



UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES**

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

TESIS

**RENTABILIDAD Y SU INFLUENCIA EN EL CLIMA
ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA AGENCIA DE
ADUANA SION S.A.C. PROVINCIA CONSTITUCIONAL DEL
CALLAO. 2016.**

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
CONTADOR PÚBLICO**

AUTOR:

Bach.: ELENA FLORES QUISPE

LIMA – PERÚ

2017

ASESOR DE TESIS

Dra. Grisi Bernardo Santiago

PÁGINA DE JURADO

Dra. Grisi Bernardo Santiago
Presidente

Dra. Silvia Zarela Alarcon Mujica
Secretario

MG. Guillermo Luis Ortiz
Vocal

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado con mucho aprecio a mis padres que con mucho amor me motivaron a terminar mi carrera, y a la elaboración del presente trabajo.

AGRADECIMIENTO

A todas las personas que hicieron posible la elaboración de la presente investigación, de manera especial a Dios por ser mi soporte espiritual.

- A mis queridos padres Roberto y Rosario, por el esfuerzo que hacen, para brindarme su gran apoyo moral.
- A mi profesor y asesor Christian Ovalle P., por reconfortar mis ánimos, por ayudarme a diseñar y construir el conocimiento necesario para el logro de la presente tesis.
- A la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C., por bríndame todo el apoyo necesario para la elaboración de este importante trabajo.
- A mis hermanas, por su apoyo moral, por impartirme sus conocimientos, por motivarme a culminar el presente trabajo.

RESUMEN

El desarrollo del presente trabajo de investigación titulado “Rentabilidad y su influencia en el clima organizacional de la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. Provincia Constitucional del Callao 2016”. Tiene como objetivo general establecer la influencia de la rentabilidad en el clima organizacional de dicha empresa, ya que las empresas pueden optar por una mejor decisión la de utilizar la rentabilidad obtenida de determinado periodo, para fortalecer este aspecto tan valioso que es el clima organizacional.

El clima organizacional es hoy un factor clave en el desarrollo empresarial, y su análisis en profundidad, diagnóstico y mejoramiento es influida de manera directa por la rentabilidad. El tipo de investigación es cuantitativa, descriptiva. Para su determinación se ha utilizado la entrevista en la cual observamos que la rentabilidad influye en el clima organizacional, además de los estados financieros, que reflejan el beneficio para la empresa económicamente, se usa también una encuesta, según likert, con el cual medimos el clima organizacional.

Según los resultados obtenidos, Llegamos a la conclusión de que la rentabilidad influye en las distintas dimensiones del clima organizacional, además el comportamiento organizacional y la satisfacción, denominados en general clima organizacional, influyen en la rentabilidad.

La rentabilidad que obtienen todas las empresas pueden ser destinadas a diferentes áreas en las cuales se requieran mejorar para la buena marcha de la empresa, en este caso solo estamos tomando con referencia, como resulta, si se destina gran parte de las utilidades a lo que es el clima organizacional, y según las investigaciones realizadas es favorable para la empresa, dicho enfoque.

Palabras claves: Rentabilidad, Clima organizacional.

ABSTRACT

The development of this present entitled research work "Profitability and organizational climate of the company Agencia de Aduana Sion S.A.C. Provincia Constitucional del Callao 2016" Its general target is to establish the influence of profitability in the company's organizational climate, Since companies can opt for a better decision to use the profitability obtained from a certain period, to strengthen this valuable aspect that is the organizational climate.

The organizational climate is today a key factor in business development, and its in-depth analysis, diagnosis and improvement directly influence the organization, as well as its profitability. The type of research is quantitative, descriptive. For his determination has been used the interview in which we observe that the profitability influences the organizational climate, in addition to the financial statements, which reflect the profit for the company economically, is also used a survey, according to Likert, with Which we measure the organizational climate.

According to the results obtained, we concluded that the profitability influences the different dimensions of the organizational climate, also the organizational behavior and the satisfaction, generally referred to as organizational climate, influence the Profitability.

The profitability that all the companies obtain can be destined to different areas in which they are required to improve for the good running of the company, in this case we are only taking with reference, as it turns out, if much of the profits are destined to what is the organizational climate, and according to the research is favorable to the company, such an approach.

Key words: profitability, organizational climate.

ÍNDICE

Carátula.....	i
Asesor de Tesis.....	ii
Jurado examinador.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
Índice de contenidos.....	viii
Índice de Tablas.....	xi
Índice de Figuras.....	xii
Introducción.....	xiii

CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema.....	14
1.2. Formulación del problema.....	16
1.2.1. Problema General.....	16
1.2.2. Problemas específicos.....	16
1.3. Justificación del estudio.....	17
1.4. Objetivos de la investigación.....	18
1.4.1. Objetivo General.....	18
1.4.2. Objetivos Específicos.....	18

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación.....	19
2.1.1. Antecedentes Nacionales.....	19
2.1.2. Antecedentes Internacionales.....	21

2.2.	Bases teóricas de las variables.....	24
2.2.1	La Rentabilidad.....	24
2.2.2.	El clima organizacional.....	52
2.3.	Definición de términos básicos.....	68
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO		
3.1.	Hipótesis de la investigación.....	76
3.1.1.	Hipótesis General.....	76
3.1.2.	Hipótesis específicas.....	76
3.2.	Variables de estudio.....	76
3.2.1.	Definición conceptual.....	76
3.2.2.	Definición operacional.....	78
3.3	Tipo y nivel de la investigación.....	79
3.4	Diseño de la Investigación	79
3.5.	Población y Muestra del estudio.....	80
3.5.1	Población.....	80
3.5.2	Muestra.....	80
3.6	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	80
3.6.1	Técnicas de recolección de datos.....	80
3.6.2.	Instrumentos de recolección de datos	80
3.7	Métodos de análisis de datos	82
3.8	Aspectos éticos.....	82
IV. RESULTADOS		
4.1.	Resultados.....	83
4.1.1	Validación del cuestionario.....	83
4.1.2.	Resultado de la entrevista.....	83

4.1.3. Resultado documentario.....	86
4.1.4. Análisis estadístico.....	90
4.1.5. Contratación de la hipótesis.....	102
V. DISCUSIÓN.....	106
VI. CONCLUSIONES	
6.1 Conclusiones	107
VII. RECOMENDACIONES	
7.1 Recomendaciones.....	108
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	110

ANEXOS

Anexo N° 01 Matriz de consistencia.....	113
Anexo N° 02 Operacionalización de variables.....	116
Anexo N° 03 Instrumentos.....	117
Anexo N° 04 Validación de Instrumento.....	119
Anexo N° 05 Matriz de datos.....	121
Anexo N° 06 Estado de Situación financiera 2015.....	123
Anexo N° 07 Estado de Resultados.....	125
Anexo N° 08 Grupos integrantes relacionados en el clima organizacional.....	126

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla: N° 01 - Equilibrio entre Margen y rotación de activos.....	44
Tabla: N° 02 - Algunas ecuaciones básicas de la motivación de las personas.....	56
Tabla: N° 03 - Factores que aumentan o disminuyen la cohesión en un grupo.....	60
Tabla: N° 04 - Operación de variables.....	78
Tabla: N° 05 - Confiabilidad del instrumento.....	81
Tabla: N° 06 - Validación del cuestionario.....	83
Tabla: N° 07 - Guía documentaria- Estados Financieros.....	86
Tabla: N° 08 - Estado de Resultados.....	88
Tabla: N° 09 - Actividades de motivación.....	90
Tabla: N° 10 - Ambiente de trabajo.....	91
Tabla: N° 11 - Ambiente físico.....	92
Tabla: N° 12 - Equidad laboral.....	93
Tabla: N° 13 - Incentivos.....	94
Tabla: N° 14 - Incentivos no económicos.....	95
Tabla: N° 15 - Variedad de tareas con responsabilidad.....	96
Tabla: N°: 16 - Habilidades y destrezas.....	97
Tabla: N°: 17 - Explotación de habilidades.....	98
Tabla: N°: 18 - Distribución de tareas en el equipo.....	99
Tabla: N°: 19 - Comunicación en el equipo.....	100
Tabla: N°: 20 - Comunicación con el jefe.....	101
Tabla: N°: 21 - Matriz de correlaciones entre variables.....	102
Tabla: N°: 22 – KMO y prueba de bartlett.....	103

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura: N° 01 – ¿Rentabilidad sin riesgo?.....	32
Figura: N° 02 – Análisis económico: rentabilidad.....	40
Figura: N° 03 – Los ratios o indicadores financieros.....	41
Figura: N° 04 – Fuerzas clave para el éxito de una empresa.....	51
Figura: N° 05 – Organigrama: Agencia de Aduana Sion S.A.C.....	63
Figura: N° 06 – Paradigma del capital Intelectual.....	68
Figura: N° 07 – Actividades de motivación.....	90
Figura: N° 08 – Ambiente de trabajo.....	91
Figura: N° 09 – Ambiente físico.....	92
Figura: N° 10 – Equidad laboral.....	93
Figura: N° 11 – Incentivos.....	94
Figura: N° 12 – Incentivos no económicos.....	95
Figura: N° 13 – Variedad de tareas con responsabilidad.....	96
Figura: N° 14 – Habilidades y destrezas.....	97
Figura: N° 15 – Explotación de habilidades.....	98
Figura: N° 16 – Distribución de tareas en el equipo.....	99
Figura: N° 17 – Comunicación en el equipo.....	100
Figura: N° 18 – Comunicación con el jefe.....	101
Figura: N° 19 – Contrastación de Hipótesis.....	105

INTRODUCCIÓN

Obtener mayor rentabilidad es el objetivo de toda empresa, ya que ellas se crean con esa visión, una vez obtenida un buen porcentaje de rentabilidad, la cual es invertida sobre todo con la mejor gestión en el clima organizacional, y ésta mejorará progresivamente, de tal manera que seguirá creciendo la rentabilidad en una empresa. Los estados financieros sobre todo el estado de resultados es lo que nos ayuda a obtener la rentabilidad neta. El presente trabajo se titula “Rentabilidad y el clima organizacional de la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. Provincia Constitucional del Callao 2016”. Cuyo detalle del contenido es el siguiente:

En el primer capítulo se detallan: el planteamiento del problema, los objetivos y la justificación del tema. En el segundo capítulo se definen los conceptos de las variables los puntos importantes para la mejor comprensión en el desarrollo del tema. Respecto a la rentabilidad tenemos tipos, indicadores y componentes de la rentabilidad, del clima organizacional tenemos sus características, sus factores y su estructura.

En el tercer capítulo tenemos el desarrollo metodológico de la investigación como son: las hipótesis, tipo, diseño, y nivel de investigación, seguidamente tenemos el capítulo cuatro, donde se demuestra lo que el análisis e interpretación de resultados, haciendo uso de tablas y gráficos para establecer cantidades y porcentajes por afirmación o pregunta.

En el capítulo cinco se indica las conclusiones, respuesta a los objetivos de la investigación. Seguidamente las recomendaciones que se hace a la empresa y parte final bibliografía y anexos.

Es así es como se elabora el presente trabajo de investigación, se debe tener en cuenta que la rentabilidad es producto de la administración y buena gestión de los capitales invertidos, además hay un proceso que se debe pasar para determinar la rentabilidad real.

CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad los ratios financieros son utilizados con mucha frecuencia en las grandes empresas a nivel mundial; existe muchas empresas exitosas y competidoras, la mayoría de los mismos van en crecimiento año tras año, es que el enfoque de las mismas es evidente, sus utilidades y como darle un uso efectivo a sus ganancias como se le llama reinversión. Las empresas se encaminan en cómo obtener mayor rentabilidad utilizando las mejores estrategias y lo que les ayuda en la identificación de obtención de rentabilidad son los ratios financieros con los cuales pueden hacer comparaciones con otras empresas competidoras, análisis del rendimiento de inversiones y operaciones, detectar como es que las empresas transnacionales siguen creciendo y expandiéndose en muchos países.

Los ratios financieros son importantes para la determinación de la rentabilidad de las grandes empresas transnacionales, incluso para medir su economía, por ejemplo para medir rendimiento en otros países donde no se pagan determinados impuestos, por ejemplo Se hace una inversión en Perú donde se paga muchos impuestos la rentabilidad será mínima, pero si se hace la misma inversión en otro país como las Bahamas en donde no se pagan impuestos obtendremos una mayor rentabilidad. Esto nos ayuda a determinar los ratios financieros.

Por otro lado también existen empresas que mucho tiempo están estancadas manteniéndose en el mismo lugar por muchos años, estos los que no utilizan los ratios financieros y otros instrumentos para medir su rentabilidad y analizar donde está la debilidad para fortalecerlo; los que no buscan estrategias para levantarse, porque a la vez sus trabajadores ya se conformaron con lo que vienen realizando, ya que son las personas las que dirigen y conducen al éxito a una empresa.

El nuestro país se va dando mucha importancia como en otros países a lo que es implementación de nuevas estrategias para obtener mayor rentabilidad, as mismo al clima organizacional, ya que el éxito de una empresa es gracias a las personas y las inversiones que se hacen adecuadamente.

En ésta empresa no se conocían los ratios financieros por lo que no se sabe cuál es el factor principal o las actividades principales del giro del negocio que contribuye en el crecimiento de la empresa o cuáles son las operaciones o áreas que brindan mayor rendimiento a la empresa. Siendo una empresa de servicios, sus operaciones en su mayoría es comunicación con el cliente y con diferentes entidades para realizar un servicio eficiente es por ello que se debe velar por un buen clima organizacional. El tema no es solo conocer los ratios de rentabilidad, lo fundamental es saber aplicarlos correctamente.

La rentabilidad obtenida por la empresa en ejercicios anteriores no se ha invertido correctamente para fortalecer áreas que se van debilitando, o áreas a las que no se dan la debida importancia para el éxito de la empresa; en este caso se vio en lo que son recursos humanos y renovación de equipos y suministros, ya que la mayor inversión en mencionado área es fundamental para la empresa por el motivo ya indicado de atención armoniosa con el cliente y servicio adecuado de atención.

Dentro de las declaraciones que se realizaron mensualmente sobre las remuneraciones y otros pagos respecto al personal influye en el clima organizacional, ya que muchos no rinden adecuadamente en su desempeño, hay ausentismo, y disminuyen la eficiencia y eficacia, debido a que no existe un clima organizacional adecuado, lo que origina que se debe contabilizar adecuadamente todo lo que ocasione el personal, por ejemplo descuentos por días de falta, por no cumplimiento de metas, por tardanzas, decrecimiento de ventas, etc. Todo ello influenciado por el clima organizacional; lo mismo que es generado a causa de que no existió una rentabilidad favorable para la empresa.

Las organizaciones pueden comprar sus recursos como maquinarias, suministros, etc. de buena calidad, sin embargo es difícil comprar u obtener un recurso humano rentable, por ello importante darle el primer lugar al recurso humano. Contabilizar la productividad del personal, es como se refleja el clima organizacional en la empresa, en este caso porque la rentabilidad que tiene la empresa influye en el clima organizacional.

El presente trabajo de investigación muestra los factores que inciden en el clima organizacional que además son influidas por la rentabilidad de la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. para abordar y fortalecer aún más las deficiencias encontradas, ya que mencionada empresa debe trabajar en constante comunicación con trato responsable con el cliente.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Problema General

¿Cómo influyó la rentabilidad en el clima organizacional de la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. Provincia Constitucional del Callao 2016?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿Cómo influye la rentabilidad en la motivación en la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. Provincia Constitucional del Callao 2016?
- ¿Cómo influye la rentabilidad en la satisfacción en la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. Provincia Constitucional del Callao 2016?
- ¿Cómo influye la rentabilidad en el reconocimiento en la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. Provincia Constitucional del Callao 2016?

- ¿Cómo influye la rentabilidad en la responsabilidad en la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. Provincia Constitucional del Callao 2016?
- ¿Cómo influye la rentabilidad en el trabajo en equipo en la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. Provincia Constitucional del Callao 2016?

JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

La rentabilidad es la parte final en los estados financieros, el resultado positivo que toda empresa desea obtener, para determinar ello se tiene que pasar por muchos procesos, cuentas contables para ello se debe considerar correctamente los ingresos y los gastos.

La rentabilidad es uno de los temas claves que influye en el clima organizacional, es decir si tenemos un alto porcentaje de rentabilidad, se reinvierte para el mejoramiento del clima, con un buen pago y la distribución adecuada de herramientas de trabajo. es satisfacción la que motiva al personal a que trabaje con eficiencia; lo mismo que afecta relativamente en las cuentas contables por ejemplo: cuentas de efectivos si hay incentivos, cuentas de clientes si hay ingresos por buen rendimiento a causa de que existe un buen clima organizacional, remuneraciones si hay mejores pagos al personal, etc, sobre todo a lo último mencionado afecta en las declaraciones mensuales, ya que estas variaran de acuerdo a los pagos que se realicen al personal, del mismo modo en las ventas o ingresos.

Los diferentes ratios de rentabilidad son útiles para que gerencia pueda tomar decisiones correctas con la información adecuada, el conocer el rendimiento de los activos es importante para realizar nuevas inversiones si es rentable, el ratio que mide el rendimiento del patrimonio es importante porque nos permite conocer el porcentaje de utilidad de la inversión de los accionistas. De la misma manera los diferentes ratios y es un contador quien realiza diferentes cálculos

para llegar a éstos resultados con el instrumento de los estados financieros, ya que es él quien conoce el proceso de los mismos.

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 Objetivo General

Establecer la influencia de la rentabilidad en el clima organizacional de la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. Provincia Constitucional del Callao 2016.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Conocer la influencia de la rentabilidad en la motivación en la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. Provincia Constitucional del Callao 2016.
- Conocer la influencia de la rentabilidad en la satisfacción en la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. Provincia Constitucional del Callao 2016.
- Conocer la influencia de la rentabilidad en el reconocimiento en la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. Provincia Constitucional del Callao 2016.
- Conocer la influencia de la rentabilidad en la responsabilidad de la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. Provincia Constitucional del Callao 2016.
- Conocer la influencia de la rentabilidad en el trabajo en equipo en la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. Provincia Constitucional del Callao 2016.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Realizando una exploración y revisión en los libros especializados, revistas, periódicos y tesis de investigación que tengan o guarden relación con el título de investigación “Rentabilidad y su influencia en el clima Organizacional de la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. 2016”, se pueden mencionar a continuación algunos trabajos encontrados, que han servido de marco referencial para la elaboración de las bases teóricas y prácticas del presente trabajo, en virtud que presentan ciertos criterios que se consideran de utilidad para alcanzar los objetivos planteados, estos son:

2.1.1. Antecedentes Nacionales

Flores (2014), En su tesis titulada “La gestión Logística y su influencia en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de Campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana” de la Universidad San Martín de Porres, nacionalidad Peruana. Vemos que su objetivo general dice: Determinar la influencia de la gestión logística en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos; del cual la hipótesis que pretende probar es: “El desarrollo de una adecuada gestión organizacional incidirá positivamente en la rentabilidad de las empresas”. En cuanto a la metodología, el tipo de investigación es; aplicada, y su nivel descriptivo – explicativo. La conclusión a la que arribó se centra en: “Una eficiente gestión organizacional incide de manera positiva en la rentabilidad de las empresas, pues se cumplen los contratos establecidos en los plazos estipulados y no se incurren en sanciones económicas para la empresa, se minimizan las pérdidas de horas hombre ociosas” de lo contrario también se dan casos si la gestión no es adecuada influye de manera significativa en la rentabilidad, tenemos también otra de las conclusiones “La prestación de

servicio al cliente que es el fundamento y fin último de la cadena logística en un porcentaje razonable de empresas no es oportuna ni eficiente incidiendo directamente sobre el riesgo económico”.

Mencionado trabajo indica claramente que si existe una adecuada gestión en una organización, la rentabilidad es positiva, por lo que ésta tuvo su influencia en la mejora del clima organizacional.

Pelaes (2010), en su tesis titulada “Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en una empresa de servicios telefónicos”, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Nacionalidad Peruana, Nos dice lo siguiente: uno de sus objetivos: es “Comprobar si existe una relación directa entre el clima organizacional (Área de Estabilidad) y la satisfacción del cliente de la empresa Telefónica” con una hipótesis “Existe relación directa entre el clima organizacional (Área de Estabilidad) y la satisfacción del cliente de la empresa Telefónica”, la metodología de la investigación es descriptivo - explicativo, al cual concluye que “Se comprobó la Hipótesis Específica que planteaba que existe relación directa entre el clima organizacional (Área de Estabilidad) y la satisfacción del cliente en la empresa Telefónica del Perú. La correlación encontrada entre ambas variables fue de 0.81. A medida que se incrementa la sensación de estabilidad laboral mejora correlativamente la satisfacción del cliente”. Así mismo “A medida que mejora la dirección del equipo mejora la satisfacción del cliente”.

Se concuerda con lo dicho por el autor ya que la satisfacción al cliente es un punto muy importante para las ventas en una organización, y esto se genera gracias a que existe estabilidad laboral y buena dirección, el equipo goza de un buen liderazgo es decir un buen clima organizacional, gracias a que la empresa tiene un alto porcentaje de rentabilidad es que mantiene estable a su personal.

Peña (2015), En su publicación “Modelo de Gestión y Excelencia” nacionalidad peruana, dice: Durante mucho tiempo, el clima laboral ha sido uno de los grandes olvidados dentro de las organizaciones, que se preocupan de buscar la máxima rentabilidad y los mayores beneficios, sin tener en cuenta algunas de las variables que intervienen en este proceso, especialmente aquellas relacionadas con el clima laboral, la motivación o el talento profesional. Sin embargo, a lo largo de las últimas décadas, son múltiples los estudios que se han ido realizando y que demuestran que el clima laboral, o el ambiente de trabajo, es uno de los factores que más influyen en la productividad de los trabajadores y, en consecuencia, en la rentabilidad de la empresa.

Estudios recientes confirman que el recurso humano es muy importante para obtener una rentabilidad favorable. Para obtener un buen recurso se debe hacer una buena inversión.

2.1.2 Antecedentes Internacionales

Zeas Delgado, (2012) En su tema “Estudio del impacto en el clima organizacional de las empresas privadas por la implementación de las cooperativas cerradas en la provincia de Guayas”, Universidad Politécnica Salesiana sede Guayaquil, Nacionalidad Ecuatoriana, uno de sus objetivos menciona: Orientar a los gerentes administradores, jefes de recursos humanos, directores de área de bienestar social y otros interesados de las empresas privadas que no cuentan con cooperativa, cómo pueden llegar a formar una cooperativa exitosa. La modalidad de esta investigación es cuantitativa y cualitativa, en la que llega a su conclusión, Los empleados de las empresas privadas donde existen cooperativas tienen un sentido de pertenencia superior a los empleados en los que no existe cooperativa; donde existe mayor rentabilidad existe un impacto en el clima laboral ya que este mejora, de ser así entonces salen beneficiados los mismos empleados y también la institución.

La rentabilidad es la fuente para generar un buen clima, en lo indicado por el autor, denota que con la implementación de una buena organización, genera motivación y este a su vez genera un buen clima, lo que influye en el éxito de una empresa.

Fuentes, (2012) Desarrolló la tesis “Satisfacción laboral y su influencia en la productividad”, Universidad Landivar, Nacionalidad Guatemalteca, donde se plantea el siguiente objetivo: “Determinar la importancia que el personal se sienta satisfecho con su trabajo y los efectos que conlleva esto en su productividad. La metodología es descriptiva, Al cual llega con la conclusión:

Se concluye que la estabilidad laboral, las relaciones interpersonales, el gusto por el trabajo las condiciones generales y la antigüedad dentro de la Delegación de Recursos Humanos son indicadores que influyen para que los trabajadores estén satisfechos.

Según la evaluación que realizaron los jefes inmediatos los empleados de la Delegación son productivos y se sienten satisfechos, debido a que el entorno de su trabajo es agradable y el Organismo Judicial les brinda el material y la infraestructura adecuada para llevar a cabo sus funciones de la mejor manera, así mismo les da los beneficios (compensaciones, permisos, salario, prestaciones) a todos los empleados y reciben beneficios extras por ser empleados de una institución del estado.

Se deduce que mencionado autor resalta la importancia de la satisfacción del trabajador basado en muchos factores es predominante para conducir una organización al éxito. En este caso deducimos que el salario o la ganancia que obtenga el trabajador gracias a la rentabilidad que obtenga la empresa, le causará satisfacción y éste mejora su rendimiento.

Chiavenato, (2015) En su libro “Comportamiento Organizacional” Nacionalidad Mexicana; se pregunta y responde: ¿Qué es el capital humano? ¿Son los talentos que la organización atrae y retiene? Sí y no. Es afirmativa porque las personas que una organización busca y conserva son sus principales activos. Ellas poseen habilidades, competencias y conocimientos que son imprescindibles para el éxito de la organización. Sin embargo, atraer talentos a la organización y hacer que se queden es un paso necesario, pero no suficiente. La segunda respuesta es negativa por una razón muy simple: no basta con tener talentos en la organización. Es necesario saber aplicarlos y utilizarlos de la mejor manera posible. Esto depende de dos factores: el diseño y la cultura organizacional. Trabajar en equipo de alto desempeño en un clima extremadamente democrático, agradable y participativo. Así, el capital humano es una cuestión de contenido (talento). Lo importante es ofrecer condiciones de trabajo, que permitan a los talentos colaborar y contribuir eficazmente al éxito de la organización agregando valor y riqueza para los demás asociados.

En lo mencionado por el autor, resalta lo imprescindible que es el capital humano; para sacar provecho al capital tenemos que realizar una buena inversión, esto queda reflejado en los estados financieros. El rendimiento del mismo capital humano es lo que hace que la empresa siga creciendo.

Como un antecedente que nos muestra afirmaciones sobre la influencia de clima organizacional en la rentabilidad, tenemos lo siguiente: Entrepreneur.com, (2009) El clima laboral diferencia a las empresas exitosas de las mediocres. El ser humano es el centro del trabajo, es el elemento más importante en la empresa, y mientras este hecho no se asuma, de nada vale hablar de sofisticadas herramientas de gestión.

El clima laboral es el medio ambiente humano y físico en el que se desarrolla el trabajo cotidiano. Influye en la satisfacción y por lo tanto en la productividad.

Está relacionado con el "saber hacer" del directivo, con los comportamientos de las personas, con su manera de trabajar y de relacionarse, con su interacción con la empresa, con las máquinas que se utilizan y con la propia actividad de cada uno.

Es la alta dirección, con su cultura y con sus sistemas de gestión, la que proporciona o no el terreno adecuado para un buen clima, y forma parte de las políticas de personal y de recursos humanos la mejora de ese ambiente con el uso de técnicas precisas. Mientras que un "buen clima" se orienta hacia los objetivos generales, un "mal clima" destruye el ambiente de trabajo ocasionando situaciones de conflicto y de bajo rendimiento y éste genera baja rentabilidad.

2.2 BASES TEÓRICAS

En este capítulo definiremos el Clima Organizacional, La rentabilidad de una empresa, así mismo se verá las definiciones de indicadores.

La rentabilidad es el beneficio que se obtiene después de haber realizado un esfuerzo o inversión, así mismo a la diferencia entre costos – gastos y ventas. Se determina después de un largo proceso empezando de una inversión y gasto hasta llegar al estado de resultados.

El clima organizacional es la percepción que tienen los miembros dentro de su centro laboral respecto al ambiente físico y social, principalmente es vinculada con la motivación, lo cual repercute en su rendimiento.

2.2.1 RENTABILIDAD

2.2.1.1 ORIGEN DE LA RENTABILIDAD

Martinez (2009) Para narrar el origen de la rentabilidad debemos hablar también de negocio, de la estructura financiera, estrategia financiera de la contabilidad de la partida doble y muchos temas que influyen en la rentabilidad.

El origen de este concepto, también conocido como return on investment (ROI) o return on assets (ROA), si bien no siempre se utilizan como sinónimos ambos términos, se sitúa en los primeros años del siglo XX, cuando la Du Pont Company comenzó a utilizar un sistema triangular de ratios para evaluar sus resultados. En la cima del mismo se encontraba la rentabilidad económica o ROI y la base estaba compuesta por el margen sobre ventas y la rotación de los activos.

El origen de la rentabilidad se asemeja al origen de la economía, Existen dataciones del estudio de la economía en las antiguas civilizaciones de Mesopotamia, Grecia, el imperio romano, las civilizaciones árabes, persas, chinas e Indias.

Cabe destacar la influencia de los griegos en la economía, los cuales utilizaron la palabra economía por primera vez. Platón dio una definición de economía dividida en dos partes, por un lado, el estudio de la administración doméstica y por otro, el estudio del comercio. Aristóteles fue el primer economista analítico, se refirió a diversos temas económicos, que desde entonces han mantenido actualidad, como sus definiciones económicas, los fenómenos de cambio y las teorías monetarias y de valor. En la Edad Media, cabe destacar las aportaciones a la economía del feudalismo y la filosofía escolástica.

Antiguamente la rentabilidad no se notaba, solo se hacía trueque en valores iguales pero uno siempre busca su beneficio así es como uno buscaba ofrecer lo que cambio por trueque a otras personas a un valor más alto, aquí detallamos sobre lo que es un trueque, ya que es de allí donde nace la idea del negocio, donde se obtienen rentabilidad.

La primera condición para que exista intercambio de bienes es la capacidad de producir excedente. El excedente es una parte de la producción que no se necesita consumir. Si una sociedad dispone de excedente, puede

intercambiarlo por algún producto que posea otra sociedad (y que tampoco necesita consumir).

En la más remota prehistoria, cuando los hombres se dedicaban a la caza y la recolección, la producción de excedentes era casi nula. Además, por las características de sus productos, esos excedentes no se hubieran podido almacenar. Pero desde las primeras actividades productivas, el excedente permitió emprender el hábito de intercambiar productos.

Las primeras formas de comercio entre los hombres consistieron justamente en el intercambio de productos mano a mano: lo que uno tenía y no necesitaba, se cambiaba por lo que el otro tenía y no necesitaba. Esa forma de intercambio se denomina trueque.

El trueque se mantuvo por mucho tiempo, aun en sociedades sedentarias: un jarrón de vino por una bolsita de trigo, pieles de abrigo por un arma de caza, lana de oveja por pescados.

¿Por qué se abandonó el trueque? El desarrollo de nuevos bienes de consumo y el crecimiento de la actividad comercial demostró que este sistema era poco práctico: en primer lugar porque no siempre el otro necesitaba aquello de lo que uno disponía. Por ejemplo, si un artesano de sandalias quería comprar pan, siempre debía encontrar un panadero que necesitara sandalias ó averiguar qué necesitaba el panadero, conseguirlo con su producción de sandalias. y recién después ofrecérselo en trueque.

En segundo lugar, también era un problema determinar cuál era el valor exacto de los productos a intercambiar: ¿cuánta lana por un jarrón de vino? ¿De qué tamaño debía ser el jarrón? ¿Una vaca valía lo mismo que un camello?

Para resolver estos primeros problemas los hombres buscaron un producto de referencia: los valores de todas las mercaderías se establecerían en base a ese producto. Esa referencia es el primer paso en la historia de la moneda.

2.2.1.2 EVOLUCION DE LA RENTABILIDAD

Contreras N. y Días E. (2015) Según Jiménez Naharro y Palacín Sánchez (2007), La estructura financiera es la combinación de recursos para financiar las inversiones de la empresa. Asumiendo que contablemente la inversión de la empresa es clasificada como activo y el financiamiento es el pasivo y patrimonio. Por ende, el origen de la estructura financiera descansa en la partida doble. La partida doble se sitúa en la segunda mitad del siglo XIII con el nombre de Venesiano en escritos contables encontrados en Florencia (1225) y Génova (1340) registradas en latín, utilizando una numeración romana y, algunas veces, en cifras arábigas. La contabilidad de 1340 encontrada en Génova tiene la peculiaridad de ser llevada sin un Diario, siendo la partida y su contrapartida anotadas en el mayor para luego ser pasada a una cuenta especial equivalente a lo que hoy denominamos pérdidas y ganancias. (Boter, 1959).

El hallazgo de los libros de Venecia ponen a discusión a cuál de las regiones de Italia se debía considerar como la cuna de la partida doble. Esta posición no solo es fallida por ver al detalle de la fecha del libro ya que el libro encontrado en Génova de 1340 consta que en 1327 se habían iniciado grandes innovaciones administrativas, por lo que es lógico suponer que la partida doble ya era conocida y aplicada. (Boter, 1959) Para Hovsepian Hatzacorsian (2003), el origen de la partida doble se sitúa en la península Itálica, ya que en el Renacimiento se realizaron publicaciones sobre este método, esto lleva a deducir que el estudio de la partida doble, se analizó desde tiempos atrás. Según Esíeve (1992), Benedetto Cotrugli natural de Ragusa fue el primero que escribió acerca del método de la partida doble, descartando a Lucas Pacioli como el primer autor de este método, no dejando de ser el primero en publicar un texto sobre este tema. A la vez Ziaurriz Belzurregui, Montuenga Modina, & Fernández Adrio (1987) expone que Benedetto Cotrugli estableció el método de partida doble de manera clara y concisa, a través de su obra de obra Della mercatura et del mercante perfetto que fue escrita en el año 1458. Sin

embargo, este libro se llevó a la imprenta quince años más tarde debido a que este método de llevar las cuentas era considerado un secreto gremial. En el transcurso de los tiempos se ha venido en controversia en cuanto al quién originó el tema de contabilidad, siendo la obra de Benedetto Cotrugli una voz al coro de las injusticias de plagio por Pacioli; a pesar de ello se reconoce fehacientemente que la obra de Lucas Pacioli constituye el primer trabajo impreso y explicación de la contabilidad de la partida doble. Para Boter (1959) Lucas Pacioli pertenecía al grupo de aquellos renacentistas, amigo del conocido “hombre de ciencias” Leonardo da Vinci, que dejaban icono en el saber humano, lo que no desfacultaría la inminente habilidad matemática, visión global del conocimiento científico y sobre todo metodológica al exponer la partida doble en la contabilidad. Teorías de estructura financiera Teoría de trade off Esta teoría también recibe el nombre de teoría estática (Moreira Da Silva & Rodríguez Sanz, 2006) que presenta un intercambio de los elementos positivos y negativos de la deuda, lo cual postula que la estructura financiera está definida por el Trade off existente (Hern & Humberto, 2012). Por lo que según Mondragón-Hernández & Lozano (2011), el nivel de deuda depende del equilibrio óptimo entre las ventajas tributarias de la deuda y de los costos relacionados con el financiamiento o también llamados costos de insolvencia financiera. Para Correa Doménech (2007), el equilibrio óptimo es aquella que elevando los ahorros fiscales de la deuda, no se incurre en situaciones de insolvencia; según Ortega de la Poza (2008) la insolvencia financiera se llega a dar si el endeudamiento es excesivo.

Tarzijan J. (2009) A partir de mediados de los años 80, comienza una línea de investigación que busca explorar los determinantes de la rentabilidad de las unidades de negocios y la importancia relativa de cada uno de ellos en la explicación de dicha rentabilidad. Esta línea de trabajo se basa en descomponer la variabilidad de la rentabilidad de una unidad de negocios, en efectos que provienen de la industria o el mercado en que se encuentra, y de la corporación o grupo económico que administra tal unidad de negocios. A

efectos explicados por las características únicas de las unidades de negocios se les llama “efecto empresa”, a los efectos explicados por la industria o el mercado en que se encuentra la unidad de negocios se les llama “Efecto industria”, mientras que los efectos explicados por las características de la corporación o grupo dueño de esa unidad de negocios se les llama “efecto corporativo” o “efecto grupo”.

Los efectos en la rentabilidad de una unidad de negocios que provienen de factores específicos de ella tienen que ver con sus características propias y diferenciadoras, incluso dentro de una misma industria. Estas características diferenciadoras originan el concepto de ventaja competitiva y pueden provenir de factores tales como un determinado tamaño, tecnología, atributos específicos del producto, y estructura de costos de una unidad de negocios. Si los principales explicadores de la rentabilidad de una unidad de negocios son sus factores únicos, los administradores debiesen ocupar la mayor parte de su tiempo analizando los atributos que diferencien a la empresa de competidores, y en cómo mejorar y sustentar estos factores a través del tiempo, y no en un análisis muy detallado de la industria en la que participa ni en factores que tengan que ver con las características generales de la empresa propietaria de tal unidad de negocios.

2.2.1.3 DEFINICIÓN DE LA RENTABILIDAD

Vergés, (2011) Se le conoce así a la relación entre los beneficios (o diferencia ingresos-costes, de un período determinado, generalmente un año), y los recursos que se han mantenido invertidos para lograrlo. Es el Beneficio obtenido a lo largo de un periodo dividido entre el promedio de capitales invertidos, por la consecución de dicho beneficio. (p. 3).

Zamora T., (2008) La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la

gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades. Estas utilidades a su vez, son la conclusión de una administración competente, una planeación integral de costos y gastos y en general de la observancia de cualquier medida tendiente a la obtención de utilidades. La rentabilidad también es entendida como una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan los medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener los resultados esperados. (p. 57).

Andrade S., (2011) La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera mayores ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos. (p. 33).

Zamora T., (2008) El concepto de rentabilidad ha ido cambiando con el tiempo y ha sido usado de distintas formas, siendo éste uno de los indicadores más relevantes para medir el éxito de un sector, subsector o incluso un negocio, ya que una rentabilidad sostenida con una política de dividendos, conlleva al fortalecimiento de las unidades económicas. Las utilidades reinvertidas adecuadamente significan expansión en capacidad instalada, actualización de la tecnología existente, nuevos esfuerzos en la búsqueda de mercados, o una mezcla de todos estos puntos.

Según los autores citados todos concuerdan en que la rentabilidad es la diferencia entre la inversión y la utilidad obtenida, así mismo podemos decir que hay distintas formas de tomar este tema como toda situación, algunos lo definen diferente porque son aplicados en grandes proyectos, como presupuestos, dependiendo de cómo resulte, el proyecto se ejecuta. Relacionando esto con el clima organizacional es, si no invertimos adecuadamente en capital humano, no obtendremos la rentabilidad proyectada.

Flores, (2014) La facilidad de cuantificar el beneficio empresarial permite que el concepto de rentabilidad adquiriera importancia como elemento que sirve de guía de actuación. Para la obtención de utilidades se deben movilizar los recursos necesarios para generar beneficios, estos recursos reciben el nombre de inversión.

Si queremos medir la eficiencia monetaria de la inversión se hace necesario buscar alguna forma de efectuar la medición y una de las maneras como se define la eficiencia es mediante el uso de ratios y uno de ellos es la rentabilidad. Rentabilidad está definida por el ratio Utilidad: inversión y sirve para evaluar el grado de eficiencia de los recursos invertidos en cuanto a la generación de utilidades. Este concepto tiene validez tanto espacial como temporal, lo que quiere decir que es una medida que adquiere la validez cuando se compara dentro de un sector específico y para un tiempo determinado.

Por otro lado, al definir a la empresa como unidad económica, es lógico que se trate de evaluar la gestión económica - financiera, sin embargo es necesario señalar que además de ser la rentabilidad un objetivo también es un medio para materializar otros objetivos empresariales.

Rentabilidad está definida por el ratio Utilidad: inversión y sirve para evaluar el grado de eficiencia de los recursos invertidos en cuanto a la generación de utilidades. Este concepto tiene validez tanto espacial como temporal, lo que quiere decir que es una medida que adquiere la validez cuando se compara dentro de un sector específico y para un tiempo determinado. (p. 19 -20)

La autora nos da un enfoque para entender mejor el tema de la rentabilidad, la necesidad que se tiene para aplicarlo, en tiempo y en su entorno. Por que como bien dice es un medio para materializar el objetivo empresarial, se puede decir adquirir más activos para producir mayores cantidades.

A continuación una imagen de puntos importantes de la rentabilidad, los mismos que mencionan los autores líneas arriba, se hace una inversión el cual tiene un riesgo, Sin embargo el objetivo principal es obtener el rendimiento propuesto en un tiempo estipulado.



Figura: 01 ¿Rentabilidad sin riesgo?

Fuente: Blog de Sebastián M. - Munuera (2016)

2.2.1.4 TIPOS DE RENTABILIDAD

Los tipos de rentabilidad son dos: rentabilidad económica y financiera, los cuales se definen a continuación:

2.2.1.4.1 RENTABILIDAD FINANCIERA

Sanchez, (2002) La rentabilidad financiera o de los fondos propios, denominada en la literatura anglosajona *return on equity* (ROE), es una medida referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por esos capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del

resultado. La rentabilidad financiera puede considerarse así una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios que la rentabilidad económica, y de ahí que teóricamente, y según la opinión más extendida, sea el indicador de rentabilidad que los directivos buscan maximizar en interés de los propietarios. Además, una rentabilidad financiera insuficiente supone una limitación por dos vías en el acceso a nuevos fondos propios. Primero, porque ese bajo nivel de rentabilidad financiera es indicativo de los fondos generados internamente por la empresa; y segundo, porque puede restringir la financiación externa. (p. 10)

Yeckle G., (2014) Beneficio comparado con los recursos propios invertidos para obtener esos beneficios.

Segura, (1994) Es como un indicador de la capacidad de la empresa para crear riqueza a favor de sus accionistas. Por esta razón el ratio se formula tomando en el numerador la riqueza generada en un periodo, esto es, el resultado neto (RN) y consignado en el denominador la aportación realizada por los accionistas para conseguirlo, los recursos propios (RP).

$$RE = RN/RP$$

Donde:

RE: Rentabilidad Financiera

RN: Resultado Neto

RP: Recursos propios (Patrimonio)

La rentabilidad financiera mide específicamente el rendimiento de los fondos propios, estos antes de interés e impuestos, todos los autores, coinciden con sus definiciones, algunos con más profundidad; porque de una u otra forma puede intervenir algunos factores externos que afectarían estos resultados. Este tipo de rentabilidad está muy relacionada al capital humano, ya que alguno de los socios labora en la empresa, por

ende para que pueda obtener una rentabilidad favorable le conviene que exista y aporte al desarrollo de un buen clima organizacional, de tal manera que generaran utilidad deseada, para que luego esto beneficie a todos es decir a los accionistas y personal que labora, a lo que se llama distribución de utilidades.

2.2.1.4.2 RENTABILIDAD ECONÓMICA

Sanchez, (2002) La rentabilidad económica o de la inversión es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos. De aquí que, según la opinión más extendida, la rentabilidad económica sea considerada como una medida de la capacidad de los activos de una empresa para generar valor con independencia de cómo han sido financiados, lo que permite la comparación de la rentabilidad entre empresas sin que la diferencia en las distintas estructuras financieras, puesta de manifiesto en el pago de intereses, afecte al valor de la rentabilidad.

La rentabilidad económica se erige así en indicador básico para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial, pues es precisamente el comportamiento de los activos, con independencia de su financiación, el que determina con carácter general que una empresa sea o no rentable en términos económicos. Además, el no tener en cuenta la forma en que han sido financiados los activos permitirá determinar si una empresa no rentable lo es por problemas en el desarrollo de su actividad económica o por una deficiente política de financiación.

El origen de este concepto, también conocido como *return on investment* (ROI) o *return on assets* (ROA), si bien no siempre se utilizan como sinónimos ambos términos.

Yeckle, (2014) Beneficio comparado con el total de recursos empleados (aportaciones, préstamos, etc.) para obtener esos beneficios.

Segura, (1994) La rentabilidad económica tiene por objetivo medir la eficiencia de la empresa en la utilización de sus inversiones, comparando un indicador de beneficio (numerador de ratio) que el activo neto total, como variable descriptiva de los medios disponibles por la empresa para conseguir beneficios. Forma de calcular la rentabilidad económica es:

$$RE = RB/AT$$

Donde:

RE: Rentabilidad económica

RN: Resultado Bruto

AT: Activo Neto total

La rentabilidad económica mide el rendimiento del total de activos, es decir cuánto rinde todo el activo que invirtieron, lo ideal es que sea mayor al 5%, si es menor, la viabilidad de la empresa está en riesgo. En su relación con el clima organizacional, es que los activos deben ser utilizados e invertidos adecuadamente, por ejemplo invertir en pagos adecuados al personal, la inversión apropiada en las maquinarias para el buen desempeño del personal así estaremos contribuyendo un desarrollo eficiente del clima organizacional.

2.2.1.5 INDICADORES DE LA RENTABILIDAD

Miranda, (2012) Los indicadores de rendimiento, denominados también de rentabilidad o lucratividad, sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos y, de esta manera, convertir las ventas en utilidades.

Desde el punto de vista del inversionista, lo más importante de utilizar estos indicadores es analizar la manera como se produce el retorno de los valores

invertidos en la empresa (rentabilidad del patrimonio y rentabilidad del activo total).

2.2.1.5.1 Rentabilidad neta del activo

Esta razón muestra la capacidad del activo para producir utilidades, independientemente de la forma como haya sido financiado, ya sea con deuda o patrimonio.

$$\text{Rentabilidad neta del activo} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$$

Si bien la rentabilidad neta del activo se puede obtener dividiendo la utilidad neta para el activo total, la variación presentada en su fórmula, conocida como “*Sistema Dupont*”, permite relacionar la rentabilidad de ventas y la rotación del activo total, con lo que se puede identificar las áreas responsables del desempeño de la rentabilidad del activo.

En algunos casos este indicador puede ser negativo debido a que para obtener las utilidades netas, las utilidades del ejercicio se ven afectadas por la conciliación tributaria, en la cual, si existe un monto muy alto de gastos no deducibles, el impuesto a la renta tendrá un valor elevado, el mismo que, al sumarse con la participación de trabajadores puede ser incluso superior a la utilidad del ejercicio.

2.2.1.5.2 Margen Bruto

Este índice permite conocer la rentabilidad de las ventas frente al costo de ventas y la capacidad de la empresa para cubrir los gastos operativos y generar utilidades antes de deducciones e impuestos.

$$\text{Margen bruto} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costos de Ventas}}{\text{Ventas}}$$

En el caso de las empresas industriales, el costo de ventas corresponde al costo de producción más el de los inventarios de productos terminados. Por consiguiente, el método que se utilice para valorar los diferentes inventarios (materias primas, productos en proceso y productos terminados) puede incidir significativamente sobre el costo de ventas y, por lo tanto, sobre el margen bruto de utilidad. El valor de este índice puede ser negativo en caso de que el costo de ventas sea mayor a las ventas totales.

2.2.1.5.3 Margen Operacional

La utilidad operacional está influenciada no sólo por el costo de las ventas, sino también por los gastos operacionales de administración y ventas. Los gastos financieros, no deben considerarse como gastos operacionales, puesto que teóricamente no son absolutamente necesarios para que la empresa pueda operar. Una compañía podría desarrollar su actividad social sin incurrir en gastos financieros, por ejemplo, cuando no incluye deuda en su financiamiento, o cuando la deuda incluida no implica costo financiero por provenir de socios, proveedores o gastos acumulados.

$$\text{Margen operacional} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas}}$$

El margen operacional tiene gran importancia dentro del estudio de la rentabilidad de una empresa, puesto que indica si el negocio es o no lucrativo, en sí mismo, independientemente de la forma como ha sido financiado.

Debido a que la utilidad operacional es resultado de los ingresos operacionales menos el costo de ventas y los gastos de administración y ventas, este índice puede tomar valores negativos, ya que no se toman en cuenta los ingresos no operacionales que pueden ser la principal fuente de ingresos que determine que las empresas tengan utilidades, como en el caso de las empresas holding por ejemplo.

2.2.1.5.4 Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto)

Los índices de rentabilidad de ventas muestran la utilidad de la empresa por cada unidad de venta. Se debe tener especial cuidado al estudiar este indicador, comparándolo con el margen operacional, para establecer si la utilidad procede principalmente de la operación propia de la empresa, o de otros ingresos diferentes. La inconveniencia de estos últimos se deriva del hecho que este tipo de ingresos tienden a ser inestables o esporádicos y no reflejan la rentabilidad propia del negocio. Puede suceder que una compañía reporte una utilidad neta aceptable después de haber presentado pérdida operacional. Entonces, si solamente se analizara el margen neto, las conclusiones serían incompletas y erróneas.

$$\text{Margen Neto} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

Debido a que este índice utiliza el valor de la utilidad neta, pueden registrarse valores negativos por la misma razón que se explicó en el caso de la rentabilidad neta del activo.

2.2.1.5.5 Rentabilidad Operacional del Patrimonio

La rentabilidad operacional del patrimonio permite identificar la rentabilidad que les ofrece a los socios o accionistas el capital que han invertido en la empresa, sin tomar en cuenta los gastos financieros ni de impuestos y participación de trabajadores. Por tanto, para su análisis es importante tomar en cuenta la diferencia que existe entre este indicador y el de rentabilidad financiera, para conocer cuál es el impacto de los gastos financieros e impuestos en la rentabilidad de los accionistas.

$$\text{Rentabilidad operacional del patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Patrimonio}}$$

Este índice también puede registrar valores negativos, por la misma razón que se explica en el caso del margen operacional.

Estos indicadores son importantes para conocer la rentabilidad de manera más específica en cada rubro que se desee, creo que los más relevantes son los aplicados sobre los activos y sobre el patrimonio de la organización, de esa manera conocer los porcentajes del rendimiento de sus inversiones y aportaciones.

Ejemplo de rentabilidad económica y financiera

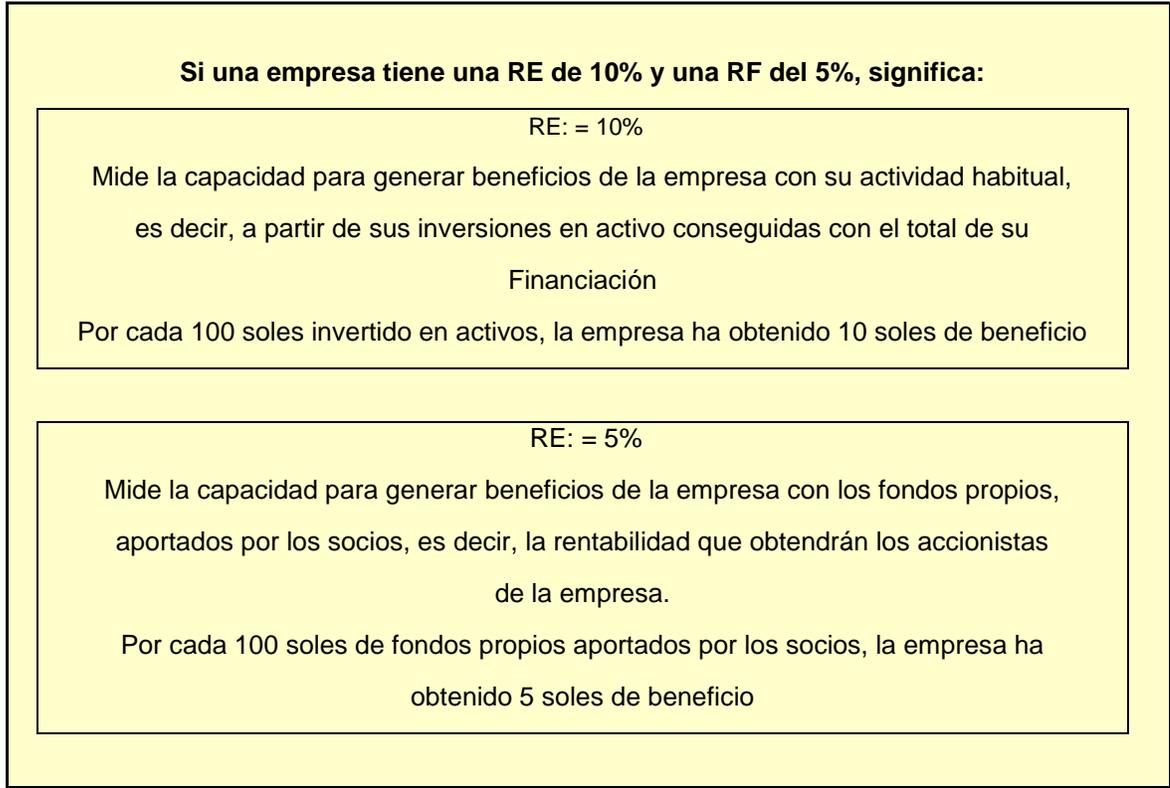


Figura: 02 Análisis económico: rentabilidad

Fuente: Adaptación (Montero, 2010)

2.2.1.6 Componentes de la Rentabilidad

Según Yeckle G., (2014) los componentes de la rentabilidad son los siguientes:

- **Beneficio Neto**

El beneficio neto normalmente es la última línea de la cuenta de resultados. Es lo que queda después de haberlo sustraído todo – costo de las mercaderías vendidas o costo de los servicios, gastos de explotación, impuestos, intereses, gastos únicos, gastos no en efectivo como depreciación y amortización. Cuando

alguien pregunta por el resultado de una empresa, casi siempre se está refiriendo al beneficio neto.

- **Utilidad operacional**

La utilidad operacional se obtiene de restar a los ingresos netos, los gastos de administración, gastos de ventas, gastos financieros.

- **Fondos propios**

Es el saldo acumulado hasta la fecha de las aportaciones de los accionistas y de la retención anual de los beneficios. Desde un punto de vista económico-financiero, el balance de situación de una entidad es la expresión de los recursos obtenidos por la misma (fuentes de financiamiento o pasivo y su aplicación para financiar la estructura económica o activo).

Para entender mejor la escala de bases para el cálculo de rentabilidad a continuación mostramos una figura en la que nos da a conocer cada peldaño, para resolver el ratio que se desee.

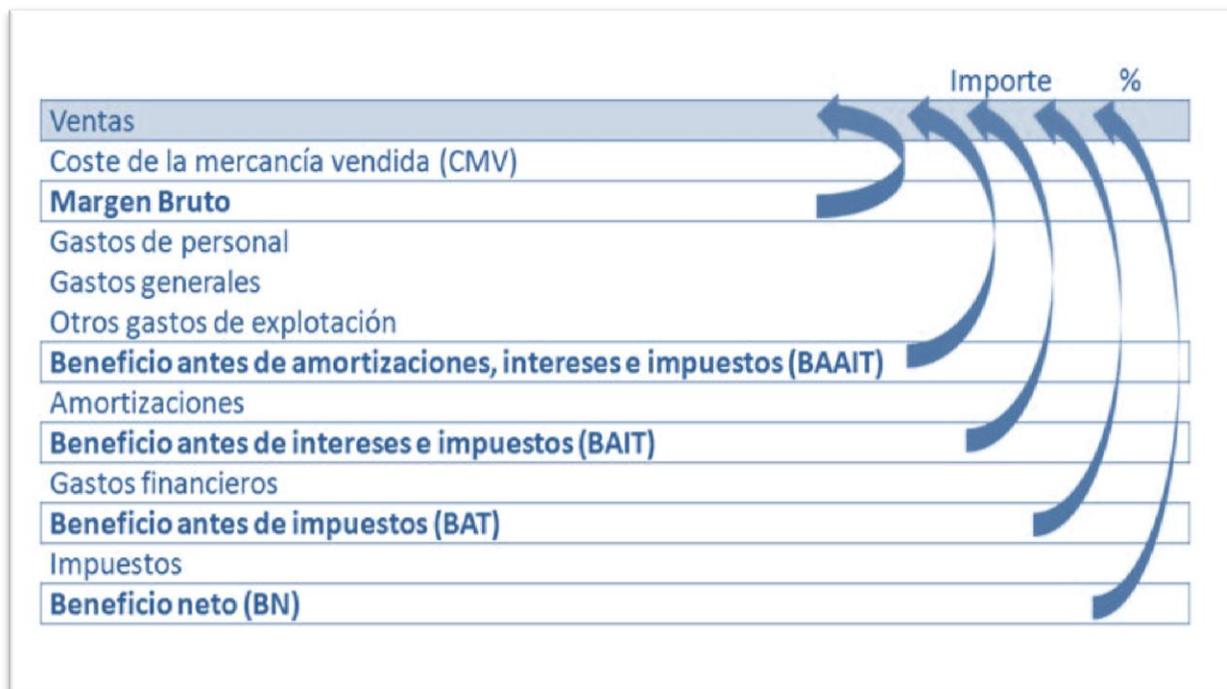


Figura: N°03 Los ratios o indicadores financieros

Fuente: IEDGE - Alfonso Pulido (2015)

De esta forma, para todos estos indicadores o ratios relacionados con las ventas cuanto más próximos estén a 1 mejor ya que supondrá que las diferentes partidas de gasto han erosionado en menor medida los ingresos del ejercicio.

2.2.1.7 Consideraciones para construir indicadores de rentabilidad

Sanchez (2002). En su expresión analítica, la rentabilidad contable se expresa como cociente entre un concepto de resultado y un concepto de capital invertido para obtener ese resultado. A este respecto es necesario tener en cuenta una serie de cuestiones en la formulación y medición de la rentabilidad para poder así elaborar una ratio o indicador de rentabilidad con significado, las cuales se relacionan a continuación:

- Las magnitudes cuyo cociente es indicador de rentabilidad han de ser susceptibles de expresarse en forma monetaria.
- Debe existir, en la medida de lo posible, una relación causal entre los recursos o inversión considerados como denominador y el excedente o resultado al que han de ser enfrentados.
- En la determinación de la cuantía de los recursos invertidos habrá de considerarse el promedio del periodo, pues mientras el resultado es una variable flujo, que se calcula respecto a un período, la base de comparación, constituida por la inversión, es una variable stock que sólo informa de la inversión existente en un momento concreto del tiempo. Por ello, para aumentar la representatividad de los recursos invertidos, es necesario considerar el promedio del período.
- También es necesario definir el periodo de tiempo al que se refiere la medición de la rentabilidad (normalmente el ejercicio contable), pues en el caso de

breves espacios de tiempo se suele incurrir en errores debido a una periodificación incorrecta.

2.2.1.8 Margen y rotación

Parada (1988), La relación $(\text{Ingresos Ventas}) / \text{Activos}$ en una medida de rotación e indica las veces que, en promedio, los activos son rotados vendidos a precios de venta y la relación $(\text{Costos variables} + \text{Costos Fijos}) / \text{Activos}$ indica las veces que los activos, en promedio, son vendidos a precio del costo. En una primera instancia se puede afirmar que la Rentabilidad de activos, es un elemento que está en función de la rotación de activos, la cual es medida tanto a precio de venta como a precio de costo, en consecuencia, mientras más roten los activos a precios de venta, mas aumenta la rentabilidad de los activos.

Además de la rotación, existe el margen de beneficios por cada unidad vendida, como otro elemento importante en el cual se basan las estrategias empresariales y que tienen especial incidencia en el nivel de rentabilidad.

2.2.1.8.1 Equilibrio entre el margen y Rotación

Parada (1988), La búsqueda del equilibrio optimizador entre el margen de beneficios, que representa al elemento económico de función resumida y la rotación de activos que indirectamente mide el problema financiero, debe ser entre uno de los objetivos básico y operativo para cualquier empresa ya sea sociedad anónima o empresa familiar y pasa a ser el objetivo básico, axiomático o guía de acción de todo administrador financiero que dirija empresas que no cotizan en una empresa de valores o que se desarrolla en mercados bursátiles poco confiables.

Para un mismo nivel de rentabilidad, el equilibrio entre margen y rotación tienen la característica de que ambos elementos actúan en sentido inverso, esto

implica que tasa marginal de sustitución de margen- beneficio es negativo; para aclarar la negatividad del intercambio se usa el siguiente ejemplo:

Tabla 01: Equilibrio entre margen y rotación de activos

Fuente: Parada, José R. (1988)

Rentabilidad de Activos	Margen de beneficios	Rotación de Activos
0.20	0.10	2
0.20	0.15	1.333
0.20	0.20	1
0.20	0.25	0.800
0.20	0.30	0.666
0.20	0.35	0.571

En el ejemplo anterior se observa que para mantener el mismo nivel de rentabilidad de activos de un 20% se pueden presentar diferentes situaciones; por ejemplo, sería indiferente tener una combinación margen-rotación de (0.10;2) que una de (0.35;0.571). Cualquiera sea la combinación dependerá en última instancia, de las políticas de presión, costos e inversiones, las que a su vez están en función tanto de las variables internas de la empresa como de variables socioeconómicas del entorno. Se observa también, que a medida que el margen aumenta, el nivel de rotación de activos disminuye. (p. 24).

2.2.1.8.2 Políticas de Margen de Beneficios

Parada (1988), El margen de beneficios, es igual al beneficio antes de intereses e impuestos generados por cada peso vendido. Cualquier aumento en el margen se transforma en un incremento de la rentabilidad, por lo tanto su administración es vital en el funcionamiento de la empresa. Se deduce que las

decisiones que se tomen sobre el margen están en función del precio de venta, costos variables y nivel o capacidad operativa de la empresa.

Por lo tanto, cualquier modificación en el nivel de actividad, ya sea a través de nuevas inversiones o de uso de capacidades ociosas, tiene repercusión sobre la tasa de rentabilidad de la empresa. Si se altera la estructura de costos fijos por cambios en el nivel de actividad, se modificaría entonces el margen de beneficio. Se puede tener también ciertas políticas de precios que cambien no solo el nivel competitivo de la empresa, sino también el nivel de mercado en el que la empresa desarrolla sus actividades. (p. 32).

2.2.1.9 Rentabilidad como una medida de eficiencia económica.

Parada (1988), Siguiendo con la idea monetaria de a utilidad, se tienen que analizar que para la obtención de utilidades se debe movilizar recurso necesarios, para generar esos beneficios. Estos recursos reciben el nombre de inversión. Si queremos medir la eficiencia monetaria de inversión se hace necesario buscar alguna forma de efectuar esta medición. Y una de las maneras, como se define la eficiencia es mediante el uso de ratios, y uno de ellos es la rentabilidad, que está definida por el ratio utilidad: inversión y sirve para evaluar el grado eficiencia de los recursos invertidos en cuanto a la generación de utilidades. Este concepto tienen validez tanto espacial como temporal, lo que quiere decir es una medida que adquiere validez cuando se compara dentro de un sector específico y para un tiempo determinado.

El concepto de rentabilidad es una dimensión monetaria de eficiencia que puede medir en parte el grado de satisfacción síquica de los individuos, pero no en su totalidad. ¿Por qué, entonces, la rentabilidad ha adquirido la importancia que hoy tienen en las organizaciones empresariales? Una respuesta es que toda empresa es una unidad económica y como tal se deben buscar las formas de evaluar su gestión. La facilidad de cuantificar el beneficio empresarial permite que el concepto de rentabilidad adquiriera importancia como elemento que sirve de guía de actuación.

Por otro lado, al definir la empresa como unidad económica, es lógico que se trate de evaluar la gestión económico- financiera, sin embargo es necesario que además de ser la rentabilidad un objetivo también es un medio, para material otros objetivos empresariales.

Además del objetivo económico de la actividad empresarial, existen otros objetivos que pueden tener igual o superior importancia que la rentabilidad en determinados periodos, como pueden ser objetivo de maximizar el crecimiento de activos; objetivos de autonomía y seguridad frente al entorno; objetivos de crecimiento y prestigio.

Se puede concluir que la rentabilidad y la utilidad son elementos medibles y cuantificables que permiten evaluar la gestión económica – financiera de una empresa.

Cuando se habla de Rentabilidad se habla mucho de los que es la ventaja comparativa, aquí el detalle de este tema como parte importante de la rentabilidad.

2.2.1.10 Rentabilidad y Ventaja Comparativa

Zamora (2008). La ventaja comparativa es la capacidad de una persona, empresa o país para producir un bien utilizando relativamente menos recursos que otro. Es uno de los fundamentos básicos del comercio entre países, asumiendo como decisivos los costes relativos de producción y no los absolutos. En otras palabras, los países producen bienes que les supone un coste relativo más bajo respecto al resto del mundo.

Gerencie (2014), La ventaja comparativa, a diferencia de la ventaja competitiva, se encuentra entre los términos más antiguos dentro de los estudios económicos. La importancia de tener claro lo que distingue a cada uno de estos términos se hace patente cuando, por ejemplo, la "competitividad" se usa de manera generalizada por los gobiernos para justificar en gran medida sus políticas económicas sin reflejar a veces lo que el término en sí conlleva.

En principio, para definir lo que es la teoría de la "ventaja comparativa", recurriremos al autor de la misma, el economista británico David Ricardo, quien postula que si un país no posee ventaja absoluta sobre ningún bien o producto, a ese país le conviene especializarse en la producción de dichos productos en los que tenga menos desventajas. En base a esto, el comercio exterior y los precios dentro del mercado internacional de un producto se fijan de acuerdo a los costes del trabajo dentro de las fronteras de cada país.

2.2.1.10.1 La Matriz de análisis de Política (MAP) en la rentabilidad

Zamora (2008), La Matriz de Análisis de Política (MAP), fue desarrollada por Erick Monke y Scott R. Pearson en 1989.

Aquí se habla sobre una de las políticas más importantes que influyen entre la economía y rentabilidad de las empresas cuando desean y requieren realizar importaciones y exportaciones para mejorar su rentabilidad.

Otra variable importante de la MAP, es la competitividad esta se obtiene, como la ganancia privada (ingreso-costos), que obtienen los productores esta se cuantifica por medio del indicador conocido como "Relación de Costo Privado" (RCP), este resulta de dividir el costo de los factores internos de la producción entre el valor agregado, ambos valorados a precios de mercado. • Si RCP es menor a 1, el productor es competitivo; • Si RCP es mayor a 1, el productor recibe ganancias extraordinarias; • Si RCP es igual a 1, el productor solo paga los factores de producción, incluyendo su mano de obra y capital.

Más sin embargo la ganancia privada pocas veces muestra la rentabilidad económica para el país. Ya que los insumos, subsidios, tipo de cambio afectan a los precios de los productos y de los insumos de manera importante.

"El análisis empírico de la ventaja comparativa requiere eliminar estos efectos de política y calcular la rentabilidad que para el país significa una actividad productiva. En esencia, la finalidad del análisis de la ventaja

comparativa es dar respuesta a la interrogante de que resulta más económico para el país, importar un bien o producirlo internamente. Si el importarlo resulta más caro, el país tiene ventaja comparativa en la producción de ese bien y deberá producirlo internamente para ahorrar divisas..." (Monke y Pearson, 1989).

La ventaja comparativa depende de tres factores:

a) La tecnología, b) La disponibilidad de recursos internos, y c) Los precios internacionales.

La tenencia de la tierra, el tipo de suelos, las condiciones ecológicas del entorno, los mercados, el ambiente tanto económico, climático y social son factores también importantes que repercuten en la ventaja comparativa.

De acuerdo con la teoría de ventaja comparativa, esta nos ayudará a descubrir si los productos que se pretenden estudiar podrán realmente hacerse de un lugar en el mercado internacional, ofreciendo beneficios de su comercio.

En la MAP para medir la ventaja comparativa se utiliza un indicador de la "Relación de Costo de los Recursos Internos" (RCR), que es el cociente de dividir el costo de los factores internos valuado a precios de eficiencia (sin subsidios) y el valor agregado económico (valor de la producción con precio internacional del producto menos consumo intermedio a precios internacionales de los insumos); de tal forma que nos permitirá hacer comparaciones entre sistemas agrícolas tradicionales y orgánicos que producen bienes idénticos, que serán de gran ayuda para cumplir con los objetivos de estudio; ya que todos los registros están hechos como unidades monetarias por unidad física de algún bien, y hacen uso de una serie de relaciones.

La interpretación de la "Relación de Costo de los Recursos Internos" (RCR), de acuerdo al caso es:

- Si RCR es positiva (+) de 0 a 1 nos señala que el valor de los recursos internos usados en la producción de un bien es inferior al valor de las divisas ganadas o ahorradas; por lo tanto, el país tendrá ventajas comparativas en la producción de un bien, por que gana o ahorra divisas con su producción interna;

- Si RCR es superior a 1, el valor de los recursos internos usados en la producción supera el valor de las divisas ganadas o ahorradas, y por consiguiente el país no tiene ventajas comparativas en la producción;

- Si RCR es negativa entonces nos está señalando que se desperdician divisas, es decir, se utilizan más divisas en la producción de un bien de lo que vale ese bien.

Cabe señalar que la MAP ha sido utilizada en numerosas ocasiones, particularmente en América Latina, que los desafíos que representan los diversos tratados de libre comercio exigen análisis oportunos e información veraz que ayude a ver en antelación cuales son los efectos de la liberalización comercial y de cambios de política en los sistemas de producción, esto con el fin de tener la capacidad de rediseñar los instrumentos de política agraria lo que a su vez sirve al propósito de maximizar la efectividad y eficiencia de los mismos.

El análisis que se obtiene a partir de la MAP no solo determina la situación actual en cuanto a eficiencia de la actividad económica agrícola y los instrumentos de política que la afectan, adicionalmente, aporta elementos para el diseño de políticas y para la identificación de proyectos de inversión que sean rentables desde dos puntos de vista: el privado y a nivel económico; con la flexibilidad que aportan los modelos computacionales para introducir los cambios de política o en el contexto internacional y obtener los impactos de manera inmediata.

2.2.1.11 Analiza la rentabilidad de tu empresa con 5 fuerzas

Aplicando el modelo de Porter

Se trata de cinco aspectos que toda empresa debe controlar de cara a su desempeño en un mercado específico. La idea es que, una vez elaborado el análisis, el emprendedor diseñe estrategias que garanticen la rentabilidad de su plan de negocio y le sirvan para posicionarse sólidamente en ese mercado.

1) Rivalidad entre competidores:

Por lo general, es la fuerza más poderosa de un mercado. Hace referencia a la rivalidad entre las empresas que se desempeñan en un mismo espectro comercial por llegar a los consumidores y obtener mayores beneficios. La rentabilidad de un mercado es menor mientras más competencia exista, pues las guerras de precios son constantes y el cliente tiene más opciones de cambiar de marca. En cualquier caso, este aspecto habla de fijar las fortalezas de cada producto frente a sus competidores.

2) Entrada de nuevos competidores:

Ingresar a un mercado no es, por lo general, tarea sencilla. Hay barreras de entrada que limitan las posibilidades de acción de cualquier empresa: altos aranceles, saturación, posesión de patentes, fidelidad de los clientes hacia las marcas conocidas o, incluso, la falta de experiencia del emprendedor.

3) Ingreso de productos sustitutos:

Este apartado hace referencia a los productos que ingresan en un mercado específico con una oferta similar a la de los productos ya existentes, aunque con el valor añadido de ofrecerlos a precios más bajos. Si el número de esos productos sustitutos es alto, la rentabilidad del sector será menor: habrá pocas posibilidades de generar fidelidad en los consumidores y el mercado será demasiado volátil.

4) Negociación con los proveedores:

A veces, la rentabilidad de un mercado también depende del papel de los proveedores. Si existen muchos, las empresas pueden negociar fácilmente con ellos. Pero cuando son pocos, las compañías deben acogerse a las limitaciones y exigencias de éstos. Aquí entra el poder de negociación de las partes. Otra opción, aunque más costosa en principio, es la producción de las materias primas por cuenta de cada empresa.

5) Negociación de los consumidores:

También el número de consumidores es un factor a tener en cuenta. Entre más clientes tenga un mercado, mayor será su capacidad de negociación frente a las marcas. Pueden exigir mayor calidad y precios más accesibles. También suele ocurrir cuando el cliente compra productos en grandes cantidades. Las opciones de las empresas pasan por una comunicación directa con los consumidores y ofrecer mayores y mejores servicios en la fase de postventa, algo que suele estar muy bien valorado.



Figura: 04 fuerzas clave para el éxito de una empresa

Autor: Porter Michael E. (2008)

2.2.2 EL CLIMA ORGANIZACIONAL

2.2.2.1 ¿QUÉ ES EL CLIMA ORGANIZACIONAL?

Chiavenato, (2015) El ambiente entre los miembros de la organización se llama clima organizacional y está estrechamente ligado al grado de motivación de sus integrantes. Cuando éstas se encuentran muy motivadas, el clima organizacional mejora y se traduce en relaciones satisfactorias, que se caracterizan por actitudes de ánimo, interés, colaboración irrestricta, etc. sin embargo cuando las personas están poco motivadas, sea por frustración o por la imposición de barreras para la satisfacción de las necesidades, el clima organizacional suele deteriorarse y se caracteriza por estados de depresión, desinterés, apatía, insatisfacción, etc.

Brancato, (2011) La percepción individual del medio ambiente laboral en una organización y la descripción de sus propiedades es muy similar a la percepción y descripción de sus propiedades en una persona. El ambiente laboral puede ejercer sobre el individuo un control relativamente intenso o bien promover normas, reglamentaciones y orden. Cuando nos referimos a la percepción de la organización y su medio ambiente de trabajo, nos referimos al medio ambiente psicológico, es decir, a sus sistemas de filtro o estructuración perceptiva. De acuerdo a esa percepción los colaboradores de una empresa efectúan una descripción de los múltiples estímulos que se encuentran actuando sobre los mismos en el mundo del trabajo y que definen su “situación laboral”; ésta atmósfera psicológica de una organización se la designa como el “clima de la empresa” para un individuo.

Hinojosa, (2010) El clima organizacional es considerado un fenómeno multidimensional que describe la naturaleza de las percepciones que los empleados tienen de sus propias experiencias dentro de la organización. Es así como pueden existir múltiples climas dentro de la misma organización, ya que la vida de la organización puede variar en cuanto a las percepciones de los miembros según los niveles de la misma, sus diferentes lugares de trabajo o las

diversas unidades dentro del mismo centro de trabajo. Al existir un ambiente agradable y confortable para las personas, éstas comienzan a buscar nuevas formas de desarrollar su trabajo, no sólo quieren su trabajo rutinario, tratan además de buscar formas de hacer que su labor se convierta en algo interesante y que puedan desde allí, aportar diferentes ideas dentro de la organización. Si el individuo se siente motivado para realizar sus tareas, ya sea por estar a gusto en su grupo de trabajo, o estar bien remunerado (lo cual no es factor vital para estar realizado laboralmente), puede tener resultados sorprendentes en el desarrollo de nuevas ideas, en la solución creativa de problemas que se presentan dentro de la organización y en la realización personal. Es claro que las personas que se sienten a gusto en su trabajo, que disfrutan lo que hacen y tienen buenas relaciones personales tanto con sus superiores como con sus compañeros, pueden rendir mucho más y representar el elemento más valioso para la empresa.

Cada autor tiene sus particularidades en definir el clima organizacional, sin embargo todos concluyen en que es el ambiente que perciben dentro de una organización. Según el primer autor es inclinado a la motivación, el segundo autor agrega varios factores y elementos que influyen en el clima organizacional, el último autor se enfoca en su efecto, en las consecuencias de un buen o mal clima, además describe sobre el sentimiento y actitudes internas de un trabajador. Su percepción depende entonces, en buena medida, de las actividades, interacciones y las experiencias que cada miembro de la organización obtuvo en el quehacer dentro de la empresa.

2.2.2.2 CARACTERÍSTICAS DEL CLIMA ORGANIZACIONAL

Las características del sistema organizacional generan un determinado Clima Organizacional. Este repercute sobre las motivaciones de los miembros de la organización y sobre su comportamiento. Este comportamiento tiene obviamente una gran variedad de consecuencias para la organización como, por ejemplo, productividad, satisfacción, rotación, adaptación, etc.

Cortes, (2009) Postulan la existencia de nueve dimensiones que explicarían el clima existente en una determinada empresa. Cada una de estas dimensiones se relaciona con ciertas propiedades de la organización, tales como:

1. Estructura. Representa la percepción que tiene los miembros de la organización acerca de la cantidad de reglas, procedimientos, trámites y otras limitaciones a que se ven enfrentados en el desarrollo de su trabajo.
2. Responsabilidad. Es el sentimiento de los miembros de la organización acerca de su autonomía en la toma de decisiones relacionadas a su trabajo.
3. Recompensa. Corresponde a la percepción de los miembros sobre la adecuación de la recompensa recibida por el trabajo bien hecho.
4. Desafío. Corresponde al sentimiento que tienen los miembros de la organización acerca de los desafíos que impone el trabajo.
5. Relaciones. Es la percepción por parte de los miembros de la empresa acerca de la existencia de un ambiente de trabajo grato y de buenas relaciones sociales tanto entre pares como entre jefes y subordinados.
6. Cooperación. Es el sentimiento de los miembros de la empresa sobre la existencia de un espíritu de ayuda de parte de los directivos, y de otros empleados del grupo.
7. Estándares. Es la percepción de los miembros acerca del énfasis que pone las organizaciones sobre las normas de rendimiento.
8. Conflictos. Es el sentimiento del grado en que los miembros de la organización, tanto pares como superiores, aceptan las opiniones discrepantes y no temen enfrentar y solucionar los problemas tan pronto surjan.
9. Identidad. Es el sentimiento de pertenencia a la organización y que se es un elemento importante y valioso dentro del grupo de trabajo. El clima organizacional es el medio donde se manifiestan habilidades, problemas y oportunidades que los trabajadores tienen dentro de la organización que componen.

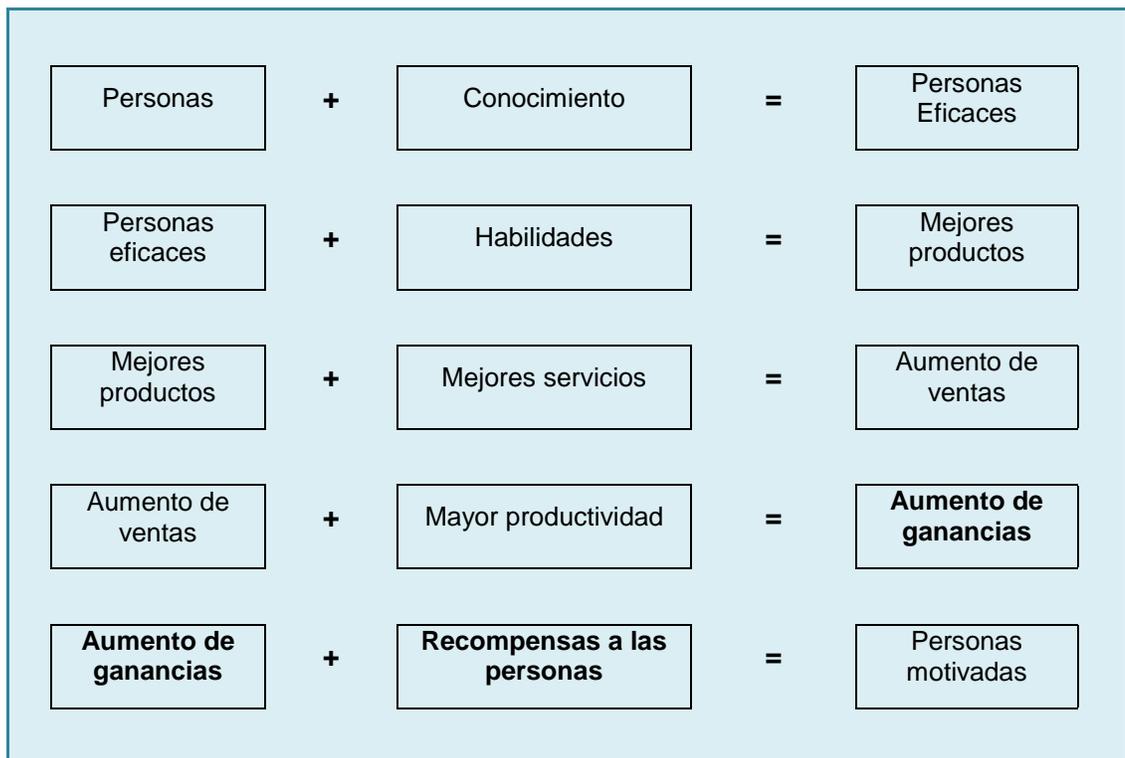
Por consecuencia el clima laboral tiene relación directa con los procesos de productividad, liderazgo y pertenencia de los trabajadores hacia la empresa. Según muestra ésta cita, **Características (2017)**, agrega otras características que es necesario mencionarlas:

- Ambiente físico. El clima organizacional o laboral *está* determinado por un espacio físico común a todos los integrantes de una empresa. De la misma manera en el ambiente social.
- Comportamiento organizacional. Hace referencia a los aspectos como la productividad, puntualidad, el cumplimiento de los objetivos personales y de cada área.
- Comunicación. Dentro de un clima laboral esperado se intenta fomentar un tipo de comunicación basado en la confianza, empatía, buen trato, dialogo cordial, respeto mutuo y diplomacia con el fin de favorecer la productividad y generar un ambiente apto para brindar mayores ganancias a la compañía. La interacción con las demás personas se da a cada instante y más cuando nos encontramos compartiendo el mismo fin, el mismo espacio, “la comunicación es un fenómeno que se da de forma natural en cualquier organización, es el proceso social más importante”.
- Motivación. La motivación no sólo estará dada por condiciones laborales amenas sino también por un conjunto de características de la cultura organizacional: desde un espacio agradable para desempeñar la tarea laboral, obsequios por días especiales, bonos extras, pago de horas extras, premios por producción, etc.
- Liderazgo. El o los líderes deben comprometerse a generar un clima laboral grato y ameno para que cada uno de los miembros se sienta motivado e incitarlo a cumplir los objetivos de la organización.
- Capacitación. Mayoritariamente la capacitación forma parte de la motivación de los miembros de la organización, y por ende parte del clima

organizacional. El objetivo no sólo es motivarlos sino capacitarlos en diferentes áreas a fin de enriquecer su capital cultural.

Según los autores mencionan puntos trascendentales, que hoy en día poco a poco las empresas se interesan en ponerlos en práctica, ya que cada característica influye en el comportamiento del trabajador, y éste en su productividad de la organización, resaltar que si no se reconocen dichas características no podremos identificar el clima organizacional. Las características ambientales percibidas o experimentadas por los miembros de la organización influyen grandemente en su comportamiento. En esto debo resaltar la importancia de la comunicación sobre todo en una empresa de servicios, si éste no se lleva adecuadamente dará lugar a muchas consecuencias no deseadas.

Tabla: 02 - Algunas ecuaciones básicas de la motivación de las personas.



Fuente: Comportamiento organizacional - Chiavenato, (2015)

En la tabla antes mostrada refleja la realidad de muchas empresas, como motivar al personal, para obtener un mayor rendimiento, esa es la forma de cómo se relaciona la reantabilidad con el clima organizacional en la producción.

Pelaes, (2010) Menciona que Existen 10 características primarias que concentran la esencia de la cultura organizacional:

- La identidad de sus miembros.- el grado en que los empleados se identifican con la organización como un todo y no solo con su tipo de trabajo o campo de conocimientos.
- Énfasis en el grupo.- las actividades laborales se organizan en torno a grupos y no a personas.
- El enfoque hacia las personas.- las decisiones de la administración toman en cuenta las repercusiones que los resultados tendrán en los miembros de la organización.
- La integración de unidades.- la forma como se fomenta que las unidades de la organización funcionen de forma coordinada e independiente.
- El control.- el uso de reglamentos procesos y supervisión directa para controlar la conducta de los individuos.
- Tolerancia al riesgo.- el grado en que se fomenta que los empleados sean agresivos, innovadores y arriesgados.
- Los criterios para recompensar.- como se distribuyen las recompensas, como los aumentos de sueldo y los ascensos, de acuerdo con el rendimiento del empleado y por su antigüedad, favoritismo u otros factores ajenos al rendimiento.
- El perfil hacia los fines o los medios.- de qué manera la administración se perfila hacia los resultados o metas y no hacia las técnicas o procesos usados para alcanzarlos.
- El enfoque hacia un sistema abierto.- el grado en que la organización controla y responde a los cambios externos.

- Tolerancia al conflicto.- grado en que la organización fomenta que los miembros traten abiertamente sus conflictos y críticas.

El último autor, expone características enfocadas a la cultura organizacional, lo cual es importante tenerlo en cuenta, esto ayudará a desarrollar de manera adecuada el clima organizacional e identificar si el clima está bien o mal.

La cultura organizacional es muy importante en una organización, es la imagen del clima organizacional, es la primera impresión que se llevan cuando llega un nuevo integrante a la corporación; depende de ello su adaptación. A continuación se menciona el autor la importancia de la cultura en una empresa:

Porter, (2008) La cultura es un conjunto de normas de difícil definición, y de actividades que ayudaran a conformar un organización, ha llegado a ser vista como un elemento importante para el éxito de una empresa. La cultura puede reforzar poderosamente la ventaja competitiva que una estrategia genérica busca lograr si la cultura es apropiada. La cultura es un medio para lograr ventaja competitiva. (p. 42)

2.2.2.3 FACTORES DEL CLIMA ORGANIZACIONAL

Los factores del clima organizacional son las circunstancias o situaciones que contribuyen a que el clima se manifieste como positivo o negativo. Los factores se manifiestan con las relaciones entre un personal y sus compañeros de trabajo, la forma como el superior se dirige a sus colaboradores, cómo los trata, los incentiva y los promueve. Los factores sociales tienen relación con los espacios de interacción social que se presentan, ceremonias de reconocimiento o agradecimientos, etc.

Según Brancato, (2011) menciona que algunos factores son:

1. La manera en que el empleado percibe su medio ambiente laboral.

2. La valencia (valor relativo) que atribuye a resultados determinados que espera como fruto de sus esfuerzos.
3. Los instrumentos que reconoce en relación con estos resultados de su trabajo.
4. Las expectativas de que diferentes esfuerzos, estrategias o metodologías de trabajo le conducirán a determinados resultados también influyen sobre su conducta laboral y actitudes hacia su trabajo y organización.

Es una manifestación externa (como la percepción) de los sujetos, que se refiere a variables organizacionales como los estilos de liderazgo, confianza, cohesión de grupo y competitividad. Hacer análisis de clima significa medir cómo los sujetos trabajadores perciben las numerosas problemáticas organizacionales. (p. 5)

Estrada, (2009) El autor indica que: El ambiente laboral está constituido entonces por tres determinantes, que son denominados también factores:

1. El general: Compuesto por los aspectos económicos, sociales, legales y tecnológicos, que influyen a largo plazo en el quehacer de los directivos, la organización y sus estrategias.
2. El operativo: Que comprende el cliente, el trabajo y los proveedores que ejercen su influencia más o menos concreta e inmediata en la dirección.
3. El interno: Que abarca el total de las fuerzas que actúan dentro de la organización y que posee implicaciones específicas para su dirección y desempeño. A diferencia de los componentes general y operativo, que actúan desde fuera de la organización, este se origina en su interior.

Entre los componentes del ambiente interno se hallan la organización propiamente dicha, con su estructura organizativa, historial de éxitos, comunicaciones, el cumplimiento de metas, etc.; el personal, que comprende sus relaciones laborales, instrucción, adiestramiento, programas de

capacitación, satisfacción laboral, exámenes médicos preventivos realizados, ausentismo, aptitud para y actitudes ante el trabajador, y la producción, que implica condiciones adecuadas y seguras para el proceso productivo, el empleo de la tecnología, etcétera. Esto nos conduce a su seguimiento regular con vista a identificar potencialidades, fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para la empresa que influyen sustancialmente en el logro de sus objetivos y en la creación de un ambiente capaz de influir en su rendimiento.

Los autores citados mencionan los factores de diferentes puntos de vista, personalmente ambos citas considero que son importantes ya que ambas intervienen el resultado del clima organizacional. De esto puedo resaltar el factor interno que es el más amplio, porque es el que más influye en la actitud correcta que un personal puede tener frente a su desempeño laboral.

Según Chiavenato, (2015) tenemos la siguiente tabla sobre los factores influyentes en el clima organizacional.

Tabla: 03 Factores que aumentan o disminuyen la cohesión en un grupo

FACTORES QUE AUMENTAN LA COHESIÓN EN UN GRUPO	FACTORES QUE DISMINUYEN LA COHESIÓN DE UN GRUPO
Acuerdo sobre los objetivos del grupo	Desacuerdo sobre los objetivos
Frecuencia de la interacciones	Tamaño grande
Atractivo personal	Experiencias desagradables
Competencia entre grupo	Competencias dentro del grupo
Evaluación favorable	Predominio de uno o más miembros

Fuente: Comportamiento organizacional - Chiavenato, (2015)

2.2.2.4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

Hinojosa, (2010) Las organizaciones tienen diferentes estructuras que repercuten en las actitudes y el comportamiento de quienes la componen. Estas estructuras subsisten como una necesidad de ordenamiento y funcionamiento formal de la organización.

La estructura organizacional se define como se dividen, agrupan y coordinan formalmente las tareas en el trabajo. Existen seis elementos básicos que se deben abordar cuando se diseña la estructura de cualquier organización: especialización laboral, departamentalización, cadena de mandos, tramo de control, centralización y planificar intervenciones a las diferentes variables y dinámicas que componen su estructura. La principal motivación de lo anterior se basa en la idea de poder diagnosticar y atender las diferentes necesidades que se generan en el funcionamiento y que afectan positiva o negativamente al normal desarrollo, dependiendo de cada situación en específico.

A continuación detallaremos cada uno de los elementos que intervienen en la estructura de la organización:

Especialización laboral. Es el proceso por el que un individuo, se centra en una actividad concreta o en un ámbito intelectual específico en vez de abarcar la totalidad de las actividades o tareas posibles, o la totalidad del conocimiento.

Departamentalización, es un medio para organizar las actividades de la empresa, con el propósito de facilitar la consecución de sus objetivos, consiste en la coordinación en la combinación y/o agrupación adecuada de las actividades o tareas necesarias para la organización en departamentos. Grupos pequeños en medio de un grupo.

Cadena de Mando. Se refiere a la jerarquía de una organización de relaciones de información y coordinación, desde la parte inferior hasta la parte superior de una organización, que debe responder a quién.

Tramo de control. Este se relaciona con la cadena de mando, ya que los gerentes pueden seleccionar una cadena de mando; es decir, un plan que especifica quien depende de quién.

Centralización y descentralización. Es una tendencia a concentrar la autoridad de toma de decisiones la cual es otorgada a una sola persona y/o mando, y esta es la que informa a cada uno sus decisiones.

Formalización. Consiste en dar forma legal a algo, en este caso, se tienen normas internas que rigen el comportamiento organizacional dentro de una empresa. (p. 5 y 6)

La estructura dentro de una organización también se refleja a través de un organigrama, la organización del trabajo e interacción entre las diferentes áreas y la administración, para mejorar la interacción de las personas. Por ejemplo aquí se muestra el organigrama de la Agencia de Aduana Sion S.A.C. En donde se observa que no es muy extensa, por lo mismo que la empresa no es grande.

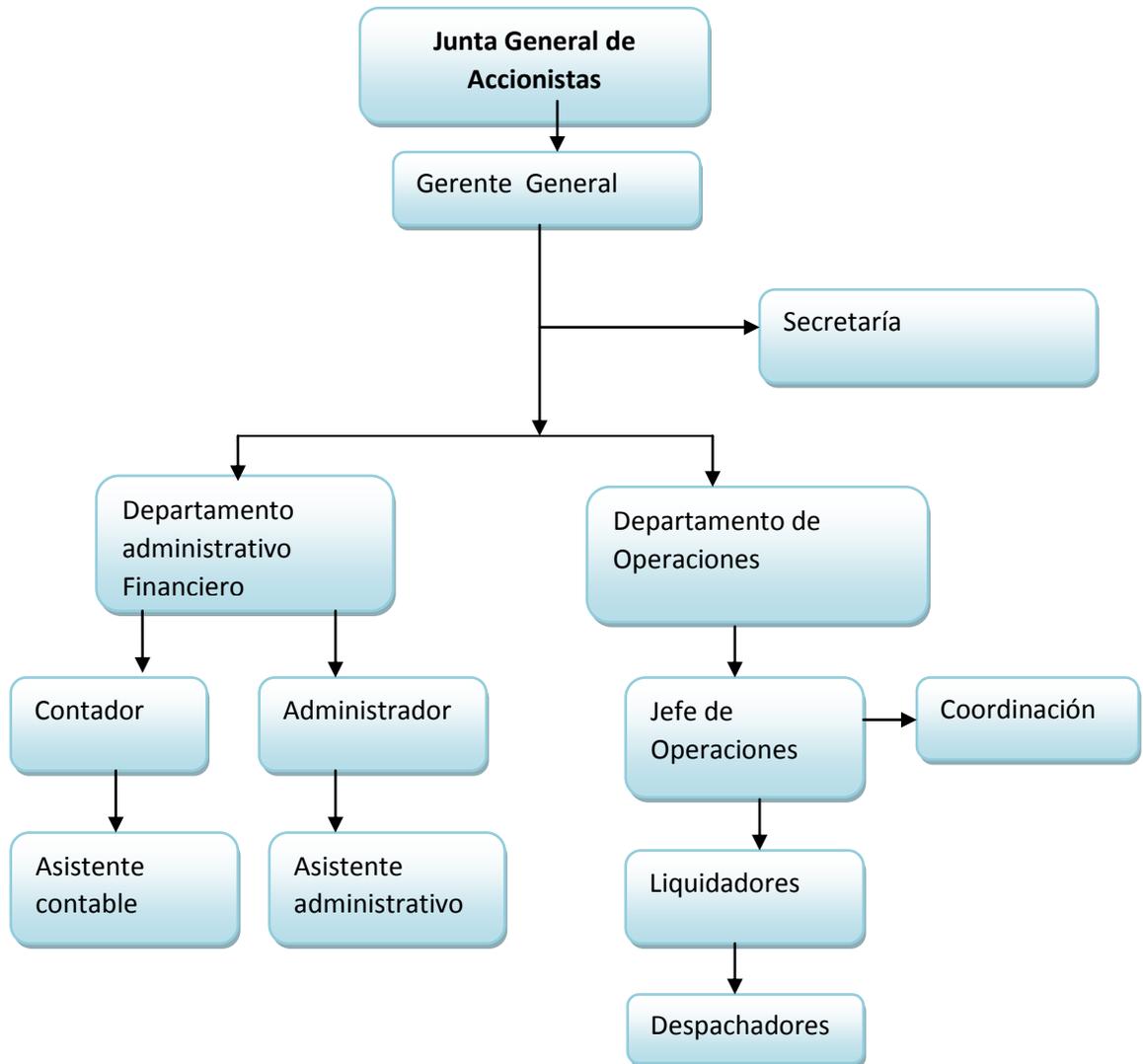


Figura 05. Organigrama: Agencia de Aduana Sion S.A.C.

Fuente: Adaptación; empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C.

2.2.2.5 REDUCCIÓN DE COSTOS EN RECURSOS HUMANOS

En este caso describimos un poco de este tema para mostrar la relación entre la rentabilidad y el clima organizacional en donde se centra los recursos humanos.

Segura, (2013) Recursos Humanos debe pensar en el diseño de su organización para eficientarlo, dice Olivia Segura; la experta de KPMG recomienda involucrar a los empleados en la generación de cambios.

Cuando se piensa en reducción y optimización de costos en una empresa es común dejar de lado el valor que el departamento de Recursos Humanos puede aportar en estas iniciativas. Los directores de estas áreas pueden ser el centro de los esfuerzos para lograr este objetivo.

Los profesionales en la materia deben demostrar que son expertos en la evaluación y el cambio de las estructuras de costos, no sólo para reducir el gasto inmediato, sino para crear valor sostenible a largo plazo. KPMG ha identificado cinco aspectos en los que Recursos Humanos puede contribuir para lograr esa meta:

1. Diseño de una estructura organizacional funcional.
2. Alineación de las estrategias de administración de personal con las de la organización.
3. Involucramiento de los empleados en la generación del cambio y la reducción de costos.
4. Medición del verdadero costo-beneficio de las acciones y los resultados.
5. Maximización del desempeño y mejora de la administración del talento.

A continuación se explica cada uno de ellos:

2.2.2.5.1 Diseñar una estructura organizacional funcional

El área de Recursos Humanos debe pensar en el rediseño de su organización para que sea eficiente, escalable, adecuada a los objetivos estratégicos y sostenibles en el largo plazo. Actualmente es obsoleto pensar que el rol de Recursos Humanos se limita a reducir costos a través de recortes de personal con un impacto a corto plazo.

Hoy puede y debe desempeñar un papel fundamental en el cambio de la forma de dirigir y estructurar una empresa. Estudios recientes han mostrado que existe un nivel excesivo en la duplicación de roles. Eliminar el exceso de niveles jerárquicos en las organizaciones, puede mejorar el nivel de responsabilidad entre los miembros del equipo de Gerencia, ayudando a la organización a incrementar el nivel de desempeño.

2.2.2.5.2 Alinear estrategias de administración de personal y las de la organización

Cuando las estrategias empresariales y las del personal no están alineadas, las empresas no sólo son víctimas de enormes ineficiencias, también se enfrentan a importantes obstáculos para conseguir que los empleados apoyen las metas de la organización. Reexaminar la forma en que se incentiva a las personas clave, es vital para asegurar el mejor uso de los recursos. Las organizaciones exitosas deben considerar sistemas de incentivos que conjuguen las necesidades a corto y largo plazo de la empresa.

Los gerentes y administradores deben comprender que la fuerza de una organización se centra en la calidad de sus empleados, por lo tanto el hacerlos sentir importantes o el gastar algo de dinero en capacitación, incentivos o remuneraciones, no debe entenderse como un gasto sino como una inversión que dará sus frutos incrementando el compromiso y la lealtad de todos, lo que generará que las personas realicen bien su trabajo y posteriormente se refleje en el servicio que ofrece al consumidor final.

2.2.2.5.3 Involucrar a los empleados en la generación del cambio y la reducción de costos

La lealtad y la motivación de los empleados es vital para una empresa que busca eficiencia y adaptación a los cambios. La participación de los empleados puede ser difícil cuando la moral es baja y la gente se siente menos

comprometida. Las empresas que tienen una cultura de conciencia de los costos pueden obtener eficiencias significativas.

Las barreras culturales significativas se interponen en el camino del éxito para muchos programas de administración de costos.

2.2.2.5.4 Medir el verdadero costo-beneficio de las acciones y los resultados

Se propone dos formas para que Recursos Humanos gane un lugar en la agenda estratégica de las organizaciones:

1. Demostrar cómo se puede hacer más con menos al identificar cómo los principales costos de RH pueden generar más valor en el corto y largo plazo. Proponer la revisión de proyectos y actividades para asegurar el uso más eficiente de los recursos, la creación de un programa focalizado de la administración de costos a través de políticas y procedimientos, y usar formas innovadoras para controlar el gasto en nóminas, pensiones, capacitación y desarrollo.

2. Alinear el modelo de prestación de servicios de Recursos Humanos con las necesidades del negocio. Medir cuánto cuesta prestar el servicio cada vez más se convertirá en una medida de la eficiencia y eficacia de Recursos Humanos, al igual que otras funciones de apoyo.

2.2.2.5.5 Maximizar el desempeño y la administración de talento

La importancia del desempeño de las personas y la necesidad de salvaguardar el talento deben prevalecer aún durante un período de reducción de personal. El Consejo de Liderazgo Empresarial, en su estudio "Mejora del rendimiento de los trabajadores en la crisis económica", destacó cuatro retos:

1. Reducción del rendimiento de los empleados

2. Falta de compromiso de los empleados que permanecen en las organizaciones
3. Empleados clave o con alto potencial tienden a dejar las organizaciones
4. Disminución del esfuerzo de los líderes

La autora es Gerente encargada de la práctica y Asesoría en Mejora de Procesos KPMG México, una de las empresas más exitosas, que además pone en práctica cada punto que se menciona líneas arriba, en la cual se respalda la importancia que se debe dar al recurso humano. Ya que es parte del capital que posee una empresa, de modo que si no se le da la importancia debida no tendrá buen rendimiento.

Un vez más, en las grandes empresas, se muestra que el capital humano es muy fundamental para su crecimiento y éxito de una empresa económicamente, es por eso que el buen desarrollo del clima organizacional en una empresa es importante, se debe tratar con mucha delicadeza este tema, a continuación se muestra un gráfico en el cual empresas importantes cuentan con un capital intelectual en porcentajes altísimos.

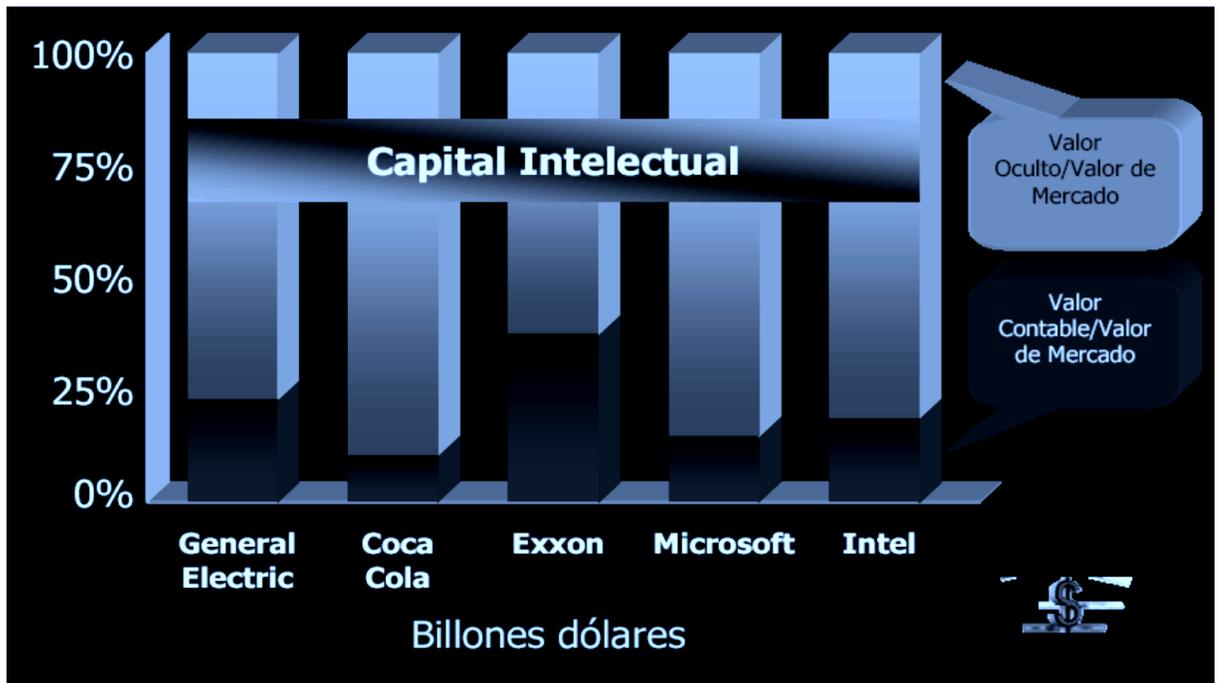


Figura: N° 06 Paradigma del capital Intelectual

Fuente: Ministerio de salud "Liderazgo y gestión del cambio" 2012

La presente imagen es una muestra de la relación que hay entre la rentabilidad y Clima organizacional, ya que el capital humano es muy fundamental para mejorar la rentabilidad de una empresa.

2.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

Accionistas

Parte alícuota del capital social de una sociedad mercantil que puede ser nominativa o al portador, y estar total o parcialmente desembolsada. Se clasifican según los derechos que otorgan y su valor nominal. En general, da derecho a una parte proporcional en el reparto de beneficios y a una cuota de liquidación si la sociedad se disuelve. También da derecho preferente en la suscripción de nuevas acciones y derecho de voto en las juntas generales.

Accionista, persona que posee una acción en determinada empresa (BCRP, 2011, p. 1)

Ambiente de trabajo

Es el entorno del trabajador, se compone de todas las circunstancias que inciden en la actividad dentro de una oficina, etc. El ambiente debe ser grato, agradable. (Chiavenato, 2015, p. 488)

Amortización

En la balanza de pagos registra las obligaciones del período, bajo el principio del devengado, sin considerar si el pago se hace efectivo o no. (BCRP-2011, p. 6)

Capital Humano

Es una medida de valor económico de las habilidades profesionales de las personas, el capital es mayor cuanto más joven sea la persona, el rendimiento varía de acuerdo al paso de los años. Es un factor muy importante de la producción que una empresa desee tener. (Chiavenato, 2015, p. 490)

Compensación

Es la resolución del ciclo de motivación mediante la satisfacción de otra necesidad lo cual disminuye el estado de tensión del individuo. (Chiavenato, 2015, p. 491)

Comunicación

Es la relación humana que consiste en la emisión/recepción de mensajes entre interlocutores en estado total de reciprocidad; es un proceso de intercambio de información que favorece la producción social de sentidos. Se concreta en las acciones comunicativas que parten de los vínculos y articulaciones de la organización y se proyectan potenciando la práctica y visibilidad de la institución y su tarea. (Shikiya, 2010, p.15)

Costo de ventas

Costo de la mercancía vendida. Nombre convencional de la cuenta de resultados de saldo deudor que, en un sistema de inventarios perpetuos, se usa como contracuenta para registrar la salida de mercancía a precio de costo. (Cárdenas y Tulio, 2004, p. 110)

Costos

Cantidad de recursos introducidos en la producción de un bien o que incrementan en inventarios. Reunión de dos o más conceptos de costo de gastos o de ambos. Suma de esfuerzos y recursos que se invierten para un objetivo. (Cárdenas y Tulio, 2004, p. 106)

Costos financieros

Precio de un contrato de futuros. Tasa de interés por pedir prestado antes de la fecha de liquidación. Son los que se originan por la obtención de recursos ajenos pueden ser prestamos que la empresa necesita para su desarrollo y funcionamiento operativo. (Cárdenas y Tulio, 2004, p. 106)

Cohesión

Indica el grado en que los miembros de un grupo se sienten atraídos entre sí, y están motivados para permanecer juntos. (Chiavenato, 2015, p. 491).

Cultura Organizacional

Sistema de creencias y valores compartidos que se desarrolla dentro de una organización o una de sus unidades y guía el comportamiento de sus miembros. (Chiavenato, 2015, p. 492).

Destrezas

Capacidades y habilidades extraordinarias para un buen desempeño. Un trabajador siempre tiene algo bueno para dar, no es en área será en otra, cada ser humano tiene algo que explotar. (Chiavenato, 2011, p. 310)

Eficiencia

Es el uso racional de los medios con que se cuenta para alcanzar un objetivo predeterminado. Se trata de la capacidad de alcanzar los objetivos y metas programadas con el mínimo de recursos disponibles y tiempo, logrando de esta forma su optimización. (Conaceas, 2010, p. 4)

Éxito organizacional

Condición de las organizaciones eficientes y eficaces que alcanzan un desarrollo excelente en la consecución de sus objetivos globales y son admirados por ello.

Equidad.- Igualdad para todos, dar a cada uno lo que se merece; en este caso se hace referencia en el área económica, por ejemplo, un pago equitativo para cada trabajador equitativamente. (BN Desarrollo, 2012, p. 11)

Estados Financieros

Resumen ordenado de la información contable de una sociedad acumulada mediante procesos de identificación de los hechos contables, su valoración y registro. Están destinados a informar a acreedores, proveedores, clientes, socios... y, en definitiva a todos aquellos que posean algún interés en la marcha de la empresa. El Plan General de Contabilidad denomina Cuentas Anuales a los estados financieros de cierre de ejercicio. (BCRP, 2011, p.72)

Estado de resultados

Resumen que muestra cómo se obtiene el ingreso neto de la empresa en un período determinado, donde se deducen los principales gastos, para obtener la utilidad neta. (BCRP, 2011, p.73)

Globalización

Se designa al amplio proceso de transformación tecnológica, institucional y de orientación que ocurre en la economía internacional, ámbito que, cada vez más, da paso a otras actividades del quehacer humano, como son las actividades sociales, culturales, políticas, etc., contando para ello con la resolución

tecnológica moderna, expresada por los desafíos de la era informática. (Flores T. 2014, p. 40)

Herramientas de Gestión

Se refiere a los recursos, materiales u otros que se requieren para desarrollar una gestión óptima, con la utilización adecuada de estos es posible obtener un alto rendimiento de sus inversiones; de esa manera una empresa pueda generar rentabilidad favorable. (Flores T. 2014, p. 41)

Impuesto a la renta

Es un impuesto que grava los ingresos de las personas, empresas, u otras entidades legales. (Cárdenas y Tulio, 2004, p. 158)

Incentivos

Brindar algo que lo haga motivar; Es una herramienta clave para obtener incrementos en la productividad de un trabajador. Pueden ser económicas no económicas

Inversión

En una colocación de capital en ciertas actividades económicas para obtener una ganancia futura, generalmente es a largo plazo. La inversión será satisfactoria cuando se haya obtenido lo planeado en el tiempo estimado y si se produjo la cantidad deseada. (Cárdenas y Tulio, 2004, p. 169)

Margen Bruto

Es la diferencia entre las ventas netas y el **costo** de las mercancías o servicios vendidos, El margen bruto también es conocido como la utilidad bruta y representa la productividad de las operaciones de una empresa. Margen bruto, que suele ser unitario, es un margen de beneficio antes de impuestos. (Briceño y Hoyos, 2002, p. 425)

Margen de Rentabilidad

Es la diferencia entre el precio de venta y el costo del bien o servicio vendido. Mayormente se expresa en porcentaje. Este porcentaje puede calcularse sobre el precio de venta, o sobre el valor de costo.

Motivación

Son todas aquellas condiciones internas descritas como anhelos, deseos, impulsos. Es el lazo que une o lleva esa acción a satisfacer esa necesidad o conveniencia, o bien a dejar de hacerlo. Es decir que los administradores motivan a sus subordinados, realizan cosas con las que se esperan satisfacer esos impulsos y deseos e inducir a los subordinados a actuar de determinada manera. (Chiavenato, 2011, p. 310)

Organización

Estructuración técnica de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social o empresa con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados.

Patrimonio

Suma de los bienes y dinero que pertenecen a una persona. Diferencia entre los bienes y derechos y las obligaciones frente a terceros. Desde el punto de vista fiscal, es la propiedad de toda clase de bienes y la titularidad de derechos de contenido económico atribuibles al sujeto pasivo en el momento del devengo. (Cárdenas y Tulio, 2004, p. 215).

Productividad

Productividad puede definirse como la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados. La utilidad es el interés, provecho o fruto que se obtiene de algo. Las ventajas competitivas usualmente se clasifican en ventajas de precio, de calidad y de oportunidad.

Ratios Financieros

Denominados también ratios contables son los coeficientes que aportan unidades financieras de medida y comparación. Nos permite conocer el porcentaje de rendimiento. A través de ellos, se establece la relación que presentan dos datos financieros y es posible analizar el estado de una organización en base de sus niveles óptimos en un área determinada, entre diferentes periodos. (Briceño y hoyos, 2002, p. 501).

Reconocimiento

Se denomina así al hecho de distinguir a una persona de las demás como consecuencia de sus características, cualidades o rasgos, etc. Premiar por haber logrado algo bueno.

Recursos Humanos

Personas vistas como recursos de la organización. Consiste en el trabajo que aporta el conjunto de los empleados o colaboradores a una organización. El capital humano, es el conjunto integrado de conocimientos, habilidades y competencias de las personas de una organización; es la parte renovable del capital intelectual. (Chiavenato, 2015, p. 505)

Rentabilidad

Relación existente entre los beneficios o ganancias que proporciona una determinada inversión ya sea de dinero, recurso o el esfuerzo que se hace. Generalmente para su medición se utiliza el porcentaje. Para conocer la rentabilidad es necesario conocer el valor y el tiempo en el que se ha mantenido la inversión. (Flores T. 2014, p. 42)

- ROA o Retorno sobre los activos.

Si el ROS analizado anteriormente resulta atractivo, el gerente de la empresa debe proceder a calcular la rentabilidad de los activos de la empresa. Los activos representan la viabilidad económica de la empresa; en cambio, los pasivos reflejan la situación financiera. (Flores T. 2014, p. 42)

- ROE o Rentabilidad sobre el patrimonio.

Dentro de una empresa, muestra el retorno para los accionistas de la misma, que son los únicos proveedores de capital que no tienen ingresos fijos. Mide la rentabilidad del capital propio o rentabilidad de los accionistas. (Flores T. 2014, p. 43)

Responsabilidad

Es el sentimiento de los miembros de la organización acerca de su autonomía en la toma de decisiones relacionadas a su trabajo. Es la virtud de conciencia de trabajo, cumplir con las tareas encomendadas. (Chiavenato, 2015, p. 505)

Rotación de rentabilidad

Es decir venden mucha cantidad pero con poco margen de utilidad en cada venta. En tanto otras empresas basan su rentabilidad en unos altos márgenes, pero una rotación baja, es decir venden pocos bienes. Permite a la empresa dividir su retorno en los componentes de utilidad sobre ventas y eficiencia sobre uso de los activos.

Satisfacción

Estar complacido con lo que ha sido realizado de modo acabado, cumpliendo las expectativas, u órdenes, de tal modo que habiendo hecho lo suficiente se siente la gratificación o el agrado de llegar a un buen resultado, que no necesita de un mayor aporte. Agradado con lo que recibe. (BN Desarrollo, 2012, p.16)

Trabajo en equipo

Es el trabajo eficiente hecho por sus integrantes dentro de una organización; la forma adecuada de sus coordinaciones y relaciones grupales para obtener un buen resultado. (Chiavenato, 2015, p. 506).

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

a) HIPÓTESIS GENERAL

La rentabilidad influye en el clima organizacional de la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. Provincia Constitucional del Callao 2016.

b) HIPÓTESIS ESPECÍFICA

- La rentabilidad influye en la motivación en la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. Provincia Constitucional del Callao 2016.
- La rentabilidad influye en la satisfacción en la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. Provincia Constitucional del Callao 2016.
- La rentabilidad influye en el reconocimiento en la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. Provincia Constitucional del Callao 2016.
- La rentabilidad influye en la responsabilidad de la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. Provincia Constitucional del Callao 2016.
- La rentabilidad influye en el trabajo en equipo de la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. Provincia Constitucional del Callao 2016.

3.2. VARIABLES DE ESTUDIO

3.2.1 DEFINICIÓN CONCEPTUAL

• RENTABILIDAD

La rentabilidad hace referencia al beneficio, lucro, utilidad o ganancia que se ha obtenido de un recuso o dinero invertido. La rentabilidad se

considera también como la remuneración recibida por el dinero invertido. En el mundo de las finanzas se conoce también como los dividendos percibidos de un capital invertido en un negocio o empresa. La rentabilidad puede ser representada en forma relativa (en porcentaje) o en forma absoluta (en valores).

Todo inversionista que preste dinero, compre acciones, títulos valores, o decida crear su propio negocio, lo hace con la expectativa de incrementar su capital, lo cual sólo es posible lograr mediante el rendimiento o rentabilidad producida por su valor invertido.

La rentabilidad de cualquier inversión debe ser suficiente de mantener el valor de la inversión y de incrementarla. Dependiendo del objetivo del inversionista, o en el peor de los casos como la oferta lo ofrezca, la rentabilidad generada por una inversión puede dejarse para mantener o incrementar la inversión, o puede ser retirada para invertirla en otro campo.

- CLIMA ORGANIZACIONAL

El ambiente donde una persona desempeña su trabajo diariamente, el trato que un jefe puede tener con sus subordinados, la relación entre el personal de la empresa e incluso la relación con proveedores y clientes, todos estos elementos van conformando lo que denominamos Clima Organizacional, este puede ser un vínculo o un obstáculo para el buen desempeño de la organización en su conjunto o de determinadas personas que se encuentran dentro o fuera de ella, puede ser un factor de distinción e influencia en el comportamiento de quienes la integran. En suma, es la expresión personal de la “percepción” que los trabajadores y directivos se forman de la organización a la que pertenecen y que incide directamente en el desempeño de la organización.

3.2.2 DEFINICIÓN OPERACIONAL

Tabla: 04 Operación de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	ESCALA DE MEDIDA
VI: Rentabilidad	Rentabilidad Económica	-Rentabilidad del activo	RA = Utilidad bruta / Activos	Ordinal (Entrevista) / Razón (Estados financieros)
		-Margen Operacional	MO = Utilidad operacional / Ventas	
	Rentabilidad Financiera	- Rentabilidad Patrimonial	RP = Utilidad Neta / Patrimonio	
		-Rentabilidad de ventas	RN = Utilidad Neta / ventas	
VD: Clima Organizacional	Motivación	-Actividades programadas	1. La empresa programa y cumple actividades para motivar al personal. 2. La empresa cuenta con ambiente laboral o social satisfactorio para el personal.	Ordinal
	Satisfacción	-Ambiente de trabajo	3. La distribución física del ambiente de trabajo facilita la realización de sus labores. 4. El pago que usted recibe, compensa el trabajo que realiza.	
		Reconocimiento	-Equidad	
	Responsabilidad		-Incentivos	
		Trabajo en equipo	-Variedad de tareas	
	-Habilidades y destrezas		10. La distribución de tareas en todo el equipo de trabajo, es adecuado. 11. En esta empresa, la comunicación entre el equipo de trabajo es eficiente.	
			- Tareas	

Fuente: Elaboración propia

3.3. TIPO Y NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN

3.3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Respecto al tipo de investigación a utilizar se eligió la investigación cuantitativa, Carlos Monje (2011), porque utilizaremos métodos estadísticos para llegar al objetivo a investigar. Se eligió el nivel explicativo, Fidias G. Arias (2012) porque se explica el fenómeno del problema donde se llega al conocimiento de las causas y así poder establecer las relaciones causa-efecto.

4.3.2. NIVEL O DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Cuantitativo porque se desarrolla mediante información cuantitativa, además porque se realizó una base de datos con la encuesta realizada a una de las partes en este caso al fenómeno del Clima Organizacional para identificar los factores que son influidas por la rentabilidad; también porque realizaremos análisis de la situación financiera de la empresa de la empresa Agencia de Aduanas Sion S.A.C.

3.4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN PARA CONTRASTAR LA HIPÓTESIS

El diseño de investigación utilizado fue la, no experimental, ya que según **Sampieri, Collado, & Baptista (2006)** en cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignaciones aleatoriamente sujetas a las condiciones, pero si se van a medir. En la investigación experimental o de campo en la variable independiente ya han ocurrido y no pueden ser manipuladas, el investigador no tiene control directo sobre dichas variables porque sucedieron al igual que sus efectos. El diseño fue de campo, dado que permitió obtener información directa en el área trabajada donde se realizaron las entrevistas con el personal empleado involucrado en el trabajo, sin manipular o controlar algunas variables.

3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA DEL ESTUDIO

3.5.1 POBLACIÓN

La población que conforma la investigación es la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. dedicada a la prestación de servicios de liquidación y despacho aduanero; se ubica en la provincia constitucional del Callao a 1. km. Del cercado de Lima.

3.5.2 MUESTRA

Nuestra muestra es de 30 trabajadores de la empresa de servicios Agencia de Aduana Sion S.A.C.

Fórmula de la muestra

$$M=Ox r Oy$$

Donde:

M= Muestra

O=Observación de las variables

X= Clima organizacional (VI)

Y= Rentabilidad (VD)

r= Relación

3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.6.1. Técnicas de recolección de datos

En la investigación se utilizará tres técnicas para la recolección de la información: la encuesta, la entrevista y el análisis documentario, los Estados Financieros que nos brindó la empresa. La entrevista **Alonzo L. (1994)** nos permitirá demostrar la influencia de la rentabilidad. Mediante los Estados Financieros se podrá demostrar los valores en la rentabilidad con los hechos que se suscitan en la empresa. **Rensis Likert (1932)** La encuesta permitirá obtener información sobre la base de preguntas que la componen.

3.6.2. Instrumentos de recolección de datos

Los instrumentos utilizados para para la recolección de datos de la presente investigación fueron la encuesta y la entrevista, además de la obtención del documento que son los estados financieros de la empresa.

3.6.2.1 Confiabilidad de instrumento por alfa de cronbach

Mide la consistencia interna del diseño es decir de las encuestas; está expresada en términos relativos, la medida que se acerca a la unidad el instrumento es consistente y confiable. Los resultados aplicando la SPSS fueron:

Tabla: 05 Confiabilidad del instrumento

ESTADÍSTICOS DE FIABILIDAD		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N° de elementos
87.75%	88.51%	12 preguntas

Fuente: Elaboración propia en SPSS

El resultado de confiabilidad es alto 87,75% por tanto los instrumentos han tenido muy buena consistencia interna.

3.6.2.2 Validación de instrumentos

La validación del instrumento para el presente trabajo se realizó con la revisión y análisis de juicios de expertos, por lo cual el instrumento es válido para medir con efectividad el clima organizacional.

3.7. MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS

Los Estados Financieros de la empresa nos permite analizar los ratios de rentabilidad, la segunda variable se tabulará la información a partir de los datos obtenidos a través de las encuestas, en este caso es el gráfico circular utilizando Microsoft Office Excel 2013 para Windows y el programa estadístico SPSS, para conocer los porcentajes de los puntajes obtenidos en cada pregunta o afirmación; de esta manera se conoce los resultados que se muestran en los gráficos. Se define su influencia a través de la entrevista.

3.8. ASPECTOS ÉTICOS

En el desarrollo de la presente tesis se ha tomado en cuenta los principios éticos fundamentales considerados en: la ética empresarial y la ética del Contador Público suministrado por la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y administrativas de la Universidad Privada Telesup, referente a principios éticos. En el presente trabajo se ha tenido en cuenta normas y reglas de conducta para satisfacer el bien común, con juicio de virtud que se atribuye a las cosas por su fin existencial y a las personas por su naturaleza racional.

Un Contador Público Colegiado, tiene la obligación de ser justo y honesto en sus relaciones profesionales, como todo profesional debe de cumplir sus principios profesionales del contador, el contador es obligado a que sea probo e intachable en todos sus actos; eso demuestra su desempeño profesional honrado, así es bien visto por muchos y con la moral en alto.

CAPÍTULO VI: RESULTADOS

4.1 RESULTADOS

En el presente capítulo se presentan los resultados obtenidos en el trabajo de campo, para ello se hizo uso de una encuesta y una entrevista, la encuesta realizada al personal de la Agencia de Aduanas Sion S.A.C., para medir el clima organizacional, y la entrevista realizada al personal administrativo de recursos humanos para conocer la influencia de la rentabilidad en el clima organizacional.

4.1.1 Validación del cuestionario

La validación del cuestionario se ha contado con el asesoramiento de profesionales expertos en metodología de la investigación, lo cual es de gran aporte para el desarrollo de la presente investigación.

Tabla: N° 06 Validación del cuestionario por expertos

Mg. Ing. José Candela	Experto Metodológico
Mg. Agüero Arias Tito	Experto Estadístico

Fuente: Elaboración propia

4.1.2 Resultados de la entrevista: Rentabilidad

1.- ¿Considera usted que el clima organizacional ha mejorado respecto al periodo anterior?

Sí, porque según los estados financieros, la rentabilidad va en aumento año a año, es por eso que la inversión para cada área es factible; en éste último periodo se ha detectado principalmente que el clima organizacional en la

empresa no estaba bien, es por ello que se busca y se aplica cambios, inversión para mejorar esto, es decir comprar de herramientas adecuadas, mejora pagos al personal, para el buen desempeño, para que cada dimensión del área pueda mejorar.

2.- ¿Cree usted que la mejora en el clima organizacional es influida por la rentabilidad?

Claro que Si, porque cuanto mejor sea mayor sea la rentabilidad, el clima organizacional mejorará, su desempeño, el rendimiento del personal es mayor. Hoy en día se da mucha importancia a recursos humanos en grandes empresas, pero en una empresa de servicios como esta se ha notado que sí debemos poner mucho énfasis en ese aspecto ya que el cliente requiere de una buena atención.

3.- ¿Usted cree que al hacer mayor inversión en los activos han tenido mejoras en la motivación y satisfacción del personal?

Sí, al haberse invertido en mejoras con los activos, el rendimiento de ellos es mayor, se estima que ha sido porque el personal se ha visto satisfecho y motivado con las nuevas herramientas de trabajo que le ayudan a desempeñar de la mejor manera sus funciones.

4.- ¿Considera usted que los gastos operacionales se han gestionado eficientemente para la mejora del clima organizacional?

Sí, se ha invertido en mejoras con gastos de operaciones como por ejemplo, entrega de moviidades al personal, se implementó un cafetín para que el personal pueda motivarse, y satisfacer sus necesidades.

5.- ¿Cree usted que la mejora de la rentabilidad patrimonial influye en la mejora del clima organizacional? Sí, aunque en este caso los beneficiados son los socios y accionistas quienes están satisfechos con la distribución adecuada de dividendos.

6.- ¿Cree usted que el incremento de ventas a mejorado el reconocimiento para motivación al personal? Sí, El incremento de ventas motiva al personal, esperando recibir mejor paga y se hace así. Porque toda persona busca el bien para cada uno, se trata al cliente de la mejor manera, se le atiende oportunamente, así captamos más clientes por ende se mejora la rentabilidad, además se realizan las cobranzas amablemente, ordenadamente. Con el incremento de ventas alcanza para incentivar con un reconocimiento al personal que mas ventas hace o desarrolla de la mejor manera sus funciones.

4.1.3. GUÍA DOCUMENTARIA

Tabla: 07 Balance General

4.1.3.1 Estado de Situación Financiera de la Agencia de Aduana Sion S.A.C.

AGENCIA DE ADUANA SION SAC

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2016

	2016			2016	
	S/.	%		S/.	%
ACTIVO			PASIVO Y PATRIMONIO		
CORRIENTE			CORRIENTE		
Efectivo y Equivalente de Efectivo	280,302.89	11.13	Sobregiros Bancarios	0.00	0.00
Cuentas por Cobrar Comerciales - Terceros neto	1,398,270.92	55.50	Tributos, contribu. Y aportes al SPP por Pagar	30,209.05	1.20
Cuentas por cobrar a pers.accion.soc.direc	189,753.35	7.53	Remuner. y Part. por Pagar	17,300.28	0.69
Cuentas por Cobrar Diversas – Terceros	291,439.97	11.57	Cuentas por Pagar Comerciales - Terceros	11,406.31	0.45
Servicios y Otros Contratados por Anticipado	188,008.67	7.46	Cuentas por pagar Accionistas	8,000.00	0.32
	0.00	0.00	Obligaciones Financieras	0.00	0.00
Total del Activo Corriente	2,347,775.80	93.18	Cuentas por pagar Diversas - Terceros	1,118,451.03	44.39
			Total del pasivo corriente	1,185,366.67	47.05

NO CORRIENTE

Inmueble	0.00	0.00
Menos: Depreciación acumulada	(0.00)	(0.00)
Activos adquiridos en arrendamiento financiero	<u>0.00</u>	<u>0.00</u>

Inmueble Maquinaria y Equipo	436,022.05	17.31
Menos: Depreciación acumulada	(264,287.87)	(10.49)
Inmuebles maquinarias y equipos	<u>171,734.18</u>	<u>6.82</u>

INTANGIBLES	0.00	-
Menos: Amortización Intangibles	(0.00)	(0.00)
Intangibles Neto	<u>0.00</u>	<u>0.00</u>

ACTIVO DIFERIDO	0.00	0.00
------------------------	------	------

TOTAL ACTIVO	<u>2,519,509.98</u>	<u>100.00</u>
---------------------	---------------------	---------------

NO CORRIENTE

Obligaciones Financieras	0.00	0.00
Total del pasivo no corriente	<u>0.00</u>	<u>0.00</u>

PATRIMONIO

Capital	180,000.00	7.14
Resultados acumulados	741,760.44	29.44
Resultado del ejercicio	412,382.87	16.37
Total Patrimonio	<u>1,334,143.31</u>	<u>52.95</u>

TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	<u>2,519,509.98</u>	<u>100.00</u>
----------------------------------	---------------------	---------------

Fuente: Agencia de Aduana Sion S.A.C.

4.1.3.2 Estado de Resultados de la Agencia de Aduana Sion S.A.C.

Tabla: 08 Estado de Resultados

AGENCIA DE ADUANA SION SAC

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL DEL PERIODO (POR FUNCIÓN)

AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016

	Del 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2016	
	S/.	%
Ventas	1,346,382.66	100.00
(-) Descuentos, rebajas y Bonificaciones	(0.00)	(0.00)
Ventas Netas	1,346,382.66	100.00
Costo de Ventas	(417,901.34)	(31.04)
Utilidad Bruta	928,481.32	68.96
Gastos de Administración	(271,934.23)	(20.20)
Gastos de Ventas	(206,314.42)	(15.32)
Resultado de Operación	450,232.67	33.44
Gastos Financieros	(83,901.78)	(6.23)
Descuento Pronto Pago	0.00	0.00
Ingresos Financieros	40,124.39	2.98
Otros Ingresos	5,927.59	0.44
(Pérdida) Utilidad antes de impuesto	412,382.87	30.63
Impuesto a la Renta	(0.00)	(0.00)
Resultado del Ejercicio	412,382.87	30.63

Fuente: Agencia de aduana Sion S.A.C.

4.1.3.3 Resolución de indicadores de rentabilidad.

A continuación el desarrollo de ratios de rentabilidad que fueron tomados como indicadores de rentabilidad, para el presente trabajo de investigación:

- **Rentabilidad del activo = Utilidad bruta / Activos**

$$RA = 412,382.87 / 2,519,509.98$$

$$RA = 16\%$$

Se observa que la empresa ha obtenido un 16% de rentabilidad sobre sus activos, sin embargo no es un porcentaje satisfactorio.

- **Margen operacional = Utilidad operacional / Ventas**

$$MO = 450,232.67 / 1,346,382.66$$

$$MO = 33\%$$

Se observa que la empresa ha tenido un 33% de rentabilidad sobre sus gastos específicamente por operaciones de servicios. Lo cual significa que el personal ha sido mejor organizado para reducir gastos operacionales.

- **Rentabilidad del Patrimonio = Utilidad neta / Patrimonio**

$$RP = 412,382.87 / 1,334,143.31$$

$$RP = 31\%$$

Nos muestra que esta empresa ha generado una rentabilidad de 31% sobre su patrimonio. lo cual significa que el capital de los inversionistas ha crecido.

- **Rentabilidad Neta = Utilidad Neta / ventas**

$$RN = 412,382.87 / 1,346,382.66$$

$$RN = 31\%$$

El resultado obtenido nos muestra que la rentabilidad neta en esta empresa es de un 31%, lo cual es satisfactorio para la todo el equipo que conforma la empresa.

4.1.4 Análisis estadístico

A continuación se detalla los gráficos e interpretación de las encuestas realizadas al personal de la empresa Agencia de Aduanas Sion S.A.C., sobre clima organizacional.

Tabla: N° 09 Actividades de motivación

- Afirmación 1: La empresa programa y cumple actividades para motivar al personal.

ALTERNATIVAS	1.Totalmente en desacuerdo	2. En Desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
AFIRMACIÓN					
La empresa programa y cumple actividades para motivar al personal.	3	12	2	8	5

Fuente: Elaboración propia

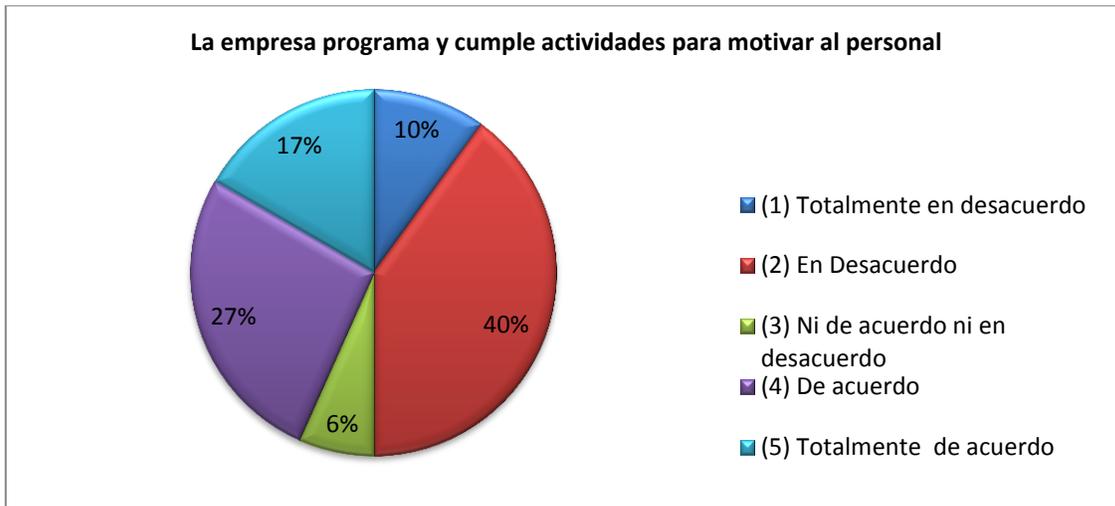


Figura: N° 07 - Actividades de motivación

Fuente: Elaboración propia

Según el gráfico podemos observar que el indicador motivación al personal con actividades no está en buen nivel, en ésta empresa no existe suficiente programación

de actividades, para motivación al personal, dado que el mayor porcentaje indica que está en desacuerdo con la afirmación.

Tabla: N° 10 - Ambiente de trabajo

- Afirmación 2: La empresa cuenta con ambiente laboral o social satisfactorio para el personal.

ALTERNATIVAS	1.Totalmente en desacuerdo	2. En Desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
AFIRMACIÓN					
La empresa cuenta con ambiente laboral o social satisfactorio para el personal.	4	6	3	9	8

Fuente: Elaboración propia

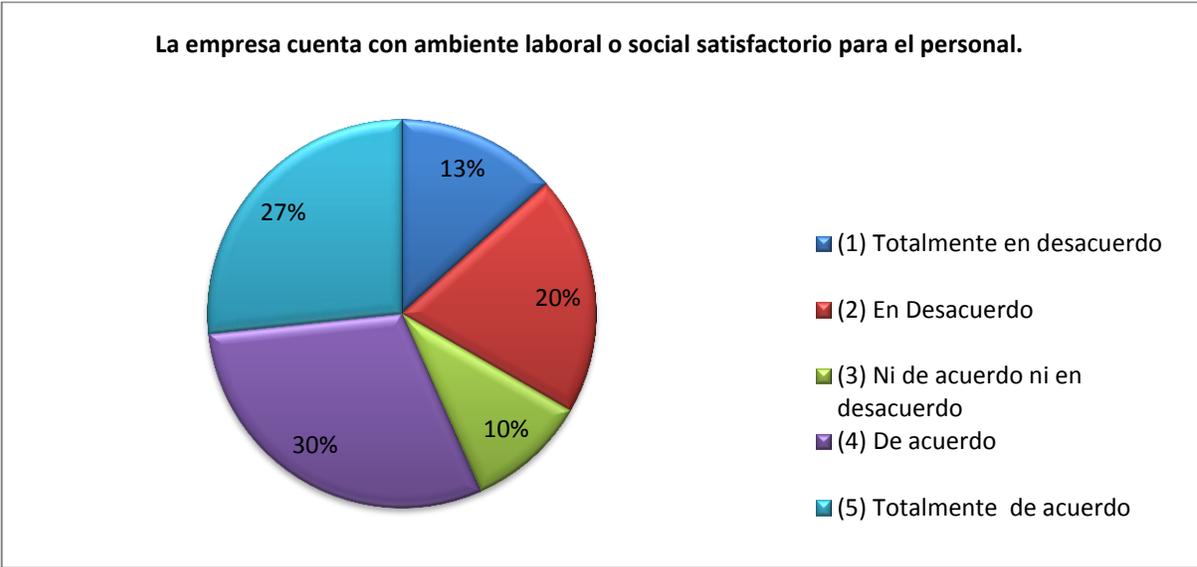


Figura: 08 - Ambiente de trabajo

Fuente: Elaboración propia

Según se observa el gráfico, el mayor porcentaje que es 30%, indican que están de acuerdo con la afirmación, seguidamente el 27%, lo cual significa que la empresa

cuenta con ambiente laboral adecuado y el personal, cultiva las relaciones sociales con sus compañeros.

Tabla: N° 11 – Ambiente físico

-Afirmación 3: La distribución física del ambiente de trabajo facilita la realización de sus labores.

ALTERNATIVAS	1.Totalmente en desacuerdo	2. En Desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
AFIRMACIÓN					
La distribución física del ambiente de trabajo facilita la realización de sus labores.	2	4	2	10	12

Fuente: Elaboración propia

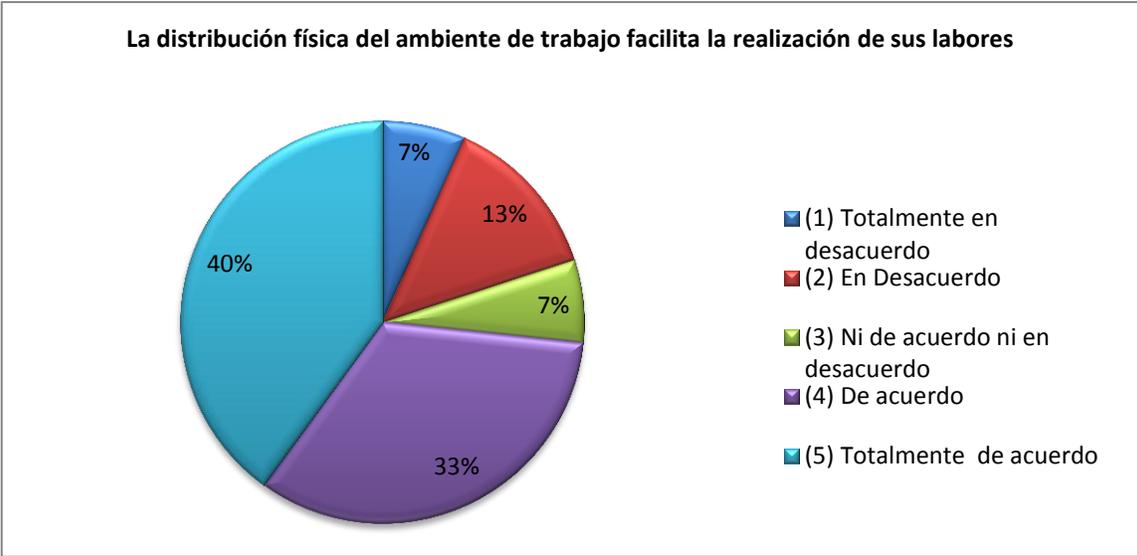


Figura: N° 09 – Ambiente físico

Fuente: Elaboración propia

Según el gráfico se observa que el mayor porcentaje (40% y 33%) menciona que están totalmente de acuerdo con la afirmación, la empresa tiene una adecuada

distribución de las herramientas de trabajo, para que el personal pueda trabajar con mayor eficiencia.

Tabla: N° 12 – Equidad laboral

- Afirmación 4: El pago que usted recibe, compensa el trabajo que realiza.

ALTERNATIVAS	1.Totalmente en desacuerdo	2. En Desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
AFIRMACIÓN					
El pago que usted recibe, compensa el trabajo que realiza.	3	7	4	9	7

Fuente: Elaboración propia

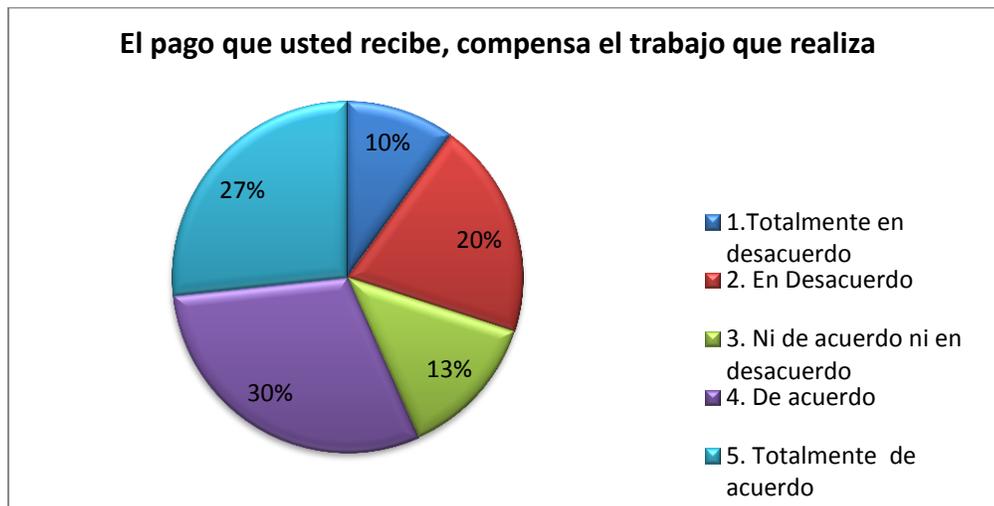


Figura: 10 – Equidad laboral

Fuente: Elaboración propia

Según el gráfico se observa que el 57% del personal está satisfecho con el pago que reciben, lo cual compensa el trabajo que realizan, sin embargo un 43% no están conformes. Por tanto no hay equidad justificable.

Tabla: N° 13 - Incentivos

-Afirmación 5: En la organización se premia por un buen logro del personal.

ALTERNATIVAS	1.Totalmente en desacuerdo	2. En Desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
AFIRMACIÓN					
En la organización se premia por un buen logro del personal.	6	8	2	9	5

Fuente: Elaboración propia



Figura: N°11 - Incentivos

Fuente: Elaboración propia

Según el gráfico, se observa que un gran porcentaje no está de acuerdo con la afirmación ya en esta empresa no se aplica con frecuencia éste tipo de incentivos.

Tabla: N° 14 Incentivos no económicos

-Afirmación 6: En esta empresa se incentiva al personal brindado estudios de capacitación para reforzar sus conocimientos.

ALTERNATIVAS	1.Totalmente en desacuerdo	2. En Desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
AFIRMACIÓN					
En esta empresa se incentiva al personal brindado estudios de capacitación para reforzar sus conocimientos.	5	6	4	8	7

Fuente: Elaboración propia



Figura: N°12 Incentivos no económicos

Fuente: Elaboración propia

Observado el gráfico podemos decir que la empresa generalmente utiliza este tipo de incentivos para con el personal como habíamos dicho en la afirmación 4, de manera que se fortalece el incentivo intelectual.

Tabla: N° 15 – Variedad de tareas con responsabilidad

Afirmación 7: En la Organización se permite realizar variedad de tareas con los cuales usted se siente realizado.

ALTERNATIVAS	1.Totalmente en desacuerdo	2. En Desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
AFIRMACIÓN					
En la Organización se permite realizar variedad de tareas con los cuales usted se siente realizado.	4	5	2	10	9

Fuente: Elaboración propia

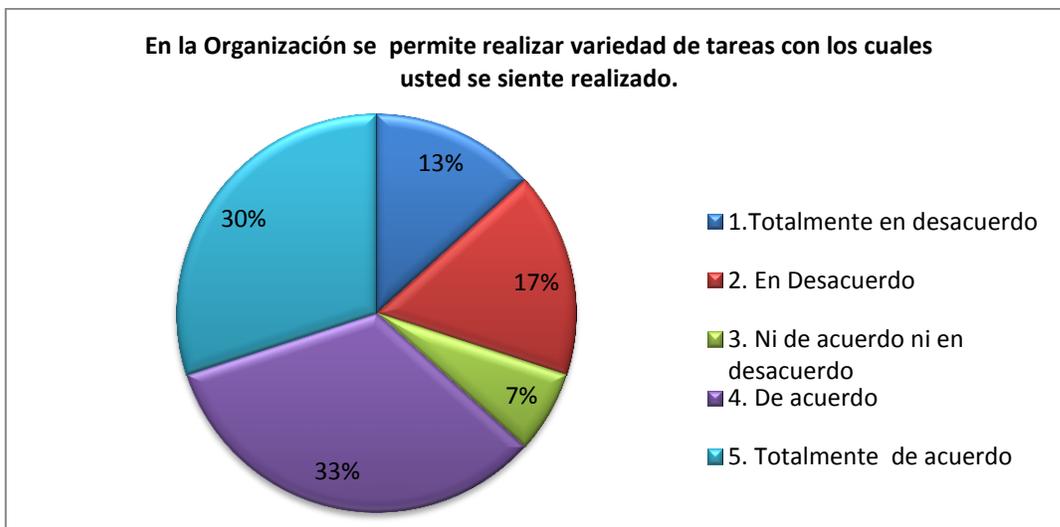


Figura: N° 13 – Variedad de tareas con responsabilidad

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en el gráfico, nos dice que la mayoría del personal está de acuerdo con la afirmación, lo que significa que el personal se siente realizado con los conocimientos que va adquiriendo en las distintas tareas asignadas.

Tabla: N°: 16 – Habilidades y destrezas

- Afirmación 8: En esta Institución valoran sus habilidades y destrezas aplicadas en sus tareas asignadas.

ALTERNATIVAS	1.Totalmente en desacuerdo	2. En Desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
AFIRMACIÓN					
En esta Institución valoran sus habilidades y destrezas aplicadas en sus tareas asignadas.	3	7	3	10	7

Fuente: Elaboración propia

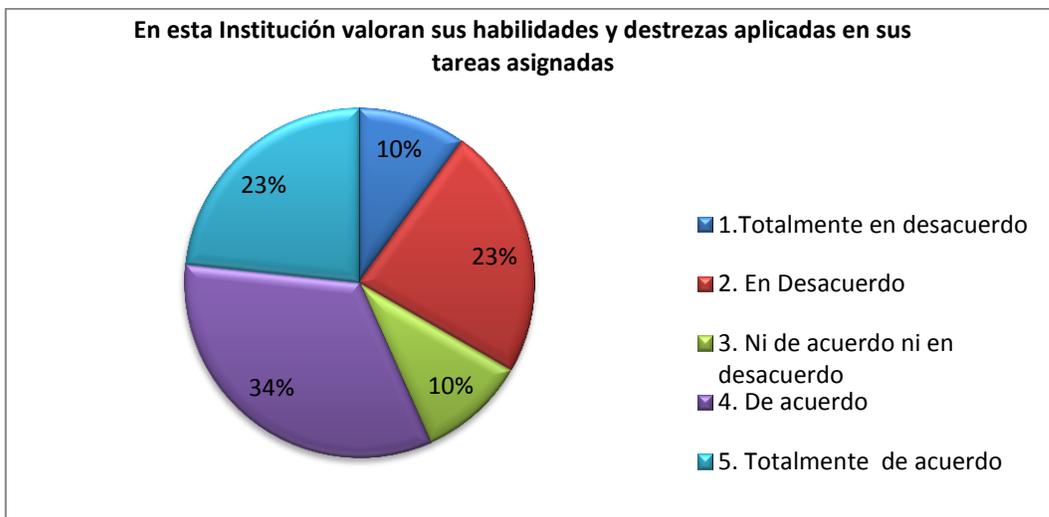


Figura: N°14 – Habilidades y destrezas

Fuente: Elaboración propia

Según se observa en el gráfico se muestra que la mayoría del personal está de acuerdo con la afirmación, eso significa que en la empresa se reconoce sus habilidades de acuerdo a su rendimiento.

Tabla: N°: 17 – Explotación de habilidades

-Afirmación 9: En esta empresa se encamina a explotar talentos y habilidades, brindándoles herramientas necesarias.

ALTERNATIVAS	1.Totalmente en desacuerdo	2. En Desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
AFIRMACIÓN					
En esta empresa se encamina a explotar talentos y habilidades, brindándoles herramientas necesarias.	2	4	7	9	8

Fuente: Elaboración propia



Figura: N° 15 – Explotación de habilidades

Fuente: Elaboración propia

Según el gráfico la gran mayoría del personal está de acuerdo y totalmente de acuerdo con afirmación, dado que en la empresa se brinda las herramientas necesarias para explotar talentos y habilidades, es necesario aclarar que la mayoría por no decir todos son jóvenes.

Tabla: N°: 18 – Distribución de tareas en el equipo

-Afirmación 10: La distribución de tareas en todo el equipo de trabajo, es adecuado.

ALTERNATIVAS	1.Totalmente en desacuerdo	2. En Desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
AFIRMACIÓN					
La distribución de tareas en todo el equipo de trabajo, es adecuado.	3	4	2	11	10

Fuente: Elaboración propia

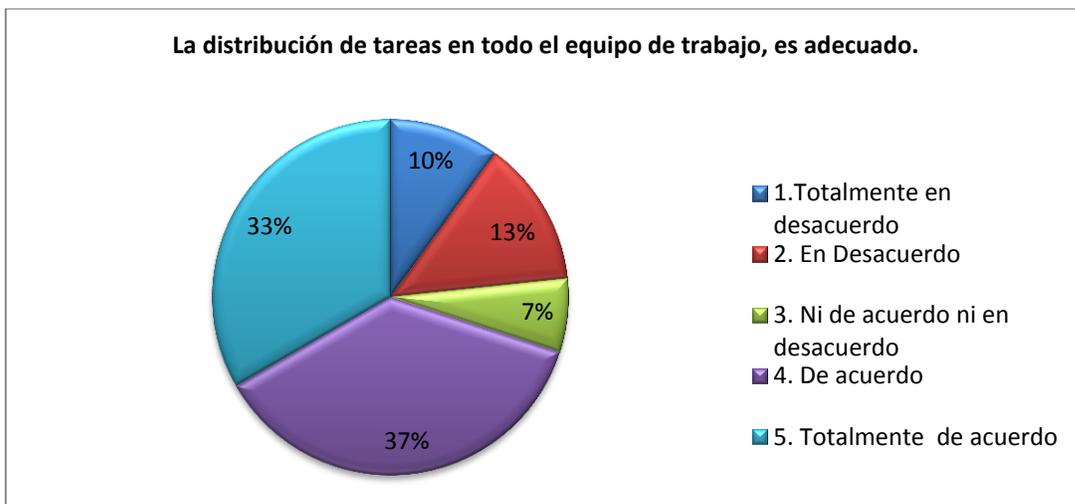


Figura: N° 16 – Distribución de tareas en el equipo

Fuente: Elaboración propia

Según el gráfico, se observa que la gran mayoría están de acuerdo y totalmente de acuerdo con la afirmación, lo cual significa que la distribución de tareas es de acuerdo a sus habilidades y capacidades, de tal manera que demuestran su desempeño cada uno.

Tabla: N°: 19 - Comunicación en el equipo

-Afirmación 11: En esta empresa, la comunicación entre el equipo de trabajo es eficiente.

ALTERNATIVAS	1.Totalmente en desacuerdo	2. En Desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
AFIRMACIÓN					
En esta empresa, la comunicación entre el equipo de trabajo es eficiente.	3	5	3	8	11

Fuente: Elaboración propia

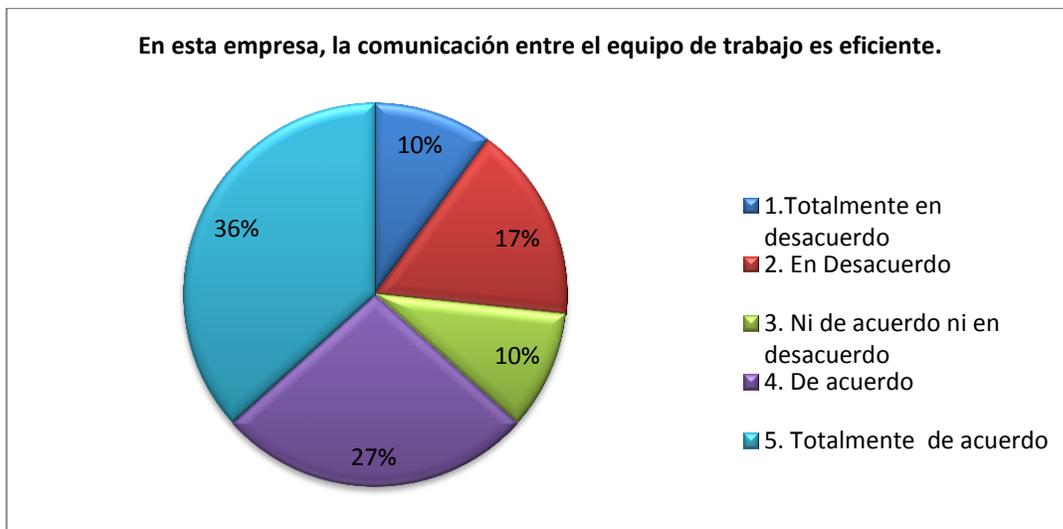


Figura: N° 17 - Comunicación en el equipo

Fuente: Elaboración propia

Como se muestra en el gráfico el mayor porcentaje del personal es decir el 27% y el 36% afirma que están de acuerdo y totalmente de acuerdo con que la comunicación entre todo equipo de trabajo es eficiente, donde resalta el buen trabajo en equipo.

Tabla: N°: 20 Comunicación con el jefe

-Afirmación 12: Existe comunicación directa y eficaz con el jefe, para un buen desempeño laboral

ALTERNATIVAS	1.Totalmente en desacuerdo	2. En Desacuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
AFIRMACIÓN					
Existe comunicación directa y eficaz con el jefe, para un buen desempeño laboral.	6	7	5	6	6

Fuente: Elaboración propia

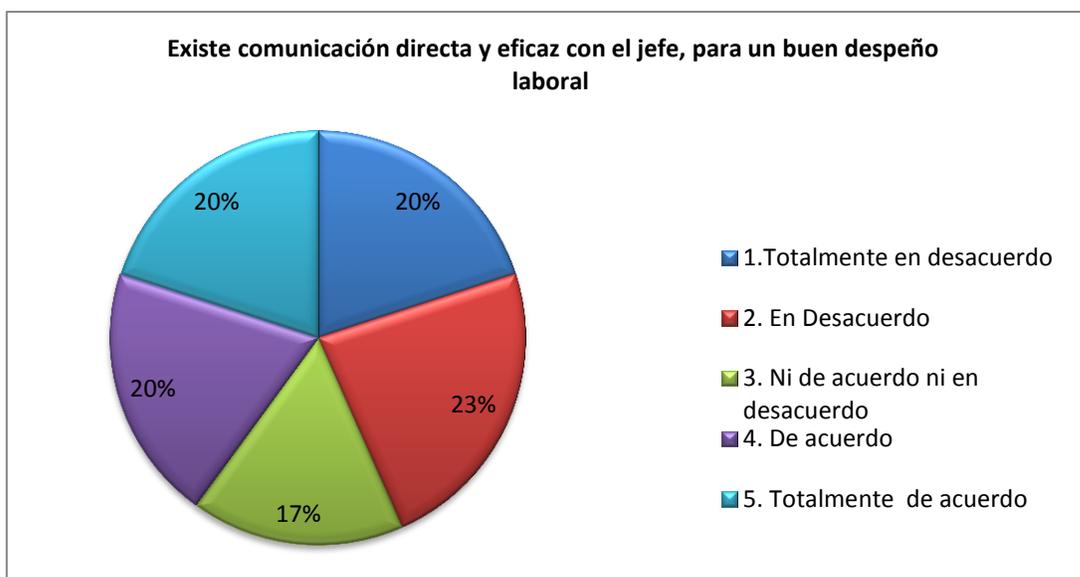


Figura: 18 – Comunicación con el jefe.

Fuente: Elaboración propia

Según se muestra en el gráfico, significa que no se lleva a cabo una comunicación fluida con el jefe, son pocos los que afirman esa situación.

4.5. Contratación de la hipótesis

La hipótesis general se contrastará mediante el ANÁLISIS FACTORIAL que consiste en utilizar todos los datos para su influencia pertinente mediante la rotación matricial y por el cuadro de esfericidad de Barlett y KMO que contiene a la chi-cuadrada calculada se contrastará la hipótesis general y se determinará la influencia que tienen entre las variables rentabilidad y el clima organizacional.

Tabla: 21: MATRIZ DE CORRELACIONES ENTRE LA VARIABLE INDEPENDIENTE RENTABILIDAD CLIMA ORGANIZACIONAL

		MOTIVACIÓN	SATISFACCION	RECONOCIMIENTO	RESPONSABILIDAD	TRABAJO EN EQUIPO	RENTABILIDAD ECONOMICA	RENTABILIDAD FINANCIERA
DIMENSIONES DE LAS VARIABLES INDEPENDIENTES Y DEPENDIENTES	MOTIVACIÓN	1,000	,895	,878	,970	,838	,890	,897
	SATISFACCIÓN	,895	1,000	,943	,899	,845	,876	,898
	RECONOCIMIENTO	,878	,943	1,000	,890	,791	,859	,879
	RESPONSABILIDAD	,970	,899	,890	1,000	,869	,917	,936
	TRABAJO EN EQUIPO	,838	,845	,791	,869	1,000	,883	,928
	RENTABILIDAD ECONÓMICA	,890	,876	,859	,917	,883	1,000	,939
	RENTABILIDAD FINANCIERA	,897	,898	,879	,936	,928	,939	1,000
Sig. (Unilateral)	MOTIVACION		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	SATISFACCION	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	RECONOCIMIENTO	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	RESPONSABILIDAD	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	TRABAJO EN EQUIPO	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	RENTABILIDAD ECONOMICA	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	RENTABILIDAD FINANCIERA	,000	,000	,000	,000	,000	,000	

Fuente: Elaboración propia en SPSS

En el cuadro la parte sombreada se observa la influencia en términos relativos entre las dimensiones de la variable independiente y las dimensiones de la variable dependiente.

Los ceros en la parte inferior son índices que se dan para rechazar la hipótesis nula.

a) El Planteo de las Hipótesis

Ho: “La rentabilidad influye en el clima organizacional que tiene la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C.”

H₁: “La rentabilidad influye en el clima organizacional que tiene la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C.”.

b) n.s = 0.05

c) La variable estadística de decisión “Chi- cuadrado”.

Tabla: 22 KMO y prueba de Bartlett

KMO Y PRUEBA DE BARTLETT

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		0,859
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	2297,32 1
	gl	21
	Sig.	0,000

Fuente: Elaboración Propia

d) La Contrastación de la Hipótesis

X² Tabular es con 0.95 de probabilidad y 21 grados de libertad 32,671

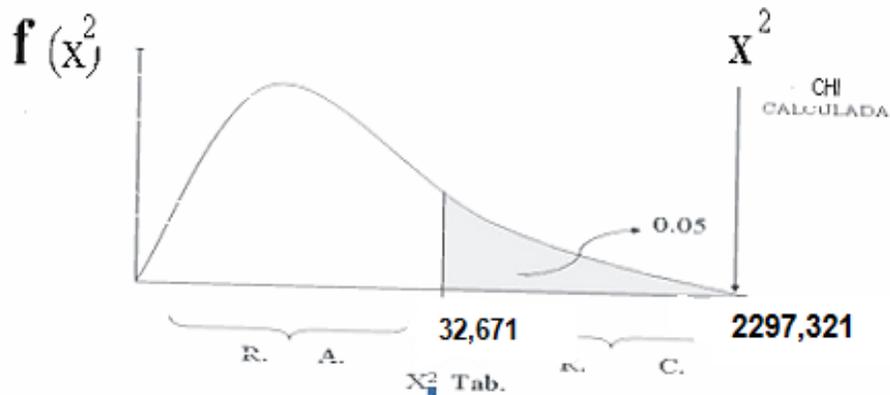


Figura: 19, Contrastación de la Hipótesis

Fuente: Elaboración propia

La parte no sombreada es el nivel de confianza de la prueba.

La parte sombreada es el error de la prueba.

Finalmente se observa en el gráfico que $X^2_{Calculado}$ es mayor que la $X^2_{Tabular}$ obtenido de la tabla. Por lo que, según el gráfico pertenece a la región de rechazo (parte sombreada) es decir se rechaza la H_0 (Hipótesis nula).

e) La conclusión:

Se puede concluir que la rentabilidad influye en el clima organizacional que tiene la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C, a un nivel de significancia de 5%

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

5.1. ANÁLISIS DE DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La rentabilidad es importante conocerlo en profundidad ya que nos ayudará a identificar si los ingresos que la empresa obtuvo, son por las operaciones de giro de la empresa u otras operaciones adicionales que desarrolla, del mismo modo cada ratio de rentabilidad, nos indica en cuanto mayor es la inversión en determinada área mayor es su rendimiento. Luego de haber realizado un estudio y análisis de interpretación de resultados se discute que:

Los ratios de rentabilidad nos ayudan a ver de una mejor manera la rentabilidad producida en la empresa, es decir por cada ámbito, la inversión que se hace en activos, en desarrollo de operaciones, ventas, el rendimiento que cada una de ellas produce. Esto influye en el clima organizacional según indica en la entrevista, han sido identificados por gerencia y el personal administrativo de la empresa.

La rentabilidad obtenida por una mayor inversión en activos favorece la satisfacción y motivación del trabajador. Los incentivos otorgados es el reconocimiento que se tiene al personal por un buen logro, es gracias a la rentabilidad que obtuvo la empresa.

Según las encuestas el clima ha mejorado respecto al periodo anterior, la responsabilidad de cada trabajador y el trabajo en equipo es beneficioso para la empresa, esto es influida por la rentabilidad debido a que se hizo mayor inversión.

Se observa en los Estados Financieros que la rentabilidad según los indicadores mencionados en el marco teórico, son satisfactorios para la empresa, ya que también el interrogado lo manifiesta en la entrevista realizada. Por ende se puede afirmar la hipótesis: La rentabilidad influye en el clima organizacional de la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C.

Según los resultados en la entrevista nos indican que en el ejercicio anterior la rentabilidad es menor a la rentabilidad obtenida en el 2016, y esto seguirá creciendo debido a que aplicarán los ratios financieros para conocer con certeza las debilidades financieras, para así fortalecerlos.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

6.1. CONCLUSIONES

- La rentabilidad influye en el clima organizacional de la esta empresa ya que según los resultados se demuestra que a mayor rentabilidad mejor clima organizacional.
- La rentabilidad influye en la motivación del personal, en este caso no de manera considerable debido a que la empresa no cumple con actividades para motivación al personal. En caso hubiera desarrollado las actividades motivacionales de seguro el personal estaría mejor satisfecho como en otras empresas.
- La inversión en activos influye en la satisfacción del personal, es porque se hizo inversión en adquisición de nuevos activos para mejorar el clima organizacional de la empresa. A esto contribuye el adecuado orden de la ubicación de los activos.
- Las utilidades obtenidas por la empresa, le permite realizar reconocimientos, incentivos al personal, sin embargo según las encuestas no se tiene un alto porcentaje de mejora en el clima organizacional, ocasionado por la dimensión reconocimiento. Las ventas obtenidas en la empresa según el ratio fueron obtenidas en su mayoría por las operaciones de giro de la empresa.
- El ratio margen operacional, es el que repercute en las operaciones que realiza el personal, en la responsabilidad que tenga el trabajador, para utilizar adecuadamente lo que se le a brindando explotando sus talentos y habilidades. De la misma manera los gastos operacionales que realiza la empresa son reflejados en el estado de resultados.
- La rentabilidad tiene poca influencia en la distribución de tareas, ya que esta es realizada por recursos humanos, con una buena gestión. Sin embargo la rentabilidad influye en la comunicación del equipo de trabajo, brindando al personal las herramientas adecuadas para que haya una comunicación fluida entre todo el equipo de trabajo, dado que en el ejercicio anterior no existió medios de comunicación que facilite el buen desarrollo de operaciones.

CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES

7.1. RECOMENDACIONES

Habiendo analizado y descrito la rentabilidad y el clima organizacional en la Agencia de Aduana Sion S.A.C., se observa que aún le falta superar en mayor porcentaje de inversión para mejorar nivel de clima organizacional, por ende se recomienda que la empresa siga mejorando la rentabilidad, se sugiere captar personal idóneo y retenerlos, un buen personal requiere de un buen pago, es en ello en lo que se debe invertir en una empresa como ésta. Ya que como se vio en el marco teórico, los recursos humanos son muy esenciales para el éxito de una empresa, es por ello que la rentabilidad debe reinvertirse para mejorar el ambiente de trabajo. Por otro lado Invertir en capacitaciones, e innovación de equipos, para un buen rendimiento en operaciones y trámites.

Se sugiere ejecutar comparaciones con estados financieros de otras empresas del mismo giro de negocio, para poder analizar las cuentas y conocer áreas que les falta mejorar.

Planificar un estándar de margen de ganancias competitivo para potenciar los indicadores de rentabilidad en mayor porcentaje, incrementar el margen de ganancia, por otro lado puede recurrir a créditos para mejorar aún más el desarrollo de la empresa, puesto que en sus estados financieros nos muestra que van mejorando año a año.

Implementar sistema de monitoreo en cada área, de manera primordial en el área de recursos humanos para la buena marcha de la empresa, de nada sirve que en un momento dado se invierte, se mejora y dejarlo allí, de todas maneras tiene que existir un control sobre ellas, para que esto avance progresivamente.

Ejecutar un plan de acción para reducir costos en el desarrollo de actividades para obtener mayor rentabilidad, mayores utilidades, así con mejores resultados muchos accionistas y clientes serán los interesados en invertir en la empresa, para que la misma siga creciendo.

Organizar actividades mensuales, por ejemplo: hacer deporte entre todo el personal, un fin de semana. Mejorar el ambiente de trabajo, ya que esto perjudica en la concentración mental del personal que se requiere para el tipo de servicios que brinda la empresa; por ejemplo, las buenas relaciones personales, instalando cuadros de motivación, para ello se deben invertir en este aspecto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andrade S., C. A. (2011). La producción y la Rentabilidad de la Empresa de Construcciones y Hormigones "Ecohormigones" Cia. Ltda. año 2010. En A. S. Alexandra, *La producción y la Rentabilidad de la Empresa de Construcciones y Hormigones "Ecohormigones" Cia. Ltda. año 2010* (pág. 134). Ambato.
- Brancato, B. (2011). *¿Puede influir el clima laboral en la rentabilidad?* Mendoza, Argentina.
- Características, E. d. (2017). *Características- Tu portal educativo*. Recuperado el 20 de Febrero de 2017, de Enciclopedia de Características. (2017). 10 Características del Clima Organizacional.: <http://www.caracteristicas.co/clima-organizacional/#ixzz4ZfFQQUMh>
- Chiang, M. M. (2007). Relación del clima organizacional y la satisfacción laboral con los resultados en grupo de docentes de instituciones de educación superior. *Icade*(72).
- Chiavenato, I. (2015). *Comportamiento Organizacional, La dinámica del éxito en las organizaciones* (Tercera ed.). México, Mexico: Programas Educativos S.A.
- Contreras N. (2015). Estructura Financiera y Rentabilidad (Edith D. Días).
- Cortes, J. N. (2009). *Diagnóstico del clima organizacional. Hospita l"Dr. Luis F. Nachón". Xalapa, Ver., 2009*. Xalapa.
- Entrepreneur.com. (02 de Julio de 2009). Factores esenciales para crear un buen clima laboral. <https://www.entrepreneur.com/article/262549>.
- Estrada S., J. G. (9 de Setiembre de 2009). *Scielo - Scientific Electronic Library Online*. (ACIMED) Recuperado el 20 de Febrero de 2017, de Clima y cultura organizacional: dos componentes esenciales en la productividad laboral: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352009001000004
- Flores T., C. J. (2014). *La gestión logística y su influencia en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en lima metropolitana*. Lima.
- Fuentes Navarro, S. M. (2012). *Satisfacción laboral y su influencia en la productividad*. Quetzaltenango Guatemala.

- Gerencie (2014). Ventaja comparativa <https://www.gerencie.com/que-son-la-ventaja-comparativa-y-la-ventaja-competitiva.html>
- Hinojosa, C. T. (2010). Clima Organizacion y Satisfacción Laboral de Profesores del colegio Sagrados Corazones Padres Franceses. Valparaiso, Chile.
- Lira Briceño, P. (11 de Marzo de 2013). *GESTION*. Obtenido de El Diario de la Economía y Negocios del Perú: blogs.gestion.pe/deregresoalobasico/2013/03/analisis-de-esraos-financieros-1.html
- Martinez, N. (2009). Factores de la rentabilidad en las decisiones financieras. <http://www.monografias.com/trabajos72/factores-rentabilidad-decisiones-financieras/factores-rentabilidad-decisiones-financieras2.shtml#ixzz4rFWsqQHY>
- Miranda R., G. A. (15 de junio de 2012). *Tablas fórmulas y conceptos financieros*. Recuperado el 06 de Febrero de 2017, de LinkedIn Corporation © 2017: <https://es.slideshare.net/Solfin/tablas-frmulas-y-conceptos-financieros>
- Montero, M. (04 de Marzo de 2010). *Análisis economico: Rentabilidad*. Obtenido de slideshare.net: <https://es.slideshare.net/martamonterobaeza/tema-11-rentabilidad>
- Munuera, S. (31 de Mayo de 2016). *Blog de Sebastian Munuera*. Obtenido de <http://www.sebastianmunuera.com/2016/05/inversiones-personales-rentabilidad-sin.html>.
- Parada, Jose R. (1988) *Rentabilidad Empresarial - un enfoque de gestión, Concepción.*; Edit. de la Universidad de Concepción.
- Pelaes León, O. (2010). *Relación entre el clima organizacional y la satisfacción*. Lima.
- Peña, F. (12 de Mayo de 2015). *Modelo de Gestion y Excelencia*. Recuperado el 19 de febrero de 2017, de ISOtool Excellence- ISOtool Peru: <https://www.isotools.org/2015/05/12/como-influye-el-clima-laboral-en-tu-empresa/>
- Perez Tenazoa, N. (2015). *“Clima Organizacional y la satisfaccion en los trabajadores del Instituo de Investigaciones de la amazonia Peruana, periodo 2013*. Iquitos, Perú.
- Porter, M. E. (2008). *Ventaja Competitiva* (Décima quinta reimpresión: 2008 ed.). Mexico: Compañía Editorial Continental S.A.

- Pulido, A. (2 de Mayo de 2015). *IEDGE*. Obtenido de IEDGE: www.iedge.eu/alfonso-pulido-entender-los-ratios-indicadores-financieros-segunda-parte
- Sanchez B., J. P. (2002). Análisis de Rentabilidad de la empresa. *Analisis Contable*, 24.
- Segura, A. S. (Enero- Marzo de 1994). La Rentabilidad Economica y Financiera de la Gran Empresa Española. Análisis de los factores Determinates. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, XXIV(78), 159-179.
- Segura, O. (11 de Marzo de 2013). *CNN Expansion*. Recuperado el 8 de Febrero de 2017, de Aliado en la Reduccion de Costos: http://expansion.mx/opinion/2013/03/08/rh-aliado-en-la-reduccion-de-costos?internal_source=PLAYLIST
- Tarzijan M. (2009). Fundamentos de Estrategia Empresarial, segunda edición ampliada, Ediciones Universidad Católica de Chile.
- Vergés Jaime, J. (2011). Análisis del Funcionamiento Economico de las Empresas. En J. Vergés Jaime, *Análisis del Funcionamiento Economico de las Empresas* (pág. 58). Barcelona: ISBN.
- Yeckle G., A. L. (2014). Implementacion de un Sistema de Control Interno y su incidencia en la rentabilidad de la empresa de Servicios Company Servirent S.A.C., periodo 2013-2014. *Implementacion de un Sistema de Control Interno y su incidencia en la rentabilidad de la empresa de Servicios Company Servirent S.A.C., periodo 2013-2014*. Trujillo, Perú.
- Zamora T., A. I. (2008). Rentabilidad y Ventaja Comparativa: Un análisis de los Sistemas de producción de Guayaba en el Estado de Michoacan. 124. Michoacan, Mexico.
- Zeas Delgado, N. (2012). *Estudio del impacto en el clima laboral de las empresas privadas para la implementacion de la Cooperativas cerradas en la provincia del Guayas*. Guayaquil.

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Marco Teórico Conceptual.	Hipótesis.	Variables e Indicadores	Metodología
<p>Problema General</p> <p>¿Cómo influye la rentabilidad en el clima organizacional de la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. 2016?</p> <p>Problemas específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo influyó la rentabilidad en la motivación en la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. 2016. - ¿Cómo influyó la rentabilidad en la satisfacción en la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. 2016. - ¿Cómo influyó la rentabilidad en el reconocimiento en la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. 2016. - ¿Cómo influyó la rentabilidad en la responsabilidad en la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. 2016. - ¿Cómo influyó la rentabilidad en el trabajo en equipo en la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. 2016. 	<p>Objetivo General</p> <p>Establecer la influencia de la rentabilidad en el clima organizacional de la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. 2016.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocer la influencia de la rentabilidad en la motivación en la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. 2016. - Conocer la influencia de la rentabilidad en la satisfacción en la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. 2016. - Conocer la influencia de la rentabilidad en el reconocimiento en la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. 2016. - Conocer la influencia de la rentabilidad en la responsabilidad de la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. 2016. - Conocer la influencia de la rentabilidad en el trabajo en equipo en la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. 2017. 	<p>La Rentabilidad</p> <p>La rentabilidad hace referencia al beneficio, lucro, utilidad o ganancia que se ha obtenido de un recuso o dinero invertido. La rentabilidad se considera también como la remuneración recibida por el dinero invertido. En el mundo de las finanzas se conoce también como los dividendos percibidos de un capital invertido en un negocio o empresa. La rentabilidad puede ser representada en forma relativa (en porcentaje) o en forma absoluta (en valores).</p> <p>Clima Organizacional</p> <p>El ambiente donde una persona desempeña su trabajo diariamente, el trato que un jefe puede tener con sus subordinados, la relación entre el personal de la empresa e incluso la relación con proveedores</p>	<p>Hipótesis general.</p> <p>La rentabilidad influye en el clima organizacional de la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C 2016.</p> <p>Hipótesis. Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - La rentabilidad influye en la motivación en la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. 2016. - La rentabilidad influye en la satisfacción en la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. 2016. - La rentabilidad influye en el reconocimiento en la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. 2016. - La rentabilidad influye en la responsabilidad de la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. 2016. - La rentabilidad influye en el trabajo en equipo de la empresa Agencia de Aduana Sion S.A.C. 2016. 	<p>Para demostrar y comprobar la hipótesis anteriormente formulada, estableciendo las variables e indicadores que a continuación se detallan:</p> <p>Variable X = Variable Independiente (causa): La rentabilidad</p> <p>Y1 = Rentabilidad de activos Y2 = Margen operacional Y3= Rentabilidad patrimonial Y4= Rentabilidad de ventas</p> <p>Variable Y = Variable Dependiente (efecto): Clima Organizacional</p>	<p>De acuerdo a la naturaleza del estudio de la investigación, reúne por su nivel las características de un estudio explicativo.</p> <p>Diseño de la Investigación:</p> <p>El diseño de investigación utilizado fue la, no experimental, ya que según Sampieri, Collado, & Baptista (2006) en cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignaciones aleatoriamente sujetas a las condiciones. En la investigación experimental o de campo en la variable independiente y dependiente ya han ocurrido y no pueden ser manipuladas, el investigador no tiene control directo sobre dichas variables porque sucedieron al igual que</p>

		<p>y clientes, todos estos elementos van conformando lo que denominamos Clima Organizacional, este puede ser un vínculo o un obstáculo para el buen desempeño de la organización en su conjunto o de determinadas personas que se encuentran dentro o fuera de ella, puede ser un factor de distinción e influencia en el comportamiento de quienes la integran.</p>		<p>Indicadores:</p> <p>X1 =Actividades Programadas X2 =Ambiente de Trabajo X3 = Equidad X4=Habilidades y destrezas X5 = Tareas X6 = Comunicación</p>	<p>sus efectos.</p> <p>Técnicas de investigación</p> <p>En la investigación se utilizará tres técnicas para la recolección de la información: la encuesta, la entrevista y el análisis documental, los Estados Financieros que nos brindó la empresa. La entrevista nos permitirá demostrar la influencia de la rentabilidad. Mediante los Estados Financieros se podrá demostrar los valores en la rentabilidad con los hechos que se suscitan en la empresa. La encuesta permitirá obtener información sobre la base de preguntas que la componen.</p>
--	--	--	--	--	---

Anexo 02: Matriz de operacionalización

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	ESCALA DE MEDIDA
VI: Rentabilidad	Rentabilidad Económica	-Rentabilidad del activo	RA = Utilidad bruta / Activos	Ordinal (Entrevista) / Razón (Estados financieros)
		-Margen Operacional	MO = Utilidad operacional / Ventas	
	Rentabilidad Financiera	- Rentabilidad Patrimonial	RP = Utilidad Neta / Patrimonio	
		-Rentabilidad de ventas	RN = Utilidad Neta / ventas	
VD: Clima Organizacional	Motivación	-Actividades programadas	1. La empresa programa y cumple actividades para motivar al personal. 2. La empresa cuenta con ambiente laboral o social satisfactorio para el personal.	Ordinal
	Satisfacción	-Ambiente de trabajo	3. La distribución física del ambiente de trabajo facilita la realización de sus labores. 4. El pago que usted recibe, compensa el trabajo que realiza.	
			5. En la organización se premia por un buen logro del personal.	
	Reconocimiento	-Equidad	6. En esta empresa se incentiva al personal brindado estudios de capacitación para reforzar sus conocimientos.	
		-Incentivos	7. En la Organización se permite realizar variedad de tareas con los cuales usted se siente realizado.	
	Responsabilidad	-Variedad de tareas	8. En esta Institución valoran sus habilidades y destrezas aplicadas en sus tareas asignadas.	
			9. En esta empresa se encamina a explotar talentos y habilidades, brindándoles herramientas necesarias.	
			10. La distribución de tareas en todo el equipo de trabajo, es adecuado.	
			11. En esta empresa, la comunicación entre el equipo de trabajo es eficiente.	
	Trabajo en equipo	- Tareas	12. Existe comunicación directa y eficaz con el jefe, para un buen despeño laboral.	
		- Comunicación		

Anexo 03: Instrumentos

1. Entrevista

ENTREVISTA SOBRE LA INFLUENCIA DE LA RENTABILIDAD EN EL CLIMA ORGANIZACIONAL, REALIZADA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA AGENCIA DE ADUANAS S.A.C

- 1.- ¿Considera usted que el clima organizacional ha mejorado respecto al periodo anterior?
- 2.- ¿Cree usted que la mejora en el clima organizacional es influida por la rentabilidad?
- 3.- ¿Usted cree que al hacer mayor inversión en los activos han tenido mejoras en la motivación y satisfacción del personal?
- 4.- ¿Considera usted que los gastos operacionales se han gestionado eficientemente para la mejora del clima organizacional?
- 5.- ¿Cree usted que la mejora de la rentabilidad patrimonial influye en la mejora del clima organizacional?
- 6.- ¿Cree usted que el incremento de ventas a mejorado el reconocimiento para motivación al personal?

2. Encuesta

ENCUESTA SOBRE CLIMA ORGANIZACIONAL REALIZADA AL PERSONAL DE LA EMPRESA AGENCIA DE ADUANAS S.A.C

I.- DATOS INFORMATIVOS

Valora de acuerdo a la siguiente escala:

- (1) Totalmente en desacuerdo**
- (2) En Desacuerdo**

(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo

(4) De acuerdo

(5) Totalmente de acuerdo

II.- CLIMA ORGANIZACIONAL

AFIRMACIONES	1	2	3	4	5
1.- La empresa programa y cumple actividades para motivar al personal.					
2.- La empresa cuenta con ambiente laboral o social satisfactorio para el personal.					
3.- La distribución física del ambiente de trabajo facilita la realización de sus labores.					
4.- El pago que usted recibe, compensa el trabajo que realiza.					
5.- En la organización se premia por un buen logro del personal.					
6.- En esta empresa se incentiva al personal brindado estudios de capacitación para reforzar sus conocimientos.					
7.- En la Organización se permite realizar variedad de tareas con los cuales usted se siente realizado.					
8.- En esta Institución valoran sus habilidades y destrezas aplicadas en sus tareas asignadas.					
9.- En esta empresa se encamina a explotar talentos y habilidades, brindándoles herramientas necesarias.					
10.- La distribución de tareas en todo el equipo de trabajo, es adecuado.					
11.- En esta empresa, la comunicación entre el equipo de trabajo es eficiente.					
12.- Existe comunicación directa y eficaz con el jefe, para un buen desempeño laboral.					

Anexo 04: Validación de Instrumento

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE DEPENDIENTE: CLIMA ORGANIZACIONAL

	Dimensiones / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	I. EL CLIMA ORGANIZACIONAL							
1	La empresa programa y cumple actividades para motivar al personal.	X		X		X		
2	La empresa cuenta con ambiente laboral o social satisfactorio para el personal.	X		X		X		
3	La distribución física del ambiente de trabajo facilita la realización de sus labores.	X		X		X		
4	El pago que usted recibe, compensa el trabajo que realiza.	X		X		X		
5	En la organización se premia por un buen logro del personal.	X		X		X		
6	En esta empresa se incentiva al personal brindando estudios de capacitación para reforzar sus conocimientos.	X		X		X		
7	En la Organización se permite realizar variedad de tareas con las cuales usted se siente realizado.	X		X		X		
8	En esta Institución valoran sus habilidades y destrezas aplicadas en sus tareas asignadas.	X		X		X		
9	En esta empresa se encamina a explotar talentos y habilidades, brindándoles herramientas necesarias.	X		X		X		
10	La distribución de tareas en todo el equipo de trabajo, es adecuado.	X		X		X		
11	En esta empresa, la comunicación entre el equipo de trabajo es eficiente.	X		X		X		
12	Existe comunicación directa y eficaz con el jefe, para un buen desempeño laboral.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

Anexo 05: Matriz de datos

N° de Encuestado	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	Sumatoria
1	2	5	5	3	4	5	2	4	5	2	4	5	46
2	1	2	3	1	2	1	4	3	4	5	5	1	32
3	5	4	4	5	1	2	5	5	3	1	4	3	42
4	2	1	2	3	1	4	1	4	5	4	2	3	32
5	4	5	5	1	4	3	5	3	4	5	5	1	45
6	2	2	5	5	1	1	4	1	3	4	4	4	36
7	1	4	1	5	2	2	4	5	4	2	3	2	35
8	3	1	4	2	5	3	5	3	1	4	5	5	41
9	2	3	5	4	1	5	2	4	5	4	4	1	40
10	4	5	5	1	3	2	4	2	2	1	5	3	37
11	2	2	4	2	2	4	3	4	3	4	3	4	37
12	2	5	5	5	4	5	5	1	4	5	4	1	46
13	4	2	4	4	3	3	1	5	3	2	5	2	38
14	1	4	2	1	2	4	5	2	2	4	3	3	33
15	2	1	5	2	4	1	5	4	5	5	5	5	44
16	2	5	4	4	1	5	2	5	3	1	4	4	40
17	2	3	5	3	2	2	4	2	1	3	5	2	34
18	5	2	4	2	5	4	5	5	4	2	4	1	43

19	2	5	5	4	2	3	2	4	3	4	2	5	41
20	4	4	1	3	3	1	4	2	4	4	5	2	37
21	2	5	5	1	5	2	1	4	2	5	2	5	39
22	4	4	4	2	1	4	4	1	5	4	5	2	40
23	2	1	5	4	2	5	2	5	2	4	1	4	37
24	4	4	2	5	5	4	5	2	4	3	4	5	47
25	5	5	4	2	4	4	4	4	5	5	2	2	46
26	4	4	3	1	1	4	4	2	4	4	5	3	39
27	5	4	4	2	5	1	1	4	5	5	1	4	41
28	5	2	2	4	4	5	3	5	5	5	5	1	46
29	3	4	5	4	2	5	5	4	4	5	2	4	47
30	4	3	4	2	1	2	4	2	3	5	1	2	33

TOTALES:

1. Totalmente en desacuerdo	3	4	2	6	9	5	4	3	2	3	3	6
2. En Desacuerdo	12	6	4	8	8	6	5	7	4	4	5	7
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	3	2	4	2	4	2	3	7	2	3	5
4. De acuerdo	8	9	10	7	6	8	10	10	9	11	8	6
5. Totalmente de acuerdo	5	8	12	5	5	7	9	7	8	10	11	6

Anexo 06: Estados Financieros del año 2015

AGENCIA DE ADUANA SION SAC

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015

	2015			2015	
	S/.	%		S/.	%
ACTIVO			PASIVO Y PATRIMONIO		
CORRIENTE			CORRIENTE		
Efectivo y Equivalente de Efectivo	338,354.41	19.25	Sobregiros Bancarios	0.00	0.00
Cuentas por Cobrar Comerciales - Terceros neto	555,138.83	31.58	Tributos, contribu. Y aportes al SPP por Pagar	16,122.47	0.92
Cuentas por cobrar a pers.accion.soc.direc	51,906.62	2.95	Remuner. y Part. por Pagar	7,367.69	0.42
Servicios y Otros Contratados por Anticipado	607,079.95	34.53	Cuentas por Pagar Comerciales - Terceros	35,280.14	2.01
	0.00	0.00	Cuentas por pagar Accionistas	25,000.00	1.42
	0.00	0.00	Obligaciones Financieras	0.00	0.00
Total del Activo Corriente	1,552,479.81	88.31	Cuentas por pagar Diversas - Terceros	790,480.68	44.96
			Total del pasivo corriente	874,250.97	49.73
NO CORRIENTE			NO CORRIENTE		
Equipo de Transporte	0.00	0.00	Obligaciones Financieras	0.00	0.00
Menos: Depreciación acumulada	(0.00)	(0.00)			

Activos adquiridos en arrendamiento financiero	<u>0.00</u>	<u>0.00</u>	Total del pasivo no corriente	<u>0.00</u>	<u>0.00</u>
Inmueble Maquinaria y Equipo	179,080.37	10.19			
Menos: Depreciación acumulada	(78,043.77)	(4.44)			
Inmuebles maquinarias y equipos	<u>101,036.60</u>	<u>5.75</u>	PATRIMONIO		
			Capital	150,000.00	8.53
			Resultados acumulados	508,785.62	28.94
			Resultado del ejercicio	224,971.82	12.80
INTANGIBLES	0.00	-	Total Patrimonio	<u>883,757.44</u>	<u>50.27</u>
Menos: Amortización Intangibles	(0.00)	(0.00)			
Intangibles Neto	<u>0.00</u>	<u>0.00</u>			
ACTIVO DIFERIDO	104,492.00	5.94			
TOTAL ACTIVO	<u>1,758,008.41</u>	<u>100.00</u>	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	<u>1,758,008.41</u>	<u>100.00</u>

Fuente: Agencia de Aduana Sion S.A.C.

Anexo: 07 Estado de resultados 2015

AGENCIA DE ADUANAS SION SAC

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL DEL PERIODO (POR FUNCIÓN) DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015

	Del 01 de Enero al 31 de Diciembre del 2015	
	S/.	%
Ventas	1,606,304.77	100.00
(-) Descuentos, rebajas y Bonificaciones	(0.00)	(0.00)
Ventas Netas	1,606,304.77	100.00
Costo de Ventas	(0.00)	(0.00)
Utilidad Bruta	1,606,304.77	100.00
Gastos de Administración	(416,103.49)	(25.90)
Gastos de Ventas	(970,911.14)	(60.44)
Resultado de Operación	219,290.14	13.65
Gastos Financieros	(75,370.76)	(4.69)
Descuento Pronto Pago	0.00	0.00
Ingresos Financieros	67,110.01	4.18
Otros Ingresos	13,942.43	0.87
(Pérdida) Utilidad antes de impuesto	224,971.82	14.01
Impuesto a la Renta	(0.00)	(0.00)
Resultado del Ejercicio	224,971.82	14.01

Fuente: Agencia de Aduana Sion S.A.C.

Anexo: 08 Otros Anexos

Tabla: Grupos integrantes relacionados.

GRUPOS DE INTERES (participantes)	APORTACIONES (inversiones realizadas)	INCENTIVOS (réditos esperados)
Empleados	Aportan trabajo esfuerzo dedicación, personal, desempeño, conocimientos, habilidades y competencias.	Están motivadas por el sueldo, las prestaciones, los premios, las oportunidades, y la permanencia en el empleo.
Inversionistas o propietarios	Aportan dinero en forma de acciones, préstamos, financiamiento y créditos.	Están motivadas por la rentabilidad, las ganancias, la liquidez, el rendimiento sobre la inversión y los dividendos.

Fuente: Adaptación Chiavenato I. (2015)

