



## **FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

CLIMA ORGANIZACIONAL Y COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA SALADOS Y  
DULCES EIRL, PERIODO 2021

**Línea de investigación:**

**Gestión empresarial e inclusión social**

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en administración con  
mención en administración de empresas

**Autor:**

Zavala Díaz, Jorge Héctor

**Asesor:**

Oncevay Espinoza, Feliciano  
(ORCID: 0000-0001-7217-0576)

**Jurado:**

Riveros Cuellar, Alipio  
Pazos Almeyda, Miguel  
Blanco Human Gerardo

**Lima - Perú**

**2022**





## Reporte de Análisis de Similitud

Archivo:

[1A ZAVALA DIAZ JORGE HECTOR TITULO PROFESIONAL 2022.docx](#)

Fecha del Análisis:

14/01/2022

Operador del Programa  
Informático:

GABRIEL ISAAC ENRIQUEZ QUEREVALU

Correo del Operador del  
Programa Informático:

genriquez@unfv.edu.pe

Porcentaje:

24 %

Asesor:

Feliciano Oncevay Espinoza

Título:

IMPORTANCIA DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE CALIDAD TOTAL EN  
LA EMPRESA PLASTICOSBOLSITEXS SAC EN EL TERCER TRIMESTRE DEL AÑO 2019

Enlace:

[https://secure.arkund.com/view/118591353-910823-307864.](https://secure.arkund.com/view/118591353-910823-307864)

Jefe de la Oficina de Grados  
y Gestión del Egresado:



Firma

**DR. TITO HEBER JAIME BARRETO**



Universidad Nacional  
**Federico Villarreal**

**VRIN** | VICERRECTORADO  
DE INVESTIGACIÓN

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

**CLIMA ORGANIZACIONAL Y COMPETITIVIDAD DE LA  
EMPRESA SALADOS Y DULCES EIRL, PERIODO 2021**

Línea de Investigación: Gestión empresarial e inclusión social

MODALIDAD SISTEMA DE TESIS PARA OPTAR POR EL TÍTULO  
PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN CON  
MECIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Autor:

**Zavala Díaz, Jorge Héctor**

Asesor:

Oncevay Espinoza, Feliciano

(ORCID: 0000-0001-7217-0576)

Jurado:

Riveros Cuellar, Alipio

Pazos Almeyda, Miguel

Blanco Human Gerardo

Lima – Perú

2022

**TÍTULO**

“CLIMA ORGANIZACIONAL Y COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA SALADOS Y  
DULCES EIRL, PERIODO 2021”

**AUTOR**

JORGE HÉCTOR ZAVALA DÍAZ

**ASESOR**

FELICIANO ONCEVAY ESPINOZA

## ÍNDICE

Título .....	ii
Autor .....	iii
Asesor .....	iv
Índice .....	v
Índice de tablas .....	vii
Índice de figuras .....	viii
Resumen .....	ix
Abstract .....	x
<b>I. Introducción .....</b>	<b>11</b>
1.1 Descripción y formulación del problema .....	11
1.2 Antecedentes .....	13
— Antecedentes internacionales .....	13
— Antecedentes nacionales .....	16
1.3 Objetivos .....	18
— Objetivo general .....	18
— Objetivos específicos .....	18
1.4 Justificación .....	18
1.4.1 Teórica .....	18
1.4.2 Metodológica .....	19
1.4.3 Práctica .....	19
1.5 Hipótesis .....	19
— Hipótesis general .....	19
— Hipótesis específicas .....	19
<b>II. Marco Teórico .....</b>	<b>20</b>
2.1 Clima Organizacional .....	20
2.1.1 Toma de decisiones .....	22
2.1.2 Relaciones interpersonales .....	23
2.1.3 Liderazgo .....	26
2.2 Competitividad .....	29
2.2.1 Productividad .....	31
2.2.2 Responsabilidad Social Empresarial .....	32

2.2.3	Calidad del servicio.....	33
III.	MÉTODO.....	35
3.1	Tipo de investigación .....	35
3.2	Ámbito temporal y espacial.....	35
3.2.1	Ámbito temporal .....	35
3.2.2	Ámbito espacial.....	35
3.3	Variables .....	36
3.4	Población y muestra .....	40
3.4.1	Población.....	40
3.4.2	Muestra.....	40
3.5	Instrumentos .....	40
3.6	Procedimientos .....	41
3.7	Análisis de datos.....	41
3.8	Consideraciones éticas .....	41
IV.	Resultados .....	42
4.1	Análisis descriptivos .....	42
4.1.1	Estadísticos descriptivos .....	42
4.1.2	Prueba de normalidad.....	44
4.2	Resultados ligados a las hipótesis .....	44
4.2.1	Prueba de hipótesis general .....	46
4.2.2	Prueba de hipótesis específicas .....	46
V.	Discusión de resultados.....	48
VI.	Conclusiones .....	51
VII.	Recomendaciones.....	53
VIII.	Referencias.....	54
IX.	Anexos.....	57
	Anexo A. Matriz de consistencia .....	58
	Anexo B. Instrumentos para la recolección de los datos.....	59
	Anexo C. Juicio de experto del instrumento de evaluación .....	63
	Anexo D. Resultados de la prueba de confiabilidad (Prueba piloto) .....	67

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de las variables .....	36
Tabla 2 Tipo de colaborador .....	40
Tabla 3 Estadísticos descriptivos de las variables de estudio.....	42
Tabla 4 Prueba de normalidad K-S de las variables de estudio .....	44
Tabla 5 Interpretación del coeficiente $\rho$ (rho) en la correlación de Pearson .....	45
Tabla 6 Contrastación de Hipótesis.....	45
Tabla 5 Matriz de consistencia.....	58
Tabla 6 Resumen del procesamiento de los casos – Clima Organizacional.....	67
Tabla 7 Estadísticos de fiabilidad – Clima Organizacional.....	67
Tabla 8 Estadísticos total-elemento – Clima Organizacional .....	67
Tabla 9 Resumen del procesamiento de los casos – Competitividad.....	69
Tabla 10 Estadísticos de fiabilidad – Competitividad.....	69
Tabla 11 Estadísticos total-elemento – Competitividad.....	69

**ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura 1 Histograma V1 .....	43
Figura 2 Histograma V2 .....	43

## RESUMEN

Este trabajo de investigación tenía como propósito “determinar el nivel de correlación entre el clima organizacional y la competitividad de la empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021”. El estudio fue de tipo básico, siguió un enfoque cuantitativo, tuvo un alcance científico correlacional y, fue no experimental de corte transversal. La muestra estudiada estuvo constituida por 30 casos de estudio (personal administrativo, de producción y de servicios) de la empresa Salados y Dulces EIRL. La técnica para el acopio de información utilizada fue la encuesta y, el instrumento empleado fue el cuestionario tipo encuesta con escala Likert. Para la contrastación de hipótesis, la prueba estadística utilizada, fue el Rho de Spearman; el cual dio como valor de “P” o Significación Bilateral “0,000” y, como, coeficiente de correlación el valor de 0,903; este resultado develó que existe asociación entre las variables estudiadas, y que esta asociación es estadísticamente significativa y “Muy Alta”. Finalmente, el estudio concluyó que existe, evidencia estadística suficiente, para asegurar que la V1: clima organizacional se correlaciona significativamente con la V2: competitividad.

Palabras Clave: Clima organizacional, Toma de decisiones, Relaciones interpersonales, Liderazgo y Competitividad.

## ABSTRACT

The purpose of this research work was "to determine the level of correlation between the organizational climate and the competitiveness of the company Salados y Dulces EIRL, period 2021". The study was of a basic type, followed a quantitative approach, had a correlational scientific scope, and was non-experimental, cross-sectional. The sample studied consisted of 30 case studies (administrative, production and service personnel) from the company Salados y Dulces EIRL. The information gathering technique used was the survey, and the instrument used was the survey-type questionnaire with a Likert scale. For hypothesis testing, the statistical test used was Spearman's Rho; which gave as a value of "P" or Bilateral Significance "0.000" and, as a correlation coefficient, the value of 0.903; This result revealed that there is an association between the variables studied, and that this association is statistically significant and "Very High". Finally, the study concluded that there is sufficient statistical evidence to ensure that V1: organizational climate is significantly correlated with V2: competitiveness.

Key words: Organizational climate, Decision-making, Interpersonal relations, Leadership and Competitiveness.

## I. INTRODUCCIÓN

### 1.1 Descripción y formulación del problema

Durante lo que va del siglo XXI gran parte de las empresas, en todo el mundo, han “estado condicionadas por cambios constantes en los ámbitos sociales, políticos, económicos, tecnológicos y culturales” (Chirinos et al., 2018, p. 45). En ese sentido, a nivel global, hoy, las empresas se mueven cada vez más en entornos competitivos turbulentos, en los que es más fácil imitar los productos y es necesario adaptarse rápidamente a los cambios. Para sobrevivir en estos entornos competitivos, es muy importante generar ventajas competitivas sostenibles (Paredes et al., 2021). Asimismo, la investigación sobre la competitividad es muy frecuente por su importancia perentoria, para la academia, así como para las organizaciones modernas. Es importante porque nos permite un mayor panorama de análisis, lo cual ayuda a revelar algo de la competitividad que se genera en la organización. (Fuchs, 2016; Ibarra, et al., 2017). Al analizar el progreso económico de países y empresas, el concepto de competitividad ocupa un lugar importante en la literatura internacional y local. Mediante comparaciones internacionales, es posible investigar qué países, a través de sus organizaciones empresariales, han brindado a las personas un mejor manera de vivir, debido a la mejora de los niveles de vida. Por tanto, el nivel competitivo global que tenga una nación estará relacionado con el nivel de competitividad de sus empresas nacionales, se mantendrá la productividad de estas empresas, que a su vez depende de las ventajas competitivas del país a través de su cultura, sistemas, infraestructura y políticas (Ibarra et al., 2017).

A nivel internacional, las mypes son las unidades económicas más representativas de los Estados en vía de desarrollo. Asimismo, este tipo de micro organización productiva, llamada mype, representa más del 95% de los negocios globales y, por su pequeña escala y fácil adaptación, tienen ciertas ventajas competitivas frente a las grandes empresas la habilidad de adaptación a los cambios en todo ámbito. (Ibarra et al., 2017). El clima organizacional es un tema de preocupación de toda empresa a nivel global porque afecta la organización y los procesos psicológicos, como la comunicación, la toma de decisiones, la resolución de problemas, el aprendizaje, la motivación y sus efectos en la eficiencia organizacional y la satisfacción de sus integrantes (Chirinos et al., 2018). El clima laboral imperante en las organizaciones a escala global, según Chirinos et al., (2018), afecta directamente la actitud y

el comportamiento de los trabajadores. Por lo tanto, las iniciativas empresariales prestan atención a mantener un ambiente organizacional saludable todos los días para fomentar el desarrollo efectivo de los empleados para lograr las metas organizacionales.

Las diferentes condiciones institucionales y los beneficios comparativos en cuanto a costos de inserción en la economía mundial han llevado a la mejora de dos métodos de inserción. Por ejemplo, en México y Centro América aún existen las exportaciones de manufacturas ensambladas para el mercado estadounidense (Mortimore y Peres, 2001; Putter, 2010; Campi et al., 2017). A nivel de América Latina y el Caribe, si bien la competitividad de la región ha avanzado, se concentran en unos pocos países, unos pocos sectores y unas pocas empresas. En América del Sur dominan las actividades productivas y el procesamiento de recursos naturales. En el comercio intrarregional, especialmente en el Mercosur, existen algunas industrias manufactureras más avanzadas tecnológicamente. La especialización de ambos sectores ha traído oportunidades y problemas. La mayor competitividad de las grandes empresas (multinacionales o de capital nacional) ha aumentado su eficiencia. Sin embargo, otros agentes de la economía nacional no vivieron la misma situación, lo que exacerbó la polarización de su estructura productiva. (Mortimore y Peres, 2001; Putter, 2010; Campi et al., 2017). A nivel local, en Perú, el Estado, en la práctica, ha mostrado poco interés en el desarrollo de la competitividad, inversión y modernización en de la empresa en el mercado internacional (Morante, 2018). Tal como señaló Fernández (2019), a nivel nacional, la competitividad continúa cambiando, del apoyo a la eficiencia del gobierno anterior del 37 al 41, manteniendo la eficiencia comercial neutral y aumentando horizontalmente del 59% al 60% en el pilar de infraestructura. En la mayor parte de Perú, algunas estaciones de servicio tienen una infraestructura incompleta y un servicio de mala calidad, y el dinero y la mano de obra se desperdician todos los días.

*Diagnóstico de la situación problemática:* se ha observado que, la empresa Salados y Dulces EIRL, no tendría un plan de contingencia para la toma de decisiones, que permita mitigar los riesgos para la compañía. Asimismo, habría un déficit de comunicación entre las distintas áreas de la empresa y, un insuficiente liderazgo, lo cual estaría ocasionando que el personal realice doble trabajo por no estar organizados eficientemente y, que la calidad en los productos y servicios de la compañía disminuya. Finalmente, se habría observado una

falta de programas y proyectos de innovación que mejoren el nivel productivo de los empleados y la empresa y, una falta de herramientas de ventaja competitiva como el plan de Responsabilidad Social Empresarial que permite generar una relación de calidad con sus empleados, clientes y sociedad. De seguir bajo estas circunstancias, la empresa Salados y Dulces EIRL se vería afectada en los siguientes puntos: primero, al haber un déficit de liderazgo y comunicación, ocasiona gran deserción laboral y personal sin motivación, todo esto repercute en la productividad de la empresa. Segundo, al no cumplir con la Responsabilidad social, la empresa podría sufrir de un deterioro del valor reputacional y empeoramiento de la posición competitiva. Todo ello, finalmente afectaría a la empresa, en la disminución de su capacidad para generar ingresos, retener clientes y potenciales prospectos de clientes.

En ese sentido, a continuación, se planteó la siguiente pregunta de investigación general: ¿En qué medida el Clima organizacional se relaciona con la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021?

Y, también se plantearon las siguientes preguntas de investigación específicas:

- ¿En qué medida la toma de decisiones se relaciona con la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021?
- ¿En qué medida las relaciones interpersonales se relacionan con la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021?
- ¿En qué medida el liderazgo se relaciona con la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021?

## 1.2 Antecedentes

### — Antecedentes internacionales

Kholodova (2020), en su investigación, tuvo como objetivo “profundizar los estudios realizados sobre la inteligencia emocional desde el punto de vista de la competitividad y a su vez la correlación con la variable competitividad. La investigación fue cualitativa, básica y diseño no experimental. La población y muestra

estuvieron conformadas por un gerente de proyectos experimentado y altamente competente de la empresa británica de la industria educativa. La técnica y el instrumento empleados fueron la encuesta y la entrevista semiestructurada, respectivamente. Los resultados develaron que, a pesar de la relativa popularidad del concepto, su comprensión es en su mayoría superficial y poco clara. Si bien la investigación mostró un impacto significativo de las emociones en los principales procesos de trabajo y por lo tanto una entre la inteligencia emocional y la ventaja competitiva una correlación positiva de la empresa dada, también se descubrieron las dificultades en la implementación y las mediciones. Los hallazgos del presente estudio demostraron el valor del concepto y el interés de la empresa en el desarrollo de la Inteligencia Emocional en el lugar de trabajo, sin embargo, también se encontró y se deliberó sobre otro enfoque de implementación.

Paredes et al. (2021), en su investigación, cuyo objetivo fue “profundizar, desde el punto de vista del capital humano la correlación entre responsabilidad social y clima organizacional de las empresas Pymes de Huayaquil La investigación fue básica, de enfoque cuantitativo, diseño no experimental- transversal y, alcance correlacional. La población y muestra fue 391 trabajadores. La técnica empleada fue la encuesta y, el instrumento fue el cuestionario. Las resultantes obtenidas demostraron que las personas que están totalmente de acuerdo con el clima organizacional representan solo 32%, de acuerdo solo el 63%, y en desacuerdo el 1% de los encuestados. La investigación concluyó en que, como el p-valor fue menor a 0.05 y el coeficiente de correlación fue 0.598, existe suficiente evidencia de carácter estadístico para colegir que existe una relación considerable entre las variables estudiadas.

Salazar (2018), en su estudio, su objetivo fue “resolver la influencia que existe entre el clima organizacional y la calidad del servicio en la empresa Mercredi S.A., de esta manera contribuir con data relevante para los líderes de la empresa con la finalidad brindar propuestas de desarrollo en este campo”. La investigación fue de tipo básico, tuvo un enfoque cuantitativo, diseño no experimental- transversal y, alcance correlacional. La población y muestra estuvieron conformadas por 30 trabajadores (jefes, analistas y operadores de servicio). La técnica empleada fue la encuesta y, el

instrumento fue el cuestionario. Los resultados develaron que, el 85% de la muestra estudiada estuvo conforme con el Clima organizacional en la empresa. Asimismo, un 78% de la muestra percibió que existía una buena calidad del servicio. Finalmente, la investigación concluyó en que, existe suficiente evidencia de carácter estadístico para colegir que existe una relación considerable. De modo que, siempre que exista un mayor clima organizacional, se espera una mayor calidad en los servicios.

Ibarra et al. (2017), en su estudio, cuyo objetivo fue “determinar el nivel de competitividad empresarial de las pymes manufactureras de Baja California”. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, de tipo básico, de alcance descriptivo-correlacional y diseño no experimental. La población y muestra la conformaron 195 organizaciones. La técnica y el instrumento usados fueron la encuesta y el cuestionario respectivamente. Los resultados obtenidos develaron que, las pequeñas empresas cuentan con un bajo nivel de competitividad para el estado y no se encontró relación entre el tamaño de la empresa y su nivel de competitividad, por otro lado quien demostró mejor competitividad fueron las áreas de producción y operaciones. La competitividad empresarial permite conocer mejor las actividades de la empresa, a fin de potenciar cada una de ellas. La competitividad garantiza que la empresa eleve su nivel organizacional porque posee con el tiempo, control directo sobre las todas las variables que alteran el comportamiento de la empresa.

Fuchs (2016), en su investigación, tuvo como objetivo “probar que el liderazgo que emplea un hotel de 5 estrellas en la ciudad de Viena es relevante para el demostrar la buena o no buena competitividad del hotel. La investigación fue de tipo básico, tuvo un enfoque mixto (cualitativo-cuantitativo), diseño no experimental. La población y muestra estuvieron conformadas los profesionales que trabajan en la industria. La técnica empleada fue la encuesta y, los instrumentos fueron el cuestionario y la entrevista. Los resultados de la encuesta fueron lo suficientemente significativos como para sugerir algunos estilos de liderazgo adecuados que podrían conducir a una ventaja competitiva sostenible en la industria hotelera de 5 estrellas de Viena. Los datos analizados muestran que los encuestados están mayoritariamente de acuerdo con que el liderazgo transformacional, el transaccional y el carismático son los estilos más

apropiados para el éxito del liderazgo. Por lo tanto, el autor cree que los estilos de liderazgo mencionados anteriormente conducen a una ventaja competitiva sostenible. La investigación concluyó en que, el liderazgo es una herramienta muy poderosa para alcanzar una ventaja competitiva sostenible. Proporciona beneficios tanto a los subordinados como a los superiores si se aplica correctamente.

#### — Antecedentes nacionales

Fernandez (2019), en su estudio, cuyo objetivo fue “determinar los cambios de la Estación de Servicio Esperanza S.A.C en el mejoramiento del clima organizacional para mejorar la competitividad, durante el periodo 2019”. La investigación fue de tipo aplicativo, tuvo un enfoque cuantitativo, diseño preexperimental. La población la conformaron 30 empleados. La técnica y el instrumento fueron la encuesta y el cuestionario. Los resultados develaron que, inicialmente, un porcentaje significativo de la muestra percibió que la empresa no posee un alto desarrollo de competitividad, debido a la disminución de la productividad provienen desde diferentes áreas y el desconocimiento de los recursos de la empresa. La investigación concluyó en que, luego de mejorar el clima organizacional en la empresa, esta pudo reflejar un crecimiento en su capacidad competitiva.

Morante (2018), en su investigación, cuyo objetivo fue “determinar la relación que existe entre el clima organizacional y la productividad de los trabajadores de la empresa Pro semillas”. La investigación fue de tipo aplicativo, tuvo un enfoque cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal y, de alcance correlacional. La población y muestra estuvieron conformadas por 15 trabajadores que laboran en Pro Semillas S.A.C. La técnica empleada fue la investigación bibliográfica y la encuesta, el instrumento fue el cuestionario. Los resultados develaron que, un gran porcentaje de trabajadores son varones. Asimismo, en su mayoría los trabajadores tienen edades mayores a 35 años. Se encontró que un 53% de la muestra percibió un clima organizacional desfavorable. Finalmente, la investigación concluyó en que, existe suficiente evidencia de carácter estadístico para colegir que hay una asociación significativa entre las variables estudiadas y sus respectivas dimensiones.

Zavala (2016), en su investigación, cuyo objetivo fue “identificar la relación que existe entre el clima organizacional y la competitividad de una empresa de servicios caso Representaciones Faraa S.A.C. en el distrito de Lince, 2016”. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, de tipo básico, alcance descriptivo-correlacional y diseño no experimental. La población y muestra fueron 20 trabajadores de la empresa. La técnica e instrumento usados fueron la encuesta y cuestionario respectivamente. Los resultados develaron que, el 97.62% de los trabajadores encuestados de la empresa, mostraron un alto nivel en cuanto clima organizacional se refiere. Se observó que un 95% de sus trabajadores tiene una alta competitividad, mientras que un 69% tienen claro las metas de la organización. Finalmente, el estudio concluyó que, existe suficiente evidencia de carácter estadístico para colegir que hay una asociación significativa entre las variables estudiadas y sus respectivas dimensiones. Es decir, un buen nivel en las relaciones Interpersonales de los trabajadores, permitiría tener un buen clima organizacional y en consecuencia una mayor competitividad.

Paredes (2016), en su investigación, tuvo como objetivo “examinar la forma en la que se determinan las decisiones y como estas repercuten en la competitividad de la empresa Mondeléz International”. La investigación fue de enfoque cuantitativo, tipo básica, de corte transversal, diseño no experimental y de alcance descriptiva-correlacional. La población y muestra estuvieron conformadas por 14 trabajadores (personal administrativo). La técnica e instrumento usados fueron la investigación bibliográfica, la encuesta y el cuestionario. Los resultados develaron que, el 50% de la muestra percibió que la gerencia de la empresa es eficiente en la toma de decisiones, el 57.1% percibió que la gerencia de la empresa sabe manejar adecuadamente los problemas aprovechando las oportunidades que surjan de estas. Y, el 21.4% percibió que la gerencia tiene la capacidad de determinar los factores de mayor injerencia en la empresa. Finalmente, la investigación concluyó en que, existe suficiente evidencia de carácter estadístico para colegir que hay una asociación significativa entre las variables estudiadas y sus respectivas dimensiones.

Castellanos y Ushiñahua (2016), en su investigación, tuvo como objetivo “determinar las relaciones entre relaciones interpersonales y clima organizacional en

el gimnasio World Light – Chiclayo”. La investigación fue de tipo básico, tuvo un enfoque cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal y, de alcance descriptiva-correlacional. La población y muestra estuvieron conformadas por 20 trabajadores (trabajadores que laboran en el gimnasio World Light– Chiclayo). La técnica empleada fue la investigación bibliográfica y la encuesta, el instrumento fue el cuestionario. Los resultados develaron que, un 51% de la muestra percibió que existe un buen nivel de relaciones interpersonales. Y, un 54% percibió que existe un buen clima organizacional. Finalmente, la investigación concluyó en que, existe suficiente evidencia de carácter estadístico para colegir que hay una asociación significativa entre las variables estudiadas y sus respectivas dimensiones.

### **1.3 Objetivos**

#### — Objetivo general

Determinar el nivel de correlación entre el Clima organizacional y la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021.

#### — Objetivos específicos

Determinar el nivel de correlación entre la toma de decisiones y la competitividad en la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021.

Determinar el nivel de correlación entre las relaciones interpersonales y la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021.

Determinar el nivel de correlación entre el liderazgo y la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021.

### **1.4 Justificación**

#### **1.4.1 Teórica**

La presente investigación tendría justificación teórica, porque permitiría contribuir a la literatura científica del clima organizacional y la competitividad empresarial y, a

las teorías de diferentes autores como Fernández, Koontz, O'Donnell y Ostroff, los cuales apoyan la relación de estas variables de estudio.

#### **1.4.2 Metodológica**

La presente investigación tendría justificación metodológica, porque estudiaría las relaciones existentes entre el clima organizacional y la competitividad bajo un instrumento que plantea nuevas dimensiones e indicadores y, que tienen como base la investigación (Fernández, 2019).

#### **1.4.3 Práctica**

La presente investigación tendría justificación práctica, porque permitirá comprender las opiniones de los empleados sobre diferentes elementos organizativos, que pueden ser las políticas de la empresa, la estructura organizativa, la situación económica de la organización, y los diferentes estilos y valores de liderazgo percibidos en la empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021.

### **1.5 Hipótesis**

#### — Hipótesis general

El clima organizacional se correlaciona con la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021.

#### — Hipótesis específicas

La toma de decisiones se correlaciona con la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021.

Las relaciones interpersonales se correlacionan con la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021.

El liderazgo se correlaciona con la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021.

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1 Clima Organizacional

En la teoría, el clima organizacional es conceptualizado en función a distintos niveles, se encuentran desde lo individual hasta lo organizacional. Putter (2010), sostuvo que el clima organizacional es una representación de las relaciones o vínculos que las personas de un entorno con características específicas construyen. Estos vínculos tienen una finalidad productiva y no se puede estudiar aisladamente del individuo mismo. Cuando se emplea este enfoque se evidencia una asociación entre el clima y los resultados de la organización. En ese sentido, la comparación de resultados entre distintas organizaciones permite el aumento de la competitividad. Ostroff definió que el clima organizacional puede entenderse desde los diferentes estados del mismo, en términos de procedimientos, prácticas, rutinas o políticas organizacionales. El clima se basa en las percepciones que los equipos de trabajo tienen sobre el entorno de la organización (citado por Martínez y Valenzo, 2020).

La moral de los empleados de una empresa puede tener un efecto importante en lo duro que trabajen y lo dedicados que estén a la empresa en su conjunto. Cuando los trabajadores están "comprometidos", están muy comprometidos con la organización y con su trabajo. Los trabajadores desvinculados pueden ser menos productivos y más propensos a abandonar la empresa que los trabajadores comprometidos, que se implican en su trabajo y quieren que tenga éxito. La moral de una organización tiene un impacto significativo en el grado de implicación de sus trabajadores en su éxito. La lealtad del personal aumenta cuando sienten que pueden hacer una buena contribución a la empresa en su conjunto. Por el contrario, un entorno de trabajo tóxico puede disminuir la moral y la productividad. Un entorno de trabajo más agradable puede repercutir favorablemente en la productividad de varias maneras. Los trabajadores más felices tienen menos probabilidades de estar estresados, lo que a su vez aumenta su motivación y productividad. Los entornos de trabajo positivos también fomentan el trabajo en equipo y las líneas abiertas de comunicación, lo que aumenta la productividad. En pocas palabras, un entorno de trabajo más agradable puede elevar la moral, lo que a su vez puede aumentar el rendimiento y la producción. El clima organizativo se refiere al grado en que una empresa valora a su personal, invierte en él y toma medidas para fomentar un lugar de trabajo alentador. (Brito et al., 2020, p. 4).

El clima organizacional forma parte de los recursos socio-emocionales y económicos. Por esta razón para lograr un buen desempeño laboral un gran nivel de compromiso hacia la organización, la misma organización debe preocuparse en generar un clima organizacional óptima para sus empleados. (Morante, 2018). Chirinos y Garcés (citados por Chirinos et al., 2018), señalaron que generar un buen clima organizacional es imprescindible considerar la el talento y su gestión dentro de la estructura corporativa. Este número juega un papel fundamental para potenciar a la empresa a cumplir sus metas, ejecutar su misión, potenciar su competitividad y atraer a los empleados adecuados, entrenarlos y motivarlos.

El clima organizacional según Chirinos et al. (2018), como propiedad del ecosistema de trabajo identificado por todas las personas que integran la empresa son determinados por el líder. La percepción que tienen los empleados de este ecosistema se refleja en la naturaleza psicológica abstracta de cómo organizan la experiencia del entorno. A continuación, se exponen los tipos de Clima organizacional según Likert.

Salazar, (2018) menciona que de acuerdo a lo desarrollado por Likert existen cuatro entornos distintos en el lugar de trabajo. La comunicación descendente, la toma de decisiones centralizada y el autoritarismo son características de un entorno de trabajo autoritario-explicativo. Las acciones de los trabajadores se supervisan y controlan mediante el uso de incentivos y castigos. La dirección de una empresa con un ambiente autoritario benevolente es paternalista y se preocupa por el bienestar de los trabajadores, aunque las decisiones se toman en la cúpula. Aunque hay cierto margen para que los empleados tomen sus propias decisiones en el trabajo, la mayoría de las interacciones siguen estando dirigidas desde arriba. Un entorno de trabajo consultivo es aquel en el que existe un diálogo abierto y honesto entre la dirección y el personal. Los empleados tienen cierto grado de control sobre sus tareas y se les anima activamente a contribuir a la toma de decisiones. La cultura organizativa de un grupo participativo es aquella en la que los trabajadores toman decisiones en equipo para alcanzar objetivos compartidos. Los líderes desempeñan el papel de facilitadores, mientras que a los trabajadores se les da un margen considerable para tomar decisiones en el trabajo. En conclusión, el ambiente de una organización cambia en función del grado de implicación de los trabajadores en la toma de decisiones y de la centralización del poder. Los efectos

sobre la motivación, el compromiso y el rendimiento de los empleados de los distintos tipos de ambientes de trabajo varían.

### **2.1.1 Toma de decisiones**

Según sostuvieron Chirinos, et al. (2018), estudiar el clima organizacional, es importante porque, se considera una de las tareas más críticas que enfrentan los gerentes, pues su toma de decisiones se enfoca en todas las responsabilidades que desempeña el líder, incluyendo la significancia de metas, la elección de métodos para alcanzar objetivos y los planes de contingencia frente a amenazas externas., Resolución de conflictos endógenos. Para ello se debe tomar decisiones con conocimiento de causa, los analistas de riesgos deben primero reconocer, evaluar y controlar los peligros que pueden derivarse de un asunto o una circunstancia A continuación se esboza un proceso simplificado de toma de decisiones basado en el análisis de riesgos: (1) Identificación del asunto en cuestión y determine qué quiere conseguir tomando esta decisión. (2) El siguiente paso consiste en identificación de los peligros presentes en la circunstancia actual. El proceso puede incluir hablar con especialistas y recopilar datos sobre posibles peligros. (3) Evaluación de la probabilidad de que cada peligro se materialice, así como la medida en que puede afectar al escenario, si lo hace. Métodos como las matrices de riesgo pueden ayudar a priorizar las amenazas por orden de impacto. (4) Selección de los métodos para mitigar los riesgos identificados. Aceptar el riesgo, reducirlo mediante el uso de salvaguardas o transferirlo a otra persona son opciones viables. La opción óptima para la gestión del riesgo debe elegirse después de haber considerado y evaluado todas las posibles líneas de actuación. (6) Una vez elegida la solución adecuada, hay que ponerla en práctica y evaluar su eficacia para asegurarse de que los riesgos se están mitigando adecuadamente.

Según Rodríguez et al. (citados por Chirinos et al., 2018), la toma de decisiones se caracteriza porque, en una organización, se limitan a una serie de personas con el mismo propósito. Por este motivo, se debe comenzar por elegir una alternativa, que debe convertirse en una de las tareas más importantes, que requiere el uso del buen juicio para evaluar el problema o situación, y una consideración profunda a la hora de elegir. hacia adelante.

Según Castellanos y Ushiñahua (2016), un aspecto importante relacionado con la toma de decisiones es la responsabilidad. Ya que esta es la percepción de los individuos de una organización sobre su autonomía dentro de la misma y en función a su trabajo. Este es el sentimiento de determinación del sujeto sobre una tarea o actividad en específico.

### **2.1.2 Relaciones interpersonales**

Castellanos y Ushiñahua (2016), señalaron que las relaciones interpersonales son puntos de vista de cada trabajador de la empresa con respecto que tan bueno o malo son todas las relaciones que se desarrollan en el ambiente de trabajo, tanto entre personal del mismo rango y superiores” (p. 39). Pratto y Walker, señalaron que su teoría sobre las relaciones interpersonales, se adoptó con un enfoque económico, con el fin de “poder examinar el poder, teniendo en cuenta la percepción de los individuos y la valoración de sus relaciones, tanto si son productivas económicamente como social y psicológicamente (citados por Castellanos y Ushiñahua, 2016, p. 38).

Conocer a las personas adecuadas puede ser crucial para su éxito en los negocios. Mantener conexiones positivas con el personal de su empresa, proveedores, clientes y competidores es esencial para su éxito. A largo plazo, todos se beneficiarán de sus acciones consideradas y de sus sólidas relaciones en la red. Por este motivo, cultivar relaciones sólidas debería desempeñar un papel fundamental en el crecimiento de su empresa. Participar en grupos comerciales, donde se debaten ideas para mejorar el sector, es una forma estupenda de conocer gente nueva y desarrollar contactos profesionales. Gestionar una empresa es pan comido. Date cuenta de que el verdadero objetivo de los negocios es beneficiar a los demás, no enriquecerse uno mismo. Reúna un equipo de expertos a su alrededor y no querrá dejar nunca el negocio. Demuestre su lealtad a la marca, participe en la defensa de la marca compartiendo y comentando publicaciones en las redes sociales, recomendando a nuevos clientes o enviando un testimonio. Es más fácil hacer negocios con alguien que ya te gusta y en quien confías. Si promocionas la empresa de buena fe, crearás una relación sólida que te llevará al éxito. Hable de los problemas frecuentes en las empresas Es un método excelente para mantener la perspectiva y fomentar las conexiones. Establecer contactos y proporcionar

información útil. Limitarse a repartir tarjetas de visita o hacer un discurso de ventas no le ayudará a crear relaciones que beneficien a su organización. Pase tiempo de calidad con la otra persona. Preste toda su atención a la otra persona y responda adecuadamente. Facilite una interacción positiva haciendo una presentación pertinente, ofreciendo una sugerencia o idea útil, enviando un artículo informativo, etc. Una vez establecido un vínculo sólido, todo será más fácil. Con un vínculo sólido, todo es posible. Hablar de perspectivas y recursos demuestra generosidad dando a los demás. No se puede pasar sin ello. Nos hicimos muy amigos de los niños del patio, que siempre estaban encantados de dejarnos jugar con sus cosas. La forma en que conectamos con los demás no cambia con la edad. Compartir pistas o activos con otra empresa aumentará la probabilidad de que esa empresa establezca una asociación a largo plazo y mutuamente beneficiosa con usted (Brito et al., 2020, p 5).

Según Yañez, et al., (citados por Chirinos et al., 2018), las relaciones interpersonales tienen como base la relación entre un grupo o grupo de personas que realizan actividades o eventos específicos de acuerdo con las reglas propuestas para dichas relaciones. Robbins y Coulter (2010) lo relacionan con la opinión de los trabajadores de la empresa en cuanto que tan bueno es las relaciones laborales en el trabajo y el clima laboral, ya sea entre colegas o entre jefes y subordinados, dentro o fuera de la organización.

Según Castellanos y Ushiñahua (2016), las relaciones interpersonales estarían asociadas con el factor psicológico, ya que, permiten la motivación de los trabajadores, ya que los vínculos, el tipo de vinculo y la forma en la que estas se desarrollan, tienen una influencia en la conducta de los empleados, al momento de afrontar sus obligaciones personales y organizativas. Los elementos importantes en las relaciones interpersonales podemos considerar los siguientes (1) La capacidad de expresar y recibir pensamientos, sentimientos y emociones es una parte crucial de toda relación significativa. (2) La confianza es un componente esencial de toda relación sana, ya que es lo que hace posible que la pareja se abra al otro. Una conexión basada en el respeto mutuo ayuda a cada parte a sentirse importante y respetada. (3) La empatía permite ponerse en el lugar del otro e intentar ver las cosas desde su punto de vista. Esta

capacidad es crucial para desarrollar conexiones satisfactorias con los demás. Las relaciones prosperan cuando sus miembros son capaces de apoyarse mutuamente para obtener ayuda tanto emocional como práctica, especialmente en los momentos difíciles. (4) Las relaciones prosperan cuando sus miembros son compatibles en cuanto a personalidad, valores y ambiciones. Comportarse adecuadamente es la base de unas relaciones interpersonales sanas. El abuso, la negligencia y otras formas de mala conducta pueden arruinar una amistad o una relación productiva.

### 2.1.3 Liderazgo

El liderazgo como el centro de los procesos grupales, lo que significa que un líder de un grupo encarna lo que el grupo quiere, cambia las cosas si es necesario y al mismo tiempo el líder tiene que representar el centro del grupo. El liderazgo en los negocios es la capacidad de dirigir e inspirar a un grupo de empleados hacia la consecución de los objetivos de la empresa. En el mundo empresarial, es uno de los rasgos más apreciados en un líder. El liderazgo requiere la capacidad de ver el panorama general y transmitirlo a los empleados. La capacidad de emitir juicios críticos con rapidez es un requisito previo para todo líder en la empresa. Para asegurarse de que todos los miembros del equipo están en la misma página y trabajan por los mismos objetivos, es esencial que los líderes empresariales se comuniquen eficazmente con ellos. Una de las cualidades más importantes de un líder empresarial es su capacidad para pensar de forma innovadora y encontrar soluciones novedosas a viejos retos. La capacidad de ganarse la confianza y el respeto de los empleados es crucial para todo líder empresarial de éxito, ya que fomenta un ambiente en el que a la gente le gusta venir a trabajar. Un líder empresarial debe hacer hincapié en hacer las cosas y avanzar hacia los objetivos de la empresa. La capacidad de inspirar a los demás es crucial para cualquier directivo o empresario que quiera ver triunfar a su equipo y mantener altos niveles de productividad y lealtad de los empleados. Para realizar cambios significativos y duraderos dentro de una organización, un líder necesita la capacidad de efectuar un cambio "transformacional" en la cultura de la empresa (Fuchs, 2016).

Otro punto de vista del liderazgo es verlo como un proceso de transformación, que simplemente lleva a los seguidores a lograr más de lo que el líder espera de ellos. Es ver el liderazgo desde una perspectiva de habilidades, que se centra en las habilidades y el conocimiento del líder que se traduce en un liderazgo eficaz. El término "liderazgo transaccional" se utiliza para describir un estilo de gestión que prima la supervisión y la corrección del rendimiento para alcanzar objetivos predeterminados, así como la recompensa y el castigo a los empleados por alcanzar dichos objetivos. En el liderazgo transaccional, el líder y los subordinados trabajan juntos para establecer un sistema de incentivos y castigos por alcanzar o no los objetivos. El liderazgo eficaz, según la teoría

de la contingencia subyacente a la teoría transaccional, está condicionado tanto por las circunstancias específicas en las que opera una organización como por las cualidades y experiencias personales de sus líderes y seguidores. Por lo tanto, en este tipo de liderazgo, el líder presta atención al aquí y ahora, centrándose en controlar la situación y asegurándose de que las personas alcanzan las expectativas y los objetivos mediante el empleo de incentivos y castigos. Unas expectativas y unos objetivos claros, la capacidad de gestionar eficazmente las transacciones, incluidos los incentivos y los castigos, la supervisión y el control constantes, y la capacidad de identificar y abordar los problemas a medida que surgen son las características distintivas del liderazgo transaccional. Cuando se trabaja en actividades normales y predecibles, y cuando el personal necesita una supervisión y dirección estrechas para alcanzar objetivos predeterminados, el liderazgo transaccional puede ser un estilo de gestión útil de adoptar (Putter, 2010).

Fleishmann et al., (citado por Fuchs, 2016), señaló que el liderazgo es una mezcla de atributos de carácter y habilidades especiales que posee una persona. Esta capacidad motiva a los líderes a ayudar a los demás a cumplir con sus obligaciones. Finalmente, Fuchs (2016), definió al liderazgo como un acto de comportamiento, que se refiere a las cosas que los líderes hacen en un grupo para cambiar algo.

Según sostuvieron Chirinos et al. (2018), estudiar el clima organizacional, es importante porque, permitirá comprender las opiniones de los empleados sobre diferentes elementos organizativos, reglas de la organización, su organización economía, comportamiento de sus líderes. Por lo tanto, para comprender la atmósfera de la empresa, uno debe comprender el comportamiento humano, la estructura organizacional y los procesos organizacionales.

Describir el liderazgo como un rasgo es muy diferente en comparación con el liderazgo como un proceso porque la perspectiva de los rasgos predice que una persona que es líder o puede serlo tiene características y cualidades naturales únicas. Esas cualidades innatas distinguen a los líderes de los que no lo son como el caso del liderazgo transformacional que se caracteriza por animar a los subordinados a superarse profesional y personalmente. El objetivo de un líder transformacional es crear un lugar

de trabajo productivo y satisfactorio en el que todos se sientan valorados y animados a desarrollar todo su potencial. Basándose en la idea del liderazgo carismático, el líder de esta forma de organización es capaz de inspirar e impulsar a su equipo a lograr hazañas imposibles. Un líder transformador da importancia a la visión y el objetivo de la organización, y transmite con éxito su significado para el futuro de la empresa. También se preocupa por el progreso personal y profesional de sus trabajadores, por lo que les proporciona abundantes recursos y formación para ayudarles a prosperar en su trabajo. La capacidad de inspirar y motivar a los empleados, la atención prestada al crecimiento y desarrollo individual de los empleados, el establecimiento de un entorno de trabajo positivo y motivador, la expresión clara y concisa de la visión y misión de la empresa, y el fomento de la inventiva y la originalidad son todos ellos rasgos distintivos del liderazgo transformacional. Como su nombre indica, el liderazgo transformacional es más útil en circunstancias que exigen cambios importantes en la cultura de la empresa, enfoques nuevos y originales de los problemas y una devoción inquebrantable de todos los empleados a los objetivos de la organización. Northouse (citado por Fuchs, 2016).

Fuchs (2016), sostiene que dirigir es una tarea compleja que requiere una amplia gama de conocimientos y habilidades. Entre los aspectos más importantes del liderazgo figuran los siguientes:

- Un líder necesita una visión bien desarrollada de su propio futuro y del de su equipo o empresa.
- Una de las cualidades más importantes de un líder es la capacidad de transmitir eficazmente su visión, sus objetivos y sus necesidades a su equipo y a otras partes interesadas.
- El liderazgo requiere decisión, capacidad para evaluar rápidamente los acontecimientos y tomar decisiones acertadas bajo presión.
- Una cualidad importante en un líder es la capacidad de inspirar a sus seguidores y a sí mismo para alcanzar el éxito.

- La capacidad de un líder para asignar tareas a los miembros de su equipo de forma eficiente y equitativa es crucial para el éxito de cualquier organización.
- Los líderes necesitan fuertes habilidades interpersonales para poder trabajar bien con los demás y sacar adelante sus proyectos.
- Ser flexible es esencial para los líderes, así como la capacidad de adaptarse rápidamente a nuevas situaciones.
- Un líder íntegro siempre será veraz, ético y fiable.
- La capacidad de un líder para manejar los desacuerdos y encontrar soluciones justas a las dificultades es esencial.
- Un líder tiene que tener conciencia social, lo que significa que puede identificar y responder a las necesidades y preocupaciones de las personas de su equipo y de otras partes interesadas.

## **2.2 Competitividad**

Koontz y O'Donnell señalaron que la en relación con sus competidores. Esto depende del valor y la cantidad del producto entregado y de la relación entre el insumo para obtener el producto y la productividad de otros proveedores del mercado (citado por Hernández, 2014). Una de las definiciones más y completas es la competitividad sistémica que se encarga tanto para pequeñas empresas hasta grandes industrias, del análisis macroeconómico, desarrollo económico, factores culturales y factores sociales.

Según lo señalado por Saavedra y Milla (citados por Ibarra et al., 2017), el termino competitividad se caracteriza por no tener una única definición. No existe un consenso sobre su definición, porque su significado es muy amplio. Este concepto abarca desde temas relacionados con el nivel que posee una empresa hasta el método que emplea una corporación para tener ventaja sobre otras.

La competitividad y la competencia están inextricablemente unidas. Para tener éxito en los negocios, hay que ser competitivo, y para conseguirlo se necesita una competencia eficaz.

El éxito y el crecimiento a largo plazo son más probables en las empresas que son capaces de competir con éxito y mantener una ventaja competitiva duradera. Lo que hace que una empresa sea competitiva es su capacidad para llevar a cabo operaciones y generar bienes y servicios de una calidad lo suficientemente alta como para atraer a los clientes. Todo depende de lo bien que una empresa lleve a cabo sus operaciones y del valor que pueda aportar a sus consumidores. La capacidad de una empresa para competir eficazmente en su mercado es a lo que nos referimos cuando hablamos de competitividad empresarial. Atraer y retener a los consumidores, ofrecer una calidad, unos precios y un valor superiores y mantener una ventaja competitiva a largo plazo son todos aspectos de una empresa de éxito. Por ello, las empresas deben idear métodos para aumentar su competencia y competitividad. La empresa puede hacerlo centrándose en la calidad de sus bienes y servicios, racionalizando sus operaciones, siendo flexible ante los cambios del mercado, creando una identidad de marca memorable y reforzando sus conexiones con su clientela y su cadena de suministro. Además, para mantener la competitividad, las empresas deben vigilar la evolución del mercado y de la industria y adaptar su estrategia adecuadamente (Chirinos et al., 2018, p. 58).

La competitividad empresarial según Ibarra et al., (2017), se deriva de la ventaja de una organización por medio de sus formas originales de jerarquía o estructura organizacional y producción en relación con la de sus principales competidores del sector.

Según Méndez (citado por Castellanos y Ushiñahua, 2016), la competitividad y el clima organizacional comparten los siguiente: tanto el clima como la competitividad son elementos complementarios. Es imprescindible saber que elementos influyen en el clima organizacional, porque a través de ello se tiene un control sobre la competitividad que esta posee y como esta se desarrolla a través del tiempo. El término "clima organizativo" se utiliza a menudo para describir cómo se sienten los trabajadores emocional y mentalmente mientras están en el trabajo. La cultura, el liderazgo, la colaboración, la motivación, la dedicación y la felicidad laboral forman parte de él. La moral y el entusiasmo de los trabajadores de una empresa pueden tener un impacto significativo en su productividad en el trabajo. Hay varias formas en las que un entorno de trabajo agradable puede impulsar la productividad. Los niveles de dedicación y entusiasmo de los empleados por su trabajo pueden verse impulsados por la creación de un entorno laboral agradable. La colaboración y la cooperación florecen

en un entorno en el que se fomentan, lo que repercute positivamente en la productividad. La comunicación abierta y honesta se fomenta en un entorno de trabajo propicio, lo que ayuda a los empleados a comprender mejor sus funciones y los objetivos generales de la organización. Tanto el compromiso de los empleados como la productividad pueden beneficiarse de un alto nivel de satisfacción laboral dentro de la empresa. Por el contrario, un entorno de trabajo tóxico puede tener consecuencias perjudiciales, como: la desmotivación se produce cuando los trabajadores pierden interés por su trabajo y se implican menos en la empresa en su conjunto. La productividad y la moral de los empleados pueden verse afectadas si la cultura de la empresa es tensa y no son capaces de trabajar juntos con eficacia. Comunicación ineficaz: un mal ambiente de trabajo puede dificultar que las personas hablen entre sí y expresen sus ideas con claridad, lo que aumenta la probabilidad de malentendidos y errores. La insatisfacción en el trabajo puede influir gravemente tanto en el compromiso de los empleados como en su productividad, especialmente si es consecuencia de un entorno laboral tóxico. En pocas palabras, el estado de ánimo en el lugar de trabajo puede tener un efecto importante en la intensidad del trabajo. Por consiguiente, es crucial que las empresas se esfuercen por crear un lugar de trabajo agradable y propicio para aumentar el entusiasmo, la dedicación, el trabajo en equipo y la sensación general de satisfacción en el trabajo de sus empleados.

### **2.2.1 Productividad**

“La calidad tiene como fundamento un clima organizacional que se refleja en la empresa como altos niveles de productividad y competitividad. De la misma manera, una gran productividad es consecuente de un buen ambiente de trabajo”. (Chirinos et al., 2018, p. 58)

Según Porter (citado por Fernandez, 2019), la productividad es definida como el mejoramiento de las capacidades productivas de una empresa. Los indicadores relacionados con esta dimensión generalmente son, diseño y desarrollo técnico de programas, creatividad, identidad de los clientes, dinamismo y facilidad de atención.

### **2.2.2 Responsabilidad Social Empresarial**

La responsabilidad social empresarial se define como un conjunto ordenado de procedimientos organizacionales que permite la producción y distribución de riqueza para el mejoramiento de sus grupos de interés mediante la implementación e integración de sistemas éticos y prácticas de gestión sustentable (Smith, 2011) .

Según la Comisión de las Comunidades Europeas (citado por Paredes et al., 2021), señalo que la Responsabilidad Social Empresarial es “la unión de temas ambientales y comunidad a la gestión con trabajadores clientes y comunidad” (p. 12).

Existe una larga y variada trayectoria asociada a la evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial. Bowen en 1953, planteó la idea de incorporar una serie de reglas para que las organizaciones cumplan con sus obligaciones con la sociedad. Para el hombre de negocios, las decisiones y acciones afectan a sus partes interesadas, empleados y clientes e influye directamente en el nivel de vida de la comunidad. En ese sentido, Bowen explica que las responsabilidades con la sociedad son “el compromiso que tienen los líderes de las empresas de incorporar políticas de acción con objetivos específicos en beneficio de su organización y refuerce a la sociedad” (Lapatí et al., 2019).

Mendoza y Sierralta (2017), sostiene que un aspecto importante de la responsabilidad social empresarial es, el compromiso que la corporación tiene y muestra sobre sus acciones con su entorno o comunidad. Este es un compromiso voluntario y desinteresado y sin ánimo de lucro. Este compromiso obliga a la empresa a actuar más allá de lo que por ley está obligada a realizar.

La responsabilidad social empresarial y la necesidad de tratarlo, no es solamente para las empresas, sino también para la sociedad y el mercado, ya que estas exigen a las empresas ser responsables socialmente (Mendoza y Sierralta, 2017). La importancia de la responsabilidad social está económicamente también considera a otros grupos con los mismos intereses. Por tanto, para lograr una mayor preminencia, competitividad y a su vez traer más clientes por tanto más inversionistas debe lograrse a partir de la gestión empresarial” (Paredes et al., 2021, p. 12).

Para Mendoza y Sierralta, (2017) las empresas deben cumplir primero sus obligaciones legales y financieras mínimas antes de asumir formas más ambiciosas de responsabilidad social. Además, implica que las empresas deben hacer buenas contribuciones a la sociedad y al medio ambiente más allá del mero cumplimiento de sus obligaciones legales y fiscales mínimas. Así mismo mencionan que según Carroll construyó una "pirámide de la responsabilidad social de las empresas" compuesta por cuatro niveles, cada uno de los cuales representa un aspecto diferente. Entre ellos figuran:

- En la base de la pirámide está el deber de las empresas de maximizar el valor para el accionista, fomentando al mismo tiempo un mercado laboral sano y estable.
- La responsabilidad ante la ley significa cumplir todas las normas y reglamentos regionales, nacionales e internacionales que puedan aplicarse a la empresa.
- En esta fase, la obligación ética de la empresa va más allá del mero cumplimiento de la ley e incluye la adhesión a normas universalmente aceptadas de decencia y equidad. La integridad, la honestidad, la imparcialidad y la franqueza en la toma de decisiones y en las interacciones con el personal, los clientes y los proveedores son ejemplos de lo que podría incluir este término.
- En la cúspide de la pirámide, la responsabilidad filantrópica describe las formas en que las empresas mejoran voluntariamente las vidas de sus empleados y las comunidades en las que trabajan. Algunos ejemplos son las donaciones a organizaciones benéficas, la participación en programas de voluntariado y el trabajo en cuestiones medioambientales y sociales.

### **2.2.3 Calidad del servicio**

Según señaló Lamb, et al., (citado por Salazar, 2018), el servicio es el resultado de la acción humana o mecánica sobre personas u objetos. El servicio se refiere a eventos,

actuaciones o esfuerzos que en realidad no se pueden poseer. Y, la calidad de servicio marca la ruta y acciones a seguir por todas las personas que trabajan en la empresa. Por lo tanto, para cumplir con las metas propuesta su principal atención debe estar en el cliente. “Podemos decir que una empresa es competitiva por lo capacitada que están sus empleados, si maneja tecnología de punta, que ofrece productor y servicios de alta calidad en comparación con otras empresas” Porter (citado por Fernandez, 2019, p. 11).

Según Salazar (2018), el servicio, como característica de la competitividad, debe ser entendida como toda actividad de carácter comercial, que debe ser rápida, efectiva y de calidad. Actualmente, las empresas ofrecen sus servicios a través de las redes sociales o el internet, debido a que la forma de comunicarla permite llegar a más personas y es más eficiente, segura y confiable. Sin embargo, si el servicio no cubre las necesidades del usuario o no cumple con sus expectativas, esto ocasiona una mala experiencia e impide la fidelización del cliente.

Según Porter (citado por Fernandez, 2019), el servicio es “la resultante de llevar a cabo una serie de acciones humanas o tecnológicas a clientes o cosas” (p. 14). Los indicadores relacionados con esta dimensión generalmente son: calidad del producto, atención personalizada, empatía y seguridad.

## **III.MÉTODO**

### **3.1 Tipo de investigación**

La presente investigación fue de tipo básica, “porque buscó incrementar los conocimientos científicos, pero sin contrastarlos con ningún aspecto práctico. Se denomina investigación pura, teórica o dogmática. Se caracteriza porque se origina en un marco teórico y permanece en él” (Muntané, 2010, p. 221).

El enfoque de este estudio fue cuantitativo, porque buscó someter los datos numéricos recolectados, a una prueba de hipótesis mediante el empleo de las herramientas estadísticas (Hernández et al., 2014).

El alcance de la presente investigación fue correlacional, porque buscó “identificar las relaciones que existen entre diferentes variables de estudio, esto, con la finalidad de observar las variaciones que presentan las variables y colegir si tienen relación entre sí o no (Hernández et al., 2014).

El diseño de la presente investigación fue no experimental – de corte transversal, debido a que, su finalidad fue solo observar un fenómeno, hecho o problema sin intervenir en el, manipulando variables o manipulando el ambiente. Todo ello, será estudiado en un momento determinado, bajo un contexto determinado a una muestra determinada (Hernández et al., 2014).

### **3.2 Ámbito temporal y espacial**

#### **3.2.1 Ámbito temporal**

El estudio se llevó a cabo en los meses que conforman el periodo 2021.

#### **3.2.2 Ámbito espacial**

El estudio se llevó a cabo en las diferentes áreas de la empresa Salados y Dulces EIRL.

### 3.3 Variables

**Tabla 1**

*Matriz de operacionalización de la VI y V2*

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	N°	Ítem	Min	Max	Rango				
									Malo	Regular	Bueno		
Clima organizacional	Ostroff definió que el clima organizacional es una percepción compartida de cómo es la organización en términos de prácticas, políticas, procedimientos, rutinas y recompensas - qué es importante y qué comportamientos se esperan y recompensan - y se basa en percepciones compartidas entre los empleados dentro de las unidades organizacionales formales. (citado por Martínez & Valenzo, 2020).	La variable clima organizacional se estudiará bajo 3 dimensiones principales. La primera dimensión contiene 2 vindicadores; la segunda dimensión contiene 2 indicadores y la tercera dimensión contiene 2 indicadores.	Toma de decisiones	Bajo riesgo	O1	La empresa realiza un plan de contingencia con la finalidad de mitigar los riesgos para la compañía.	1	5					
					O2	Los empleados evalúan diferentes situaciones a fin de disminuir el riesgo.	1	5					
					O3	Los empleados toman diferentes alternativas para solucionar un problema.	1	5	$x < 11$	$11 \geq 17$	$x > 17$		
						Toma de decisiones bajo incertidumbre	O4	Los empleados realizan la evaluación de los resultados antes de tomar una decisión.	1	5			
					O5		Los empleados tienen las capacidades para identificar una oportunidad que permita mejorar la empresa.	1	5				
					Relaciones interpersonales	Comunicación	O6	Hay una comunicación efectiva entre jefes y empleados	1	5			
							O7	Existe una comunicación efectiva entre las distintas áreas de la empresa.	1	5	$x < 11$	$11 \geq 17$	$x > 17$

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	N°	Ítem	Min	Max	Rango		
									Malo	Regular	Bueno
					O8	La empresa fomenta la comunicación continuamente.	1	5			
				Motivación	O9	Su jefe les brinda motivación por el trabajo que realizan.	1	5			
					O10	La empresa brinda a su personal la oportunidad de desarrollar capacidades que lo mantengan motivado en su trabajo.	1	5			
			Liderazgo	Interés	O11	Está atento de las necesidades que tienen sus empleados.	1	5			
					O12	Muestra respeto y profesionalismo con su equipo de trabajo.	1	5			
					O13	Tienen interés en hacer que su equipo de trabajo sea eficiente y sobresalga.	1	5	x < 11	11 ≥ 17	x > 17
				Visión	O14	Tiene una visión del objetivo que se quiere lograr a corto y largo plazo.	1	5			
					O15	Logra que su equipo de trabajo se involucre hacia la visión y el objetivo de la empresa.	1	5			
Competitividad	Koontz & O'Donnell señalaron que la	La variable Competitividad se estudiará bajo 3	Productividad	Programas y proyectos	C1	Se diseñan y aplican proyectos de innovación y desarrollo.	1	5	x < 11	11 ≥ 17	x > 17

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	N°	Ítem	Min	Max	Rango					
									Malo	Regular	Bueno			
competitividad es la capacidad que tiene la empresa, de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado (citado por Hernández, 2014, párr. 2).		dimensiones principales. La primera dimensión contiene 3 dimensiones, la segunda dimensión contiene 2 indicadores y la tercera dimensión contiene 3 indicadores.	Capacidades competencias		C2	Los trabajadores, demuestran compromiso y eficiencia al involucrarse con clientes.	1	5						
						C3	Los trabajadores responden adecuadamente frente a diferentes problemas que puedan ocurrir.	1	5					
						C4	Los trabajadores son capacitados manejar mejor los recursos de la empresa.	1	5					
						C5	La empresa facilita a sus empleados de cada área materiales y equipos adecuados, para el correcto desarrollo de sus actividades.	1	5					
			Responsabilidad Social Empresarial			Interna		C6	La gestión cumple con las expectativas de los colaboradores garantizando su crecimiento en un buen ambiente laboral.	1	5			
									C7	La gestión cumple con su responsabilidad con el medio ambiente.	1	5	x < 11	11 ≥ 17
						Externa		C8	La gestión realiza actividades que permitan generar una mayor responsabilidad con la comunidad.	1	5			

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	N°	Ítem	Min	Max	Rango		
									Malo	Regular	Bueno
					C9	La gestión realiza proyectos que permitan mejorar sus productos y servicios.	1	5			
					C10	La gestión realiza actividades que permitan generar una mayor responsabilidad con los clientes.	1	5			
			Calidad del servicio	Empatía	C11	La empresa brinda atención personalizada.	1	5			
					C12	Los empleados buscan satisfacer las necesidades del cliente	1	5			
					C13	Los empleados se ponen en el lugar del cliente	1	5			
				Accesibilidad	C14	La empresa brinda facilidad de acceso al servicio.	1	5			
				Limpieza e higiene	C15	La empresa brinda mantiene la limpieza e higiene para el consumidor	1	5			
									x < 11	11 ≥ 17	x > 17

Fuente: Elaboración propia

### 3.4 Población y muestra

#### 3.4.1 Población

La población fueron los colaboradores de las distintas áreas (administrativo, producción y servicio) de la empresa Salados y Dulces EIRL

#### 3.4.2 Muestra

El tipo de muestreo fue el muestreo no probabilístico por conveniencia. El tamaño de la muestra para el presente estudio fue 30 colaboradores (administrativo, producción y servicio) de la empresa Salados y Dulces EIRL.

- Criterios de inclusión: colaboradores que pertenezcan a las áreas administrativo, producción y servicio de la empresa Salados y Dulces EIRL.
- Criterios de exclusión: colaboradores que no pertenezcan a las áreas administrativo, producción y servicio de la empresa Salados y Dulces EIRL.

**Tabla 2**

*Tipo de colaborador*

Tipo de colaborador	Administrativo	Producción	Servicio
Cantidad	10	10	10

Fuente: Elaboración propia.

### 3.5 Instrumentos

Los instrumentos que se emplearon en la presente investigación fueron 02 cuestionario cerrados con escala de Likert de 5 niveles. Ambos instrumentos estuvieron adaptados con base en el estudio de Fernández (2019), sobre el Clima Organizacional y la Competitividad. Los instrumentos que se emplearon son:

- Cuestionario para medir el clima organizacional en la empresa Salados y Dulces EIRL. (Anexo 2)
- Cuestionario para medir la competitividad en la empresa Salados y Dulces EIRL. (Anexo 2)

Estos instrumentos fueron validados bajo 02 métodos.

- Juicio de experto del instrumento de evaluación (Anexo 3)
- Estadístico Alpha de Cronbach para medir la fiabilidad (Anexo 4)

### **3.6 Procedimientos**

Los procedimientos que se emplearon en la presente investigación fueron los siguientes:

- Para la recolección de datos se definieron la muestra de estudio.
- Se identificó la muestra que quiera participar voluntariamente.
- Se tomó el cuestionario de manera virtual, proporcionándole a la muestra el enlace o link del formulario.
- Se organizó la data recolectada en un documento Excel.
- Finalmente se tabuló la información recolectada en el programa estadístico SPSS. última versión.

### **3.7 Análisis de datos**

El análisis de los datos recolectados y tabulados fueron en 02 etapas:

- Etapa 1: Se realizó el análisis descriptivo de los datos, con la finalidad de resumir y caracterizar datos. Este tipo de análisis nos ofrece una manera adecuada de presentar la información recopilada.
- Etapa 2: Se realizó el análisis descriptivo de los datos, con la finalidad de observar si existen o no, correlaciones entre las variables de estudio, a través de pruebas de hipótesis.

### **3.8 Consideraciones éticas**

El presente estudio mantuvo la ética de la investigación en todo momento, ya que los datos personales recolectados de la muestra estudiada, fueron codificados numéricamente, con la finalidad de mantener su confidencialidad.

## IV. RESULTADOS

### 4.1 Análisis descriptivos

#### 4.1.1 Estadísticos descriptivos

Los estadísticos descriptivos que se consideraron para el estudio fueron: media, desviación típica, asimetría, curtosis, mínimo y máximo.

**Tabla 3**

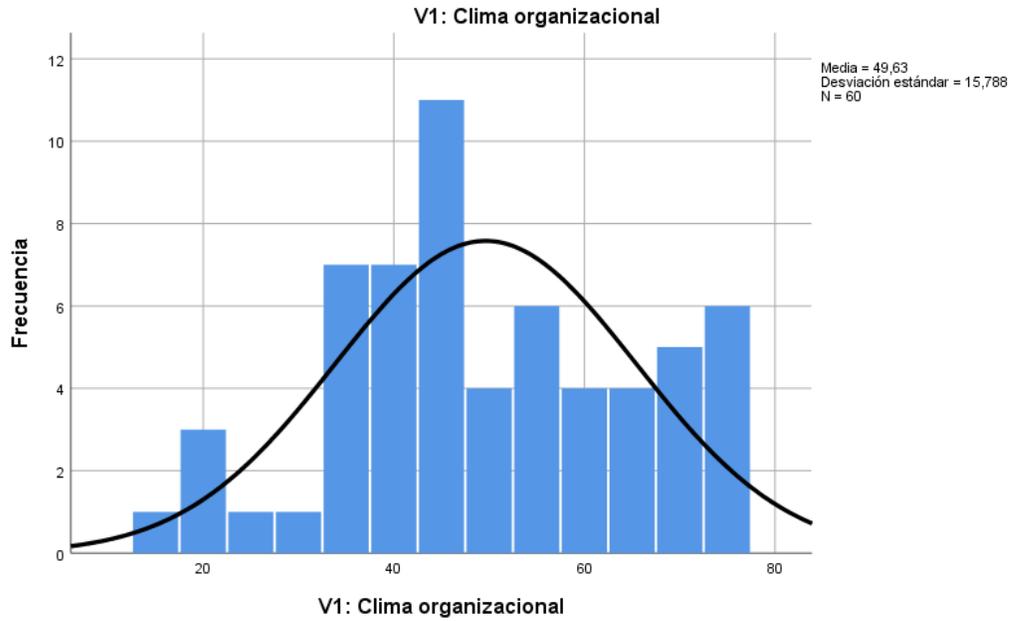
*Estadísticos descriptivos de las variables de estudio*

	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación	Asimetría	Curtosis
V1: Clima organizacional	60	60	15	75	49.63	15.788	-0.064	-0.705
V2: Competitividad	60	51.00	24.00	75.00	47.8000	14.59371	0.285	-0.965
N válido (por lista)	60							

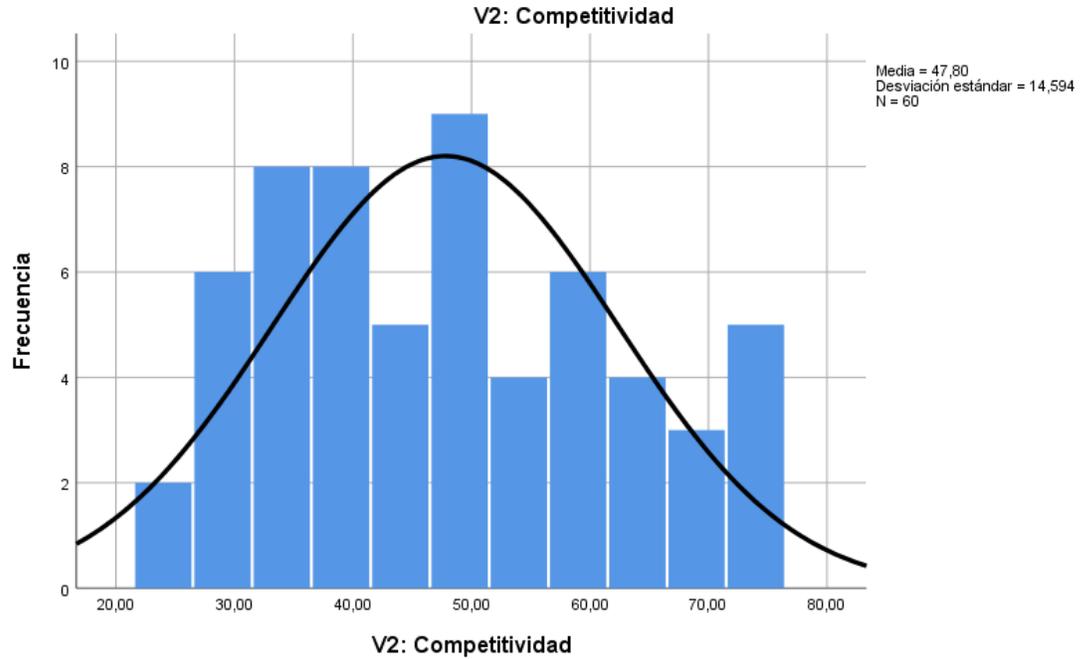
*Nota.* Mínimo: menor valor que la función toma y Máximo: mayor valor que la función toma.

Como se observa en la tabla 3, el coeficiente de asimetría para la variable 1, es “negativo”, este resultado negativo significa que la distribución se sesga a la derecha presentando una distribución mesocúrtica (valor negativo de curtosis indica que la distribución tiene colas más livianas que la distribución normal). En cuanto a la variable 2, el coeficiente de asimetría es “positivo”, entonces la variable sería asimétricamente positiva y presenta una distribución mesocúrtica (valor negativo de curtosis indica que la distribución tiene colas más livianas que la distribución normal.).

**Figura 1**  
*Histograma V1*



**Figura 2**  
*Histograma V2*



#### 4.1.2 Prueba de normalidad

Para determinar si la muestra aleatoria del estudio presenta distribución normal, se usó la prueba de Kolmogórov-Smirnov, la cual es un tipo de prueba estadística no paramétrica. Esto quiere decir que si  $\text{Sig. (p-valor)} > 0.05$  aceptamos  $H_0$  (hipótesis nula)  $\rightarrow$  distribución normal; y, si  $\text{Sig. (p-valor)} < 0.05$  rechazamos  $H_0$  (hipótesis nula)  $\rightarrow$  distribución no paramétrica. La hipótesis nula ( $H_0$ ), considera que la distribución de la variable seleccionada proviene de una distribución normal. Así:  $H_0$ : Los datos de las variables proceden de una distribución normal; y, la  $H_a$ : Los datos de las variables no proceden de una distribución normal.

**Tabla 4**

*Prueba de normalidad K-S de las variables de estudio*

		V1: Clima organizacional	V2: Competitividad
N		60	60
Parámetros normales <sup>a,b</sup>	Media	49.63	47.8000
	Desv. Desviación	15.788	14.59371
Máximas diferencias extremas	Absoluto	0.108	0.095
	Positivo	0.108	0.095
	Negativo	-0.069	-0.067
Estadístico de prueba		0.108	0.095
Sig. asintótica(bilateral)		,081 <sup>c</sup>	,200 <sup>c,d</sup>

*Nota.* La distribución de contraste es la Normal. b. Se han calculado a partir de los datos. K-S: Kolmogorov-Smirnov

En la tabla 4, se ha observado que existe suficiente evidencia estadística para decir que los datos de la muestra, para ambas variables, se ajustan a una distribución Normal porque  $P > 0,05$ , entonces se debe aceptar la hipótesis nula ( $H_0$ ).

#### 4.2 Resultados ligados a las hipótesis

Los criterios de Aceptabilidad usados para los resultados ligados a las hipótesis fueron: Si  $p$  (Sig Bilateral)  $< 0.05 \rightarrow$  Se acepta la hipótesis alterna o del investigador  $H_{G(a)}$ ; y, si  $p$  (Sig Bilateral)  $> 0.05 \rightarrow$  Se acepta la hipótesis Nula  $H_{G(0)}$ .

**Tabla 5**  
*Interpretación del coeficiente  $\rho$  (rho) en la correlación de Pearson*

Valor	Criterio
$R = 1$	Correlación grande, perfecta y positiva
$0,8 \leq r < 1$	Correlación muy alta
$0,6 \leq r < 0,8$	Correlación alta
$0,4 \leq r < 0,6$	Correlación moderada
$0,2 \leq r < 0,4$	Correlación muy baja
$r = 0$	Correlación nula
$r = -1$	Correlación grande, perfecta y negativa

Nota. En valores próximos a 1; indican una correlación fuerte y positiva. Valores próximos a -1 indican una correlación fuerte y negativa. (Sánchez Albarrán y Escamilla Gallardo, 2015).

Se realizó un análisis estadístico inferencial de contrastación de hipótesis (también denominado test de hipótesis o prueba de significación). Al ser ambas variables presentan una distribución normal (Sig. (p-valor) > 0.05 → distribución normal) se realizó la prueba de correlación de Pearson, es decir, una prueba estadística No paramétrica, ya que este tipo de pruebas se basan en las leyes de distribución asimétrica para analizar los elementos de una muestra. Así, permite hacer estimaciones del valor de una de ellas conociendo el valor de la otra variable para determinar la asociación o interdependencia entre ambas variables numéricas con distribución normal.

**Tabla 6**  
*Contrastación de Hipótesis*

		V2: Competitividad
D1: Toma de decisiones	Correlación de Pearson	,867**
	Sig. (bilateral)	0.000
	N	60
D2: Relaciones interpersonales	Correlación de Pearson	,878**
	Sig. (bilateral)	0.000
	N	60
D3: Liderazgo	Correlación de Pearson	,686**
	Sig. (bilateral)	0.000
	N	60
V1: Clima organizacional	Correlación de Pearson	,903**
	Sig. (bilateral)	0.000
	N	60

Nota. \*\*. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral). El valor de p (Sig. bilateral) < 0.05, se acepta la hipótesis del investigador: HG(a)

#### 4.2.1 Prueba de hipótesis general

HG<sub>(a)</sub>: El clima organizacional se correlaciona con la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021.

HG<sub>(0)</sub>: El clima organizacional NO se correlaciona con la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021.

Según los resultados de la prueba de correlación de Pearson el p (Sig Bilateral) es de “0,00”, por tanto, se acepta la hipótesis del investigador HG(a): Existe correlación significativa entre la V1 y V2. Asimismo, el coeficiente  $\rho$  (rho) de Pearson fue 0,903; este valor es “positivo” y se encuentra ubicado en el intervalo  $0,8 \leq r < 1$ , lo que develó que el nivel de la correlación, entre las variables es de intensidad “Muy Alta”.

#### 4.2.2 Prueba de hipótesis específicas

HE1<sub>(a)</sub>: La toma de decisiones se correlaciona con la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021.

HE1<sub>(0)</sub>: La toma de decisiones NO se correlaciona con la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021.

Según los resultados de la prueba de correlación de Pearson el p (Sig Bilateral) es de “0,00”, por tanto, se acepta la hipótesis del investigador HG(a): Existe correlación significativa entre la D1V1 y V2. Asimismo, el coeficiente  $\rho$  (rho) de Pearson fue 0,867; este valor es “positivo” y se encuentra ubicado en el intervalo  $0,8 \leq r < 1$ , lo que develó que el nivel de la correlación, entre la D1V1 y V2 es de intensidad “Muy Alta”.

HE2<sub>(a)</sub>: Las relaciones interpersonales se correlacionan con la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021.

HE2<sub>(0)</sub>: Las relaciones interpersonales NO se correlacionan con la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021.

Según los resultados de la prueba de correlación de Pearson el p (Sig Bilateral) es de “0,00”, por tanto, se acepta la hipótesis del investigador HG(a): Existe correlación

significativa entre la D2V1 y V2. Asimismo, el coeficiente  $\rho$  (rho) de Pearson fue 0,878; este valor es “positivo” y se encuentra ubicado en el intervalo  $0,8 \leq r < 1$ , lo que develó que el nivel de la correlación, entre la D2V1 y V2 es de intensidad “Muy Alta”.

HE3<sub>(a)</sub>: El liderazgo se correlaciona con la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021.

HE3<sub>(0)</sub>: El liderazgo NO se correlaciona con la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021.

Según los resultados de la prueba de correlación de Pearson el p (Sig Bilateral) es de “0,00”, por tanto, se acepta la hipótesis del investigador HG(a): Existe correlación significativa entre la D3V1 y V2. Asimismo, el coeficiente  $\rho$  (rho) de Pearson fue 0,686; este valor es “positivo” y se encuentra ubicado en el intervalo  $0,6 \leq r < 0,8$ , lo que develó que el nivel de la correlación, entre la D3V1 y V2 es de intensidad “Alta”.

## V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los hallazgos de esta investigación se han comparado con los hallazgos de las investigaciones de los siguientes autores: Zavala (2016), Paredes (2016), Castellanos y Ushiñahua (2016), Fuchs (2016), Ibarra et al., (2017), Salazar (2018), Fernandez (2019) y Kholodova (2020).

Los resultados, en torno con el Objetivo general develaron que, la dirección de la correlación entre el clima organizacional y la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, fue directa y de intensidad Muy alta. En relación a la hipótesis planteada se tiene el estudio de los siguientes autores, con los que se comparte el siguiente punto de vista. Zavala (2016), develó en sus resultados que, como el valor de la significación bilateral entre el clima organizacional y la competitividad fue menor a 0,05 y, el coeficiente de correlación Rho Spearman fue 0.698 existe suficientemente evidencia estadística para afirmar que existe correlación entre las variables planteadas con un nivel alto de correlación. Asimismo, el estudio de Fernandez (2019), develó en sus resultados que, dado que el promedio de respuestas de la muestra, para ambas variables, fue “a veces” y “nunca”, se coligió que estadísticamente el clima organizacional y la competitividad tienen una asociación significativa, en este caso, se pudo evidenciar que como en un gran porcentaje de casos hubo un clima organizacional malo, la competitividad fue mala. En ese sentido, mientras el entorno organizacional no sea una entidad homogénea, se potenciará o mejorará la capacidad de la organización para producir bienes o servicios con una buena relación calidad-precio, a fin de asegurar una buena rentabilidad y al mismo tiempo darse cuenta de la preferencia del cliente frente a otros competidores. Y, también que represente una combinación compleja de una gran cantidad de factores, cada uno de los cuales afecta a la organización de una manera única.

Los resultados, en torno con el Objetivo específico 1 develaron que, la dirección de la correlación entre la toma de decisiones y la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, fue directa y de intensidad Muy alta. En relación a la hipótesis específica 1 planteada, se tiene el estudio de los siguientes autores, con los que se comparte el siguiente punto de vista. Zavala (2016), develó en sus resultados que, como el valor de la significación bilateral entre la toma de decisiones y la competitividad fue menor a 0,05 y, el coeficiente de

correlación Rho Spearman fue 0.548 existe suficientemente evidencia estadística para afirmar que existe correlación entre las variables planteadas con un nivel alto de correlación. Asimismo, Paredes (2016), develó en sus resultados que, como el valor de la significación bilateral entre la toma de decisiones y la competitividad fue menor a 0,05 y, el coeficiente de correlación Rho Spearman fue 0.893; existe suficientemente evidencia estadística para afirmar que existe correlación entre las variables planteadas con un nivel Muy Alto de correlación. Y, finalmente Ibarra et al., (2017), develó en sus resultados que, mejorar la capacidad del empleado para definir el conjunto de pasos que debe seguir, determinando la opción más óptima para satisfacer sus necesidades; permite mejorar el nivel organizacional y por ende competitivo de la empresa. En ese sentido, la toma de decisiones es una dimensión clave dentro del clima organizacional, ya que una mejor capacidad de esta permitirá aumentar la competitividad de la organización.

Los resultados, en torno con el Objetivo específico 2 develaron que, la dirección de la correlación entre las relaciones interpersonales y la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, fue directa y de intensidad Muy alta. En relación a la hipótesis específica 2 planteada, se tiene el estudio de los siguientes autores, con los que se comparte el siguiente punto de vista. Zavala (2016), develó en sus resultados que, como el valor de la significación bilateral entre las relaciones interpersonales y la competitividad fue menor a 0,05 y, el coeficiente de correlación Rho Spearman fue 0.354 existe suficientemente evidencia estadística para afirmar que existe correlación entre las variables planteadas con un nivel moderado de correlación. Asimismo, Castellanos y Ushiñahua (2016), develó en sus resultados que, en un 55% de los casos en el que se evidenció que las relaciones interpersonales fueron óptimas; la capacidad del potencial humano aumentó, y por ende los procedimientos permitieron tener una mayor calidad en sus productos y servicios, lo cual otorgó en cierta medida un nivel bueno de competitividad a la empresa.

Los resultados, en torno con el Objetivo específico 3 develaron que, la dirección de la correlación entre las relaciones interpersonales y la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, fue directa y de intensidad Muy alta. En relación a la hipótesis específica 3 planteada, se tiene el estudio de los siguientes autores, con los que se comparte el siguiente punto de vista. Zavala (2016), develó en sus resultados que, como el valor de la significación

bilateral entre las relaciones interpersonales y la competitividad fue menor a 0,05 y, el coeficiente de correlación Rho Spearman fue 0.316 existe suficientemente evidencia estadística para afirmar que existe correlación entre las variables planteadas con un nivel moderado de correlación. Fuchs (2016), el cual llegó a establecer el siguiente resultado: el liderazgo en la organización tiene un impacto directo en las operaciones de la organización. La organización puede controlar este factor en particular. Si este factor se gestiona adecuadamente, aumentará la competitividad. Se pueden considerar diferentes aspectos para construir y medir la competitividad. Esto significa que, para lograr este objetivo, la empresa necesita desarrollar una estrategia que optimice continuamente varios factores, incluido el potencial humano.

## VI. CONCLUSIONES

- En correspondencia con el Objetivo General, se hallaron los siguientes resultados: el coeficiente  $\rho$  (rho) de Spearman fue 0,903; este valor es “positivo” y se encuentra ubicado en el intervalo  $0,8 \leq r < 1$ , lo que develó que el nivel de la correlación, entre las variables Clima organizacional y Competitividad, es de intensidad “Muy Alta”. En esta investigación se determinó que, la variable “Clima organizacional” se relaciona de manera significativa y directa (positivamente) con la variable “Competitividad”, cumpliéndose con el objetivo general y dando respuesta a la pregunta de investigación general.
- En relación con el objetivo específico 1, se hallaron los siguientes resultados: el coeficiente  $\rho$  (rho) de Spearman fue 0,867; este valor es “positivo” y se encuentra ubicado en el intervalo  $0,8 \leq r < 1$ , lo que develó que el nivel de la correlación, entre la dimensión 1 de la variable 1 “Toma de decisiones” y la variable 2 “Competitividad”, es de intensidad “Muy Alta”. En esta investigación se determinó que la dimensión 1 de la variable 1 “Toma de decisiones” se relaciona de manera significativa y directa (positivamente) con la variable 2 “Competitividad”, logrando el objetivo específico 1 y dando respuesta a la pregunta de investigación específica 1.
- En relación con el objetivo específico 2, se hallaron los siguientes resultados: el coeficiente  $\rho$  (rho) de Spearman fue 0,878; este valor es “positivo” y se encuentra ubicado en el intervalo  $0,8 \leq r < 1$ , lo que develó que el nivel de la correlación, entre la dimensión 2 de la variable 1 “Relaciones interpersonales” y la variable 2

“Competitividad”, es de intensidad “Muy Alta”. En esta investigación se determinó que la dimensión 2 de la variable 1 “Relaciones interpersonales” se relaciona de manera significativa y directa (positivamente) con la variable 2 “Competitividad”, logrando el objetivo específico 2 y dando respuesta a la pregunta de investigación específica 2.

En relación con el objetivo específico 3, se hallaron los siguientes resultados: el coeficiente  $\rho$  (rho) de Spearman 0,686; este valor es “positivo” y se encuentra ubicado en el intervalo  $0,8 \leq r < 1$ , lo que develó que el nivel de la correlación, entre la dimensión 3 de la variable 1 “Liderazgo” y la variable 2 “Competitividad”, es de intensidad “Alta”. En esta investigación se determinó que la dimensión 3 de la variable 1 “Liderazgo” se relaciona de manera significativa y directa (positivamente) con la variable 2 “Competitividad”, logrando el objetivo específico 3 y dando respuesta a la pregunta de investigación específica 3.

## VII. RECOMENDACIONES

- Primero, se recomienda que la empresa de estudio potencie su competitividad, a través de la internacionalización de sus productos y servicios. Es importante llegar a estos mercados nuevos través de exportaciones y / o inversiones. Y en muchos casos, establecer alianzas y asociaciones estratégicas es una estrategia sólida para comprender las demandas específicas del mercado y las tendencias demográficas, que a menudo revelan los gustos y hábitos de gasto de los consumidores.
- Segundo, se recomienda que la empresa de estudio se centre en mejorar el proceso de toma de decisiones comerciales a través del equilibrio entre el riesgo potencial y la recompensa de la situación que se enfrenta. Tomar decisiones comerciales inteligentes, sólidas y mesuradas y, adaptarse rápidamente al nuevo entorno lleno de riesgo es la clave.
- Tercero, se recomienda que la empresa de estudio establecer la siguiente estrategia de 03 pasos, a fin de mejorar las relaciones interpersonales en la empresa: (1) distribuir un conjunto de pautas de etiqueta de correo electrónico a todos los empleados, (2) programar eventos de formación de equipos de forma regular y, (3) optimizar las reuniones de negocios con TIC'S.
- Cuarto, se recomienda que la empresa de estudio, brindar a sus líderes cursos de capacitación en los que puedan desarrollar las siguientes habilidades blandas: conciencia situacional, resolución de conflictos y oyente perspicaz. Las buenas habilidades de liderazgo son esenciales para la organización. El liderazgo es mucho más que simplemente estar a cargo.

## VIII. REFERENCIAS

- Brito Carrillo, C., Pitre Redondo, R., y Cardona Arbeláez, D. (2020). Clima Organizacional y su Influencia en el Desempeño del Personal en una Empresa de Servicio. *Inf. tecnol.*, 31(1). doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000100141>
- Campi, I., Font, E., y Lazcano, C. (2017). La competitividad en América Latina: el caso Ecuador. *Dimensión Empresarial*, 15(1), 227-236.  
doi:<http://dx.doi.org/10.15665/rde.v15i1.1387>
- Castellanos, L., y Ushiñahua, Y. (2016). *Relaciones interpersonales y el clima organizacional en el gimnasio World Light - Chiclayo*. Universidad Señor de Sipan. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/270317852.pdf>
- Chirinos, Y., Meriño, V., y Martínez, C. (2018). El clima organizacional en el emprendimiento sostenible. *Revista EAN*, 43-61.  
doi:<https://doi.org/10.21158/01208160.n84.2018.1916>
- Fernandez Cotrina, J. (2019). Clima organizacional para mejorar la competitividad en Estación de Servicio Esperanza S.A.C., Chiclayo. *Universidad Cesar Vallejo*. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/38261>
- Fuchs, A. (2016). *Leadership as a competitive advantage competitive advantage in the hotel industry*. Modul University Vienna. Obtenido de <https://www.modul.ac.at/index.php?eID=dumpFileyt=fyf=9441ytoken=06310990cd3652a792cdb729325fb22a302de9a0>
- Hernández, D. (2014). *Competitividad empresarial*. Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/competitividad-empresarial/>
- Hernandez, R., Fernandez, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta Edición ed.). Mexico: MCGrawhill. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

- Ibarra, M., Gonzalez, L., y Demuner, M. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios fronterizos*, 18(35), 107-130. doi:<https://doi.org/10.21670/ref.2017.35.a06>
- Kholodova, E. (2020). The Impact of Emotional Intelligence on the Competitiveness of a Company. *JAMK University of Applied Sciences*, 54. Obtenido de <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2020121528206>
- Lapatí, M., Jóhannsdóttir, L., y Davídsdóttir, B. (2019). A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 4(1). Obtenido de <https://jcsr.springeropen.com/articles/10.1186/s40991-018-0039-y>
- Martínez, J., y Valenzo, M. (2020). Factors that influence the organizational climate of a higher education institution. *Revista Espacios*, 41(26), 147-60. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a20v41n26/a20v41n26p13.pdf>
- Mendoza, M., y Sierralta, Y. (2017). *La responsabilidad social empresarial y su relación con la imagen y reputación de la empresa América Movil*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Obtenido de [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1851/1/TL\\_MendozaFloresMonica\\_SierraltaMonsalveYurely.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1851/1/TL_MendozaFloresMonica_SierraltaMonsalveYurely.pdf)
- Morante, M. (2018). *Relación entre el clima organizacional y la productividad de los colaboradores en la Empresa Pro Semillas S.A.C. 2016-2017*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Obtenido de [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1594/1/TL\\_MoranteMuroMonica.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1594/1/TL_MoranteMuroMonica.pdf)
- Mortimore, M., y Peres, W. (2001). La competitividad empresarial en América Latina y el Caribe. *Comisión Económica para América Latina y el Caribe*, 37-59. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/10749-la-competitividad-empresarial-america-latina-caribe>
- Muntané, J. (2010). Introducción a la investigación básica. *Rapd Online*, 33(3), 221-227.

- Paredes, E. (2016). *La toma de decisiones y su incidencia en la ventaja competitiva en la empresa Mondelez International Chiclaya-2016*. Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/16292/paredes\\_le.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/16292/paredes_le.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Paredes, P., Martínez, J., y Burgos, C. (2021). Responsabilidad Social Empresarial y Clima Organizacional en las PYMES de Guayaquil. *Revista Gobierno y Gestión Pública*, 8(1), 10-25. doi:<https://doi.org/10.24265/iggp.2021.v8n1.02>
- Putter, L. (2010). *Organizational Climate and Performance*. Delft University of Technology.
- Salazar, J. (2018). *El clima organizacional y su relación con la calidad del servicio en la empresa Mercredi S.A.* Universidad Espíritu Santo. Obtenido de <http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/2923/1/SALAZAR%20ALCIVAR%20JANET%20KARINE.pdf>
- Sánchez Albarrán, A., y Escamilla Gallardo, A. (2015). *Correlación de Pearson*.
- Smith, R. (2011). *Defining Corporate Social Responsibility: A Systems Approach For Socially Responsible Capitalism*. Master of Philosophy in Organizational Dynamics. Obtenido de [https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1009&context=od\\_theses\\_mp#:~:text=Corporate%20social%20responsibility%20is%20defined,systems%20and%20sustainable%20management%20practices](https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1009&context=od_theses_mp#:~:text=Corporate%20social%20responsibility%20is%20defined,systems%20and%20sustainable%20management%20practices).
- Zavala Alarcón, D. (2016). *El Clima Organizacional y la Competitividad de una Empresa de Servicios: Caso Representaciones Faroa S.A.C. – Lince, 2016*. Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/5263>

## **IX. ANEXOS**

- Anexo A. Matriz de consistencia
- Anexo B. Instrumentos para la recolección de los datos
- Anexo C. Juicio de experto del instrumento de evaluación
- Anexo D. Resultados de la prueba de confiabilidad (Prueba piloto)

## Anexo A. Matriz de consistencia

**Tabla 7**

*Matriz de consistencia*

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
Clima organizacional y competitividad de la empresa Salados y Dulces EIRL, 2021	<b>Pregunta general:</b> ¿En qué medida el Clima organizacional se relaciona con la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021?	<b>Objetivo general:</b> Determinar el nivel de correlación entre el Clima organizacional y la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021	<b>Hipótesis general:</b> El clima organizacional se correlaciona con la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021.	Variable: Clima organizacional Dimensiones: - Toma de decisiones - Relaciones interpersonales - Liderazgo Indicadores: - Bajo riesgo - Bajo incertidumbre - Comunicación - Motivación - Interés - Visión	<b>Tipo de estudio:</b> Básica <b>Alcance del estudio:</b> Correlacional <b>Corte:</b> Transversal
	<b>Preguntas específicas:</b> ¿En qué medida la toma de decisiones se relaciona con la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021?	<b>Objetivos específicos</b> Determinar el nivel de correlación entre la toma de decisiones y la competitividad en la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021.	<b>Hipótesis específicas:</b> La toma de decisiones se correlaciona con la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021.	Variable: Competitividad Dimensiones: - Productividad - Responsabilidad Social Empresarial - Calidad del servicio Indicadores: - Programas y proyectos - Capacidades y competencias - Materiales y equipos	<b>Diseño de estudio:</b> No experimental. <b>Población:</b> colaboradores de distintas áreas (administrativo, producción y servicio) de la empresa Salados y Dulces EIRL.
	¿En qué medida las relaciones interpersonales se relacionan con la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021?	Determinar el nivel de correlación entre las relaciones interpersonales y la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021.	Las relaciones interpersonales se correlacionan con la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021.	- Interna - Externa - Empatía - Accesibilidad - Limpieza e higiene	
	¿En qué medida el liderazgo se relaciona con la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021?	Determinar el nivel de correlación entre el liderazgo y la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021.	El liderazgo se correlaciona con la competitividad de la Empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021.		

Fuente: Elaboración propia

## Anexo B. Instrumentos para la recolección de los datos

### "CUESTIONARIO PARA MEDIR EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA SALADOS Y DULCES EIRL"

**Instrucciones:** Colaborador, en la presente investigación se le proporcionará un cuestionario que tiene como finalidad recoger su opinión en torno al clima organizacional en la empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021. Su participación será total y completamente anónima. Gracias por su participación.

Nombre:			
Sexo:			
Masculino		Femenino	

N°	Preguntas	Valoración				
		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
		1	2	3	4	5
<b>Toma de decisiones</b>						
O1	La empresa realiza un plan de contingencia con la finalidad de mitigar los riesgos para la compañía.					
O2	Los empleados evalúan diferentes situaciones a fin de disminuir el riesgo.					
O3	Los empleados toman diferentes alternativas para solucionar un problema.					
O4	Los empleados realizan la evaluación de los resultados antes de tomar una decisión.					
O5	Los empleados tienen las capacidades para identificar una oportunidad que permita mejorar la empresa.					
<b>Relaciones interpersonales</b>						
O6	Hay una comunicación efectiva entre jefes y empleados					
O7	Existe una comunicación efectiva entre las distintas áreas de la empresa.					
O8	La empresa fomenta la comunicación continuamente.					
O9	Su jefe les brinda motivación por el trabajo que realizan.					

N°	Preguntas	Valoración				
		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
		1	2	3	4	5
O10	La empresa brinda a su personal la oportunidad de desarrollar capacidades que lo mantengan motivado en su trabajo.					
	<b>Liderazgo</b>					
O11	Está atento de las necesidades que tienen sus empleados.					
O12	Muestra respeto y profesionalismo con su equipo de trabajo.					
O13	Tienen interés en hacer que su equipo de trabajo sea eficiente y sobresalga.					
O14	Tiene una visión del objetivo que se quiere lograr a corto y largo plazo.					
O15	Logra que su equipo de trabajo se involucre hacia la visión y el objetivo de la empresa.					

**"CUESTIONARIO PARA MEDIR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA SALADOS Y DULCES EIRL"**

**Instrucciones:** Colaborador, en la presente investigación se le proporcionará un cuestionario que tiene como finalidad recoger su opinión en torno a la competitividad de la empresa Salados y Dulces EIRL, periodo 2021. Su participación será total y completamente anónima. Gracias por su participación.

Nombre:			
Sexo:			
Masculino		Femenino	

Nº	Preguntas	Valoración				
		Completamente en Desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo/ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
		1	2	3	4	5
	<b>Productividad</b>					
C1	Se diseñan y aplican proyectos de innovación y desarrollo.					
C2	Los trabajadores, demuestran compromiso y eficiencia al involucrarse con clientes.					
C3	Los trabajadores responden adecuadamente frente a diferentes problemas que puedan ocurrir.					
C4	Los trabajadores son capacitados manejar mejor los recursos de la empresa.					
C5	La empresa facilita a sus empleados de cada área materiales y equipos adecuados, para el correcto desarrollo de sus actividades.					
	<b>Emprendimiento</b>					
C6	La gestión cumple con las expectativas de los colaboradores garantizando su crecimiento en un buen ambiente laboral.					
C7	La gestión cumple con su responsabilidad con el medio ambiente.					

C8	La gestión realiza actividades que permitan generar una mayor responsabilidad con la comunidad.					
C9	La gestión realiza proyectos que permitan mejorar sus productos y servicios.					
C10	La gestión realiza actividades que permitan generar una mayor responsabilidad con los clientes.					
	<b>Calidad del servicio</b>					
C11	La empresa brinda atención personalizada.					
C12	Los empleados buscan satisfacer las necesidades del cliente					
C13	Los empleados se ponen en el lugar del cliente					
C14	La empresa brinda facilidad de acceso al servicio.					
C15	La empresa brinda mantiene la limpieza e higiene para el consumidor					



CRITERIOS	INDICADORES	DEFICIENTE 00-20%				REGULAR 21-40%				BUENO 41-60%				MUY BUENO 61-80%				EXCELENTE 81-100%			
		0	6	11	16	21	28	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los índices e indicadores y las dimensiones																				
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación																				
10. PERTINENCIA	El inventario es aplicable																				

II. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

.....

II. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

.....

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: \_\_\_\_\_

FECHA	DNI	FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE	N° DE TELÉFONO



CRITERIOS	INDICADORES	DEFICIENTE 00-20%				REGULAR 21-40%				BUENO 41-60%				MUY BUENO 61-80%				EXCELENTE 81-100%			
		0	6	11	16	21	28	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación																				
10. PERTINENCIA	El inventario es aplicable																				

II. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

.....

II. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

.....

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: \_\_\_\_\_

FECHA	DNI	FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE	N° DE TELEFONO

## Anexo D. Resultados de la prueba de confiabilidad (Prueba piloto)

Para validar la fiabilidad de los instrumentos que permitirán la recolección de los datos, se realizará una prueba Alpha de Cronbach a una prueba piloto realizada con 20 colaboradores de la empresa Salado y Dulces EIRL.

### Confiabilidad del instrumento que mide el Clima Organizacional

**Tabla 8**

*Resumen del procesamiento de los casos – Clima Organizacional*

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
Total		20	100,0

Nota. a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Tabla 9**

*Estadísticos de fiabilidad – Clima Organizacional*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,943	15

Nota. la confiabilidad del instrumento es alta: 0,943

**Tabla 10**

*Estadísticos total-elemento – Clima Organizacional*

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
La empresa realiza un plan de contingencia con la finalidad de mitigar los riesgos para la compañía.	52,75	137,039	,408	,945
Los empleados evalúan diferentes situaciones a fin de disminuir el riesgo.	53,25	125,461	,823	,936
Los empleados toman diferentes alternativas para solucionar un problema.	53,45	124,787	,748	,938

Los empleados realizan la evaluación de los resultados antes de tomar una decisión.	53,65	120,555	,796	,937
Los empleados tienen las capacidades para identificar una oportunidad que permita mejorar la empresa.	53,55	125,629	,711	,939
Hay una comunicación efectiva entre jefes y empleados	53,45	125,839	,916	,935
Existe una comunicación efectiva entre las distintas áreas de la empresa.	53,45	122,576	,876	,935
La empresa fomenta la comunicación continuamente.	53,45	124,892	,858	,935
Su jefe les brinda motivación por el trabajo que realizan.	53,60	120,884	,809	,936
La empresa brinda a su personal la oportunidad de desarrollar capacidades que lo mantengan motivado en su trabajo.	53,75	120,618	,776	,938
Está atento de las necesidades que tienen sus empleados.	53,05	129,734	,618	,941
Muestra respeto y profesionalismo con su equipo de trabajo.	52,65	139,924	,352	,946
Tienen interés en hacer que su equipo de trabajo sea eficiente y sobresalga.	52,65	132,871	,567	,942
Tiene una visión del objetivo que se quiere lograr a corto y largo plazo.	52,90	134,305	,541	,943
Logra que su equipo de trabajo se involucre hacia la visión y el objetivo de la empresa.	53,10	131,042	,700	,940

---

## Confiabilidad del instrumento que mide la Competitividad

**Tabla 11**

*Resumen del procesamiento de los casos – Competitividad*

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	20	100,0

Nota. a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Tabla 12**

*Estadísticos de fiabilidad – Competitividad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,951	15

Nota. la confiabilidad del instrumento es alta: 0,951

**Tabla 13**

*Estadísticos total-elemento – Competitividad*

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Se diseñan y aplican proyectos de innovación y desarrollo.	52,05	126,682	,849	,947
Los trabajadores, demuestran compromiso y eficiencia al involucrarse con clientes.	50,90	143,884	,814	,946
Los trabajadores responden adecuadamente frente a diferentes problemas que puedan ocurrir.	50,85	146,029	,774	,947
Los trabajadores son capacitados manejar mejor los recursos de la empresa.	51,05	142,682	,771	,947
La empresa facilita a sus empleados de cada área materiales y equipos adecuados, para el correcto desarrollo de sus actividades.	51,15	138,029	,851	,945

La gestión cumple con las expectativas de los colaboradores garantizando su crecimiento en un buen ambiente laboral.	51,35	137,503	,938	,943
La gestión cumple con su responsabilidad con el medio ambiente.	50,90	140,411	,798	,946
La gestión realiza actividades que permitan generar una mayor responsabilidad con la comunidad.	51,20	139,747	,902	,944
La gestión realiza proyectos que permitan mejorar sus productos y servicios.	51,25	137,039	,865	,944
La gestión realiza actividades que permitan generar una mayor responsabilidad con los clientes.	51,30	138,326	,935	,943
La empresa brinda atención personalizada.	51,30	139,589	,809	,946
Los empleados buscan satisfacer las necesidades del cliente	50,45	148,682	,580	,951
Los empleados se ponen en el lugar del cliente	50,65	146,766	,626	,950
La empresa brinda facilidad de acceso al servicio.	49,65	162,555	,123	,956
La empresa brinda mantiene la limpieza e higiene para el consumidor	49,65	164,555	-,063	,957

---