

UNIVERSIDAD NACIONAL TECNOLÓGICA DE LIMA SUR
FACULTAD DE INGENIERÍA Y GESTIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**“INFLUENCIA DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL PARA LOGRAR
LOS OBJETIVOS EMPRESARIALES DE LA EMPRESA ECKERD
PERÚ S.A. DEL DISTRITO DE CHORRILLOS – LIMA EN EL 2016”**

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
Para optar el Título Profesional de
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PRESENTADO POR EL BACHILLER

SALAZAR MOTTA, ALEXANDER

Villa El Salvador

2017

Dedicatoria

A mis queridos padres Gladys y Waldo por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica como de la vida, por sus sabios consejos, por su incondicional apoyo perfectamente conservado por todos estos años.

A mi novia Angélica, por su apoyo incondicional y aliento para continuar cuando parecía que me iba a rendir, por siempre creer en mí.

A mis hermanos Eduardo y Juan Carlos, por darme la oportunidad de aprender y enseñar experiencias de la vida tan importantes y valiosas.

A mis abuelos, tíos, primos, sobrinos.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos...

Agradecimientos

A mi Señor de Yampura, patrón de mi Corculla hermoso; por brindarme un destino lleno de amor, salud y prosperidad, a mi familia Salazar Motta, a los profesores Régulo Villegas, Daniel Robles y Soledad Olivares a los primeros por su asesoría y comprensión, y a esta última por su gran amistad; gracias a todos ustedes, cuyo aprecio, apoyo y confianza permitieron hacer posible este trabajo de investigación...

INDICE

RESUMEN	viii
ABSTRACT	x
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1. Descripción de la Realidad Problemática	3
1.2. Formulación del Problema	5
1.2.1. Problema Principal	5
1.2.2. Problemas Específicos	5
1.3. Objetivos	6
1.3.1. Objetivo General	6
1.3.2. Objetivos específicos	6
1.4. Justificación de la Investigación	6
1.5. Alcances de la Investigación	8
1.6. Limitaciones de la Investigación	9
1.7. Sistemas de variables	9
Cuadro de Operacionalización	11
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	13
2.1 Antecedentes de la Investigación	13
2.2 Bases Teóricas	23
2.3 Marco Conceptual	35
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	44
3.1 Tipo y Nivel de Investigación	44
3.1.1 Tipo de Investigación	44
3.1.2 Nivel de Investigación	44
3.2 Método y Diseño de la Investigación	45
3.2.1 Método de la Investigación	45
3.2.2 Diseño de la Investigación	45
3.3 Técnicas, Instrumentos y Fuentes de Recolección de Datos	46
3.3.1 Población / Muestra	46
3.3.2 Técnicas	48
3.3.3 Instrumentos de Recolección de Datos	49
3.3.4 Validez y confiabilidad del instrumento	49

3.3.5 Fuentes de Recolección de Datos	50
CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	53
4.1 Análisis de los Resultados	53
4.2 Discusión de los Resultados	73
CONCLUSIONES	75
RECOMENDACIONES	77
BIBLIOGRAFÍA	79
ANEXOS	82

LISTADO DE FIGURAS

Figura 1:	Diseño de la investigación	45
Figura 2:	1-Clima organizacional vs Incremento de la productividad	56
Figura 3:	2-Clima organizacional vs Incremento de la productividad	56
Figura 4:	3-Clima organizacional vs Incremento de la productividad	57
Figura 5:	4-Clima organizacional vs Incremento de la productividad	58
Figura 6:	1-Direccionamiento O. vs Participación de mercado	60
Figura 7:	2-Direccionamiento O. vs Participación de mercado	60
Figura 8:	3-Direccionamiento O. vs Participación de mercado	61
Figura 9:	4-Direccionamiento O. vs Participación de mercado	62
Figura 10:	1-Incentivo Laboral vs Maximizar rentabilidad y MC	64
Figura 11:	2-Incentivo Laboral vs Maximizar rentabilidad y MC	64
Figura 12:	3-Incentivo Laboral vs Maximizar rentabilidad y MC	65
Figura 13:	4-Incentivo Laboral vs Maximizar rentabilidad y MC	66
Figura 14:	1-Curva de Regresión Ajustada de las Variables	69
Figura 15:	2-Curva de Regresión Ajustada de las Variables	70
Figura 16:	3-Curva de Regresión Ajustada de las Variables	71
Figura 17:	4-Curva de Regresión Ajustada de las Variables	72

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1:	Cuadro de Operacionalización de Variables	11
Tabla 2:	Población/ muestra	46
Tabla 3:	Muestra Estrato	48
Tabla 4:	Fuente de recolección de datos – Cultura organizacional	51
Tabla 5:	Fuente de recolección de datos – Objetivos empresariales	52
Tabla 6:	1-Contraste Clima O-Incremento de la productividad	55
Tabla 7:	2-Contraste Clima O-Incremento de la productividad	55
Tabla 8	1- Contraste Direccionamiento O.-Participación de M.	59
Tabla 9	2- Contraste Direccionamiento O.-Participación de M.	59
Tabla 10:	1-Contastre Incentivo L. – Maximizar Rentabilidad y MC.	63
Tabla 11:	2-Contastre Incentivo L. – Maximizar Rentabilidad y MC.	63
Tabla 12	1-Contraste de Variables	67
Tabla 13	2-Contraste de Variables	68
Tabla 14	Estadística de la Regresión- Respuesta 1	69
Tabla 15	Estadística de la Regresión- Respuesta 2	70
Tabla 16	Estadística de la Regresión- Respuesta 3	71
Tabla 17	Estadística de la Regresión- Respuesta 4	72

RESUMEN

Este trabajo de investigación trata sobre la cultura organizacional de la cadena de farmacias pertenecientes al conglomerado Intercorp (con la razón jurídica de Empresa Eckerd Perú S.A.) y su influencia en el logro de los objetivos empresariales tales como: liderazgo en su sector industrial, la misión, visión, valores y estrategias de las organizaciones dedicadas a la comercialización de productos farmacéuticos y artículos de perfumería y tocador.

Al respecto el Clima organizacional no se ve percibe por los medios de los sentidos, pero tiene una existencia real que afecta todo lo que sucede dentro de la organización y a su vez el clima organizacional se ve afectado por casi todo lo que sucede dentro de esta. Una organización tiende a atraer y conservar a las personas que se adaptan a su clima, de modo que sus patrones se perpetúen.

Se ha demostrado que la recopilación de los datos obtenidos mediante técnicas e instrumentos de investigación como encuesta y cuestionario permitieron encontrar la correlación que existe de la influencia de la cultura organizacional a los objetivos empresariales de Eckerd Perú S.A. demostrando principalmente la influencia del clima organizacional en el incremento de la productividad, la influencia del direccionamiento organizacional para el logro de mayor participación de mercado y la influencia de los incentivos laborales para lograr maximizar la rentabilidad y minimizar los costos.

La investigación cuyo diseño es no experimental, transversal y explicativo, con nivel de investigación correlacional – causal, se llevó a cabo en el distrito de

Chorrillos – Lima a una población de 20 boticas, con un total de 230 trabajadores, tomando una muestra estadística de 103 trabajadores.

Esta investigación demostró la correlación existente entre las variables en estudio y las dimensiones que concurrieron entre ellas para encontrar relación vinculante entre ellas

El favorecer un adecuado clima organizacional estable, es una inversión a largo plazo; por ello los directivos de la organización deben percatarse de que el medio ambiente, forma parte del activo económico-social más importante de la empresa y como tal deben valorarlo y prestarle la debida atención.

PALABRAS CLAVES: Cultura organizacional, Objetivos empresariales, Direccionamiento organizacional.

ABSTRACT

This research work deals with the organizational culture of the chain of pharmacies belonging to the Intercorp conglomerate (with the legal purpose of business Eckerd Perú SA) and its influence in the achievement of business objectives such as: leadership in its industrial sector, Vision, values and strategies of the organizations dedicated to the commercialization of pharmaceutical products and articles of perfumery and toilet.

In this respect, the organizational climate is not perceived by the senses, but it has a real existence that affects everything that happens within the organization and in turn the organizational climate is affected by almost everything that happens within it. An organization tends to attract and retain people who adapt to its climate, so that its patterns are perpetuated.

It has been shown that the collection of data obtained through research techniques and instruments such as survey and questionnaire allowed us to find the correlation that exists between the influence of the organizational culture and the business objectives of Eckerd Perú S.A. Demonstrating mainly the influence of the organizational climate on the increase of productivity, the influence of the organizational direction for the achievement of greater market share and the influence of the labor incentives to maximize profitability and minimize costs.

The non - experimental, transverse and explanatory research, with a level of correlational - causal investigation, was carried out in the district of Chorrillos - Lima to a population of 20 pharmacies, with a total of 230 workers, taking a statistical sample of 103 Workers.

This research demonstrated the correlation between the variables in study and the dimensions that concurred between them to find a binding relationship between them

Favoring an adequate stable organizational climate is a long-term investment; So, the organization's managers must realize that the environment is part of the company's most important socio-economic asset and as such must value it and give it due attention.

KEYWORDS: Organizational Culture, Business Objectives, Organizational Direction.

INTRODUCCIÓN

Toda empresa sea pequeña o grande tiene una la cultura organizacional ; la cual ostenta principios que reflejan las creencias esenciales desarrolladas y cimentadas en: las relaciones del directivo con los trabajadores, de las relaciones entre compañeros de trabajo; y las relaciones entre clientes y proveedores; lo que generará la base para un crecimiento sostenido, de tal manera que converjan el factor humano con la ganancia y competitividad en los negocios, todo ello de la mano con los valores éticos y humanos.

Es por esta razón que la cultura organizacional es variable de empresa en empresa y en el momento actual se busca promover valores que conlleven a que los empleados sean leales, comprometidos y fomenten el trabajo en equipo. Al respecto cuando la cultura en la organización es sólida se logra que todos los colaboradores trabajen en forma integrada, lo cual permite que, tanto la empresa como los empleados, crezcan de manera recíproca y sobresaliente.

Para establecer una cultura organizacional debe considerarse cimentar principios y valores fundamentales, donde se logre trabajar por los objetivos comunes y promover; el respeto por todas las personas, así todos deben actuar con compromiso, debe existir confianza mutua, y la empresa en todo momento debe generar credibilidad e identidad y los empleados deben procurar mejorar continuamente su desempeño.

Para promover una cultura organizacional que las personas tienen la oportunidad de desarrollarse en un ambiente adecuado es necesario conocer los factores que ésta enfrenta. Los factores críticos son los cambios externos y

como ellos afecta el entorno interno. La exigencia y retador entorno globalizado hace que sea indispensable que todos los colaboradores estén alineados a los objetivos y políticas de la empresa, actualicen sus conocimientos para ser altamente competitivos en el mercado. Por otro lado, al hablar de integración interna se debe promover el desarrollo de una comunicación interna abierta y constante para así generar relaciones interpersonales sanas; también es necesario el conocimiento de los límites establecidos para optimizar el trabajo, así como las políticas y normas vigentes, acordes a una estructura organizacional idónea y donde se promueva aplicar estímulos laborales y sanciones según sea necesario.

Encontramos que la cultura organizacional se puede dividir en dos tipos: cultura fuerte y cultura débil. La organización es responsable de analizar el tipo de cultura que posee para poder determinar los efectos que ésta tiene sobre el personal y ser capaces de tomar las acciones correctivas que sean necesarias para poseer una cultura adecuada.

Es importante que se trabaje para establecer y conservar una cultura organizacional fuerte, que permita a los trabajadores alcanzar su máximo potencial, así como conservar la convicción de su importancia para la empresa y la empresa pueda alcanzar sus objetivos.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la Realidad Problemática

La industria de boticas y farmacias en el Perú está en constante crecimiento en los últimos cinco años con mayor participación e inversiones, los grandes grupos de interés en este sector son el Grupo Intercorp con Inkafarma, Grupo Quicorp de Química Suiza con Mifarma y Grupo Deco con Boticas y Salud que entre ellos tienen casi el 90 % del mercado.

Inkafarma es una cadena de farmacias que pertenece al conglomerado Intercorp con la razón jurídica de Empresa ECKERD PERÚ S.A., se instaló en el mercado peruano en el año 1997. Desde entonces funciona como una líder cadena de farmacias que opera a nivel nacional. En la actualidad, cuenta con más de 1100 puntos de venta en Lima Metropolitana, así como en las principales ciudades del Perú. La empresa es de capitales privados, enfocada exclusivamente en la comercialización de productos farmacéuticos y artículos de perfumería y tocador. Actualmente es la cadena de boticas líder del mercado farmacéutico gracias a la gran cobertura de boticas establecida a nivel

nacional y, sobretodo, a su público, gracias a su obsesión por el análisis, pasión por los resultados, liderazgo inspirador y amor por las personas, valores que fomentan una Cultura distintiva en las organizaciones y hace posible cambiar la historia de la salud en el Perú.

El factor Cultura Organizacional, es una pieza clave en el desarrollo de las relaciones laborales y éxito de la empresa Inkafarma, hecho que las convierte en una de las mejores empresas para trabajar (certificadas en el año 2015 y 2016). En este orden surge la pregunta de descubrir que tanto influye esta variable en el logro de objetivos empresariales en la empresa ECKERD PERÚ S.A., actualmente son más de 11,000 colaboradores a nivel nacional que operan con plena satisfacción a sus necesidades, expectativas personales y de desarrollo, así como trabajo en equipo y mucha colaboración en la organización,

En este sentido es correcto resaltar el crecimiento agigantado y acelerado que ha tenido en los últimos 3 años, motivo por el cual la empresa no escapa a los obstáculos del crecimiento sostenido que busca lograr, como el cambio constante de la estructura organizacional durante el año generado por la llegada de una nueva Gerencia General y que busca una adaptabilidad en las metas y estrategias de la organización; y la falta de identidad de los nuevos colaboradores, esto como resultado de la alta rotación que está existiendo en la empresa por los elevados índices de renuncias tanto como en la oficina como también en regiones clave como **Piura, La Libertad, Arequipa y Lima** el cual obedece en gran parte a una falta de mejora en las recompensas, el cual definitivamente convierte en una oportunidad de mejora constante de la cultura

organizacional y también demuestra una fuerte relación entre este factor y los objetivos que la empresa desea obtener en el corto y largo plazo.

En esta situación laboral podríamos decir que la motivación y la generación de buen ambiente de trabajo puede ser, delimitado por una buena Cultura Organizacional, pudiera resultar en buenos resultados que van desde las ventas, productividad y efectividad entre otros; a partir de este punto se formulan el problema que a continuación se presenta.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema Principal

¿Cómo influye la Cultura Organizacional para lograr los objetivos corporativos de la Empresa ECKERD PERÚ S.A. en el Distrito de Chorrillos - Lima en el 2016?

1.2.2. Problemas Específicos

- a) ¿Cómo Influye el clima organizacional en el incremento de la productividad en la Empresa ECKERD PERÚ S.A. en el Distrito de Chorrillos en el 2016?
- b) ¿Cómo influye el direccionamiento organizacional en lograr mayor participación en de mercado la Empresa ECKERD PERÚ S.A. en el Distrito de Chorrillos en el 2016?
- c) ¿Cómo influye los incentivos laborales con lograr maximizar las utilidades y minimizar los costos de la Empresa ECKERD PERÚ S.A. del distrito de Chorrillos en el 2016?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Demostrar la Influencia del Cultura Organizacional en alcanzar los Objetivos Empresariales de la Empresa ECKERD PERÚ S.A. en el distrito de Chorrillos - Lima en el 2016.

1.3.2. Objetivos específicos

- a) Demostrar la influencia del clima organizacional en lograr el incremento de la productividad de la Empresa ECKERD PERÚ S.A. en el distrito de Chorrillos -Lima en el 2016
- b) Demostrar la influencia del direccionamiento organizacional para lograr mayor participación de mercado de la Empresa ECKERD PERÚ S.A. en el distrito de Chorrillos en el 2016
- c) Demostrar la influencia de los incentivos laborales para lograr maximizar la rentabilidad y minimizar los costos de la Empresa ECKERD PERÚ S.A. en el distrito de Chorrillos – Lima en el 2016.

1.4. Justificación de la Investigación

a) Justificación Práctica

Esta investigación se realiza porque existe la necesidad identificar la influencia de la cultura organizacional con los objetivos empresariales de la empresa Eckerd Perú S.A. del distrito de Chorrillos y permitirnos comprender su importancia y relevancia en los planes de la organización.

De acuerdo con los objetivos de estudio, el resultado permite encontrar la relación entre las variables y así poder encontrar alternativas de mejora concretas en la busca de crecimiento sostenido de la organización. Con dichos resultados se tendrá también la posibilidad de proponer recomendaciones a los procesos ya establecidos en la empresa salvaguardando el logro de sus objetivos.

b) Justificación Metodológica

La elaboración y aplicación de los métodos de esta investigación tiene como único propósito demostrar los objetivos tanto en validez como en confiabilidad, utilizando instrumentos válidos en el medio.

Para poder apreciar y demostrar la relación entre nuestras variables cultura organizacional y objetivos empresariales y de esta manera lograr los objetivos de la presente investigación, se acude al empleo del cuestionario de tipo Likert como técnica de investigación y su procesamiento en el software MS Excel, de manera que se pueda medir mediante el coeficiente de correlación de Pearson, la influencia entre estas dos variables. Con ello se pretende conocer el grado de relación entre cada una de sus dimensiones: clima organizacional, incentivo laboral y direccionamiento organizacional para el caso de la cultura organizacional; y mayor participación del mercado, incremento de la productividad, maximización de rentabilidad y minimización de costos para lo relacionado con los Objetivos Empresariales.

Así de esta forma, validando y demostrando los objetivos podrán ser utilizados como fuente para futuras investigaciones que en este campo se refiere.

c) Justificación Técnica

Con las investigaciones validadas y demostradas se podrán proporcionar información y conocimientos sobre la cultura organizacional y su influencia en los objetivos empresariales de la empresa Eckerd Perú S.A. como variables del problema, así mismo aportar una base teórica que fundamente el conocimiento del problema.

1.5. Alcances de la Investigación

La investigación se realizará en el distrito de Chorrillos, provincia de Lima, en la empresa Eckerd Perú S.A. y dentro de un promedio de 20 locales comerciales o boticas de Inkafarma, se entrevistarán únicamente a los trabajadores de dichos locales comerciales.

Se tomará en cuenta los aspectos de cultura organizacional y que estén relacionados con objetivos empresariales de maximizar las utilidades y minimizar los costos, mayor participación de mercado, Incremento de la productividad de la empresa en el 2016.

1.6. Limitaciones de la Investigación

La limitación que se podría dar para esta investigación es de tiempo y la inversión para poder recolectar información en la empresa Eckerd Perú S.A. en el distrito de Chorrillos – Lima en el año 2016

a) Limitación Espacio o Territorio

Este estudio se debe limitar a un ámbito geográfico en el distrito de Chorrillos, provincia de Lima y departamento de Lima sabiendo que la empresa Eckerd Perú S.A. tiene otras sedes donde está operando.

b) Limitaciones en el Tiempo

El estudio se debe estar comprendido en el periodo específico del 2016 tomando como referencia del objetivo de investigación para la corporación que viene operando casi 20 años.

c) Limitaciones de Recursos

El presente estudio tiene limitaciones principalmente en los recursos financieros para poder recolectar la mayor cantidad de información posible.

1.7. Sistemas de variables

Variable Independiente: **Cultura Organizacional**

Indicadores:

- Maximizar la rentabilidad y minimizar los costos
- Clima organizacional
- Direccionamiento Organizacional

Variable Dependiente: **Objetivos Empresariales**

Indicadores:

- Mayor participación de mercado
- Incremento de la productividad
- Incentivo laboral

Tabla N° 1

CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Objetivo General: Demostrar la Influencia del Cultura Organizacional en alcanzar los Objetivos Empresariales de la Empresa ECKERD PERÚ S.A. del distrito de Chorrillos - Lima en el 2016.

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítem
Cultura Organizacional	“Un patrón de supuestos básicos compartidos que el grupo aprende en la medida que resuelve sus problemas de adaptación externa e integración interna, que los ha trabajado lo suficiente para ser considerados como válidos y, por lo tanto, dignos de ser enseñados a los nuevos miembros como la forma correcta de percibir, pensar y sentir en relación con esos problemas” (Schein, 1992: 12).	· Clima Organizacional: El ambiente donde una persona desempeña su trabajo diariamente, la relación entre el personal de la empresa e incluso la relación con proveedores y clientes.	· Respeto. - <i>del latín respectus</i> ; es equivalente a tener veneración, aprecio y reconocimiento por una persona o cosa.	1,2
			· Comunicación. - proceso de transmisión de información entre un emisor y un receptor que decodifica e interpreta un determinado mensaje.	3,4
			· Reconocimiento. - fuente de satisfacción personal más importante con las que cuentan las personas para sentirse a gusto con su trabajo, y por extensión con su vida.	5,6
			· Motivación. - son procesos que dan cuenta de la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo de un individuo por conseguir una meta.	7,8
		· Incentivo Laboral: Es un estímulo que se ofrece (a una persona, objeto, sector) con el objetivo de aumentar la producción, mejorar el rendimiento y lograr los objetivos.	· Política laboral. - Son poderes públicos que tienen por objetivo alcanzar pleno empleo o tratar de corregir algunos de los errores del mercado de trabajo	9,10
			· Recompensa. - la recompensa suele ser un incentivo ofrecido para la realización de una determinada tarea, está asociado a un premio o un estímulo.	11,12
			· Metas laborales. - es un resultado deseado que una persona o un sistema imagina, planea y se compromete a lograr.	13,14
			· Estructura. - es una forma de jerarquización y reparto de responsabilidades y deberes dentro de un proyecto de carácter empresarial.	15,16
		· Direccionamiento Organizacional: Es la ruta organizacional que deberá seguir la entidad para el logro de sus objetivos misionales, requiere revisión periódica y ajustarla a los cambios.	· Misión. - es el conjunto de razones fundamentales de la existencia de la compañía. Contesta a la pregunta de por qué existe la compañía.	17,18
			· Visión. - concepción del futuro distante, según la cual los negocios se desarrollan de la mejor manera posible y de acuerdo con las aspiraciones de sus propietarios o líderes.	19,20
			· Valores. - son aquellos juicios éticos sobre situaciones imaginarias o reales a los cuales nos inclinamos por su grado de utilidad personal y social.	21,22
			· Estrategias. - es un plan que especifica una serie de pasos o de conceptos nucleares que tienen como fin la consecución de un determinado objetivo.	23,24

Tabla N° 1 (continuación)

CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Objetivo General: Demostrar la Influencia del Cultura Organizacional en alcanzar los Objetivos Empresariales de la Empresa ECKERD PERÚ S.A. del distrito de Chorrillos - Lima en el 2016.

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítem
Objetivos Empresariales	Según Koontz H. (2012), son aquellos aspectos materiales, económicos, comerciales y sociales, en dirección a los cuales las organizaciones dirigen sus energías y sus recursos, esos aspectos son utilidades, rentabilidad, buena imagen, responsabilidad social, productividad, productos o servicios de calidad, buena percepción del cliente, etc. Son los objetivos que desea lograr, con el fin de operar satisfactoriamente dentro del entorno socioeconómico.	<ul style="list-style-type: none"> · Maximizar rentabilidad y Minimizar costos: Relación existente entre los beneficios que proporciona una determinada operación y la inversión o el esfuerzo que se ha hecho. 	<ul style="list-style-type: none"> · Intensidad en la inversión. - es una colocación de capital para obtener una ganancia futura, supone una elección que resigna un beneficio inmediato por uno futuro. 	25,26
			<ul style="list-style-type: none"> · Liderazgo de costos. - es en donde la empresa se propone ser el productor de menor costo en su sector industrial, supone la eficiencia elevada, los gastos generales bajos. 	27,28
		<ul style="list-style-type: none"> · Mayor participación de mercado: Es un índice de competitividad, que nos indica que tan bien nos estamos desempeñando en el mercado con relación a los competidores. nos permite evaluar si el mercado crece e identificar tendencias. 	<ul style="list-style-type: none"> · Oferta. - <i>del latín offerre</i> conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado y con un precio concreto. 	29,30
			<ul style="list-style-type: none"> · Demanda. - suma de las compras de bienes y servicios que realiza un cierto grupo social en un momento determinado. 	31,32
			<ul style="list-style-type: none"> · Investigación de mercado. - técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos. 	33,34
			<ul style="list-style-type: none"> · Mercado Objetivo. - grupo de consumidores u organizaciones que muy probablemente compre los productos o servicios de una compañía. 	35,36
			<ul style="list-style-type: none"> · Competencia. - situación patrimonial en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios aptos en el mercado, y de elegir a quién compran o adquieren estos bienes y servicios. 	37,38
			<ul style="list-style-type: none"> · Marca. - es una construcción simbólica creada dentro de las mentes de las personas y consisten en toda la información y expectativas asociadas con el producto o servicios. 	39,40
			<ul style="list-style-type: none"> · Beneficio. - es la ganancia obtenida por un actor de un proceso económico y calculada como los ingresos totales menos los costes totales. 	41,42
			<ul style="list-style-type: none"> · Coste. - es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. 	43,44
<ul style="list-style-type: none"> · Inversión. - es el acto mediante el cual se usan ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo. 	45,46			
<ul style="list-style-type: none"> · Financiamiento. - conjunto de recursos monetarios y de crédito que se destinarán a una empresa, actividad, organización o individuo para llevar a cabo una determinada actividad o concreten algún proyecto. 	47,48			

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la Investigación

Nacionales

(Maldonado & Soza, 2016) en su tesis; **“Implicación en la cultura organizacional y clima organizacional de una Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Región Sur del Perú”** de la Universidad Católica Santa María de la Ciudad de Arequipa, Facultad de Ciencias y Tecnologías Sociales y Humanidades, Carrera Profesional de Psicología, La investigación tiene como objetivo principal determinar si existe una implicación en la cultura organizacional y clima organizacional de una cooperativa de ahorro y crédito en la región sur del Perú. Dicha relación permite conocer indicadores más precisos como el empoderamiento, el desarrollo de capacidades y la orientación al equipo de la implicación en la cultura organizacional para la gestión adecuada del clima organizacional. La investigación es de tipo transeccional, descriptivo –

correlacional. Para llevarla a cabo se determinó una población de 79 colaboradores. Los instrumentos seleccionados fueron el Work Environment Scale de Moss para el clima organizacional y el Denison Organizational Culture Survey para el de cultura organizacional, ambos instrumentos fueron validados y adaptados al español por investigadores de la Universidad Autónoma de México previamente cuyos niveles de confiabilidad son 0,97 y 0.84 respectivamente, así mismo fueron validadas por una prueba piloto evidenciando así óptimas características psicométricas.

En sus conclusiones manifiesta:

“Que existe una correlación directa entre la implicación de la cultura organizacional y el clima organizacional en las agencias de una cooperativa de ahorro y crédito de la región sur del Perú, y el total de colaboradores determinaron que la cultura organizacional tiene una presencia adecuada en las agencias”

puede mencionar que existe implicancia de la cultura organizacional en las agencias de la cooperativa de ahorro y crédito y reconocen sus trabajadores la presencia de la cultura organizacional en las agencias tomadas como muestra de estudio.

(García, 2015), En su Tesis; **“Relación de la Cultura Organizacional en la Satisfacción Laboral de los trabajadores del área administrativa de la Empresa Grupo García Toledo SAC, Arequipa 2015”** de la Universidad Católica Santa María de la Ciudad de Arequipa, Facultad de Ciencias Económico Administrativas, Carrera Profesional Administración de Empresas,

la investigación tuvo como propósito, Determinar la relación que existe entre la cultura organizacional y la satisfacción laboral en el personal administrativo de la empresa Grupo García Toledo SAC, Arequipa 2015, en un tipo de investigación Transversal, Descriptiva, Correlacional , se llevó a cabo dos encuestas para medir si existe relación entre cultura organizacional y la satisfacción laboral entrevistando a una muestra de 200 trabajadores, arrojando las siguientes conclusiones:

“Después de haber analizado la información obtenida en las encuestas, y tomado la percepción de algunos de los empleados más antiguos he podido identificar la relación existente entre la cultura organizacional y la satisfacción laboral del personal esta se encuentra en el respeto por el trabajador administrativo de la Empresa Grupo García Toledo S.A.C como conclusión principal.

En relación a la cultura organizacional con respecto a los procesos culturales de la empresa existe una relación parcial sobre la misión, visión, valores, políticas, estrategias y programas muchas veces por falta de conocimiento.

Sobre la cultura organizacional con respecto a las personas de la empresa existe una relación satisfactoria producto de varios factores de la Organización como: la estructura, equipo, grupos, clima, funciones y órganos.

Concluye que la cultura organizacional con respecto a los instrumentos que la empresa utiliza para el desempeño del personal administrativo se podrá decir que, si existe una

aceptación de acuerdo a los procesos, métodos, medios físicos, tecnología y sistemas con los que cuenta la empresa”

Como podemos apreciar en la cultura organizacional de la empresa en estudio existe una relación óptima con el respeto por el trabajador, las estructuras de la organización, generando un clima organizacional adecuado, pero falta aún trabajar en la difusión de la filosofía organizacional y los planes de la organización.

(Amaya, 2015), de su tesis **“La Cultura Organizacional como herramienta para incrementar la motivación de los trabajadores de la Empresa Camposol S.A.”** de la Universidad Nacional de Trujillo, la Facultad de Económicas, Escuela de Administración, cuya investigación está referido como la cultura organizacional sirve como herramienta para incrementar la motivación de los trabajadores de la empresa Camposol S.A. para eso se contó con una muestra de 214 trabajadores y se utilizó el diseño de investigación descriptiva transversal, método inductivo analítico, estadístico y la técnica de investigación de toma de datos, como la encuesta. Se obtuvo las siguientes conclusiones:

“Se aprecia que algunos factores que conforman la transmisión de la cultura, no es compartido por la totalidad de trabajadores y se observa que los diferentes factores que caracterizan el perfil cultural de Camposol, muestran ciertos rasgos débiles y poco compartidos por la organización.

Los resultados nos permiten determinar que la cultura sirve como una herramienta de motivación laboral, ya que gracias al conocimiento más profundo, los trabajadores pueden sentir con mayor disposición y empeño para cumplir los objetivos planteados por ellos mismos y por la organización”

Se puede decir que hay factores que aún todavía no se ha trabajado bien en la organización, por lo que vemos cierta debilidad en la cultura organizacional y se requiere implementar una política de mayor integración y compromiso de los actores principales de la organización.

(Ferrando, 2015). Análisis de la Cultura Organizacional de las Empresas de Servicios de Lima Metropolitana. *Anales Científicos*, 76(1), 168 -176, Páginas

El presente artículo científico promovido por la Universidad Nacional Agraria La Molina de Lima, tuvo como objetivo analizar la eficacia de la cultura organizacional de las empresas de servicios de Lima metropolitana, proponiendo acciones de mejora de algunos factores de la cultura organizacional. El estudio describe y evalúa la eficacia de la cultura organizacional en base a cinco variables: comunicación, trabajo en equipo, desarrollo personal, adaptación al cambio y mejora de la calidad y productividad, fundamentalmente mediante la aplicación de un cuestionario de 22 reactivos a 300 colaboradores de 25 empresas de servicios, señalando alguna conclusión más relevante:

“En base al estudio realizado se observó que en las empresas de servicios de Lima metropolitana estudiadas la eficacia de la cultura organizacional está relacionada con: la comunicación, trabajo en equipo, desarrollo personal, adaptación al cambio y mejora de la calidad y productividad y alcanza un nivel promedio de eficacia del 67.8%.

El trabajo en equipo alcanza una eficacia del 68% frente a un nivel de ineficacia del 32%, resultado importante expresado fundamentalmente en la integración de las personas por el trabajo grupal, el incremento productivo como consecuencia de las ganancias en motivación que participan en los equipos de trabajo en las empresas de servicios estudiadas”.

Entonces podemos tomar como referencia el resultado final, que manifiesta que, en estas empresas, una eficacia de la cultura organizacional del 67.8%, que como conjunto de valores, tradiciones, creencias, hábitos, normas y actitudes interiorizadas contribuye efectivamente al logro de sus objetivos económicos y sociales.

Internacional:

(Rodas, 2014), de su tesis “**Administración por objetivos en la empresa**” de la Universidad Rafael Landívar de la Ciudad de Quetzaltenango, Guatemala, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Carrera de Administración de Empresas, la investigación tiene como propósito dar a conocer una técnica para establecer la fijación de objetivos empresariales, con el fin de aumentar el

rendimiento empresarial. Es una investigación de diseño Ex post factum la cual se caracteriza porque relaciona variables entre sí, por no las manipula, su alcance de investigación es Descriptiva, hace una encuesta a cinco empresas gasolineras del lugar, a una muestra de 70 trabajadores.

Este trabajo tiene las siguientes conclusiones:

“La empresa en general cuenta con un adecuado sistema de delegación, y que está regido por los parámetros básicos de la delegación que consisten en asignar tareas, autoridad y responsabilidad para el cumplimiento de las mismas; no tiene una adecuada planeación, La mayor parte del personal administrativo no fija metas por escrito por lo que les es dificultoso medir los resultados de las actividades efectuadas y Existe bastante participación del personal administrativo dentro de la empresa en la fijación de objetivos lo que lleva a pensar que podría perfectamente implementarse exitosamente un sistema de administración por objetivos”

La fijación de objetivos en las empresas tomadas para el análisis es relativo debido principalmente en la parte operativa por el nivel educativo y el desconocimiento de la planificación, mientras en el personal administrativo se ve mayor participación en la fijación de objetivos.

(Fajardo, 2015), su tesis: **“Propuesta de Control Interno con el Propósito de Alcanzar los Objetivos Empresariales de la Compañía “Disnacompany Cia. Ltda.”** de la Pontificia Universidad Católica de Ecuador, de la Ciudad de

Quito, Ecuador, facultad de Ciencias Contables y Administrativas, el objetivo de este trabajo de titulación es hacer un análisis de los controles que tiene actualmente la compañía dentro de las diferentes actividades y procedimientos que tiene la misma, información que se obtendrá mediante entrevistas con el personal de la empresa. Se realizará un análisis sobre las debilidades que tiene la empresa después de haber realizado el relevamiento de los procesos de la misma. Posteriormente se cuantificará de forma razonable los riesgos y posibles impactos que puedan repercutir en la consecución de los objetivos empresariales. La investigación es de alcance Descriptivo, Tipo de investigación Aplicada, y diseño No experimental, Transversal, se llevó a realizar una encuesta cuyas conclusiones tenemos:

“Analizar la situación actual de la empresa para identificar los objetivos estratégicos de la misma.

Definir o rediseñar los controles que se debe mantener o implementar en la empresa para alcanzar los objetivos estratégicos.

Se concluye con que la empresa no tiene una estructura adecuada de control interno, se tiene un alto riesgo de no alcanzar los objetivos empresariales”

El presente estudio se da debido a que al tratarse de una empresa familiar, esta no cuenta con un sistema de control interno que permita alcanzar objetivos empresariales, por esta razón realizaron un levantamiento de los procesos que tengan un impacto directo con los objetivos empresariales de la compañía; detectar sus controles actuales para informarse acerca de los procedimientos rutinarios y las brechas que existen entre las acciones que se

están llevando a cabo en ese momento con los objetivos a corto y largo plazo que tiene la empresa, para finalmente elaborar una propuesta de control Interno que le permitan a la empresa alcanzar sus objetivos.

(Chaparro, Hernández, Hernández, & Primera, 2015). Clima y Cultura Organizativa. ¿Se Acercan a los propósitos Empresariales? *Entelequia*, 2(18), 1-22. Páginas. El presente artículo científico de la Universidad Yacambú de la República de Venezuela consistió en una revisión bibliográfica de diferentes autores respecto al clima y la cultura organizacional. En él se describen diferentes teorías que describen la cultura dentro de las organizaciones. Se realiza un análisis crítico con respecto al clima y la cultura como elemento que influyen en los propósitos u objetivos empresariales. De igual manera, de contrasta con un caso real, las teorías planteadas por distintos autores respecto al comportamiento cultural y el clima organizacional de una empresa pública venezolana. Finalmente se discierne de manera concluyente respecto a la temática analizada:

“La gerencia en estos momentos es un proceso el cual responde apropiadamente a la teoría adaptativa debido a que se encuentra sujeta a transformaciones en su contexto. Es claro, que la tendencia de los miembros que mantienen una alta jerarquía de poder de decisión o influencia sobre el resto de los empleados tendrán una alta influencia sobre la percepción de este tema entre el resto del equipo, aunque se debe recordar que el clima organizacional se estudia desde el comportamiento de los individuos, la estructura

organizacional y los procesos inherentes a la organización; así como la tolerancia del equipo de trabajo, las tolerancias a los conflictos laborales e influye, ciertamente, sobre las recompensas esperadas.

Por su parte, la sustentabilidad económica por sí sola no logrará el éxito de la organización, por el contrario, cada día más organizaciones modifican sus misiones y visiones hacia la responsabilidad social empresarial como respuesta a la globalización y los problemas que esta genera”.

Se puede apreciar que las empresas y organizaciones según esta investigación, deben estar en continua preparación y alcanzar objetivos y estar preparada para transformarse y dar respuesta al contexto de su entorno.

(Serrate, Portuondo, Sánchez, & Suarez, 2014), Evaluación de la cultura organizacional y su incidencia en la efectividad grupal. Ingeniería Industrial, 35(1), 1-10, Páginas. Este artículo científico de la Universidad de Matanzas Camilo Cienfuegos, Cuba. El trabajo se presenta un procedimiento metodológico para evaluar los elementos culturales que inciden en la efectividad grupal de los equipos de trabajo en organizaciones de servicios científicos-tecnológicos. La base conceptual y los procesos de apoyo que facilitaron el desarrollo del mismo emergieron del análisis teórico metodológico de diferentes modelos reflejados en la literatura científica y de la experiencia práctica en organizaciones de la provincia de Matanzas. Llegando a sus conclusiones:

“El procedimiento presentado constituye una propuesta de valor en el orden teórico y práctico al contribuir a la evaluación de los elementos culturales que inciden en la efectividad de los equipos de trabajo, la relación que existe entre estas variables y como pueden ser abordadas en aras de mejorar su comportamiento.

Los elementos culturales identificados a partir de las dimensiones: Individual-Social, Tecnológica y Relacional influyen en la efectividad de los equipos de trabajo; siendo la primera la que muestra una correlación significativa, en el caso de estudio.

La determinación del Índice Global de Efectividad Grupal (IGEG) contribuye a la evaluación del nivel de optimización de los equipos de trabajo en la realización de una actividad o meta y en consecuencia enfocar las estrategias que favorezcan el desarrollo individual y organizacional”.

Entonces se tiene el alcance de que hay necesidad de cambio identificada en la organización y el compromiso de sus colaboradores.

2.2 Bases Teóricas

Definición de Cultura Organizacional:

Conocer la cultura de la organización es relevante en el comportamiento del personal que labora en la entidad, porque ella "... potencia aspectos como el de la eficacia, diferenciación, innovación y adaptación..." (Valle, 1995:74).

Chiavenato, I. (1989) dice: "... es un proceso planificado de modificaciones culturales y estructurales, que visualiza la institucionalización de una serie de tecnologías sociales, de tal manera que la organización quede habilitada para diagnosticar, planificar e implementar esas modificaciones con asistencia de un consultor. Es un esfuerzo educacional muy complejo, destinado a cambiar las actitudes, valores, los comportamientos y la estructura de la organización, de modo que ésta pueda adaptarse mejor a las nuevas coyunturas, mercados, tecnologías, problemas y desafíos que surgen constantemente".

Robbins Stephen (1987: 439-440), define sobre la cultura organizacional "... es la que designa un sistema de significado común entre los miembros que distingue a una organización de otra...", ...dicho sistema es tras un análisis detenido de las características que considera la organización.

Shein E. (1984) quien la define como "... el patrón de premisas básicas que un determinado grupo inventó, descubrió o desarrolló en el proceso de aprender a resolver problemas de adaptación externa y de integración interna y que funcionaron suficientemente bien a punto de ser consideradas válidas y, por ende, de ser enseñadas a nuevos miembros del grupo como la manera correcta de percibir, pensar y sentir en relación a estos problemas". Se puede considerar la definición más aceptada de cultura organizacional.

Existen muchos investigadores que han hecho aportes valiosos sobre el concepto de cultura organizacional, pero se mencionarán los de mayor relevancia, siendo los siguientes:

Granell (1997: 2) define el término como "... aquello que comparten todos o casi todos los integrantes de un grupo social..." esa interacción compleja de los grupos sociales de una empresa está determinado por los valores, creencias, actitudes y conductas.

García & Dolan (1997:33) la cultura es "...la forma característica de pensar y hacer las cosas... en una empresa... por analogía es equivalente al concepto de personalidad a escala individual..."

(Significados, 2015), nos indica que la cultura organizacional se entiende al conjunto de creencias, hábitos, valores, actitudes, tradiciones entre los grupos existentes en todas las organizaciones. El término cultura organizacional es una expresión muy usada en el contexto empresarial. La cultura organizacional determina la forma como funciona una empresa y, esta se observa a través de sus estrategias, estructuras y sistema. Una buena organización formada de valores y normas permite a cada uno de los individuos identificarse con ellos y, poseer conductas positivas dentro de la misma obteniendo mayor productividad por parte de los mismos, así como fuera de la empresa demostrando al público una buena imagen del lugar donde laboran y lo satisfecho que se siente en ella.

(Dorta Quintana, 2015), "La cultura organizacional representa un patrón complejo de creencias, expectativas, ideas, valores, actitudes y conductas compartidas por los integrantes de una organización que evoluciona con el paso del tiempo. En forma más específica, la cultura organizacional incluye: formas rutinarias de comunicarse, normas que comparten individuos y equipos, valores dominantes, filosofía que guía las políticas y la toma de decisiones, las

reglas del juego para llevarse bien y el sentimiento o clima que se transmite en una organización por la disposición física y la forma que los integrantes interactúan con clientes, proveedores y otras instancias externas”.

1. La cultura desempeña diversas funciones en las organizaciones.
2. Define los límites; es decir, establece distinciones entre una organización y las otras.
3. Transmite una sensación de identidad a los integrantes.
4. Facilita la aceptación de un compromiso con algo que supera los intereses personales.
5. Aumenta la estabilidad del sistema social.
6. Sirve como un mecanismo que crea sentido y permite el control, que orienta y da forma a las actitudes y comportamientos de los empleados.

Freitas (1991) realizó una extensa reunión bibliográfica en el año 1987 en la Universidad de New York, considerando a la cultura organizacional como un "poderoso mecanismo de control, que visa a conformar conductas, homogeneizar maneras de pensar y vivir la organización, introduciendo una imagen positiva de ella, donde todos son iguales, escamoteando las diferencias y conflictos inherentes a un sistema que guarda un antagonismo y anulando la reflexión".

Como cultura organizacional se entiende al conjunto de creencias, hábitos, valores, actitudes, tradiciones entre los grupos existentes en todas las organizaciones. El término cultura organizacional es una expresión muy usada en el contexto empresarial.

La expresión cultural organizacional forma parte de las ciencias sociales y, adquirió gran importancia a mitad del siglo XX después de que algunos investigadores en el área de gestión y estudios organizacionales empezaran a defender los beneficios de estudiar la cultura organizacional. Cabe resaltar que, sin embargo, la cultura organizacional ya era estudiada anteriormente por la sociología, las relaciones humanas dedicaban su tiempo en dictar estudios del aspecto humano de la empresa y era precursora de la cultura organizativa.

(Schein, 2004), fue quien presentó por primera vez un concepto claro y práctico de cultura organizacional, estableció que la cultura organizacional está formada por 3 niveles de conocimientos: supuestos inconscientes, se refiere a las creencias que son adquiridas en relación a la empresa y la naturaleza humana, valores forma parte de los principios, normas y modelos importantes que dirige el comportamiento de quienes conforman la empresa y artefactos identifica a los resultados obtenidos de la acción de una empresa.

En referencia a lo anterior, los fundadores de una cultura deben de transmitirla con el tiempo a sus miembros que forman parte de la empresa y realizar actividades que conserven la cultura organizacional como, por ejemplo: otorgar premios, incentivos económicos, materiales, seminarios o diferentes cursos de preparación esto es con el fin de fortalecer los valores, creencias, hábitos y filosofía que conforma la organización desde sus fundadores.

La cultura organizacional determina la forma como funciona una empresa y, esta se observa a través de sus estrategias, estructuras y sistema. Una buena organización formada de valores y normas permite a cada uno de los individuos identificarse con ellos y, poseer conductas positivas dentro de la misma obteniendo mayor productividad por parte de los mismos, así como

fuera de la empresa demostrando al público una buena imagen del lugar donde laboran y lo satisfecho que se siente en ella.

Característica de cultura organizacional

Cada cultura organización está compuesta de ciertas características que son claves para ser diferente una de las otras que ayudan a demostrar una imagen positiva de la empresa revistiéndola de prestigio y reconocimiento. Entre las cuales tenemos:

- La responsabilidad e independencia que posee cada individuo.
- El control que existe hacia los empleados.
- El grado de identidad e identificación que posee los empleados con la organización.
- El sistema de incentivo que tiene una empresa con sus empleados que permite que estos trabajen con un mejor rendimiento y optimismo para lograr los objetivos planteados por la empresa.
- El ánimo que posee los empleados por innovar y mejorar la prestación de servicios donde laboran y asumir el riesgo de la misma.
- El grado de tolerancia que posee los integrantes de la empresa para resolver los diferentes problemas que se pueden suscitar y buscan un ambiente tranquilo, respetuoso y sano para ellos mismos y los clientes o visitantes.

(De La Lama Castillo, 2016) realizó un amplio análisis en su libro del 2016, utilizando a muchos referentes teóricos para poder definir a la cultura organizacional, finalmente concluye en lo siguiente: “Es una nueva óptica que

permite a la gerencia comprender y mejorar a las organizaciones...en suma, hablar de cultura organizacional es hablar de la forma característica de pensar, y hacer las cosas en una empresa”. Menciona a **Ansoff (1985)**, agregando que “denomino cultura de un grupo al conjunto de normas y valores de un grupo social que determinan sus preferencias por un tipo concreto de comportamiento estratégico”, y **Sanders & Cooke (2005)**, indicando que es “un patrón básico de creencias, supuestos y valores que existen en una organización y que son ampliamente compartidos por sus miembros”.

Clima y cultura organizacional.

El clima organizacional tiene una importante relación en la determinación de la cultura organizacional de una organización, entendiendo como cultura organizacional, el patrón general de conductas, creencias y valores compartidos por los miembros de una organización. Esta cultura es en buena parte determinada por los miembros que componen la organización, aquí el clima organizacional tiene una incidencia directa, ya que las percepciones que antes dijimos que los miembros tenían respecto a su organización, determinan las creencias, “mitos”, conductas y valores que forman la cultura de la organización.

Las percepciones y respuestas que abarcan el clima organizacional se originan en una gran variedad de factores. Unos abarcan los factores de liderazgo y prácticas de dirección (tipos de supervisión: autoritaria, participativa, etc.). Otros factores están relacionados con el sistema formal y la estructura de la organización (sistema de comunicaciones, relaciones de dependencia, promociones, remuneraciones, etc.). Otros son las consecuencias del

comportamiento en el trabajo (sistemas de incentivo, apoyo social, interacción con los demás miembros, etc.).

(Uribe Prado, 2015), en su investigación nos señala alcances del clima organizacional como que “es un complejo, multidimensional relacionado con la cultura de un modo poco claro, que puede estudiarse como causa, como efecto o como condición intermediaria y que siempre se refiere a la representación cognitiva que las personas construyen a partir de las realidades colectivas en las que viven. Por lo general el clima es definido como un conjunto de percepciones compartidas de políticas organizacionales, prácticas y procedimientos formales e informales.

Cita a **Forehand & Gilmer (1694)** definiendo al clima como “un conjunto de características percibidas por los trabajadores para describir a una organización y distinguirla de otras, su estabilidad es relativa en el tiempo e influye en el comportamiento de las personas en la organización. **Hellriegel (1974)** lo define como “un conjunto de atributos percibidos de una organización y, o subsistemas, o ambos, que pueden ser inducidos de forma que la organización y, o subsistemas, o ambos, sean acordes con sus miembros o el entorno. De acuerdo con este autor, éste presenta características importantes de considerar para su definición y medición:

- Se refiere a respuestas perceptuales como descripciones primarias más que evaluaciones del ambiente organizacional
- El grado de inclusividad de los reactivos, escalas y constructos son a nivel macro, más que a uno micro

- Las unidades de análisis tienen a ser atributos de la organización o de subsistemas específicos más que a nivel individual
- Las percepciones tienen consecuencias potenciales en el comportamiento.

Objetivos Empresariales

Se puede definir un objetivo como un "resultado que se desea lograr" (**Byars, 1984**) o como "los fines hacia los cuales se dirige el comportamiento de una organización" (Duncan, 1975), "como una medida de eficiencia del proceso de conversión de recursos" (**Ansofff, 1976**).

El portal Web (**Emprendedores, 2016**), nos define como son los resultados que una empresa pretende alcanzar, o situaciones hacia donde ésta pretende llegar. Establecer objetivos es esencial para el éxito de una empresa, estos establecen un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para todos los miembros de la empresa. Tiene como características ser medibles, claros, alcanzables, desafiantes, realistas.

Según (**Cuevas, 2015**) en su Blog Psicología y Empresa, nos cita a H. Koontz y nos define a los objetivos de la organización como "aquellos aspectos materiales, económicos, comerciales y sociales, en dirección a los cuales las organizaciones dirigen sus energías y sus recursos, esos aspectos son utilidades, rentabilidad, buena imagen, responsabilidad social, productividad, productos o servicios de calidad, buena percepción del cliente, etc. Son los objetivos que desea lograr, con el fin de operar satisfactoriamente dentro del entorno socioeconómico".

Para la Web (**CreceNegocios, 2014**), nos comparte los objetivos empresariales como “resultados, situaciones o estados que una empresa pretende alcanzar o a los que pretende llegar, en un periodo de tiempo y a través del uso de los recursos con los que dispone o planea disponer.

Establecer objetivos es esencial para el éxito de una empresa pues éstos establecen un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para los miembros de la misma.

Pero además de ello, otras ventajas de establecer objetivos para una empresa son:

- Permiten enfocar esfuerzos hacia una misma dirección.
- Sirven de guía para la formulación de estrategias.
- Sirven de guía para la asignación de recursos.
- Sirven de base para la realización de tareas o actividades.
- Permiten evaluar resultados al comparar los resultados obtenidos con los objetivos propuestos y, de ese modo, medir la eficacia o productividad de la empresa, de cada área, de cada grupo o de cada trabajador.
- Generan coordinación, organización y control.
- Generan participación, compromiso y motivación y, al alcanzarlos, generan satisfacción.
- Revelan prioridades.
- Producen sinergia.
- Disminuyen la incertidumbre”

También conocidos como objetivos genéricos, son objetivos basados en expresiones generales o genéricas. Algunos ejemplos de objetivos generales o genéricos son:

- Ser la empresa líder del mercado.
- Incrementar las ventas.
- Aumentar los ingresos.
- Generar mayores utilidades.
- Obtener una mayor rentabilidad.
- Lograr una mayor participación en el mercado.
- Ser una marca líder en el mercado.
- Ser una marca reconocida en el mercado.
- Aumentar el número de vendedores.
- Aumentar el número de activos.

Chiavenato, I. (2001), Las empresas son ciertas clases de organizaciones o unidades sociales que buscan alcanzar objetivos específicos, y su razón de ser es cumplirlos. Un objetivo de la empresa es una situación deseada que ella pretende alcanzar. Desde esta perspectiva, los objetivos empresariales cumplen muchas funciones “:

- a) Al representar una situación futura, los objetivos indican una orientación que la empresa trata de seguir, y establecen líneas rectoras para la actividad de los participantes.
- b) Constituyen una fuente de legitimidad que justifica las actividades de una empresa y su propia existencia.

- c) Sirven como estándares que permiten a sus miembros y a los extraños comparar y evaluar el éxito de la empresa, es decir, suficiencia y su rendimiento.
- d) Sirven como unidad de medida para verificar y comparar la productividad de la empresa o de sus órganos, e incluso de sus miembros.

Un objetivo empresarial es, en el mundo de la empresa, un resultado o fin que se desea lograr, hacia el que se encaminan los esfuerzos y que pretende mejorar o estabilizar la eficacia y eficiencia de este tipo de entidades.

Características de un objetivo empresarial

A pesar de que existen distintos tipos de objetivos empresariales, de una forma genérica se pueden identificar una serie de características. Una de ellas es la claridad y especificidad. Otras de las características es el realismo, es decir, los objetivos definidos deben ser alcanzables, aunque al mismo tiempo deberían ser capaces de generar un nivel de motivación suficiente. Además, los objetivos empresariales deben ser de alguna forma medibles en términos cuantitativos, para facilitar la función de evaluación y control.

Funciones de un objetivo empresarial

Para destacar la importancia de los objetivos empresariales, se pueden indicar algunas de sus funciones. Una de ellas es orientar y coordinar la toma de decisiones y las acciones que se llevan a cabo dentro de la empresa a distintos niveles. Además, los objetivos son un punto de referencia para realizar una evaluación y control de los resultados obtenidos.

Los objetivos empresariales también ayudan a motivar a los trabajadores de la empresa, permitiéndoles conocer, clarificar e identificar los resultados que se esperan alcanzar. del mismo modo, permiten dar a conocer a elementos externos de la empresa los propósitos e intenciones de la entidad.

2.3 Marco Conceptual

Clima Organizacional

Se define como ser la cualidad o propiedad del ambiente organizacional, que perciben o experimentan los miembros de la organización, y que influyen en su comportamiento. Para que una persona puede trabajar bien debe sentirse bien consigo mismo y con todo lo que gira alrededor de ella y entender el ambiente donde se desenvuelve todo el personal.

Respeto

El respeto es un sentimiento positivo que se refiere a la acción de respetar; es equivalente a tener veneración, aprecio y reconocimiento por una persona o cosa. Como tal, la palabra proviene del latín *respectus*, que traduce 'atención', 'consideración', y originalmente significaba 'mirar de nuevo', de allí que algo que merezca una segunda mirada sea algo digno de respeto.

Comunicación

La comunicación es un elemento de gran importancia en las relaciones humanas, el ser humano, por naturaleza, requiere relacionarse con otras personas para poder satisfacer sus necesidades de afecto y socialización, esto lo logra a través de diversos medios de comunicación.

Reconocimiento

El reconocimiento laboral es una de las fuentes de satisfacción personal más importantes con las que cuentan las personas para sentirse a gusto con su trabajo, y por extensión con su vida. El reconocimiento del trabajo bien hecho y el esfuerzo personal actúa como una fuerza invisible que estimula la satisfacción y el bienestar de los trabajadores, impulsando a todo el equipo hacia una misma e importante meta: el éxito de la empresa.

Motivación

Según **(García-Tenorio, 2006)**, en su libro Organización y Dirección de Empresas, la motivación es un estado anímico que predispone al individuo a esforzarse para alcanzar alguna meta que desea. Se supone que el estado de motivación surge por la existencia de una necesidad (individual o grupal) insatisfecha.

Misión

Para **(Ferrel, Hirt, & Ferrel, 2010)**, autores del libro «Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante», "la misión de una organización es su propósito general. Responde a la pregunta ¿qué se supone que hace la organización?"

Visión

Según **Bengt Karlof**, visión "es una concepción del futuro distante, según la cual los negocios se desarrollan de la mejor manera posible y de

acuerdo con las aspiraciones de sus propietarios o líderes.” (Práctica de la estrategia.)

Valores

Los valores son aquellos juicios éticos sobre situaciones imaginarias o reales a los cuales nos sentimos más inclinados por su grado de utilidad personal y social. Los valores de la empresa son los pilares más importantes de cualquier organización. Con ellos en realidad se define a sí misma, porque los valores de una organización son los valores de sus miembros, y especialmente los de sus dirigentes.

Estrategia

Una estrategia es un plan que especifica una serie de pasos o de conceptos nucleares que tienen como fin la consecución de un determinado objetivo. La estrategia dará cuenta de una serie de procedimientos que tendrán como finalidad derrotar a un enemigo.

Política Laboral

Son poderes públicos que tienen por objetivo alcanzar pleno empleo o tratar de corregir algunos de los errores del mercado de trabajo, como función tiene brindar protección al desempleado, prestación y servicios de apoyo a la búsqueda de empleo. En general, incluyen leyes y normas que afectan al ámbito laboral o las normas de una empresa donde dentro de la misma se tiene que cumplir al margen de la ley.

Recompensa

La recompensa suele ser un incentivo ofrecido para la realización de una determinada tarea. En este sentido, el concepto está asociado a un premio o un estímulo. Una recompensa también puede ser algo simbólico y no material.

Metas Laborales

Una meta es un resultado deseado que una persona o un sistema imagina, planea y se compromete a lograr: un punto final deseado personalmente u en una organización en algún desarrollo asumido. Muchas personas tratan de alcanzar objetivos dentro de un tiempo finito, fijando plazos.

Estructura

La estructura empresarial sirve para determinar la titularidad de un negocio, así como localizar en cuales de sus departamentos se desarrollan las actividades de control y mando. Es una forma de jerarquización y reparto de responsabilidades y deberes dentro de un proyecto de carácter empresarial.

Intensidad de la Inversión

Una inversión, en el sentido económico, es una colocación de capital para obtener una ganancia futura. Esta colocación supone una elección que resigna un beneficio inmediato por uno futuro y, por lo general, improbable.

Liderazgo en costos

El liderazgo de costo es en donde la empresa se propone ser el productor de menor costo en su sector industrial. La amplitud de la empresa es

con frecuencia importante para su ventaja de costo. Pueden incluir la persecución de las economías de escala de tecnología propia, acceso preferencial a materias primas.

Oferta

Una oferta (término que deriva del latín *offerre*) es una propuesta que se realiza con la promesa de ejecutar o dar algo, la oferta está constituida por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado y con un precio concreto realizando una simplificación.

Demanda

La demanda es la suma de las compras de bienes y servicios que realiza un cierto grupo social en un momento determinado.

Investigación de Mercado

La investigación de mercado es una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos. Sirven al comerciante o empresario para realizar una adecuada toma de decisiones y para lograr la satisfacción de sus clientes.

Mercado Objetivo

Es el grupo de consumidores u organizaciones que muy probablemente compre los productos o servicios de una compañía. Debido a que esos compradores son los que probablemente quieran o necesiten lo que ofrece la

compañía, tiene sentido que la compañía enfoque sus esfuerzos de marketing en alcanzarlos.

Competencia

Es una situación patrimonial en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios aptos en el mercado, y de elegir a quién compran o adquieren estos bienes y servicios.

Marca

La marca es uno o el conjunto de signos distintivos de un producto o servicio en el mercado. Algunas personas resaltan el aspecto psicológico de la marca desde el aspecto experimental.

Beneficio

Suele usarse para nombrar a la ganancia económica que se obtiene de una actividad comercial o de una inversión. El beneficio, por lo tanto, es la ganancia obtenida por un actor de un proceso económico y calculada como los ingresos totales menos los costes totales.

Coste

El costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio).

Inversión

La inversión es el acto mediante el cual se usan ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo. La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad económica o negocio, con el objetivo de incrementarlo. Dicho de otra manera, consiste en renunciar a un consumo actual y cierto, a cambio de obtener unos beneficios futuros y distribuidos en el tiempo.

Financiamiento

Conjunto de recursos monetarios y de crédito que se destinarán a una empresa, actividad, organización o individuo para que los mismos lleven a cabo una determinada actividad o concreten algún proyecto, siendo uno de los más habituales la apertura de un nuevo negocio.

Eficiencia:

Es la utilización óptima de los recursos materiales, económicos, tiempo, hombre y esfuerzo de la organización, para alcanzar con eficacia, en el tiempo programado y con el mismo coste, los objetivos organizacionales.

Efectividad:

Es lograr los objetivos de la organización de todas maneras, es lograr beneficios, excedentes y utilidades, el cual redundará a favor de los accionistas, empleados y la sociedad, y permitirá el crecimiento de la organización.

Eficacia:

Es la capacidad de la organización para responder apropiada y rápidamente a las situaciones dadas en determinado momento y cumplir con sus objetivos y satisfacer a los consumidores, clientes o usuarios del producto o servicio.

Productividad

La productividad se define como la cantidad de producción de una unidad de producto o servicio por insumo de cada factor utilizado por unidad de tiempo.

Mide la eficiencia de producción por factor utilizado, que es por unidad de trabajo o capital utilizado.

Incentivo laboral

Incentivo del latín (*incentivus*) es aquello que mueve a desear o hacer algo. Puede tratarse de algo real (dinero) o simbólico (intención de dar u obtener una satisfacción). En el ámbito de la economía, un incentivo es un estímulo que se ofrece (a una persona, objeto, sector) con el objetivo de aumentar la producción y mejorar el rendimiento.

Coefficiente de Correlación

Según (**García Pérez, 2015**), nos define a este coeficiente “como una medida de la relación lineal entre dos variables aleatorias cuantitativas. A

diferencia de la covarianza, la correlación de Pearson es independiente de la escala de medida de las variables”.

De manera menos formal, podemos definir el coeficiente de correlación de Pearson como un índice que puede utilizarse para medir el grado de relación de dos variables siempre y cuando ambas sean cuantitativas.

Coeficiente de Determinación

Es un estadístico usado en el contexto de un modelo estadístico cuyo principal propósito es predecir futuros resultados o probar una hipótesis. El coeficiente determina la calidad del modelo para replicar los resultados, y la proporción de variación de los resultados que puede explicarse por el modelo. es simplemente el cuadrado del coeficiente de correlación de Pearson, lo cual es sólo cierto para la regresión lineal simple.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo y Nivel de Investigación

3.1.1 Tipo de Investigación

El tipo de investigación según su propósito es Investigación Aplicada, porque se busca confrontar como la cultura organizacional influye en el logro de objetivos empresariales de ECKERD PERÚ S.A.

3.1.2 Nivel de Investigación

Según el nivel de alcance es Explicativo (Correlacional - Causal) por qué busca relacional la causa “Cultura organizacional” para explicar el efecto “Lograr los objetivos empresariales” de la empresa ECKERD PERÚ S.A.

3.2 Método y Diseño de la Investigación

3.2.1 Método de la Investigación

El método de la investigación es deductivo por logra conclusiones que permitan explicar la relación de la causa efecto del objeto de estudio de las variables.

Para lograr estas conclusiones se realiza la Investigación con Enfoque Cuantitativo.

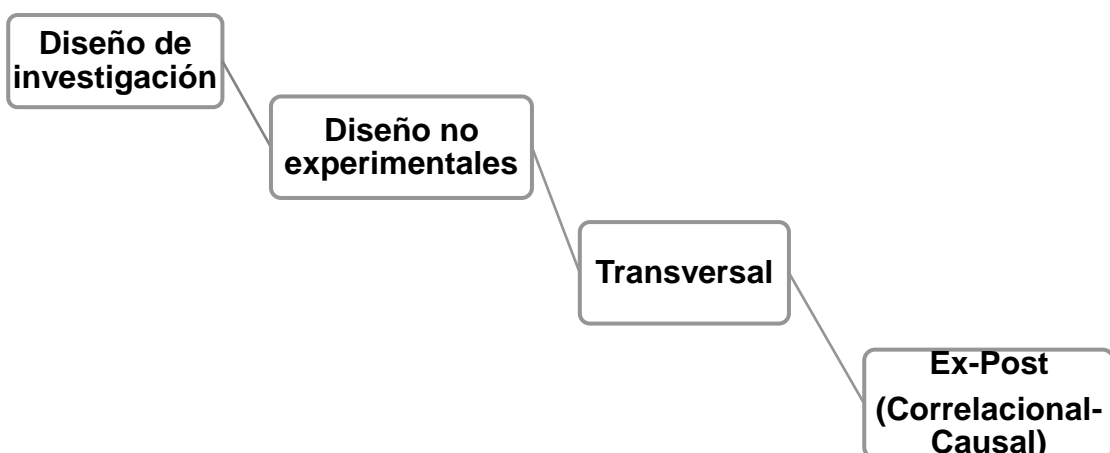
3.2.2 Diseño de la Investigación

El Tipo de Diseño de la investigación es No Experimental porque no manipulamos a las variables de estudio: Cultura organización y Objetivos Empresariales.

Este diseño se clasifica a la vez en Transversal de tipo Ex – Post, busca explicar en un periodo especifico la relación de causalidad e las variables que intervienen en esta investigación.

Figura N° 1

Diseño de la investigación



Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2010) indicaron: “El diseño transaccional o transversal de tipo correlacional causal trata de describir relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado. A veces, únicamente en términos correlacionales, otra en función de la relación causa-efecto (causales)” (p. 145).

3.3 Técnicas, Instrumentos y Fuentes de Recolección de Datos

3.3.1 Población / Muestra

La población de las boticas Inkafarma del distrito de corrillos es de 20 cuyo número de trabajadores está definido por logros de ventas en diversos segmentos:

Tabla N° 2
Población/muestra

Segmentos de Población	N° de Boticas	N° trabajadores en cada botica	Total de trabajadores
Oro	2	25	50
Plata	10	15	150
Básico	8	10	80
Total de Población	20		230

Por lo tanto, el tamaño de población es de N=230 trabajadores de las boticas INKAFARMA pertenecientes a la empresa ECKERD PERÚ S.A.

La muestra sería calculada con la fórmula para una población finita:

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

Dónde:

n*= Tamaño de la muestra

N= Total de la población de trabajadores de las boticas del distrito de Chorrillos.

Z= Nivel de confianza al 95% (equivalente en 1.96)

e= Margen de error estimado (consideramos al 5%)

p= Proporción de ocurrencia (consideramos al 50%)

q= Proporción de no ocurrencia (consideramos 1-p)

Remplazando tenemos:

$$n = \frac{280 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 \times (280 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5} = 162.200374$$

$$n^* = 162 \text{ trabajadores}$$

Para ajustar el tamaño de la muestra aplicamos la siguiente formula:

$$n = \frac{n'}{1 + \frac{n'}{N}}$$

Ajustando el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{162}{1 + \frac{162}{280}} = 102.6244344$$

$$n=103 \text{ trabajadores}$$

Muestra Estadística Estratificada

Debido a que la población de las boticas del distrito de Chorrillos se encuentra segmentada y el tamaño de trabajadores es diferentes, hemos

estratificado la muestra total para tomar muestras por segmento definido, con la siguiente formula:

$$fh = \frac{n}{N}$$

$$fh = \frac{103}{280} = 0.368$$

Por lo tanto, el total de la subpoblación se multiplicará con esta fracción constante a fin de obtener el tamaño de muestra para cada estrato. Sustituyendo tenemos que:

$$nh = Nh \times fh$$

Tabla N° 3
Muestra Estrato

Segmento de Población	N° de Boticas	Subtotal de población	Muestra Estrato
Oro	2	50	18
Plata	10	150	55
Básico	8	80	30
Total, de Población	20	280	103

3.3.2 Técnicas

La técnica para la recolección de datos que hemos considerado utilizar ha sido la encuesta por que representa la más usada y destacada en la investigación de una muestra de población objeto de estudio. Con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una variedad de características objetivas de cultura organizacional y los objetivos empresariales de la empresa ECKERD PERÚ S.A en distrito de Chorrillos.

3.3.3 Instrumentos de Recolección de Datos

El instrumento de recolección de datos para este estudio es el Cuestionario constituido por 8 dimensiones, 16 indicadores y 40 ítems.

Están relacionadas por la operacionalización de las dos variables que intervienen en la investigación y que fueron validadas por 3 expertos.

3.3.4 Validez y confiabilidad del instrumento

Según las características del instrumento, la validez del mismo se realizó aplicando los principales tipos de validez siendo estos: de contenido, de criterio y de construcción. Con respecto a la validez de contenido, se realizó a través del juicio de tres expertos en investigación, todos profesionales con grados de maestría y doctorados quienes analizarán cada ítem de acuerdo a los indicadores en relación con el contexto teórico que interesa evaluar, dichos especialistas evaluaron las variables a analizar en función a su experiencia en el área de investigación. La validación del instrumento realizada por el panel de expertos, garantizo que:

- El cuestionario responde a los objetivos del estudio.
- Las preguntas están redactadas de forma clara y precisa.
- No existe ambigüedad en la redacción de las preguntas, y en los casos existentes se corrigieron.
- La secuencia de las preguntas es correcta.

Por otra parte, para determinar la validez de criterio, el mismo se aplicó a una prueba de entrevista a los trabajadores que fueron designados

aleatoriamente y que formarán parte de la muestra en estudio, para garantizar que la información a obtener permita lo que se pretende lograr. Posteriormente los resultados determinaron que el instrumento posee pertinencia (Brito, 1999).

Para determinar la validez de construcción, se utilizó la prueba de validez discriminante a ambas variables, la cual se aplica en cuestionarios con 24 ítems de varias alternativas tipo Lickert. El mismo fue sometido a una prueba piloto que permitió determinar la validez interna mediante la aplicación del procedimiento estadístico de Kude Richardson el cual arrojó un valor de 0,96, ubicando así el instrumento en un nivel de muy alta validez.

Por otra parte, en lo que se refiere a la confiabilidad del instrumento y asumiendo que la misma "...se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto, produce iguales resultados"... (Hernández y otros. 2003: p.242).

3.3.5 Fuentes de Recolección de Datos

La fuente de recolección es primaria, que se recogió mediante una encuesta llevada a cabo con la formulación de un cuestionario de 48 preguntas de tipo Lickert estructurado en 24 preguntas para la variable Cultura organizacional y 24 preguntas para la variable Objetivos empresariales, tomada a una muestra de 103 trabajadores, de una población de 20 boticas INKAFARMA del distrito de Chorrillos.

Se realizó las tabulaciones de pregunta por pregunta, obteniéndose los siguientes resultados:

Tabla N° 4

Fuente de Recolección de datos – Cultura Organizacional

Dimensión	Variable	Cultura Organizacional			
	Calificación	1. Totalmente de acuerdo	2. De acuerdo	3. En desacuerdo	4. Totalmente en desacuerdo
	Pregunta	X1	X2	X3	X4
Clima Organizacional	1	52	47	4	0
	2	56	37	9	1
	3	58	42	3	0
	4	58	37	6	2
	5	46	37	19	1
	6	49	33	21	0
	7	57	37	8	1
	8	61	27	9	6
Incentivo Laboral	9	52	41	10	0
	10	46	44	12	1
	11	53	43	7	0
	12	50	42	10	1
	13	60	40	3	0
	14	58	39	3	3
	15	56	43	3	1
	16	55	41	6	1
Direccionamiento Organizacional	17	37	48	15	3
	18	32	57	13	1
	19	32	46	19	6
	20	39	55	7	2
	21	40	48	15	0
	22	43	51	8	1
	23	41	59	3	0
	24	39	50	11	3

Tabla N° 5

Fuente de recolección de datos – Objetivos empresariales

Dimensión	Variable	Objetivos Empresarial			
	Calificación	1. Totalmente de acuerdo	2. De acuerdo	3. En desacuerdo	4. Totalmente en desacuerdo
	Pregunta	Y1	Y2	Y3	Y4
Maximizar rentabilidad Minimizar costos	25	47	51	5	0
	26	48	49	6	0
	27	46	53	4	0
	28	45	47	9	2
	29	40	49	12	2
	30	45	54	4	0
	31	39	52	10	2
	32	47	53	3	0
Mayor participación de mercado	33	60	39	4	0
	34	41	36	22	4
	35	42	55	5	1
	36	64	35	3	1
	37	74	27	2	0
	38	77	24	2	0
	39	69	34	0	0
	40	60	41	2	0
Incremento de la productividad	41	39	54	8	2
	42	47	42	10	4
	43	46	51	5	1
	44	42	53	6	2
	45	40	53	10	0
	46	36	52	10	5
	47	48	50	4	1
	48	37	52	12	2

CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis de los Resultados

El análisis de los resultados de una investigación de nivel Correlacional - Causal es a partir lograr el objetivo que tiene este estudio:

“Demostrar la Influencia de la Cultura Organizacional en alcanzar los Objetivos Empresariales de la Empresa ECKERD PERÚ S.A. en el distrito de Chorrillos - Lima en el 2016”

Para lograr este propósito debemos analizar con los datos obtenidos de las encuestas los objetivos específico de la investigación.

Se utilizará el coeficiente de correlación de Pearson para establecer la relación de las variables. **(García Pérez, 2015)**, nos define a este coeficiente “como una medida de la relación lineal entre dos variables aleatorias cuantitativas. A diferencia de la covarianza, la correlación de Pearson es independiente de la escala de medida de las variables”. Para la interpretación utilizaremos los siguientes criterios:

El valor del índice de correlación varía en el intervalo $[-1,1]$, indicando el signo el sentido de la relación:

- Si $r = 1$, existe una correlación positiva perfecta. El índice indica una dependencia total entre las dos variables denominada relación directa: cuando una de ellas aumenta, la otra también lo hace en proporción constante.
- Si $0 < r < 1$, existe una correlación positiva.
- Si $r = 0$, no existe relación lineal.
- Si $-1 < r < 0$, existe una correlación negativa.
- Si $r = -1$, existe una correlación negativa perfecta. El índice indica una dependencia total entre las dos variables llamada relación inversa: cuando una de ellas aumenta, la otra disminuye en proporción constante.

En tal sentido, contrastamos la correlación causal de:

Clima organizacional → Incremento de la productividad

Para:

“Demostrar la influencia del clima organizacional en lograr el incremento de la productividad de la Empresa ECKERD PERÚ S.A. en el distrito de Chorrillos -Lima en el 2016”

Tabla N° 6

1- *Contraste Clima Organizacional - Incremento de la productividad*

Dimensión	Variable	Culltura Organizacional			
	Calificación	1. Totalmente de acuerdo	2. De acuerdo	3. En desacuerdo	4. Totalmente en desacuerdo
	Pregunta	X1	X2	X3	X4
Clima Organizacional	1	52	47	4	0
	2	56	37	9	1
	3	58	42	3	
	4	58	37	6	2
	5	46	37	19	1
	6	49	33	21	0
	7	57	37	8	1
	8	61	27	9	6

Tabla N° 7

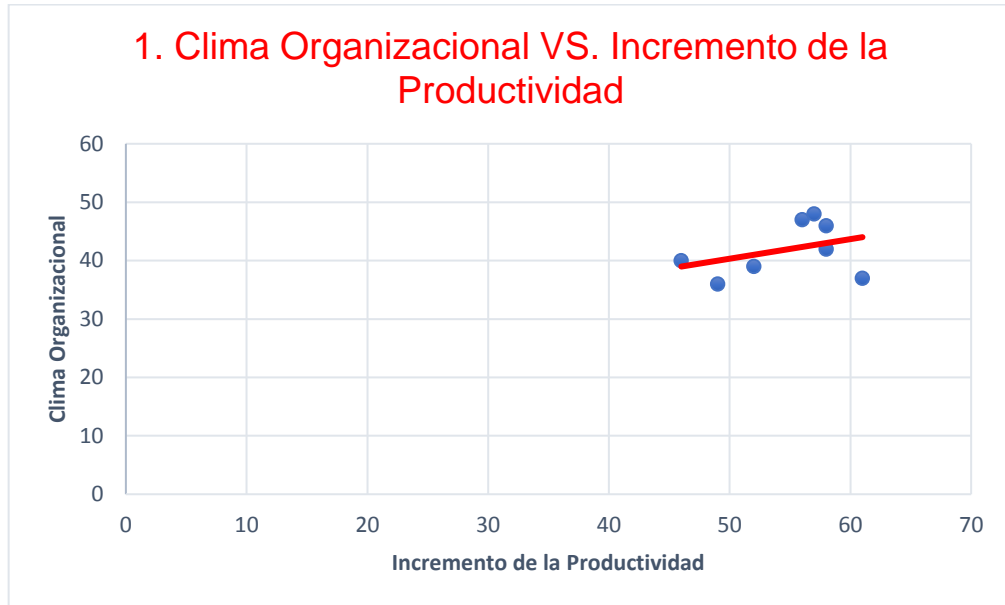
2- *Contraste Clima Organizacional – Incremento de la productividad*

Dimensión	Variable	Objetivos Empresarial			
	Calificación	1. Totalmente de acuerdo	2. De acuerdo	3. En desacuerdo	4. Totalmente en desacuerdo
	Pregunta	Y1	Y2	Y3	Y4
Incremento de la productividad	41	39	54	8	2
	42	47	42	10	4
	43	46	51	5	1
	44	42	53	6	2
	45	40	53	10	0
	46	36	52	10	5
	47	48	50	4	1
	48	37	52	12	2

Contraste de la respuesta 1. Totalmente de acuerdo:

Figura N° 2

1-Clima organizacional vs Incremento de la productividad

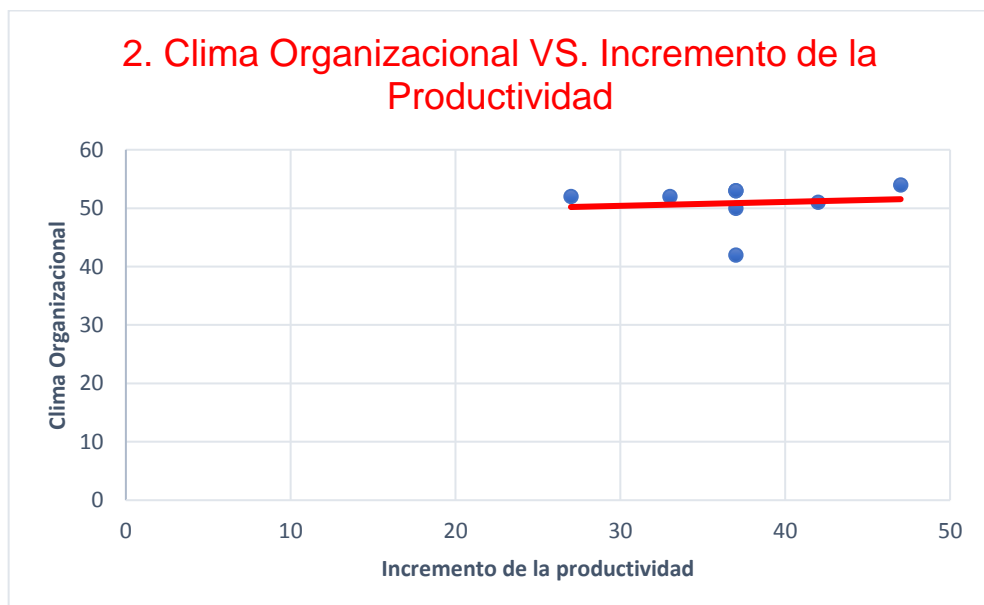


El gráfico nos muestra una correlación positiva moderada del Clima organización y el Incremento de la productividad mediante el Coeficiente de correlación de Pearson (r) es de 0.3699.

Contraste de la respuesta 2. De acuerdo:

Figura N° 3

2-Clima organizacional vs Incremento de la productividad

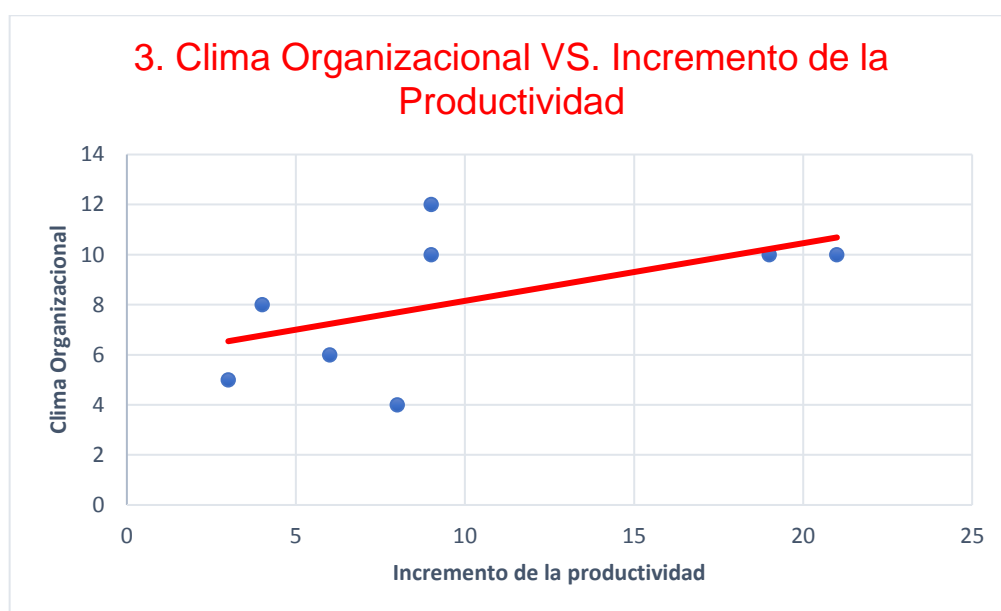


El gráfico nos muestra que existe una correlación positiva moderada significativa del Clima organización y el Incremento de la productividad mediante el Coeficiente de correlación de Pearson (r) es de 0.1035

Contraste de la respuesta 3. En desacuerdo:

Figura N° 4

3-Clima organizacional vs Incremento de la productividad

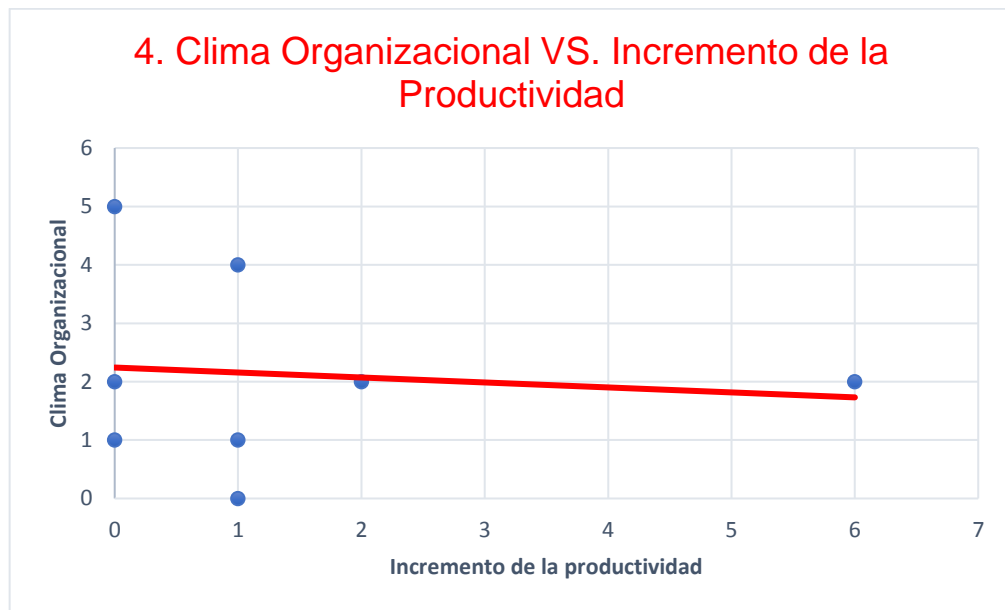


El gráfico nos muestra que hay correlación positiva, los datos están poco dispersos del Clima organización y el Incremento de la productividad mediante el Coeficiente de correlación de Pearson (r) es bastante alto valiendo 0.5366.

Contraste de la respuesta 4. Totalmente en desacuerdo:

Figura N°5

4-Clima organizacional vs Incremento de la productividad



El gráfico nos muestra que hay una correlación negativa baja, el Clima organizacional se correlaciona en sentido inverso al Incremento de la productividad mediante el Coeficiente de correlación de Pearson (r) es -0.1035

Contrastamos la correlación causal de:

Direccionamiento organizacional → Mayor participación de mercado

Para:

“Demostrar la influencia del direccionamiento organizacional para lograr mayor participación de mercado de la Empresa ECKERD PERÚ S.A. en el distrito de Chorrillos en el 2016”

Tabla N° 8

1- Contraste Direccionamiento Organizacional - Participación de Mercado

Dimensión	Variable	Cultura Organizacional			
	Calificación	1. Totalmente de acuerdo	2. De acuerdo	3. En desacuerdo	4. Totalmente en desacuerdo
	Pregunta	X1	X2	X3	X4
Direccionamiento Organizacional	17	37	48	15	3
	18	32	57	13	1
	19	32	46	19	6
	20	39	55	7	2
	21	40	48	15	0
	22	43	51	8	1
	23	41	59	3	0
	24	39	50	11	3

Tabla N° 9

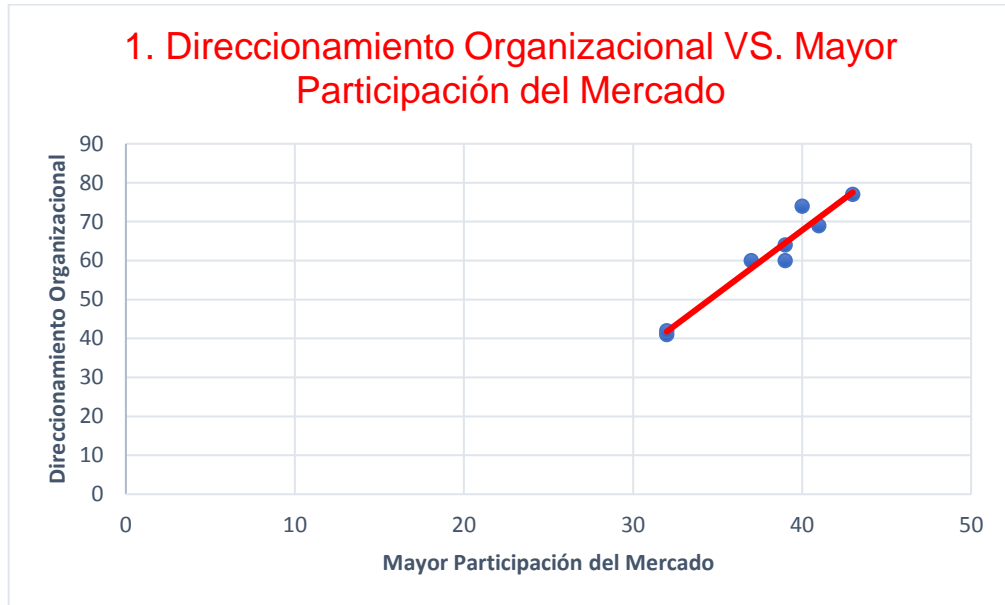
2- Contraste Direccionamiento Organizacional - Participación de Mercado

Dimensión	Variable	Objetivos Empresariales			
	Calificación	1. Totalmente de acuerdo	2. De acuerdo	3. En desacuerdo	4. Totalmente en desacuerdo
	Pregunta	Y1	Y2	Y3	Y4
Mayor participación de mercado	33	60	39	4	0
	34	41	36	22	4
	35	42	55	5	1
	36	64	35	3	1
	37	74	27	2	0
	38	77	24	2	0
	39	69	34	0	0
	40	60	41	2	0

Contraste de la respuesta 1. Totalmente de acuerdo:

Figura N° 6

1-Direccionamiento Organizacional vs Participación de mercado

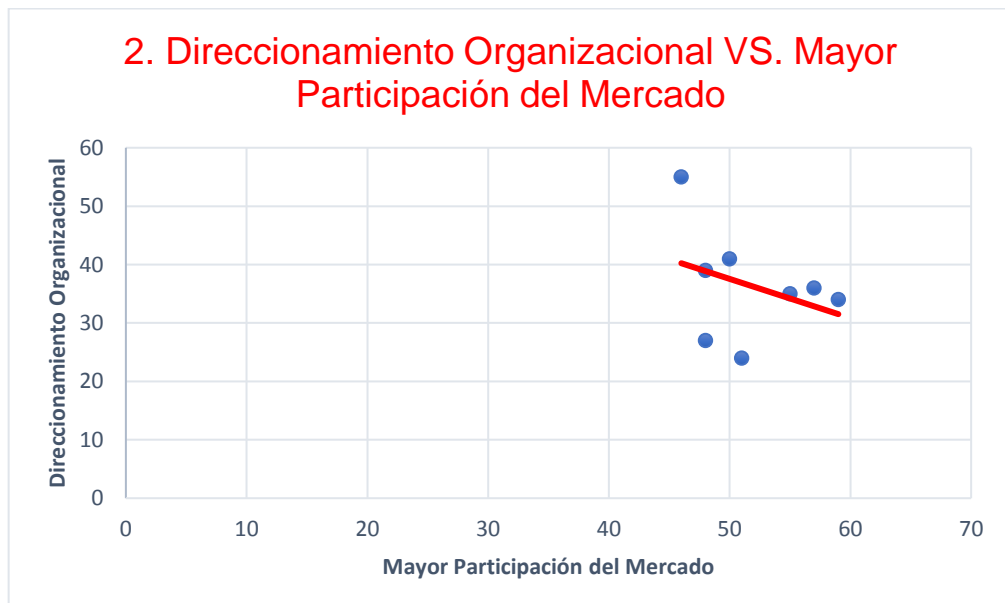


El gráfico nos muestra una correlación positiva contundente del Direccionamiento organizacional y la mayor participación de mercado mediante el Coeficiente de correlación de Pearson (r) de 0.9725

Contraste de la respuesta 2. De acuerdo:

Figura N° 7

2-Direccionamiento Organizacional vs Participación de mercado

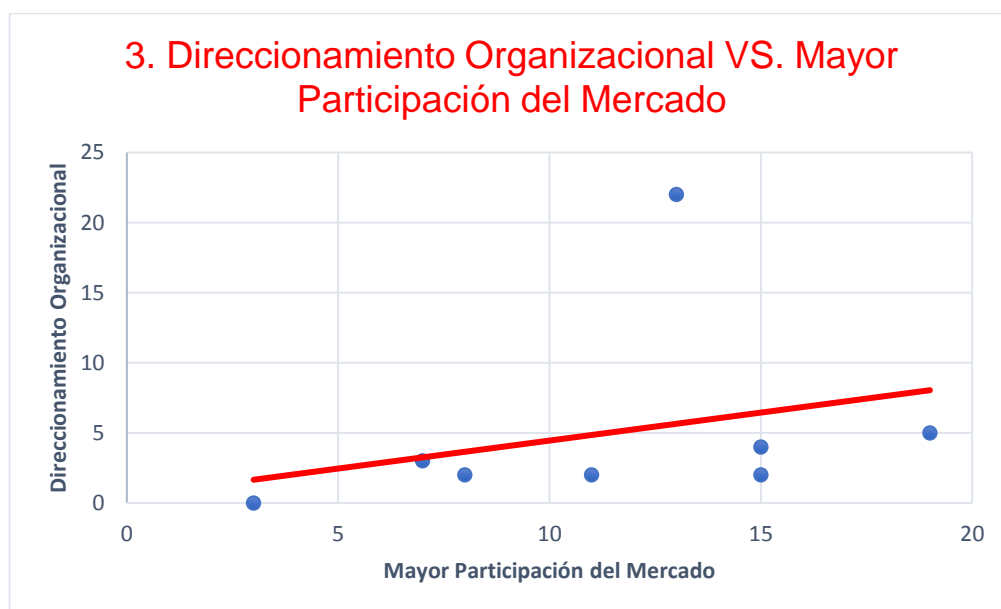


El gráfico nos muestra que hay una correlación negativa moderada del Direccionamiento organizacional y la mayor participación de mercado ya que el Coeficiente de correlación de Pearson (r) es de -0.3347

Contraste de la respuesta 3. En desacuerdo:

Figura N° 8

3-Direccionamiento Organizacional vs Participación de mercado

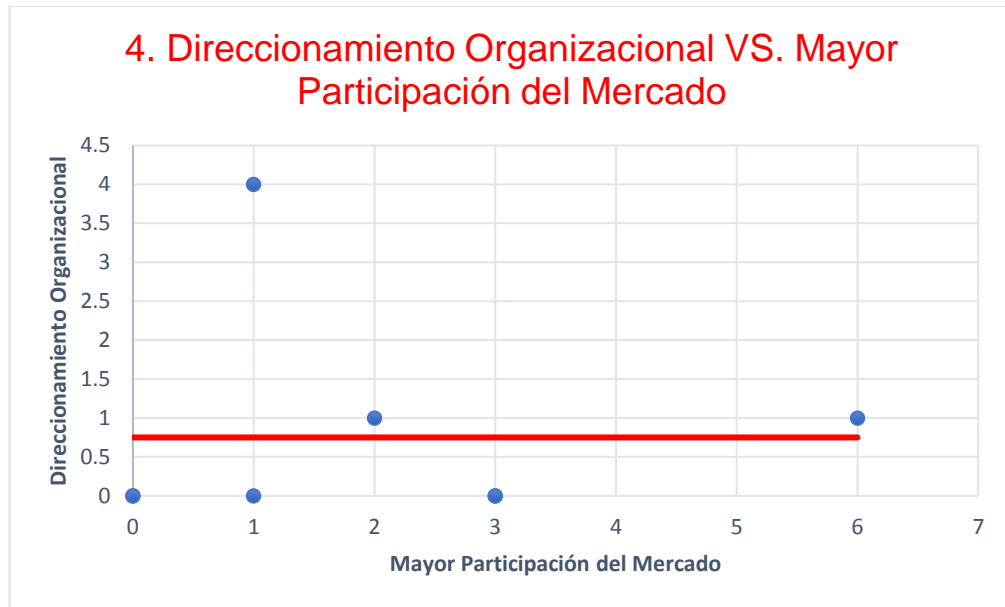


El gráfico nos muestra que hay una correlación positiva moderada del Direccionamiento organizacional y la mayor Participación de mercado mediante el Coeficiente de correlación de Pearson (r) es de 0.2942.

Contraste de la respuesta 4. Totalmente en desacuerdo:

Figura N° 9

4-Direccionamiento Organizacional vs Participación de mercado



El gráfico nos muestra una correlación nula, no se puede demostrar relación entre el Direccionamiento organizacional y la mayor Participación de mercado mediante el Coeficiente de determinación o correlación de Pearson (r) de 0.00

Contrastamos la correlación causal de:

Incentivo Laboral → Maximizar Rentabilidad y Minimizar Costos

Para:

“Demostrar la influencia los incentivos laborales para lograr maximizar la rentabilidad y minimizar los costos de la Empresa ECKERD PERÚ S.A. en el distrito de Chorrillos – Lima en el 2016”

Tabla N° 10

1-Contastre Incentivo Laboral – Maximizar Rentabilidad y Minimizar Costos

Dimensión	Variable	Cultura Organizacional			
	Calificación	1. Totalmente de acuerdo	2. De acuerdo	3. En desacuerdo	4. Totalmente en desacuerdo
	Pregunta	X1	X2	X3	X4
Incentivo Laboral	9	52	41	10	0
	10	46	44	12	1
	11	53	43	7	0
	12	50	42	10	1
	13	60	40	3	0
	14	58	39	3	3
	15	56	43	3	1
	16	55	41	6	1

Tabla N° 11

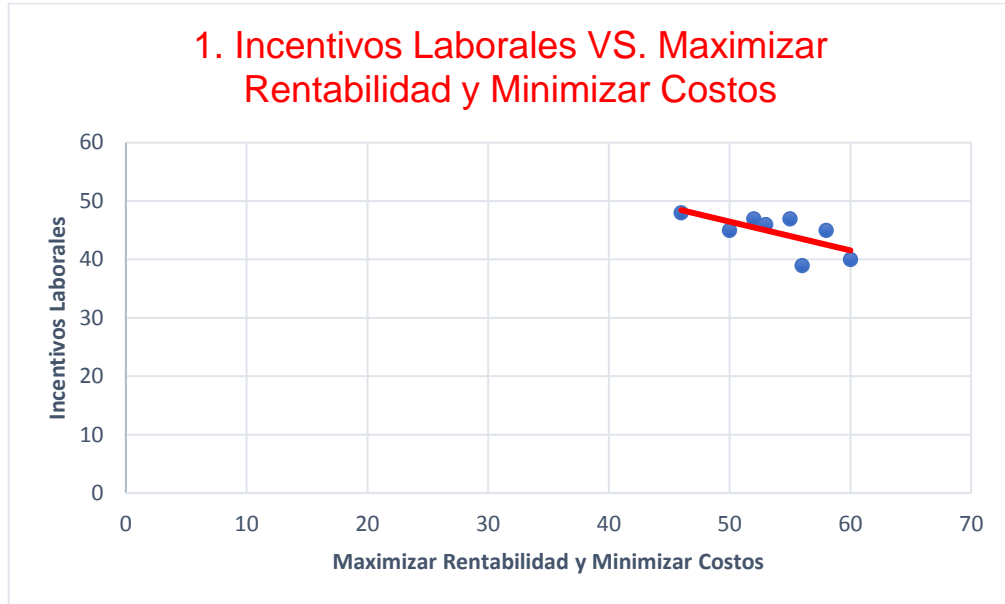
2-Contastre Incentivo Laboral – Maximizar Rentabilidad y Minimizar Costos

Dimensión	Variable	Objetivos Empresariales			
	Calificación	1. Totalmente de acuerdo	2. De acuerdo	3. En desacuerdo	4. Totalmente en desacuerdo
	Pregunta	Y1	Y2	Y3	Y4
Maximizar rentabilidad Minimizar costos	25	47	51	5	0
	26	48	49	6	0
	27	46	53	4	0
	28	45	47	9	2
	29	40	49	12	2
	30	45	54	4	0
	31	39	52	10	2
	32	47	53	3	0

Contraste de la respuesta 1. Totalmente de acuerdo:

Figura N° 10

1-Incentivo Laboral vs Maximizar rentabilidad y Minimizar Costos

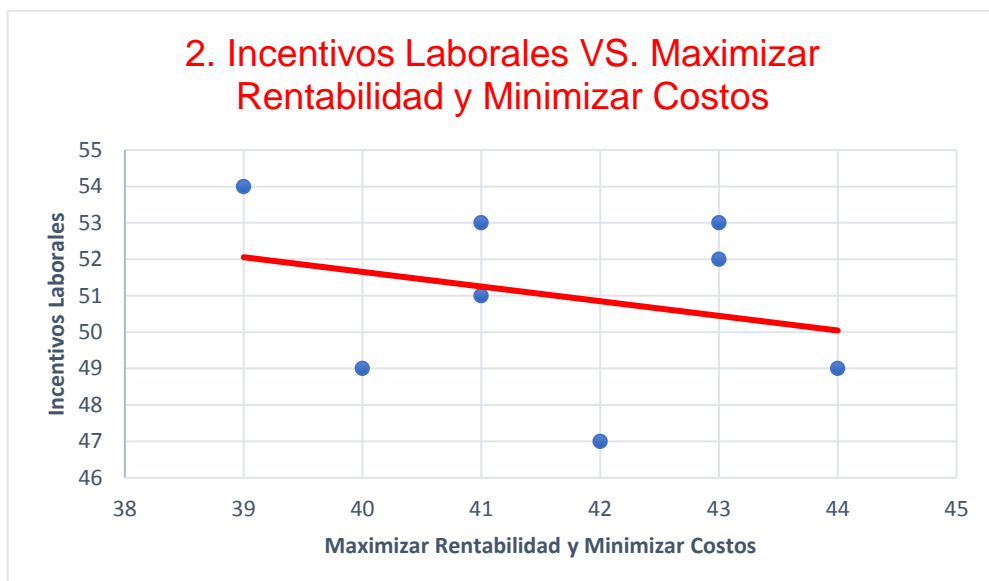


El gráfico nos muestra que hay una correlación negativa alta, los datos están dispersos del Incentivos laborales con Maximizar la rentabilidad y minimizar los costos mediante el Coeficiente de correlación de Pearson (r) de -0.6645

Contraste de la respuesta 2. De acuerdo:

Figura N° 11

2-Incentivo Laboral vs Maximizar rentabilidad y Minimizar Costos

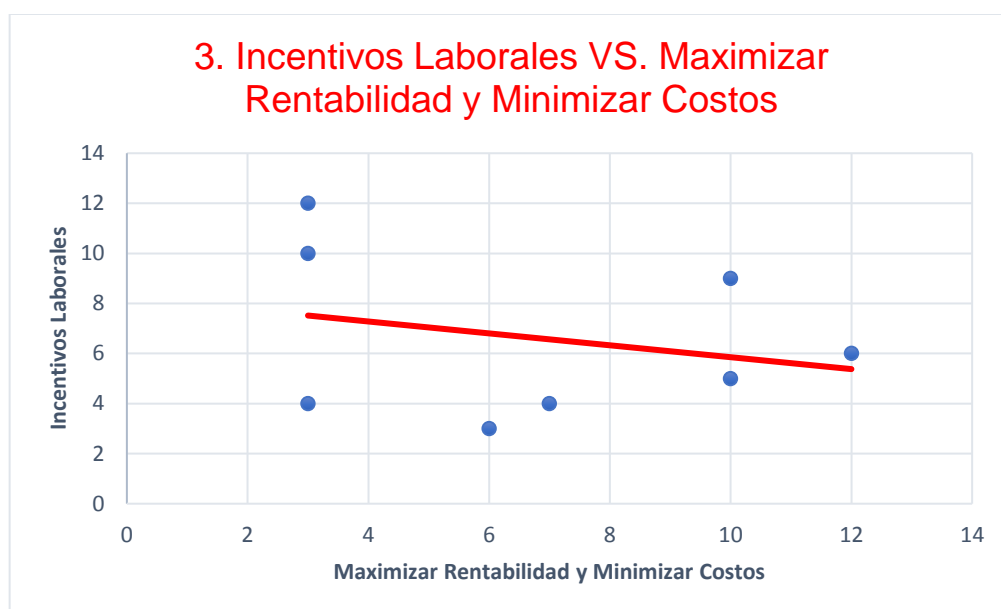


El gráfico nos muestra una correlación negativa moderada de Incentivos laborales con Maximizar la rentabilidad y minimizar los costos mediante el Coeficiente de correlación de Pearson (r) de -0.2769

Contraste de la respuesta 3. En desacuerdo:

Figura N° 12

3-Incentivo Laboral vs Maximizar rentabilidad y Minimizar Costos

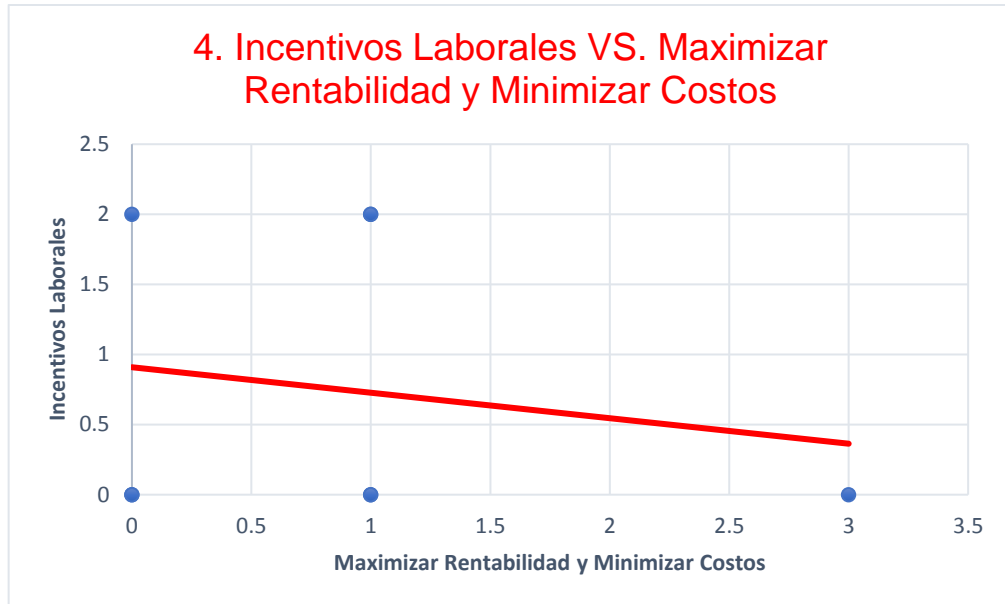


El gráfico nos muestra que hay una correlación negativa muy baja, los datos están dispersos del Incentivos laborales con Maximizar la rentabilidad y minimizar los costos mediante el Coeficiente de correlación (r) es de -0.2610

Contraste de la respuesta 4. Totalmente en desacuerdo:

Figura N° 13

4-Incentivo Laboral vs Maximizar rentabilidad y Minimizar Costos



El gráfico nos muestra que hay una correlación negativa muy baja, los datos están dispersos del Incentivos laborales con Maximizar la rentabilidad y minimizar los costos mediante el Coeficiente de correlación (r) es de -0.1741

Ahora buscamos Contrastar los variables objetos de estudio:

Cultura Organizacional → Objetivos Empresariales

Tabla N° 12
Contraste de Variables

Variable	Cultura Organizacional			
	1. Totalmente de acuerdo	2. De acuerdo	3. En desacuerdo	4. Totalmente en desacuerdo
Pregunta	X1	X2	X3	X4
1	52	47	4	0
2	56	37	9	1
3	58	42	3	0
4	58	37	6	2
5	46	37	19	1
6	49	33	21	0
7	57	37	8	1
8	61	27	9	6
9	52	41	10	0
10	46	44	12	1
11	53	43	7	0
12	50	42	10	1
13	60	40	3	0
14	58	39	3	3
15	56	43	3	1
16	55	41	6	1
17	37	48	15	3
18	32	57	13	1
19	32	46	19	6
20	39	55	7	2
21	40	48	15	0
22	43	51	8	1
23	41	59	3	0
24	39	50	11	3

Tabla N° 13
Contraste de Variables

Variable	Objetivos Empresariales			
Selección	1. Totalmente de acuerdo	2. De acuerdo	3. En desacuerdo	4. Totalmente en desacuerdo
Pregunta	Y1	Y2	Y3	Y4
25	47	51	5	0
26	48	49	6	0
27	46	53	4	0
28	45	47	9	2
29	40	49	12	2
30	45	54	4	0
31	39	52	10	2
32	47	53	3	0
33	60	39	4	0
34	41	36	22	4
35	42	55	5	1
36	64	35	3	1
37	74	27	2	0
38	77	24	2	0
39	69	34	0	0
40	60	41	2	0
41	39	54	8	2
42	47	42	10	4
43	46	51	5	1
44	42	53	6	2
45	40	53	10	0
46	36	52	10	5
47	48	50	4	1
48	37	52	12	2

Contrastando Las Variables: Cultura Organizacional – Objetivos Empresariales

Para la respuesta 1: Totalmente de acuerdo

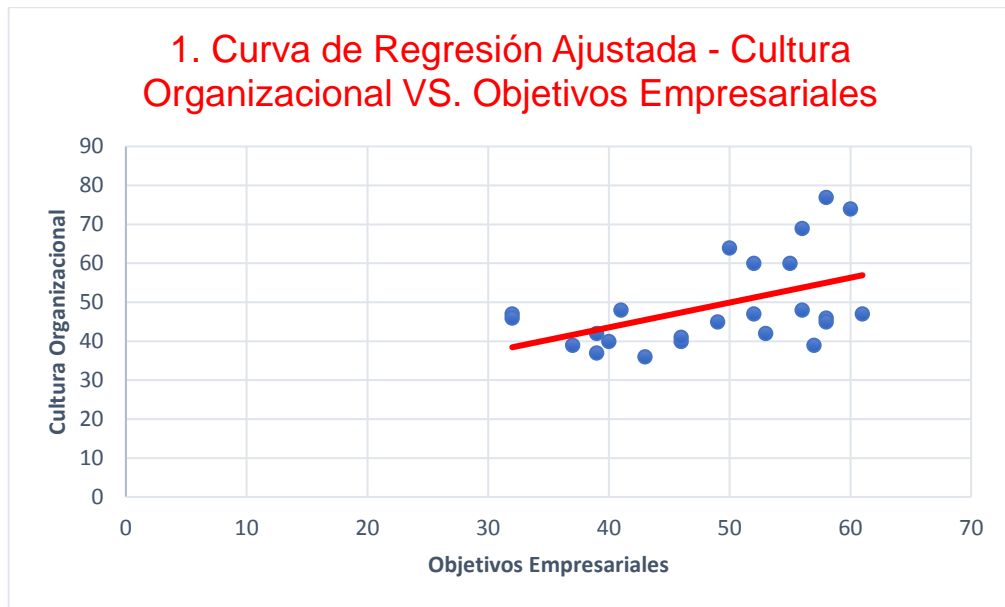
Tabla N° 14

Estadística de la Regresión- Respuesta 1

Estadísticas de la regresión	
Coeficiente de correlación múltiple	0.488159144
Coeficiente de determinación R ²	0.23829935
R ² ajustado	0.203676593
Error típico	10.48730256
Observaciones	24

Figura N° 14

1-Curva de Regresión Ajustada de las Variables



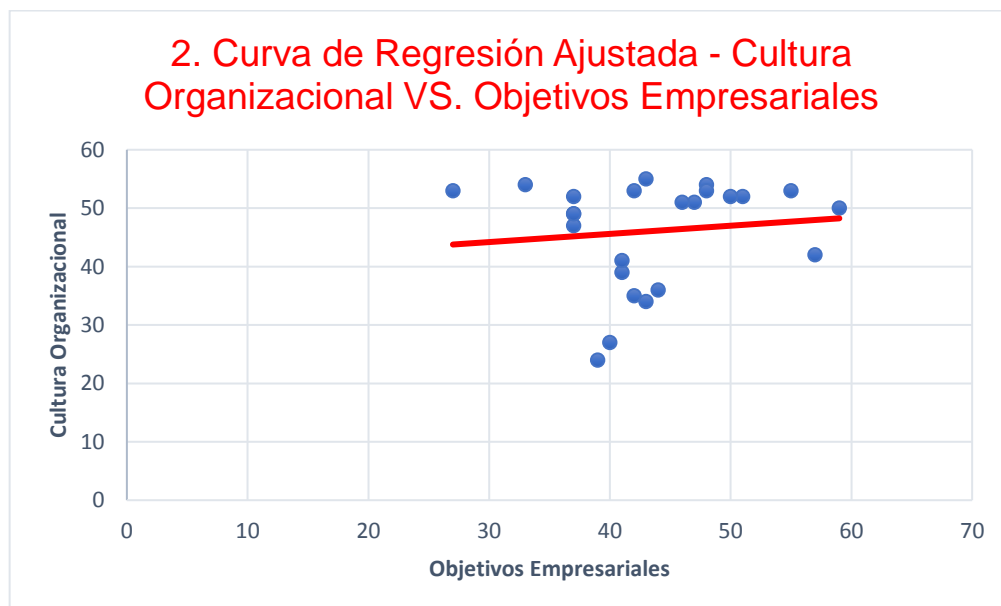
El gráfico muestra que hay una correlación positiva baja entre las variables Cultura organizacional y Objetivos empresariales ya que el Coeficiente de correlación de Pearson (r) es 0.4882

Para la respuesta 2: De acuerdo

Tabla N° 15
Estadística de la Regresión- Respuesta 2

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coefficiente de correlación múltiple	0.116517486
Coefficiente de determinación R²	0.013576325
R² ajustado	-0.031261115
Error típico	7.675701655
Observaciones	24

Figura N° 15
2-Curva de Regresión Ajustada de las Variables



El gráfico muestra que hay una correlación positiva muy baja entre las variables Cultura organizacional y Objetivos empresariales ya que el Coeficiente de correlación de Pearson (r) es 0.1165

Para la respuesta 3: En Desacuerdo

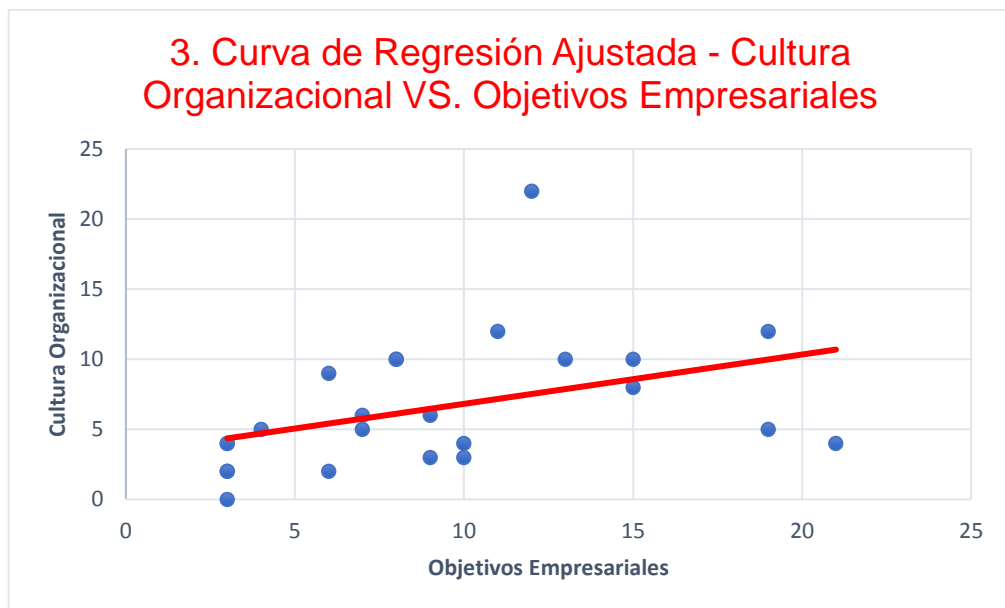
Tabla N° 16

Estadística de la Regresión- Respuesta 3

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coefficiente de correlación múltiple	0.402428344
Coefficiente de determinación R²	0.161948572
R² ajustado	0.123855325
Error típico	4.441390878
Observaciones	24

Figura N° 16

3-Curva de Regresión Ajustada de las Variables



El gráfico muestra que hay una correlación positiva grande entre las variables Cultura organizacional y Objetivos empresariales ya que el Coeficiente de correlación de Pearson(r) es de 0.4024

Para la respuesta 4: Totalmente en desacuerdo

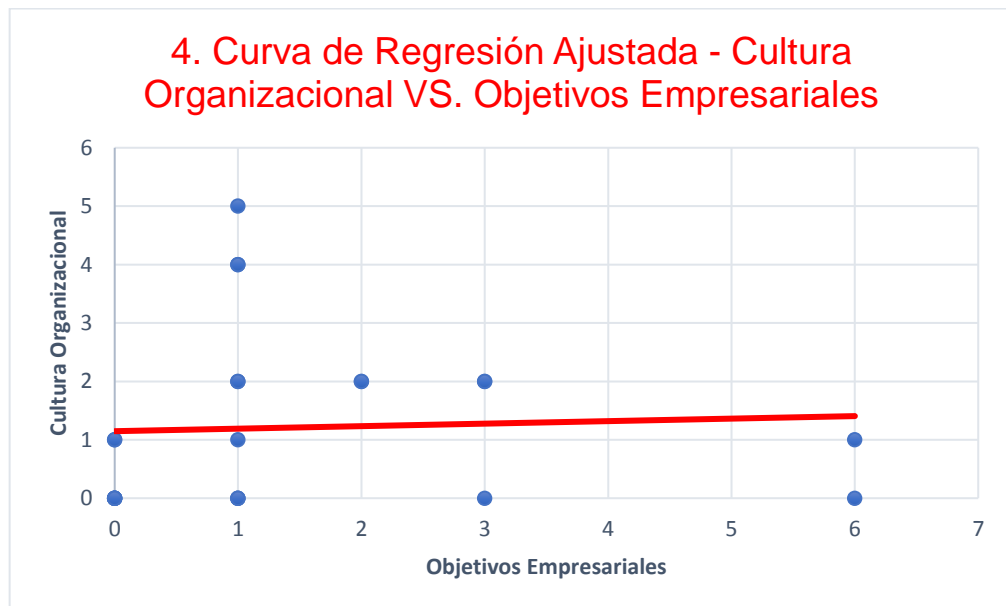
Tabla N° 17

Estadística de la Regresión- Respuesta 4

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coefficiente de correlación múltiple	0.050102714
Coefficiente de determinación R²	0.002510282
R² ajustado	-0.04283016
Error típico	1.505035847
Observaciones	24

Figura N° 17

4-Curva de Regresión Ajustada de las Variables



El gráfico muestra que hay una correlación positiva moderada entre las variables Cultura organizacional y Objetivos empresariales ya que el Coeficiente de correlación de Pearson (r) es de 0.0501

4.2 Discusión de los Resultados

El propósito principal de esta investigación fue demostrar la influencia de la cultura organizacional en alcanzar los objetivos empresariales de la empresa ECKERD Perú S.A. para llegar a este objetivo general debemos ver la influencia de los objetivos específicos que se propusieron en esta investigación. Al contrastar las dimensiones Clima organizacional con Incremento de la productividad para la respuesta 1: Totalmente de acuerdo el coeficiente de correlación de 0.3699 que es positiva moderada ya que la perfecta correlación es 1, Para la respuesta 2: De acuerdo el coeficiente de correlación de 0.1035 es positiva baja. Para la respuesta 3: En desacuerdo el coeficiente de correlación de 0.5366 positivo alto. Para la respuesta 4: Totalmente en desacuerdo el coeficiente de correlación de -0.1035 negativa baja.

Al contrastar las dimensiones Direccionamiento organizacional con mayor participación en el mercado para la respuesta 1: Totalmente de acuerdo el coeficiente de correlación de 0.9725 que es positiva grande ya que la perfecta correlación es 1, Para la respuesta 2: De acuerdo el coeficiente de correlación de -0.3347 es negativa moderada. Para la respuesta 3: En desacuerdo el coeficiente de correlación de 0.2942 positiva moderada. Para la respuesta 4: Totalmente en desacuerdo el coeficiente de correlación de 0 no existiendo correlación alguna.

Al contrastar las dimensiones Incentivo laboral con Maximizar la rentabilidad y minimizar los costos para la respuesta 1: Totalmente de acuerdo el coeficiente de correlación es -0.6645 negativa moderada, Para la respuesta 2: De acuerdo el coeficiente de correlación de -0.2769 es negativa moderada.

Para la respuesta 3: En desacuerdo el coeficiente de correlación es -0.2610 negativa muy baja. Para la respuesta 4: Totalmente en desacuerdo el coeficiente de correlación es -0.1741 negativa muy baja.

Por último, al contrastar las variables; Cultura organizacional con Objetivos empresariales para la respuesta 1: Totalmente de acuerdo el coeficiente de correlación es 0.4882 positivo moderado. Para la respuesta 2: De acuerdo el coeficiente de correlación es 0.1165 positiva baja, Para la respuesta 3: En desacuerdo el coeficiente de correlación es 0.4024 positiva moderada. Para la respuesta 4: Totalmente en desacuerdo, el coeficiente de correlación es 0.0501 positiva muy baja.

CONCLUSIONES

1. Se puede señalar que existe influencia de la **cultura organizacional** considerando los criterios de : el clima organizacional, direccionamiento organizacional y los incentivos laborales de la empresa ECKERD Perú S.A. en las boticas de INKAFARMA del distrito de Chorrillos en el periodo del 2016 con la variable de **alcanzar los objetivos empresariales** mediante el Incremento de la productividad, mayor participación de mercado, maximizar la rentabilidad y minimizar los costos, lo cual está demostrado en este estudio muestra finalmente una correlación baja y moderada entre ambas variables.
2. Existe la influencia del clima organizacional, ello se da en razón a que existe un buen cimiento generado en: el respeto, la comunicación, el reconocimiento y la motivación de la empresa ECKERD Perú S.A. en las boticas de INKAFARMA del distrito de Chorrillos en el periodo del 2016, asimismo está orientado a lograr el incremento de la productividad con significativos beneficio, optimizando el manejo de coste, promoviendo la inversión y buscando financiamiento.
3. Se demuestra la influencia del direccionamiento organizacional con reconocimiento de la misión, la visión, los valores y propuesta de las estrategias de la empresa ECKERD Perú S.A. en las boticas de INKAFARMA del distrito de Chorrillos en el periodo del 2016. Por lo tanto, para alcanzar mayor participación de mercado se requiere impulsar la investigación de mercado, lo cual permitirá conocer el mercado objetivo, a la competencia y desarrollando la marca como

elemento clave para el posicionamiento. Demostrando una correlación baja moderada entre ambas dimensiones.

4. Existe una influencia inversa entre los **incentivos laborales** de la Empresa ECKERD PERÚ S.A. en el distrito de Chorrillos – Lima en el 2016 con el **logro de maximizar la rentabilidad y minimizar los costos mediante la intensidad en la inversión y el liderazgo de costos**, dado que mientras mayor sea la promoción y aumento de incentivos para los colaboradores menor será la probabilidad de obtener una minimización de costos y en consecuencia la maximización de rentabilidad. Según nuestro resultado por la prueba de correlación de Pearson **(-0.1741)** no existe relación directa; mientras una variable aumenta la otra disminuirá en proporción constante. Por lo tanto, definimos que existe una correlación negativa perfecta.

RECOMENDACIONES

1. Para seguir buscando mayor influencia de la cultura organizacional se debe seguir innovando en programas y capacitaciones buscando el desarrollo en la identificación del trabajador con su misión, visión y valores de la empresa, en base de estas políticas y creencias mejorar en la participación de los equipos de ventas de las boticas INKAFARMA y alcanzar los objetivos empresariales en satisfacción de los accionistas, los trabajadores y el mercado.
2. Se debe mejorar la comunicación y el reconocimiento al personal, promoviendo un **Programa de Comunicación Interna** en donde se defina constantemente lo que se pretende conseguir, los problemas y las necesidades que existen, para luego definir cómo se va a conseguir lo que se pretende alcanzar; llevándolo de la mano con un **Programa de Estímulos, incentivos y reconocimiento** que brinde **incentivos pecuniarios** (bonos de venta superiores al mercado por equipo de forma mensual, así como comisiones individuales mensuales por volumen de venta para técnicos de farmacia y Químicos Farmacéuticos con metas alcanzables) y **no pecuniarios** (becas de estudio, publicación de oportunidades de desarrollo laboral); como también reconocer mediante documentos de reconocimiento y felicitación el aporte del trabajador a la innovación, calidad cultural y humana de los colaboradores con sus compañeros y con el público atendido . Esto permitirá mejorar la productividad logrando mejores beneficios para la

empresa y reduciendo el coste con una menor rotación de personal e invirtiendo en capacitaciones al personal más estable.

3. Recomiendo potenciar y descentralizar las inducciones al personal en todas las dependencias de esta institución **(dado que existen personal disperso en todo el Perú)**, de manera de que se identifiquen con los valores y objetivos de la empresa, conocer las estrategias que tiene la compañía para poder crecer y marcar una diferencia con la competencia en base a las personas logrando así una mayor presencia en el mercado.
4. Inkafarma debe estudiar, analizar y mejorar el actual modelo de incentivos hacia el equipo de ventas teniendo en cuenta las metas laborales **(son muy altas)** y brindar mejores recompensas como bonos individuales mensuales y de equipo en periodos trimestrales buscando que el personal se sienta gusto y sea más estable **(actualmente el personal renuncia con mucha frecuencia)**, de esta manera se podrá lograr incrementar las ventas mejorando la oferta por parte de la empresa, aprovechando la alta demanda del mercado liderando en costos y con personal muy bien retribuido en bonos y altamente capacitado para mejorar sus competencias en ventas.

BIBLIOGRAFÍA

- Amaya, L. B. (2015). "La cultura organizacional como herramienta para incrementar la motivación en los trabajadores de la Empresa CAMPOSOL S.A.". Trujillo, Perú.
- Ansoff, H. (1976). *La Estrategia de la Empresa*. Pamplona: EUNSA.
- Chaparro, R., Hernández, J., Hernández, T., & Primera, A. (2015). Clima y Cultura Organizativa ¿Se Acercan a los Propósitos Empresariales. *Revista interdisciplinar "ENTELEQUIA"*, 22.
- Chiavenato, I. (1998). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. Madrid: McGraw-Hill Latinoamericana.
- Chiavenato, I. (1998). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana.
- Chiavenato, I. (2002). *Administración en los Nuevos*. Bogota: MCGRAW-HILL.
- CreceNegocios. (21 de 06 de 2014). *CreceNegocios*. Obtenido de CreceNegocios: <http://www.crecenegocios.com/los-objetivos-de-una-empresa/>
- Cuevas, J. C. (29 de 11 de 2015). *Psicología y Empresa: Renovando Empresas con Talento Humano*. Obtenido de <http://psicologiayempresa.com/los-objetivos-de-las-organizaciones.html>
- De La Lama Castillo, M. A. (2016). *La Cultura Organizacional y su incidencia en el desempeño de la gestión del gobierno regional de Piura*. Piura: GRIN Verlag.
- Diez De Castro, E., & García Del Junco, J. (2001). *Administración y Dirección*. Madrid: McGraw-Hill.
- Dorta Quintana, A. (30 de 05 de 2015). *Centro de Desarrollo Gerencial*. Obtenido de <http://centrodedesarrollogerencial.blogspot.pe/2014/05/cultura-organizacional.html>

- Duncan, W. (1975). *Essentials of Management*. Chicago: The Dryden Press.
- Emprendedores, C. d. (19 de 02 de 2016). *Creación de Empresas y Emprendedores*. Obtenido de Creación de Empresas y Emprendedores: <http://www.estartap.com/>
- Fajardo, C. R. (2015). Propuesta de control interno con el propósito de alcanzar los objetivos empresariales de la compañía "DISNACOMPANY CIA. LTDA.". Quito, Quito, Ecuador.
- Ferrando, A. P. (2015). Análisis de la Cultura Organizacional de la Empresa de Servicios de Lima Metropolitana. *Anales Científicos*, 9.
- Ferrel, O., Hirt, G., & Ferrel, L. (2010). *Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante*. D.F. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Franklin, E. F. (2009). *Organización de Empresas*. Bogota: McGraw-Hill.
- García Pérez, A. (2015). *La interpretación de los datos: Una introducción a la estadística*. Madrid: Univesidad Nacional de Educación a Distancia.
- García, H. F. (2015). "Relación de la cultura organizacional en la satisfacción laboral de los trabajadores del área administrativa de la empresa GRUPO GARCIA TOLEDO SAC, AREQUIPA 2015". Arequipa, Arequipa, Perú.
- Garcia-Tenorio, J. R. (2006). *Organización y Dirección de Empresas*. Madrid: Ediciones Paraninfo.
- Maldonado, B. A., & Soza, J. H. (2016). Implicación en la cultura organizacional y clima organizacional de una cooperativa de ahorro y crédito de la región sur del Perú". Arequipa, Perú.
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México: Prentice Hall México.
- Rodas, C. V. (2014). "Administración por objetivos en la empresa". Quetzaltenango, Quetzaltenango, Guatemala.

- Schein, E. (2004). *Organizational Culture and Leadership*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Serrate, A. A., Portuondo, A. V., Sánchez, N. P., & Suarez, R. O. (2014). Evaluación de la cultura organizacional y su incidencia en la efectividad grupal. *Ingeniería Industrial*, 8.
- Significados. (2015). *Significados*. Obtenido de <https://www.significados.com/cultura-organizacional/>
- Tafur, R. (1995). *La Tesis Universitaria*. Lima: Mantaro.
- Uribe Prado, J. F. (2015). *Clima y Ambiente Organizacional: trabajo, salud y factores psicosociales*. México: El Manual Moderno, S.A.

ANEXOS

INSTRUMENTO: ENCUESTA

TÉCNICA: CUESTIONARIO

Buenos días/tardes/noches Sr (a) o Srta.

Estamos realizando una encuesta para medir el logro de objetivos empresariales por la influencia de la cultura organizacional de la empresa ECKERD Perú S.A. del distrito de Chorrillos – Lima en él 2016.

Marque con una (x) la respuesta que mejor se ajuste a su opinión en cada uno de los ítems. Marque solamente una respuesta por ítem. Por favor, llene todo el cuestionario, sin dejar de contestar ninguno de los ítems. Le agradecemos de antemano su participación en el llenado de este cuestionario, ya que su opinión es muy importante para nuestra empresa.

Sexo:	Femenino ()	Masculino ()
-------	--------------	---------------

Edad entre:

18-29 ()	30-45 ()	45-60 ()	60 a más ()
-----------	-----------	-----------	--------------

Calificación:

1. Totalmente de acuerdo	2. De acuerdo	3. En desacuerdo	4. Totalmente en desacuerdo
--------------------------	---------------	------------------	-----------------------------

DIMENSIONES		1	2	3	4
	CLIMA ORGANIZACIONAL				
	RESPECTO				
1	Existe el respeto en todas las instancias de la organización.				
2	Se respeta los acuerdos, convenios, beneficios y otros compromisos por la organización.				
	COMUNICACIÓN				
3	La comunicación es horizontal en la organización.				
4	La comunicación es clara, precisa y oportuna.				
	RECONOCIMIENTO				
5	La organización reconoce los esfuerzos de sus trabajadores				
6	Existe recompensa por desempeño laboral				
	MOTIVACIÓN				
7	La empresa se preocupa por las necesidades de sus trabajadores				
8	Existe identificación de los trabajadores con la empresa				
	INCENTIVO LABORAL				
	POLÍTICA LABORAL				
9	Se da ascensos por desempeño a la productividad en la empresa				
10	Se conoce la política laboral de la empresa				
	RECOMPENSA				
11	Se da recompensas económicas por identificación con en el trabajo				
12	Es permanente el reconocimiento al trabajador de la empresa				

13	Se conocen las metas laborales en cada área de trabajo				
14	Se alcanzan siempre metas laborales en la empresa				
	ESTRUCTURA				
15	Se tiene claro las normas, funciones y procedimientos de trabajo en la empresa.				
16	El número de personal es proporcional a las tareas o actividades de cada puesto de trabajo				
	DIRECCIONAMIENTO ORGANIZACIONAL				
	MISIÓN				
17	Los trabajadores saben la misión de la empresa				
18	Se hace los esfuerzos de lo que dice la misión de la empresa				
	VISIÓN				
19	Los trabajadores saben la visión de la empresa				
20	Los ejecutivos y jefes están trabajando para alcanzar la propuesta de visión.				
	VALORES				
21	Los trabajadores saben los valores de la empresa				
22	Se aplican con celo los valores de la empresa en práctica laboral				
	ESTRATEGIAS				
23	Las estrategias que establecen en la empresa es de conocimiento de sus trabajadores				
24	Evalúan las actividades o acciones que se realiza en la empresa				
	DIMENSIONES	1	2	3	4
	MAXIMIZAR LA RENTABILIDAD Y MINIMIZAR LOS COSTOS				
	INTENSIDAD EN LA INVERSIÓN				
25	Hay interés en realizar más inversión en las boticas por la administración de la empresa				
26	Hay nuevos proyectos a ejecutarse en los próximos años.				
	LIDERAZGO DE COSTOS				
27	Siempre hay beneficios a favor de la empresa por compras				
28	Hay una buena política con proveedores				
	OFERTA				
29	Existe una buena propuesta de productos y servicios en las boticas de la empresa.				
30	Se realiza una buena alianza con otras empresas para proponer un excelente atención en las boticas de la empresa				
	DEMANDA				
31	Se cubre la demanda del mercado en las diversas unidades de negocio de la empresa				
32	Se sabe que existe lugar donde aún no se ha llegado en el país.				
	MAYOR PARTICIPACIÓN DE MERCADO				
	INVESTIGACIÓN DE MERCADO				
33	La empresa realiza investigación de mercado por lo menos una vez al año,				
34	Existe interés en aplicar o atender las necesidades del mercado según la información obtenida por la investigación de mercado.				
	MERCADO OBJETIVO				
35	La empresa tiene identificado su mercado objetivo.				
36	Existen esfuerzos por atender las necesidades del mercado objetivo.				
	COMPETENCIA				
37	La empresa tiene bien identificado a la competencia.				
38	Se conoce las fortalezas y debilidades de la competencia.				
	MARCA				
39	La empresa está bien posicionada por la marca INKAFARMA				

40	La imagen de INKAFARMA está bien identificada en su sector industrial.				
	INCREMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD				
	BENEFICIO				
41	Existe cada vez mayor demanda en INKAFARMA				
42	Se incrementa sueldos y salarios a la medida que se incrementa la producción				
	COSTE				
43	Los costos por ventas son accesibles a los objetivos de rentabilidad				
44	Los costos de marketing son equilibrados en la empresa.				
	INVERSIÓN				
45	Existe cada vez mayor inversión en INKAFARMA.				
46	Se invierte en la investigación y desarrollo de nuevos productos y/o servicios.				
	FINANCIAMIENTO				
47	La empresa recurre a financiamiento para seguir creciendo con nuevos puntos de ventas a nivel nacional.				
48	Existe necesidad de financiamiento para innovar nuestros productos y servicios.				