



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS

“El Clima Organizacional y la Competitividad de una Empresa de Servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. – Lince, 2016”

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

AUTOR:

ZAVALA ALARCÓN DIANNA CRISTINA

ASESOR:

RAUL DELGADO ARENAS

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

LIMA – PERÚ

2016

PÁGINA DEL JURADO

DR. PRESIDENTE

MG. SECRETARIO

**MG.
VOCAL**

EPÍGRAFE

El trabajo va a ocupar gran parte de tu vida, y la única forma de estar realmente satisfecho es hacer lo que consideren un buen trabajo extraordinario. Y el único camino para lograrlo es amando lo que hacen. Si no lo han descubierto aún, sigan intentando. No se conformen.

Steve Jobs

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico principalmente a mis padres, por haber guiado siempre mi camino, por darme el empuje de estudiar y poner todo de mi para realizar mis metas en la vida. Me han formado con valores y principios que han hecho de mí una persona honesta, con perseverancia, con ganas de superación, con carácter y sobre todo con la motivación y empeño para superar todos los objetivos que me proponga. Gracias a ellos soy la persona que soy hoy en día y jamás me alcanzaré la vida para agradecerse los.

A mi Abuelita Máxima, que aunque ya no esté a mi lado fue una persona que siempre me aconsejó para ser mejor persona, a luchar por mis objetivos, a crecer personal y profesionalmente y su sueño siempre fue verme como una profesional y aquí estoy tratando de cumplir un sueño propio y una promesa.

A mis hermanos menores Cesar y Renzo, que junto a mis padres son las personas más importantes de mi vida y aunque cada uno tenga distinta personalidad son los amores de mi vida y siempre estaré ahí para ellos, así como sé que ellos estarán siempre para mí.

A mi sobrina Aydana, que con su mirada, su sonrisa y su manera de ser me alegra la vida, ella es ese angelito que necesitaba para tener una alegría más y una motivación más para superar todos los obstáculos que se me atravesasen para ser más fuerte cada día.

A mi familia, compuesto por todos mis tíos, primos y abuelos, que siempre con sus consejos han hecho de mí una mejor persona, y cada momento compartido siempre ha sido una gran alegría en mi vida.

Finalmente, deseo dedicar esta etapa tan importante a mí misma, por no dejarme vencer por no rendirme y seguir adelante pese a cualquier obstáculo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco ante todo a Dios por haberme permitido culminar mi carrera, por darme salud y fortaleza para seguir adelante con mis metas y objetivos, por permitir tener a mi lado a mis padres y hermanos.

A mis padres; por haberme apoyado en cada etapa de estudio a no darme por vencida, estando a mi lado dándome consejos, estando presente siempre que los necesito y sobre todo por su gran amor.

A mi Abuelita Máxima, por siempre darme ese empuje que necesitaba para no darme por vencida con sus sabios consejos que aunque ya no los vuelva a escuchar, siempre estarán grabados en mi memoria para toda la vida.

A mis hermanos menores Cesar y Renzo, que aunque sé que también tenían tareas en el colegio, me daban un espacio para poder hacer los míos y ayudarme en lo que podía para poder concentrarme y seguir adelante con mis estudios.

A mi sobrina Aydana, porque al ser una niña tan pequeña hace que cada día quiera superarme aún más para que así como lo tuve yo, ser alguien que le apoye en sus metas y objetivos y sobre todo a crecer día a día personal y profesionalmente.

A mi familia, compuesto por todos mis tíos, primos y abuelos porque cada uno a su manera supo motivarme a seguir adelante y cumplir esta primera etapa de mi sueño.

A mis profesores, que han sido de suma importancia en mi carrera profesional desde el primer ciclo hasta ahora, que supieron guiarme y darme las herramientas necesarias para poder adquirir mayores conocimientos y superarme día a día.

A mis amigos, que siempre han estado a mi lado con sus palabras de aliento y por compartir momentos muy gratos durante todo este tiempo que jamás olvidaré.

Gracias a todos ustedes!, que forman parte de este primer logro profesional ya que sin sus consejos y su apoyo esto no podría ser posible. Espero siempre poder contar con todos ustedes. Gracias.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Zavala Alarcón, Dianna Cristina con DNI N° 45503843, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración de Empresa, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 15 de Julio del 2016

DIANNA CRISTINA ZAVALA ALARCON

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada **“EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA COMPETITIVIDAD DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS: CASO REPRESENTACIONES FAROA S.A.C. – LINCE, 2016”** en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresa.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

Zavala Alarcón; Dianna Cristina.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PÁGINA DEL JURADO	II
EPÍGRAFE	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	VI
PRESENTACIÓN	VII
ÍNDICE DE CONTENIDOS	VIII
RESUMEN	X
ABSTRACT	XIII
I. INTRODUCCIÓN:	14
1.1. Realidad problemática:	14
1.2. Trabajos previos:	15
1.3. Teorías relacionadas al tema:	17
1.4. Formulación del problema:	27
1.5. Justificación del estudio:	28
1.6. Hipótesis:	30
1.7. Objetivos:	31
II. MÉTODO:	32
2.1. Diseño de investigación:	32
2.2. Tipo de estudio:	32
2.3. Identificación de variables, operacionalización:	32
2.3.1. Operacionalización de la variable: clima organizacional	33
2.3.2. Operacionalización de la variable: competitividad:	34
2.4. Población y censo:	35
2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad:	35
2.5.1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:	35
2.5.2. Validación y confiabilidad del instrumento:	35
2.5.3. Análisis de confiabilidad:	37

2.6. Métodos de análisis de datos:	38
2.7. Consideraciones éticas:	38
III. RESULTADOS:	39
3.1. Análisis descriptivo:	39
3.2. Análisis de las variables de investigación:	39
3.3. contrastación de hipótesis:	48
IV. DISCUSIÓN:	58
V. CONCLUSIONES:	61
VI. RECOMENDACIONES:	63
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:	65
ANEXOS	67
Anexo 1. Matriz de consistencia: clima organizacional	68
Anexo 2. Matriz de consistencia: competitividad	69
Anexo 3. Encuesta de clima organizacional	70
Anexo 4. Encuesta de competitividad	72
Anexo 5. Tabla de frecuencias	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	40
<i>Distribución de frecuencia según la variable clima organizacional</i>	40
Tabla 2.	41
<i>Distribución de frecuencia según la variable competitividad</i>	41
Tabla 3.	42
<i>Distribución de frecuencia según la dimensión objetivos</i>	42
Tabla 4.	43
<i>Distribución de frecuencia según la dimensión cooperación</i>	43
Tabla 5.	43
<i>Distribución de frecuencia según la dimensión relaciones interpersonales</i>	44
Tabla 6.	44
<i>Distribución de frecuencia según la dimensión liderazgo</i>	45
Tabla 7.	45
<i>Distribución de frecuencia según la dimensión control</i>	46
Tabla 8.	46
<i>Distribución de frecuencia según la dimensión toma de decisiones</i>	47
Tabla 9.	47
<i>Distribución de frecuencia según la dimensión motivación</i>	48

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Clima organizacional	39
Figura 2. Competitividad	40
Figura 3. Dimensión objetivos	41
Figura 4. Dimensión cooperación	42
Figura 5. Dimensión relaciones interpersonales	43
Figura 6. Dimensión liderazgo	44
Figura 7. Dimensión control	45
Figura 8. Dimensión toma de decisiones	46
Figura 9. Dimensión motivación	47

RESUMEN

El objetivo del estudio fue identificar la relación que existe entre el clima organizacional y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. en el distrito de Lince, 2016. Se realizó la investigación con una población de 20 trabajadores tipo censo los cuales respondieron 2 encuestas, uno en donde se mide el Clima Organizacional y el otro donde se mide la Competitividad. Mediante la evaluación estadística obtenida con el programa SPSS 23.0, se ha podido observar resultados favorables que confirman las Hipótesis mencionadas en esta investigación, debido a que se ha obtenido un índice de correlación positivo de 0.698 el cual fue obtenido mediante la prueba de correlación para datos no paramétricos Rho Spearman, previa evaluación y análisis de los resultados, ya que dieron evidencias suficientes para no rechazar la hipótesis de investigación, toda vez que el p valor, o nivel de significancia, es menor que 0.05, y en el presente estudio dio como resultado el p valor o nivel de significancia con 0.000. Por lo que podemos deducir que si existe relación entre el Clima Organizacional y la Competitividad de una empresa de servicios.

Palabras Clave: Clima Organizacional, Competitividad, investigación, resultado.

ABSTRACT

This research aims to identify the relationship between organizational climate and competitiveness of a service company Representaciones Faroa case S.A.C. in the district of Lince, 2016 research was conducted with a population of 20 kinds census workers who responded 2 surveys, one where the organizational climate is measured and the other where competitiveness is measured. By statistical evaluation obtained with the SPSS 23.0 program has been observed favorable results confirm the hypothesis mentioned in this research, because it has been obtained an index that positive correlation of 0.698 which was obtained by correlation test for data nonparametric Rho Spearman, after evaluation and analysis of the results, as given enough evidence to not reject the hypothesis of research, since the p value or significance level is less than 0.05, and in this study led to result the p value or significance level with 0,000. So we can deduce that if there is relationship between organizational climate and the competitiveness of a service company.

Keywords: organizational climate, competitiveness, research, result.

I. INTRODUCCIÓN:

1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA:

A nivel mundial existen más de 3 millones de empresas registradas, de las cuales se ha podido observar el surgimiento de algunas empresas que han sido sostenibles y rentables y otras que han fracasado con el pasar del tiempo. Muchos investigadores cuentan con distintas teorías que informan el motivo por el cual una empresa permanece en el mercado y otras no; ya sea por un tema económico, social o netamente interno en la organización. Es por ello que surge la necesidad de realizar una revisión teórica y práctica del clima organizacional, enfocado a la competitividad de una empresa, para el caso del presente estudio referido a la Empresa de Servicios: Caso Representaciones FAROA S.A.C. – Lince, 2016; para ello es importante señalar que el clima organizacional es un elemento que ha adquirido notable relevancia en los últimos años; ya que las evidencias demuestran que a partir de esta variable se puede incidir en el mejoramiento de las organizaciones.

En la actualidad existen empresas de diversos rubros tales como organizaciones industriales, empresariales, de servicio, educativas, entre otras; y cada uno de ellos cuentan con distintos tipos de estrategias o metodologías de trabajo para lograr la satisfacción de los trabajadores o colaboradores de cada una de las áreas dentro de la empresa, con el único objetivo de cumplir retos relacionados con las metas que trace la organización.

Teniendo como partida el distrito de Lince, cada vez éste se vuelve más comercial, lo cual es beneficioso para el progreso socioeconómico de la población; pero no siempre la rentabilidad en las empresas es reflejado en la satisfacción de los trabajadores ya que se ha demostrado que el estado anímico de las personas influye en el desarrollo laboral que puedan estar ejerciendo y hace que muchas empresas fracasen a consecuencia de esto.

Para esta investigación se ha observado el caso de la empresa Representaciones Faroa S.A.C. en donde se refleja un buen clima organizacional pero no por ello quiere decir que es el motivo por el cual exista también un adecuado nivel de competitividad en la empresa ya que se ha podido observar también que la empresa es muy competitiva en el mercado ya que el personal de cada área cumple con funciones específicas que hacen quizás que pueda generarse las afirmaciones que creemos se observan a simple vista. Es por ello que nos ponemos a realizar esta investigación con el fin de determinar si hay alguna relación entre el clima organizacional y la competitividad de ésta empresa, teniendo como partida, aquellas investigaciones similares de autores tanto internacionales, nacionales y locales.

1.2. TRABAJOS PREVIOS:

- **Gomez (2012)**, estudia “El Clima Organizacional y la Competitividad en Instituciones Educativas Privadas de Machala, 2012.. Se trato de un estudio correlacional, de diseño no experimental de corte transversal. La muestra de estudio de 220 directivos y docentes de 10 instituciones educativas seleccionadas. Los resultados encontrados permitieron concluir que existen evidencias suficiente para afirmar que el clima organización se relaciona significativamente (Rho de Spearman = 0,78, sig. = 0,000) con la competitividad. Con el propósito de determinar la relación que existe entre el Clima Organizacional y la Competitividad en una empresa de servicios. Caso: Representaciones Faroa S.A.C., se realizó una encuesta a 42 trabajadores que conforman parte de dicha empresa. El estudio demostró que si existe relación entre la variable Clima Organizacional y la Variable Competitividad que viene desarrollándose en las instituciones educativas privadas seleccionadas en Machala.

- **Verónica Baños (2011)**, evalúa “*Las Competencias esenciales, clima organizacional e innovación como factores de competitividad empresarial: una propuesta y aplicación de un modelo para la detección y desarrollo de competencias en la Pequeña y Mediana Empresa del sector calzado en México*”, es ahí donde realiza las investigaciones para evaluar el entorno de las

organizaciones que puedan favorecer la competitividad de las empresas, tiene como base la teoría de los autores Plunkett y Attner (1994), en donde tratan de entender que el clima organizacional es importante porque el clima afecta sin duda al desempeño de los trabajadores. Dentro de las conclusiones más representativas, encontramos que: Posiblemente las instituciones que cuenten con mayor información sobre este ámbito son justamente el CONOCER y la SE, quienes han hecho análisis exhaustivos por tamaños de empresa, por tipo de sector y por estados de la República Mexicana. Sin embargo, preocupa el que no se cuente con un estudio detallado de las competencias que son propias de la PyME actualmente. Incluso, localmente, y para el sector que se estudió como parte de la investigación, se asume que las características que privan en otros estados de la República son las mismas que se generan en Jalisco. Asimismo se asume que dichas características son las que harán que las competencias a desarrollar sean las mismas para el mismo sector en distintas regiones de México.

- **Enrique Bedoya (2003)**, desarrolla una investigación sobre ***“La nueva Gestión de las personas y su Evaluación de desempeño en Empresas Competitivas”*** analizando la función de los Recursos Humanos y las decisiones corporativas, se basa en las competencias globales que existen, en la participación del trabajador dentro de la empresa; toma en cuenta las teorías desarrolladas por Chiavenato (1992) y Abramson Robert (1998) que permiten implementar el cambio sobre el pensamiento de las empresas y llegar al éxito. Dentro de las conclusiones más representativas, encontramos que: como consecuencia del fenómeno de la globalización de los negocios, la incidencia del desarrollo tecnológico y el fuerte impacto del cambio e el intenso movimiento por la calidad y productividad, se evidencia que la nueva gestión de las personas incide positivamente en la evaluación de desempeño en empresas competitivas. El estudio evidencia que la diferencia entre una y otra empresa competitiva radica en la gestión de las personas que laboran en ella. Son las personas que mantienen y conservan el status y son ellas y solamente ellas quienes generan y fortalecen la innovación y el futuro que vendrá a ser.

- **Pedro Herbert Valencia (2008)**, realiza una investigación sobre **“Estilos Gerenciales y la Satisfacción Laboral”**, basándose en la gestión dentro de la cultura organizacional y las percepciones de los trabajadores, teniendo como base la teoría de Herzberg (1966) Analizados los resultados de la investigación se llegó a las siguientes conclusiones: Existen evidencias suficiente para concluir que los estilos consultivo y participativo presentan una relación significativa con la satisfacción laboral, tanto en los factores e indicadores motivadores como en los higiénicos. Los estilos, autoritario coercitivo y autoritario benevolente, mantienen relaciones más débiles con la satisfacción laboral tanto en los factores e indicadores motivadores como en los higiénicos.

1.3. TEORIAS RELACIONADAS AL TEMA:

1.3.1. CLIMA ORGANIZACIONAL:

De acuerdo con Méndez (2006), el Clima organizacional se caracteriza porque:

Ocupa un lugar destacado en la gestión de las personas y en los últimos años ha tomado un rol protagónico como objeto de estudio en organizaciones de diferentes sectores y tamaños que buscan identificarlo y utilizan para su medición las técnicas, el análisis y la interpretación de metodologías particulares que realizan consultores del área de gestión humana o desarrollo organizacional de la empresa. (p.35).

Las organizaciones siempre han buscado personas que cuenten con los perfiles adecuados o idóneos para la realización de actividades dentro de la organización. Cada empresa cuenta con perfiles diferentes en cuanto al personal con la que desean contar, ya sea por el tipo de rubro de la empresa, el tipo de clientes a los cuáles va dirigido, a los fines que alcanza, entre otros.

Todas las organizaciones, tienen un fin en común, perdurar en el mercado competitivo y ser rentables. Para ello realizan capacitaciones a su personal en las diferentes áreas a las cuales va dirigida; en tanto a los aspectos laborales, muchas veces tratan de ser imparciales, dejando de lado es aspecto afectivo y motivacional del personal. Dado que muchos autores han investigado la importancia de la

satisfacción del personal para la permanencia del mismo, es necesario recalcar que sin ello, la empresa no podría contar con la capacidad competitiva para permanecer en el mercado, puesto que la organización no existiría sin el capital humano.

Los sentimientos psicológicos del clima reflejan el funcionamiento interno de la organización, por ello este ambiente interno puede ser de confianza, progreso, temor o inseguridad. Por tal razón, la forma de comportarse de un individuo en el trabajo no depende solamente de sus características personales sino también de la forma en que éste percibe su clima de trabajo y los componentes de su organización.

(I. Chiavenato, 2001, p.117).

Es ahí donde hablamos del clima organizacional de las empresas, es el ambiente interno existente entre los miembros de la organización, en donde se refleja el trato directo de la organización hacia el trabajador, es el compromiso recíproco que debe tener ambos para lograr y cumplir aspiraciones y objetivos, individuales y grupales. El clima organizacional debe ser positivo dentro de la empresa ya que va ligado al aspecto de satisfacción, seguridad, compromiso y adaptación de las personas; si esto se lleva a cabo y se logra, el resultado será percibir el mejor desempeño de las personas, generando beneficios para la organización y esto repercute en los beneficios también para los trabajadores.

Partiendo del concepto que brinda Chiavenato podemos deducir que contar con un clima organizacional positivo y adecuado, genera el desarrollo no tanto del personal sino también de la organización, puesto que el ser humano siempre está en proceso de adaptación y aprendizaje dentro del ambiente en el que socializa y darle las herramientas necesarias hará que pueda sentirse a gusto y con la confianza de poder realizar adecuadamente sus funciones y no sólo eso, sino también puede despertar la creatividad para propuestas de mejora dentro de la organización ya que se sentirá parte de él.

Las personas se hallan en un proceso continuo de adaptación a una variedad de situaciones para satisfacer sus necesidades y mantener cierto equilibrio individual. Tal adaptación no se limita sólo a la satisfacción de las

necesidades fisiológicas y de seguridad - denominada necesidades vegetativas - , sino que también incluye la satisfacción de las necesidades sociales, de autoestima y autorrealización– denominadas necesidades superiores.

(I. Chiavenato, 2001, p.119).

Por tal motivo es importante poder poner énfasis en percibir la adaptación que puedan tener el personal en general, de lo contrario poder implementar estrategias para la realización de dicho tema, con el fin de que el personal pueda reflejar la aceptación del ambiente en el cual lo rodea y esto conlleve a la realización eficaz de sus funciones dentro de la organización. Es así que podremos observar en los trabajadores las siguientes características positivas:

- Sentirse bien consigo mismo, esto hará que se desenvuelva mejor en cualquier área en la que se encuentre.
- Se sienten bien con las demás personas con las que comparten el ambiente laboral.
- Las personas se sienten capaces de enfrentar por si mismas las exigencias y metas que pida la empresa.

Por otro lado podemos mencionar que existen diversos instrumentos de medición del Clima Organizacional en las empresas, pero a través del tiempo se ha destacado uno en particular en donde podemos observar que involucra los conceptos básicos que fundamentan la dirección del recurso humano en la administración moderna. Para ello tenemos un claro ejemplo como lo es el instrumento de Medición del Clima Organizacional Colombiano (IMCOC) en donde el Autor Carlos Méndez señala lo siguiente:

El IMCOC permite medir el clima de la organización, a partir de las variables definidas por Elton Mayo y demás representantes de las relaciones humanas. Los conceptos teóricos analizados permiten definir las variables:

objetivos, cooperación, liderazgo, relaciones interpersonales, motivación, toma de decisiones, control.

(Carlos Méndez, 2006, p.74)

Cuando el autor habla de las variables hace referencia a las dimensiones o factores que inciden en el comportamiento de las personas dentro del lugar en el que laboran. Por lo que es de suma importancia tenerlos en cuenta para que a partir de ello se puedan generar estrategias que puedan mejorar el crecimiento de la empresa, así como también el crecimiento y la integración del personal en general.

Dimensiones de la Cultura Organizacional:

La propuesta de Carlos Méndez, luego de analizar muchas teorías le permitió definir cada una de las dimensiones:

Objetivos: Se relaciona con el conocimiento que los trabajadores tienen acerca de la planificación estratégica de la empresa u organización en la cual pertenecen, teniendo en cuenta que se va adquiriendo durante el tiempo de permanencia ya que permite que poco a poco se sienta parte de la organización y comparta sus mismos objetivos.

Cooperación: El trabajo en equipo es muy importante para que se pueda cumplir las metas de la empresa, es por ello que podemos deducir que la cooperación viene a ser el desarrollo colectivo de esfuerzos para lograr los objetivos en común. También podemos deducir que las relaciones laborales adecuadas generan satisfacción en las personas y esto permite a que puedan contribuir con los objetivos que la organización espera alcanzar de manera exitosa.

Relaciones Interpersonales: Cada persona cuenta con un carácter e ideas diferentes y esto hace que se puedan tener diferencias constantes dentro de la organización pero también puede ser beneficioso ya que da cabida a que se generen ideas que complementen a otras y surjan mejoras para la organización. Es por ello la importancia que exista una buena relación entre jefes y compañeros de trabajo ya que contribuye con la integración y motivación dentro de la organización.

Liderazgo: Está relacionado con la autoridad de un líder, pero ésta percepción es variante debido a que no necesariamente la autoridad es imponer sino por el contrario un líder debe orientar a las personas de acuerdo a sus capacidades y actitudes para el logro de los objetivos de la organización. El liderazgo de las personas mayormente se relaciona con la forma de ser de cada uno, lo cual determinará si ejerce motivación y respeto de los demás.

Control: Permite a las empresas determinar si el trabajo que han realizado los colaboradores en general ha permitido alcanzar los objetivos de la organización dentro de un tiempo determinado. Con ello a través de los resultados, la empresa podrá crear nuevos procesos o estrategias para mejorar la efectividad de las labores dentro de la organización.

Toma de Decisiones: Está relacionado con el estilo de dirección que pueda ejercer el líder dentro de la organización. Las decisiones que se toman en la empresa definen planes de acción, estrategias de mejora, ejecución de normas o pautas, entre otras, con el fin de cumplir con los objetivos de la empresa.

Motivación: El clima organizacional está estrechamente ligado con la motivación de las personas que la componen, ya que depende de que tanto pueda favorecer o no al personal. Está comprobado que mientras más motivadas estén las personas, mejor realizan sus funciones ya sea poniéndole más empeño, comprometiéndose más para el logro de un objetivo o creando nuevas formas de mejora a lo que está realizando.

Si la motivación es baja dentro de una organización, es ahí donde conlleva al personal a trabajar con desgano, pesimismo, frialdad, y hasta conflictivo; ya que se sienten insatisfechos e inconformes con lo que perciben y reciben de la organización, lo cual puede llevar también a enfrentamientos dentro de la organización como por ejemplo la realización de huelgas.

Es por ello que las organizaciones deben apuntar hacia la adecuadas motivación del personal, hacer que ellos sientan que cada función que realizan es

importante para la empresa, que se preocupen por sus necesidades dentro de la organización, estar pendientes de que cada trabajador se sienta a gusto con su desempeño, que todos compartan el mismo interés en cumplir con los objetivos de la empresa, y para ello se debe dar las herramientas adecuadas para que puedan desempeñar correctamente sus funciones.

Por otro lado, las organizaciones que logran objetivos comunes, es decir entre el empleado y empleador, en su mayoría tienden a tener éxito, crecer constantemente y perdurar en el mercado con el pasar del tiempo. Es importante tener en cuenta también que el equilibrio organizacional depende de los beneficios e incentivos brindados por la empresa y las contribuciones que realicen el personal para ella.

La percepción de un trabajador para ser parte de un buen clima organizacional, es saber qué tanto es reconocido su esfuerzo diario frente a los objetivos de la empresa. Debido a que no sólo se conforma en que los pagos legales sean realizados con efectividad, sino también que otros beneficios la empresa les brinda de manera voluntarios en base al esfuerzo que realizan, que son parte de sus funciones pero que como empleados perciben que pueden tener algo adicional.

Es importante que las empresas generen un estado motivacional alto en sus trabajadores, ya sea a través de bonos, cupones de descuentos, premios, descansos, etc; con el fin de mantener al trabajador a gusto en sus funciones y permitirle saber que siempre que se esfuerce y exija tener un excelente trabajo podrá ser premiado por ello.

Las empresas deben tener mucha cautela en desempeñar bien la función de “premiador”, debido a que los empleados pueden tomar esto como una condicional para ejercer sus funciones de manera adecuada, es decir esperando a ser compensados hacen bien su trabajo y sino hacen todo lo contrario. Acostumbrarlos a recibir algo a cambio de las funciones por las cuales han sido contratados puede ser peligroso, debido a que si no se brindan estos beneficios adicionales, genera en el trabajador un perfil conformista, ya que si no recibe dichos bonos extras solo

se limita a realizar su función sin permitirle pueda ser proactivo, o tenga las ganas adecuadas para desempeñar con compromiso y dedicación sus labores.

Es por ello que las empresas deben realizar estrategias mediante a realizar este tipo de beneficios voluntarios, sea por periodos, por concursos, por fechas especiales entre otros, evaluando siempre su capacidad económica para solventarlo. Además no necesariamente los beneficios deben ser monetarios, sino también puede realizarse salidas de integración, ya sea almuerzos, paseos, entre otros, ya que con ello mantendrán a los trabajadores motivados y a gusto dentro de la empresa, por lo que aportarán el equilibrio del clima organizacional.

COMPETITIVIDAD:

Es una diferencia marcada entre la competencia y la empresa, para ello se debe desarrollar al personal que se encuentra dentro de la organización a través de capacitaciones constantes encaminadas al logro de mejores resultados para la organización y, por ende, para los trabajadores. Una empresa es competitiva cuando se compara con su entorno y tiene en cuenta la capacidad de explotar eficientemente los factores productivos (capital, trabajo y conocimiento).

La competitividad es la capacidad de conseguir el bienestar y por lo tanto está determinada por el nivel de productividad con la que una nación, región o clusters, utilizan sus recursos naturales, humanos y de capital. (Porter, "Ser Competitivos" Traducción Rafael Aparicio Aldazábal, 1999, p. 126)

La competitividad puede verse reflejado en alcanzar objetivos personales, grupales, organizacionales o nacionales. En la actualidad nos encontramos en un mundo globalizado por lo que para las organizaciones es importante sobresalir y destacar dentro del rubro donde se desenvuelven para poder lograr la preferencia del consumidor, es decir, deben valerse de herramientas, estrategias y plan de acción para competir con otras empresas que puedan ofrecer bienes o servicios iguales o similares.

Es importante saber que la competitividad no surge espontáneamente, sino que son etapas por el cual las organizaciones pasan por un proceso de aprendizaje, maduración y negociaciones que surgen dentro de su entorno, dependiendo al tipo de rubro a la que se dedique.

Tipos de competitividad:

- **Competitividad a nivel empresas:** Está asociada con la rentabilidad, productividad, costos, valor agregado, participación de mercado, exportaciones, innovación, tecnología calidad de los productos, entre otros.
- **Competitividad a nivel de industria:** Se evalúa en comparación con la misma industria en otra región o país.
- **Competitividad a nivel país:** Está relacionada con la capacidad de incrementar el nivel de vida de los habitantes, de incrementar la productividad, interés de los mercados internacionales

Niveles de Competitividad:

- **Nivel micro:** Se refiere a la capacidad de una empresa para mantener una posición en u mercado.
- **Nivel macro o sistémico:** Se define como la calidad del entorno económico e institucional para el desarrollo sostenible de las actividades productivas, privadas y el aumento de la productividad. Para evaluarlo cuenta con cuatro dimensiones:
 - a) **Nivel meta:** gobernabilidad y competitividad industrial. Constituido por los patrones de organización política y económica orientados al desarrollo y por la estructura competitiva de la economía en su conjunto. Incluye las condiciones institucionales básicas (por ejemplo, el sistema nacional de innovación) y el consenso básico de desarrollo industrial e integración competitiva en mercados mundiales.

- b) **Nivel macro:** vinculación de la estabilización económica y la liberalización con la capacidad de transformación. Compuesto por el conjunto de condiciones macroeconómicas estables, particularmente una política cambiaria realista y una política comercial que estimule la industria local.

- c) **Nivel meso:** Referido al apoyo a los esfuerzos de las empresas. El nivel meso se basa en las políticas específicas que desarrollan las instituciones para la creación de ventajas competitivas, en relación directa con el entorno (institutos tecnológicos, centros de formación y capacitación profesional, instituciones financieras especializadas, instituciones de fomento de exportaciones, cámaras empresariales).

- d) **Nivel micro:** referido a las demandas y requerimientos tecnológicos e institucionales. A este nivel la capacidad individual de desarrollar procesos de mejora continua y asociaciones y redes de empresas constituyen fuertes externalidades.

La competitividad sistemática ofrece una serie de ventajas, por ser lo suficientemente abierta para capitalizar en su favor las fortalezas y superar las debilidades que determina la capacidad local, regional, nacional e internacional de desarrollo. De ahí que, en la medida que se incrementa la complejidad de las nuevas formas de organización industrial, la naturaleza sistémica de la competitividad se acrecienta y toma más importancia en las instituciones.

Dimensiones de la Competitividad:

Partiendo del autor René Villareal describe las siguientes:

La innovación: Se refiere a los nuevos productos o servicios que se introducen en el mercado con el fin de satisfacer las demandas de la sociedad o del consumidor.

Visión estratégica: Es la percepción del futuro en donde la empresa desarrolla un plan estratégico para contrarrestar posibles indicadores que puedan favorecer o no a la organización.

Relaciones: Está ligado básicamente a las relaciones empresariales que realizan las organizaciones para determinar en qué marco conceptual se desarrolla su productividad frente al mercado laboral con el fin de impulsar su competitividad.

La producción: Se expresa como un volumen para medir la cantidad final de producto o servicio que realiza periódicamente la empresa. Esto define también la eficiencia del personal y la capacidad de la empresa para manejar el desarrollo económico en el cual se desenvuelven.

MARCO CONCEPTUAL:

CLIMA ORGANIZACIONAL:

Hodgetts y Altam, (1985), señalan que: “El Clima Laboral es un conjunto de características del lugar del trabajo, percibidas por los individuos que laboran en ese lugar y sirven como fuerza primordial para influir en su conducta de trabajo”. (p. 376)

Por su lado Litwin y Stringer (1968) señalan que el clima Organizacional “es un conjunto de propiedades medibles del medio ambiente de trabajo, percibidas directa o indirectamente por las personas que trabajan en la organización y que influyen su motivación y comportamiento”. (, p. 110)

Revisados y analizados ambas definiciones podemos concluir que el clima Organizacional como espacio físico donde se desarrollan las interacciones laborales, constituye un fenómeno de carácter interviniente que media entre los factores del sistema organizacional y las tendencias motivacionales de los trabajadores lo cual se traducen en un comportamiento que tiene consecuencias favorables y/o desfavorables sobre la Organización (productividad, satisfacción, rotación, etc.).

El concepto de Clima Organizacional refleja la influencia ambiental en la motivación de los participantes. Por tanto puede describirse como actualidad o propiedad del ambiente organizacional, percibida o experimentada por los miembros de la organización, que influye en su comportamiento. (I. Chiavenato, 2001, p. 118).

COMPETITIVIDAD:

Pineiro (1993) utiliza una definición operativa de competitividad y señala que esta depende del punto de referencia del análisis -nación, sector, firma -, del tipo de producto analizado - bienes básicos, productos diferenciados, cadenas productivas, etapas de producción - y del objetivo de la indagación - corto o largo plazo, explotación de mercados, reconversión, etcétera. (p. 98)

La competitividad es un proceso de creación de ventajas competitivas, donde es importante la capacidad de innovar para obtener saltos tecnológicos, al tener la capacidad de innovar en aspectos tecnológicos y además anticipar las necesidades de los consumidores; se obtiene la capacidad de organización, infraestructura y un marco jurídico.

(Cebrenos, 1993, p. 112)

“Significa la capacidad de una industria (empresa) de producir bienes con patrones de calidad específicos, requeridos por mercados determinados, utilizando recursos en niveles iguales o inferiores a los que prevalecen en industrias semejantes”. (Bejarano, 1998, p. 63)

1.4. FORMULACION DEL PROBLEMA:

Problema General:

¿Cuál es la relación que existe entre el clima organizacional y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016?

Problemas Específicos:

- ✓ ¿Cuál es la relación existente entre los objetivos y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016?
- ✓ ¿Cuál es la relación existente entre la cooperación y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016?
- ✓ ¿Cuál es la relación existente entre las relaciones interpersonales y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016?
- ✓ ¿Cuál es la relación existente entre el liderazgo y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016?
- ✓ ¿Cuál es la relación existente entre el control y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016?
- ✓ ¿Cuál es la relación existente entre la toma de decisiones y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016?
- ✓ ¿Cuál es la relación existente entre la motivación y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016?

1.5. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO:

Motivaciones de carácter práctico:

Desde el punto de vista práctico, se desea comprobar la importancia de elaborar estrategias de mejora en una Empresa de Servicios con el fin de que la organización tenga un clima laboral favorable para la mejora en la productividad de los trabajadores.

Motivaciones de carácter metodológico:

La investigación es importante metodológicamente, porque es necesario evaluar la información obtenida en base a los autores que con anterioridad han realizado investigaciones y han servido como influencia en muchas organizaciones; a la vez mediante la recolección de datos y encuestas donde observaremos resultados sobre la importancia de generar una adecuada gestión en el comportamiento organizacional con el fin de crear un beneficio tanto de la empresa, trabajador y cliente.

Motivaciones de carácter teórico:

Desde el punto de vista teórico, el presente trabajo de investigación va a brindar nuevos alcances de investigación referente a la importancia de contar con mejoras en la competitividad influenciada por el comportamiento de los trabajadores dentro de un clima organizacional adecuado; permitiendo así que éste estudio sirva como un aporte a las investigaciones futuras referente a éste tema.

Motivaciones de carácter social:

En la actualidad muchas empresas se enfocan únicamente en la rentabilidad y la productividad de sus trabajadores pero sin embargo no centran su atención en un aspecto muy importante con la que depende que la organización pueda crecer de manera global y es el clima organizacional.

Este aspecto de las empresas es muy importante debido a que va de la mano con los resultados de la eficiencia de los colaboradores para realizar sus labores y puedan sentirse identificados y comprometidos con la empresa, con ello se podrá obtener mejores resultados en los trabajadores a nivel personal y profesionalmente lo que dará lugar a que nuestra sociedad pueda seguir teniendo mejoras constantes.

1.6. HIPÓTESIS:

General:

Existe una relación entre el clima organizacional y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.

Específicos:

- ✓ Existe relación entre los objetivos y la competitividad de una empresa de servicios Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.
- ✓ Existe relación entre la cooperación y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.
- ✓ Existe relación entre las relaciones interpersonales y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.
- ✓ Existe relación entre el liderazgo y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.
- ✓ Existe relación entre el control y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.
- ✓ Existe relación entre la toma de decisiones y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.
- ✓ Existe relación entre la motivación y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.

1.7. OBJETIVOS:

Objetivo General:

Identificar la relación que existe entre el clima organizacional y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.

Objetivos Específicos:

- ✓ Establecer la relación existente entre los objetivos y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.
- ✓ Establecer la relación existente entre la cooperación y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.
- ✓ Determinar la relación existente entre las relaciones interpersonales y la recompensa con la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.
- ✓ Determinar relación existe entre el liderazgo y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.
- ✓ Determinar la relación existente entre el control y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.
- ✓ Determinar la relación existente entre la toma de decisiones y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.
- ✓ Determinar la relación existente entre la motivación y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.

II. MÉTODO:

2.1. Diseño de investigación:

El diseño desarrollado en el presente estudio es de tipo no experimental y de corte transversal. Es no experimental porque no se realizan manipulación deliberada de las variables, y transversal, porque recopila datos en un solo momento dado y describe relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables.

Podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos. (Hernández, Fernández y Baptista 2006 p149)

2.2. Tipo de Estudio:

El tipo de investigación seleccionado el aplicado y el nivel es de tipo descriptivo correlacional, y está dirigida a determinar la relación existente entre el clima organizacional y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C.

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta. (Hernández, Fernández y Baptista, 2006, p.80)

2.3. Identificación de variables, operacionalización:

Las variables a estudiar son:

2.3.1. Operacionalización de la variable: Clima Organizacional

VARIABLE		DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
VARIABLE INDEPENDIENTE	CLIMA ORGANIZACIONAL	El Clima Organizacional es producido por el individuo según las condiciones que se encuentra en la estructura de la organización en el marco de las variables que orientan su comportamiento	Operacionalmente se entiende por clima organizacional a los procesos de análisis de los objetivos, cooperación, liderazgo, control, toma de decisiones y análisis de la motivación de los trabajadores e identidad en el seno de una organización.	Objetivos	Conocimiento de los objetivos de la empresa
					Información sobre las funciones que corresponden a cada cargo
					Organización y planificación de la empresa
					Conocimiento de normas de la empresa
				Cooperación	Propuesta de nuevas estrategias por parte de los trabajadores
					La ayuda y colaboración del personal
					Responsabilidad compartida entre trabajador y empresa
					Errores compartidos durante las labores diarias de los trabajadores
				Relaciones Interpersonales	Iniciativa del personal
					Ayuda y cooperación entre el personal de la organización
					Frecuencia con la que acostumbra recrearse con compañeros
					Visión del desempeño de los trabajadores
				Liderazgo	Satisfacción por compañerismo
					Frecuencia en que la empresa promueve integración entre trabajadores
					Percepción que tiene cada personal hacia sus compañeros de trabajo
					Percepción de la relación entre el jefe y los trabajadores
				Control	Capacidad de manifestar ideas al jefe
					Preocupación de los intereses de cada trabajador
					Determinar en que momento es recomendable dar opiniones
					Recompensa por el buen desempeño
				Toma de decisiones	Sanciones aplicadas
					Percepción de la empresa hacia el desempeño de cada trabajador
					Errores compartidos entre la empresa y el trabajador
					Supervisión de funciones de cada personal
Motivación	Sanciones aplicadas				
	Percepción de la Gerencia hacia las funciones de los trabajadores				
	Preocupación por lograr objetivos				
	Participación del personal en la toma de decisiones de la empresa				
	Premios por buen desempeño				
	Recompensa al personal por su labor				
	Incentivos al personal por buen desempeño				
	Percepción de incentivos ganados				

2.3.2. Operacionalización de la variable: Competitividad:

VARIABLE		DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
VARIABLE DEPENDIENTE	COMPETITIVIDAD	La Competitividad está relacionada con la capacidad de satisfacer las demandas del entorno; a través de una adecuada planeación estratégica, calidad total y el rol gerencial, con el fin de determinar la situación de la oferta y la demanda.	La Competitividad va de la mano con la gestión de conocimientos con las que cuenta la empresa, ligado a la calidad total, lo cual aplica para los empleados, clientes y proveedores, que reflejan el liderazgo de la cabeza de la empresa, con el fin de crear planificaciones de mejora y nuevas negociaciones que generen rentabilidad para la empresa.	Visión Estratégica	La empresa establece objetivos
					No existencia de burocracia
					Ventas ascendentes
					Liderazgo de gerencia
				Relaciones	Relaciones entre empresa y clientes
					Estrategias de ventas
					Visión y objetivos de la empresa
					Autonomía del personal para resolver problemas con las ventas
				Innovación	Información a los trabajadores
					Estrategias de la empresa difundida al personal
					Información sobre competidores
					Información actualizada de productos nuevos
					Capacitaciones periódicas
					Utiles de oficina actualizados
				Producción	Criticas de mejora a la empresa
					Evaluación a los trabajadores
Promover el adecuado clima organizacional					
Trabajos eficientes					
Estabilidad financiera					
	Responsabilidad financiera				

2.4. Población y censo:

Población:

La población basada en la investigación, estará constituido por todos los trabajadores de la empresa Representaciones Faroa S.A.C. (42 personas), ubicada en el distrito de Lince.

Censo:

Dado que el número de trabajadores es de 42 personas, se utilizará el censo debido a que el número de población será igual a la cantidad de trabajadores de la empresa Representaciones Faroa S.A.C. en el distrito de Lince, 2016. Este tipo censo es asequible a todos los individuos de la población y también es de manera voluntaria.

2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad:

2.5.1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

- **Técnica de recolección de datos: Encuesta:** Las técnicas son procedimientos sistematizados, el objetivo es comprender el comportamiento y las experiencias de las personas.
- **Instrumento de recolección de datos: Cuestionario:** El objetivo de todo instrumento de medición es obtener la mayor información posible en un periodo de tiempo determinado.

En esta investigación se utilizaron dos cuestionarios, uno de ellos en el que se centra la primera variable que es el clima organizacional, está diseñado con 35 preguntas. El segundo cuestionario está basado en la segunda variable que es competitividad diseñado con 20 preguntas.

2.5.2. Validación y confiabilidad del instrumento:

Validación:

La validez, en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir. (Hernández, Fernández y Baptista 2006 p201)

VALIDEZ A JUICIO DE EXPERTOS PARA LA VARIABLE 1

INF		CRITERIOS									
EXPERTOS	Claridad	Objetividad	Pertinencia	Actualidad	Organización	Suficiencia	Intencionalidad	Consistencia	Coherencia	Metodología	TOTAL
INF 1	85%	85%	85%	80%	85%	85%	85%	85%	85%	85%	85%
INF 2	70%	65%	65%	65%	70%	65%	70%	65%	70%	65%	67%
INF 3	80%	80%	80%	80%	80%	70%	80%	80%	80%	80%	79%
INF 4	70%	70%	70%	68%	68%	70%	68%	70%	70%	70%	69%
INF 5	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%
											76%

Fuente: Elaboración propia

La validez a juicio de expertos fue efectuada por 5 especialistas de la Universidad César Vallejo, referente a la primera variable da un total a 76%, por lo cual este instrumento puede ser aplicado tal como fue elaborado por los autores sin ninguna modificación y está acorde con las exigencias que una tesis requiere.

VALIDEZ A JUICIO DE EXPERTOS PARA LA VARIABLE 2

INF		CRITERIOS									
EXPERTOS	Claridad	Objetividad	Pertinencia	Actualidad	Organización	Suficiencia	Intencionalidad	Consistencia	Coherencia	Metodología	TOTAL
INF 1	85%	85%	85%	80%	85%	85%	85%	85%	85%	85%	85
INF 2	70%	70%	65%	65%	70%	70%	65%	70%	70%	70%	69
INF 3	80%	80%	80%	80%	80%	70%	80%	80%	80%	80%	79
INF 4	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70
INF 5	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80
											76
											%

Fuente: Elaboración propia

La validez a juicio de expertos fue efectuada por 5 especialistas de la Universidad César Vallejo, referente a la primera variable da un total a 76%, por lo cual este instrumento puede ser aplicado tal como fue elaborado por los autores sin ninguna modificación y está acorde con las exigencias que una tesis requiere.

2.5.3. Análisis de confiabilidad:

La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales. (Hernández, Fernández y Baptista 2006 p200)

V1: CLIMA ORGANIZACIONAL:

Para medir el nivel de confiabilidad de los datos obtenidos luego de la aplicación del Instrumento para medir el clima organizacional de una empresa de servicios, caso: Representaciones Faroa S.A.C., se ha realizado la prueba de fiabilidad Alfa de Cronbach cuyo resultado es el siguiente:

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,791	32

De acuerdo al resultado obtenido a través del análisis de fiabilidad Alfa de Cronbach de 0.791, según la tabla que se muestra se determina que los datos tienen una consistencia interna alta, lo que es favorable para la investigación que se está desarrollando.

V2: COMPETITIVIDAD:

Para medir el nivel de confiabilidad de los datos obtenidos luego de la aplicación del Instrumento para Medir la competitividad de una empresa de servicios, caso:

Representaciones Faroa S.A.C., se ha realizado la prueba de fiabilidad Alfa de Cronbach cuyo resultado es el siguiente:

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,671	20

De acuerdo al resultado obtenido a través del análisis de fiabilidad Alfa de Cronbach de 0.671, según la tabla que se muestra se determina que los datos tienen una consistencia interna alta, lo que es favorable para la investigación que se está desarrollando.

2.6. Métodos de análisis de datos:

Los datos recogidos mediante los métodos y técnicas antes indicados serán interpretados descriptivamente teniendo en cuenta sobre todo los porcentajes obtenidos, con respecto a las respuestas recaudadas, especialmente en el análisis documental y encuestas, que servirán a su vez para contrastar o comprobar las hipótesis que hemos planteado. El nivel de confianza con el que se ha trabajado es del 95% (1.96) y 5% (0.05) de margen de error.

2.7. Consideraciones éticas:

Damos fe que todas las fuentes consignadas en esta investigación fueron debidamente referenciadas.

III. RESULTADOS:

3.1. Análisis descriptivo:

Estadísticos									
	OBJETIVOS COOPERACIÓN	RELACIONES INTERPERSONALES	LIDERAZGO CONTROL	TOMA DE DECISIONES	MOTIVACIÓN	CLIMA ORGANIZACIONAL	COMPETITIVIDAD		
N	Válido	42	42	42	42	42	42	42	42
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0

3.2. Análisis de las variables de investigación:

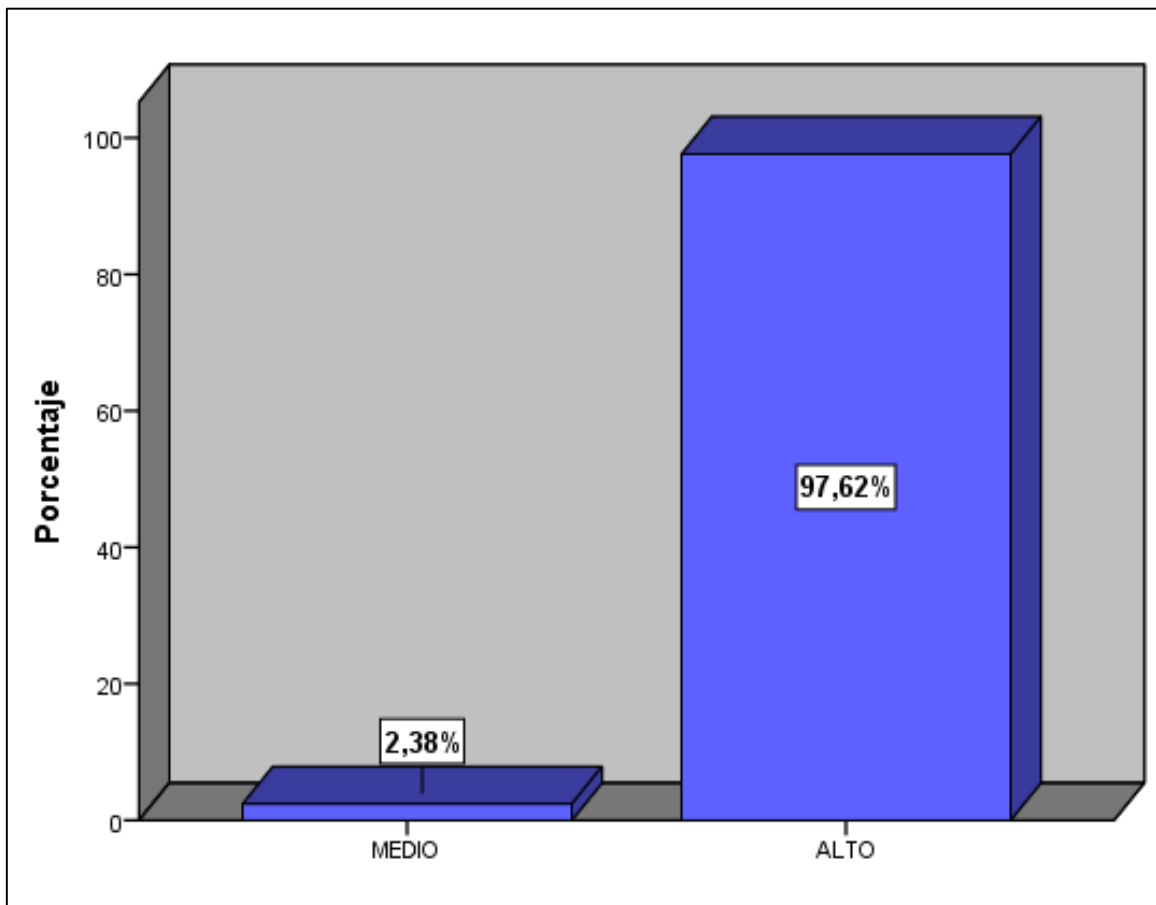


Figura 1. Clima organizacional

Tabla 1.

Distribución de frecuencia según la variable clima organizacional

CLIMA ORGANIZACIONAL					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	MEDIO	1	2,4	2,4	2,4
Válido	ALTO	41	97,6	97,6	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la Investigación

Interpretación:

De los resultados obtenidos se evidencia que el 97.62% de los trabajadores encuestados de la empresa Representaciones Faroa S.A.C., reflejan que tienen un alto clima organizacional, mientras que el 2.38% restante refleja que tienen un bajo clima organizacional.

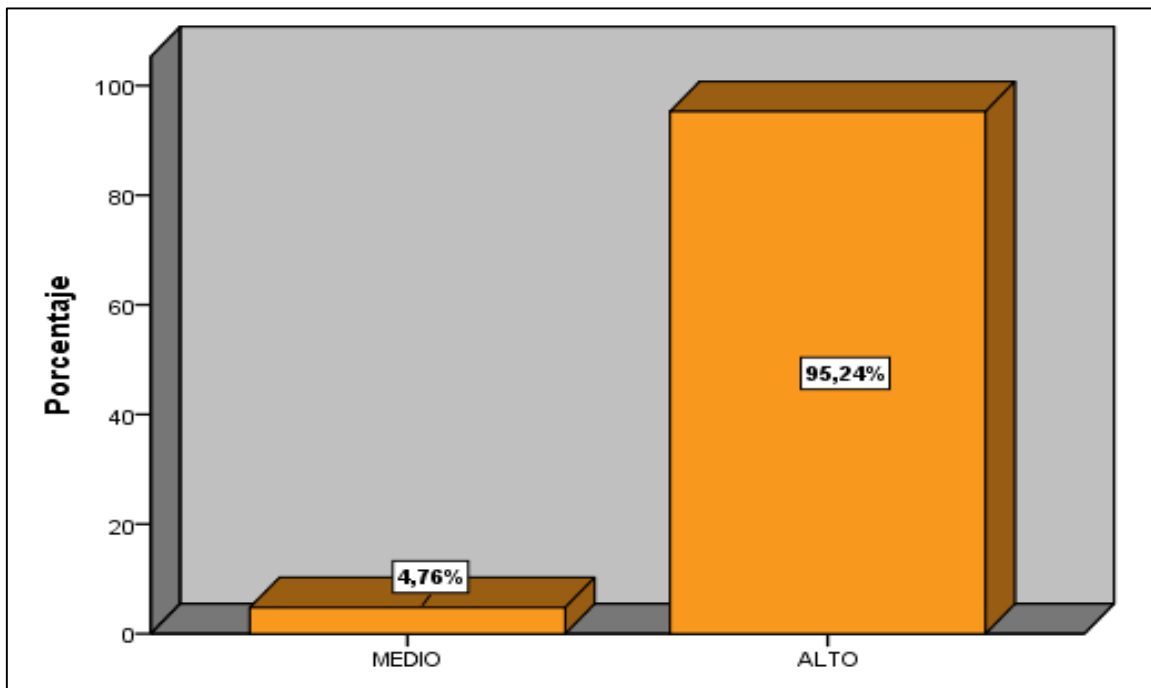


Figura 2. Competitividad

Tabla 2.

Distribución de frecuencia según la variable competitividad

COMPETITIVIDAD					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	MEDIO	2	4,8	4,8	4,8
Válido	ALTO	40	95,2	95,2	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la Investigación

Interpretación:

De los resultados obtenidos se evidencia que el 95.24% de los trabajadores encuestados de la empresa Representaciones Faroa S.A.C., reflejan que tienen un alto nivel de competitividad, mientras que el 4.76% restante refleja que tienen un bajo nivel de competitividad.

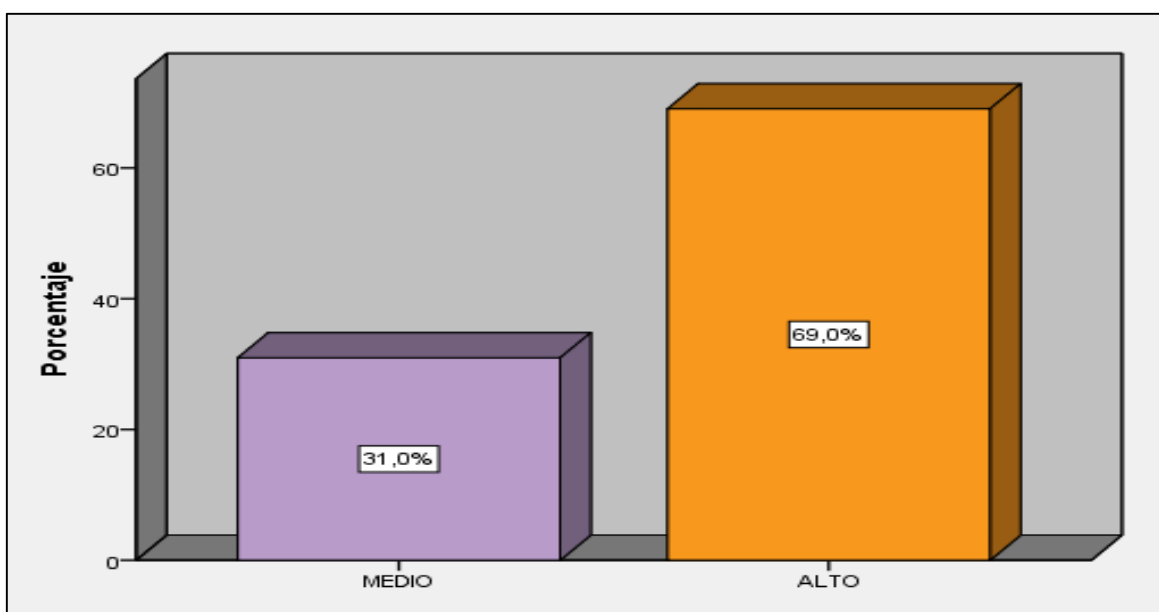


Figura 3. Dimensión objetivos

Tabla 3.

Distribución de frecuencia según la dimensión objetivos

OBJETIVOS				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	MEDIO	13	31,0	31,0
Válido	ALTO	29	69,0	100,0
	Total	42	100,0	100,0

Fuente: Base de datos de la Investigación

Interpretación:

El 69% de los trabajadores encuestados de la empresa Representaciones Faraa S.A.C., reflejan que tienen claro los objetivos de la empresa, mientras que el 31% tienen un nivel medio del conocimiento de los objetivos.

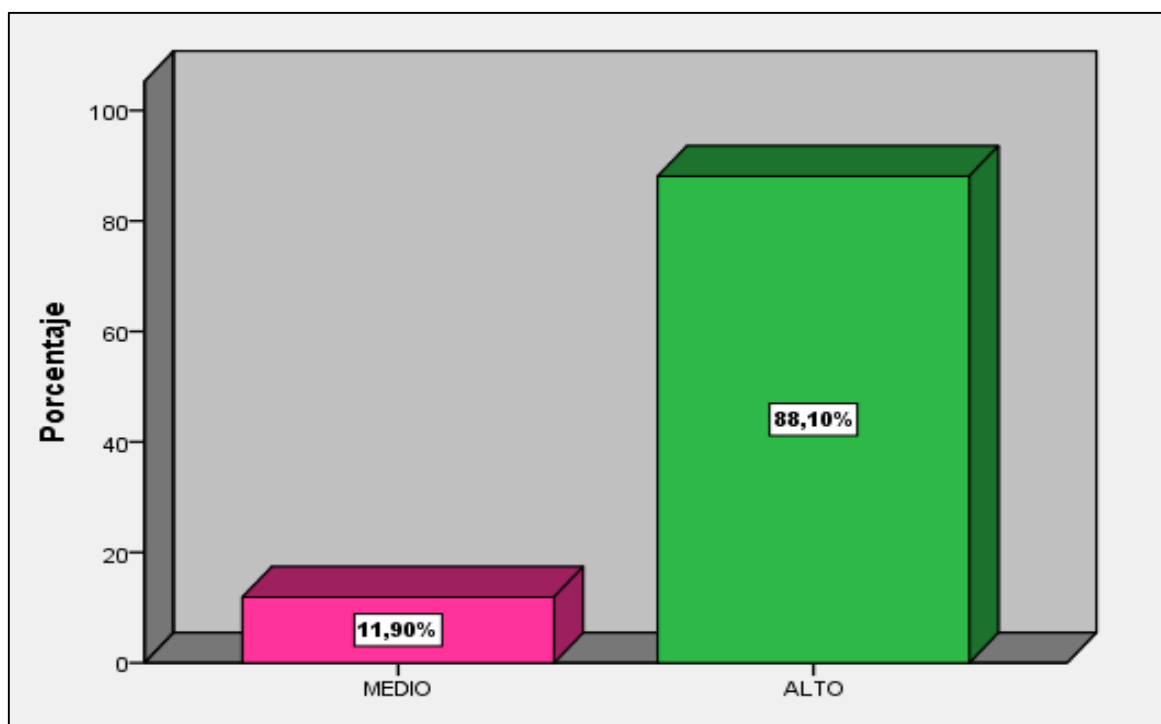


Figura 4. Dimensión cooperación

Tabla 4.

Distribución de frecuencia según la dimensión cooperación

COOPERACIÓN					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	MEDIO	5	11,9	11,9	11,9
Válido	ALTO	37	88,1	88,1	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la Investigación

Interpretación:

El 88.10% de los trabajadores encuestados de la empresa Representaciones Faraa S.A.C., reflejan que tienen alto nivel de cooperación en la empresa, mientras que el 11.90% tienen un nivel medio en cuanto a la cooperación con la organización.

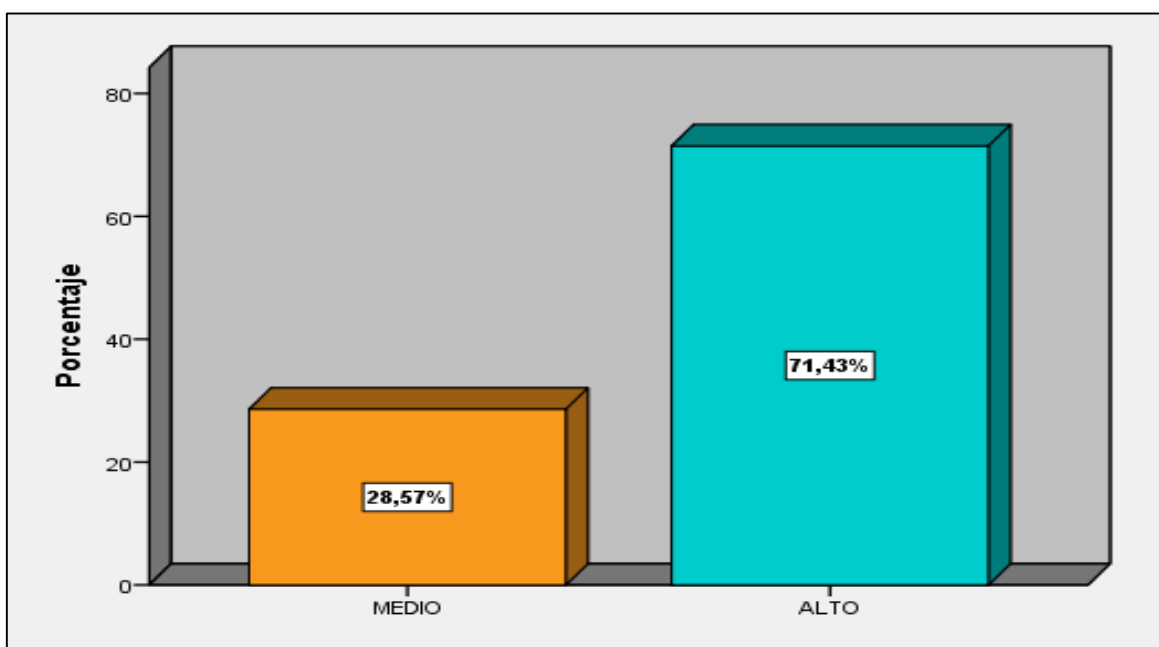


Figura 5. Dimensión relaciones interpersonales

Tabla 5.

Distribución de frecuencia según la dimensión relaciones interpersonales

RELACIONES INTERPERSONALES				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	MEDIO	12	28,6	28,6
Válido	ALTO	30	71,4	100,0
	Total	42	100,0	100,0

Fuente: Base de datos de la Investigación

Interpretación:

El 71.43% de los trabajadores encuestados de la empresa Representaciones Faroa S.A.C., reflejan que tienen alto nivel de relaciones interpersonales dentro de la empresa, mientras que el 28.57% tienen un nivel medio en cuanto a las relaciones interpersonales dentro de la organización.

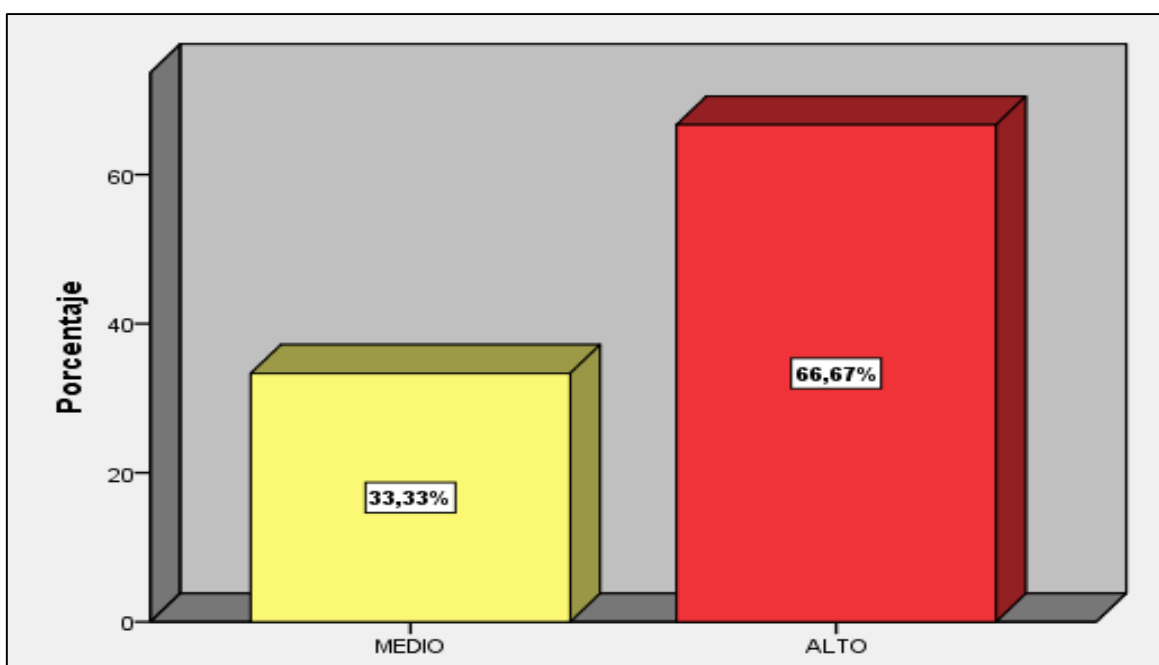


Figura 6. Dimensión liderazgo

Tabla 6.

Distribución de frecuencia según la dimensión liderazgo

LIDERAZGO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	MEDIO	14	33,3	33,3	33,3
Válido	ALTO	28	66,7	66,7	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la Investigación

Interpretación:

El 66.67% de los trabajadores encuestados de la empresa Representaciones Faraa S.A.C., reflejan que hay un alto nivel de liderazgo en la empresa, mientras que el 33.32% perciben un nivel medio de liderazgo dentro de la organización.

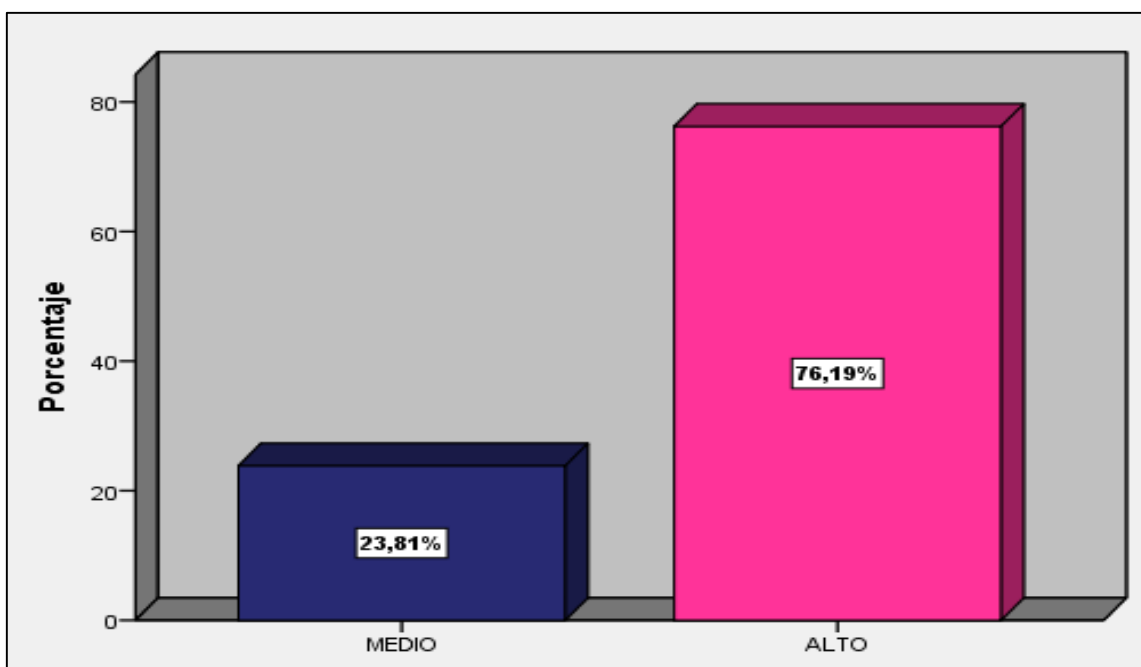


Figura 7. Dimensión control

Tabla 7.

Distribución de frecuencia según la dimensión control

CONTROL				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	MEDIO	10	23,8	23,8
Válido	ALTO	32	76,2	100,0
	Total	42	100,0	100,0

Fuente: Base de datos de la Investigación

Interpretación:

El 76.19% de los trabajadores encuestados de la empresa Representaciones Faraa S.A.C., reflejan que hay un alto nivel de control en la empresa, mientras que el 23.81% perciben un nivel medio de control en la organización.

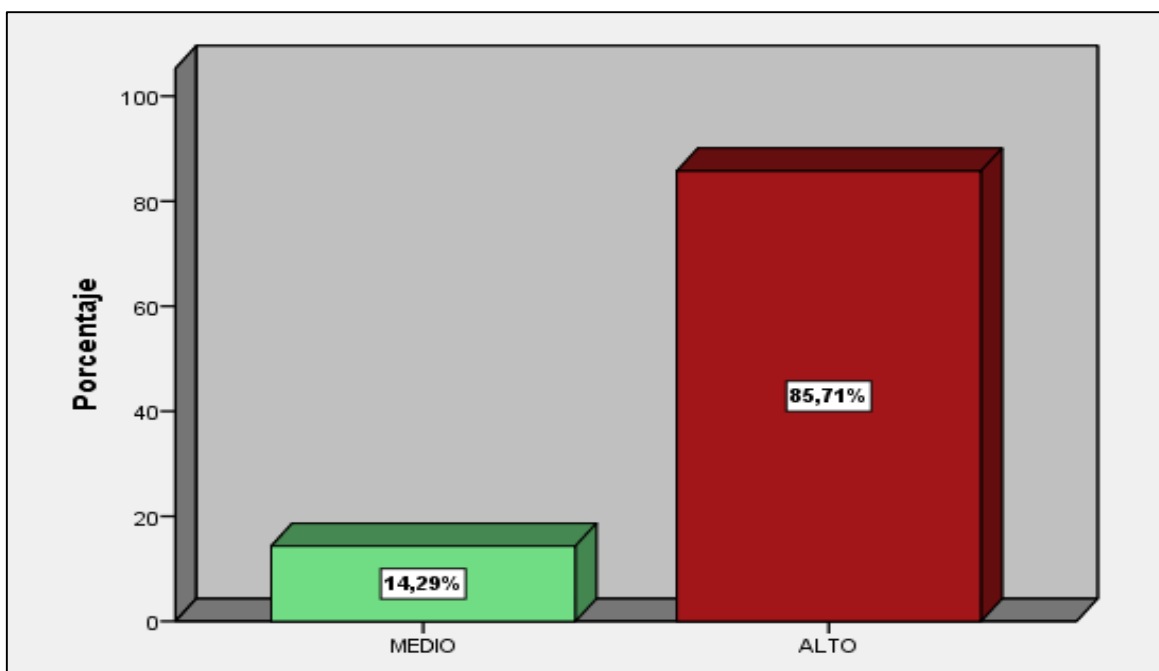


Figura 8. Dimensión toma de decisiones

Tabla 8.

Distribución de frecuencia según la dimensión toma de decisiones

TOMA DE DECISIONES					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	MEDIO	6	14,3	14,3	14,3
Válido	ALTO	36	85,7	85,7	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la Investigación

Interpretación:

El 85.71% de los trabajadores encuestados de la empresa Representaciones Faraa S.A.C., reflejan que hay un alto nivel de toma de decisiones en la empresa, mientras que el 14.29% perciben un nivel medio de toma de decisiones.

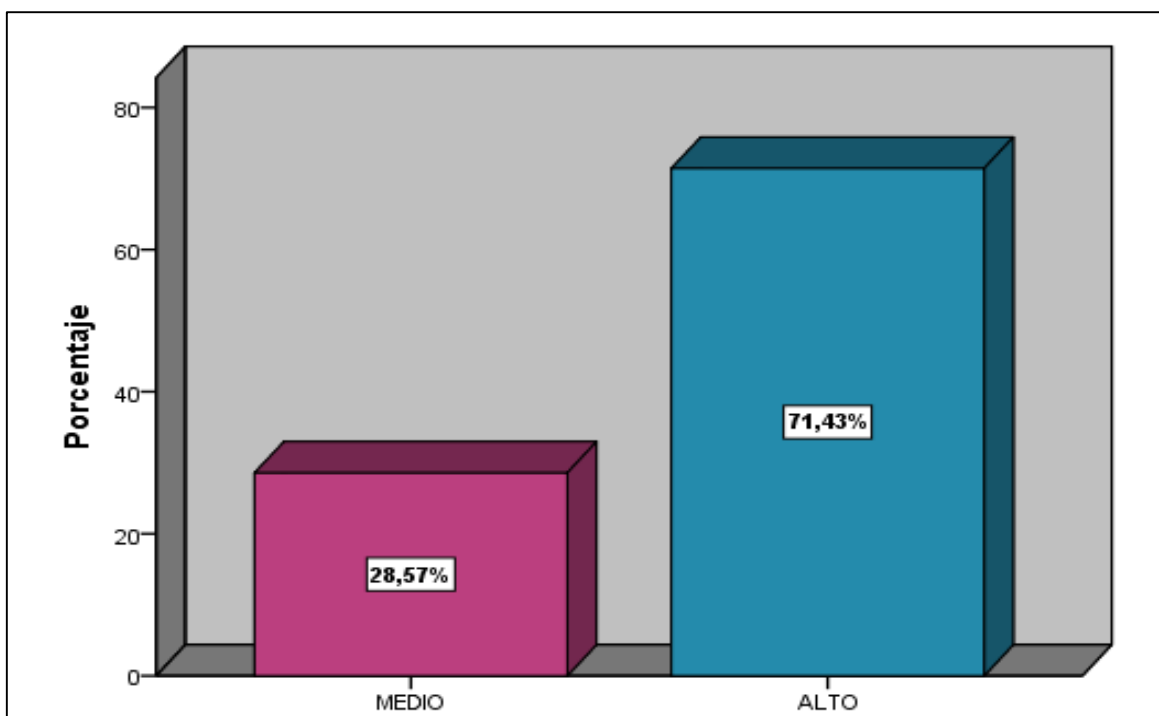


Figura 9. Dimensión motivación

Tabla 9.

Distribución de frecuencia según la dimensión motivación

MOTIVACION					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	MEDIO	12	28,6	28,6	28,6
Válido	ALTO	30	71,4	71,4	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la Investigación

Interpretación:

El 71.43% de los trabajadores encuestados de la empresa Representaciones Faraa S.A.C., reflejan que hay un alto nivel de motivación en la empresa, mientras que el 28.57% perciben un nivel medio de motivación en la organización.

3.3 contrastación de hipótesis:

Prueba de Normalidad:

Para la demostración de la hipótesis se realizó la prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov ($\text{sig} > 0,05$).

Prueba de normalidad:

H0: los datos tienen distribución normal

H1: los datos no tienen distribución normal

NIVEL DE SIGNIFICANCIA: $\alpha = 0.05$

Estadístico de prueba:

P = valor < α , rechazar la H0

P = valor > α , aceptar la H0.

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra										
		OBJETIVOS	COOPERACIÓN	RELACIONES INTERPERSONALES	LIDERAZGO	CONTROL	TOMA DE DECISIONES	MOTIVACIÓN	CLIMA ORGANIZACIONAL	COMPETITIVIDAD
N		42	42	42	42	42	42	42	42	42
Parámetros normales ^{a,b}	Media	2,69	2,88	2,71	2,67	2,76	2,86	2,71	2,98	2,95
	Desviación estándar	,468	,328	,457	,477	,431	,354	,457	,154	,216
Máximas diferencias extremas	Absoluta	,436	,523	,448	,424	,472	,514	,448	,538	,540
	Positivo	,254	,358	,266	,252	,290	,343	,266	,439	,413
	Negativo	-,436	-,523	-,448	-,424	-,472	-,514	-,448	-,538	-,540
Estadístico de prueba		,436	,523	,448	,424	,472	,514	,448	,538	,540
Sig. asintótica (bilateral)		,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

Dado que los p=valor para las variables y dimensiones son menores a 0.05, rechazamos la H0, se acepta que los datos no provienen de una distribución normal.

Contrastación de hipótesis general:

H0: No existe una relación directa entre el clima organizacional y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa SAC - Lince, 2016.

HG: Existe una relación directa entre el clima organizacional y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa SAC - Lince, 2016.

NIVEL DE SIGNIFICANCIA: $\alpha = 0.05$

Estadístico de prueba:

P = valor < α , rechazar la H0

P = valor > α , aceptar la H0

Correlaciones				
		CLIMA ORGANIZACIONAL	COMPETITIVIDAD	
Rho de Spearman	Clima Organizacional	Coefficiente de correlación	1,000	,698*
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	42	42
	Competitividad	Coefficiente de correlación	,698*	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	42	42

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

Dado que el p = valor es 0.00 y es menor a 0.05, existe evidencia estadística para rechazar a la hipótesis nula, se acepta que existe una relación directa entre el clima organizacional y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa SAC - Lince, 2016, como el Rho Spearman es 0.698, nos indica que hay relación directa entre el clima organizacional y la competitividad, es decir a mayor clima organizacional mayor competitividad.

Contrastación de hipótesis específico 1:

H0: No existe relación entre los objetivos y la competitividad de una empresa de servicios Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.

He1: Existe relación entre los objetivos y la competitividad de una empresa de servicios Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.

NIVEL DE SIGNIFICANCIA: $\alpha = 0.05$

Estadístico de prueba:

P = valor < α , rechazar la H0

P = valor > α , aceptar la H0

Correlaciones			
		COMPETITIVIDAD	OBJETIVOS
Rho de Spearman		Coefficiente de correlación	1,000
	Competitividad	Sig. (bilateral)	,334*
		N	42
		Coefficiente de correlación	,334*
	Objetivos	Sig. (bilateral)	,031
		N	42

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

Dado que el p= valor es 0.031 y es menor a 0.05, existe evidencia estadística para rechazar a la hipótesis nula, se acepta que existe relación entre los objetivos y la competitividad de una empresa de servicios Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016, como el Rho Spearman es 0.334, nos indica que hay relación directa entre el objetivo y la competitividad, es decir a mayor objetivo mayor es la competitividad.

Contrastación prueba de hipótesis específico 2:

H0: No existe relación entre la cooperación y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.

He1: Existe relación entre la cooperación y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.

NIVEL DE SIGNIFICANCIA: $\alpha = 0.05$

Estadístico de prueba:

P = valor < α , rechazar la H0

P = valor > α , aceptar la H0

Correlaciones			
		COMPETITIVIDAD	COOPERACIÓN
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1,000	,608*
	Competitividad Sig. (bilateral)	.	,000
	N	42	42
	Coeficiente de correlación	,608*	1,000
	Cooperación Sig. (bilateral)	,000	.
	N	42	42

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

Dado que el p= valor es 0.000 y es menor a 0.05, existe evidencia estadística para rechazar a la hipótesis nula, se acepta que existe relación entre la cooperación y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016., como el Rho Spearman es 0.608, nos indica que hay relación directa entre la cooperación y la competitividad, es decir a mayor cooperación mayor competitividad.

Contrastación de hipótesis específico 3:

H0: No existe relación entre las relaciones interpersonales y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.

He1: Existe relación entre las relaciones interpersonales y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.

NIVEL DE SIGNIFICANCIA: $\alpha = 0.05$

Estadístico de prueba:

P = valor < α , rechazar la H0

P = valor > α , aceptar la H0

Correlaciones			
		COMPETITIVIDAD	RELACIONES INTERPERSONALES
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1,000	,354*
	Competitividad Sig. (bilateral)	.	,022
	N	42	42
	Coeficiente de correlación	,354*	1,000
	Relaciones interpersonales Sig. (bilateral)	,022	.
	N	42	42

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

Dado que el p= valor es 0.022 y es menor a 0.05, existe evidencia estadística para rechazar a la hipótesis nula, se acepta que existe relación entre las relaciones interpersonales y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016., como el Rho Spearman es 0.354, nos indica que hay relación directa entre las relaciones interpersonales y la competitividad, es decir a mayor relaciones interpersonales mayor competitividad.

Contrastación de hipótesis específico 4:

H0: No existe relación entre el liderazgo y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.

He1: Existe relación entre el liderazgo y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.

NIVEL DE SIGNIFICANCIA: $\alpha = 0.05$

Estadístico de prueba:

P = valor < α , rechazar la H0

P = valor > α , aceptar la H0

Correlaciones				
		COMPETITIVIDAD	LIDERAZGO	
Rho de Spearman		Coeficiente de correlación	1,000	,316*
	Competitividad	Sig. (bilateral)	.	,041
		N	42	42
		Coeficiente de correlación	,316*	1,000
	Liderazgo	Sig. (bilateral)	,041	.
		N	42	42

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

Dado que el p= valor es 0.041 y es menor a 0.05, existe evidencia estadística para rechazar a la hipótesis nula, se acepta existe relación entre el liderazgo y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016., como el Rho Spearman es 0.316, nos indica que hay relación directa entre el liderazgo y la competitividad, es decir a mayor liderazgo mayor es la competitividad.

Contrastación de hipótesis específico 5:

H0: No existe relación entre el control y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.

He1: Existe relación entre el control y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.

NIVEL DE SIGNIFICANCIA: $\alpha = 0.05$

Estadístico de prueba:

P = valor < α , rechazar la H0

P = valor > α , aceptar la H0

Correlaciones				
		COMPETITIVIDAD	CONTROL	
Rho de Spearman		Coefficiente de correlación	1,000	,400*
	Competitividad	Sig. (bilateral)	.	,009
		N	42	42
		Coefficiente de correlación	,400*	1,000
	Control	Sig. (bilateral)	,009	.
		N	42	42

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

Dado que el p -valor es 0.009 y es menor a 0.05, existe evidencia estadística para rechazar a la hipótesis nula, se acepta existe relación entre el control y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016., como el Rho Spearman es 0.400, nos indica que hay relación directa entre el control y la competitividad, es decir a mayor control mayor competitividad.

Contrastación de hipótesis específico 6:

H0: No existe relación entre la toma de decisiones y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.

He1: Existe relación entre la toma de decisiones y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.

NIVEL DE SIGNIFICANCIA: $\alpha = 0.05$

Estadístico de prueba:

$P = \text{valor} < \alpha$, rechazar la H0

$P = \text{valor} > \alpha$, aceptar la H0

		COMPETITIVIDAD	TOMA DE DECISIONES
Rho de Spearman		Coefficiente de correlación	1,000
	Competitividad	Sig. (bilateral)	,548*
		N	.
		N	42
		Coefficiente de correlación	42
	Toma de decisiones	Sig. (bilateral)	,548*
		N	,000
		N	.
			42
			42

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

Dado que el $p=$ valor es 0.000 y es menor a 0.05, existe evidencia estadística para rechazar a la hipótesis nula, se acepta existe relación entre la toma de decisiones y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016., como el Rho Spearman es 0.548, nos indica que hay relación directa entre la toma de decisiones y la competitividad, es decir a mayor toma de decisiones mayor competitividad.

Contrastación de hipótesis específico 7:

H0: No existe relación entre la motivación y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.

He1: Existe relación entre la motivación y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.

NIVEL DE SIGNIFICANCIA: $\alpha = 0.05$

Estadístico de prueba:

$P = \text{valor} < \alpha$, rechazar la H0

$P = \text{valor} > \alpha$, aceptar la H0

Correlaciones			
		COMPETITIVIDAD	MOTIVACIÓN
Rho de Spearman		Coefficiente de correlación	1,000
			,354*
	Competitividad	Sig. (bilateral)	.
			,022
		N	42
			42
		Coefficiente de correlación	,354*
			1,000
	Motivación	Sig. (bilateral)	,022
			.
		N	42
			42

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

Dado que el p= valor es 0.022 y es menor a 0.05, existe evidencia estadística para rechazar a la hipótesis nula, se acepta existe relación entre la motivación y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016., como el Rho Spearman es 0.354, nos indica que hay relación directa entre la motivación y la competitividad, es decir a mayor motivación mayor competitividad.

IV. DISCUSIÓN:

En la presente tesis se presentó como objetivo general, establecer la relación entre el Clima Organizacional y la Competitividad de los trabajadores de la empresa Representaciones Faraa S.A.C., buscando establecer si existe relación entre las variables principales, del mismo modo se buscó determinar a través de los objetivos secundarios la relación existente entre cada una de las dimensiones de la variable Clima Organizacional que son: Objetivos, relaciones interpersonales, liderazgo, toma de decisiones, control y Motivación con la variable Competitividad.

En cuanto a la contrastación de las hipótesis, tanto hipótesis general como las hipótesis específicas se han encontrado evidencias por medio de las pruebas estadísticas realizadas en esta tesis para mencionar y afirmar que existe relación entre las variables principales, lo que significa que el Clima Organizacional es una variable importante, para mejorar otras variables la cual una de ellas es la Competitividad.

Según Nuria Gamero en su investigación “El Clima Afectivo en Equipos de Trabajadores”, en donde se evalúa los medios a alcanzar de una empresa basándose en el rendimiento que puede lograr los trabajadores, se basa en las teorías e investigaciones de Brief (2001), en donde señala que los pensamientos, experiencias afectivas y acciones de los empleados afectan a la organización en la que trabaja. Dentro de las conclusiones más representativas, encontramos que: Dada la definición consensuada del afecto colectivo como las experiencias afectivas que se comparten dentro de una unidad, la convergencia en las experiencias afectivas de los empleados ha sido considerada con frecuencia sólo como un prerrequisito, una condición previa, para poder obtener indicadores de afecto colectivo en una determinada unidad. En relación a nuestra investigación estoy de acuerdo con la idea presentada ya que como se demuestra en la dimensión de relaciones interpersonales donde un 71.43% de los encuestados manifestó percibir un alto nivel de relaciones interpersonales en la empresa, mientras que el 28.57% manifestó un nivel medio de relaciones interpersonales

dentro de la organización. Es decir al tener un alto nivel de relaciones interpersonales mayor será la percepción del Clima Laboral de la empresa.

Según Verónica Baños en su investigación “Las Competencias esenciales, clima organizacional e innovación como factores de competitividad empresarial: una propuesta y aplicación de un modelo para la detección y desarrollo de competencias en la Pequeña y Mediana Empresa del sector calzado en México”, es ahí donde realiza las investigaciones para evaluar el entorno de las organizaciones que puedan favorecer la competitividad de las empresas, tiene como base la teoría de los autores Plunkett y Attner (1994), en donde tratan de entender que el clima organizacional es importante porque el clima afecta sin duda al desempeño de los trabajadores.

Este estudio se relaciona con lo que se ha observado en nuestra investigación dado que confirmamos que existe una relación entre el Clima Organizacional y la competitividad en los trabajadores, tal como se demuestra al contrastar la hipótesis general.

Según Enrique Bedoya en su investigación sobre “La nueva Gestión de las personas y su Evaluación de desempeño en Empresas Competitivas” analizando la función de los Recursos Humanos y las decisiones corporativas, se basa en las competencias globales que existen, en la participación del trabajador dentro de la empresa; toma en cuenta las teorías desarrolladas por Chiavenato (1992) y Abramson Robert (1998) que permiten implementar el cambio sobre el pensamiento de las empresas y llegar al éxito. Dentro de las conclusiones más representativas, encontramos que: Con la globalización de los negocios, el desarrollo tecnológico, el fuerte impacto del cambio y el intenso movimiento por la calidad y productividad, surge una elocuente constatación en la mayoría de las organizaciones: La gran diferencia, la principal ventaja competitiva de las empresas viene de las personas que en ellas trabajan.

Son las personas que mantienen y conservan el status y son ellas y solamente ellas quienes generan y fortalecen la innovación y el futuro que vendrá a ser. En relación con nuestra investigación estoy de acuerdo con esta idea debido a que

como se muestra en la dimensión Control se puede observar que el 76.19% de los encuestados perciben un alto nivel de control dentro de la empresa, mientras que el 23.81% percibe un nivel medio pero no bajo del control que se viene dando en la organización.

V. CONCLUSIONES:

En cuanto a los objetivos propuestos en esta tesis y en concordancia con el análisis y discusión de los resultados obtenidos, se infieren y señalan las siguientes conclusiones, teniendo en cuenta que el propósito de esta investigación fue determinar si existía relación entre las variables: clima organizacional y competitividad.

- Con el propósito de determinar la relación que existe entre el Clima Organizacional y la Competitividad en una empresa de servicios. Caso: Representaciones Faroa S.A.C., se realizó una encuesta a 42 trabajadores que conforman parte de dicha empresa. El estudio demostró que si existe relación entre la variable Clima Organizacional y la Variable Competitividad.
- Se ha verificado a través de los resultados de las encuestas efectuadas, que existe relación entre los objetivos y la competitividad de una empresa de servicios Caso Representaciones Faroa S.A.C. Sustentando esta conclusión con los resultados mostrados en la tabla N°3.
- Se ha verificado a través de los resultados de las encuestas efectuadas, que existe relación entre la cooperación y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Sustentando esta conclusión con los resultados mostrados en la tabla N°4.
- Se ha verificado a través de los resultados de las encuestas efectuadas, que existe relación entre las relaciones interpersonales y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Sustentando esta conclusión con los resultados mostrados en la tabla N°5.
- Se ha verificado a través de los resultados de las encuestas efectuadas, que existe relación entre el liderazgo y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Sustentando esta conclusión con los resultados mostrados en la tabla N°6.

- Se ha verificado a través de los resultados de las encuestas efectuadas, que existe relación entre el control y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Sustentando esta conclusión con los resultados mostrados en la tabla N°7.

- Se ha verificado a través de los resultados de las encuestas efectuadas, que existe relación entre la toma de decisiones y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Sustentando esta conclusión con los resultados mostrados en la tabla N°8.

- Se ha verificado a través de los resultados de las encuestas efectuadas, que existe relación entre la motivación y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Sustentando esta conclusión con los resultados mostrados en la tabla N°9.

VI. RECOMENDACIONES:

- Debido a que se puede observar que existen aspectos positivos por parte de los trabajadores de la empresa Representaciones Faroa S.A.C., relacionado con las variables principales de esta tesis, así como también con las dimensiones: objetivos, cooperación, relaciones interpersonales, liderazgo, control y motivación hacia la organización, que genera un alto nivel de competitividad en la empresa. Se debe realizar de manera periódica una evaluación a los trabajadores con el fin de determinar las mejoras que se pueden aplicar en cada aspecto fallido de la organización. Esto pueda darse a través de encuestas internas que puedan ser evaluados posteriormente por el Gerente.
- Se recomienda que la empresa evalúe las dimensiones de objetivo, relaciones interpersonales y liderazgo ya que según las evidencias obtenidas en esta investigación se ha podido observar que si bien es cierto hay un margen superior a 60% en cuanto a la percepción de un nivel alto de las dimensiones mencionadas, es recomendable que se realice mayor enfoque con el fin de poder obtener resultados favorables tanto para los trabajadores como para la organización. Esto puede darse a través de charlas motivadoras o salidas de integración como empresa, en donde se destaquen cada una de las dimensiones a reforzar.
- Mediante el estudio obtenido se puede desprender uno nuevo que vaya ligado a la influencia que ejerce el liderazgo del jefe hacia los trabajadores con el fin de generar una mayor productividad en la organización. Esto puede darse a través de una capacitación periódica a los líderes de la organización en donde puedan obtener nuevas propuesta de liderazgo que vayan acorde con el personal que tienen a su cargo.
- Por otro lado también se puede reforzar la dimensión de Motivación con el fin de que los trabajadores se sientan con mayores de ganas de ejercer sus labores pro no como condición sino dando a conocer el reconocimiento por la buena labor realizada en cuanto a sus funciones, lo cual hará que se aumente el

compañerismo y siga manteniendo un adecuado clima organizacional. Esto puede darse a través de concursos internos dando algún tipo de objetivo a corto plazo para poder premiar e incentivar a los trabajadores con sus labores y al mismo tiempo generando un momento de motivación para ellos.

- Se recomienda también que pueda tener más criterio en cuanto a las tomas de decisiones que se realizan en la organización a pesar de que a través de la investigación hemos podido observar que existe un alto nivel de toma de decisiones con un 85.71% frente a 14.29%, es recomendable seguir manteniéndolo con dicho margen ya que toda decisión realizada en la empresa afectará de manera positiva o negativa si no se evalúa con cautela. Esto puede darse a través de reuniones constantes con las cabezas de la empresa evaluando la gestión diaria del personal y evidenciándose en los resultados obtenidos en productividad y ganancias.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:

Bedoya, E. (2003). La nueva gestión de personas y su evaluación de desempeño en empresas competitivas. (Tesis de Maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos). (Acceso el 25 de Mayo del 2014)

Cabrera, A., López, P., Ramirez, C. (2011). La competitividad empresarial: un marco conceptual para el estudio (4°ed.). Colombia

Centro Internacional de investigaciones para el desarrollo (2002). Evaluación Organizacional: Marco para mejorar el desempeño. Recuperado de <http://books.google.com.pe/books?id=ZurwICDCcQsC&pg=PA124&dq=eficiencia+y+competitividad+en+el+area+de+recursos+humanos&hl=es-419&sa=X&ei=Yo1UU6LvEdOisQSVz4CwDg&ved=0CFUQ6AEwCDgK#v=onepage&q=eficiencia%20y%20competitividad%20en%20el%20area%20de%20recursos%20humanos&f=false>

Chiavenato, I. (2001). Administración de Recursos Humanos (5° ed). Bogotá: Colombia

Gamero, N. (2008). El Clima afectivo en equipos de trabajo: Antecedentes y consecuencias. (Tesis Doctoral, Universidad de Valencia). (Acceso el 20 de Mayo del 2014)

Hinojosa, C. (2010). Clima Organizacional y Satisfacción Laboral de profesores del Colegio Sagrados Corazones Padres Franceses. (Tesis Doctoral). Recuperado de <http://genesismex.org/ACTIDOCE/CURSOS/CHILE-CO-OT'10/TRABAFIN/CLAUDIO%20HINOJOSA.pdf>

Jaime, P. y Araujo, J. (2007). Clima y Cultura Organizacional: ¿Dos constructos diferentes para explicar un mismo fenómeno? Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2486886.pdf>

- Martinez, S. (2010). Competitividad, innovación y empresas de alto crecimiento en España. Madrid, España
- Méndez, E. (2006). Clima organizacional en Colombia el IMCOC: Un método de análisis para su intervención. Bogotá, Colombia: Centro editorial de la Universidad del Rosario. Colombia.
- Palomino, M. (2010). Liderazgo y motivación de equipos de trabajo. (6a. Ed.). Madrid, España: ESIC Editorial.
- Reza, J. (2006). Nuevo diagnóstico de necesidades de capacitación y aprendizaje en las organizaciones (1°ed). Mexico
- Robbins, S. (1998). fundamentos de Comportamiento Organizacional. (5.ta. Ed.). Juárez. México: PRENTICE – HALL HISPANOAMERICANA, S.A.
- Sarriés, L., Casares, E. (2008). Buenas prácticas de Recursos Humanos. Recuperado de http://books.google.com.pe/books?id=XZ1Qc_B_pbQC&printsec=frontcover&q=recurso+humanos&hl=es419&sa=X&ei=7QxUU8KKFYursQSyxoHAAw&ved=0CFIQ6AEwBA#v=onepage&q=recurso%20humanos&f=false
- Tarifa, C. (Setiembre, 2012). Qué es el clima organizacional. Importancia y desempeño laboral Cursos para compartir lo que sabes. Recuperado de http://www.mailxmail.com/que-es-clima-organizacional-importancia-desempeno-laboral_h
- Valencia. P. (2008). Estilos erenciales y satisfacción laboral. (Tesis de Maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos). (Acceso el 20 de Mayo del 2014)

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia: clima organizacional

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	Variable 1: CLIMA ORGANIZACIONAL		
Problema principal:	Objetivo principal:	Hipótesis principal:	Dimensiones	Indicadores	ITEMS
¿Cuál es la relación que existe entre el clima organizacional y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016?	Identificar la relación que existe entre el clima organizacional y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa SAC - Lince, 2016	Existe una relación directa entre el clima organizacional y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa SAC - Lince, 2016	OBJETIVOS	Conocimiento de los objetivos de la empresa	1
				Información sobre las funciones que corresponden a cada cargo	2
				Organización y planificación de la empresa	3
				Conocimiento de normas de la empresa	4
				Propuesta de nuevas estrategias por parte de los trabajadores	5
¿Cuál es la relación existente entre los objetivos y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016?	Establecer la relación existente entre los objetivos y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.	Existe relación entre los objetivos y la competitividad de una empresa de servicios Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.	COOPERACIÓN	La ayuda y colaboración del personal	6
				Responsabilidad compartida entre trabajador y empresa	7
				Errores compartidos durante las labores diarias de los trabajadores	8
				Iniciativa del personal	9
				Ayuda y cooperación entre el personal de la organización	10
¿Cuál es la relación existente entre la cooperación y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016?	Establecer la relación existente entre la cooperación y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.	Existe relación entre la cooperación y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.	RELACIONES INTERPERSONALES	Frecuencia con la que acostumbra recrearse con compañeros	11
				Visión del desempeño de los trabajadores	12
				Satisfacción por compañerismo	13
				Frecuencia en que la empresa promueve integración entre trabajadores	14
				Percepción que tiene cada personal hacia sus compañeros de trabajo	15
¿Cuál es la relación existente entre las relaciones interpersonales y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016?	Determinar la relación existente entre las relaciones interpersonales y la recompensa con la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.	Existe relación entre las relaciones interpersonales y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.	LIDERAZGO	Percepción de la relación entre el jefe y los trabajadores	16
				Capacidad de manifestar ideas al jefe	17
				Preocupación de los intereses de cada trabajador	18
				Determinar en que omento es recomendable dar opiniones	19
				Recompensa por el buen desempeño	20
¿Cuál es la relación existente entre el liderazgo y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016?	Determinar relación existe entre el liderazgo y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.	Existe relación entre el liderazgo y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.	CONTROL	Sanciones aplicadas	21
				Percepción dela empresa hacia el desempeño de cada trabajador	22
				Errores compartidos entre la empresa y el trabajador	23
				Supervisión de funciones de cada personal	24
					25
¿Cuál es la relación existente entre el control y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016?	Determinar la relación existente entre el control y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.	Existe relación entre el control y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.	TOMA DE DECISIONES	Sanciones aplicadas	25
				Percepción de la Gerencia hacia las funciones de los trabajadores	26
				Preocupación por lograr objetivos	27
				Participación del personal en la toma de decisiones de la empresa	28
					29
¿Cuál es la relación existente entre la toma de decisiones y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016?	Determinar la relación existente entre la toma de decisiones y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.	Existe relación entre la toma de decisiones y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.	MOTIVACION	Premios por buen desempeño	29
				Recompensa al personal por su labor	30
				Incentivos al personal por buen desempeño	31
				Percepción de incentivos ganados	32
					32

Anexo 2. Matriz de consistencia: competitividad

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS			
Problema principal:	Objetivo principal:	Hipótesis principal:	Variable 2: COMPETITIVIDAD		
¿Cuál es la relación que existe entre el clima organizacional y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016?	Identificar la relación que existe entre el clima organizacional y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa SAC - Lince, 2016	Existe una relación directa entre el clima organizacional y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa SAC - Lince, 2016	Dimensiones	Indicadores	ITEMS
Problemas secundarios:	Objetivos secundarios:	Hipotesis secundarios:	VISION ESTRATEGICA	La empresa establece objetivos	1
¿Cuál es la relación existente entre los objetivos y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016?	Establecer la relación existente entre los objetivos y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.	Existe relación entre los objetivos y la competitividad de una empresa de servicios Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.		No existencia de burocracia	2
¿Cuál es la relación existente entre la cooperación y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016?	Establecer la relación existente entre la cooperación y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.	Existe relación entre la cooperación y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.		Ventas ascendentes	3
¿Cuál es la relación existente entre las relaciones interpersonales y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016?	Determinar la relación existente entre las relaciones interpersonales y la recompensa con la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C.	Existe relación entre las relaciones interpersonales y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.	RELACIONES	Liderazgo de gerencia	4
¿Cuál es la relación existente entre el liderazgo y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016?	Determinar relación existe entre el liderazgo y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.	Existe relación entre el liderazgo y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.		Relaciones entre empresa y clientes	5
¿Cuál es la relación existente entre el control y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016?	Determinar la relación existente entre el control y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.	Existe relación entre el control y la competitividad de una empresa de servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. Lince, 2016.		Estrategias de ventas	6
			INNOVACION	Visión y objetivos de la empresa	7
				Autonomía del personal para resolver problemas	8
				Información a los trabajadores	9
				Estrategias de la empresa difundida al personal	10
				Información sobre competidores	11
				Información actualizada de productos nuevos	12
				Capacitaciones periódicas	13
			Utiles de oficina actualizados	14	
			Criticas de mejora a la empresa	15	
			PRODUCCIÓN	Evaluación a los trabajadores	16
				Promover el adecuado clima organizacional	17
				Trabajos eficientes	18
				Estabilidad financiera	19
				Responsabilidad financiera	20

Anexo 3. Encuesta de clima organizacional

Edad: _____ Sexo: _____ Fecha: _____

Por favor, dedique unos minutos a completar esta encuesta, la información que nos proporcione será utilizada para evaluar el nivel de satisfacción general de nuestros empleados con la empresa.

Sus respuestas serán tratadas de forma **CONFIDENCIAL Y ANÓNIMA**.

Indique para cada una de la siguientes afirmaciones se grado de acuerdo o desacuerdo marcando con una X en la respuesta que considere más acertada relacionada con su Empresa.

1=NUNCA

2=CASI NUNCA

3=A VECES

4= CASI SIEMPRE

5=SIEMPRE

ITEM	DESCRIPCION	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
OBJETIVOS						
1	¿Conozco claramente los objetivos de la empresa?					
2	¿En la empresa las funciones están claramente definidas?					
3	¿La productividad se ve afectada por la falta de organización y planificación?					
4	¿La gerencia muestra interés porque las normas, métodos y procedimientos estén claros y se cumplan?					
5	¿El exceso de reglas, detalles administrativos y trámites impiden que las nuevas ideas sean evaluadas y tomadas en cuenta?					
COOPERACIÓN						
6	¿La gerencia le gusta que haga bien mi trabajo sin estar verificándolo con ellos?					
7	¿Mis superiores sólo trazan planes generales de lo que debo hacer, del resto yo soy responsable por el trabajo realizado?					
8	¿En la empresa cuando alguien comete un error siempre hay una gran cantidad de excusas?					
9	¿En la empresa salgo adelante cuando tomo la iniciativa y trato de hacer las cosas por mí mismo?					
10	¿Mi jefe y mis compañeros me ayudan cuando tengo una labor difícil?					

RELACIONES INTERPERSONALES						
11	¿En la empresa es más importante llevarse bien con los demás que tener un buen desempeño?					
12	¿Me siento orgulloso de mi desempeño?					
13	¿Siento que soy miembro de un equipo que funciona bien?					
14	¿La empresa se caracteriza por tener un clima de trabajo agradable y sin tensiones?					
15	¿Las personas que trabajan en la empresa tienden a ser frías y reservadas entre sí?					
LIDERAZGO						
16	¿Las relaciones Gerencia – Trabajador tienden a ser agradables?					
17	¿Siempre puedo decir lo que pienso aunque no esté de acuerdo con mis jefes?					
18	¿En la empresa cada uno se preocupa de sus propios intereses?					
19	¿En esta organización se causa buena impresión si uno se mantiene callado para evitar desacuerdos?					
20	¿Aquí las personas son recompensadas según su desempeño en el trabajo?					
CONTROL						
21	¿Cuando cometo un error me sancionan?					
22	¿La gerencia piensa que todo trabajo se puede mejorar?					
23	¿Si me equivoco, las cosas van mal para mis superiores?					
24	¿Con qué frecuencia es revisado su trabajo en esta institución?					
TOMA DE DECISIONES						
25	¿La empresa ha tomado riesgos en los momentos oportunos para estar delante de la competencia?					
26	¿En la empresa siempre presionan para mejorar continuamente mi rendimiento personal y grupal?					
27	¿La toma de decisiones en la empresa se hace con demasiada precaución para lograr la máxima efectividad?					
28	¿Participa en la toma de decisiones de esta institución, en especial en aquellas que afectan su trabajo?					
MOTIVACION						
29	¿La empresa premia a los vendedores constantemente siempre que vendan más que el mes anterior?					
30	¿Las recompensas e incentivos que se reciben en la empresa son mayores que las amenazas y críticas?					
31	¿La empresa realiza campañas de incentivos cada mes ?					
32	¿Los incentivos que realiza la empresa son entregados periódicamente?					

Anexo 4. Encuesta de competitividad

Edad: _____ Sexo: _____ Fecha: _____

Por favor, dedique unos minutos a completar esta encuesta, la información que nos proporcione será utilizada para evaluar el nivel de satisfacción general de nuestros empleados con la empresa.

Sus respuestas serán tratadas de forma **CONFIDENCIAL Y ANÓNIMA**.

Indique para cada una de la siguientes afirmaciones se grado de acuerdo o desacuerdo marcando con una X en la respuesta que considere más acertada relacionada con su Empresa.

1=NUNCA

2=CASI NUNCA

3=A VECES

4= CASI SIEMPRE

5=SIEMPRE

ITEM	DESCRIPCION	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
VISION ESTRATEGICA						
1	La empresa establece objetivos o cuotas de venta, cada uno de sus vendedores y controla su cumplimiento					
2	En la empresa no existe burocracia lo que hace que las decisiones se tomen con rapidez					
3	Las ventas mensuales superan los gastos generales de la empresa					
4	Existe un gran liderazgo en la empresa: las personas que abandonan la empresa no se van por sus jefes					

RELACIONES						
5	La empresa dispone de indicadores para medir las preferencias y gustos de los clientes y consumidores					
6	La empresa marca metas acorde a las posibilidades reales del mercado					
7	En la empresa, el jefe no cree que todo lo hacen bien y sí escucha (al mercado, a los empleados y a los clientes)					
8	El personal que tiene contacto con el cliente tiene suficiente autonomía para solucionar sus necesidades					
INNOVACION						
9	Las personas que trabajan en la empresa captan la información que se les da de manera rápida					
10	Las estrategias de la empresa se comparte con todo el personal de manera periodica					
11	La empresa dispone de información de sus competidores (en cuanto a reputación, calidad de sus productos y servicios, fuerza de ventas y precios).					
12	La empresa dispone de catálogos y especificaciones técnicas de sus productos					
13	La empresa tiene un programa definido para la capacitación de todo su personal y a todo el personal nuevo se le da una inducción					
14	La empresa tiene equipos actualizados que son renovados periódicamente					
15	La empresa recibe adecuadamente las críticas que proporcionan los empleados, clientes y proveedores referente al trabajo que realizan					
PRODUCCION						
16	Antes de seleccionar a sus proveedores la empresa realiza procesos de evaluación					
17	La empresa establece programas e incentivos para mejorar el clima laboral					
18	La empresa hace las cosas de forma eficiente, no se dan rutinas adquiridas en el pasado bajo la filosofía de "siempre se ha hecho así"					
19	En la empresa existe una capacidad para hacer frente a los pagos y deudas con proveedores y empleados, es decir no se dan retrasos e impagos					
20	Existen algunos aspectos (cartera morosa, disminución de ventas, plan de pagos, entre otros) que le impiden cumplir con sus obligaciones					

Anexo 5. Tabla de frecuencias

Tabla 1

		Estadísticos								
		OBJETIVOS	COOPERACIÓN	RELACIONES INTERPERSONALES	LIDERAZGO	CONTROL	TOMA DE DECISIONES	MOTIVACIÓN	CLIMA ORGANIZACIONAL	COMPETITIVIDAD
N	Válido	42	42	42	42	42	42	42	42	42
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Base de datos de la Investigación

CORRELACIONES NO PARAMETRICAS:

Tabla 2

		Correlaciones		
			CLIMA ORGANIZACIONAL	COMPETITIVIDAD
Rho de Spearman	CLIMA ORGANIZACIONAL	Coeficiente de correlación	1,000	,698*
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	42	42
	COMPETITIVIDAD	Coeficiente de correlación	,698**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	42	42

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

Fuente: Base de datos de la Investigación

TABLAS DE FRECUENCIA:**Tabla 3**

DIMENSIÓN: OBJETIVOS					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	13	31,0	31,0	31,0
	ALTO	29	69,0	69,0	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la Investigación

Tabla 4

DIMENSIÓN: COOPERACIÓN					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	MEDIO	5	11,9	11,9	11,9
Válido	ALTO	37	88,1	88,1	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la Investigación

Tabla 5

DIMENSIÓN: RELACIONES INTERPERSONALES					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	MEDIO	12	28,6	28,6	28,6
Válido	ALTO	30	71,4	71,4	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la Investigación

Tabla 6

DIMENSIÓN: LIDERAZGO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	14	33,3	33,3	33,3
	ALTO	28	66,7	66,7	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la Investigación

Tabla 7

DIMENSIÓN: CONTROL					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	10	23,8	23,8	23,8
	ALTO	32	76,2	76,2	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la Investigación

Tabla 8

DIMENSIÓN: TOMA DE DECISIONES					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	6	14,3	14,3	14,3
	ALTO	36	85,7	85,7	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la Investigación

Tabla 9

DIMENSIÓN: MOTIVACIÓN					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	12	28,6	28,6	28,6
	ALTO	30	71,4	71,4	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la Investigación

VARIABLE INDEPENDIENTE:

Tabla 10

CLIMA ORGANIZACIONAL					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	1	2,4	2,4	2,4
	ALTO	41	97,6	97,6	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la Investigación

VARIABLE INDEPENDIENTE:

Tabla 11

COMPETITIVIDAD					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	2	4,8	4,8	4,8
	ALTO	40	95,2	95,2	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos de la Investigación