursos que una empresa o persona emplea para poder crear y producir bienes y servicios. Considerando para la presente investigación los factores de producción como promoción de producto, asignación presupuestal, capacitaciones.

La justificación del presente trabajo radica en que, a través de él, se logrará identificar los factores de producción que contribuyen al

mejoramiento de la competitividad del sector artesanal de paja toquilla del distrito de la Arena. Y se logrará identificar aquellas fortalezas, debilidades de este sector tan importante para el desarrollo de la artesanía en la región Piura.

Asimismo, es importante señalar que al identificar estos factores y conocer mejor a las artesanas, se podrá comprender sus creencias, valores y el por qué no han desarrollado sistemas de planificación para la producción de artesanía de paja toquilla que puede comercializarse en el mercado local y nacional.

Estos dos conceptos fundamentales permitirán en la presente investigación, conocer los factores de producción para el mejoramiento de la competitividad del sector artesanal de paja toquilla del Distrito de La Arena-Piura. Así mismo, busca aportar al mejoramiento de la producción de la artesanía de paja toquilla, aportar a su competitividad, mejorar su posicionamiento en el mercado de artesanías elaboradas con paja toquilla con el fin de lograr aumentar los ingresos, las mujeres artesanas y sus familias mejoren su estilo de vida, economía del hogar y que ello les garantice un mejor futuro para ellos y la comunidad.

### **1.3.2. Justificación práctica:**

Pretenderá identificar factores de producción para mejorar la competitividad del sector artesanal de paja toquilla en el Distrito de La Arena-Piura año 2020.

### **1.3.3. Justificación metodológica:**

Para lograr los objetivos de estudio, se acudirá al empleo de técnicas de investigación como la encuesta, asimismo el procedimiento se hará en



Programa SPSS versión 23, con ello se pretenderá identificar factores de producción para mejorar la competitividad del sector artesanal de paja toquilla en el Distrito de La Arena-Piura año 2020. Por ello, los resultados de la investigación se respaldarán en técnicas de investigación validadas dentro del medio.

#### **1.3.4. Justificación social**

La investigación permitirá a las artesanas y al sector de paja toquilla del Distrito de la Arena conocer los factores de producción que mejoran la competitividad. Y ello les va a permitir mejorar su posicionamiento en el mercado, incrementar sus ventas y ello les permita mejorar sus ingresos para poder aportar al sustento económico de sus hogares y mejorar la calidad de vida de la comunidad. Y generar un impacto en el crecimiento del sector turístico de la zona.

### **1.4. Objetivos**

#### **1.4.1. Objetivo general**

Determinar los factores de producción que mejoran la competitividad del Sector artesanal de paja toquilla del distrito de La Arena, Piura año 2020

#### **1.4.2. Objetivos específicos**

- Analizar el nivel de promoción de los productos artesanales de paja toquilla del distrito de la Arena, Piura año 2020.
- Identificar qué canales de capacitación existen en el sector de artesanía de paja toquilla en el distrito de la Arena, Piura año 2020.

- Verificar si existe asignación presupuestal por parte de la Municipalidad distrital de la Arena para el sector artesanal de paja toquilla del distrito durante el año 2020.

## **II.MARCO DE REFERENCIA**

## **2.1. Antecedentes**

### **2.1.1. Antecedentes Internacionales**

Ubilla (2014) *Creación del centro de Diseño de paja toquilla para la Asociación de Mujeres Artesanas Agrícolas Productivas Emprendedoras Libres (MAPEL) de la comuna Barcelona, Provincia de Santa Elena, año 2014* (Tesis de titulación). Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador.

#### **El autor concluye que**

La Asociación MAPEL no realizaba una eficiente gestión administrativa que les permita a sus socias lograr que su producto sea competitivo en el mercado, además que la infraestructura, maquinaria, equipos y herramientas están obsoletos lo que ocasiona que no se mejore la calidad del procesamiento de paja toquilla y existe falta de capacitación en temas de diseño y tendencias de moda que contribuya a que el producto tenga competitividad en el mercado.

Solórzano (2013) *Creación de un centro de producción y comercialización de artesanías de la Comuna Libertador Bolívar de la Parroquia Manglar Alto de la Provincia de Santa Elena, año 2013* (Tesis de titulación). Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador.

#### **El autor concluye que**

La implementación del centro de producción y comercialización de artesanía, generaría nuevas oportunidades de empleo permitiendo el desarrollo productivo y comercial de las artesanías que se generan en dicha comunidad logrando mejorar el nivel socioeconómico de la misma.

## 2.1.2. Antecedentes Nacionales

Muchari (2017) *Factores de elaboración y comercialización que limitan la competitividad de la cerámica en el centro artesanal Shosaku Nagase, Ayacucho 2016-2017* (Tesis de licenciatura). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Ayacucho, Perú.

### **El autor concluye que**

El bajo nivel de competitividad se debía a las deficiencias en el proceso de elaboración de la cerámica y ello ocasionaba ingresos bajos por esta actividad y mala calidad del producto, otro factor que no permitía mejorar la competitividad es el uso de equipos y herramientas tradicionales y rústicas lo que ocasionaba mayor tiempo en el proceso de elaboración, baja capacidad de producción y mala calidad del producto y ello les impedía cumplir con los estándares de calidad de mercados de EE.UU. y Europa, el autor también concluyó que los talleres no tienen medios organizativos y administrativos eficientes en la gestión empresarial y predomina la gestión empírica por ser empresa de propiedad familiar.

Cerda (2016) *Factores de producción y comercialización que limitan la competitividad de la cerámica del Distrito de Quinua-2015* (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho, Perú.

### **El autor concluye que**

Luego de realizar el estudio estableció que la deficiencia en el proceso de producción de la cerámica ocasionaba bajo nivel de competitividad. Así mismo se detectó que el resultado de la producción implicó ingresos bajos, y con ello la imposibilidad de ofrecer al mercado productos de alta calidad a precios competitivos. Otro factor causante del bajo nivel de competitividad es la comercialización debido al poco conocimiento

de los segmentos de mercado, la falta de acceso a esta información y la falta de innovación de acuerdo a las tendencias de mercado.

### **2.1.3. Antecedentes Locales**

Flores-Campos (2016) *Proyecto de diseño de un portal web para la promoción y posicionamiento del sombrero de paja toquilla de Catacaos* (Tesis de licenciatura). Universidad de Piura, Perú.

#### **El autor concluye que**

La débil promoción y posicionamiento del sombrero de paja toquilla de Catacaos como producto artesanal es el principal problema de las asociaciones, estas asociaciones están integradas por mujeres que heredaron por tradición las técnicas, por ello requieren fortalecer sus capacidades, aumentar la demanda y cartera de clientes, de esta manera posicionar el producto artesanal e incrementar la productividad y comercialización de las artesanas de sombreros. Por ello es necesario el uso de plataformas virtuales como un aliado para salvaguardar la tradición del sombrero, logrando la difusión del producto que representa la identidad piurana y le permitiría tener una comunicación virtual con el potencial mercado al cuál se comercializarán los sombreros.

Acosta, C. (2018) *Diseño de plan de exportación para las asociaciones de artesanas de paja toquilla del distrito de la Arena, Piura al mercado canadiense, año 2018* (Tesis de titulación) Universidad Cesar Vallejo

#### **El autor concluye que**

Las artesanas de paja toquilla del distrito de la Arena están registradas en el Registro Nacional de Artesanos de MINCETUR, han recibido capacitaciones sobre diseño y calidad, elaboran sus artesanías fomentando identidad cultural, destacando sus técnicas ancestrales

además cuentan con el apoyo de instituciones públicas y privadas. La artesanía de paja toquilla del distrito al ser artículos hechos a mano tienen gran aceptabilidad en el mercado canadiense, y una herramienta para facilitar la exportación de estos productos es exportar fácil porque permite que pequeñas empresas tengan acceso a mercados internacionales y para ello deben capacitar a las artesanas en temas referentes a exportación, lograr la participación de las mismas en ferias internacionales y además enseñarles el uso de herramientas electrónicas y virtuales que les permita acceder a nuevos clientes y mercados.

## **2.2. Marco teórico**

### **2.2.1. Producción de artesanía**

Vergara, C. (2013) mencionaba que la producción de artesanía en el Perú es un proceso que se realiza de forma manual, domiciliaria y que está orientada al uso familiar o la venta en un mercado local, además que el artesano es el eje principal de la producción porque es él quien selecciona personalmente la materia prima, realiza con sus manos la artesanía en su totalidad y da su propio estilo y personalidad. La producción de artesanía tiene un rol importante dentro de la economía nacional porque es una alternativa de empleo, sobre todo en zonas rurales y urbano marginales donde un sector de la población se dedica a esta actividad y por ello la actividad artesanal es una actividad económica idónea para generar empleo y enfrentar la pobreza en zonas rurales en las cuales esta actividad está asociada a mejorar la economía familiar.

### 2.2.2. Factores de producción

Pindyck, R. (1995) mencionaba que los factores de producción son aquellos recursos que una empresa o persona emplea para poder crear y producir bienes y servicios. En la presente investigación se consideran los siguientes factores de producción:

**Promoción del producto:** Kotler, P. y Armstrong, G. (2003) mencionaban que la promoción es el medio por el cuál una empresa busca informar, convencer, recordar de forma directa o indirectamente los productos y marcas a su público objetivo y así influir en los sentimientos, creencias, decisiones de compra, mantener a la marca de la empresa en la mente del consumidor y establecer relaciones comerciales con ellos.

**Capacitación:** Chiavenato, I. (2009) mencionaba que la capacitación es un proceso educativo que se aplica de forma organizada y sistemática para que el personal logre adquirir y desarrollar conocimientos y habilidades relacionadas al trabajo y el trabajador pueda modificar sus actitudes frente a la organización, puesto o el ambiente laboral, incrementar su eficiencia, mejorar la productividad, progreso laboral y

personal. Por ello, es uno de los procesos más importantes de la administración de los recursos humanos, es el núcleo de un esfuerzo diseñado para poder mejorar las competencias de las personas y el desempeño de las mismas dentro de la organización.

Mitchell (1995) menciona que la capacitación le permite al personal lo siguiente: mejorar la toma de decisiones y la solución de problemas, contribuye a mejorar la confianza, posición asertiva, aptitudes comunicativas, forja el liderazgo, logro de metas individuales y de equipo.



**Asignación presupuestal:** Ryckman, M. (2008) mencionaba que la asignación presupuestal es un componente integral de un plan anual financiero o presupuestario de una organización. Le permite a la organización, establecer el nivel de recursos que designa a un departamento o programa. Una asignación presupuestal es la cantidad de fondos asignados a cada línea de gasto en un artículo o programa determinado. Dicha asignación presupuestaria debe ser monitoreada rutinariamente para asegurar que los montos presupuestados son suficientes para cubrir los gastos, lograr objetivos establecidos, desarrollar actividades y programas para mejorar las actividades de la empresa.

### **2.2.3. Competitividad**

Mercado Ramírez (1998) indicaba que la competitividad es la capacidad que tiene una empresa para poder vender un producto al consumidor final en un mercado en el que existe competencia, productos similares a los ofrecidos, y además lograr satisfacer sus necesidades de tal manera que fideliza al cliente y crea una relación de lealtad con la empresa. Para ello la empresa requiere ofrecer productos de calidad, uso eficiente de los recursos, creatividad, conocimiento del mercado de tal manera que logre diferenciarse de la competencia, tenga un correcto enfoque y segmentación de mercado.

Porter (2008) señalaba cinco fuerzas competitivas que van más allá de los simples competidores, ya que son estas fuerzas las que van a determinar la intensidad competitiva y van a formular la estrategia para que una empresa logre la competitividad. Estas cinco fuerzas competitivas son:

Nuevos ingresos: Representa la amenaza de ingreso al mercado de nuevas empresas. Esta amenaza es afectada por diferentes barreras, como las economías de escala, diferenciación de producto, capitales, ingreso a los canales de distribución, acceso a materias primas de calidad, ubicación estratégica, tecnología de producto patentado, experiencia, políticas de gobierno, etcétera.

Amenaza de sustitutos: Está relacionado con empresas de la competencia que ofrecen productos similares y que pueden realizar la misma función, y que estas empresas al mejorar su desempeño y precio logran afectar a sectores industriales.

Poder negociador de los compradores: Se refiere a la presión que ejercen los compradores para demandar productos de calidad superior, servicios, etcétera, afectando la competencia entre los productores y obligándolos a mejorar continuamente para poder satisfacer a ese mercado.

Poder negociador de los proveedores: Esta es la fuerza que puede influir en el precio de los insumos y en la calidad de los mismos, estos pueden afectar los precios de los insumos y su calidad.

Rivalidad entre los actuales competidores: Esto origina competencia en precios, campañas publicitarias, ingreso de nuevos productos, mejoras en el servicio al cliente y garantía, etcétera. La rivalidad va a depender del número de competidores, crecimiento del sector industrial, niveles de los costos fijos, grado de diferenciación de productos, intereses estratégicos, etcétera.

#### **2.2.2.1. La competitividad y su relación con la productividad**

La competitividad tiene su base en la productividad, ella es necesaria para sostener la ventaja competitiva a largo plazo. La productividad se vincula con la calidad, porque se

debe producir un producto de calidad, que logre satisfacer las necesidades del consumidor y por ello la empresa ha debido realizar procesos de control, pruebas, desperdicios, etcétera. El objetivo principal es alcanzar la calidad total al menor costo posible. La productividad también está relacionada con la rentabilidad, porque las empresas más productivas logran producir a menores costos posibles, y así ser más rentables y competitivas. La productividad está relacionada con los productos o servicios generados y los recursos utilizados eficientemente.

#### **2.2.2.2. La competitividad y su relación con la administración de procesos**

El área de producción de las empresas hace algunos años no era considerada como fuente de ventaja competitiva y solo se enfocaban en reducir costos y a mejorar el trabajo de la mano de obra y no funcionaba de manera estratégica. Esto ha cambiado en los últimos años como efecto de la globalización y el ingreso a los mercados de empresas de clase mundial que realizaron cambios en las áreas de calidad y productividad. Y de esta forma el área de producción se convirtió en parte fundamental y competitiva para alcanzar el éxito a nivel mundial.

El área de producción ha transformado sus prioridades para poder competir bajo los nuevos estándares. En la actualidad, las prioridades competitivas más importantes son:

- Calidad del producto.
- Confianza en el producto.

- Entrega de productos a tiempo.
- Precios bajos.
- Calidad en el funcionamiento del producto.
- Ingreso de los nuevos productos.

Para que las empresas logren competir bajo estos nuevos paradigmas, deben tener en cuenta aspectos tales como:

- Realizar investigación y desarrollo.
- Generar estrategias que les permita responder eficientemente a la competencia nacional y extranjera.
- Invertir en capacitar a su personal, compra de equipos que le permita mejorar su capacidad de producción.
- Mejorar la comunicación con otras empresas y proveedores.
- Las etapas de la producción deben estar orientadas a la calidad.
- Realizar innovación en los procesos y no sólo en los productos.
- Convertirse en líderes en costos, innovación, tecnología, etcétera.

Porter (2008) planteó tres estrategias genéricas que le permiten a una empresa hacer frente a las cinco fuerzas competitivas en un sector y conseguir ventaja competitiva sostenible. Estas estrategias son:

### **-Liderazgo global en costos**

Esta estrategia requiere profundo conocimiento de las actividades de la cadena de valor para identificar aquellas

actividades en las que se puede alcanzar ventajas en costos. Por ello es necesario aplicar economías de escala, mejoras en la tecnología de producción para la reducción de costos. Esta ventaja es primordial ya que los competidores no podrán implementarla rápidamente porque es necesario realizar cambios tecnológicos en los procesos de producción. Y por ello, los líderes en costos deben mejorar continuamente la eficiencia, obtener fuentes de suministro menos costosas y reducir costos de fabricación y distribución.

### **-Diferenciación**

Esta estrategia implica que la empresa debe ofrecer un producto único, que no puede ser imitado por la competencia y que los compradores valoran por tener productos únicos y no solo por tener precio bajo. Para diferenciar el producto es necesario tener claras las actividades de la cadena de valor por ello la diferenciación exige crear productos que sean percibidos como únicos en la industria. La diferenciación implica innovar en diseño, imagen de marca, tecnología, características, servicio al cliente, red de distribución, etcétera.

### **-Enfoque o segmentación de mercado**

Esta estrategia se basa en la elección previa de un segmento del mercado y crear estrategias óptimas que satisfagan necesidades específicas de los clientes escogidos. De esta manera se logra ser los mejores en costos y diferenciación en el segmento de mercado elegido. La

segmentación del mercado requiere estudio de la competencia, del cliente, implementar distintos canales de distribución y ofrecer variedades distintas de productos.

#### **2.2.2.3. El capital humano en las capacidades productivas**

El capital humano es el recurso más importante de una empresa porque son los que desarrollan la producción de bienes o servicios con el objetivo de satisfacer necesidades y comercializarlos en el mercado para obtener una utilidad. El capital humano es indispensable en una empresa ya que no existe una herramienta de alta tecnología que dé soporte en la producción de forma independiente, todas requieren de trabajadores para poder funcionar

### **2.3. Marco conceptual**

#### **Artesanía:**

Fernández (2003) definía a la artesanía como una actividad productiva y creativa de carácter plástico manual e inspiración tradicional; de concepción, confección y planificación seriada; que se materializa en objetos, obras o piezas que responden a una necesidad funcional o de uso cotidiano, decorativo, mágico, religioso, etc. con un ingrediente estético o decorativo necesariamente presente; facturada en un taller doméstico o profesional reducido, sin procesos terciarizados; mediante técnicas manuales y no manuales pero nobles, genuinas y de control personal por parte del artesano; cuya producción es restringida y destinada a un mercado reducido, de ferias, o comercial pero conocido por el artesano.

### **Paja toquilla:**

Baquerizo (2012) mencionaba que la paja toquilla es un arbusto que pertenece al tipo de palmeras que carece de tronco. La raíz es un tubérculo parecido a la papa, a través del cual nacen los pecíolos cilíndricos que pueden llegar a medir hasta tres metros de largo. Al término de los pecíolos se abre una hoja verde claro de forma semicircular.

La materia prima para la elaboración de la paja toquilla se extrae de las hojas mientras se encuentren tiernas y aún permanezcan cerradas, recién salidas de la raíz de la planta. Este arbusto se cultiva en las zonas montañosas de la costa y oriente ecuatoriano en la provincia de Guayas, Manabí, Esmeraldas y Morona Santiago.

### **Producción de artesanía:**

Vergara, C. (2013) mencionaba que la producción de artesanía en el Perú es un proceso que se realiza de forma manual, domiciliaria y que está orientada al uso familiar o la venta en un mercado local, además que el artesano es el eje principal de la producción porque es él quien selecciona personalmente la materia prima, realiza con sus manos la artesanía en su totalidad y da su propio estilo y personalidad.

### **Factores de producción:**

Pindyck, R. (1995) mencionaba que los factores de producción son aquellos recursos que una empresa o persona emplea para poder crear y producir bienes y servicios. En la presente investigación se considera los siguientes factores de producción: Promoción de producto, capacitación y asignación presupuestal.

**Promoción del producto:** Kotler, P. y Armstrong, G. (2003) mencionaban que la promoción es el medio por el cuál una empresa busca informar, convencer, recordar de forma directa o indirectamente los productos y marcas

a su público objetivo y así influir en los sentimientos, creencias, decisiones de compra, mantener a la marca de la empresa en la mente del consumidor y establecer relaciones comerciales con ellos.

**Capacitación:** Chiavenato, I. (2009) mencionaba que la capacitación es un proceso educativo que se aplica de forma organizada y sistemática para que el personal logre adquirir y desarrollar conocimientos y habilidades relacionadas al trabajo y el trabajador pueda modificar sus actitudes frente a la organización, puesto o el ambiente laboral, incrementar su eficiencia, mejorar la productividad, progreso laboral y personal. Por ello, es uno de los procesos más importantes de la administración de los recursos humanos, es el núcleo de un esfuerzo diseñado para poder mejorar las competencias de las personas y el desempeño de las mismas dentro de la organización.

Mitchell (1995) menciona que la capacitación le permite al personal lo siguiente: mejorar la toma de decisiones y la solución de problemas, contribuye a mejorar la confianza, posición asertiva, aptitudes comunicativas, forja el liderazgo, logro de metas individuales y de equipo.

**Asignación presupuestal:** Ryckman, M. (2008) mencionaba que la asignación presupuestal es un componente integral de un plan anual financiero o presupuestario de una organización. Le permite a la organización, establecer el nivel de recursos que designa a un departamento o programa. Una asignación presupuestal es la cantidad de fondos asignados a cada línea de gasto en un artículo o programa determinado. Dicha asignación presupuestaria debe ser monitoreada rutinariamente para asegurar que los montos presupuestados son suficientes para cubrir los gastos, lograr objetivos establecidos, desarrollar actividades y programas para mejorar las actividades de la empresa.



### **Competitividad:**

Mercado Ramírez (1998) indicaba que la competitividad es la capacidad que tiene una empresa para vender un producto al consumidor final en un mercado en el cual existe competencia, productos similares a los ofrecidos, y además lograr satisfacer sus necesidades de tal manera que fideliza al cliente y crea una relación de lealtad con la empresa. Para ello la empresa requiere ofrecer productos de calidad, uso eficiente de los recursos, creatividad, conocimiento del mercado de tal manera que logre diferenciarse de la competencia, tenga un correcto enfoque y segmentación de mercado.

#### **2.4. Hipótesis**

Los factores que mejoran la competitividad de la artesanía de paja toquilla son promoción del producto, las políticas de capacitación y la asignación presupuestal, del sector artesanal de paja toquilla en el Distrito de La Arena-Piura, año 2020

## 2.5. Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TIPO DE VARIABLE	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b>	Pindyck, R. (1995) menciona que los factores	-N° de la población que	<b>Función comercial</b>	-Ventas -Competencia -Mercado -Promoción de los productos artesanales	Cualitativa	Ordinal
			<b>Función de producción</b>	-Políticas de capacitación -Materiales -Procesos		
			<b>Función administrativa</b>	-Asignación Presupuestal  -Estrategias  -Objetivos		

<p>-Factores de Producción</p>	<p>factores de producción son aquellos recursos que una empresa o persona emplea para poder crear y producir bienes y servicios. En la presente investigación se consideran los siguientes factores de producción: Promoción del producto, capacitación y asignación presupuestal.</p>	<p>de se dedica a la elaboración de artesanía de paja toquilla en el Distrito de la Arena -N° de talleres instalados en la producción de artesanía -N° de entidades que apoya en el financiamiento de la artesanía</p>				
--------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--

VARIABLE DEPENDIENTE			<b>Recursos financieros</b>	-Asignación presupuestal	<b>Cualitativa</b>	<b>Ordinal</b>
<b>La competitividad</b>	Mercado Ramirez (1998) indica que la competitividad es la capacidad que tiene una empresa para para vender un producto al consumidor final en un mercado en el cual existe competencia, productos similares a los ofrecidos, y además lograr satisfacer sus necesidades de tal manera que fideliza al cliente y crea una relación de lealtad con la empresa	-N° de artesanías del Distrito -Nivel de Capacitación -Propuestas de planificación en el sector artesanal -Desarrollo de capacitaciones programadas para para el control y aseguramiento de calidad.				
			<b>Calidad</b>	-Etapas de producción orientadas a la calidad		
			<b>Promoción</b>	-Ferias -Marketing		
			<b>Asociatividad</b>	-Formalización de asociación de artesanías  -Inscripción de Artesanas en el Registro Nacional de Artesanos (MINCETUR).		

# **III.METODOLOGÍA**

### 3.1. Población y muestra

La población sujeta a estudio estuvo conformada por 194 artesanas del distrito, que se encuentran registradas en el Registro Nacional de Artesanos.

La muestra para el presente estudio estuvo conformada por 53 artesanas del Distrito de la Arena.

#### Unidad de análisis

El estudio se realizó a 53 artesanas del Distrito de la Arena

#### Muestra

La población para la presente investigación estuvo conformada por 194 artesanas del distrito, que se encuentran registradas en el Registro Nacional de Artesanos.

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

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

N= Total de la población 194 artesanas

Z= 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%) p= proporción esperada (en este caso 5%=0.05) q= 1-p (1-0.05=0.95)

e=precisión de 5%

Por lo tanto, el tamaño de la muestra de artesanas es:

$$n = \frac{194 (1.96)^2 (0.05) (0.95)}{193(0.05)^2 + (1.96)^2 (0.05) (0.95)} = 53.235$$

### 3.2. Técnicas e instrumentos de colecta de datos

#### a) Técnica

**La Encuesta:** Se utilizó para recopilar la información, y se aplicó directamente a la variable de estudio. La encuesta tiene cierto margen de error dependiendo del nivel de subjetividad del encuestado.

#### b) Instrumento:

**El cuestionario:** Es un instrumento de investigación en el cual se plantearon una serie de preguntas coherentes, con secuencia lógica con el objetivo de obtener la información veraz que contribuya a la investigación.

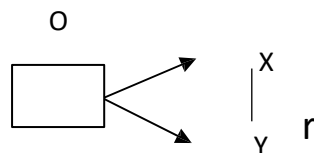
**Validación:** La encuesta fue validada por el asesor de la investigación lo que genera confianza por el correcto trabajo que se realizó y la autorización para aplicarlo en las artesanías que son objeto de estudio.

### 3.3. Procedimientos

#### 3.3.1. Diseño de contrastación

En la siguiente investigación se aplicó un diseño de investigación correlacional de corte transversal de un solo grupo

Esquema:



Dónde:

O: Artesanas del Distrito de La Arena

X: factores de producción

Y: Competitividad

r: relación entre las variables estudiadas (X; Y)

### **3.4. Procesamiento y análisis de datos**

#### **Recolección y procesamiento**

- Para la recolección de datos se utilizó el cuestionario elaborado para la investigación y cumplir con los objetivos propuestos y se procesó empleando el programa SPSS V.23, y previamente se creó la base de datos en el programa Excel.

#### **Estadística descriptiva**

- Los resultados se presentan en cuadros obtenidos del programa SPSS V.23 y para facilitar su comprensión se adjuntan gráficos de barras.

#### **Estadística analítica**

- Para determinar cuáles son los factores de producción que mejoran la competitividad en el sector artesanal se aplicó la prueba chi cuadrado para poder asociar variables. Si  $p < 0.05$  la relación entre las variables será significativa, y poder lograr contrastar la hipótesis formulada



# **IV.RESULTADOS**

#### 4.1. Análisis e interpretación de datos

Identificación de factores de producción para el mejoramiento de la Competitividad del sector artesanal del Distrito de La Arena-Piura año 2020.

Tabla 1

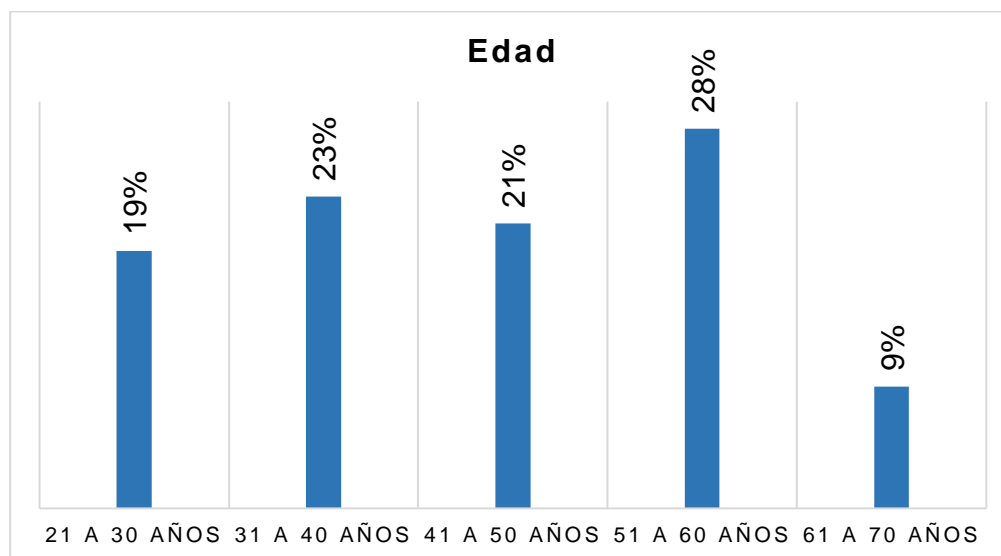
*Distribución de los encuestados según su "Edad"*

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
21 a 30 años	10	19%
31 a 40 años	12	23%
41 a 50 años	11	21%
51 a 60 años	15	28%
61 a 70 años	5	9%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

Figura 1. *Distribución de los encuestados según su "Edad"*



Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

**Interpretación:**

Del 100% que corresponde a 53 encuestadas, el 28% es decir 15 artesanas están en el rango de edad entre 51 a 60 años, el 23% entre 31 a 40 años, el 21% entre 41 a 50 años, el 19% entre 21 a 30 años y en porcentaje menor de 9% entre 61 a 70 años. Teniendo en cuenta que la edad promedio es 42 años, es decir que la población encuestada es en su mayoría mujeres jóvenes quienes se han integrado a la actividad artesanal.

**Tabla 2**

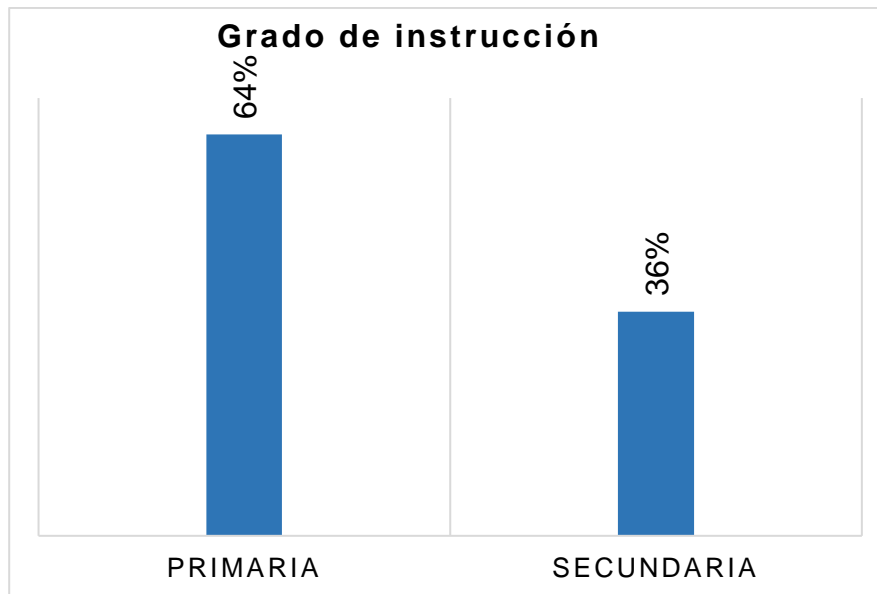
*Distribución de los encuestados según su “Grado de instrucción”*

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Primaria	34	64%
Secundaria	19	36%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

**Figura 2.** Distribución de los encuestados según su “Grado de instrucción”



Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

### **Interpretación**

Del 100% de encuestadas, 64% cuentan solo con educación primaria, es decir 34 mujeres artesanas solo tienen este nivel educativo y no pudieron continuar con sus estudios por diversos motivos es por ello que se dedican a la actividad artesanal como un medio para obtener ingresos de dinero y solo el 36% de encuestadas es decir 19 artesanas cuentan con estudios secundarios.

El grado de instrucción representa una variable importante para efectos de gerenciar una empresa, en tanto, las artesanas logran alcanzar un nivel de especialización en la gestión técnica y empresarial de la producción de artesanía, se estará mejorando la gestión de la actividad y logrando un nivel de competitividad.

**Tabla 3**

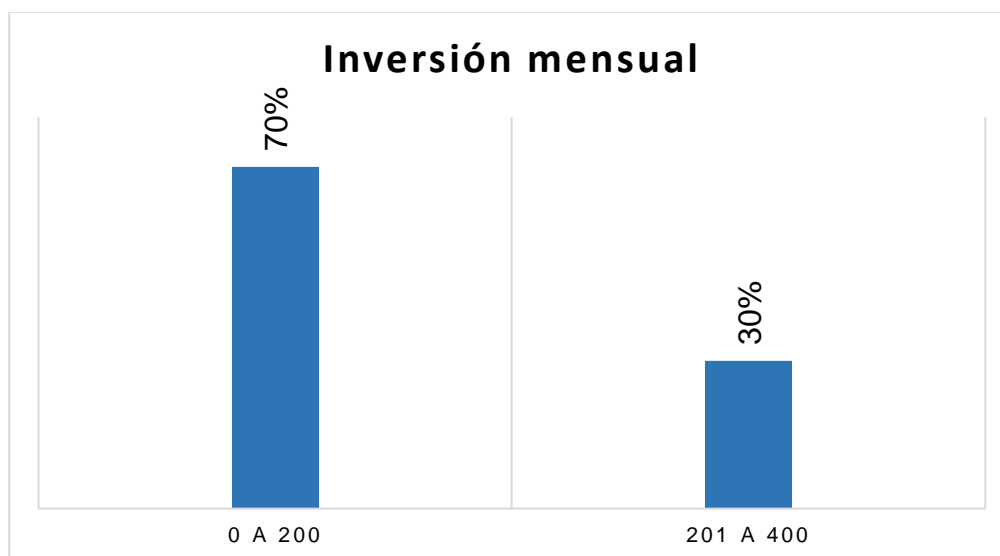
*Distribución de los encuestados según su “Inversión mensual para Producción de artesanía”*

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
O a 200 soles	37	70%
201 a 400 soles	16	30%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

**Figura 3.** *Distribución de los encuestados según su “Inversión mensual para producción de artesanía”*



Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

### **Interpretación**

El 70% de las artesanas invierte entre 0 a 200 soles mensuales y el 30% invierte entre 201 a 400 soles mensuales, esto está relacionado con las ventas y la capacidad de producción

**Tabla 4**

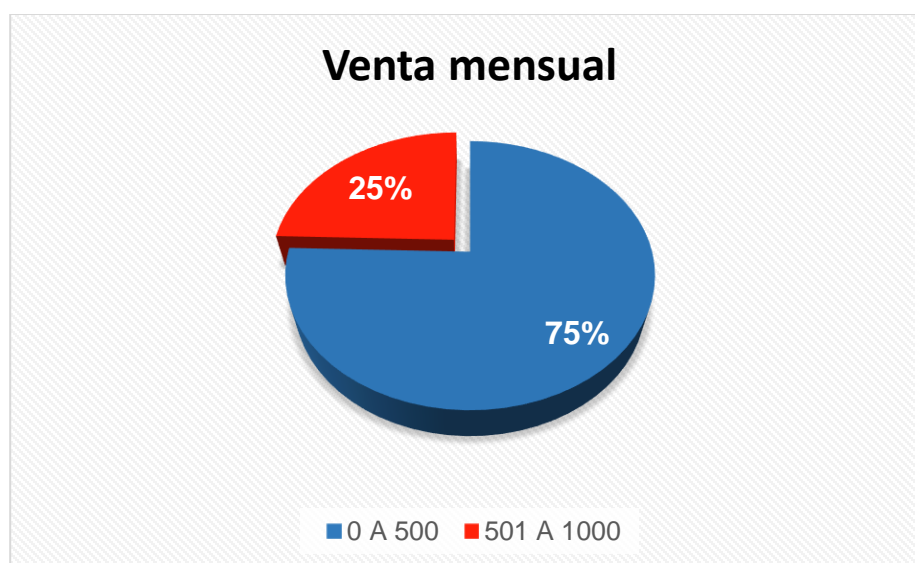
*Distribución de los encuestados según su "Venta mensual"*

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
0 a 500 soles	40	75%
501 a 1000 soles	13	25%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

**Figura 4.** *Distribución de los encuestados según su "Venta mensual"*



Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

**Interpretación:**

El 75% de encuestadas tiene ventas entre 0 a 500 soles y el 25% ventas entre 501 a 1000 soles, esto indica que la artesanía de paja toquilla es un mercado en crecimiento en el distrito y genera ingresos a las artesanas.

**Tabla 5**

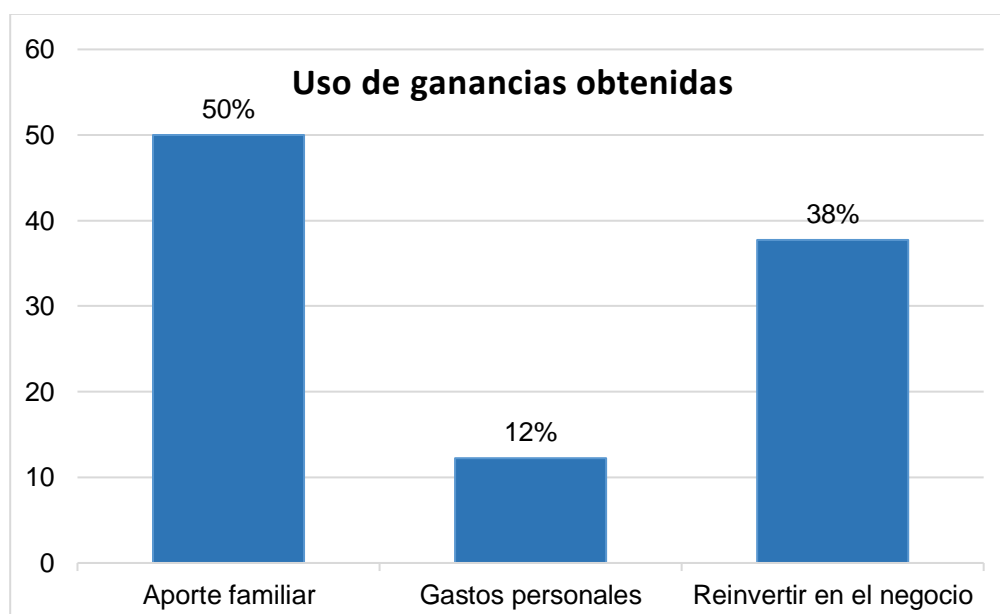
*Distribución de los encuestados según "Uso de ganancias obtenidas"*

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Aporte familiar	53	50%
Gastos personales	13	12%
Reinvertir en el negocio	40	38%
<b>TOTAL</b>	<b>106</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

**Figura 5.** *Distribución de los encuestados según "Uso de ganancias obtenidas"*



Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

**Interpretación:**

Se pudo determinar que las ganancias obtenidas en un 50% se designan como aporte familiar, el 38% es para reinvertir en el negocio, esto es importante para continuar con la producción de artesanía y 12% para gastos personales.

**Tabla 6**

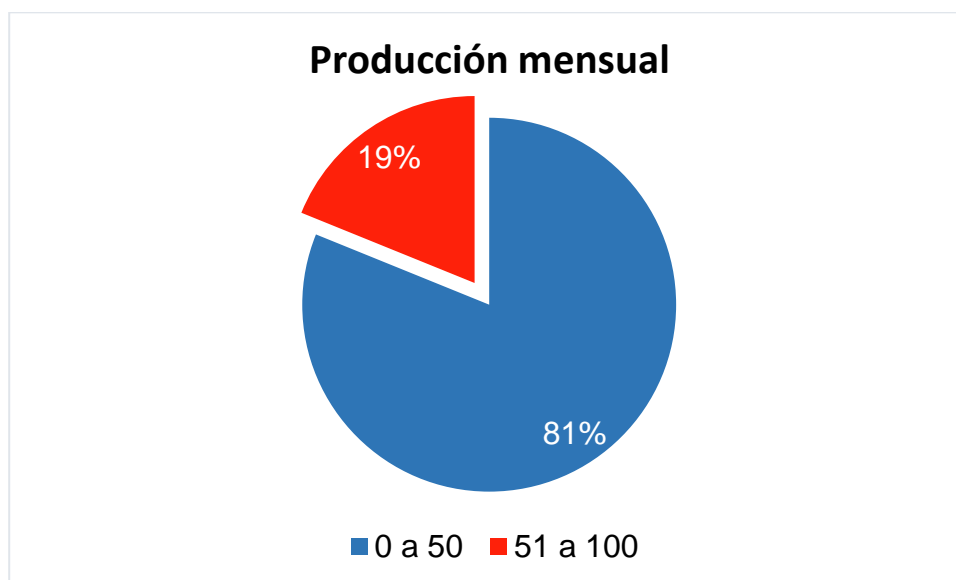
*Distribución de los encuestados según "Producción mensual"*

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
0 a 50	43	81%
51 a 100	10	19%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

**Figura 6.** *Distribución de los encuestados según "Producción mensual"*



Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

**Interpretación:**

El 80% de artesanas encuestadas produce entre 0 a 50 artesanías al mes, el 19% produce entre 51 a 100 artesanías. Esto se relaciona con la capacidad de producción y con la demanda de productos.



**Tabla 7**

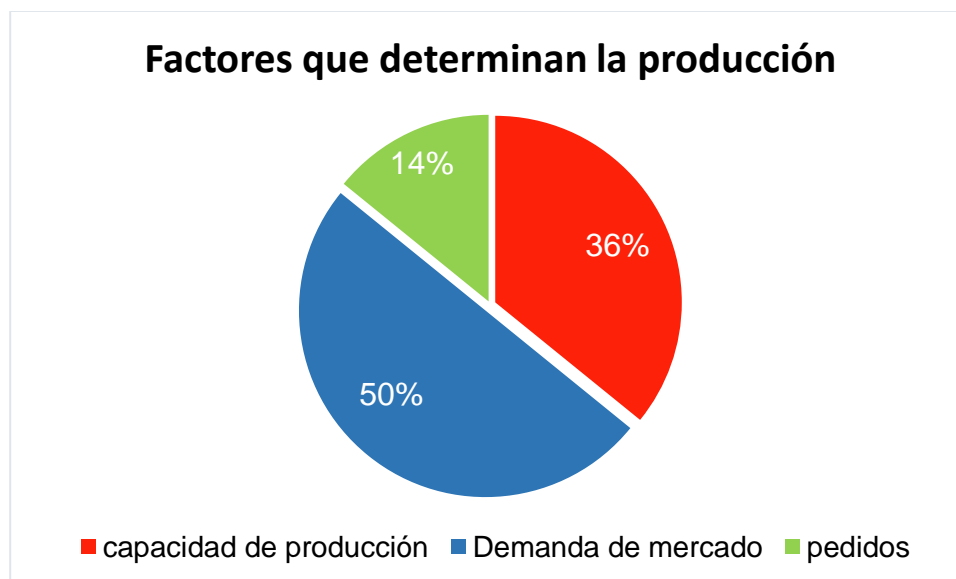
*Distribución de los encuestados según “Factores que determinan la producción”*

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Demanda de mercado	53	50%
Capacidad de producción	38	36%
Pedidos	15	14%
<b>TOTAL</b>	<b>106</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

**Figura 7.** *Distribución de los encuestados según “Factores que determinan la producción”*



Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

**Interpretación:**

Los factores que determinan la producción están representados en 50%

demanda de mercado, 36% capacidad de producción, 14% pedidos.

**Tabla 8**

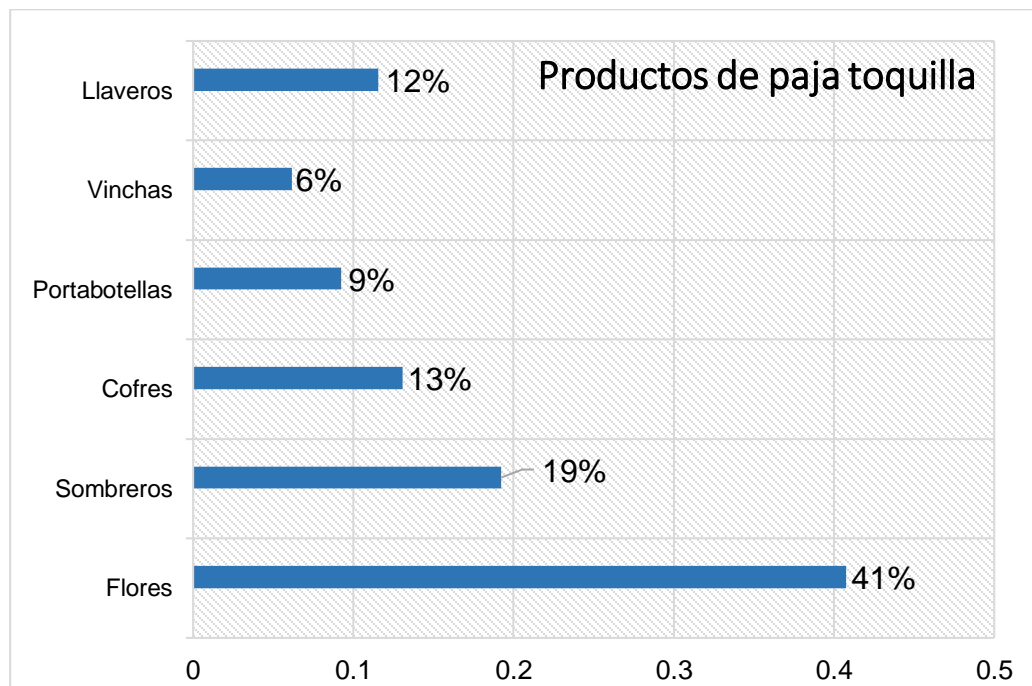
*Distribución de los encuestados según "Productos de paja toquilla"*

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Flores	53	41%
Sombreros	25	19%
Cofres	17	13%
Portabotellas	12	9%
Vinchas	8	6%
Llaveros	15	12%
<b>TOTAL</b>	<b>130</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

**Figura 8.** *Distribución de los encuestados según "Productos de paja toquilla"*



Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

**Interpretación:**

El producto de paja toquilla más elaborado son las flores que representan el 41%, luego los sombreros representan el 19% y cofres con 13%, seguido en porcentajes menores los llaveros 12%, portabotellas 9%, vinchas 6%.

**Tabla 9**

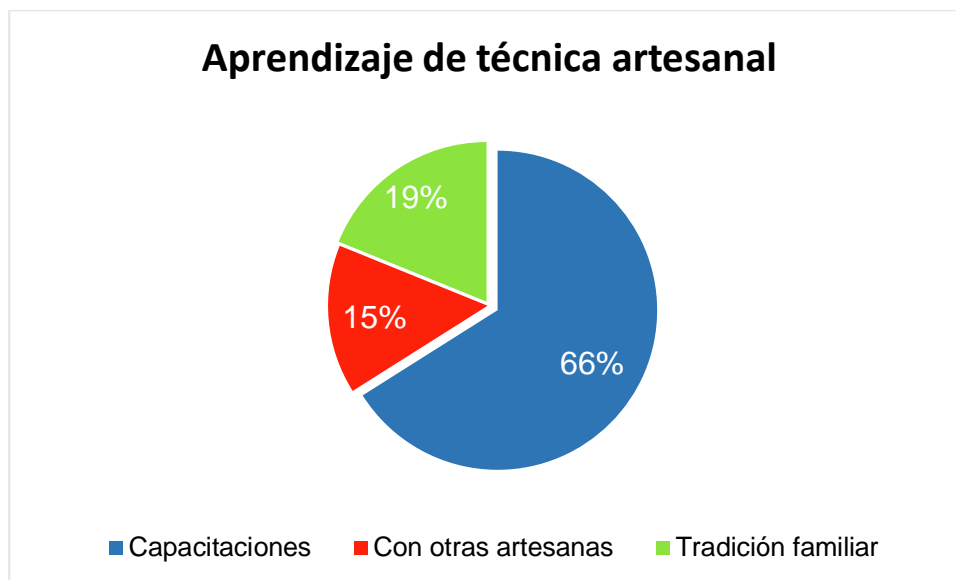
*Distribución de los encuestados según “Aprendizaje de técnica artesanal”*

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Tradición familiar	10	19%
Con otras artesanas	8	15%
Capacitaciones	35	66%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

**Figura 9.** *Distribución de los encuestados según “Aprendizaje de técnica artesanal”*



Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

**Interpretación:**

Del total de encuestados, el 66% aprendió a producir artesanía de paja toquilla mediante capacitaciones, 19% mediante tradición familiar, 15% aprendió con otras artesanas.

**Tabla 10**

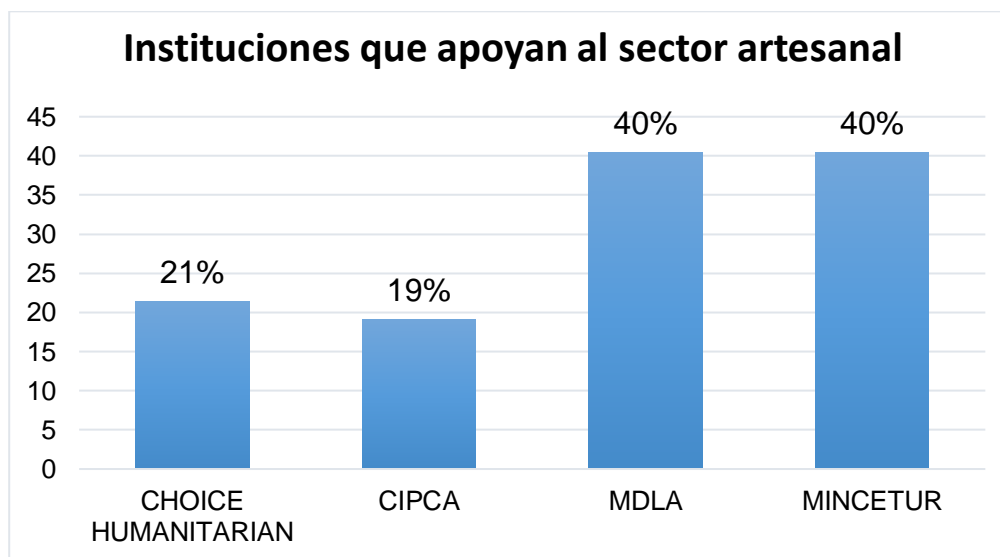
*Distribución de los encuestados según “Instituciones que apoyan al sector artesanal”*

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Mun. Distrital de La Arena	53	40%
CIPCA	25	19%
Choice Humanitarian	28	21%
MINCETUR	53	40%
<b>TOTAL</b>	<b>131</b>	<b>121%</b>

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

**Figura 10.** *Distribución de los encuestados según “Instituciones que apoyan al sector artesanal”*



Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

### Interpretación:

Las principales instituciones son la Municipalidad Distrital de La Arena 40%, Mincetur 40% y en menor porcentaje Choice humanitarian 21%, CIPCA 19%. Estas instituciones le brindan a las artesanas capacitaciones en gestión empresarial, gestión técnica, pasantías, participación en ferias locales y nacionales, implementación del taller, etc.

**Tabla 11**

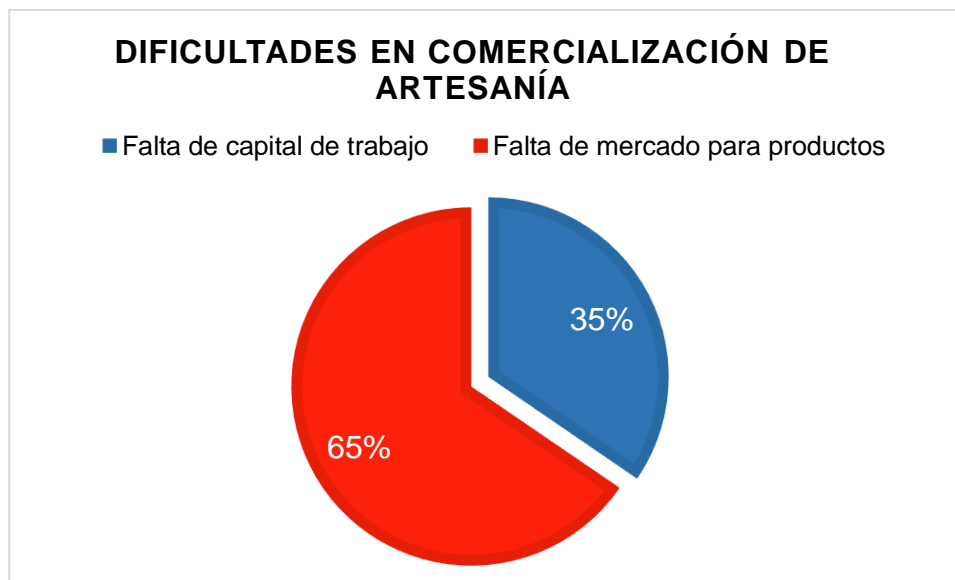
*Distribución de los encuestados según “Dificultades en comercialización de artesanía”*

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Falta de capital de trabajo	28	35%
Falta de mercado para productos	53	65%
<b>TOTAL</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

**Figura 11.** *Distribución de los encuestados según “Dificultades en comercialización de artesanía”*



Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

**Interpretación:**

El 65% de encuestadas manifiesta que la principal dificultad en comercialización de artesanía es la falta de mercado para productos y el 35% manifiesta que es la falta de capital de trabajo.

**Tabla 12**

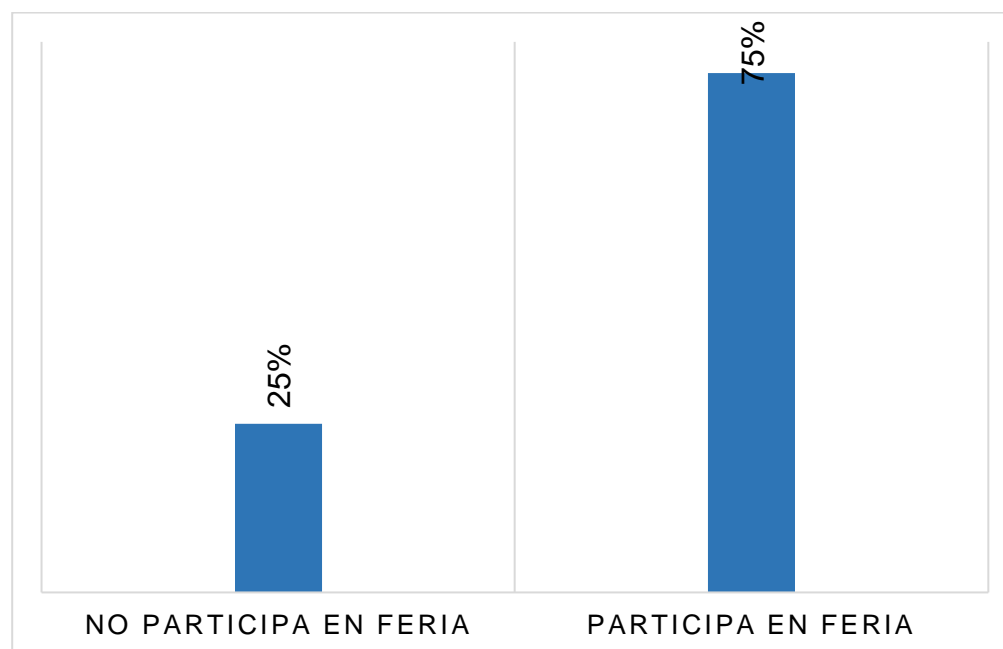
*Distribución de los encuestados según “Participación en ferias, eventos”*

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Participa en feria	40	75%
No participa en feria	13	25%
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

**Figura 12.** *Distribución de los encuestados según “Participación en ferias, eventos”*



Fuente: Encuesta aplicada

Elaboración: Propia

**Interpretación:**

El 75% de encuestadas ha participado en ferias artesanales a nivel distrital, regional y nacional, solo el 25% no ha participado en ferias artesanales.



## 4.2. Discusión de resultados

- El objetivo general de esta investigación fue determinar los factores de producción que mejoran la competitividad del sector artesanal de paja toquilla del distrito de La Arena, Piura año 2020, de acuerdo con la encuesta aplicada los resultados arrojaron que los factores son promoción de productos, capacitación y asignación presupuestal. En la Tabla 11 se puede observar que el 65% de las encuestadas manifestaron que la principal dificultad en la comercialización de artesanía es la falta de mercado para los productos y ello está relacionado al factor de promoción de productos. En la Tabla 9 el 66% de encuestadas manifiestan que aprendieron la técnica artesanal mediante capacitaciones y esto se relaciona con el factor de capacitación, en la Tabla 10 la mayoría de encuestadas manifiesta que reciben apoyo de instituciones como Municipalidad distrital de la Arena, ONG's como CIPCA y Choice Humanitarian, esto se relaciona con el factor de asignación presupuestal.
- Para el desarrollo del primer objetivo Analizar el nivel de promoción de los productos artesanales de paja toquilla del distrito de la Arena, Piura año 2020, en la Tabla 11 el 65% de las encuestadas manifestaron que la falta de mercado para los productos es una de las principales dificultades, por ello es necesario mejorar este factor utilizando medios como redes sociales, participación en ferias locales y nacionales mostrando la artesanía de paja toquilla de excelente calidad que ofrecen lo que permite acceder a nuevos clientes, fortalecer la marca colectiva denominada mujeres tejiendo vida de la Asociación de mujeres artesanas emprendedoras del distrito de la Arena, creando canales de venta online con el correcto manejo de redes sociales, porque actualmente las ventas por internet han tomado mayor relevancia y en este caso por el tipo de

producto que se ofrece, les permite captar clientes nacionales y extranjeros.

- Para el desarrollo del segundo objetivo específico Identificar qué canales de capacitación existen en el sector de artesanía de paja toquilla en el distrito de la Arena, Piura año 2020, en Tabla 9 el 66% de encuestadas manifiestan que aprendieron la técnica artesanal mediante capacitaciones y esto se relaciona con el factor de capacitación, estas capacitaciones se realizaron gracias al apoyo de instituciones como la municipalidad distrital de la Arena junto a ONG's como CIPCA y Choice Humanitarian que brindaron capacitaciones orientadas a fortalecer capacidades técnicas, mejorar la calidad de la artesanía, capacitar en temas administrativos para que las artesanas puedan desarrollar de forma más empresarial y con mejor control sobre sus ingresos, costos, producción, ventas, ganancias, programación de pedidos y también en temas de promoción y publicidad capacitándolas en el manejo de redes sociales donde logran captar a nuevos clientes, además del acceso a ferias y eventos.
- Para el desarrollo del tercer objetivo específico Verificar si existe asignación presupuestal por parte de la municipalidad distrital de la Arena para el sector artesanal de paja toquilla del distrito durante el año 2020, en la Tabla 10 la mayoría de encuestadas manifiesta que reciben apoyo de instituciones como Municipalidad distrital de la Arena, ONG's como CIPCA y Choice Humanitarian, esto se relaciona con el factor de asignación presupuestal, es importante mencionar que la municipalidad no tiene establecido un presupuesto anual específico para apoyo de la artesanía, sino que utiliza parte del presupuesto del área de Desarrollo económico local para realizar capacitaciones, ferias, eventos, etc. La

municipalidad desde el año 2015 viene trabajando para lograr el reconocimiento a nivel nacional de la artesanía de paja toquilla es así que en el año 2016 apoyó a la asociación de artesanas para que participen en un concurso organizado por la Municipalidad provincial de Piura, del cual resultaron ganadores y obtuvieron un premio de s/50.000 mil soles que utilizaron en la adquisición de materiales, herramientas, insumos, adecuación de local de la asociación lo que les permitió realizar mejoras en el proceso de producción y brindar artesanía de mejor calidad, y este trabajo ha continuado fortaleciéndose gracias al apoyo constante de entidades públicas y privadas antes mencionadas.

- Para la comprobación de la hipótesis se realizó la prueba de chi cuadrado de Pearson, en la cual si  $p < 0.05$  la relación entre las variables será significativa y poder lograr comprobar la hipótesis formulada.

**Tabla 13** Prueba de chi cuadrado

Variable	Ventas (Competitividad)		Chi2	Valor p
	<500	>500		
<b>Promoción (Feria participación)</b>				
Si	27	13	8.6054	0.003
No	13	0		
<b>Políticas de capacitación</b>				
Si	22	13	8.8586	0.003
No	18	0		
<b>Asignación presupuestal</b>				
Si	31	13	5.6391	0.018
No	9	0		

En este caso, los valores de p son menores a 0.05 y se logra comprobar la hipótesis establecida, los factores de producción que mejoran la competitividad es la promoción, políticas de capacitación y asignación presupuestal.

## CONCLUSIONES

- El distrito de la Arena, ubicado en la provincia y región de Piura, es un distrito cuya tradición ancestral está vinculada con la artesanía de paja toquilla, mediante la presente tesis se determinó que los factores que mejoran la competitividad del sector artesanal de paja toquilla en el Distrito de la Arena son la promoción de producto, capacitación y asignación presupuestal realiza la municipalidad local junto a ONG´s como Choice Humanitarian y CIPCA.
- La promoción de los productos artesanales de paja toquilla del distrito de la Arena, Piura se realiza mediante la participación de las artesanas en ferias, eventos a nivel local, nacional donde logran captar nuevos clientes e ingresar a nuevos mercados. Además, utilizan las redes sociales como aliado para realizar ventas.
- Las políticas de capacitación en artesanía de paja toquilla en el distrito, le ha permitido mejorar los procesos de producción, calidad de los productos artesanales, ingresar a nuevos mercados, captar nuevos clientes y mejorar su competitividad.
- El nivel de asignación presupuestal por parte de la municipalidad distrital de la Arena le ha permitido al sector artesanal de paja toquilla obtener capacitaciones para mejorar las técnicas de producción de artesanía, capacitaciones vinculadas al manejo administrativo de negocio y de promoción y publicidad.
- La artesanía de paja toquilla del distrito hace 5 años no tenía reconocimiento a nivel regional, no brindaba productos artesanales de calidad, no contaban con apoyo por parte de instituciones y solo comercializaban artesanía a nivel local y en pequeñas cantidades, pero este sector artesanal ha logrado mejorar su competitividad debido a tres factores: promoción de producto,

capacitación, asignación presupuestal que les ha permitido principalmente mejorar la calidad de la artesanía, ello les garantiza acceso a nuevos mercados, acceso a recursos financieros que se reflejan en el apoyo que reciben de instituciones, mejorar la promoción de los productos logrando participar de ferias locales y nacionales, además la creación de la asociación de artesanas les permitió unirse y trabajar en equipo orientadas a ofrecer productos de calidad y captar clientes y finalmente la inscripción en el Registro Nacional de Artesanos ( MINCETUR) les permitió obtener el reconocimiento como artesanas y ello les permite acceder a nuevos mercados porque garantiza que los productos son elaborados con fibra natural y tejidos a mano.

## RECOMENDACIONES

- Las políticas de capacitación y asignación presupuestal por parte de la municipalidad, ONG´s, MINCETUR, deben continuarse realizándose orientadas a apoyar a las artesanas para que puedan ingresar a nuevos mercados con sus productos artesanales de calidad. Además de fortalecer la capacitación en manejo empresarial para que las artesanas tengan mejor control de sus finanzas, costos, ventas, publicidad, etc.
- Para mejorar la competitividad del sector artesanal de paja toquilla del distrito es necesario brindar productos de excelente calidad, generar confianza con el cliente entregando los productos a tiempo, creando nuevos productos artesanales que sean decorativos y también utilitarios logrando diferenciarse de la competencia, mejorando los costos, procesos de producción orientados a la calidad, capacitación constante que les permita mejorar y adaptarse a las nuevas tendencias del mercado y lograr satisfacer a los clientes.
- Se debe incentivar el uso de herramientas virtuales, redes sociales para que las artesanas puedan promocionar sus productos orientadas a captar nuevos clientes y mercados nacionales e internacionales para ello es necesario la capacitación por parte de las entidades antes mencionadas para que las artesanas puedan aprender a usar correctamente este medio de venta y mejorar sus ingresos mediante este potencial canal de venta.

## REFERENCIAS

Baquerizo, M. (2012) *Diseño de un plan de promoción turística de la comuna Barcelona, parroquia Manglaralto en la provincia de Santa Elena con enfoque a la producción y tratamiento de la paja toquilla* (Tesis de licenciatura). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador.

Chiavenato, I.(2009) *Gestión del talento humano*. McGraw Hill. México

Fernández, J. (2003) *Artesanía, folklore y arte popular*. Ed. Condorhuasi. Argentina

Kotler, P. y Armstrong, G. (2003) *Fundamentos de marketing*. Pearson, México

Mercado, E. (1998) *Productividad: Base de la competitividad*. Limusa, Mexico

Mitchell, G. (1995) *Manual del capacitador*. Iberoamerica,México.

Pindyck, R. y Rubinfeld, D. (1995) *Microeconomía*. Prentice Hall.México

Porter, M. (2008) *Ser competitivo*. Deusto. España

Ryckman, M.(2008) *La voz de Houston*. Obtenido de <https://pyme.lavoztx.com/qu-es-una-asignacin-presupuestaria-12718.html>

Vergara, C. (2013) *La articulación de redes empresariales y su incidencia en la competitividad de los pequeños productores de artesanías de la Provincia de Trujillo, en el periodo 2009-2011*(Tesis de licenciatura). Universidad Nacional de Trujillo, Perú.

## Tesis y trabajo de grado

- Ubilla, G. (2014) *Creación del centro de diseño de paja toquilla para la Asociación de mujeres artesanas agricultoras productivas emprendedoras libres MAPEL de la comuna Barcelona, Provincia Santa Elena* (Tesis de titulación). Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador
- Solórzano, L. (2013) *Creación de un centro de producción y comercialización de artesanías de la Comuna Libertador Bolívar de la Parroquia Manglar Alto de la Provincia de Santa Elena, año 2013* (Tesis de titulación). Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador
- Muchari, J. (2017) *Factores de elaboración y comercialización que limitan la competitividad de la cerámica en el centro artesanal Shosaku Nagase, Ayacucho 2016-2017* (Tesis de licenciatura). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Ayacucho, Perú.
- Cerda, S. (2016) *Factores que limitan la competitividad de la cerámica del Distrito de Quinoa-2015* (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, Ayacucho, Perú.
- Flores-Campos, L (2016) *Proyecto de diseño de un portal web para la promoción y posicionamiento del sombrero de paja toquilla de Catacaos* (Tesis de licenciatura). Universidad de Piura, Perú.
- Acosta, C. (2018) *Diseño de plan de exportación para las asociaciones de artesanas de paja toquilla del distrito de la Arena, Piura al mercado canadiense, año 2018* (Tesis de titulación) Universidad Cesar Vallejo, Perú.



# **ANEXOS**

**ANEXO N° 01:**

**CUESTIONARIO**

ENCUESTA SOBRE IDENTIFICACIÓN DE FACTORES PARA EL MEJORAMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR ARTESANAL DE PAJA TOQUILLA EN EL DISTRITO DE LA ARENA, PIURA

**NOMBRE Y APELLIDOS DE PARTICIPANTE:** \_\_\_\_\_

**1. EDAD:** \_\_\_\_\_

**2. Grado de instrucción:** \_\_\_\_\_

a. Primaria    b. Secundaria    c. Superior Universitaria    d. Superior no universitaria

**3. ¿De qué lugares Ud. Obtiene la materia prima?**

- a. Recolección de la naturaleza
- b. crianza, cosecha o similares
- c. Realiza un pago por ellos

**4. ¿Cuántos miembros de su familia trabajan elaborando artesanía de paja toquilla?**

a. 1 a 2                              b. 2 a 4                              c. 4 a 6

**5. ¿Cuánto invierte para producir artesanía de paja toquilla durante un mes?**

- a. 0 a 200
- b. 201 a 400
- c. 401 a 600
- d. 601 a 800
- e. 801 a 1000

**6. ¿A cuánto asciende sus ventas al mes?**

- a. 0 a 500
- b. 501 a 1000
- c. 1001 a 1500
- d. 1501 a 2000

**7. ¿Qué hace con las ganancias obtenidas durante el mes?**

- a. Aporte familiar
- b. Gastos personales
- c. Reinvertir en el negocio
- d. Ahorros

**8. ¿Cuántas artesanías de paja toquilla produce en el mes?**

- a. 0 a 50
- b. 51 a 100
- c. 101 a 150
- d. 151 a 200

**9. ¿En base a qué factores realiza la producción de artesanía?**

- a. Demanda de mercado
- b. Capacidad de producción
- c. Pedidos
- d. Otros

**10. ¿Cuáles son los productos de paja toquilla que elabora?**

- a) Flores
- d) Porta botellas
- c) Cofres
- b) Sombreros
- e) Otros

**11. ¿Dónde aprendió a producir artesanía de paja toquilla?**

- a. Por tradición familiar
- b. Con otras artesanas
- c. Otros: \_\_\_\_\_

**12. ¿Participa en alguna organización, asociación o cooperativa?**

- a. Si (    )    b. no (    )

Si afirma negativamente, ¿Por qué?

\_\_\_\_\_

Si afirma positivamente, ¿Hace cuánto tiempo?

\_\_\_\_\_

Especifique Nombre de la Asociación:

\_\_\_\_\_

**13. ¿Qué beneficios ha logrado como miembro de la asociación?**

- a. Incremento de ventas de artesanía.
- b. Capacitaciones
- c. Otros: \_\_\_\_\_

**14. ¿Con qué instituciones viene trabajando actualmente?**

- a) c)
- b) d)

**15. ¿Cuál es el tipo de apoyo que recibe de estas instituciones?**

- a. Financiero
- b. Implementación de taller
- c. Capacitación en gestión técnica
- d. Capacitación en gestión empresarial

**16. ¿Cuál es su fuente de financiamiento?**

- a. Capital propio
- b. Préstamo de financieras
- c. Préstamo de socias

**17. ¿Conoce los gustos y preferencias de sus clientes?**

- a. Si
- b. no

**¿De qué tipo de clientes?**

- a. Locales
- b. Nacionales
- c. Internacionales

**18. ¿Ha exportado alguna vez sus productos? Si ( ) No ( ) No**

- a. Por sí mismo
- b. Mediante el apoyo de Instituciones. Especifique\_\_\_\_\_
- c. Otros\_\_\_\_\_

**19. ¿Qué dificultades tiene en la comercialización de sus productos?**

- a. Falta de capital de trabajo
- b. Falta de mercado para productos
- c. Baja calidad de sus productos
- d. Falta de innovación en los diseños
- e. Incumplimiento de los pedidos
- f. Otros \_\_\_\_\_

**20. ¿Participa en ferias, exposiciones, eventos?**

- a. Si
- b. no

**¿En cuáles?**

## **ANEXO N°2**

### **FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS**

#### **FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS**

**TÍTULO:** “IDENTIFICACIÓN DE FACTORES DE PRODUCCIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR ARTESANAL DE PAJA TOQUILLA EN EL DISTRITO DE LA ARENA AÑO 2020”

**OBJETIVO GENERAL:** Determinar los factores de producción que mejoran la competitividad del sector artesanal de paja toquilla del distrito de la Arena, Piura año 2020.

**HIPÓTESIS:** Los factores que mejoran la competitividad de la artesanía de paja toquilla son las políticas de capacitación y la asignación presupuestal del sector artesanal de paja toquilla del distrito de la Arena, Piura año 2020.

**JUEZ EXPERTO:** BLANCA NELLY GUTIÉRREZ PÉREZ

**GRADO ACADÉMICO DEL EXPERTO:** DOCTORA

**FECHA DE REVISIÓN:** 29/07/2020

**FIRMA:**



VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	Redacción clara y precisa	Tienes coherencia con los indicadores	Tienes coherencia con las dimensiones	Tienes coherencia con las variables	Observaciones	
Variable: Factores de producción	Producción	Variedad de productos de paja toquilla y diseños	1.¿De qué lugares Ud. Obtiene la materia prima? 2.¿Cuáles son los productos de paja toquilla que elabora? 3.¿Conoce los gustos y preferencias de sus clientes?	✓	✓	✓	✓		
			Formas de comercialización de la artesanía	4.¿Qué dificultades tiene en la comercialización de sus productos?	✓	✓	✓	✓	
			Precio de venta de la artesanía	5.¿Cuánto invierte para producir artesanía de paja toquilla durante un mes?	✓	✓	✓	✓	
		6.¿A cuánto asciende sus ventas al mes?		✓	✓	✓	✓		
		7.¿Qué hace con las ganancias obtenidas en un mes?		✓	✓	✓	✓		
		Cantidad de producto ofertado por taller		8.¿Cuántos miembros de su familia trabajan elaborando artesanía de paja toquilla?	✓	✓	✓	✓	
			9.¿Cuántas artesanías de paja toquilla produce en un mes?	✓	✓	✓	✓		
	10.¿En base a qué factores realiza la producción de artesanía?		✓	✓	✓	✓			
	11.¿Dónde aprendió a producir artesanía de paja toquilla?								



VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	Redacción clara y precisa	Tienes coherencia con los indicadores	Tienes coherencia con las dimensiones	Tienes coherencia con las variables	Observaciones
Variable: Competitividad	Competitividad	-Estrategias de competitividad:	1. ¿Participa de alguna organización, asociación o cooperativa?	✓	✓	✓	✓	
		Publicidad, asistencia a eventos, ferias, precio y calidad	2. ¿Qué beneficios ha logrado como miembro de la asociación?	✓	✓	✓	✓	
			3. ¿Con qué instituciones viene trabajando actualmente?	✓	✓	✓	✓	
			4. ¿Cuál es el tipo de apoyo que recibe de estas instituciones?	✓	✓	✓	✓	
			5. ¿Cuál es su fuente de financiamiento?	✓	✓	✓	✓	
			6. ¿Ha exportado alguna vez sus productos?	✓	✓	✓	✓	
			7. ¿Participa en ferias, exposiciones, eventos?	✓	✓	✓	✓	

## **FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS**

**TÍTULO: “IDENTIFICACIÓN DE FACTORES DE PRODUCCIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR ARTESANAL DE PAJA TOQUILLA EN EL DISTRITO DE LA ARENA AÑO 2020”**

**OBJETIVO GENERAL:** Determinar los factores de producción que mejoran la competitividad del sector artesanal de paja toquilla del distrito de la Arena, Piura año 2020.

**HIPÓTESIS:** Los factores que mejoran la competitividad de la artesanía de paja toquilla son las políticas de capacitación y la asignación presupuestal del sector artesanal de paja toquilla del distrito de la Arena, Piura año 2020.

**JUEZ EXPERTO:** Luis Alberto Sanchez Pacheco

**GRADO ACADÉMICO DEL EXPERTO:** Doctor en educación

**FECHA DE REVISIÓN:** 21-07-2017      **FIRMA:** \_\_\_\_\_

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	Redacción clara y precisa	Tienes coherencia con los indicadores	Tienes coherencia con las dimensiones	Tienes coherencia con las variables	Observaciones
Variable: Factores de producción	Producción	Variedad de productos de paja toquilla y diseños	1.¿De qué lugares Ud. Obtiene la materia prima? 2.¿Cuáles son los productos de paja toquilla que elabora? 3.¿Conoce los gustos y preferencias de sus clientes?	✓	✓	✓	✓	✓
		Formas de comercialización de la artesanía	4.¿Qué dificultades tiene en la comercialización de sus productos?	✓	✓	✓	✓	✓
		Precio de venta de la artesanía	5.¿Cuánto invierte para producir artesanía de paja toquilla durante un mes?	✓	✓	✓	✓	✓
	6.¿A cuánto asciende sus ventas al mes?		✓	✓	✓	✓	✓	
	7.¿Qué hace con las ganancias obtenidas en un mes?		✓	✓	✓	✓	✓	
		Cantidad de producto ofertado por taller	8.¿Cuántos miembros de su familia trabajan elaborando artesanía de paja toquilla?	✓	✓	✓	✓	✓
			9.¿Cuántas artesanías de paja toquilla produce en un mes?	✓	✓	✓	✓	✓
			10.¿En base a qué factores realiza la producción de artesanía?	✓	✓	✓	✓	✓

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	Redacción clara y precisa	Tienes coherencia con los indicadores	Tienes coherencia con las dimensiones	Tienes coherencia con las variables	Observaciones	
			11.¿Dónde aprendió a producir artesanía de paja toquilla?	✓	✓	✓	✓	✓	
Variable: Competitividad	Competitividad	-Estrategias de competitividad: Publicidad, asistencia a eventos, ferias, precio y calidad	1.¿Participa de alguna organización, asociación o cooperativa?	✓	✓	✓	✓		
			2.¿Qué beneficios ha logrado como miembro de la asociación?	✓	✓	✓	✓		
		3.¿Con qué instituciones viene trabajando actualmente?	✓	✓	✓	✓			
				4.¿Cuál es el tipo de apoyo que recibe de estas instituciones?	✓	✓	✓	✓	
				5.¿Cuál es su fuente de financiamiento?	✓	✓	✓	✓	
				6.¿Ha exportado alguna vez sus productos?	✓	✓	✓	✓	
				7. ¿Participa en ferias, exposiciones, eventos?	✓	✓	✓	✓	

## **FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS**

**TÍTULO: “IDENTIFICACIÓN DE FACTORES DE PRODUCCIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR ARTESANAL DE PAJA TOQUILLA EN EL DISTRITO DE LA ARENA AÑO 2020”**

**OBJETIVO GENERAL:** Determinar los factores de producción que mejoran la competitividad del sector artesanal de paja toquilla del distrito de la Arena, Piura año 2020.

**HIPÓTESIS:** Los factores que mejoran la competitividad de la artesanía de paja toquilla son las políticas de capacitación y la asignación presupuestal del sector artesanal de paja toquilla del distrito de la Arena, Piura año 2020.

**JUEZ EXPERTO: GLADYS PEÑA PAZOS**

**GRADO ACADÉMICO DEL EXPERTO: DOCTORA**

**FECHA DE REVISIÓN: 25/07/2020**

**FIRMA:**



VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	Redacción clara y precisa	Tienes coherencia con los indicadores	Tienes coherencia con las dimensiones	Tienes coherencia con las variables	Observaciones
Variable: Factores de producción	Producción	Variedad de productos de paja toquilla y diseños	1.¿De qué lugares Ud. Obtiene la materia prima? 2.¿Cuáles son los productos de paja toquilla que elabora? 3.¿Conoce los gustos y preferencias de sus clientes?					
		Formas de comercialización de la artesanía	4.¿Qué dificultades tiene en la comercialización de sus productos?	X	X	X	X	
		Precio de venta de la artesanía	5.¿Cuánto invierte para producir artesanía de paja toquilla durante un mes?	X	X	X	X	
	6.¿A cuánto asciende sus ventas al mes?		X	X	X	X		
	7.¿Qué hace con las ganancias obtenidas en un mes?		X	X	X	X		
		Cantidad de producto ofertado por taller	8.¿Cuántos miembros de su familia trabajan elaborando artesanía de paja toquilla?	X	X	X	X	
			9.¿Cuántas artesanías de paja toquilla produce en un mes?	X	X	X	X	
			10.¿En base a qué factores realiza la producción de artesanía?					

11. ¿Dónde aprendió a producir artesanía de paja toquilla?

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	Redacción clara y precisa	Tienes coherencia con los indicadores	Tienes coherencia con las dimensiones	Tienes coherencia con las variables	Observaciones	
Variable: Competitividad	Competitividad	-Estrategias de competitividad:	1. ¿Participa de alguna organización, asociación o cooperativa?	X	X	X	X		
		Publicidad, asistencia a eventos, ferias, precio y calidad	2. ¿Qué beneficios ha logrado como miembro de la asociación?	X	X	X	X		
			3. ¿Con qué instituciones viene trabajando actualmente?	X	X	X	X		
				4. ¿Cuál es el tipo de apoyo que recibe de estas instituciones?	X	X	X	X	
				5. ¿Cuál es su fuente de financiamiento?	X	X	X	X	
				6. ¿Ha exportado alguna vez sus productos?	X	X	X	X	
				7. ¿Participa en ferias, exposiciones, eventos?	X	X	X	X	

## ANEXO N°3

### INFORME FAVORABLE DEL ASESOR

AL : Dr. José Alfredo Castañeda Nassi  
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas  
DE : Mg. Max Martin Vásquez Senador  
Asesor de Tesis.

ASUNTO : APROBACIÓN DE TESIS.

FECHA : 01 de setiembre 2020

Por medio del presente me dirijo a usted para saludarlo cordialmente y al mismo tiempo informarle que, habiendo realizado la revisión del informe final de Tesis: De los bachilleres; Br. NOBLECILLA LOZADA, Jackeline Yomira y Br. RIVERA PANTA, Sergio Ademir, con el Título: "IDENTIFICACIÓN DE FACTORES DE PRODUCCIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR ARTESANAL DE PAJA TOQUILLA EN EL DISTRITO DE LA ARENA AÑO 2020" y de conformidad con el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad (Art. 31°), se precisa que:

1. Ha cumplido con las etapas y cronogramas establecidos,
2. Ha cumplido con el proceso de investigación, de acuerdo con el Proyecto de Tesis.
3. La tesis reúne la calidad académica exigida.

Por lo que se determina **APROBAR EL INFORME FINAL DE TESIS PARA EVALUACIÓN Y EMISIÓN DE DICTAMEN**, en concordancia con los artículos 43° y 44° del Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad.

Se adjunta expediente.

Lo que informo a usted para su conocimiento y fines pertinentes.

Atentamente,





Atte.

Mg. Max Martin Vásquez Senador

ID: 000034127