



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Desarrollo de la cultura organizacional y su relación con la
competitividad en la empresa de pinturas “Los Ángeles” Comas –
2016**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado de Administración

AUTOR:

Olivos Mamani, Luis Fernando (ORCID: 0000-0001-7233-8332)

ASESOR:

Dr. Diaz Saucedo, Severino Antonio (ORCID: 0000-0001-9543-0828)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo Económico, Empleo y Emprendimiento

LIMA – PERÚ

2016

Dedicatoria

A mis padres; Margarita Mamani Orconi y Neri Olivos Suarez, quienes, sin escatimar esfuerzo alguno, han sacrificado gran parte de su vida para formarme y educarme. A quienes nunca podré pagar todos sus desvelos ni aún con las riquezas más grandes del mundo, y sabiendo que jamás existirá una forma de agradecer en esta vida de lucha y superación constante, deseo expresarles que mis ideales, esfuerzos y logros han sido también suyos. Los quiero mucho.

Agradecimiento

A mi docente Díaz Saucedo, Severino Antonio quien con su amplia experiencia y conocimiento me guio con paciencia para la realización de este trabajo, me ha orientado, apoyado y corregido en mi labor científica con un interés y una entrega que han sobrepasado, con mucho, todas las expectativas que, como alumno, deposité en su persona.

Índice de contenidos

| | | |
|------|---|-----|
| | Carátula | i |
| | Dedicatoria | ii |
| | Agradecimiento | iii |
| | Índice de contenidos | iv |
| | Resumen | v |
| | Abstract | vi |
| I. | INTRODUCCIÓN | 1 |
| II. | MARCO TEÓRICO | 3 |
| III. | METODOLOGÍA | 15 |
| | 3.1 Tipo y diseño de investigación | 15 |
| | 3.2 Variables y operacionalización | 16 |
| | 3.3 Población | 17 |
| | 3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 17 |
| | 3.5 Método de análisis de datos | 19 |
| | 3.6 Aspectos éticos | 19 |
| IV. | RESULTADOS | 20 |
| V. | DISCUSIÓN | 27 |
| VI. | CONCLUSIONES | 29 |
| VII. | RECOMENDACIONES | 30 |
| | REFERENCIAS | 31 |
| | ANEXOS | 33 |

Resumen

La presente investigación titulada: “Desarrollo de la Cultura Organizacional y su relación con la competitividad en la empresa de pinturas “Los Ángeles” Comas – 2016” tiene como **Objetivo:** Determinar el nivel de relación que existe entre la cultura organizacional y la competitividad en la empresa de pinturas “Los Ángeles” Comas– 2016. **Método empleado:** El método a utilizar será el hipotético deductivo por que se realizará la prueba de hipótesis y el análisis deductivo de lo general a lo particular e inferencial mediante el programa informativo SPSS. **Sujetos:** 25 trabajadores de la empresa “Los Ángeles”. **Resultados:** se puede evidenciar que el nivel de noción se encuentra en un nivel favorable, lo que significa que los trabajadores de la empresa Los Ángeles están logrando un conocimiento favorable que les permitirá cumplir sus objetivos como colaboradores en la empresa y superarse económicamente. Siendo también de gran importancia que asciendan laboralmente para que puedan obtener un mayor conocimiento sobre lo que realizan y sean más solicitados en cuanto al servicio que ellos estén dispuestos a ofrecer; y por último la noción de reconocimiento se encuentra en un nivel favorable, ayudando a la vez que estos colaboradores se sientan mucho más motivados para realizar los proyectos de la empresa y juntos alcanzar un solo objetivo, brindando un entorno más familiar. **Concluimos:** que los trabajadores de la empresa “Los Ángeles” se sienten satisfechos en cuanto a la cultura organizacional, que los hace ser parte de la empresa. Así mismo dándoles una motivación el cual les da una seguridad al momento de trabajar y realizar los servicios que la empresa brinda al mercado, generando una buena competitividad, trabajando al máximo así ahorrando tiempo y maximizando ganancias.

Palabras clave: Cultura organizacional, conocimiento, reconocimiento, entorno, competitividad

Abstract

The present qualified investigation: "Development of the Culture Organizational and his relation with the competitiveness in the company of paintings "Los Angeles" Comas - 2016 "it has as Aim: To determine the level of relation that exists between the culture organizational and the competitiveness in the company of paintings "Los Angeles" Comas - 2016. Used method: The method to using will be the hypothetical deductive one by which there was realized the test of hypothesis and the deductive analysis of the general thing to the particular thing and inferencial by means of the informative program SPSS. Subjects: 25 workers of the company "Los Angeles". Results: it is possible to demonstrate that the level of notion is in a favorable level, which means that the workers of the company Los Angeles are achieving a favorable knowledge that will allow them to fulfill his aims as collaborators in the company and to excel itself economically. Performing also great importance that they promote in order that they could obtain a major knowledge on what they realize and are more requested as for the service that they are ready to offer; and finally the notion of recognition is in a favorable level, helping simultaneously that these collaborators should feel much more motivated to realize the projects of the company and united to reach an alone aim, offering a more familiar environment. We conclude: that the workers of the company "Los Angeles" feel satisfied as for the culture organizational, that makes them be a part of the company. Likewise giving them a motivation, which gives them a safety to the moment to work and realize the services that the company offers to the market, generating a good competitiveness, working to the maximum this way saving time and maximizing earnings.

Keywords: Culture organizational, knowledge, recognition, environment, competitiveness

I. INTRODUCCIÓN

Para iniciar la investigación, se tuvo en cuenta ciertas investigaciones tales como de (Gross, 2009), sobre el concepto de la cultura organizacional, (Hellriegel, 2011) que nos expresa los tipos de cultura organizacional, así mismo (Luna, 2012) que señala los beneficios de poseer una buena cultura organizacional.

Álvarez, nos indica que la cultura organizacional son todos los factores del ambiente organizacional que sirven como influencia a los trabajadores y que influyen en su conducta. La cultura organizacional es un indicador determinante alcanzar los objetivos de las instituciones, incluyendo las de salud.

Se ha formulado el problema general ¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y la competitividad en la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016? Y que mediante la siguiente investigación se ha impulsado a responder la antepuesta interrogante.

El objetivo es determinar el nivel de relación que existe entre la cultura organizacional y la competitividad en la empresa de pinturas “los ángeles” Comas – 2016.

El marco teórico se construye considerando enfoques teóricos vinculados con el tema, así como enfoques teórico-científicos vinculados con la primera variable y enfoques teórico-científicos vinculados con la segunda variable.

El aumentar la solidez del sustento teórico del problema y el tema de investigación, se identificó un grupo de condiciones con las definiciones correspondientes, cuya definición conceptual y definición operativa se tuvo en cuenta. Las variables de estudio fueron consideradas al momento de identificar los términos.

Existen bastantes empresas en el mundo, especialmente las pymes, que no se han enfocado en la importancia de una auténtica y verdadera cultura organizacional. Todo esto afecta considerablemente su supervivencia, funcionalidad, especialmente en el entorno turbulento que enfrenta el mundo. No nos sorprende que se enfatice que cada empresa tiene su propia cultura y que los recursos humanos son parte de la cultura de la organización, los supervisores y los socios.

Por ejemplo, la cultura corporativa japonesa entiende el trabajo en equipo para llegar a un mismo fin. Los trabajadores de la empresa comparten la misma suerte, ya sean fracasos o éxitos. Impulsar el éxito de las instituciones será también impulsar el éxito de cada empleado.

En este sentido, la gestión cultural organizacional aparece como una excelente oportunidad que incrementará su adopción en las empresas peruanas. Si bien el problema aún es relativamente nuevo en el Perú, ya se ha notado que cada vez más empresas se empeñan en dominarlo, mientras que muchas otras lo observan con gran interés. Por ejemplo, en el caso de Sodimac, lo definen como una manera de vivir dentro de la institución, regida por un conjunto de creencias y valores. Así mismo, son el resultado de la integración de las experiencias e interacciones de las personas con la forma, la toma de decisión, el sistema de control y de gestión. Es necesario indicar que la cultura corporativa no es mala ni buena, en tal sentido será mala o buena para una determinada tarea.

No obstante, la mucha actitud competitiva que se experimenta en el mercado local obliga a las instituciones a buscar nuevas alternativas para seguir siendo competitivas. La empresa “Los Ángeles” durante los últimos años a estado ligado a una determinada cultura y costumbre, que a medida del tiempo le ha traído diversos problemas como la falta de integración en los trabajadores, no saber afrontar los problemas y la baja en valores, entre otros, dentro del ámbito competitivo ha permitido que las empresas rivales estén superándose cada vez más y dejando poco a poco atrás a esta empresa.

II. MARCO TEÓRICO

Tocar el tema de cultura organizacional y competitividad no es algo nuevo en la actualidad, es crucial para el desarrollo de cualquier corporación, pues necesita de valores, decisión, motivación, metas y objetivos que cada corporación tiene así mismo formándose en gestión y liderazgo.

2.1. A nivel internacional

Jiménez (2010), analizó la vinculación entre cultura organizacional y ventaja competitiva para comprender los efectos positivos que se producen cuando los socios de la organización reconocen, se comprometen con la misión, visión y filosofía de la empresa, considerando que las organizaciones actualmente son conscientes de cómo son las cosas. yendo hecho, la cultura dominante y el desafío del mundo moderno, animándose a iniciar procesos para potenciar la calidad de los productos o servicios, mejorar la eficiencia y eficacia, la eficiencia, la innovación y la responsabilidad del cliente para lograr una ventaja competitiva. Se concluyó que: Se encontró que existe una vinculación importante entre la cultura institucional practicada en la empresa y las actividades, porque fortalecen la ventaja competitiva.

Fernández (2002), estudió la cultura organizacional definiendo metas específicas, por ejemplo: definir el marco teórico y metodológico que sustenta esta investigación; perfilar la parte axiológica de la cultura de la organización como objeto del núcleo de formación en investigación; el establecimiento de subculturas valoradas en la organización investigada y el análisis de la vinculación entre la idoneidad o inadecuación de un individuo y la cultura de la institución de una manera y algunas variables laborales. Concluyo que la definición de la cultura de una institución es una forma correcta y con resultados buenos para la investigación sociológica de las escuelas.

2.2. A nivel nacional

Álvarez (2001), identificó los inconvenientes clave del empoderamiento laboral y su impacto en la satisfacción del paciente. Señaló tres problemas principales como factores importantes de la eficiencia del personal; la relevancia de analizar el clima y la cultura organizacional de los trabajadores del departamento de oftalmología; esto repercute en la atención de pacientes y otros beneficiarios y la relación entre satisfacción en el ambiente laboral y la producción en el departamento de oftalmología. El estudio se aplicó a 137 empleados del INO (nivel interno) y 303 pacientes (nivel externo). De 137 empleados, 80 damas (58%) y 52 caballeros (38%) y 5 personas (3,6%) fueron no localizadas. Sobre los resultados alcanzados. Además, afirmó que existe una cultura organizacional afectada por la carencia de una adecuada comunicación y la negligencia observada en los últimos años. Afirma que el motivo de su no participación e identificación es la falta de estabilidad laboral, pues los resultados muestran que aún no se satisfacen las necesidades básicas de seguridad, lo que provoca una disminución en el nivel de compromiso con la labor en la empresa.

Casas y Echevarría (2000), determinaron la cultura organizacional de las unidades en el Centro de Salud Manuel Bonilla, la cual puede servir para recabar información sobre los factores que pueden influenciarlo. El estudio se realizó con 100 individuos entre pacientes y empleados. La investigación indicó que no existían problemas mayores en la cultura organizacional del establecimiento, las diferencias observadas se debían al no haber motivación de los empleados, considerando que su performance no es valorado y premiado correctamente, pues se cree que el sueldo acumulado no corresponde al esfuerzo mostrado en el trabajo, pues se cree que no todo vale lo mismo. Los autores de la investigación indicaron que otro indicador que contribuye a la insatisfacción en el trabajo es la carga de roles que desarrollan los profesionales de la salud, principalmente los médicos, que tienen otras tareas aparte de sus deberes laborales, que los separan de sus deberes y responsabilidades reales. Finalmente, afirma que el gran aumento de la motivación de logro se da porque esos empleados encuentran oportunidades para hacer crecer sus habilidades y desarrollo personal, de igual forma se aprecia una gran

motivación de pertenencia porque sienten orgullo de pertenecer al centro e identificación con él.

2.3. Teorías relacionadas al tema

2.3.1. Cultura Organizacional

Gross (2009) indica que la cultura institucional como:

El grupo de entendimientos, valores, hábitos, creencias, costumbres y maneras de comunicación en los grupos y las instituciones. Este grupo de definiciones representa las reglas no formales y no estipuladas que gobiernan la forma de ser diaria de los integrantes de la institución, comportamiento que puede o no ser consistente con las metas de la empresa.

- **Dimensiones**

- 1. Emprendimiento**

Vázquez (2015) nos expresa el emprendimiento tal como:

Emprender es más que gestionar un negocio, se adapta a los nuevos escenarios de mercado que marca la economía. Es prácticamente imposible hablar de este tema y no asociarlo con el concepto de innovación, porque son necesarios, y cuando se juntan, la organización simplemente tiene que celebrar.

- 2. Innovación**

Drucker (1986) tiene un enfoque orientado a la innovación como:

Diseñar e implementar algo nuevo, desconocido e inexistente para crear nuevas relaciones económicas entre elementos antiguos, conocidos y existentes y así darles una nueva dimensión económica.

- **Tipos**

Hellriegel (2005), ofrece un marco analítico que interpreta un eje vertical que refleja el control relativo de una institución, que va de estable a cambiante, y un eje horizontal que nos muestra el enfoque de cuidado relativo de una organización, que va de interno a externo. Al mezclar estos ejes da como resultado cuatro cuadrantes que representan cuatro formas puras de cultura organizacional: cultura burocrática, de clan, empresarial y de mercado.

1. **Burocrática:** Una institución que se rige por la formalidad, seguir las normas y los sistemas establecidos tiene una cultura burocrática. Recuerde que los problemas a largo plazo de la burocracia son la previsibilidad, ser eficiente y la solidez. Sus integrantes evalúan los productos y servicios de los clientes categorizados. Los estándares de conducta favorecen lo formal más que lo no formal.
2. **Clan:** Las tradiciones, la lealtad, la devoción personal, la amplia sociabilidad, trabajar en equipo, el autocontrol y la influencia social son características de la cultura del clan. La cultura del clan alcanza la formación de la unidad a través de un extenso y amplio proceso social. Los integrantes más antiguos del clan son mentores y con buenas formas a seguir para los nuevos integrantes.
3. **Emprendedora:** La cultura corporativa se caracteriza por una alta voluntad de asumir riesgos, dinamismo y creatividad. Apuesta por experimentar, innovar y mantenerse a la vanguardia. Esta forma de cultura no responde rápidamente a los cambios en el entorno, además crea cambios... Eficiencia quiere decir ofrecer productos nuevos y únicos y un rápido crecimiento. La iniciativa y el estar predispuesto fomenta el crecer y como resultado obtener un beneficio como recompensa.
4. **De mercado:** Se caracterizan por alcanzar metas medibles y exigentes, especialmente metas financieras y de mercado (por

ejemplo, crecimiento para la gerencia) Los líderes organizacionales comparten sus vivencias con los trabajadores con el fin de que puedan tener mayor idea de la vida en la institución. En este concepto, la relación entre una persona y una institución es contractual. Esto significa que las obligaciones de ambas partes se acuerdan de antemano. En este sentido, el control direccional es formal y muy sólido. Cada trabajador es responsable de su desempeño y la organización esta dispuesta retribuirlo.

- **Beneficios**

Luna (2012), expone algunos beneficios de la contratación “en línea de cultura” para comprender mejor la importancia que tiene dentro de las organizaciones.

Los empleados están por encima de su nivel de desempeño colectivo: una cultura corporativa y un sistema de valores bien definidos ayudan a los empleados a desempeñarse de la mejor manera posible, porque todos saben exactamente qué está permitido y qué acciones se deben tomar. Cuando una persona tiene una comprensión clara de lo que debe hacer, obtiene métricas que la llevan a un mayor rendimiento. Puede mejorar el rendimiento hablando directamente con el empleado sobre sus expectativas.

Integración y camaradería intersectorial: Si tu empresa tiene actividades que promueven valores, simplemente tiene más integración, un buen curso introductorio, la dinámica de integración de redes sociales, un buen curso introductorio, la red social de la empresa, como nuevas ideas. Una vez que esté en la norma, nos aseguramos de que cada nuevo empleado se adapte naturalmente, sea bien recibido y pueda trabajar mejor.

2.3.2. Competitividad

La competitividad es la forma en la que una institución o país puede alcanzar rentabilidad en el mercado en vinculación con el valor y la forma del producto ofrecido, los materiales para lograrlo (productividad) y la productividad de los proveedores en el mercado. La definición de competitividad puede incluirse a una organización, así como a un país. Como ejemplo, una organización es altamente competitiva si puede producir de manera más eficiente que su competencia, lo que le permite alcanzar mayores cantidades de productos y atenciones de mayor calidad, o si sus costos de producción por cada producto son más bajos.

- **Dimensiones**

- 1. Estrategias**

Schendell y Hatten (1972) afirman que:

La estrategia es un conjunto de los objetivos y metas principales de la institución, los programas de acción más importantes elegidos para lograr esas metas y los sistemas de asignación de recursos más importantes que se utilizan para relacionar la organización con su entorno.

- 2. Productividad**

Para Martínez (2007) tiene como productividad a:

Un factor que tan eficiente se usan los recursos de la economía en la producción de bienes y servicios; se traduce en la vinculación entre los recursos utilizados y los productos adquiridos, lo que también significa la eficiencia con la que los recursos - personas, capital, know-how, energía, etc. Se usan en el mercado para producir servicios y bienes

- **Estrategias**

Porteros, (2011). Indica que la estrategia competitiva es de suma importancia para los directivos y fundamentalmente se basa en conocer

a fondo el sector industrial, empresariales y de servicios, de su competencia y del ambiente. Sin embargo, hasta la década de 1980, se propusieron pocos métodos analíticos para conseguirlo.

Una determinada organización necesita planificar estrategias competitivas, y para ello es necesario comprender su industria, como el negocio de su competencia. Analizar a la competencia y también dar forma a la estrategia de la empresa, contribuye a la planificación financiera, el marketing, analizar el valor y muchos otros aspectos del día a día de la empresa.

Michael Porter propuso una forma importante para el sistema de la estrategia organizacional, según el cual hay cinco fuerzas que impactan en la rentabilidad a largo plazo de un mercado o uno de sus segmentos. Por lo tanto, una empresa debe revisar sus metas y recursos versus las cinco fuerzas que gobiernan la competitividad en la industria, aquellas se indican a continuación:

1. El riesgo de ingreso de la nueva competencia en el mercado; Los mercados o segmentos son poco atractivos dependiendo de si las entradas son fácilmente superadas por la nueva competencia con nuevas formas de trabajo y oportunidades para capturar participación del nicho.
2. Competencia entre competidores: Es más difícil para una institución competir en un mercado o en alguno de sus segmentos donde los costos fijos son altos, debido a que la empresa enfrenta constantemente guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y lanzamientos de nuevos productos.
3. Poder de negociación de los proveedores: los mercados o segmentos de mercado no son atractivos si los proveedores están muy bien estructurados como una alianza, tienen recursos sólidos y pueden establecer sus propias condiciones de precios y tamaños de pedidos (un factor que complica si los insumos que

suministran no son sustituibles o escaso y caro). Asimismo, si el proveedor decide complementarse más estratégicamente y, como ejemplo, obtiene canales de distribución o lugares donde se vende el producto.

4. Poder de negociación de los compradores: los mercados o segmentos no son atractivos si los clientes están bien estructurados, el producto tendrá muchas alternativas de compra, el producto no está muy diferenciado o tiene un valor bajo para el cliente que permite cambiar de comprador. o menos costo. Las crecientes demandas de los grandes compradores se enfocan en precios más bajos, mayor calidad y mejor servicio, afectando así los márgenes de utilidad de la empresa. La situación empeoraría si los compradores decidieran integrarse hacia atrás y, por ejemplo, comprar a sus proveedores o producir sus propios insumos.
5. Amenaza de entrada de productos sustitutos: los mercados o segmentos no son atractivos cuando existe competencia real y potencial, son más capacitados tecnológicamente o se pueden penetrar a precios más bajos, lo que reduce el beneficio corporativo y de la industria.

- **Barreras**

Porteros, (2011). Identifico seis barreras de entrada al mercado que podrían crear una ventaja competitiva para una empresa:

1. Economías de escala: se trata de bajar costos aumentando la producción, incluye expandir el trabajo de la organización, ampliando el área de operación. Los productos crecen horizontalmente.
2. Diferenciación del producto: Una empresa diferencia su producto y lo posiciona, dificultando la entrada de competidores al

mercado, haciéndolos invertir fuertemente en el reposicionamiento de la empresa.

3. Inversiones de capital: Los fuertes recursos financieros brindan a la empresa una mejor posición a la competencia más reducida.
4. Desventaja de costos independientemente de la escala: las organizaciones tienen ventajas de costos que los competidores potenciales no pueden imitar de forma independiente, independientemente de su tamaño y economías de escala.
5. Acceso a los canales de distribución: dado que los canales de distribución de productos atienden bien a los titulares, la nueva competencia debe esforzarse más para posicionar sus productos sacrificando el precio y dejando un mayor margen de beneficio para el canal.
6. Política de gobierno: pueden limitar la entrada de nuevos competidores al mercado con requisitos legales y reglamentarios, exigiendo mayor inversión en capital o el uso de tecnologías avanzadas para utilizar recursos y colocar sus productos, así como advertir contra la llegada de nuevos oponentes.

- **Ventajas**

La competitividad es el foco de toda organización para satisfacer las necesidades del entorno según los criterios de maximización diseñados desde un principio. La competitividad se manifiesta en tres actores principales, que son: el sistema productivo, el gobierno y los clientes, es decir, consumidores finales. El sistema de producción es responsable de crear una ventaja competitiva internacional. El desafío de aplicar el conocimiento para crear ventajas competitivas dentro de un negocio se vuelve aún más difícil porque:

- La competencia en el mercado se está intensificando, lo que requiere más innovación en los productos, por lo que el know-how debe desarrollarse y desplegarse aún más rápido.

- Las empresas organizan su negocio y enfocan sus esfuerzos en crear más valor para sus clientes. Se redujeron las funciones del personal administrativo, y también se redujeron los mismos niveles administrativos con los mismos niveles administrativos. La forma informal de gestionar la información en las funciones administrativas debe ser reemplazada por métodos formales en los procesos comerciales de cara al cliente.

2.4. Formulación del problema

Problema General

- ¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y la competitividad en la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016?

Problemas Específicos

- ¿Qué relación existe entre el emprendimiento y la innovación en la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016?
- ¿Qué relación existe entre las estrategias y el nivel de productividad de los trabajadores en la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016?

2.5. Justificación del estudio

El siguiente trabajo está realizado para que las empresas y pymes, tomen consideración de los cambios que se han ido efectuando a través de los años en las culturas organizacionales de otras empresas, que se les han ido favoreciendo en su competitividad y desarrollo empresarial.

Sera de utilidad para que otras empresas tomen como ejemplo la situación de la empresa “Los Ángeles” y no comentan los mismos errores que han ido llevando por mucho tiempo y los ha dejado fuera del entorno competitivo sin poder desarrollarse de una manera favorable.

Auxiliará a las empresas a que adopten nuevas estrategias y maneras de llevar su negocio, a fin de obtener unos buenos resultados y una mayor satisfacción entre su personal y comodidad a sus clientes. Beneficiándose también los empleados de manera particular estando por encima de su nivel de rendimiento común, y adquiriendo valores como: Actitud de servicio, respeto, comunicación y reconocimiento.

2.6. Hipótesis

Hipótesis General

H⁰: Existe relación significativa entre la cultura organizacional y la competitividad en la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016

Hipótesis Específicas

H1: Existe relación significativa entre el emprendimiento y la innovación en la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016

H2: Existe relación entre las estrategias y el nivel de productividad de los trabajadores en la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016

2.7. Objetivos

Objetivo General

- Determinar el nivel de relación que existe entre la cultura organizacional y la competitividad en la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016

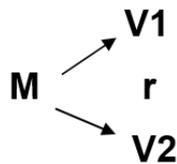
Objetivos Específicos

- Identificar el nivel de relación que existe entre el emprendimiento y la innovación en la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016
- Detallar el nivel de relación entre las estrategias y el nivel de productividad de los trabajadores en la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de Investigación

Esta investigación utiliza un diseño no experimental correlacional, debido a que autores como Hernández (2003) afirman que un estudio correlacional es una forma de estudio que debe alcanzar evaluar la vinculación entre dos o más definiciones, variables o categorías, especialmente de contexto. Correlación cuantitativa evalúa la vinculación entre esas dos o más asociaciones, el punto de asociación entre variables (cuantifican relaciones), es decir, miden cada variable que se cree que está vinculada, y luego también calculan e interpretan la correlación, dichas correlaciones son expresado en hipótesis contrastadas.



Donde:

M: Es la muestra de los trabajadores de la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS

V1: Cultura Organizacional

V2: Competitividad

R: Existe relación

3.2 Variables y operacionalización

| VARIABLE | DIMENSIONES | INDICADORES | ITEMS | | INSTRUMENTO | ESCALA DE MEDICIÓN |
|------------------------|---------------|--------------------|----------|-----------|--------------|--|
| | | | POSICIÓN | N° | | |
| CULTURA ORGANIZACIONAL | EMPREDIMIENTO | RECONOCIMIENTO | 1;2 | 2 | CUESTIONARIO | 1 = Siempre 2 = Casi Siempre 3 = Algunas veces 4 = Casi Nunca 5 = Nunca |
| | | COMUNICACIÓN | 3;4 | 2 | | |
| | INNOVACION | TECNOLOGIA | 5;6 | 2 | | |
| | | FLEXIBILIDAD | 7;8 | 2 | | |
| COMPETITIVIDAD | ESTRATEGIAS | AGILIDAD COMERCIAL | 9;10 | 2 | CUESTIONARIO | 1 = Siempre 2 = Casi Siempre 3 = Algunas veces 4 = Casi Nunca 5 = Nunca |
| | | SERVICIO | 11;12 | 2 | | |
| | PRODUCTIVIDAD | CALIDAD | 13;14 | 2 | | |
| | | CANTIDAD | 15;16 | 2 | | |
| | | | | 16 | | |

3.3 Población

- **Población**
25 trabajadores de la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016
- **Muestra**
25 trabajadores de la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnica

La técnica de este trabajo es una encuesta, porque una encuesta es un conjunto de preguntas especialmente elaboradas y destinadas a ser dirigidas a una muestra de la población, cuyas condiciones de funcionamiento determinadas en el trabajo consideran y representan a esta población, con el fin de conocer. opiniones de las personas sobre ciertos temas del día, y por qué no también tomar la temperatura de las personas sobre un determinado evento que ocurre en una determinada comunidad, que atrae especial atención en la opinión pública, y en el que puede ser necesaria una investigación para averiguar más precisamente cuáles son los sentimientos de las personas. y así.

3.4.2 Instrumento

Es un cuestionario que consta de 16 puntos, es un conjunto de preguntas cuya finalidad es obtener información con un fin específico. Los cuestionarios vienen en muchos estilos y formatos para cada propósito específico. El cuestionario puede ser escrito, en cuyo caso el alumno deberá contestar las preguntas pertinentes en una hoja de papel. A partir de estas respuestas, el profesor puede evaluar si el alumno ha aprendido o no lo enseñado en clase.

ESCALA DE LIKERT

| | | |
|-----------|---------------|---|
| S | Siempre | 1 |
| CS | Casi Siempre | 2 |
| AV | Algunas veces | 3 |
| CN | Casi Nunca | 4 |
| N | Nunca | 5 |

3.4.3 Validez

Rusque (2003), indica que representa la forma de que un método de investigación pueda interpretar a las preguntas planteadas. La confiabilidad significa la habilidad de tener iguales conclusiones de diferentes escenarios. La confiabilidad no está relacionada con la información, sino con los métodos de investigación, medición y dispositivos de análisis, así mismo, qué tan independientes son las respuestas de las circunstancias en la investigación.

| EXPERTO | TITULO |
|-----------------------------------|---------------|
| FERNANDEZ SAUCEDO, NARCISO | Magister |
| ALIAGA CORREA, DAVID | Magister |
| ARCE ALVAREZ, EDWIN | Doctor |

3.4.4. Confiabilidad

La confiabilidad se logra mediante un trabajo piloto con la ayuda de un grupo de 10 personas a quienes se les ha administrado dicho instrumento y luego han pasado por el coeficiente de Cronbach donde se logró el siguiente resultado para 16 ítems (ver anexos)

Mientras más cerca esté el valor alfa de 1, mayor será la solidez de los datos analizados. La confiabilidad de la escala siempre debe conseguirse de la información de cada muestra para tener una medición confiable del constructo en una muestra de investigación determinada. George y Mallery 2003, ofrecen las siguientes formas para estimar los coeficientes alfa de Cronbach (ver anexo).

3.5 Métodos de análisis de datos

El método a utilizar será el hipotético deductivo por que se realizará la prueba de hipótesis y el análisis deductivo de lo general a lo particular e inferencial por el programa informativo SPSS.

Es importante señalar que en el análisis de la cultura institucional por turno no se consideró al personal suplente, ya que ellos muchas veces se encuentran trabajando diferentes turnos.

3.6 Aspectos Éticos

La investigación es original, los resultados obtenidos de igual forma serán originales, auténticos ceñidos a la verdad y a la ética de la investigación científica.

IV. RESULTADOS

4.1 Prueba de Normalidad

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
|------------------------|---------------------------------|----|------|--------------|----|------|
| | Estadístico | gl | Sig. | Estadístico | gl | Sig. |
| Cultura Organizacional | ,433 | 25 | ,000 | ,636 | 25 | ,000 |
| Competitividad | ,354 | 25 | ,000 | ,710 | 25 | ,000 |

a. Corrección de significación de Lilliefors

| CULTURA ORGANIZACIONAL | |
|------------------------|------|
| Media | 2,16 |
| Mediana | 2,00 |

| COMPETITIVIDAD | |
|----------------|------|
| Media | 2,52 |
| Mediana | 3,00 |

4.1.1 Se genera Hipótesis de Normalidad

- H^0 = La distribución de la muestra es normal.
- $H1$ = La distribución de la muestra no es normal.

Ya que la muestra usada es menor a 50 ($n < 50$), trabajaremos con Shapiro-Wilk. Observando la tabla de contingencia según Shapiro-Wilk se encuentra una significancia de 0.000. Por lo tanto, se rechazaría la H^0 , aceptando la $H1$ la cual nos indica que; La distribución de la muestra no es normal.

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra

| | | Cultura Organizacional | Competitividad |
|------------------------------------|---------------------|---------------------------|-------------------|
| N | | 25 | 25 |
| Parámetros normales ^{a,b} | Media | 2,16 | 2,52 |
| | Desviación estándar | ,473 | ,586 |
| Máximas diferencias extremas | Absoluta | ,433 | ,354 |
| | Positivo | ,433 | ,253 |
| | Negativo | -,327 | -,354 |
| Estadístico de prueba | | ,433 | ,354 |
| Sig. asintótica (bilateral) | | ,000 ^c | ,000 ^c |

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

4.2 Se genera Hipótesis

- H^0 = La investigación es paramétrica
- $H1$ = La investigación es no paramétrica

Se observa una significancia de 0.000, por lo tanto si la significancia encontrada es menor al 0.05 o 5%, se rechazaría la H^0 y se aceptaría la $H1$, la cual expresa que la investigación es no paramétrica.

4.3 Contrastación de Hipótesis

Hipotesis General

HG = Existe relación significativa entre la cultura organizacional y la competitividad en la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016.

H^0 = No existe relación significativa entre la cultura organizacional y la competitividad en la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016.

$H1$ = Existe relación significativa entre la cultura organizacional y la competitividad en la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016.

Correlaciones

| | | | Cultura Organizacional | Competitividad |
|-----------------|------------------------|----------------------------|------------------------|----------------|
| Rho de Spearman | Cultura Organizacional | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,468* |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,018 |
| | | N | 25 | 25 |
| | Competitividad | Coeficiente de correlación | ,468* | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,018 | . |
| | | N | 25 | 25 |

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Interpretación: Ya que se obtuvo una significancia del 0.018, lo cual es menor al 0.05 o 5%, (95% de confianza en que la correlación sea verdadera y 5% de probabilidad de error), se rechaza la H°. Por lo tanto se acepta la H1, la cual es equivalente a la HG y nos dice que; Existe relación significativa entre la cultura organizacional y la competitividad en la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016. Así mismo, el coeficiente de correlación obtenido es de 0.468, por lo tanto la correlación entre las dos variables es moderada según la tabla de correlaciones.

Hipotesis Específica 1

HE1 = Existe relación significativa entre el emprendimiento y la innovación en la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016.

H° = No existe relación significativa entre el emprendimiento y la innovación en la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016.

H1 = Existe relación significativa entre el emprendimiento y la innovación en la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016.

| Correlaciones | | | Emprendimiento | Innovacion |
|-----------------|----------------|----------------------------|----------------|------------|
| Rho de Spearman | Emprendimiento | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,720** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 25 | 25 |
| | Innovacion | Coeficiente de correlación | ,720** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 25 | 25 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Interpretación: Ya que se obtuvo una significancia del 0.000, lo cual es menor al 0.05 o 5%, (95% de confianza en que la correlación sea verdadera y 5% de probabilidad de error). Se rechaza la H°. Por lo tanto, se acepta la H1, la cual es equivalente a la HE1 y nos dice que; Existe relación significativa entre el emprendimiento y la innovación en la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016. Así mismo, el coeficiente de correlación obtenido es de 0.720, por lo tanto la correlación entre las dos variables es alta según la tabla de correlaciones.

Hipotesis Específica 2

HE2 = Existe relación entre las estrategias y el nivel de productividad de los trabajadores en la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016.

H° = No existe relación entre las estrategias y el nivel de productividad de los trabajadores en la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016.

H1 = Existe relación entre las estrategias y el nivel de productividad de los trabajadores en la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016.

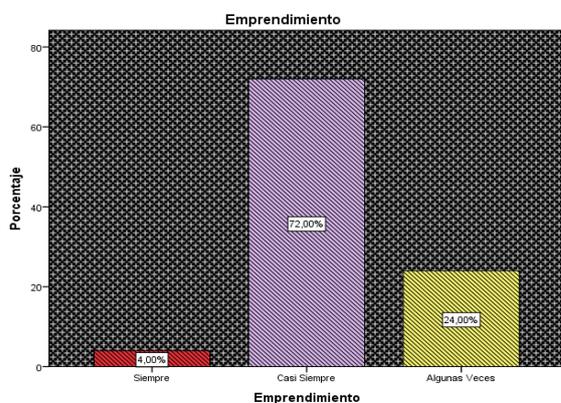
Correlaciones

| | | | Estrategias | Competitividad |
|-----------------|----------------|-----------------------------|-------------|----------------|
| Rho de Spearman | Estrategias | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,123 |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,558 |
| | | N | 25 | 25 |
| | Competitividad | Coefficiente de correlación | ,123 | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,558 | . |
| | | N | 25 | 25 |

Interpretación: Ya que se obtuvo una significancia del 0.558, lo cual es mayor al 0.05 o 5%, (95% de confianza en que la correlación sea verdadera y 5% de probabilidad de error). Se acepta la H^o y nos dice que; No existe relación entre las estrategias y el nivel de productividad de los trabajadores en la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016. Por otro lado, el coeficiente de correlación obtenido es de 0.123, por lo tanto, la correlación entre las dos variables es muy baja según la tabla de correlaciones.

4.4 Gráficos por Dimensiones

Tabla 1

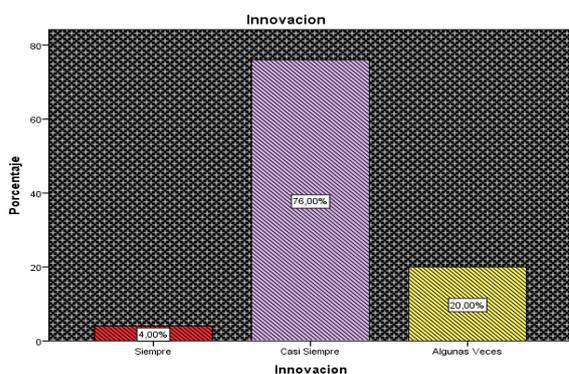


Interpretación: 24% de los encuestados se considera como “Algunas veces” respecto a la dimensión del estudio, así mismo el 72% respondió “Casi Siempre” y el 4% dijo “Siempre”.

Emprendimiento

| | | Frecuencia (Frec) | Porcentaje (%) | Porcentaje válido (% val.) | Porcentaje acumulado (% acum.) |
|--------|--------------------|----------------------|-------------------|-------------------------------|--------------------------------------|
| Válido | Siempre (S) | 1 | 4 | 4 | 4 |
| | Casi Siempre (CS) | 18 | 72 | 72 | 76 |
| | Algunas Veces (AV) | 6 | 24 | 24 | 100 |
| | Total | 25 | 100 | 100 | |

Tabla 2

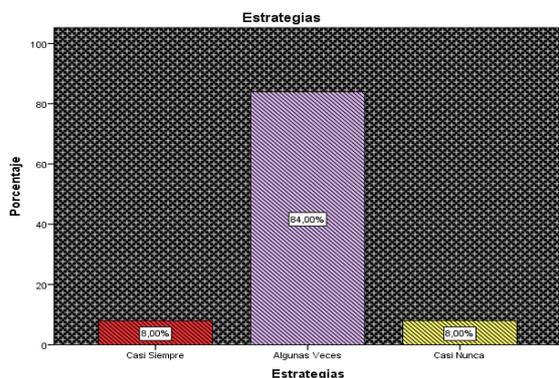


Interpretación: 20% de los encuestados se considera como “Algunas veces” respecto a la dimensión del estudio, así mismo el 76% respondió “Casi Siempre” y el 4% dijo “Siempre”.

Innovacion

| | | (Frec) | (%) | (% val.) | (% acum.) |
|--------|-------|--------|-----|----------|-----------|
| Válido | S | 1 | 4 | 4 | 4 |
| | CS | 19 | 76 | 76 | 8 |
| | AV | 5 | 20 | 20 | 10 |
| | Total | 25 | 100 | 100 | |

Tabla 3

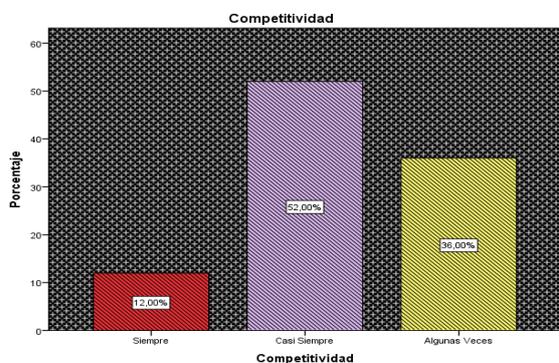


Interpretación: 84% de los encuestados se considera como “Algunas veces” respecto a la dimensión del estudio, así mismo el 8% respondió “Casi Siempre” y el 8% dijo “Casi Nunca”.

Estrategias

| | | (Frec) | (%) | (% val.) | (% acum.) |
|--------|-------|--------|-----|----------|-----------|
| Válido | CS | 2 | 8 | 8 | 8 |
| | AV | 21 | 84 | 84 | 92 |
| | CN | 2 | 8 | 8 | 100 |
| | Total | 25 | 100 | 100 | |

Tabla N°4



Interpretación: 36% de los encuestados se considera como “Algunas veces” respecto a la dimensión del estudio, así mismo el 52% respondió “Casi Siempre” y el 12% dijo “Siempre”.

Competitividad

| | | (Frec) | (%) | (% val.) | (% acum.) |
|--------|-------|--------|-----|----------|-----------|
| Válido | S | 3 | 12 | 12 | 12 |
| | CS | 13 | 52 | 52 | 64 |
| | AV | 9 | 36 | 36 | 100 |
| | Total | 25 | 100 | 100 | |

V. DISCUSIÓN

La descripción de los resultados de la investigación nos permite realizar supuestos sobre los procesos importantes y la cultura organizacional presentes en la empresa “Los Ángeles” y cómo se diferencian según los grupos que operan en la región. Sin embargo, es importante descubrir problemas internos en los puntos mencionados, que se reflejan en los resultados de las encuestas a los miembros. Gómez 2001, la tarea de las empresas es asegurar las condiciones básicas que es fundamental para la implementación efectiva del plan.

Sin embargo, se observa un cierto porcentaje de desconformidad de los colaboradores al momento de efectuar con los planes de la empresa ya que no se le hace el reconocimiento necesario en justa medida a su esfuerzo por superarse y desarrollarse laboralmente, que podría deberse a su desmotivación de ofrecer los servicios de la empresa, o quizás sea la desorganización lo que les disguste. Por lo tanto, organizar implica organizar y equipar los elementos básicos y las fuerzas posibles de acuerdo con un plan de antemano.

Así mismo, lo posible falta de comunicación entre empleados y gerentes, no se toman en cuenta las ideas y aportes de los primeros, lo que reduce significativamente el interés, la generación de ideas y el compromiso de los empleados, y como resultado, se ha sugerido a algunos gerentes que se vayan por años. trabajadores que se sintieron insatisfechos al buscar reconocimiento por su experiencia y habilidades en otras áreas, en algunos casos las autoridades se dan cuenta de esto y no hacen planes para retener el elemento valioso, resultando en una pérdida de capital además de estrés adicional. la relación entre el trabajador y la empresa.

Es importante mejorar la estrategia de comunicación interna e implementar el trabajo en equipo, lo que requiere la cooperación y el aporte de todos de manera coordinada, armónica y dirigida,

aprovechando las fortalezas de cada integrante para la mejora continua de los procesos y el trabajo. para el medio ambiente. Por lo tanto, eliminar los factores que provocan insatisfacción conduciría a un cierto grado de mejor desempeño laboral del empleado, lo que se expresaría en una actitud positiva hacia la empresa, lo que conduciría a una mejor productividad y cumplimiento efectivo de los requisitos del proceso del sistema. Gestión de la calidad.

VI. CONCLUSIONES

La investigación realizada en la distribuidora de pinturas “Los Ángeles” arroja las siguientes conclusiones:

1. La empresa “Los Ángeles” tiene una cultura un tanto burocrática, ya que se rige bajo la formalidad, procedimientos y reglas establecidas, pero no se conoce a cabalidad el conocimiento de la cultura institucional, ya que algunos miembros fueron contratados recientemente, por lo que existen algunas dificultades en el entorno competitivo. Cabe indicar que una de las características de la cultura organizacional de la empresa “Los Ángeles” es la orientación a los resultados, según el mismo personal.
2. Una cultura también está influenciada por las nuevas estrategias que se den según el transcurso del tiempo laboral, midiéndose en su agilidad comercial y la manera de ofrecer el servicio al momento emitir compras el cual se observa un porcentaje básicamente favorable, lo que puede relacionarse con la innovación que conllevaría a nuevos medios para ofrecer al cliente un mejor servicio.
3. En cuanto a la productividad, por medio del cuestionario se podría relacionar el buen empleo de las estrategias de venta rápida y efectiva con la productividad, dando un porcentaje favorable en cuanto al nivel de producción y calidad de servicio que se brinda en la empresa “Los Ángeles”, concluyendo que la cultura organizacional y la competitividad, ambas variables, van de la mano para lograr que el personal sea parte integral de la organización, que la competitividad de las empresas esté ahí y que se logren las metas y objetivos ya trazados para la organización.

VII. RECOMENDACIONES

Investigación completada en distribuidora de pinturas "Los Ángeles". Estas son algunas sugerencias que son muy útiles para que los líderes de la organización mejoren la cultura y el desempeño de los empleados que laboran en la empresa actual:

- Se recomienda presentar un informe de los resultados adquiridos con el objetivo de que la orientación personal sea buena, lo que garantiza la adaptación del nuevo miembro organizacional a sus necesidades.
- Es recomendable elaborar un estudio más extenso que abarque a todos los colaboradores, que por motivos propios no se presentaron a trabajar el día que se llevó el censo, para así poder identificar mejor ciertas deficiencias que ellos poseen y mejorarlas, así como reforzar habilidades que poseen.
- Se recomienda volver a realizar la investigación a un promedio de 3 o 4 meses, para poder observar si ha sucedido algún cambio positivo o en todo caso halla empeorado, como también, se podrá saber si tendrán nuevos colaboradores, el cual es un indicador de un buen trato hacia ellos.
- Es deseable que la cultura corporativa esté orientada hacia la innovación y el asumir riesgos, lo que indica que la dirección debe alentar a sus empleados a ser innovadores y arriesgados en su trabajo.
- Si la empresa "Los Ángeles" valora su cultura organizacional y quiere que se conserve, se recomienda considerar siempre los elementos culturales al momento de realizar las tareas de desempeño, para que los colaboradores se sientan comprometidos y a la vez obligados a conocer y la empresa en la que se encuentran. . trabajan

REFERENCIAS

- Álvarez, S. (2002). La cultura y el clima organizacional como factores relevantes en la eficacia del instituto de oftalmología. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Ávila Baray, H. (2006). Introducción a la metodología de la investigación. Edición electrónica. Texto completo en www.eumed.net/libros/2006c/203/ México.
- Chiavenato Idalberto; "Introducción a la Teoría General de la Administración", Séptima Edición, de, McGraw-Hill Interamericana, 2004, Pág.10.
- Curiosity (2013). ¿Qué diferencia entre investigación básica y aplicada?. Recuperado de: <http://curiosoando.com/que-diferencia-investigacion-basica-e-investigacion-aplicada>
- Drucker, P. (1986), La innovación y el empresario innovador, principios y prácticas. Buenos Aires: Editorial Suramericana.
- Fernández, José. (2002). Cultura de la organización y centro educativo. (Tesis Doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.
- Gómez, M (2005). La competitividad después de la devaluación. Recuperado de <http://www.zonaeconomica.com/definicion/competitividad>
- Gross, M (2009). Cultura Organizacional: Definiciones y Tipologías. Recuperado de: <http://manuelgross.bligoo.com/cultura-organizacional-definiciones-y-tipologias-actualizado>
- Hellriegel, J. (2005). Guía de Aprendizaje de Fortalecimiento Organizacional. Recuperado de http://www.itto.int/files/itto_project_db_input/2995/Technical/Guia_Cultura%20organizacional.pdf
- Jiménez, B. (2010). Relación de la cultura organizacional con la ventaja competitiva papeles ponderosa. (Tesis de Licenciatura). Universidad Autónoma de Querétaro, Querétaro, México.

- Luna, L (2012). La cultura organizacional y los valores como detonador del talento de las empresas. Recuperado de <http://cimeximo.mx/blog/item/la-cultura-organizacional-y-los-valores-como-detonador-del-talento-en-las-empresas.html>
- Martínez, M (2007). El concepto de productividad en el análisis Económico. Red de Estudios de la Economía Mundial. México.
- Porter (2011). Las estrategias competitivas y las cinco fuerzas de Porter. Recuperado de <http://www.elmudno.com.ve/firmas/moises-bittan/la-estrategia-competitiva-y-las-cinco-de-p.aspx>
- Porter (2011). Características de la Competitividad. Recuperado de <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2008551/lecciones/cap2-2-2.htm>
- Robbins, (2011). La Culturocracia Organizacional en México. Pag. 273. México.
- Schendell & Hatten, D. K. (1972). Business policy or strategic management. A broader view for an emerging discipline. USA: Citado por Castellanos Castillo José Ramón en: El enfoque estratégico. Bases conceptuales. 2008.
- Vázquez, J. 2015. Emprendimiento e Innovación (IT). El Emprendimiento Empresarial: La Importancia de ser Emprendedor.(pp. 13). United States: IT Campus Academy.

ANEXOS

ENCUESTA PARA MEDIR DESARROLLO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA DE PINTURAS “LOS ANGELES” COMAS – 2016



No hay respuestas “correctas” o “incorrectas”, nos interesa solo su opinión. Sus respuestas serán tratadas con alto grado de confidencialidad y no afectarán su evaluación.

- **Instrucciones:**

- Marcar con un número, según el orden correspondiente a las opciones debajo, en el recuadro en blanco, según la respuesta que más se acomode a su opinión según el enunciado.

- 1 = Siempre
- 2 = Casi Siempre
- 3 = Algunas veces
- 4 = Casi Nunca
- 5 = Nunca

| ENUNCIADOS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| 1. SOY RECONOCIDO AL CONTRIBUIR EN UN HITO DE LA EMPRESA. | | | | | |
| 2. MIS IDEAS DE MEJORAMIENTO SE TOMAN EN CUENTA. | | | | | |
| 3. PERCIBO UNA BUENA INTERACCIÓN ENTRE LOS COMPAÑEROS DE TRABAJO Y LAS DISTINTAS ÁREAS. | | | | | |
| 4. LA EMPRESA ME RESPALDA CUANDO PRESENTO PROBLEMAS FAMILIARES. | | | | | |
| 5. SE LLEVAN A CABO RENOVACIONES DE MAQUINARÍA O EQUIPO DE CÓMPUTO EN UN TIEMPO CONSIDERABLE. | | | | | |
| 6. MIS INSTALACIONES DE TRABAJO LAS TENGO SUCIAS O DESORDENADAS. | | | | | |
| 7. EJERZO NUEVOS ENFOQUES DE TRABAJO DURANTE LOS PERIODOS DE LA EMPRESA. | | | | | |
| 8. SI ME ACOJO A UN HORARIO FLEXIBLE, ME REDUCEN EL SALARIO. | | | | | |
| 9. SE REALIZAN ESTRATEGIAS DE VENTAS RÁPIDAS, PRACTICAS, Y EFECTIVAS. | | | | | |
| 10. BRINDO UNA ATENCIÓN RÁPIDA Y BIEN INFORMADA AL CLIENTE. | | | | | |

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| 11. APLICO UN BUEN SERVICIO A LOS CLIENTES, EL CUAL PERMITE QUE RETORNEN A SOLICITAR NUESTRA ATENCIÓN. | | | | | |
| 12. RECIBO ENTRENAMIENTO POR PARTE DEL PERSONAL DE LA EMPRESA PARA OFRECER UNA MEJOR ACTITUD DE SERVICIO. | | | | | |
| 13. EXISTE UN BUEN DESARROLLO DE PRODUCCIÓN EN LA EMPRESA DURANTE SUS PERIODOS. | | | | | |
| 14. LA EMPRESA ACTUALIZA SUS PRODUCTOS O EL SERVICIO QUE BRINDA A LOS CLIENTES. | | | | | |
| 15. SE COMERCIALIZAN PRODUCTOS Y SE REALIZAN SERVICIOS DE BUENA CALIDAD. | | | | | |
| 16. SE ATIENDEN CORRECTAMENTE LAS SOLUCIONES ADOPTADAS POR EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN CASO DE RECLAMACIONES, QUEJAS O PROBLEMAS SURGIDOS. | | | | | |

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: “DESARROLLO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA DE PINTURAS “LOS ANGELES” COMAS – 2016”

| PROBLEMA | OBJETIVOS | HIPOTESIS | VARIABLES | METODOLOGIA |
|---|---|--|---|--|
| <p>PROBLEMA GENERAL ¿Qué relación existe entre la cultura organizacional y la competitividad en la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016?</p> <p>PROBLEMAS ESPECIFICOS ¿Qué relación existe entre el emprendimiento y la innovación en la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016? ¿Qué relación existe entre las estrategias y el nivel de productividad de los trabajadores en la empresa “Los Ángeles” COMAS – 2016?</p> | <p>OBJETIVO GENERAL Determinar el nivel de relación que existe entre la cultura organizacional y la competitividad en la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016.</p> <p>OBJETIVOS ESPECIFICOS Identificar el nivel de relación existe entre el emprendimiento y la innovación en la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016. Detallar el nivel de relación entre las estrategias y el nivel de productividad de los trabajadores en la empresa “Los Ángeles” COMAS – 2016.</p> | <p>HIPOTESIS GENERAL Existe relación significativa entre la cultura organizacional y la competitividad en la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016</p> <p>HIPOTESIS ESPECIFICAS Existe relación significativa entre el emprendimiento y la innovación en la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016. Existe relación entre las estrategias y el nivel de productividad de los trabajadores en la empresa “Los Ángeles” COMAS – 2016.</p> | <p>VARIABLE DE CORRELACIÓN X: Cultura Organizacional</p> <p>DIMENSIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emprendimiento • Innovación <p>VARIABLE DE CORRELACIÓN Y: Competitividad</p> <p>DIMENSIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrategias • Productividad | <p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN Relacional</p> <p>TIPO DE INVESTIGACIÓN Aplicada</p> <p>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN: Correlacional no experimental</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph TD M --> V1 M --> V2 V1 --- r --- V2 </pre> </div> <p>POBLACIÓN 25 trabajadores de la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016</p> <p>MUESTRA 25 trabajadores de la empresa de pinturas “Los Ángeles” COMAS – 2016</p> |

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: La Cultura Organizacional

| N° | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|--------------------|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| DIMENSIÓN 1 | | | | | | | | |
| 1 | Son reconocidos al momento de contribuir en un hito de la empresa | × | | × | | × | | |
| 2 | Se toman en cuenta mis ideas de mejoramiento | × | | × | | × | | |
| 3 | Existe una buena interacción entre los compañeros de trabajo y las distintas áreas | × | | × | | × | | |
| 4 | La empresa los respalda cuando presentan problemas familiares | × | | × | | × | | |
| DIMENSIÓN 2 | | | | | | | | |
| 5 | Se llevan a cabo renovaciones de maquinarias o equipo de cómputo en un tiempo considerable | × | | × | | × | | |
| 6 | Las instalaciones de la empresa las tenemos sucias o desordenadas | × | | × | | × | | |
| 7 | Se ejercen nuevos enfoques de trabajo durante los periodos de la empresa | × | | × | | × | | |
| 8 | Si me acojo a un horario flexible ¿Me pueden reducir el salario? | × | | × | | × | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Dr. Edwin Arce Alvarez DNI: 23833025

Especialidad del validador: Investigación

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

03 de JUNIO del 2016

Dr. Edwin Arce Alvarez

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: Competitividad

| N° | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|--------------------|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| DIMENSIÓN 1 | | | | | | | | |
| 1 | Se realizan estrategias de ventas rápidas, prácticas y efectivas | × | | × | | × | | |
| 2 | Se brinda una atención rápida y bien informada al cliente | × | | × | | × | | |
| 3 | Se aplica un buen servicio a los clientes, el cual permita que retornen a solicitar su atención | × | | × | | × | | |
| 4 | Recibo entrenamiento por parte del personal de la empresa para ofrecer una mejor actitud de servicio | × | | × | | × | | |
| DIMENSIÓN 2 | | | | | | | | |
| 5 | Existe un buen desarrollo de producción en la empresa durante sus periodos | × | | × | | × | | |
| 6 | La empresa actualiza los productos o el servicio que ofrece a sus clientes | × | | × | | × | | |
| 7 | Se comercializan productos y se realizan servicios de buena calidad | × | | × | | × | | |
| 8 | Se atienden correctamente las soluciones adoptadas por el servicio de atención al cliente en caso de reclamaciones, quejas o problemas surgidos | × | | × | | × | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Dr. Edwin Arce Alvarez DNI: 23833025

Especialidad del validador: Investigación

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

03 de JUNIO del 2016

Dr. Edwin Arce Alvarez

Firma del Experto Informante.

Estadísticas de fiabilidad

| Afa de Cronbach | N de elementos |
|-----------------|----------------|
| ,807 | 16 |

- Coeficiente alfa $>.9$ es excelente
- Coeficiente alfa $>.8$ es bueno
- Coeficiente alfa $>.7$ es aceptable
- Coeficiente alfa $>.6$ es cuestionable
- Coeficiente alfa $>.5$ es pobre

BASE DATOS COMPLETA.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 22 de 22 variables

| | ITEM1 | ITEM2 | ITEM3 | ITEM4 | ITEM5 | ITEM6 | ITEM7 | ITEM8 | ITEM9 | ITEM10 | ITEM11 |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|
| 4 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 | 4 | 4 | 2 |
| 5 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 1 |
| 6 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 |
| 7 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 8 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| 9 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 1 |
| 10 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 11 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 12 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 13 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 |
| 14 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 5 |
| 15 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 4 |
| 16 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 5 |
| 17 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4 |
| 18 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 19 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 |
| 20 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 |
| 21 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 22 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 5 | 3 |
| 23 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 4 | 4 | 2 |
| 24 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 1 |
| 25 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 1 |
| 26 | | | | | | | | | | | |

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

BASE DATOS COMPLETA.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 22 de 22 variables

| | ITEM1 | ITEM2 | ITEM3 | ITEM4 | ITEM5 | ITEM6 | ITEM7 | ITEM8 | ITEM9 | ITEM10 | ITEM11 |
|----|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------------|
| 4 | Siempre | Siempre | Siempre | Algunas V... | Siempre | Algunas V... | Siempre | Siempre | Casi Nunca | Casi Nunca | Casi Siem... |
| 5 | Casi Siem... | Casi Siem... | Casi Siem... | Algunas V... | Casi Siem... | Casi Siem... | Casi Siem... | Casi Siem... | Casi Nunca | Casi Nunca | Siempre C... |
| 6 | Algunas V... | Casi Siem... | Algunas V... | Algunas V... | Casi Nunca | Casi Nunca | Casi Siem... |
| 7 | Casi Siem... | Casi Siem... | Casi Siem... | Siempre | Casi Siem... | Siempre | Casi Siem... | Casi Siem... | Casi Siem... | Algunas V... | Algunas V... |
| 8 | Siempre | Siempre | Siempre | Algunas V... | Siempre | Algunas V... | Siempre | Siempre | Siempre | Casi Siem... | Casi Siem... |
| 9 | Casi Siem... | Casi Siem... | Casi Siem... | Siempre | Casi Siem... | Casi Siem... | Casi Siem... | Casi Siem... | Algunas V... | Algunas V... | Siempre C... |
| 10 | Casi Siem... | Casi Siem... | Siempre | Algunas V... | Algunas V... | Casi Siem... | Casi Siem... | Casi Siem... | Algunas V... | Algunas V... | Casi Siem... |
| 11 | Algunas V... | Algunas V... | Casi Siem... | Casi Siem... | Algunas V... | Algunas V... | Casi Nunca | Algunas V... | Algunas V... | Algunas V... | Casi Nunca C... |
| 12 | Algunas V... | Casi Siem... | Casi Nunca A... |
| 13 | Casi Siem... | Casi Siem... | Siempre | Casi Siem... | Algunas V... | Siempre | Siempre | Siempre | Siempre | Siempre | Casi Nunca C... |
| 14 | Siempre | Siempre | Casi Siem... | Casi Siem... | Algunas V... | Casi Siem... | Casi Siem... | Casi Siem... | Casi Siem... | Algunas V... | Nunca A... |
| 15 | Casi Siem... | Casi Siem... | Casi Siem... | Casi Siem... | Algunas V... | Casi Siem... | Siempre | Siempre | Siempre | Algunas V... | Casi Nunca A... |
| 16 | Algunas V... | Algunas V... | Casi Siem... | Algunas V... | Casi Siem... | Nunca C... |
| 17 | Casi Siem... | Casi Siem... | Siempre | Algunas V... | Algunas V... | Casi Siem... | Siempre | Siempre | Siempre | Casi Nunca | Casi Nunca C... |
| 18 | Siempre | Siempre | Casi Siem... | Algunas V... | Algunas V... | Algunas V... | Algunas V... | Casi Siem... | Casi Siem... | Casi Siem... | Casi Nunca C... |
| 19 | Casi Siem... | Casi Siem... | Siempre | Casi Siem... | Casi Nunca | Algunas V... |
| 20 | Casi Siem... | Algunas V... | Casi Nunca | Casi Nunca C... |
| 21 | Algunas V... | Casi Siem... | Algunas V... | Algunas V... | Algunas V... | Casi Siem... | Casi Siem... |
| 22 | Casi Siem... | Algunas V... | Casi Siem... | Casi Siem... | Casi Nunca | Nunca | Algunas V... |
| 23 | Siempre | Siempre | Siempre | Casi Siem... | Siempre | Casi Siem... | Siempre | Siempre | Casi Nunca | Casi Nunca | Casi Siem... |
| 24 | Casi Siem... | Casi Nunca | Casi Nunca | Siempre C... |
| 25 | Casi Siem... | Casi Nunca | Casi Nunca | Siempre C... |
| 26 | | | | | | | | | | | |

Vista de datos Vista de variables

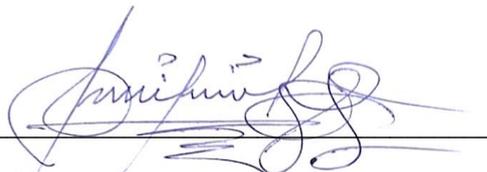
IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

Yo, **Dr. Severino Antonio Díaz Saucedo**, docente de la Facultad de **Ciencias Empresariales** y Escuela Profesional de **Administración** de la Universidad César Vallejo **Filial – Lima, Campus Los Olivos**, revisor del Trabajo de Investigación titulado:

“DESARROLLO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA DE PINTURAS “LOS ÁNGELES” COMAS – 2016” del estudiante **OLIVOS MAMANI LUIS FERNANDO**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **22%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

La suscrita analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender **LA TESIS** cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 20 de noviembre de 2016



Dr. Severino Antonio Díaz Saucedo
Escuela Profesional de Administración

| | | | | | |
|---------|----------------------------|--------|--------------------|--------|---------------------------------|
| Elaboró | Dirección de Investigación | Revisó | Responsable de SGC | Aprobó | Vicerrectorado de Investigación |
|---------|----------------------------|--------|--------------------|--------|---------------------------------|