

UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA
FACULTAD DE INGENIERÍA ADMINISTRATIVA E INGENIERÍA INDUSTRIAL
CARRERA PROFESIONAL DE INGENIERÍA ADMINISTRATIVA



TESIS

**RELACIÓN ENTRE EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y
LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA
CORPORACIÓN AGRICOLA EL CAMPESINO E.I.R.L.-
2017.**

PRESENTADO POR:

BACHILLER: ADAN TERRONES OSWALDO ROGER

ASESOR:

MG. LINARES SÁNCHEZ, GUILLERMO GILBERTO

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO
ADMINISTRATIVO**

**LIMA – PERÚ
2019**

Dedicatoria

- Dedico la presente tesis a mi familia por su aliento que me brindó para cumplir el objetivo de ser un profesional.
- A mi esposa **Yolanda Mera Bocanegra**, de quien siempre he recibido amor, comprensión y apoyo incondicional.
- . A mis queridos hijos: **Mirian Elizabeth y Mack Eduard** por los días y noches que le prive de mi atención.
- Del mismo modo, quiero dedicar este trabajo de investigación, a todos mis colegas arroceros del norte de Perú, Región Lambayeque, cual es la razón de mi desarrollo como persona y profesional.

Agradecimiento

- A los docentes de la Facultad de Ingeniería Administrativa e Ingeniería Industrial.
- A mis queridos padres **TEONILA TERRONES PEREZ Y LAUREANO ADAN ZELADA**, por darme la vida e inculcarme la fortaleza y el espíritu de superación.
- Del mismo modo a mis inolvidables abuelos **LIZAURO TERRONES y ANA PEREZ**, que siempre están a mi lado y me bendicen espiritualmente.

Índice

Dedicatoria	02
Agradecimiento	03
Índice	04
Índice de tablas	06
Índice de figuras	07
Índice de anexos	07
Resumen	08
Abstract	10
Introducción	12
Capítulo I: Planteamiento teórico	14
1.1. Antecedentes de la investigación	14
1.2. Antecedentes teóricos	35
1.2.1 Clima organizacional	35
1.2.2 Satisfacción del cliente	51
1.2.3 Marco conceptual	57
Capítulo II: El problema	69
2.1. El Problema de investigación	69
2.1.1. Descripción de la realidad problemática	86
Formulación del problema	94
2.2. Objetivos de la investigación	95
2.2.1.-Objetivo General	95

2.2.2. Objetivos Específicos	95
2.3. Hipótesis y las variables	96
2.3.1. Las Hipótesis	96
2.3.2. Variables	96
Capítulo III: Metodología	97
3.1. Tipo y diseño de investigación	95
3.2. Método de investigación	95
3.3. Población y muestra	95
3.4. Técnicas de recolección de datos	104
3.5. Confiabilidad	106
Capítulo IV: Resultados y Discusión	108
4.1. Resultados de encuesta	110
4.2. Contraste de hipótesis	115
4.2.1. Hipótesis general	115
4.2.2. Contraste de hipótesis específicas	116
Conclusiones	121
Recomendaciones	122
Referencias Bibliográficas	123
Anexos	135

Índice de tablas

Tabla 1. PBI Valorado a precio constante de 2007 (miles de soles).....	71
Tabla 2. Valor agregado bruto por año según actividades económicas.....	72
Tabla 3. Tabla de fallas registradas.....	90
Tabla 4. Composición laboral de la corporación agrícola el CAMPESINO E.I.R.L.- 2017.	100
Tabla 5. Población de la corporación agrícola el CAMPESINO E.I.R.L.-2017.	101
Tabla 6. Percepción de los trabajadores del clima organizacional en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. -2017.....	110
Tabla 7. Percepción de los trabajadores de la cultura organizacional en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017.....	111
Tabla 8. Percepción de los trabajadores del diseño organizacional en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017.....	112
Tabla 9. Percepción de los trabajadores del potencial humano en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017.....	113
Tabla 10. Percepción de la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. -2017.....	114
Tabla 11. Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente...	116
Tabla 12. Relación entre la cultura organizacional y la satisfacción del cliente.	117
Tabla 13. Relación entre el diseño organizacional y la satisfacción del cliente.....	118
Tabla 14. Relación entre el potencial humano y la satisfacción del cliente.	120

Índice de figuras

Figura 1. Percepción de los trabajadores del clima organizacional en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017.....	110
Figura 2. Percepción de los trabajadores de la cultura organizacional en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. -2017.....	111
Figura 3. Percepción de los trabajadores del diseño organizacional en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. -2017.....	112
Figura 4. Percepción de los trabajadores del potencial humano en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. -2017.....	113
Figura 5. Percepción de la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017.....	114

Índice de anexos

Anexo 1. Matriz de consistencia	135
Anexo 2. Cuestionario para el estudio de clima organizacional	137
Anexo 3. Cuestionario de satisfacción de clientes	140
Anexo 4. Validación de instrumentos	142
Anexo 5. Panel fotográfico	148

Resumen

El propósito del estudio fue determinar el grado de relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente. Para este fin se aplicaron dos escalas una para medir el clima organizacional a 49 trabajadores y otra para la satisfacción a 51 clientes de la corporación agrícola el CAMPESINO E.I.R.L.- 2017.

La investigación fue de tipo descriptivo correlacional y transversal. La muestra estuvo constituida por 30 trabajadores y 30 clientes, a los cuales se les administró dos cuestionarios para medir el clima organizacional y la satisfacción del cliente, siendo la correlación de Pearson de 0,453. Se utilizó el programa estadístico SPSS versión 24 para procesar y presentar los datos, los cuales fueron organizados y presentados en tablas y figuras, en el análisis inferencial se utilizó la prueba no paramétrica de contrastación de coeficiente de correlación de Pearson.

Las conclusiones obtenidas demuestran con respecto a la hipótesis general que existe relación directa entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017.

En la hipótesis específica 1, existe relación directa entre la cultura organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. -2017.

Con respecto a la hipótesis específica 2, existe relación directa entre el diseño organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. -2017.

Y, con respecto a la hipótesis específica 3. También existe relación directa entre el potencial humano y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. -2017.

PALABRAS CLAVES:

- Clima organizacional
- Satisfacción del cliente
- Cultura organizacional
- Diseño organizacional
- Potencial humano.

Abstract

The purpose of the study was to determine the degree of relationship between the organizational climate and customer satisfaction. To this end, two scales were applied, one to measure the organizational climate for 49 workers and another for the satisfaction of 51 clients of the agricultural corporation, the CAMPESINO E.I.R.L.- 2017.

The investigation was of descriptive, correlational and transversal type. The sample consisted of 30 workers and 30 clients, to whom two questionnaires were administered to measure the organizational climate and customer satisfaction, with Pearson's correlation of 0.453. The statistical program SPSS version 24 was used to process and present the data, which were organized and presented in tables and figures. In the inferential analysis, the non-parametric test of Pearson correlation coefficient was used.

The conclusions obtained show with respect to the general hypothesis that there is a direct relationship between the organizational climate and the satisfaction of the client in the agricultural corporation El Campesino E.I.R.L.- 2017.

In the specific hypothesis 1, there is a direct relationship between the organizational culture and the satisfaction of the client in the agricultural corporation El Campesino E.I.R.L. -2017.

With respect to the specific hypothesis 2, there is a direct relationship between organizational design and customer satisfaction in the agricultural corporation El Campesino E.I.R.L. -2017.

And, with respect to the specific hypothesis 3. There is also a direct relationship between human potential and customer satisfaction in the agricultural corporation El Campesino E.I.R.L. -2017.

KEYWORDS: organizational climate, customer satisfaction, organizational culture, organizational design, human potential,

Introducción

El trabajo de investigación se realizó para optar el Título Profesional de Ingeniero Administrativo en la Universidad Inca Garcilaso de la Vega.

En el presente estudio se abordará el estudio de relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. -2017.

Capítulo I. Planteamiento teórico, Antecedentes de la investigación, Antecedentes teóricos.

Capítulo II El problema, El Problema de investigación, Descripción de la realidad problemática, Objetivos de la investigación, Objetivo General, Objetivos Específicos, Hipótesis y las variables, Las Hipótesis, Variables

Capítulo III Metodología, Tipo y diseño de investigación, Método de investigación, Población y muestra, Técnicas de recolección de datos, Confiabilidad .

Capítulo IV Resultados y Discusión, Resultados de encuesta, Contraste de hipótesis, Hipótesis general, Contraste de hipótesis específicas.

Asimismo, en el Trabajo de Investigación se consideran las Conclusiones, Recomendaciones, Referencias Bibliográficas y los Apéndices respectivos, que contribuyen a una mejor comprensión del mismo.

Finalmente, Señores Miembros del Jurado, dejo a vuestra consideración mi trabajo de investigación titulado: " **RELACIÓN ENTRE EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA CORPORACIÓN AGRICOLA EL CAMPESINO E.I.R.L - 2017**".

Capítulo I

Planteamiento Teórico

1.1. Antecedentes de la investigación

A continuación, se mencionan algunos estudios desarrollados sobre los temas detallados:

1.1.1. Antecedentes Internacionales

I Vega, Arévalo, Sandoval, Constanza y Giraldo (2006), en un estudio denominado “Panorama sobre los estudios de clima organizacional en Bogotá, Colombia (1994–2005)”, llegan a la siguiente conclusión: Se puede afirmar que el Clima Organizacional es un elemento dinámico que construyen los grupos en las organizaciones y en el que se mantiene un equilibrio entre los aspectos objetivos (externos al sujeto) y los aspectos subjetivos (dimensión psicológica). Este proceso se describe y construye a partir de las percepciones que elaboran y transmiten los sujetos al interactuar en el contexto laboral. El clima organizacional y sus estudios son un punto de convergencia de los diferentes factores que afectan las dinámicas organizacionales y relacionales dentro de la organización; es así que al describir el clima organizacional se está haciendo un primer nivel de diagnóstico de la organización y las características de este, y se espera que estén conectadas con la definición o la comprensión que está haciendo clima organizacional.

II Lima Quiñonez (2005), en su trabajo “Clima organizacional, una propuesta para desarrollar la excelencia laboral en la dirección de servicio al cliente en la empresa municipal de agua de la ciudad de Guatemala”, concluye en lo siguiente: Existe una fuerte identificación del personal con la empresa y con el trabajo que realizan. No existe dentro de la empresa una política de compensación y reconocimiento del empleado por el buen trabajo realizado, su esfuerzo y entrega al mismo, lo que produce desmotivación y baja autoestima en el trabajador. No hay una política laboral que estimule el desarrollo, la superación, la preparación y capacitación del personal, no existe una carrera laboral que estimule al trabajador a realizar un buen desempeño y que le permita fijar metas a corto, mediano y largo plazo. El personal de la Dirección de Servicio al Cliente, tiene la disposición de brindar un mejor servicio, mejorando la calidad de su trabajo, sin embargo, no se dan las condiciones de exigencia para comprobar que tan profunda es la convicción del trabajador en este sentido. El clima organizacional de la Dirección de Servicios al Cliente, se ubica en una franja media con tendencia a la baja, lo que genera situaciones de desmotivación que empieza a evidenciarse en actitudes de poco interés por mejorar su trabajo.

III En la investigación denominada “Efecto modulador del tipo de segmento en la predicción de la satisfacción del consumidor”, Martínez, Zurriaga, Luque y Moliner (2005) recomiendan: Se deben conocer los resultados o utilidades que espera obtener el cliente, asimismo se debe incidir en la comunicación y la publicidad para no despertar unas expectativas que luego no se correspondan con la realidad del servicio. Finalmente, y tanto en un tipo de segmento como en otro, se deben evitar las experiencias emocionales negativas.

IV Escorihuela (2003) realizó un estudio en la Escuela de Aviación Militar con el objetivo de determinar el clima organizacional en las unidades educativas de la Fuerza Aérea Venezolana, que permita recabar la información, sobre aquellos factores que pudieran estar influyendo en él. El estudio fue realizado en una población militar integrada por oficiales y sub-oficiales y aerotécnicos de la Escuela de Aviación Militar. El estudio concluyó que no se evidenciaban mayores problemas en clima organizacional en la Escuela de Aviación Militar, las deficiencias encontradas se derivan de una falta de motivación con el personal por considerar que el desempeño demostrado por ellos, no es debidamente evaluado y recompensado, por pensar que los sueldos devengados no se corresponden con el esfuerzo demostrado en el trabajo, el pensar que no todos son premiados de la misma forma. Concluye el autor de la investigación que también otro factor que influye en la fuente de insatisfacción laboral es la cantidad de roles que cumple el profesional militar, especialmente los oficiales que además de sus cargos respectivos, tienen otros que lo apartan de sus verdaderas responsabilidades y funciones. Por último, concluye expresando que se evidencia el alto incremento de las motivaciones al logro, ya que este personal encuentra oportunidades de poder desarrollar sus aptitudes y progreso personal, de igual manera se aprecia una alta motivación de afiliación por cuanto se sienten orgullosos de pertenecer a la Escuela y se identifican con ella.

V Nieves (2003) estudió la relación existente entre el Desempeño Docente y el Clima Organizacional en una institución educativa pública del Estado. Aragua. Se seleccionó una muestra probabilística al azar simple y estratificada aplicando un procedimiento sistemático y por afijación proporcional. Previo ajuste, la muestra quedó conformada por quince (15) profesores TC, miembros del Consejo Técnico

Asesor, veinte (20) profesores PH y sesenta (60) alumnos cursantes del Segundo Año, mención Ciencias, durante el período escolar (1994-1995). Se desarrolló una investigación de campo no experimental, tipo descriptiva-correlacional de corte transversal o transeccional. Se aplicaron las Escalas Efido y Evado y el Cuestionario Descriptivo del Perfil del Clima Organizacional (CDPCO). La validez de dichas Escalas, tipo Likert, ha sido constatada en investigaciones anteriores, al igual que sus niveles de confiabilidad. Sin embargo, el investigador procesó dichos resultados y se obtuvieron excelentes niveles de validez y confiabilidad. Para el análisis e interpretación de los resultados, se utilizaron estadísticas descriptivas, de variabilidad e inferencial. Los resultados, en general indican que existe, salvo algunas excepciones, una relación baja positiva y no significativa entre las variables estudiadas de acuerdo a la opinión emitida por docentes y alumnos. En función de los resultados, se emitió el cuerpo de recomendaciones pertinentes.

VI En su trabajo de investigación titulado “Evaluación del clima y cultura organizacional del Centro de Rehabilitación Neuromuscular” (DAYINEL, GONZALES, et al. 2008), plantean las siguientes conclusiones: Entender mejor el comportamiento que en muchas ocasiones pueden tener los empleados de una compañía o servicio de salud, en cuanto a sus valores, hábitos y entorno laboral donde se desempeñen. Al final de este proyecto se entendió cómo una organización debe mantener una cultura organizacional que contenga respeto, solidaridad y sobre todo que permita seguir los objetivos, misión y visión que la empresa, organización o servicio de salud delimitaron para conseguir los resultados esperados. La evaluación realizada en el Centro de Rehabilitación Neuromuscular permitió que las respuestas nos llevaran hacia un resultado eficaz para poder sustentar el problema principal del cual se ha venido hablando en el proyecto. De

acuerdo a los datos recogidos se pudo evidenciar que no solo la dificultad de trabajar en un lugar estrecho fue el problema, también se pudo obtener información de cómo se sienten los trabajadores en cuanto a las deficiencias que se tienen con respecto al pago y a las órdenes que algunas veces son dadas. En nuestra investigación pretendemos conocer la interacción de los directivos y los trabajadores en el marco de un contrato tácito de respeto, estima y consideración recíproca.

VII En su trabajo de investigación titulado “Clima organizacional y desempeño laboral del personal de la empresa de Vigilantes Asociados Costa Oriental del Lago” (QUINTERO, AFRICANO & FARÍA, 2008), plantean las siguientes conclusiones: Después de haber realizado, analizado y procesado la investigación sobre la evaluación del clima organizacional y el desempeño laboral del personal de la empresa Vigilantes Asociados, se ha podido visualizar que el clima organizacional determina el comportamiento de los trabajadores en una organización; comportamiento éste que ocasiona la productividad de la institución a través de un desempeño laboral eficiente y eficaz. Para que las organizaciones puedan lograr un alto grado de eficiencia es necesario trabajar en ambientes sumamente motivadores, participativos y con un personal altamente motivado e identificado con la organización, es por ello que el empleado debe ser considerado como un activo vital dentro de ella, por lo que los directivos deberán tener presente en todo momento la complejidad de la naturaleza humana para poder alcanzar índices de eficacia y de productividad elevada. De acuerdo con los resultados obtenidos se puede destacar que el personal está parcialmente motivado ya que a pesar de que obtienen beneficios como parte de reconocimiento de su buena labor, el pago otorgado por la empresa no es muy bueno ya que no cumple con las

expectativas de los mismos, con esto se considera que el aspecto económico sigue siendo importante para incrementar e impulsar la motivación del personal de la organización. Sus conclusiones motivan a los investigadores, de la precitada tesis, a identificar las variables que favorecen la calidad de los servicios en base a la motivación que la organización promueve.

VIII En su trabajo de investigación titulado “Factores del clima organizacional influyentes en la satisfacción laboral de enfermería, concerniente a los cuidados intensivos neonatales del Hospital Nacional de Niños, 2004” (ARIAS – JIMENEZ, 2007), presenta los siguientes aspectos de su estudio: Tipo de investigación: Cuantitativa, deductiva, prospectiva, descriptiva. Se analizó si los factores del clima organizacional, (la comunicación, el liderazgo, la motivación y la reciprocidad) influían en la satisfacción laboral del personal de enfermería de la Unidad de Cuidados Intensivos Neonatales (UNCIN) del Hospital Nacional de Niños (HNN), agosto del 2004. Se empleó las teorías de Maslow y de Herzberg, para el análisis. Universo: total del personal que laboraba en la UNCIN (44 funcionarios). Muestra: 36 personas. Criterios de exclusión: 4 personas por ser jefaturas y 4 por incapacidades y vacaciones. Variables: comunicación, liderazgo, motivación, reciprocidad y satisfacción laboral. Los datos se recopilaron: cuestionario, entrevista estructurada, lista de cotejo y triangulación. Se analizaron por medio de Microsoft Excel. Conclusión. El clima organizacional en la UNCIN es definido como positivo, porque existen oportunidades de mejora. Asimismo, a las jefaturas se les recomienda retomar los siguientes aspectos: comunicación efectiva y cordial, condiciones físicas óptimas, equidad en la asignación de cursos y ascensos y estudiar la aplicación de incentivos. Los resultados encontrados en la precitada tesis relacionan la comunicación efectiva (descendente y ascendente), liderazgo y

reciprocidad en el fortalecimiento del clima laboral del Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana, IIAP.

IX En su trabajo de investigación titulado “Inteligencia emocional y su influencia en el clima organizacional en los niveles gerenciales medios de las PYMES (PELEKAIS, NAVA & TIRADO, 2006), plantean el siguiente objetivo: Determinar la influencia de la Inteligencia Emocional sobre Clima Organizacional en los niveles gerenciales medios de las PYMES. La investigación fue caracterizada bajo un enfoque descriptivo explicativo, con un diseño no experimental transversal. Como unidades de análisis fueron tomadas las PYMES adscritas a la cámara de Industria y Comercio de Cabimas, totalizando 100 empresas activas. Para la recolección de la información se utilizó un cuestionario autoadministrado, con escala tipo Likert. Los resultados arrojaron que los gerentes de nivel medio tienen bien identificadas sus emociones y sentimientos, igualmente tienen una excelente percepción del clima organizacional, sin embargo existen ciertos factores de la Inteligencia Emocional que afectan directamente sobre el Clima Organizacional, tal es el caso de la motivación y las habilidades sociales, los cuales no se encuentran en los niveles óptimos de actuación; la precitada investigación promueve conocer en el grupo encuestado Habilidades Sociales Básicas de relación, en esta caso la incidencia de la inteligencia emocional en la percepción de un clima laboral favorable.

X En su trabajo de investigación titulado “Estrategias para mejorar el clima organizacional en Confitería El Loro S.A.” (PÉREZ, 2005), plantea las siguientes conclusiones: La calidad de vida laboral de una organización es el entorno, el ambiente, el aire que se respira en ella. Los esfuerzos para mejorar la vida laboral constituyen tareas sistemáticas que llevan a cabo las organizaciones para

proporcionar a los empleados una oportunidad de mejorar sus puestos y su contribución a la empresa, es un ambiente de confianza y respeto. Es por eso que con excesiva frecuencia, los funcionarios de una empresa se han empeñado en obtener la colaboración pasiva y repetitiva de varias personas, pero poco se ha procurado por conocer las ideas que esas personas pueden adoptar. Un clima organizacional estable es una inversión a largo plazo, donde los directivos de la Confitería deben percatarse que el medio forma parte del activo de la empresa y como tal deben valorarlo y prestarle la debida atención. Una organización con una disciplina demasiado rígida, con demasiada presión al personal, solo obtendrá logros a corto plazo. Con los resultados obtenidos de la precitada investigación es de suma importancia en nuestra investigación conocer las estrategias que fortalece el clima laboral institucional en el instituto de investigaciones de la Amazonía Peruana.

XI En su tesis “Análisis del clima organizacional de servicios intensivos del Hospital Instituto de Neurocirugía Dr. Asenjo, Región Metropolitana de Chile” (Mc DONALD, 2004), sostiene el siguiente objetivo diagnosticar los servicios intensivos del centro de salud en estudio, de los cuales se desprenden cuatro objetivos específicos orientados al logro del objetivo general; el estudio se definió como cuantitativo, descriptivo y de corte transversal. El universo en estudio fue toda la población que trabaja en los servicios intensivos del Hospital Instituto de Neurocirugía Dr. Asenjo, es decir UCI, UTI, post operatorio.

Se concluyó a partir de este estudio que este hospital y sus sub-unidades de Servicios intensivos, son diagnosticadas con un clima organizacional predominantemente sano, sin grandes diferencias entre los ítems evaluados como sanos, regular y enfermo, por lo tanto, afirmando que cada servicio no trabaja como

una organización separada y aislada del resto, sino más bien como una comunidad que busca dirigir sus metas en forma coordinada, organizada y unida. Consideramos, que la precitada conclusión nos permitirá identificar en el Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana, componentes o acciones, que denotan un espíritu de comunidad e identificación hacia los logros institucionales. Hospital Instituto de Neurocirugía Dr. Asenjo, es decir UCI, UTI, post operatorio.

XII Moliner y Berenguer (2011), Colombia, en su estudio titulado “El Efecto de la satisfacción del cliente En la lealtad: aplicación en establecimientos minoristas”, Este trabajo analiza el papel de la satisfacción en la formación de la lealtad del cliente. Identifica los antecedentes más relevantes de la satisfacción y determina su influencia en la lealtad a través de los juicios de satisfacción, la performance y la des confirmación.

Distingue entre lealtad actitudinal, intenciones positivas o negativas, y lealtad conductual, o compra efectiva. Estudia una muestra de compradores en establecimientos minoristas de ropa y alimentos empleando la metodología del efecto mediador. Los resultados de las regresiones muestran que la satisfacción es un elemento mediador entre los efectos de la performance y sobre las intenciones positivas, así como la lealtad conductual.

XIII Mejías y Manrique (2011), Venezuela, en su estudio titulado “Dimensiones de la satisfacción de clientes bancarios universitarios: una aproximación mediante el análisis de factores”, El objetivo es identificar las dimensiones que determinan la satisfacción de los clientes de las entidades bancarias ubicadas dentro de la Universidad.

Se diseñó y aplicó una encuesta para medir la satisfacción de los clientes. Con base en el Análisis de Factores, se identificaron cinco dimensiones: Calidad Técnica, Calidad Funcional, Expectativas, Valor percibido y Confianza; las cuales explican más del 68% de la varianza total. De acuerdo con las pruebas estadísticas realizadas (significativas al 5%) el modelo de encuesta es fiable y válido para medir la satisfacción en el caso en estudio.

XIV Elasri, Triadó, Aparicio (2015), en el trabajo: La satisfacción de los clientes de los centros deportivos municipales de Barcelona. Sostienen que el objetivo del trabajo es identificar y analizar las variables que más influyen en la satisfacción del cliente en los centros deportivos de Barcelona.

Los datos fueron recogidos en una encuesta entre los clientes actuales de centros deportivos municipales. Un análisis factorial aplicado a esta información revela cinco dimensiones que subyacen a los múltiples componentes de la oferta de servicios en dichas instalaciones: su calidad, los recursos humanos, la comunicación, el entorno social y la relación calidad-precio. Las variables generadas fueron incorporadas a un modelo de regresión múltiple en el que la variable dependiente fue la satisfacción del cliente. De acuerdo con los resultados las mujeres y los usuarios mayores de 60 años valoran más positivamente el servicio recibido, mientras que, a mayor nivel de estudios, más exigentes son los clientes. Finalmente, un gerente debe prestar atención en primer lugar a la calidad de las instalaciones seguido de la comunicación, los recursos humanos, la relación calidad precio y el entorno social, por este orden.

XV Hernández, R., Medina, A., Hernández, G. (2014), en el trabajo: Satisfacción del cliente en empresas de base tecnológica del sector hidráulico cubano, proponen

un procedimiento para la medición y evaluación de la satisfacción de los clientes externos en empresas de base tecnológica de producciones por proyecto único o singular, con un caso de aplicación a una organización del sector hidráulico cubano. Dentro del procedimiento diseñado se conciben diferentes etapas que aportan importantes resultados para la empresa; en una etapa se identifican las dimensiones y atributos del producto ofertado, en otra se diseña, valida y aplica el instrumento para “medir” la satisfacción de clientes, y finalmente otra donde se define un índice integral de satisfacción del cliente externo. Entre los principales resultados de la presente investigación es posible definir y evaluar los atributos de calidad que definen a los proyectos, y un indicador integral que permite medir la satisfacción de los clientes externos y además se utiliza para evaluar la gestión de la empresa en función de la calidad.

XVI Para Machado, J (2002), las características de un producto o servicio determinan el nivel de satisfacción del cliente. Estas características incluyen no sólo las características de los bienes o servicios principales que se ofrecen, sino también las características de los servicios que les rodean. La satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente constituye el elemento más importante de la gestión de la calidad y la base del éxito de una empresa. Por este motivo es imprescindible tener perfectamente definido para cada empresa el concepto de satisfacción de sus clientes desarrollando sistemas de medición de satisfacción del cliente y creando modelos de respuesta inmediata ante la posible insatisfacción. Agregar un valor añadido al producto adicionando características de servicio puede aumentar la satisfacción y decantar al cliente por nuestro producto. Históricamente, la gestión de las relaciones con los clientes ha experimentado la siguiente evolución:

1. Creación de Departamentos de Servicio al Cliente y gestión de reclamaciones, a través del Análisis de Reclamaciones y Quejas, primer paso para identificar oportunidades de mejora.

2. Creación de Sistemas de Medición de la satisfacción del cliente, con estudios periódicos que evalúen el grado de satisfacción del cliente, sin esperar a su reclamación.

3. Creación del concepto de Lealtad y gestión de la Fidelización al cliente, llegando a conocer en profundidad los factores que provocan la lealtad y la deslealtad mediante una metodología de trabajo que incremente la fidelidad de los clientes. Esta es la evolución que se sigue en cuanto a satisfacción del cliente, objetivo ineludible de todas las empresas, no como un fin en sí mismo sino a través de la lealtad o fidelidad de los clientes, factor que tiene una relación directa con los resultados del negocio. Para gestionar la lealtad de los clientes, las empresas líderes en calidad siguen una evolución consistente en organizar unos sistemas de gestión de las reclamaciones, posteriormente diseñar y administrar una serie de encuestas de satisfacción del cliente para finalmente conocer cuáles son los factores que influyen en la lealtad y en la deslealtad, con objeto de adoptar medidas sobre ellos y gestionar adecuadamente la fidelidad de los clientes.

XVII Zeithalm (1993), precisan que la combinación de un mercado competitivo y el Premio Nacional a la Calidad Malcolm Baldrige (PNCMB) han agudizado la conciencia de las compañías estadounidenses respecto a la necesidad de concentrar sus trabajos para el mejoramiento de la calidad en cuestiones relacionadas con los clientes. A fin de incorporar las percepciones y actitudes de éstos en los esfuerzos de mejoramiento de la calidad, es necesario que las

compañías midan con exactitud la satisfacción de los clientes. Una manera de evaluarlas es por medio de cuestionarios. Estas compañías deben diseñar cuestionarios para evaluar la satisfacción del cliente que valoren con exactitud las percepciones de éste acerca de la calidad de los productos o servicios.

XVIII Como indica Cottle(1999), la medición de las actitudes de los clientes constituye un elemento importante dentro del movimiento en favor de la calidad en las organizaciones estadounidenses. Por ejemplo, el Premio Baldrige, otorgado anualmente a las compañías que demuestran tener normas elevadas que rigen sus prácticas comerciales, incluye siete criterios o categorías mediante los cuales se evalúa a las empresas. Desde el principio, el Premio Baldrige ha incluido los aspectos de medición de la satisfacción del cliente como parte de sus criterios de premiación. Las cuestiones relativas a la satisfacción del cliente continúan siendo un aspecto importante en el PNCMB. De los mil puntos que integran el galardón, los temas relacionados con la satisfacción del cliente representan 21 % (Conocimiento de los clientes y el mercado: 40; Satisfacción del cliente y mejoramiento de las relaciones con la clientela: 40; Resultados de satisfacción del cliente: 130).

Cada una de estas tres categorías de satisfacción del cliente destaca la importancia de entender a éstos. En la categoría 3.1, las compañías se evalúan, en parte, con base en el método que emplean para determinar las necesidades, expectativas y preferencias de los clientes. Las empresas tienen que demostrar:

1. cómo se determinan los grupos de clientes y la manera en que los enfoques para escuchar y aprender varían entre estos grupos;
2. cómo se determinan las características de los productos y servicios, y

3. cómo el enfoque de la compañía hacia la atención de sus clientes y mercados se evalúa y perfecciona.

En la categoría 3.2, las empresas se evalúan con base en el método empleado para determinar y aumentar el nivel de satisfacción de su clientela. Específicamente, se pide a las empresas que demuestren:

1. el método que emplea la compañía para determinar las necesidades de contacto con sus clientes y cómo se comunican éstas a todos los empleados, así como la manera en que la empresa evalúa y mejora el desempeño de contacto con los clientes;
2. el proceso de manejo de las quejas;
3. cómo la compañía realiza el seguimiento para que los clientes reciban retroalimentación rápida;
4. cómo se determinan los niveles de satisfacción de la clientela y cómo los usa la compañía, y
5. cómo obtiene los datos sobre la satisfacción referentes a sus competidores.

En la categoría 7.1 se evalúa a las empresas con base en los resultados de satisfacción del cliente y se les pide resumir de manera específica dichos resultados. Puede señalarse en resumen que la economía estadounidense en su totalidad y, por consiguiente, gran parte de la economía mundial, parece girar en torno de la frase satisfacción del cliente. Existe un enorme deseo de establecer y utilizar las mediciones de las actitudes de los clientes como índices de la calidad de la compañía. A menudo, este deseo nace de la falta de mediciones de la calidad accesibles a ciertas compañías (en especial, las de servicios; o es resultado del interés en satisfacer a los

clientes. Ese deseo de medir las actitudes de la clientela debe ser igual al conocimiento para diseñar cuestionarios de satisfacción del cliente. Para permitir a las compañías evaluar las actitudes de su clientela, las directrices técnicas para la formulación de los cuestionarios de satisfacción del cliente deben mantener el mismo ritmo que este interés siempre creciente en las cuestiones relativas a la satisfacción del cliente.

1.1.2. Antecedentes Nacionales

I Echegaray, V. (2014), en el trabajo de tesis de maestría. Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente de la CMAC TACNA en el año 2013 por la Universidad nacional Jorge Basadre Grohmann-Tacna, llega a las siguientes conclusiones.

El Clima organizacional influye de manera positiva en la Satisfacción de los clientes de la CMAC-TACNA. La correlación entre ambas variables fue de 0,55 A medida que se mejora el Clima organizacional mejora la satisfacción de los clientes.

Existe una relación significativa entre la cultura organizacional y la Satisfacción del cliente de la CMAC-TACNA. La correlación entre ambas variables fue de 0,56. A medida que se mejora la cultura organizacional mejora la satisfacción de los clientes.

Existe una relación moderada entre el diseño organizacional y la Satisfacción del cliente de la CMAC-TACNA. La correlación entre ambas variables fue de 0,49. En la medida que se mejore el diseño organizacional mejorará la satisfacción laboral de los clientes.

Existe una relación moderada entre el potencial humano y la Satisfacción del cliente de la CMAC-TACNA. La correlación entre ambas variables fue de 0,48. A medida que se mejora el potencial humano mejora la satisfacción de los clientes.

II En el estudio que realizó Álvarez S. en el (2001) que llevó como nombre “La cultura y Clima Organizacional como factores relevantes en la eficacia del Instituto de Oftalmología” en el Perú, tuvo como objetivo analizar la importancia de la cultura y del clima organizacional como factores determinantes en la eficacia del personal del Instituto de Oftalmología, identificando los principales problemas laborales y su influencia en el grado de satisfacción de los pacientes, tuvo un estudio metodológico con un tipo de estudio no experimental de tipo descriptivo- explicativo, la muestra fue de 137 trabajadores 58.4% mujeres y 41.6% hombres, se utilizó instrumento cualitativos y cuantitativos, entrevistas; se obtuvo como resultado que 39% personas respondieron que la comunicación con sus jefes es regular, 8.7% es mala y 52.3% es normal, por lo que concluyo que la falta de comunicación oportuna (81.8%) y la mala orientación de los recursos humanos en el INO (57.3%) y esto influye en personal administrativo de sexo femenino y nombrado, estos factores aunados dan como resultado un clima organizacional inapropiado.

Álvarez (2001), señala que el Clima Organizacional puede ser vínculo u obstáculo para el buen desempeño de la institución, puede ser un factor de distinción e influencia en el comportamiento de quienes la integran. En suma, es la expresión personal de la "opinión" que los trabajadores y directivos se forman de la organización a la que pertenecen. Ello incluye el sentimiento que el empleado se forma de su cercanía o distanciamiento con respecto a su jefe, a sus colaboradores y compañeros de trabajo. Que puede estar expresada en términos de autonomía, estructura, recompensas, consideración, cordialidad, apoyo, y apertura, entre otras.

Esta autora señala que el desarrollo de la cultura organizacional permite a los integrantes de la institución ciertas conductas e inhiben otras. Una cultura laboral abierta y humana alienta la participación y conducta madura de todos los miembros, sí las personas se comprometen y son responsables, se debe a que la cultura laboral se lo permite. Partiendo de estas afirmaciones desarrolló una investigación, destacando la importancia de la cultura y el clima organizacional como vehículos que conducen la organización hacia el éxito, específicamente aplicado en el Instituto de Oftalmología (INO). Su finalidad esencial fue destacar la importancia de la cultura y clima organizacional como factores determinantes de la eficacia del personal y el desarrollo institucional en el INO, entidad de salud que brinda servicios básicamente a la población de bajos recursos económicos y con problemas oculares severos.

El estudio encontró que la cultura organizacional del INO es desequilibrada puesto que el área explícita (operativa) no concuerda con el área implícita (creencias y valores). En el INO se observa una resistencia al cambio por el estilo de liderazgo (autoritario) predominante en la organización). Hay la carencia de un clima participativo y proactivo. La actividad laboral es excesivamente controlada y supervisada. La carencia de una línea de carrera y de proyección profesional estimula la deserción del personal calificado, tanto estable como contratado, hacia otras instituciones. Hay disconformidad por la política administrativa ya que el personal percibe que no hay una verdadera vocación por la innovación y la atención a los recursos humanos de la institución. Prima un tipo de comunicación vertical – informativa. Hay poca comunicación y cooperación entre las áreas.

III Palma, S. (2002), estudió la motivación y el clima laboral en trabajadores de instituciones universitarias de la ciudad de Lima. La muestra estuvo conformada por 473 trabajadores a tiempo completo entre profesores y empleados

administrativos de tres universidades privadas de Lima. Los instrumentos empleados fueron dos escalas de motivación y clima laboral desarrollados bajo el enfoque de McClelland y Litwing. La validez y confiabilidad de dichos instrumentos fueron debidamente demostrados. Los datos fueron procesados con el software del SPSS. Los resultados evidencian niveles medios de motivación y clima laboral y diferencias sólo en cuanto a la motivación organizacional a favor de los profesores y de trabajadores con más de cinco años de servicios; no así sin embargo en relación a clima laboral en donde no se detectaron diferencias en ninguna de las variables de estudio. La autora resalta la necesidad de un adecuado manejo en la toma de decisiones y en los sistemas de comunicación para optimizar el rendimiento organizacional.

Palma (2004) desarrolló un interesante aporte con respecto al diagnóstico del clima organizacional en trabajadores con relación de dependencia laboral. Se elaboró y estandarizó un instrumento especialmente para los fines del estudio con una muestra de 1323 trabajadores de entidades particulares y estatales de Lima Metropolitana. Los datos, analizados con el programa SPSS permitieron un análisis factorial que con las respectivas rotaciones estadísticas permite un inventario de 50 ítems con cinco factores del Clima Laboral; la misma que obtuvo con los métodos de Alfa de Cronbach y de Guttman una correlación de .97 y .90 respectivamente. Su análisis con el método de Spearman Brown evidenció correlaciones positivas y significativas. Dichos análisis confirman la validez y confiabilidad del instrumento. El análisis de los puntajes promedios de la muestra total, revela una percepción media del clima laboral en sus ambientes laborales. Las comparaciones de promedios llevadas a cabo con la prueba "t" y el ANOVA evidencian diferencias a favor de los trabajadores varones, de empresas particulares de producción y por

quienes ocupan cargos directivos; El promedio de percepción más bajo se encuentra en el grupo de trabajadores operarios y en empresas de producción estatal.

IV En su trabajo de investigación titulado “Clima Organizacional y desempeño laboral desde la perspectiva docente” (MUNIVE, 2010), reconoce las percepciones sobre la relación entre el clima y el desempeño laboral desde los factores de la comunicación, relaciones interpersonales, compromiso y satisfacción laboral. En tal sentido, nuestra investigación pretende recoger la percepción del colectivo laboral sobre los componentes que inciden positiva y negativamente en el clima laboral.

V En la tesis denominada “Clima organizacional y desempeño docente en la Facultad de Comunicación en Huancayo” (ORELLANA, RAMÓN & BOSSIO, 2010), plantea las siguientes conclusiones: Se ha comprobado que no existe relación entre el clima organizacional y desempeño docente. Supuestamente, debió encontrarse una relación entre las variables de estudio, dada la importancia del clima en el desempeño docente, pero hay que tener en cuenta que no estamos evaluando el desempeño laboral si no el desempeño en el aula y por otro lado el desempeño docente ha sido evaluado por los alumnos a su cargo y no por los mismos docentes o autoridades. Las conclusiones precitadas nos permiten indagar, en el presente estudio, la incidencia o influencia que ocasiona el clima laboral en la producción laboral de los trabajadores del Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana.

VI En el trabajo de investigación titulado “Relación del Clima laboral y síndrome de Burnout en docentes de educación secundaria en centros educativos estatales y particulares” (FARFAN 2009), plantea las siguientes conclusiones: Se propone demostrar la relación que existe entre el Clima Laboral y el Síndrome de Burnout

en el personal docente de secundaria. El estudio es de carácter no experimental, el diseño utilizado fue el descriptivo correlacional. El tipo de muestreo fue el probabilístico, el número de participantes estuvo compuesto de 367 profesores de ambos sexos, de diferente grado de nivel secundario de menores de los centros educativos estatales y particulares de Lima Metropolitana. Los instrumentos que se emplearon para la medición de las variables fueron la escala de Clima Social de R.H Moos y el Inventario Burnout de Maslach. En los resultados obtenidos se observaron niveles medios de Burnout, en los colegios estatales y particulares. El análisis de correlación del clima laboral y el síndrome de Burnout concluyó principalmente que la autonomía tiene una correlación positiva pero baja con el indicador agotamiento emocional y con la dimensión despersonalización. La variable autonomía tuvo una correlación negativa baja con la realización personal. Las conclusiones precedentes tienen incidencia en nuestra investigación, por ser el Síndrome de Burnout un estado emocional de viniente de la presión laboral y de un clima laboral no favorable.

VII En su trabajo de investigación titulado “Aplicación de los estímulos organizacionales para el mejoramiento del clima organizacional en el Laboratorio Farmacéutico Corporación Infarmasa S.A” (FLORES, 2007), plantea las siguientes conclusiones: el ambiente físico, espacio físico y la infraestructura de la empresa es el adecuado porque cumple con los requisitos de las Buenas Prácticas de Manufactura reguladas por DIGEMID, pero ciertas áreas requieren de algunas mejoras para que el trabajador tenga un mejor ambiente de trabajo. En cuanto a las condiciones de trabajo, la empresa solo cumple con algunos factores mientras que otros son descuidados como es el caso del ruido. Asimismo, la estructura orgánica funcional y aspectos organizativos se concluye que la mayoría del personal no la

conoce por falta de capacitación que reciben sobre este tema, sin embargo, sí conocen cual es la visión, misión, objetivos, metas y procedimientos de la empresa porque reciben mayor capacitación sobre estos temas. La empresa también da a conocer el programa de producción de la semana con la finalidad que se cumpla en su totalidad. Por lo tanto, se concluye que el personal está satisfecho con las labores que realiza en su puesto de trabajo. Con respecto a las expectativas, actitudes y aptitudes del personal se concluye que el personal que realiza su trabajo con ideas innovadoras y las expectativas que desean alcanzar en el trabajo son favorables para su desarrollo profesional y personal; sin embargo, otro grupo de trabajadores se sienten infravalorados por el puesto de trabajo que ocupan y desearían cambiar su puesto de trabajo aun sin cambio en su remuneración. Con relación a la remuneración que el personal recibe, ellos se sienten insatisfechos porque no se consideran bien remunerados. Como conclusión general, el principal aporte de este trabajo de investigación a las Ciencias Administrativas es que el adecuado conocimiento del clima organizacional y un favorable desarrollo del mismo de la empresa en estudio contribuye al incremento en sus niveles de eficacia y eficiencia en un modelo de administración bajo un enfoque basado en competencias. La precitada conclusión despierta nuestro interés en conocer las políticas ergonómicas, el promedio remunerativo salarial y las expectativas de desarrollo de crecimiento, que los trabajadores perciben de su institución.

1.2. Antecedentes teóricos de las variables

1.2.1. Variable independiente: Variable de estudio 1. Clima Organizacional.

Según Chiavenato, I., (2004), “cuando la motivación es escasa, ya sea por frustración o por impedimentos para la satisfacción de necesidades, el clima organizacional tiende a enfriarse y sobrevienen estados de depresión, desinterés, apatía, descontento, etc., hasta llegar a estados de agresividad, agitación e inconformidad, características de situaciones en que los empleados se enfrentan abiertamente contra la empresa u organización”.

Así, se puede describir al clima organizacional, el que “se refiere a las percepciones compartidas por los miembros de una organización respecto al trabajo, el ambiente físico en que éste se da, las relaciones interpersonales que tienen lugar en torno a él y las diversas regulaciones formales que afectan a dicho trabajo” (Rodríguez, M., 2002:147).

El clima organizacional, entonces, es “la cualidad o propiedad del ambiente organizacional que:

- a) Perciben o experimentan los miembros de la organización.
- b) Influye en su comportamiento” (Litwin, G., Cit por Chiavenato, Idalberto. 2004: 86.).

De acuerdo a Davis y Newstrom(1999), entre las características que conforman el clima organizacional se encuentran la motivación, satisfacción, involucramiento, actitudes, valores, cultura organizacional, estrés y conflicto.

El clima de una organización es un factor determinante en la creación de la cultura organizacional de una entidad, entendiendo como cultura organizacional el

conjunto de las nociones importantes, tales como las normas, valores, actitudes y creencias, que comparten los miembros de la institución (Freeman, E., Stoner, J., 1994:658).

Las organizaciones presentan una serie de escalas de climas organizacionales, según cómo se vea afectada o beneficiada. Según los autores Litwin y Stringer (2002:155), las escalas del Clima Organizacional son las siguientes:

1. Estructura: Esta escala representa la percepción que tienen los miembros de la organización acerca de la cantidad de reglas, procedimientos, trámites, normas, obstáculos y otras limitaciones al que se ven enfrentados en el desempeño de su labor. El resultado positivo o negativo, estará dado en la medida que la organización pone el énfasis en la burocracia, versus el énfasis puesto en un ambiente de trabajo libre, informal y poco estructurado o jerarquizado.

2. Responsabilidad: Es la percepción de parte de los miembros de la organización acerca de su autonomía en la toma de decisiones relacionadas a su trabajo. Es la medida en que la supervisión que reciben es de tipo general y no estrecha, es decir, el sentimiento de ser su propio jefe y saber con certeza cuál es su trabajo y cuál es su función dentro de la organización.

3. Recompensa: Corresponde a la percepción de los miembros sobre la recompensa recibida por el trabajo bien hecho. Es la medida en que la organización utiliza más el premio que el castigo, esta dimensión puede generar un clima apropiado en la organización, pero siempre y cuando no se castigue sino se incentive el empleado a hacer bien su trabajo y si no lo hace bien se le motive a mejorar en el mediano plazo.

4. Desafío: Corresponde a las metas que los miembros de una organización tienen respecto a determinadas metas o riesgos que pueden correr durante el desempeño de su labor. En la medida que la organización promueve la aceptación de riesgos calculados a fin de lograr los objetivos propuestos, los desafíos ayudarán a mantener un clima competitivo, necesario en toda organización.

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, estas relaciones se generan dentro y fuera de la organización, entendiendo que existen dos clases de grupos dentro de toda organización. Los grupos formales, que forman parte de la estructura jerárquica de la organización y los grupos informales, que se generan a partir de la relación de amistad, que se puede dar entre los miembros de una organización.

6. Cooperación: Es el sentimiento de los miembros de la organización sobre la existencia de un espíritu de ayuda de parte de los directivos y de otros empleados del grupo. Énfasis puesto en el apoyo mutuo, tanto en forma vertical, como horizontal.

7. Estándares: Esta dimensión habla de cómo los miembros de una organización perciben los estándares que se han fijado para la productividad de la organización.

8. Conflicto: El sentimiento de que los jefes y los colaboradores quieren oír diferentes opiniones; el énfasis en que los problemas salgan a la luz y no permanezcan escondidos o se disimulen. En este punto muchas veces juega un papel muy determinante el rumor, de lo que puede o no estar sucediendo en un

determinado momento dentro de la organización, la comunicación fluida entre las distintas escalas jerárquicas de la organización evita que se genere el conflicto.

9. Identidad: El sentimiento de que uno pertenece a la compañía y es un miembro valioso de un equipo de trabajo; la importancia que se atribuye a ese espíritu. En general, la sensación de compartir los objetivos personales con los de la organización.

A partir de este clima organizacional, se puede observar las percepciones que tienen los empleados acerca de las estructuras y los procesos en su vida laboral y la influencia de éstas en la organización y en la propia persona, porque el clima que se percibe dentro de una organización es afectado en cierta forma por diferentes variables, dentro de las cuales el factor humano es uno de los más importantes. Cómo el empleado perciba el clima organizacional que lo rodea implicará en que él tome diferentes comportamientos y actitudes, que pueden contribuir a mejorar o empeorar el entorno de trabajo. La complejidad que tenga el clima organizacional dependerá en gran medida al “número de componentes y número y naturaleza de las interacciones entre ellos, y se relaciona con la estructura de la organización” (Dessler, G., 1979).

Asimismo, el clima de una organización cambia constantemente. Según Rodríguez, D. (2002:146).

- a).**- En una observación de mayor permanencia, se puede sostener que una organización tiene un ‘mejor’ clima que otra.
- b).**- También se puede observar diferencias de mediano alcance temporal.
- c).**- Hay una variación diaria del clima.

Se deben considerar las variables según Chruden, H., Sherman, A. (1997), que influyen en la conducta humana de forma directa. Algunas de ellas y quizás las más importantes son:

1) Naturaleza del trabajo. La distribución del trabajo, posición relativa de los distintos grupos que necesitan interactuar entre sí y la forma en que se inician las órdenes, resultan factores importantes para determinar la naturaleza de las relaciones de las personas en su trabajo.

2) Tamaño de la organización. A medida que una organización crece, aumenta el sentimiento de desunión entre sus empleados. Si la organización es de gran tamaño, la información que por ella circule pasará a través de varios canales de comunicación, lo que traerá como resultado que aquel individuo que se ubique en cualquier terminal de los canales, se creará mal informado, porque sentirá impotencia de no poder influir en su propio devenir.

3) Salud y seguridad. Hoy en día se espera que un empleador le otorgue a sus trabajadores condiciones de trabajo que protejan su integridad tanto física como psicológica y su bienestar en general. Esto se logra proporcionando un ambiente de trabajo que proteja a los empleados de peligros tales como contaminación atmosférica y acústica, prevención de enfermedades profesionales, lesiones, etc.

Otros autores sostienen que los estudios de clima organizacional se clasifican en tres categorías principales. Algunos ven al clima como una variable independiente, esto quiere decir que es un factor que influye en puntos tales como la satisfacción del empleado.

En segundo lugar, están los autores que ven al clima como una variable interpuesta, por ejemplo, la relación que existe entre el estilo de liderazgo y el desempeño o la satisfacción de empleado. Por último, varios autores han visto al clima organizacional como una variable dependiente, esto significa que si al variar factores como por ejemplo el estilo de liderazgo, esto puede o no influir en el clima organizacional. (Dessler, G. 1979:183).

Según Chris Argyris, no todo empleado ansía tener responsabilidades a su cargo, pero la mayor cantidad sí necesita un clima de trabajo donde sea tratado como 'individuo maduro'. "En un clima así, llegan a estar altamente motivados en el trabajo, con el resultado de que tanto sus necesidades individuales como las de la organización son congruentes" (Argyris, Ch. ,1964:7).

En términos organizacionales, esto corresponde a que los departamentos de una institución que cooperan entre sí son mucho más productivos que si actuaran de forma separada.

Con esto, se conseguirá tener una imagen acertada tanto de cada uno de los departamentos como de la organización global, así como también de los temas conflictivos sobre los que habría que intervenir parcial o globalmente para provocar una mejoría en el clima organizacional. (Rodríguez,D., 2002:162).

Likert, R., (1967) postula que, para poder establecer un buen clima organizacional, que sea eficiente y productivo, la organización debe implementar un sistema de gerencia que fundamente sus bases en las teorías de autores como Mc Gregor, Argyris y Herzberg. Según Likert, R., (1967), existen cuatro sistemas que puede usar la administración de una organización, desde el sistema uno que implica un enfoque autoritario hasta el sistema cuatro, que implica la participación activa de

los empleados. Según Likert, “parece que el enfoque del sistema cuatro produce un mejor clima organizacional y mejores resultados en términos de productividad, costos, ausencias y rotación” (Likert, R.,1967),

Dentro de este sistema se encuentra en forma pionera la aplicación de encuestas como forma de realizar estudios en las organizaciones, las que sirven para poder “captar datos de las percepciones de los empleados, acerca de una variedad de prácticas de gestión organizacional, como liderazgo, la comunicación y la toma de decisiones” (Lusthaus, Ch. 2002).

Este sistema cuatro está descrita por Likert de acuerdo a ocho procesos organizacionales Palma, A. (1993): Proceso de liderazgo, proceso de motivación, de interacción, de comunicación, de decisión, de establecer objetivos, de control y proceso de desempeño.

Otra de las realizaciones de Rensis Likert y que tiene importancia para nuestro estudio, son las investigaciones con respecto al efecto que tiene la forma de dirigir que adopta la administración, sobre los resultados que obtiene la organización.

Para medir esto, existen diversas variables que pueden afectar a la percepción individual de los empleados con respecto al clima organizacional que se da dentro de una institución. Likert plantea que en la percepción del clima organizacional influyen variables llamadas causales, entre las que se encuentran la estructura de la institución y su administración, toma de decisiones, reglas y normas, etc. Existen también las variables de tipo intervinientes, como por ejemplo las motivaciones, actitudes y comunicación.

Así mismo, Likert plantea la existencia de variables finales. Este tipo de variable es dependiente de los dos tipos anteriormente nombrados y se refieren, principalmente a los resultados que logra la institución. Dentro de las variables finales se encuentra las ganancias, pérdidas y la productividad generada por la organización.

El clima organizacional se puede diagnosticar, sobre todo cuando surgen problemas. Diagnóstico es “la ponderación de la situación de una organización para medir el grado de desajuste entre los óptimos y la realidad observada” (Chávez, N. 2001:06).

Es necesario también tener en cuenta:

Los procesos organizacionales deben poder ser generados a partir de la explicación y que, además de esto, deberán deducirse a partir de ella, otros fenómenos observables en el ámbito de experiencia del realizador; estos otros fenómenos deberán ser observados para que el diagnóstico pueda servir como un instrumento válido en la comunicación científica y para que a partir de él se pueda implementar un proceso de cambio organizacional. Rodríguez, D., (2002:28).

Lawler, Nadler y Camman (2002), sostienen que para que en una organización haya eficacia, se debe contar con al menos tres tipos de herramientas:

Herramientas conceptuales: Es decir, conceptos y teorías que ayuden a entender el funcionamiento de la organización en cuanto a su comportamiento interno y al factor que hace la diferencia entre la eficiencia y la ineficiencia.

Técnicas y procesos de medición: Se debe contar con un instrumento de medición mediante el cual se puedan recoger los datos que permitan entender el funcionamiento de la organización.

Tecnologías de cambio: A medida que se vayan conociendo los resultados de la aplicación del instrumento de medición, se podrán poner en práctica las metodologías y procesos específicos “para cambiar pautas de comportamiento, mejorando así la eficiencia.

Una vez realizado el diagnóstico, es de suma importancia difundir los resultados obtenidos a los miembros de la organización que de una u otra manera han ayudado en su realización, ya que esto “constituye el necesario feedback al trabajo realizado por todos los miembros de la organización” (Rodríguez, D., 2002:199).

Por último, hay que señalar que es importante que el medio externo a la organización sea favorable, para que el estudio ya que “entornos favorables apoyan a organizaciones e individuos eficaces y eficientes, y la creación de dichos entornos se está volviendo un aspecto cada vez más importante de la asistencia para el desarrollo en las organizaciones” (Piccioto y Weisner, Cit. Por Charles Lusthaus. 2002:2).

1.2.1.1. Definición.

Son muchas los conceptos sobre clima organizacional, trataremos las que hemos considerado más relevantes:

Brow y Moberg (1990) manifiestan que el clima organizacional se refiere a una serie de características del medio ambiente interno organizacional tal y como lo perciben los miembros de esta.

Alexis Goncalvez (1997) describe al clima organizacional como 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.

Chiavenato (1999) plantea que el clima organizacional es la cualidad o propiedad del ambiente organizacional que perciben o experimentan los miembros de la organización, y que influye, directamente, en su comportamiento.

Anzola, (2003) opina que el clima organizacional se refiere a las percepciones e interpretaciones relativamente permanentes que los individuos tienen con respecto a su organización, que a su vez influyen en la conducta de los trabajadores, diferenciando una organización de otra

1.2.1.2. Enfoques del Clima Organizacional

A. Enfoque estructural: los investigadores más representativos son:

- ✓ Guion (1973)
- ✓ Indik (1965)
- ✓ Inkson (1970)
- ✓ Payne y Pugh (1976)

Se considera el clima como una manifestación objetiva de la estructura de la organización. Se forma porque los miembros están expuestos a las características estructurales comunes de una organización. Como resultado de esta exposición tienen percepciones similares. Las cuales representan su propio clima organizacional.

B. Enfoque perceptual: los investigadores más representativos son:

- ✓ James (1978)
- ✓ James y Jones (1974)
- ✓ Joyce y Slocum (1982,1984)
- ✓ Schneider y Reichers 1983)

La base para la formación del clima está dentro del individuo.

Reconoce que los individuos responden a variables situacionales de una forma que para ellos tiene significado desde un punto de vista psicológico.

El clima es una descripción individual psicológicamente procesada, de las características y condiciones organizacionales.

C. Enfoque interactivo: los investigadores más representativos son:

- ✓ Blumer (1969)
- ✓ Joyce y Slocum (1979)
- ✓ Poole y McPhee (1983)
- ✓ Schneider y Reichers (1983)
- ✓ Terborg (1981).

La interacción de los individuos al responder a una situación, aporta el acuerdo compartido que es la base del clima organizacional.

D. Enfoque cultural: los investigadores más representativos son:

- ✓ Allaire y Firsirotu (1984)
- ✓ Ashforth (1985)

- ✓ Geertz (1973)
- ✓ Goodenough (1971)
- ✓ Keesing (1974)
- ✓ McPhee (1985)

El clima organizacional se crea por un grupo de individuos que actúan recíprocamente y comparten una estructura común, abstracta (cultura de la organización).

1.2.1.3. Teoría del Clima Organizacional de Likert

La teoría de clima Organizacional de Likert (citado por Brunet, 1999) establece que el comportamiento asumido por los subordinados depende directamente del comportamiento administrativo y las condiciones organizacionales que los mismos perciben, por lo tanto, se afirma que la reacción estará determinada por la percepción.

Likert establece tres tipos de variables que definen las características propias de una organización y que influyen en la percepción individual del clima. En tal sentido se cita:

Variables causales: definidas como variables independientes, las cuales están orientadas a indicar el sentido en el que una organización evoluciona y obtiene resultados. Dentro de las variables causales se citan la estructura organizativa y la administrativa, las decisiones, competencia y actitudes.

Variables Intermedias: este tipo de variables están orientadas a medir el estado interno de la empresa, reflejado en aspectos tales como: motivación,

rendimiento, comunicación y toma de decisiones. Estas variables revistan gran importancia ya que son las que constituyen los procesos organizacionales como tal de la Organización.

Variables finales: estas variables surgen como resultado del efecto de las variables causales y las intermedias referidas con anterioridad, están orientadas a establecer los resultados obtenidos por la organización tales como productividad, ganancia y pérdida.

Para resumir, se pudiera decir que los factores extrínsecos e intrínsecos de la Organización influyen sobre el desempeño de los miembros dentro de la organización y dan forma al ambiente en que la organización se desenvuelve. Estos factores no influyen directamente sobre la organización, sino sobre las percepciones que sus miembros tengan de estos factores.

1.2.1.4. Tipos de Clima Organizacional

Según la propuesta de Likert (1999) los tipos de Clima Organizacional son: Clima autoritario y clima participativo.

A. Clima Autoritario:

Sistema I Autoritario explotador: se caracteriza porque la dirección no posee confianza en sus empleados, el clima que se percibe es de temor, la interacción entre los superiores y subordinados es casi nula, y las decisiones son tomadas únicamente por los jefes.

Sistema II Autoritarismo paternalista: se caracteriza porque existe confianza entre la dirección y los subordinados, se utilizan recompensas y

castigos como fuentes de motivación para los trabajadores. En este clima la dirección juega con las necesidades sociales de los empleados.

B. Clima Participativo:

Sistema III Consultivo: se caracteriza por la confianza que tienen los superiores en sus subordinados a los cuales se les permite tomar decisiones específicas, satisfacen necesidades de estima, hay interacción entre ambas partes y existe la delegación.

Sistema IV Participación en grupo: en este existe la plena confianza en los empleados por parte de la dirección. La toma de decisiones persigue la integración de todos los niveles, la comunicación fluye de forma vertical, horizontal, ascendente y descendente.

1.2.1.5 Características del Clima Organizacional

En el clima organizacional es evidente el cambio temporal de las actitudes de las personas, esto puede deberse a diferentes razones, entre ellas: los días de pago, días de cierre mensual, entrega de aguinaldos, incremento de salarios, reducción de personal, cambio de directivos, etc. Por ejemplo, cuando hay un aumento general de salarios, la motivación de los trabajadores se ve incrementada y se puede decir que tienen más ganas de trabajar, situación contraria si en vez de darse un incremento de salarios se hiciera un recorte de personal.

Como características medulares del clima organizacional, Silva, (1996) anota las siguientes:

- ✓ Es externo al individuo.
- ✓ Le rodea, pero es diferente a las percepciones del sujeto.
- ✓ Existe en la organización.
- ✓ Se puede registrar a través de procedimientos varios.
- ✓ Es distinto a la cultura organizacional.

Rodríguez, (2001) menciona que el clima organizacional se caracteriza por:

- ✓ Ser permanente, es decir, las empresas guardan cierta estabilidad de clima laboral con ciertos cambios graduales.
- ✓ El comportamiento de los trabajadores es modificado por el clima de una empresa.
- ✓ El clima de la empresa ejerce influencia en el compromiso e identificación de los trabajadores.
- ✓ Los trabajadores modifican el clima laboral de la organización y también afectan sus propios comportamientos y actitudes.
- ✓ Diferentes variables estructurales de la empresa afectan el clima de la misma y a su vez estas variables se pueden ver afectadas por el clima.
- ✓ Problemas en la organización como rotación y ausentismo pueden ser una alarma de que en la empresa hay un mal clima laboral, es decir que sus empleados pueden estar insatisfechos.

1.2.1.6 Dimensiones del Clima Organizacional

Para llevar a cabo un diagnóstico de clima organizacional es conveniente conocer las diversas dimensiones que han sido investigadas por estudiosos

interesados en definir los elementos que afectan el ambiente de las organizaciones.

Según Litwin y Stringer el clima organizacional depende de seis dimensiones:

1. Estructura. Percepción de las obligaciones, de las reglas y de las políticas que se encuentran en una organización.

2. Responsabilidad individual. Sentimiento de autonomía, sentirse su propio patrón. 3. Remuneración. Percepción de equidad en la remuneración cuando el trabajo está bien hecho.

4. Riesgos y toma de decisiones. Percepción del nivel de reto y de riesgo tal y como se presentan en una situación de trabajo.

5. Apoyo. Los sentimientos de apoyo y de amistad que experimentan los empleados en el trabajo.

6. Tolerancia al conflicto. Es la confianza que un empleado pone en el clima de su organización o cómo puede asimilar sin riesgo las divergencias de opiniones.

Bowers y Taylor en la Universidad de Michigan estudiaron cinco grandes dimensiones para analizar el clima organizacional, a saber:

1. Apertura a los cambios tecnológicos. Se basa en la apertura manifestada por la dirección frente a los nuevos recursos o a los nuevos equipos que pueden facilitar o mejorar el trabajo a sus empleados.

2. Recursos Humanos. Se refiere a la atención prestada por parte de la dirección al bienestar de los empleados en el trabajo.

3. Comunicación. Esta dimensión se basa en las redes de comunicación que existen dentro de la organización, así como la facilidad que tienen los empleados de hacer que se escuchen sus quejas en la dirección.

4. Motivación. Se refiere a las condiciones que llevan a los empleados a trabajar más o menos intensamente dentro de la organización.

5. Toma de decisiones. Evalúa la información disponible y utilizada en las decisiones que se toman en el interior de la organización, así como el papel de los empleados en este proceso.

1.2.2. Variable dependiente: Variable de estudio 2. Satisfacción del Cliente.

Garza, Jiménez, Koelliker, Martínez & Salinas (2012), México, en su estudio titulado “Mejorando la Satisfacción del Cliente en una Empresa de Promoción de Ventas a través de la Implementación de un Sistema de Calidad Basado en las Dimensiones Relevantes del Servicio”, la mercadotecnia promocional se ha erigido como la segunda más grande inversión de mercadotecnia, principalmente debido a que las compañías tienden con más frecuencia a subcontratar la responsabilidad de los aspectos operativos de la mercadotecnia. Las empresas contratantes exigen cada vez más la garantía de seguridad y certidumbre en la prestación de los servicios, por lo que la calidad de éste se ha convertido en un factor determinante en la elección de una agencia de promociones.

El presente documento técnico busca compartir un caso de estudio relacionado a una empresa de promoción de ventas que enfrenta una alta tasa de deserción de clientes con su consecuente contracción en las ventas, pero que contradictoriamente está inmersa en un mercado que tiene un crecimiento sostenido del 15 por ciento en los últimos años.

El problema fue abordado desde la perspectiva de la calidad en el servicio y la satisfacción del cliente a través de la aplicación de encuestas Servqual a algunos clientes de la compañía. Dichas encuestas permitieron: identificar las dimensiones de calidad relevantes en el servicio, detectar las áreas de oportunidad entre el servicio esperado y el servicio real, y la elaboración de un plan de acción que posteriormente fue sistematizado e implementado.

Para Gil, Sánchez, Berenguer, y González-Gallarza (2005) la satisfacción de las necesidades de los clientes es la clave de los intercambios entre empresas y mercados, y desde los orígenes del marketing la satisfacción ha sido considerada como el factor determinante del éxito. Son múltiples las definiciones que se han realizado sobre este constructo, siendo muchas de ellas no coincidentes. Oliver, (1980) explica que satisfacción del cliente se entiende como una evaluación post-compra de un acto de consumo específico, mientras que en el segundo de estos puntos de vista se define la satisfacción como una evaluación global basada en la experiencia de consumo del servicio a lo largo del tiempo.

Según Heskett, Sasser, y Schlesinger (1997), las empresas de servicio típicamente miden la satisfacción de manera regular usando escalas de tipo Likert que miden el nivel de satisfacción basándose en el último encuentro de servicio de los clientes.

Podemos distinguir en este ámbito cuatro teorías que intentan explicar la motivación del ser humano y que pueden aplicarse para determinar la naturaleza de la satisfacción del cliente y cuya aplicación a este ámbito pasamos a resumir brevemente a continuación:

Teoría de la Equidad: de acuerdo con esta teoría, la satisfacción se produce cuando una determinada parte siente que el nivel de los resultados obtenidos en un proceso está en alguna medida equilibrados con sus entradas a ese proceso tales como el coste, el tiempo y el esfuerzo (Brooks 1995).

Teoría de la Atribución Causal: explica que el cliente ve resultado de una compra en términos de éxito o fracaso. La causa de la satisfacción se atribuye a factores internos tales como las percepciones del cliente al realizar una compra y a factores externos como la dificultad de realizar la compra, otros sujetos o la suerte (Brooks 1995) .

Teoría del Desempeño o Resultado: propone que la satisfacción del cliente se encuentra directamente relacionada con el desempeño de las características del producto o servicio percibidas por el cliente (Brooks 1995). Se define el desempeño como el nivel de calidad del producto en relación con el precio que se paga por él que percibe el cliente. La satisfacción, por tanto, se equipará al valor, donde el valor es la calidad percibida en relación al precio pagado por el producto y/o servicio (Johnson, Anderson y Fornell 1995).

Teoría de las Expectativas: sugiere que los clientes conforman sus expectativas al respecto del desempeño de las características del producto o servicio antes de realizar la compra. Una vez que se produce dicha compra y se usa el producto o servicio, el cliente compara las expectativas de las características de éstos de con

el desempeño real al respecto, usando una clasificación del tipo “mejor que” o “peor que”. Se produce una disconformidad positiva si el producto o servicio es mejor de lo esperado mientras que una disconformidad negativa se produce cuando el producto o servicio es peor de lo esperado. Una simple confirmación de las expectativas se produce cuando el desempeño del producto o servicio es tal y como se esperaba. La satisfacción del cliente se espera que aumente cuando las disconformidades positivas aumentan (Liljander y Strandvik 1995).

Franco (2001), acerca de cómo funciona la satisfacción del cliente, señala que: “la satisfacción del cliente es un proceso estándar: 1) Se escucha al cliente a través de diversos procedimientos; 2) Se actúa rápidamente, en concordancia a lo escuchado”.

¿Cómo escuchar a los clientes y volvernos a comunicar? El cliente es el número 1; los escuchamos de 2 formas: por solicitud, para que nos den sus opiniones o simplemente vienen y nos dan sus quejas o reclamos. También existen las encuestas.

Las encuestas nos permiten saber qué tan satisfecho está el cliente con el producto, el precio, el servicio, etc.

Franco señala que para que exista satisfacción de clientes existen 4 principios básicos que son:

1. Satisfacción del cliente = percepciones expectativas SC = PE.

Todo ser humano espera algo, cuando compramos lo que deseábamos y lo percibimos en el momento de la verdad, esa diferencia aritmética es la Satisfacción del cliente.

Especificaciones:

- Es necesario exceder sus expectativas, no simplemente igualarlos.
 - Los clientes convierten sus expectativas en promesas crecientes.
 - Ante el líder del mercado, los clientes no aceptan rebajar sus expectativas.
 - ¿Cómo manejar las expectativas de los clientes? Conociendo y afectando sus causas: comentarios informales (referencias de otros clientes, amigos etc.), necesidades personales, experiencias pasadas y comunicaciones externas (fuerza de ventas, publicidad, folletos, etc.)
 - ¿Cómo manejar las percepciones de los clientes? Conociendo y afectando sus dimensiones: tangibles, confiabilidad, respuesta, habilidades cortesía, seguridad, acceso, comunicación y comprensión.
2. Queja + solución rápida = Incrementa satisfacción.

Especificaciones:

- Capacidad de resolver rápidamente los problemas; es un factor de éxito.

Si tenemos en cuenta la importancia que tiene la queja como oportunidad para superarnos debemos:

a. Habilitar un canal de comunicación para que los clientes puedan expresarse, manifestar su desagrado, y que encuentren la vía necesaria para hacerlo en la empresa. De no ser así, estadísticamente está comprobado que un cliente insatisfecho comenta su insatisfacción con hasta 10 personas en promedio, lo cual genera un efecto totalmente adverso al que esperamos.

b. Gerenciar el tratamiento de la solución de la queja: Si logramos que el cliente se queje en la empresa y no con otras personas, resulta fundamental atender eficientemente ese reclamo y solucionarle el problema o reparar la situación. De esa atención dependerá transformar su insatisfacción en satisfacción, y lograremos retener y, más aún, fidelizar a ese cliente que de otra manera hubiéramos perdido.

La fidelización de los clientes debe ser un objetivo prioritario en las organizaciones y se logra únicamente con clientes satisfechos: a medida que aumentemos el nivel de satisfacción, mayor será el índice de retención de clientes.

c. Orientar la cultura organizacional: toda la organización debe estar convencida de la importancia que tiene la queja del cliente y deben ser conscientes del tratamiento que hay que darle.

3. Cliente muy satisfecho = Cliente fiel, hacemos satisfacción de clientes porque queremos que nos compren hoy, mañana y así sucesivamente, porque los clientes que nos recompran nos son menos costosos que atraer uno nuevo.

4. Cliente = 1, Hay que verlo así desde toda perspectiva ya que él percibe si se le está viendo de esa forma.

Especificaciones:

- La satisfacción del cliente es lo primero.
- Es el primer principio de calidad (Total Quality Management = Te Quiero Mucho)
- Es el primer capítulo de todos los premios nacionales de calidad y de los ISO 9000.

- "Es el cliente quien paga nuestro salario. El Jefe sólo los administra " (Henry Ford)

En conclusión, puede señalarse que lo que se busca es cambiar la cultura empresarial y para hacerlo se necesita la suma de los individuos y lo que estamos buscando en cada uno de éstos es el cambio de una serie de actitudes. Con una cultura y actitud individual de aspectos positivos (futuro), trabajo en equipo (confianza, fuerza, un solo objetivo en común), mejora continua (sobresalir, cambiar) y propiedad (profesional y responsable: yo soy la empresa) haremos del cliente el número 1.

1.2.3. Marco Conceptual (definiciones de términos básicos del estudio)

Calidad. Conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren su aptitud para satisfacer unas necesidades expresadas e implícitas.

Servicio. Es una actividad ó un conjunto de actividades de naturaleza casi siempre intangible que se realiza mediante la interacción entre el cliente y el empleado y/o instalaciones físicas de servicio, con el objeto de satisfacer un deseo o una necesidad. Dada la naturaleza de los servicios, el cliente los juzga a través de lo que percibe y cómo lo percibe.

Personal Administrativo. Es el conjunto de personas que trabajan en la UGEL formado por los Profesionales, Técnicos y Auxiliares que detenta la actividad que debe llevar al fortalecimiento de la administración y la gestión pedagógica de los CE por lo que deben conocer exhaustivamente las labores del cargo y capacitarse para un mejor desempeño.

Servicios Administrativos. son todos aquellos que se llevan a cabo en las instituciones y organizaciones para poder llegar a cumplir con las metas establecidas, de una manera eficiente.

La calidad de un servicio está constituida por todos los atributos o propiedades que lo conforman y que le otorgan valor. La calidad de los productos puede ser fácilmente medible pero no así la calidad de los servicios debido a sus características de intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad y caducidad. Cantú (2001). Es importante mencionar que los autores del modelo PZB (SERQUAL) definen a la calidad del servicio como “la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones.

Satisfacción del cliente o usuario. ISO 9000:2000 define satisfacción del cliente como la percepción del mismo sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos. Por lo tanto, las empresas excelentes deben medir su desempeño de los competidores, así como de las mejores empresas que utilicen procesos productivos y/o administrativos similares, estableciendo lo que percibe el cliente respecto a sus productos y/servicios y si realmente están satisfechos o no.

Expectativas. Esperanza o posibilidad de conseguir una cosa.

Expectativas del Cliente. Las expectativas del cliente definen lo que espera que sea el servicio que entrega la organización. Esta expectativa se forma básicamente por sus experiencias pasadas, sus necesidades conscientes, comunicación de boca a boca e información externa. A partir de aquí puede surgir una retroalimentación hacia el sistema cuando el cliente emite un juicio.

Percepción del Cliente. La percepción del cliente o usuario se refiere a como éste estima que la organización está cumpliendo con la entrega del servicio, de acuerdo a como él valora lo que recibe.

Cultura organizacional. La cultura organizacional es, pues, el conjunto de valores, creencias y entendimientos importantes que los integrantes de una organización tienen en común. Se refiere a un sistema de significados compartidos por una gran parte de los miembros de una organización que distinguen de una organización a otras.

Estructura organizacional. Es el agrupamiento ordenado de las actividades necesarias para lograr los objetivos institucionales planteados (visión), la asignación de cada grupo determinado a un administrador con autoridad para liderarlo y supervisarlo, y el establecimiento de las medidas (sistemas y procedimientos) necesarios para procurar una coordinación vertical y horizontal con los demás miembros de la estructura de la institución.

Clima organizacional. Son las percepciones compartidas por los trabajadores respecto al trabajo, al ambiente físico en que se desarrollan las actividades laborales, las relaciones interpersonales que tienen lugar en el entorno y las diversas regulaciones formales que afectan dicho trabajo. El clima organizacional es la percepción que los trabajadores y directivos se forman de la organización a la que pertenecen, percepción que incide directamente en el desempeño de la organización.

Eficacia administrativa. Funcionalidad del proceso administrativo en términos de rendimiento administrativo y sus dimensiones básicas.

Satisfacción del cliente. Valoración personal que el cliente otorga al producto o servicio recibido.

Calidad del servicio. Calidad es lo que se le da la cliente (hard quality), servicio es cómo se le da al cliente (soft quality). Calidad es la parte del diseño y desarrollo del producto y servicio es como se entrega esa calidad. El componente del servicio es intangible y puede ser expresado de distintas formas, ahorro en tiempo, trato personalizado, la seguridad de una marca, el ambiente de un lugar, etc. La calidad de un producto tangible se puede asegurar antes de que el cliente la utilice, sin embargo, en ocasiones una empresa depende de que su personal ofrezca un buen servicio. Comprende dos componentes: calidad del producto y calidad percibida:

a) Calidad del producto: Se puede definir como su capacidad para satisfacer las necesidades y expectativas del consumidor. Se puede definir también como la aptitud para su uso (que sea idóneo para el uso al que está destinado). En las normas internacionales la palabra Calidad está definida como: Conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren la aptitud para satisfacer las necesidades explícitas o implícitas establecidas;

b) Calidad percibida: Evaluación personal y subjetiva de los productos y/o servicios por parte del consumidor.

Cliente. Quien recibe un producto o un servicio. Cualquier persona sobre la que repercute el producto o el proceso. Los clientes pueden ser externos o internos. Los clientes externos no son miembros de la empresa que produce el producto que les

afecta. Los clientes internos son afectados por 35 un producto fabricado por su propia empresa. Cliente interno (empleado) es el empleado receptor primario de la misión, estrategias y acciones planteadas por la organización para crear valor y ofrecer un servicio óptimo al cliente externo. Cada empleado se convierte en un cliente conforme recibe insumos (información, tareas, etcétera), de otro modo, hasta llegar al umbral donde surgen los clientes externos, en quienes se hará realidad la calidad del servicio como reflejo de la cultura organizacional.

Competencia. Organización que hace los mismos productos o productos sustitutos de los nuestros (que presta los mismos servicios o servicios sustitutos de los nuestros).

Entorno institucional. Esta noción se define como el conjunto de relaciones establecidas entre las Federaciones y otros actores sociales (educativos, religiosos, políticos, comunitarios, etc.). El modo en que cada Federación se relaciona con su entorno muestra cosas muy interesantes. Por un lado, permite observar de qué manera se diferencia de otras organizaciones, es decir la identidad cultural de la Federación (fines, ideario, espíritu, etc.). Por otro lado, muestra qué tanto las federaciones logran construir comunidades educativas en sus respectivos entornos. Los indicadores resumen relaciones con diversos actores en virtud de: tipo, calidad y cantidad de los vínculos.

Cultura organizacional. La cultura organizacional es considerada la personalidad de la organización, el conjunto de características que le proporcionan su propia identidad y le permiten diferenciarse de las otras. Así como las personas poseen ciertas características de personalidad que se pueden considerar debilidades o fortalezas, las cuales -al no ser manejadas adecuadamente afecta las relaciones

interpersonales, en la organización sucede algo similar, la cultura es su personalidad, con características positivas y negativas, la misma que influye y afecta los diferentes ámbitos relacionales, tales como: el cliente interno (colaboradores y directivos) y los clientes externos (clientes- proveedores y comunidad).

Estas características serán precisamente cualitativas y difícil de identificarlas, por ello se hace necesario intervenir en su abordaje. Por ello, en el presente texto, se enfatiza la importancia de la cultura como eje de acción de la gestión humana, siendo que toda organización indistintamente de su misión y giro de negocio, está conformada por personas. Cada vez, son más las organizaciones que consideran la cultura como estrategia competitiva, ya que les permite institucionalizar y fomentar entre sus colaboradores los valores, formas de comunicación y de relaciones laborales que propenden al éxito de sus organizaciones.

La cultura, por lo tanto, será parte intrínseca del servicio, presente en todo tipo de relación, ya que sus características se integran como parte de la personalidad y ésta se refleja en la actuación de las personas, es decir, sus actitudes y comportamientos. La cultura organizacional, permite identificar la dinámica existente entre los clientes; entre los colaboradores y entre clientes- colaboradores, puesto que los clientes también traen su propia cultura. Definir la cultura organizacional de manera intencional se vuelve fundamental para los líderes de las organizaciones, ya que esta favorecerá la creación de una imagen y servicio favorable que traerá consigo la fidelización de los clientes y captación de nuevos.

El contexto actual, trae además cambios constantes. Las organizaciones deben anticiparse al conflicto; la crisis y los efectos de los nuevos escenarios, pero a su

vez, identificar las oportunidades que se presentan. Por ello se aborda la importancia de desarrollar en los colaboradores y en la organización misma, la capacidad de ser resiliente, puesto que la resiliencia permitirá a las organizaciones autorregularse y ser capaces de salir fortalecidos de las crisis, tomadas como oportunidades de aprendizaje y ser mejores, todo esto se traducirá en un clima laboral favorable en el cual los miembros de la organización contribuirán para encontrar nuevas y mejores alternativas a los momentos de crisis.

Otro de los aspectos a considerar, será la relación existente entre la cultura organizacional con la estructura ocupacional, puesto que, estas dos deben guardar correspondencia. Es importante que las organizaciones definan la estructura orgánica y ocupacional que requieren, no sólo en correspondencia con la clasificación internacional, sino en función de sus propias necesidades y características propias como organización, es decir su cultura. También es importante que exista una correspondencia entre los perfiles personales y profesionales con la descripción de los cargos, de esta manera se optimiza el potencial de cada colaborador.

El texto presentado por lo tanto busca relacionar la cultura organizacional como el eje de acción de la gestión humana y en esta última aspectos que se encuentran ligados intrínsecamente a la complejidad de las personas que conforman las organizaciones y su accionar al interior de las mismas, no se pretende sobre valorar a la cultura, pero sí dejar claro que siendo conceptualizada como la personalidad de la organización que le permite tener su propia identidad y diferenciarse de otras, todo lo que se gestiona en el interior de las organizaciones deberá estar en correspondencia con lo que se es.

Diseño organizacional. Recordemos que el diseño general de la estructura organizacional indica la forma de dividir, organizar y coordinar las actividades de la organización. Para este fin, las organizaciones necesitan tener una estructura que les resulte funcional y que les sirva para contener e integrar todos los órganos que la integran.

Podríamos comparar la estructura organizacional con un esqueleto en el que se soportan todos los componentes que la integran y en el que se coordinan todos los elementos vitales para su funcionamiento (sistemas, personas, procesos, equipos, recursos, tareas, recursos, jerarquías, puestos, relaciones, etcétera).

El diseño organizacional refleja la estructura, es decir, representa el formato de los elementos que componen la organización. En la práctica, cada organización tiene su propio diseño, su forma de integrar y de asignar los recursos para operar con eficiencia y eficacia. El diseño de la organización es como su ADN.

Las organizaciones con un enfoque orgánico, conocido también como sistema de diseño natural, se caracterizan por ser organizaciones de aprendizaje. Esta organización procura promover las comunicaciones abiertas y la colaboración, asimismo, todos deben identificar y resolver problemas, permitiendo a la organización experimentar continuamente, aumentar y mejorar su capacidad.

Es necesario recordar que el diseño organizacional es el proceso que permite construir, adaptar y readaptar constantemente la estructura de la organización, de modo que ésta pueda alcanzar los objetivos establecidos.

El diseño de la estructura organizacional es el proceso mediante el cual se eligen e instituyen las estructuras de organización que pueden ordenar los medios y recursos para que una organización cumpla con sus objetivos oficiales.

El objeto principal del diseño organizacional es poner la estructura al servicio del ambiente, de la estrategia, la tecnología y las personas de la organización. La estructura de la organización debe ser diseñada de modo que se adapte a las múltiples circunstancias que envuelven a una organización.

Entonces, por medio del diseño organizacional, los administradores podrán analizar y planear cómo organizar o reorganizar a la organización, es decir, cómo se dividirá el trabajo, cómo se asignarán los puestos, unidades y departamentos y cómo se coordinarán esfuerzos de manera que se logren los objetivos organizacionales.

El diseño organizacional es prioritario en la administración de organizaciones. Para diseñar estructuras que permitan la eficacia organizacional se deben considerar las dimensiones en las que una organización opera, así como los elementos que caracterizan su estructura.

La estructura organizacional es la relación entre jerarquías donde se enlazan, comunican, coordinan e integran las tareas de la organización.

La forma gráfica de representar la estructura de la organización, es el organigrama. Es ahí donde se muestra las diferentes partes que conforman la organización, mostrando como se relacionan entre sí, sus departamentos, y cada posición que tienen, dejando claro las jerarquías, los puestos y el cómo fluye la información.

Los elementos de una estructura organizacional son los que la integran. Estos se orientan a las actividades necesarias para el trabajo, las líneas de reporte o cadenas de mando y los agrupamientos departamentales.

Potencial humano. Los entornos cambian acelerada y drásticamente retando las capacidades corporativas y del trabajo que distan de manera sensible de los enfoques tradicionales de las teorías de la firma, en los cuales los contextos suelen ser estables. Las condiciones internas de las organizaciones, afectadas por las tecnologías de punta, se rediseñan en forma permanente y allí el recurso humano adquiere renovada importancia.

El capital humano en la nueva economía es el motor del desarrollo organizacional, constituyendo la principal ventaja de las compañías para desenvolverse en sus entornos. En el sector social, este recurso adquiere características específicas que deben ser tratadas a través de modelos generales que permitan comprender el valor corporativo que representan y su función en el cumplimiento de las misiones particulares.

El mayor recurso de una empresa está en sus profesionales, aunque muchas ignoran el valor del potencial que sus colaboradores pueden traer al negocio; es por eso que debemos de poner énfasis en la evaluación del talento.

La evaluación del talento es un sistema de aplicación del desempeño de la persona en el cargo y de su potencial de desarrollo. Nos ayuda a obtener mejores resultados de las personas.

El objetivo de la evaluación es cuantificar el potencial con el que cuenta el personal en la organización, mejorar el desempeño y provocar el aumento de la

productividad, oportunidades de crecimiento, participación de todos los miembros de la organización y definir la contribución de los empleados.

Algunos de los instrumentos y técnicas que se utilizan para evaluar las características individuales, grupales y organizacionales, esto es, el talento humano, y que pueden utilizarse como base de gestión por competencia, son los que a continuación se presentan:

Pruebas psicológicas. Estas pruebas van dirigidas a medir las aptitudes y la personalidad.

Técnicas proyectivas. Son aquellas que reflejan su personalidad a través de casi todo lo que hacen, aún de forma no consciente.

Pruebas profesionales. Son las que sirven para evaluar los conocimientos y aptitudes del candidato/a directamente implicados en el puesto de trabajo.

Dinámicas de grupo. La dinámica de grupo es una técnica que reúne a varios candidatos/as, y se les propone una situación en la que tienen que alcanzar un objetivo común y tomar varias decisiones; aquí el tiempo es un factor importante, ya que existe un tiempo límite. Además, ellos mismos deben de autorregularse, y es así es como van surgiendo distintos roles (el líder, el chistoso, el opositor, el preguntón, etc.).

Assesment center. Es un instrumento de selección de personal de mayor complejidad y capacidad predictiva que existe actualmente. Es realmente costoso, por lo que sólo se dirige hacia la selección de altos cargos y puestos ejecutivos, sobre los que la empresa para la cual trabajan está planteando planes de carrera. El assesment evalúa aspectos profesionales y personales, tales como inteligencia

general, aptitudes verbales, numéricas, entre otras. Habilidades y destrezas profesionales, conocimientos, especialmente en materias de alto valor, como el inglés y la informática; rasgos de personalidad y habilidades específicas de puestos de responsabilidad.

Toma de decisiones. Este concepto se define como el ámbito y la modalidad en las cuales una organización sopesa entre diferentes alternativas y elige una de ellas. La variable "toma de decisiones" incluye tres preguntas relacionadas: qué, cómo y quiénes deciden.

Percepción de problemas. Esta última variable intenta reflejar la forma en que las autoridades de la federación perciben los principales problemas que los preocupan. Estas percepciones nos permiten saber qué orden de prioridades y obstáculos forman parte de cada federación. Los indicadores construidos captan la opinión de quien contesta (miembro de la federación) con respecto a problemas y formas de resolverlos.

Capítulo II

2.1. El problema de investigación

Al iniciar esta investigación, es inevitable empezar a dar las razones de nuestro trabajo de investigación, sin mencionar uno de los fenómenos más grandes del mundo actual: “La globalización”, este es un hecho de suma importancia tanto para el desarrollo de la sociedad; así como, para la evolución y adelantos de la tecnología. Gracias a este fenómeno tenemos empresas con altos estándares en tecnología y calidad, mayor competitividad, acceso ilimitado a la información y profesionales cada vez mejor preparados. Esto nos lleva a preguntarnos ¿por qué las personas buscan un buen servicio en calidad y atención a un precio justo? o ¿cómo logran las empresas/negocios satisfacer por completo las necesidades que exige el mercado, de tal manera que las personas se sientan satisfechas con el valor agregado que adquieren por el dinero que invierten?

Estas interrogantes se responden a través de las consecuencias de la globalización, ya que las personas tienen mayor acceso a fuentes de información instantánea, lo que permite que el cliente esté mejor informado y sea más exigente respecto a los productos o servicios que consume. Ya no hablamos solo de un cliente habitual quien busca simplemente satisfacer su necesidad principal, no es exigente y compra lo que le es más familiar porque ya lo ha visto antes; sino de un cliente utilitario quien conoce sus necesidades y está dispuesto a pagar por un bien o servicio que le genere valor, porque compra basándose en el conocimiento y las características del producto.

Con el pasar de los años el PBI (Producto Bruto Interno) per cápita del Perú ha aumentado considerablemente convirtiéndose en el 2017 (Ver tabla 2.1) en el octavo país más rico de América Latina, por delante de Colombia con un PIB per cápita (US\$ a precios actuales) anual de 6,571.9 dólares según Datos sobre las cuentas nacionales del Banco Mundial y archivos de datos sobre cuentas nacionales de la OCDE. Perú supera a Colombia y se convierte en octavo país más rico de América Latina. Las personas actualmente cuentan con un mayor poder adquisitivo implica de cierta forma que están dispuestos a pagar por un producto o servicio de calidad. Sin embargo, esto se hace más difícil para las empresas debido a la informalidad que existe en el país. Hoy en día, el Perú enfrenta una problemática severa, El profesor Javier Zúñiga señala que el Fenómeno del Niño afecta el PBI peruano de acuerdo a su intensidad. Según lo que se ha visto en anteriores ocasiones un Fenómeno del Niño moderado afectaría en 0.5% al PBI; uno intermedio en 1.5%, y uno de gran magnitud, como el que se registró en 1998, podría afectar en 3% al PBI.

En el caso de la agricultura los campos de cultivo se verían afectados por las lluvias e inundaciones. Además, suelen aparecer insectos de climas cálidos como son los grillos y los saltamontes que afectan los sembríos.

No obstante, el profesor Javier Zúñiga (Docente ESAN) comenta que el Fenómeno del Niño costero del 2017 afectó en 2% al PBI de la economía peruana, lo que equivaldría a US\$304,000 además tuvo un efecto multiplicador en la economía, por tanto, otros sectores también se vieron afectados. Agregó que según datos históricos los departamentos que sufren más con este evento natural son: Tumbes, Piura y Lambayeque, que son zonas exportadoras de productos agro industriales.

El Instituto Nacional de Defensa Civil (Indeci) y el Centro de Operaciones de Emergencia Nacional (COEN) informaron que 93 190 hectáreas de cultivo a nivel nacional fueron afectadas por el denominado Niño Costero (Ver Imagen 2.1), fenómeno que impactó con mayor fuerza a la región Lima y el norte del país durante el primer semestre del 2017.

Tabla 1. PBI Valorado a precios constantes de 2007 (Miles de soles)

Valores a Precios Constantes de 2007 (Miles de soles)										
Actividades	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013P/	2014P/	2015E/	2016E/
Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura	19,074,328	20,600,110	20,783,970	21,655,968	22,516,613	23,943,890	24,216,000	24,540,000	25,294,000	25,916,000
Pesca y Acuicultura	2,364,000	2,435,000	2,321,000	1,675,000	2,709,000	1,729,000	2,126,000	1,515,000	1,791,000	1,629,000
Extracción de Petróleo, Gas y Minerales	45,892,248	49,601,414	49,910,046	50,600,520	50,750,163	51,662,027	54,304,160	53,444,058	57,937,964	65,253,953
Manufactura	52,806,723	57,303,650	53,599,979	59,024,010	63,942,590	64,757,811	68,154,934	67,435,985	66,830,836	66,461,771
Electricidad, Gas y Agua	5,505,000	5,948,000	6,008,000	6,531,000	7,066,000	7,481,000	7,734,000	8,133,000	8,666,000	9,332,000
Construcción	16,317,000	19,071,000	20,319,000	23,765,000	24,626,000	28,539,000	31,228,000	31,789,000	30,097,000	29,357,000
Comercio	32,537,000	36,029,000	35,735,000	39,981,000	43,434,450	47,105,000	49,408,000	50,366,000	51,916,000	53,386,000
Transporte, Almacén, Correo y Mensajería	15,884,989	17,316,536	17,152,750	19,419,096	21,631,466	23,151,964	24,687,000	25,292,000	26,369,000	27,370,000
Alojamiento y Restaurantes	9,143,000	10,086,000	10,148,000	10,895,000	12,103,000	13,413,000	14,323,000	15,066,000	15,562,000	16,001,000
Telecom. y Otros Serv. de Información	8,517,000	9,974,000	10,784,000	11,876,000	13,243,000	14,855,000	16,149,000	17,542,000	19,138,000	20,820,000
Administración Pública y Defensa	13,723,000	14,785,000	17,472,000	18,886,000	19,691,000	21,288,000	22,110,000	23,278,000	24,118,000	25,149,000
Otros Servicios	71,425,535	75,641,146	78,289,907	83,105,478	88,217,525	93,507,262	99,093,702	104,791,956	110,427,125	114,920,371
Valor Agregado Bruto	293,189,823	318,790,856	322,523,652	347,414,072	369,930,807	391,432,954	413,533,796	423,192,999	438,146,925	455,596,095
Impuestos a la Producción	23,672,020	26,618,399	27,397,396	31,092,161	32,442,212	35,162,701	38,194,925	39,689,922	40,467,120	42,319,325
Derechos de Importación	2,831,473	3,460,639	2,772,041	3,575,225	3,883,297	4,603,062	4,706,063	4,397,059	3,859,052	3,622,049
Producto Bruto Interno	319,693,316	348,869,894	352,693,089	382,081,458	406,256,316	431,198,717	456,434,784	467,279,980	482,473,097	501,537,469

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática
Con información disponible a junio de 2017

Tabla 2. Valor Agregado Bruto por años, según actividades económicas a precios constantes de 2007 (Miles de soles)

Lambayeque: Valor Agregado Bruto por Años, según Actividades Económicas
Valores a Precios Constantes de 2007
(Miles de soles)

Actividades	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013P/	2014P/	2015E/	2016E/
Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura	755,879	875,268	915,673	902,003	861,423	933,796	852,134	850,675	920,856	908,579
Pesca y Acuicultura	31,838	40,328	34,180	29,860	21,241	19,673	18,212	28,063	59,254	76,126
Extracción de Petróleo, Gas y Minerales	17,853	20,046	20,904	24,312	25,262	25,213	33,242	34,371	32,730	32,973
Manufactura	831,877	915,632	916,879	1,009,476	1,053,660	1,117,629	1,141,557	1,116,768	1,115,315	1,117,375
Electricidad, Gas y Agua	80,649	86,242	86,740	90,852	95,963	99,813	101,293	99,062	128,245	127,961
Construcción	418,482	463,466	584,967	650,113	732,959	900,032	927,056	910,936	941,878	939,801
Comercio	1,282,361	1,440,673	1,448,107	1,615,935	1,704,455	1,901,226	1,995,209	2,006,578	2,059,541	2,107,591
Transporte, Almacén., Correo y Mensajería	541,745	584,184	563,810	640,086	712,177	760,377	805,300	821,910	848,617	884,180
Alojamiento y Restaurantes	178,329	195,111	197,859	211,539	231,289	254,568	265,929	278,112	287,609	295,310
Telecom. y Otros Serv. de Información	244,135	298,651	320,929	349,816	403,125	463,910	508,484	546,249	599,524	663,412
Administración PúblLam y Defensa	395,989	421,317	519,961	552,444	583,470	637,209	665,910	702,498	734,432	764,005
Otros Servicios	2,100,887	2,171,604	2,300,353	2,373,448	2,512,768	2,669,226	2,824,220	2,959,918	3,078,853	3,173,779
Valor Agregado Bruto	6,880,024	7,512,522	7,910,362	8,449,884	8,937,792	9,782,672	10,138,546	10,355,140	10,806,854	11,091,092

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática
Con información disponible a Lamio de 2017

Imagen 2.1 Fotografía aérea mostrando los estragos del Niño Costero 2017



Fuente: Diario La industria 17 marzo 2017

Estos acontecimientos han originado que las clientes valoren no solamente el producto, sino también el servicio de atención y post venta.

Por tanto, toda perspectiva o imagen de una organización tiene sus raíces dentro de la misma, es decir, en sus trabajadores. Al referirnos a ellos no sólo debemos enfocarnos en sus labores y tareas o simplemente en su MOF (Manual de operaciones y funciones). También es necesario prestar atención al desenvolvimiento que tienen dentro de la empresa como personas, dando muestra de sus competencias y habilidades, porque ellos representan a la empresa a través de su actuar, generando valor y satisfacción en sus clientes de forma que se genere fidelización.

Todas estas cuestiones pueden ser influenciadas por la empresa, a través del área de Gestión del talento humano, la cual según Chiavenato (2002, p.5) es: La gestión del talento humano es un área muy sensible a la mentalidad que predomina en las organizaciones. Por lo referido hasta el momento, buscamos estudiar mediante una investigación minuciosa la relación existente entre el clima organizacional y la influencia de éste en la satisfacción de los clientes que reciben el servicio ofrecido por Corporación Agrícola el Campesino EIRL. Enfocaremos el estudio en la región Norte: ciudad de Chiclayo. Cabe resaltar, que para lograr íntegramente los objetivos del estudio analizaremos el clima organizacional de la empresa y la satisfacción del cliente, de tal forma que nos permita conocer de manera más profunda la parte interna de la organización logrando así comprender el ambiente en el que se labora y las relaciones que existen entre los clientes internos y externos.

En el escenario internacional

Idolina Bernal González, Norma Angélica Pedraza Melo, Mónica Lorena Sánchez Limón. (2014) En su investigación El clima organizacional y su relación con la calidad de los servicios públicos de salud. México. Indica que mediante la exploración de 83 investigaciones teóricas y empíricas publicadas en países de Latinoamérica durante el siglo XXI pretenden dos objetivos: Primero, examinar la multidimensionalidad y características fundamentales de las variables de clima organizacional y calidad de los servicios públicos de salud. Segundo, diseñar un modelo teórico sobre la relación que existe entre estas dos variables. El estudio se efectuó mediante la estrategia de investigación documental, método de análisis que comprende la revisión, detección, consulta, extracción, recopilación e integración de datos. Del análisis realizado se infiere teóricamente que existe una relación entre el clima organizacional y la calidad de servicios públicos de salud. Se recomienda realizar estudios empíricos que refuercen la perspectiva teórica analizada.

Jeria Mardones, Fernando M. Muñoz Toledo, José Edgardo Torres Zúñiga, Luís Alejandro (2012) En su tesis: Análisis de clima organizacional de la Tesorería General de la República. Universidad Academia de Humanismo Cristiano. Santiago de Chile.

Señalo como objetivo: evaluar el clima organizacional de la Tesorería General de la República, de manera que se pueda mostrar sus ventajas y proponer eventuales correcciones con el fin de mejorar la propuesta en el caso de que fuera menester.

Para desarrollar la siguiente investigación se seleccionó el estudio documental. En cuanto al nivel de investigación el presente estudio es exploratorio – descriptivo

Siendo las conclusiones:

a) El conocimiento del Clima Organizacional proporciona retro información acerca de los procesos que determinan los comportamientos organizacionales, permitiendo, además, introducir cambios planificados tanto en las actitudes y conductas de los miembros, como en la estructura organizacional o en uno o más de los subsistemas que la componen. La importancia de esta información se basa en la comprobación de que el Clima Organizacional influye en el comportamiento manifiesto de los miembros, a través de percepciones estabilizadas que filtran la realidad y condicionan los niveles de motivación laboral y rendimiento profesional entre otros.

b) Según los resultados, se puede concluir de los 14 factores evaluados, un 85.7 % son consideradas fortalezas relativas del clima. Sólo los factores físicos ambientales y las remuneraciones aparecen como debilidades críticas, con un 14.2%. Ningún factor aparece como debilidades graves. La motivación laboral, el sentido de pertenencia e identidad y la probidad constituyen fortalezas del Servicio que pertenecen al ámbito calórico del área cognitiva-afectiva, su alto grado de internalización en la organización, posee un significado de poderosa fuerza, que posibilitan el mejoramiento de cualquiera de los otros ámbitos.

Partiendo del análisis de las teorías y términos sobre clima organizacional, se concluye que el término es de relevada importancia y práctica de todas las organizaciones. De él dependerá la eficacia y productividad de las mismas. El Servicio de tesorerías adolece de problemas de clima laboral con el aspecto crítico

que son las remuneraciones, sin embargo, existe un gran grado de compromiso con el servicio o motivación laboral que se debe usar como fortaleza para superar las debilidades.

Cortés (2009) en la tesis de maestría: Diagnostico del Clima Organizacional. Hospital Dr. Luis F. Nachón, de la Ciudad de Xalapa, Veracruz. Universidad Veracruz – México Tuvo como objetivo diagnostica las dimensiones del clima organizacional en el Hospital “Dr. Luis F. Nachón”, de la Ciudad de Xalapa, Veracruz”. La muestra estuvo conformada por los 880 trabajadores del hospital “Dr. Luis F. Nachón”. El tipo de estudio fue descriptivo, transversal y observacional, se realizó un censo, entendiendo por este a la recopilación de datos de una población entera. El instrumento de medición utilizado fue cuestionario para medir CO, donde se preguntan por las variables, que impactan sobre el clima organizacional. En las conclusiones obtenidas que el clima organizacional en el hospital no es satisfactorio, siendo la variable de liderazgo la que mejor calificación obtuvo. El investigador concluye que: De la motivación, prevalece una sensación orgullo de pertenencia. Existe libertad de acción para la realización de su trabajo. El personal se siente realizado profesionalmente. No existe un reconocimiento por el buen desempeño del personal. Las autoridades no favorecen la iniciativa de los Trabajadores. Existe apatía por propuesta para el mejoramiento de la calidad del trabajo. Las condiciones de trabajo no son buenas y no hay preocupación por mejorarlas. De la participación, Ni existe participación entre los diferentes departamentos para el logro de los objetivos, ni un buen espíritu de equipo. No existe flujo de información ya que esto se encuentra concentrado en pocos grupos, limitando el desarrollo de las metas comunes. No existe una postura o actitud que comprometa al cambio por parte del personal operativo, ni del superior.

Hernández (2011) en la tesis de maestría: Propuesta de Creación de un Instrumento de Medición de Clima Organizacional para una Industria Farmacéutica, de la Universidad ICESI – Cali – Colombia. Tuvo como objetivo establecer la metodología para el diseño de un instrumento que permita obtener la información necesaria para realizar el diagnóstico del clima organizacional. El tipo de estudio fue descriptivo cuantitativo. La muestra estuvo conformada por los 71 colaboradores de la empresa farmacéutica. El diseño del instrumento utilizado fue cuestionario diseñado por las autoras de tesis, basado en el marco teórico, donde se identificaron factores preponderante objeto del estudio que fueron acoplados a las características u particularidades de la empresa. Para la validación de instrumentos analizan el contenido y de constructo, cada uno de los ítems quedando validos 53 preguntas, abarcando 3 dimensiones, 10 factores y 22 sub factores cada uno de ellos teóricamente definidos. El investigador concluye que: El recurso humano es el capital empresarial más valioso, ya que es el que posee y desarrolla el know how organizacional; por esta razón se hace imperativo realizar mediciones de clima laboral al interior de las Empresas, ya que esto nos permiten conocer las percepciones de los colaboradores sobre su entorno y realizar intervenciones tanto a nivel de diseño o rediseño de estructuras organizacionales, cambios en el entorno organizacional interno, gestión de programas motivacionales, gestión de desempeño, mejora de sistemas de comunicación interna y externa, mejora de procesos productivos, mejora en los sistemas de retribuciones, etc., intervenciones que apuntan finalmente al cumplimiento del plan estratégico de la Organización. Al contar con un clima organizacional satisfactorio es importante para el logro de los objetivos estratégicos de la organización; cabe resaltar que no es todo lo que se necesita pero es un factor importante que aporta al logro de dichos objetivos, ya

que muchos dependen del compromiso de las personas y si los colaboradores están contentos con el lugar donde trabajan, hacen sus actividades a gusto y son conscientes de su responsabilidad de hacerlo bien, esto traerá consigo que la empresa perdure, se mantenga productiva y en constante mejoramiento y crecimiento.

Rivera, (2010) en la tesis de maestría: "El clima organizacional de unidades Educativas y la puesta en marcha de la reforma Educativa", Tuvo como objetivo describir el clima organizacional en dos unidades educativas de Antofagasta. La muestra estuvo conformada por los 47 docentes en el Liceo José Santos Ossa y 24 en el Colegio Antonio Rendic. El método de estudio fue descriptivo, correlacional. El instrumento de medición utilizado fue test "perfil de una escala" y "REM", que fue aplicado a dos establecimientos de Antofagasta previa validación mediante juicio de expertos. En sus conclusiones obtenidas: La investigación realizada sobre Clima Organizacional y Puesta en Marcha de la Reforma Educativa ha permitido obtener indicios descriptivos del comportamiento específico de dichas variables en las Unidades Educativas Liceo José Santos Ossa y Colegio Antonio Rendic. Dado que se trata de un estudio de dos casos, los resultados obtenidos y las conclusiones de ellos permitieron generalizar el comportamiento de estas variables a otras Unidades Educativas. En el particular contexto de la actualidad Reforma Educativa, afirman que existe relación entre clima organizacional y el logro de objetivos de la organización educativa ya que ambas Unidades Educativas valoran positivamente la implicancia que tiene la actitud y el desempeño, de los docentes y directivos.

Alcalá (2011) en la tesis de maestría: "El clima organizacional en una Institución Pública de Educación Superior. Universidad del Papaloapan Campus Tuxtepec. México. Tuvo como objetivo evaluar el clima organizacional de una Institución

Pública de Educación Superior por medio de la aplicación del cuestionario elaborado por Litwin y Stringer para detectar los factores prevaletentes en la organización. La muestra estuvo conformada por los 111 trabajadores del área administrativa y académica de una Institución Pública Superior. El tipo de estudio fue transversal de tipo correlacional de nivel transversal, toda vez que la administración de instrumento se dio en un solo momento. El instrumento utilizado para la evaluación fue el cuestionario de Litwin y Stringer, el grado de confiabilidad del cuestionario fue de ($\alpha=0.83$) que estuvo formado de 53 ítems distribuidos en nueve dimensiones, cuya escala de respuesta es tipo Likert el cual permitió recoger y describir hechos de la organización mediante la percepción del individuo. El autor concluye que: Los trabajadores de la IPES tiene una buena percepción de la organización en siete de las nueve variables, la percepción regular en las dimensiones conflicto y recompensa. En sus conclusiones obtenidas, que la experiencia está asociada a una mayor seguridad al desempeñar sus actividades diarias, pues los trabajadores conocen los desafíos que imponen su trabajo, y consideran que este no constituye un riesgo para ello. También en relación al departamento al que pertenecen los trabajadores se constató que los profesores investigados obtuvieron una mejor puntuación en las variables responsabilidad y recompensa.

Cifuentes (2012) en la tesis de maestría: Satisfacción Laboral en enfermería en una Institución de Salud de Cuarto nivel de atención. Universidad Nacional de Colombia. Tuvo como objetivo Evaluar el grado de satisfacción laboral de los profesionales de enfermería que trabajan en una institución de salud de cuarto nivel de atención e identificar las características sociodemográfico y laboral que tiene relación con los

factores determinantes de la misma. El diseño de estudio fue descriptivo de tipo transversal. La población, estuvo compuesta de 105 enfermeras/os profesionales que trabajan en los diferentes turnos (mañana, tarde y noche) del área asistencial de una institución de salud de cuarto nivel de atención de la ciudad de Bogotá. El instrumento, utilizado fue mediante cuestionario FontRoja: de medida de satisfacción laboral en el medio hospitalario de Arana y Mira, 1988, quienes autorizaron el empleo de su instrumento para dicha investigación. El cuestionario fue de 24 preguntas valorado mediante escala tipo Likert. En las conclusiones obtenidas: No se hallaron relaciones estadísticamente significativas entre la satisfacción laboral de los profesionales de enfermería en relación con el género, la edad, formación académica y el servicio al cual se haya asignados. En general, los profesionales se hallan satisfechos con los factores de características extrínsecas de estatus y promoción profesional. La insatisfacción laboral está determinada por los aspectos que tiene que ver con la relación interpersonal con los compañeros, la competencia profesional y la monotonía laboral. Con la presión del trabajo y la satisfacción por el trabajo también se obtuvieron puntajes bajos. Las enfermeras son quienes presentan mayor insatisfacción en relación a los hombres. Los hombres enfermeros se hallan más satisfecho con su trabajo, pero presentan mayor presión y tensión en relación con su trabajo.

Romero (2008) en la tesis de maestría: La Satisfacción Laboral de los prestadores de Servicio de Salud como un factor de calidad. Universidad Veracruzana región Xalapa. México. Tuvo como objetivo conocer y analizar los factores asociados al nivel de satisfacción del personal médico y paramédico, que labora en los Centros de Salud de la Ciudad de San Francisco de Campeche, Cap., perteneciente al

instituto de Servicio Descentralizados de Salud Pública del Estado de Campeche. El diseño de estudio, fue descriptivo de tipo transversal. La muestra estuvo compuesta de 100 trabajadores de la base de los Centro de Salud Urbano 18 CSU". El instrumento utilizado fue cuestionario mediante censo a los trabajadores de los Centro de Salud del Municipio de San Francisco de Campeche, cuya finalidad fue conocer la satisfacción en el trabajo de los mismos. En las conclusiones, se obtiene que más del 64% de los prestadores de servicios se encuentran satisfecho en general con respecto a su trabajado y lo que concierne a él. El 67% de los prestadores de servicio de salud se siente satisfechos con las actividades que realiza, con las relaciones profesionales en su ámbito laboral, con la carga de trabajo asignado en su centro de trabajo, con presión que tiene durante la jornada laboral, con la capacitación y desempeño laboral. Asimismo, no se siente satisfecho con reconocimiento de sus superiores, con su remuneración económica, con las instalaciones y las condiciones del equipo e instrumental de los centros de salud.

Fuentes (2012), en la tesis de maestría: Satisfacción Laboral y su Influencia en la Productividad. Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango. Guatemala, en su tesis para obtener el título Psicóloga Industrial/Organizacional. Tuvo como objetivo, establecer la influencia que tiene la satisfacción laboral en la producción del recurso humano. El diseño de estudio, fue descriptivo de tipo transversal. La muestra, estuvo compuesta de 20 trabajadores de la Delegación de Recursos Humanos del Organismo Judicial, que corresponden al 40% de la población del Centro Regional de Justicia de Quetzaltenango. El instrumento fue elaborado por la tesista con una escala de tipo Likert que permitió establecer el nivel de satisfacción laboral, el mismo que fue validado por medio del juicio de tres expertos profesionales en el

área. El autor concluye que: No existen influencias entre la satisfacción laboral y la productividad. Los 20 encuestados manifestaron tener un nivel de satisfacción laboral alto (de 67 a 100 puntos), esto se puede confirmar con los resultados obtenidos en la pregunta N°16 sobre si se siente satisfecho con el trabajo que realiza el cual ayuda a alcanzar los objetivos institucionales, mientras que el 29% respondió que generalmente se siente satisfecho. Según la evaluación que realizaron los jefes inmediatos los empleados de la Delegación son productivos y se siente satisfecho, debido a que el entorno de su trabajo es agradable y el Organismo Judicial le brinda el material y la infraestructura adecuada para llevar a cabo sus funciones de la mejor manera, así mismo les da los beneficios 19 (compensaciones, premios, salarios, prestaciones) a todos los empleados y recibe beneficios extras por ser empleados de una institución pública.

En el escenario nacional

Pelaes (2010) en la tesis de maestría: Relaciones entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en una empresa de servicio telefónicos de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos Lima- Perú, en la tesis para optar el grado académico de Doctor en Ciencias Administrativas. Tuvo como objetivo determinar si existe una relación directa entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en la empresa Telefónica, de manera tal que a medida que se incrementa el nivel del clima organizacional aumentan los niveles de satisfacción de los clientes. El estudio fue descriptivo explicativo. El diseño de la investigación fue descriptivo, correlacionales decir primero se describe las variables consideradas (clima organizacional y satisfacción del cliente). La muestra fue conformada por 200

empleados de la empresa Telefonía del Perú a los que se les aplicó la escala de Clima Organizacional y sus respectivos 200 clientes a los que se les aplicó el Cuestionario de Satisfacción del Cliente. Las técnicas e instrumentos utilizados fueron la observación por encuesta, ya que se aplicó a la muestra seleccionada dos escalas. a), Escala de Clima Organizacional y; b) Cuestionario de Satisfacción previamente válidos. El autor concluye que: En las conclusiones fueron: que comprobaron la Hipótesis Específica que plantearon que existe relación directa entre el clima organizacional (área de relaciones interpersonales y estilo de Dirección) y la satisfacción del cliente en la empresa Telefónica del Perú. La correlación encontrada entre ambas variables fue de 0.36. A medida que mejoran la comprensión e incorporación de los valores colectivos de la organización mejora correlaciona mente la satisfacción del cliente. Asimismo, las relaciones interpersonales mejora correlativamente la satisfacción del cliente.

Becerra (2010) en la tesis de maestría: Influencia del clima organizacional en la gestión institucional de la sede administrativa UGEL N°01-LIMA Sur-2009. De la Universidad Nacional Mayor de San Marcos Lima-Perú, en la tesis, para optar el 20 grado académico de Magister en Educación. Tuvo como objetivo determinar en qué medida influye el Clima Organizacional en la Gestión Institucional de la sede administrativa de la UGEL N°01-Lima Sur 2009. El tipo de investigación fue descriptivo, cuantitativa de corte transversal. El diseño es descriptivo. La población del estudio fue 101 de la Sede Administrativa Unidad de Gestión Local N°01-Lima Sur. La muestra fue 56 de dicha sede. En la técnica de recolección de datos utilizaron el cuestionario. La técnica de muestreo fue el muestreo aleatorio estratificado por etapas. El autor concluye que: En las conclusiones obtenidas consideran elaborar, incrementar y ejecutar programas para mejorar el clima

organizacional, con la intención de proveer herramientas básicas para la buena práctica de un clima favorable y buenas relaciones interpersonales a todos los integrantes de la sede administrativa de la Ugel. 1.- en el clima institucional, expresado en el potencial humano, influye en un 43.8% sobre la gestión institucional de la sede administrativa de la UGEL N° 01 Lima sur, con lo que se cumple con la hipótesis planteada que el clima organizacional se debe elaborar, incrementar, y ejecutar programas para el mejoramiento en la investigación, al 95% de confianza. 2.- El clima institucional, correspondiente en el diseño organizacional, influye en un 43.8% sobre la gestión institucional de la sede administrativa de la UGEL N.º 01 Lima sur, con lo que se cumple con la hipótesis planteada en la investigación, al 95% de confianza. 3.- El clima institucional, expresado en la cultura de la organización influye en un 43.8% sobre la gestión institucional de la sede administrativa de la UGEL N.º 01 Lima sur, con lo que se cumple con la hipótesis planteada en la investigación, al 95% de confianza.

Sánchez (2015) en la tesis de maestría: Influencia de la gestión universitaria en el clima organización un estudio comparativo de tres universidades, de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos Lima- Perú, en la tesis para optar el grado de Magister en Administración con Mención en Gestión Empresarial. Tuvo como objetivo, investigar la correlación existente entre la gestión universitaria, clima y comportamiento organizacional e identificar como las universidades responde la interferencia al ambiente organizacional de tres Universidades: universidad Nacional del Centro del Perú, la Universidad Peruana los Andes y la Universidad Continental de Ciencias e Ingeniería. El método utilizado fue de tipo cuantitativo y 21 cualitativo. El diseño de estudio es transversal, comparativo descriptivo. La muestra fue conformada por 286 personas entre docentes y trabajadores

administrativos de un total de 1,794. En las conclusiones obtenidas que el clima y el comportamiento organizacional, dentro del cual realizan su trabajo. La medición nos indica que los niveles son aceptables, pero no resultan los más propicios para una gestión eficaz. Sin embargo, se ve fortalecido por una percepción favorable en la motivación y consecuencia favorable para las universidades en el estudio; aspectos de excelente potencial para el cambio organizacional.

Alfaro (2012) en la tesis de maestría: Satisfacción Laboral y su Relación con Algunas Variables Ocupacionales en Tres Municipalidades, de la Universidad Pontificia Católica del Perú, en la tesis para optar el grado académico de Magister en Administración Estratégica de Empresas. Tuvo como objetivo optar indicio sobre la situación de la satisfacción laboral en la muestra de municipalidad y proponer explicaciones que permitan entenderlos y mejorarlos. El diseño de la investigación fue no experimental descriptivo y correlacional. La muestra, se compone por 3,179 trabajadores y están distribuidos en las tres municipalidades (A de la Provincia Constitucional del Callao; B y C de Lima Metropolitana). En las técnicas de recolección de datos, la participación de los trabajadores sorteados fue voluntaria. A los asistentes les recalca que la encuesta era completamente anónima, por lo que entregaron de manera separada los formatos. La técnica de muestreo fue el muestreo aleatorio estratificado por etapas. El instrumento utilizado fue el cuestionario “Escala de Opiniones SL-SPC”, elaborado por Sonia.

Valencia (2008) en su tesis de maestría: “Estilo gerenciales y satisfacción laboral” de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos – Lima Perú. Tuvo como objetivo determinar cómo se relaciona los Estilos Gerenciales con la Satisfacción Laboral. La población muestral estuvo compuesta por 481 personas que forma parte del personal administrativo de la Dirección General de Administración de la U.N.M.S.M.

El método de investigación fue descriptivo. El diseño de investigación, empleada es transaccional o transversal con dos variables en relación asociativa y 5 grupos de medición. La técnica de recolección de datos fue a través de encuestas mediante el empleo de dos instrumentos. Estilo Gerencial para el variable 1 independiente y para evaluar la dependencia la variable 2. Cuestionario de Satisfacción Laboral. En sus conclusiones considera que se acepta la hipótesis general al probarse que existe relación significativa entre los estilos gerenciales y la satisfacción laboral en el personal administrativo de la Administración Central de la U.N.M.S.M. entre ambos estilos se relaciona con la satisfacción laboral. Los estilos, autoritario coercitivo y autoritario benevolente, mantienen relaciones más débiles con la satisfacción laboral tanto en los factores e indicadores motivadores como en los higiénicos. Se aceptó la hipótesis específica 1, al probarse que existe un grado de asociación irrelevante o poco significativo entre los estilos gerenciales autoritario-coercitivo y autoritario-benevolente y la satisfacción laboral en el personal administrativo de la Administración Central de la U.N.M.S.M. Esto significa que el estilo gerencial autoritario-coercitivo y autoritario-benevolente se asocia en forma débil con la satisfacción laboral en el personal administrativo de la Administración Central de la U.N.M.S.M.

2.1.1. Descripción de la realidad problemática

En la presente investigación detallamos las causas principales y sus efectos sobre la satisfacción. Los cuales lo graficamos mediante los diagramas de Ishikawa y Pareto .

Diagrama de Ishikawa

Domínguez, sostiene al respecto:

El Diagrama Ishikawa, también llamado diagrama de causa-efecto, se trata de un diagrama que por su estructura también se denomina como: “diagrama de pez”, que consiste en una representación gráfica sencilla en la que puede verse de manera relacional una especie de espina central, que es una línea en el plano horizontal, representado el problema a analizar, que se escribe a su derecha. Es un método gráfico que refleja la relación entre una característica de calidad y los factores que contribuyen a que exista. Es útil para localizar la causa de los problemas (2016, p. 112).

“Una herramienta de gran utilidad para la investigación de las causas del problema es el diagrama de causa-efecto [...], es un método gráfico en donde se representa y analiza la relación entre un efecto (problema) y sus posibles causas” (Gutiérrez, 2010, p. 192).

Para Bernal, el diagrama de Ishikawa es una “gráfica mediante la cual los miembros de un equipo representan, categorizan y evalúan todos los posibles motivos de un resultado o una reacción; por lo general, se expresa como un problema para resolver” (2010, pp.197-198).

Saeger, sostiene al respecto sobre las partes del diagrama de Ishikawa:

- Material: se refiere a todos los aspectos que son consumibles o útiles para el proyecto, como materias primas, papel, agua, electricidad, etc.
- Método: Esto incluye los procedimientos existentes, el flujo de información, investigación y desarrollo, modos de operación, etc.

- Madre Naturaleza: Esto corresponde al medio ambiente, de qué manera tiene un impacto en el proyecto (lugar de trabajo, espacios verdes, etc.)
- Máquina: se refiere al equipo, el hardware, el software, la tecnología, la maquinaria o el equipo de planta necesarios. Esta categoría generalmente requiere inversión.
- Mano de obra: Esto se refiere a los recursos humanos involucrados en el proyecto y las calificaciones del personal.

A continuación, se presenta el Diagrama de Ishikawa cuyos datos se obtuvieron bajo una reunión realizada con el personal y clientes de la corporación agrícola el CAMPESINO E.I.R.L. .Es una técnica de representación gráfica que te permite analizar un fenómeno, problema o hecho y su vínculo con las causas involucradas en su realización (Ayala y Zurita, 2013, p. 274). El resultado de esta técnica ilustra gráficamente la relación entre un problema o efecto y sus antecedentes o causas, distinguiendo en estas últimas los factores más importantes de los menos significativos (Ayala y Zurita, 2013, p. 274).

Se indica la relación entre las variables clima organizacional y satisfacción del cliente, para lo cual, realizamos el diagrama del Ishikawa que se representa a continuación:

Gráfico 1 Diagrama Ishikawa o Causa Efecto

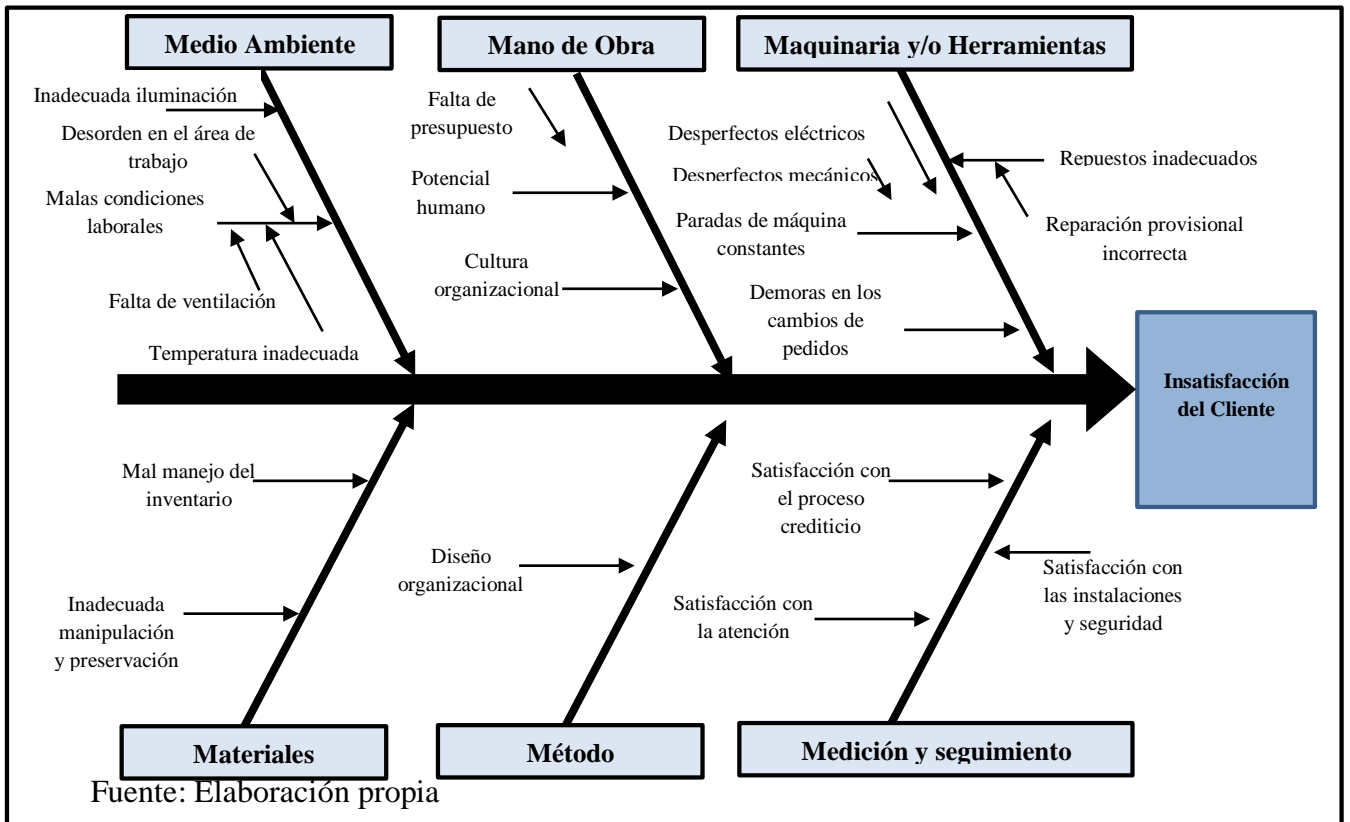


Tabla de fallas

Tomando como punto de referencia en el diagnóstico realizado, se ha tabulado el impacto de cada uno de los factores por frecuencia en base a los indicadores de la variable Clima Organizacional.

Los siguientes datos se obtuvieron bajo una reunión realizada con el personal administrativo de la corporación agrícola el CAMPESINO E.I.R.L.

Tabla 3. Tabla de fallas registradas

CAUSA	FRECUENCIA DE LOS EVENTOS	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Cultura Organizacional	50	30.1204819	30.1204819
Diseño Organizacional	42	25.3012048	55.4216867
Potencial Humano	33	19.8795181	75.3012048
Satisfacción con la atención	11	6.62650602	81.9277108
Satisfacción con el proceso crediticio	8	4.81927711	86.746988
Satisfacción con las instalaciones y seguridad	7	4.21686747	90.9638554
Falta de presupuesto	2	1.20481928	92.1686747
Mal manejo de inventarios	1	0.60240964	92.7710843
Demora en los cambios de pedidos	1	0.60240964	93.373494
Desorden en el área de trabajo	1	0.60240964	93.9759036
Malas condiciones laborales	1	0.60240964	94.5783133
Inadecuada manipulación de materiales	1	0.60240964	95.1807229
Temperaturas inadecuadas	1	0.60240964	95.7831325
Falta de ventilación	1	0.60240964	96.3855422
Paradas de máquinas	1	0.60240964	96.9879518
Desperfectos mecánicos	1	0.60240964	97.5903614
Desperfectos eléctricos	1	0.60240964	98.1927711
Repuestos inadecuados	1	0.60240964	98.7951807
Reparación provisional incorrectos	1	0.60240964	99.3975904
Inadecuada iluminación	1	0.60240964	100
TOTAL	166	100	

Fuente: Elaboración propia.

Diagrama de Pareto

Diagrama de Pareto

Para definir el Diagrama de Pareto, García sostiene al respecto que:

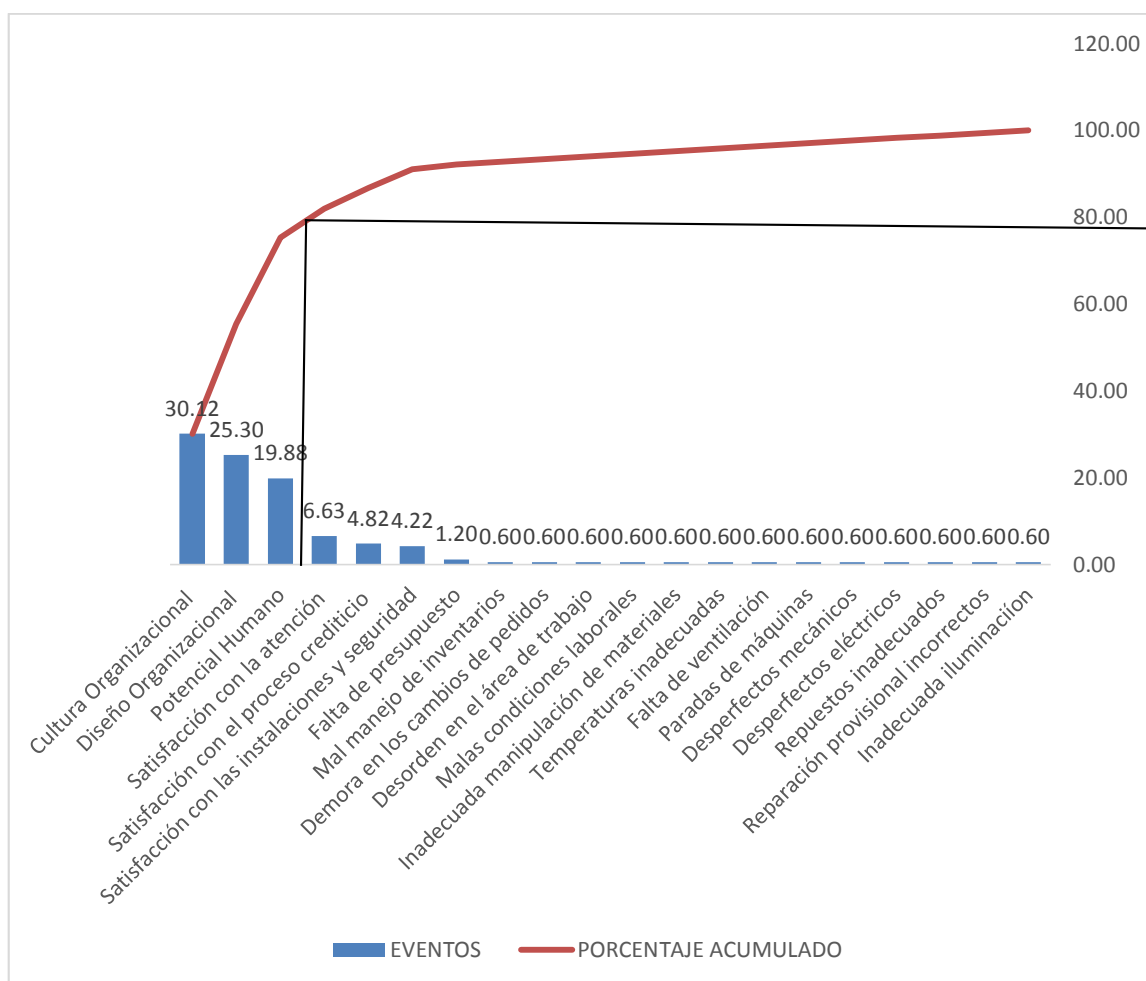
El diagrama de Pareto es una herramienta que permite tomar decisiones sobre qué causas hay que resolver prioritariamente para lograr una mayor efectividad en la resolución de problemas.

Se parte de una regla que plantea que el 80% de los problemas se debe a un 20% de las causas. El diagrama permite identificar el porcentaje de causas sobre el que se debe actuar (2006, p. 11).

Para Bernal, el diagrama de Pareto es una “técnica para estudiar fuentes de problemas y las prioridades relativas de sus causas. Se emplea frecuentemente para evaluar causas de problemas de calidad en programas de total quality management (TQM)” (2010, p.197).

El siguiente gráfico organiza los datos con un orden descendente de izquierda a derecha que permite asignar prioridades y así dar paso a tratar los problemas más relevantes.

Gráfico 2 Diagrama de Pareto



Fuente: Elaboración propia.

Con el diagrama de Pareto (Ver GRÁFICO N° 1) identificamos los problemas más críticos que afectan la **satisfacción del cliente**, como se puede observar; los 3 primeros eventos (cultura organizacional, diseño organizacional y potencial humano) son aproximadamente el 20% de las causas, pero representan el 80% del problema, por lo tanto, observando estas causas podemos atacarlas mediante un buen manejo del clima organizacional, ya que engloba las causas más relevantes.

En el diagrama de Pareto se reporta los principales factores que representan el 80% de la problemática los cuales serían los siguientes: Cultura Organizacional, Diseño Organizacional y Potencial Humano.

Cultura Organizacional: Para Fernández C. (2002), se llama Cultura Organizacional al Conjunto de creencias y de valores compartidos que proporcionan un marco común de referencia, a partir del cual las personas que pertenecen a una organización tienen una concepción más o menos homogénea de la realidad y, por tanto, un patrón similar de comportamientos ante situaciones específicas.

Diseño Organizacional: Las organizaciones buscan adaptarse a su entorno a través de la estrategia, sin embargo, uno de los retos principales es transformar la estrategia en acción, y es a través del diseño organizacional que la organización puede encontrar la mejor forma para alcanzar sus propósitos y maximizar su rendimiento (Cichoki & Irwin, 2011).

Potencial Humano: Cuervo A. (2011), relacionado con el desarrollo personal y la libre decisión de actualizarlo y permitirle una evolución. Evolución que tiene que ver con un proceso infinito de creación y recreación de uno mismo.

Satisfacción con la atención: Philip Kotler, define la satisfacción del cliente como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas".

Brunet (1999), determina que existen tres variables importantes implicadas en la definición del clima organizacional: a) las variables del medio, como el tamaño, la estructura de la organización y la administración de los recursos humanos que son exteriores al empleado, b) las variables personales, como las aptitudes, las actitudes y las motivaciones del empleado, y, c) las variables resultantes, como la satisfacción y la productividad que están influenciadas por las variables del medio y las variables personales. Esta definición reagrupa entonces aspectos organizacionales tales como liderazgo, conflictos, sistemas de recompensas y castigos, el control y la supervisión, así como las particularidades del medio físico de la organización.

En la tesis de Hernández (2010), Estudio Del Clima Organizacional En La Empresa Jmc Comunicaciones Integradas, menciona: durante la primera década del siglo XXI, el escenario donde interactúan las organizaciones, se ha caracterizado por constantes cambios a nivel tecnológico, social, político y especialmente en lo económico, ante la actual crisis financiera mundial, situación que impacta a las organizaciones exigiéndoles flexibilidad, como forma de adaptarse a las demandas del entorno y, especialización para tomar provecho y maximizar sus capacidades y fortalezas. Ante este escenario la organización Corporación Agrícola el Campesino E.I.R.L tiene que adecuarse a los cambios se precisa cambios en la gestión del recurso humano.

Pérez, R. (2012), en su tesis doctoral de la Universidad Nebrija de España, titulada: “El Ambiente Laboral y su incidencia en el desempeño de las organizaciones: estudio para trabajar en las mejores empresa de Colombia”, nos dice: “La institución debe tratar de crear un clima organizacional favorable para que los miembros se sientan a gusto de pertenecer y laborar en ella, tomando en cuenta la importancia de conocer las necesidades y expectativas que presenta cada uno de los trabajadores y de esa manera puedan desenvolverse mejor en su puesto de trabajo”, el autor propone en sus conclusiones el respeto a los trabajadores, y credibilidad en los jefes.

Formulación del problema

Como se ha podido apreciar, el clima organizacional influye notablemente en la eficiencia y productividad de una organización. Por esta razón consideramos de suma importancia llevar a cabo un estudio destinado a comprobar si el clima organizacional de corporación agrícola el CAMPESINO E.I.R.L repercute en la Satisfacción del cliente. Asumimos que las áreas de la empresa con mejor clima organizacional presentarán correlativamente mejores niveles de satisfacción del cliente. Inversamente, las áreas con bajo clima laboral presentarán bajos niveles de satisfacción de sus respectivos clientes.

Problema Principal:

¿Cómo se relaciona el clima organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. -2017?

Problemas Específicos:

1. ¿Cómo se relaciona la cultura organizacional con la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017?
2. ¿Cómo se relaciona el diseño organizacional con la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017?
3. ¿Cómo se relaciona el potencial humano con la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017?

2.2. Objetivos de la investigación

2.2.1. Objetivo General

Determinar cómo se relaciona el clima organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. -2017.

2.2.2. Objetivos Específicos:

1. Determinar cómo se relaciona la cultura organizacional con la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017.
2. Determinar cómo se relaciona el diseño organizacional con la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017.
3. Determinar cómo se relaciona el potencial humano con la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. -2017.

2.3. Hipótesis y las Variables

2.3.1. La Hipótesis Principal

Existe relación directa entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. -2017.

Hipótesis Específicas:

1. Existe relación directa entre la cultura organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017.
2. Existe relación directa entre el diseño organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017.
3. Existe relación directa entre el potencial humano y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. -2017.

2.3.2. Variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

Variable de estudio 1.

- CLIMA ORGANIZACIONAL

Variable de estudio 2.

- SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Capítulo III

Metodología

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de Investigación

La presente investigación es de nivel explicativa. “Su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables. Hernández, Fernández y Baptista (2006, p. 108).

3.1.2. Diseño de Investigación

El diseño aplicado en la investigación es el **No Experimental Transeccional**. De acuerdo al concepto se tiene que: “los diseños no experimentales transeccionales recopilan los datos en un momento único, con el fin de describir variables y analizar la incidencia en un momento dado”. (Sampieri. fc. bl.,. 2010, :154).

Por otra parte, es preciso señalar que el estudio depende en gran parte de los recursos tiempo y económicos con los que se contaron. “El diseño ideal de un modelo es el que genera la máxima cantidad de información con el mínimo gasto de tiempo y recursos” (Wimmer, R.,Dominick, J. 1996).

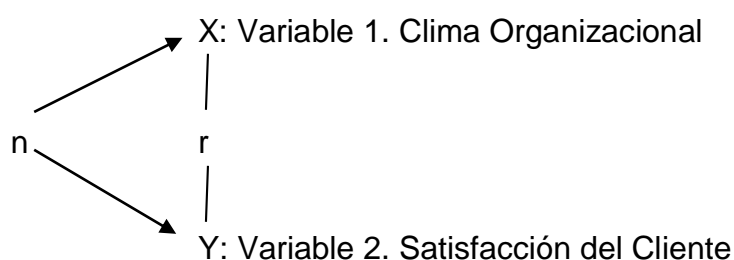
En cuanto al diseño, Malhotra (2004:74) plantea que éste es “una estructura o plano para llevar a cabo el proyecto de investigación. Un buen diseño asegurará que el

proyecto se lleve a término de manera efectiva”. El autor propone cinco componentes.

1. Definir la información requerida, es decir, los conceptos que se incluyen en el estudio, estatutos y reglamentos municipales, es el marco teórico de nuestra investigación.
2. Planear las fases del estudio, en este caso, corresponde a un estudio correlacional.
3. Construir un cuestionario o una forma apropiada para la recolección de datos, el que se incluyó una Escala de Likert.
4. Especificar el proceso de muestreo y el tamaño de la muestra.
5. Desarrollar un plan de análisis de datos; a cada afirmación se le asigna un valor y después los resultados se ingresan en el programa estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).

El diseño de investigación es correlacional transversal, ya que examina la relación o asociación existente entre dos o más variables, en la misma unidad de investigación o sujetos de estudio, y transversal, y que estudian un aspecto de desarrollo de los sujetos en un momento dado.

El esquema correlacional utilizado es el siguiente:



Dónde:

n = Muestras tomadas para Observaciones.

Y = Variable 2: Satisfacción del Cliente

X = Variable 1: Clima Organizacional

r = Correlación.

La correlación calculada es :0.453

3.2. Método de investigación

Se utilizó el Método cuantitativo, recoge información empírica de cosas o aspectos que se pueden contar, pesar o medir, objetiva y que por su naturaleza siempre arroja números como resultados. Su diseño incluye la formulación de hipótesis que se traducen en variables, las que a su vez se traducen en indicadores cuantificables. La investigación termina con datos numéricos. Es muy fuerte en cuanto a la precisión acerca del fenómeno mismo, pero es débil en cuanto al papel del contexto o ambiente en la generación de esos datos.

3.3. Población y Muestra

3.3.1. Población

Según Salkind (1998). "Una población es un grupo de posibles participantes al cual usted desea generalizar los resultados del estudio" (p. 96).

La población para el presente trabajo de investigación está conformada por los trabajadores de la corporación agrícola el CAMPESINO E.I.R.L y los

clientes respectivamente, haciendo un total de 100 individuos para el estudio de investigación.

Ésta población se va a segmentar en dos grupos:

Grupo N° 1

La corporación agrícola el CAMPELINO E.I.R.L cuenta con 49 trabajadores.

Los cuales lo detallamos en la siguiente Tabla.

Tabla N° 4: Composición laboral de Corporación agrícola Campesino EIRL.

N°	CARGOS CLASIFICADOS Y/O ESTRUCTURAL	TOTAL
01	GERENCIA Secretaria I	01
02	OFICINA DE ADMINISTRACION Gestor Administrativo Secretaria II Trabajador de Servicio Técnico en Seguridad Cajero	01 01 02 06 01
03	DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN Gestor Agropecuario Técnicos Agropecuarios	01 05
04	DEPARTAMENTO DE VENTAS Distribuidores y o vendedores	14
05	DEPARTAMENTO DE LOGÍSTICA Gestor logístico Asistentes Logístico Estibadores	04 03 06
06	MANTENIMIENTO Operarios	04
	TOTAL COLABORADORES	49

Fuente: Elaboración propia.

Grupo Nº 2

La corporación agrícola el CAMPESINO E.I.R.L cuenta con 51 clientes habituales.

Lo que constituye una población de 100 individuos, para lo cual se detalla en la siguiente Tabla:

Tabla 5: Población de la corporación agrícola el CAMPESINO E.I.R.L.

Descripción	Individuos
Grupo Nº 1 (V. Independ.)	49 colaboradores
Grupo Nº 2 (V. Depend.)	51 clientes
POBLACIÓN	100 individuos

Fuente: Elaboración propia.

3.3.2. Muestra

En estadística, una muestra es un subconjunto de casos o individuos de una población estadística.

Las muestras se obtienen con la intención de inferir propiedades de la totalidad de la población, para lo cual deben ser representativas de la misma. Para cumplir esta característica la inclusión de sujetos en la muestra debe seguir una técnica de muestreo. En tales casos, puede obtenerse una información similar a la de un estudio exhaustivo con mayor rapidez y menor coste (véanse las ventajas de la elección de una muestra, más abajo).

Por otra parte, en ocasiones, el muestreo puede ser más exacto que el estudio de toda la población porque el manejo de un menor número de

datos provoca también menos errores en su manipulación. En cualquier caso, el conjunto de individuos de la muestra son los sujetos realmente estudiados.

El número de sujetos que componen la muestra suele ser bastante inferior a la población total, aunque suficiente grande como para que la estimación de los parámetros determinados tenga un nivel de confianza adecuado. Para que el tamaño de la muestra sea idóneo es preciso recurrir a su cálculo.

En este caso la muestra es:

- Variable Independiente: $n = 30$ individuos y
- Variable dependiente: $n = 30$ individuos

Muestreo aleatorio simple, Para el cálculo de tamaño de muestra cuando el universo es finito, es decir contable y la variable de tipo categórica, primero debe conocer " N " ó sea el número total de casos esperados. Usaremos el siguiente estadígrafo:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

n = Tamaño de la población

N = Total de la población

Z_{α} = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

p = proporción esperada

q = $1 - p$ (en este caso $1 - 0.5 = 0.5$)

d = precisión (en esta investigación usaremos un 5%) $n_i = n / L$

Este procedimiento, permite encontrar las muestras de los dos grupos de subpoblaciones (colaboradores y clientes) definidas, sin importar el peso que tienen esos estratos en la población. (Izcara, P.S.P., 2007: 61).

**MUESTREO ALEATORIO SIMPLE PARA CADA GRUPO POBLACIONAL
(VARIABLES)**

ESTRATO L	POBLACIÓN N	ESTADÍGRAFO $n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N-1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$	MUESTRA n
GRUPO N° 1 Colaboradores (V. Independ.)	N₁ = 49	$n = \frac{49 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.05^2 * (49-1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95}$	n ₁ =29.5604 n₁ = 30
GRUPO N° 2 Clientes (V. Depend.)	N₂ = 51	$n = \frac{51 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.05^2 * (51-1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95}$	n ₂ =30.266 n₂ =30
TOTAL	N = 100		

Unidad de análisis: trabajador y cliente de corporación agrícola el CAMPESINO E.I.R.L

3.4. Técnicas de recolección de datos

Para el presente estudio se utiliza la técnica de la encuesta.

3.4.1 Encuesta. Es la principal técnica utilizada en la presente investigación.

Según Briones (1990:56) una encuesta se define como “un conjunto de técnicas

destinadas a recoger, procesar y analizar informaciones que se dan en unidades o en personas de un colectivo determinado”. El autor plantea que esta forma de recoger información de un conjunto de personas en un momento determinado, equivale a una “fotografía instantánea de tal modo que la imagen captada corresponde a un tiempo determinado” (Briones ,1990:56). También se consideró en la elaboración del cuestionario las seis etapas de la encuesta, señaladas por el autor mencionado anteriormente.

1. Cobertura de la encuesta: consiste en definir la población a la que se les administró el cuestionario.

2. Construcción del instrumento: preparación del cuestionario para la medición en forma más precisa de las variables.

3. Trabajo de campo: es decir, se elige la forma de administrar la encuesta, en el estudio no se utilizaron entrevistadores externos, sino que a cada persona se le entregó un sobre con una carta explicativa, la encuesta y una tarjeta que contenía las alternativas de respuestas.

4. Crítica y procesamiento de la información: una vez que se recolectó la información, se revisaron las preguntas, cuántas fueron respondidas y cuáles no, y luego se realizó la codificación de toda la información obtenida.

5. Análisis e interpretación de los resultados: última etapa metodológica de la encuesta, se analizaron los datos mediante un programa estadístico (SPSS,) en el que se calcularon las frecuencias y promedios.

El diseño puede variar, de uno simple a uno más complicado, éste contó con los siguientes procedimientos: la recopilación y el análisis de los datos obtenidos durante el estudio. Es por eso que se utilizó en esta investigación el programa estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) para el análisis de las encuestas, esto con el fin de evitar errores.

3.5. Confiabilidad

La confiabilidad tipo consistencia interna se refiere al grado en que los ítems, puntos o reactivos que hacen parte de una escala se correlacionan entre ellos, la magnitud en que miden el mismo constructo. (Hebson, 2001). Los valores son aceptables cuando son iguales o superiores a $\alpha=0,70$ y menores o iguales a $\alpha=0,90$.

A continuación, se tiene el puntaje obtenido de los ítems del instrumento evaluado por los expertos, que se observa en el anexo 03.

N°	APELLIDOS Y NOMBRES DE EXPERTO	PUNTAJE(%)
01	LEÓN PULIDO , ZONIA	95
02	ACOSTA SOLORZANO, WILLIAMS	95
03	ESCOBEDO APESTEGUI, FRANKLIN M.	95
	PROMEDIO	95

COEFICIENTE DE VALIDEZ DE LA PRUEBA DE AIKEN

ITEM	EXPERTOS			S	V
	1	2	3		
1	0,95	0,95	0,95	2.85	0.95
2	0,95	0,95	0,95	2.85	0.95
3	0,95	0,95	0,95	2.85	0.95
4	0,95	0,95	0,95	2.85	0.95
5	0,95	0,95	0,95	2.85	0.95
6	0,95	0,95	0,95	2.85	0.95
7	0,95	0,95	0,95	2.85	0.95
8	0,95	0,95	0,95	2.85	0.95
9	0,95	0,95	0,95	2.85	0.95
10	0,95	0,95	0,95	2.85	0.95

S

Coeficiente de Validez de AIKEN (V): $V = \frac{S}{n(c-1)}$

Donde:

S = La sumatoria de si

si = Valor asignado por el juez

n = Número de jueces

c = Número de valores de la escala de valoración (acuerdo y desacuerdo, 2 en este caso).

Reemplazando:

$$V = \frac{2.75}{(3(2-1))} = 0.95$$

Los Jueces que validaron la prueba fueron tres, todos ellos docentes de reconocida trayectoria con grado de Magister, los ítems validados muestran un completo acuerdo entre los jueces en un 0.95 (Escrura, LM, 1991). La V de Aiken arroja un 95.00 %

Por tanto, se concluye que la prueba es válida.

VALIDEZ DEL INSTRUMENTO POR JUECES DE EXPERTOS CON LA PRUEBA BINOMIAL

	1	2	3	X	P
1	1	1	1	3	1,00
2	1	1	1	3	1,00
3	1	1	1	3	1,00
4	1	1	1	3	1,00
5	1	1	1	3	1,00
6	1	1	1	3	1,00
7	1	1	1	3	1,00
8	1	1	1	3	1,00
9	1	1	1	3	1,00
10	1	1	1	3	1,00
					10,00

Fuente: Fuente: Elaboración propia.

Capítulo IV

Resultados y discusión

En el presente capítulo se procederá analizar los resultados obtenidos, producto de la aplicación de los cuestionarios para medir el clima organizacional y la satisfacción del cliente.

En la tesis de Echegaray, V. (2014), para la hipótesis general se observa un coeficiente de correlación r igual a 0,5467 y un nivel de significancia P igual a 0,0232. En la cual existe relación directa entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente de la CMAC Tacna, de manera tal que a medida que se incrementa el nivel del clima organizacional aumentarán los niveles de satisfacción de los clientes.

En nuestra investigación para la hipótesis general aplicando el coeficiente de correlación de Pearson (0,453) se obtuvo como el valor $p = 0.000 < 0.05$, es decir que se rechaza la hipótesis nula y por consecuencia se acepta la hipótesis alternativa, es decir que existe relación directa entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. -2017.

En la tesis de Echegaray, V. (2014), para la hipótesis específica 1, se observa un coeficiente de correlación r igual a 0,5615 y un nivel de significancia P igual a 0,0247, Existe relación directa entre la cultura organizacional y la satisfacción del cliente de la CMAC Tacna.

En nuestra investigación para la hipótesis específica 1 aplicando el coeficiente de correlación de Pearson (0.507) se obtuvo como el valor $p = 0.000 < 0.05$, es decir que se rechaza la hipótesis nula y por consecuencia se acepta la hipótesis alternativa, es decir que existe relación directa entre la cultura organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017.

En la tesis de EcheGARAY, V. (2014), para la hipótesis específica 2 se observa un coeficiente de correlación r igual a 0,5467 y un nivel de significancia P igual a 0,0232, Existe relación directa entre el diseño organizacional y la satisfacción del cliente de la CMAC Tacna.

En nuestra investigación para la hipótesis específica 2, aplicando el coeficiente de correlación de Pearson (0.484) se obtuvo como el valor $p = 0.000 < 0.05$, es decir que se rechaza la hipótesis nula y por consecuencia se acepta la hipótesis alternativa, es decir que existe relación directa entre el diseño organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. -2017.

En la tesis de EcheGARAY, V. (2014), para la hipótesis específica 3 se observa un coeficiente de correlación r igual a 0,4789 y un nivel de significancia P igual a 0,0499, Existe relación directa entre el potencial humano y la satisfacción del cliente de la CMAC Tacna.

En nuestra investigación para la hipótesis específica 3, Aplicando el coeficiente de correlación de Pearson (0.433) se obtuvo como el valor $p = 0.000 < 0.05$, es decir que se rechaza la hipótesis nula y por consecuencia se acepta la hipótesis alternativa, es decir que existe relación directa entre el potencial humano y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017.

4.1. RESULTADOS DE ENCUESTA

Aspectos Generales

Tabla 6.

Percepción de los trabajadores del clima organizacional en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. -2017.

Niveles	f	%
Positiva	4	13.4
Tendencia Positiva	13	43.3
Tendencia Negativa	10	33.3
Negativa	3	10.0
N	30	100.0

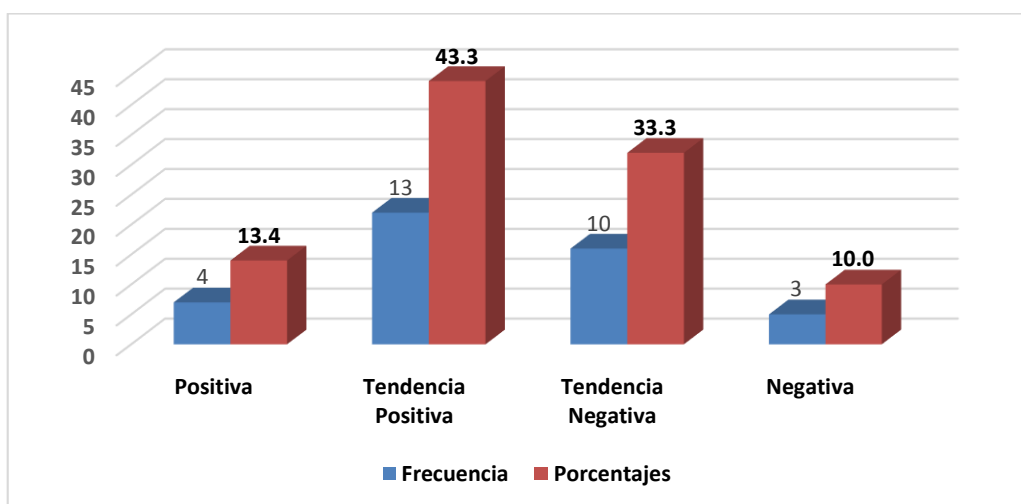


Figura 1. *Percepción de los trabajadores del clima organizacional en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. 2017.*

Interpretación: En la figura 1, percepción de los trabajadores del clima organizacional en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. 2017, el 43.3% ubican con una tendencia positiva, mientras que el 33.3% tendencia negativa, 13.4% positiva, y el 10.0% negativa. De una muestra de 30 trabajadores.

Tabla 7.

Percepción de los trabajadores de la cultura organizacional en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. - 2017.

Niveles	f	%
Positiva	4	13.3
Tendencia Positiva	10	33.3
Tendencia Negativa	11	36.7
Negativa	5	16.7
n	30	100.0

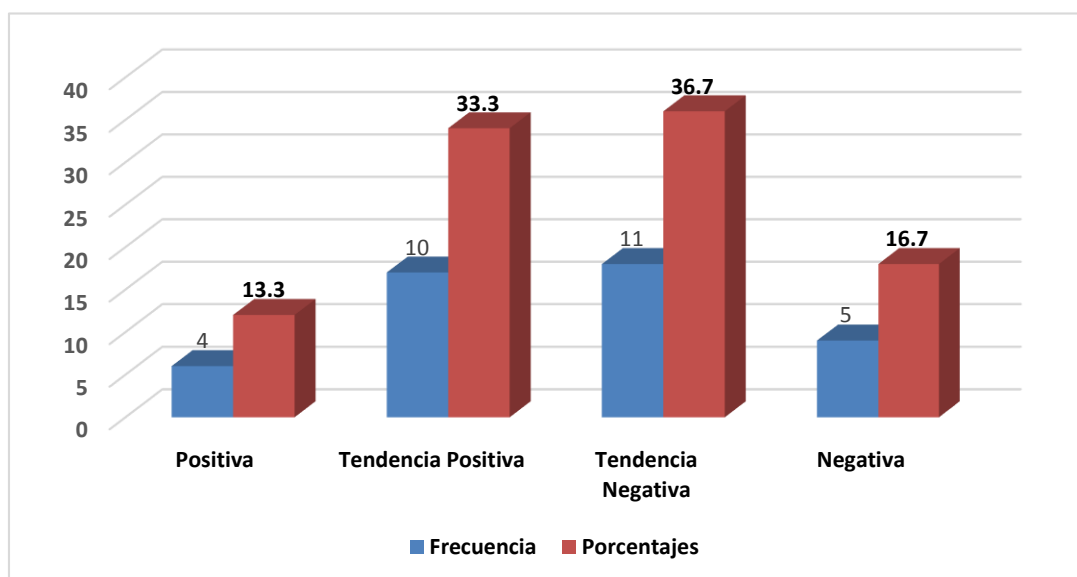


Figura 2. Percepción de los trabajadores de la cultura organizacional en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. 2017.

Interpretación: En la figura 2, percepción de los trabajadores de la cultura organizacional en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. 2017, el 36.7% ubican con una tendencia negativa, mientras que el 33.3% tendencia positiva, 16.7% negativa, y el 13.3% positiva. De una muestra de 30 trabajadores.

Tabla 8.

Percepción de los trabajadores del diseño organizacional en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017.

Niveles	f	%
Positiva	4	13.3
Tendencia Positiva	15	50.0
Tendencia Negativa	8	26.7
Negativa	3	10.0
n	30	100.0

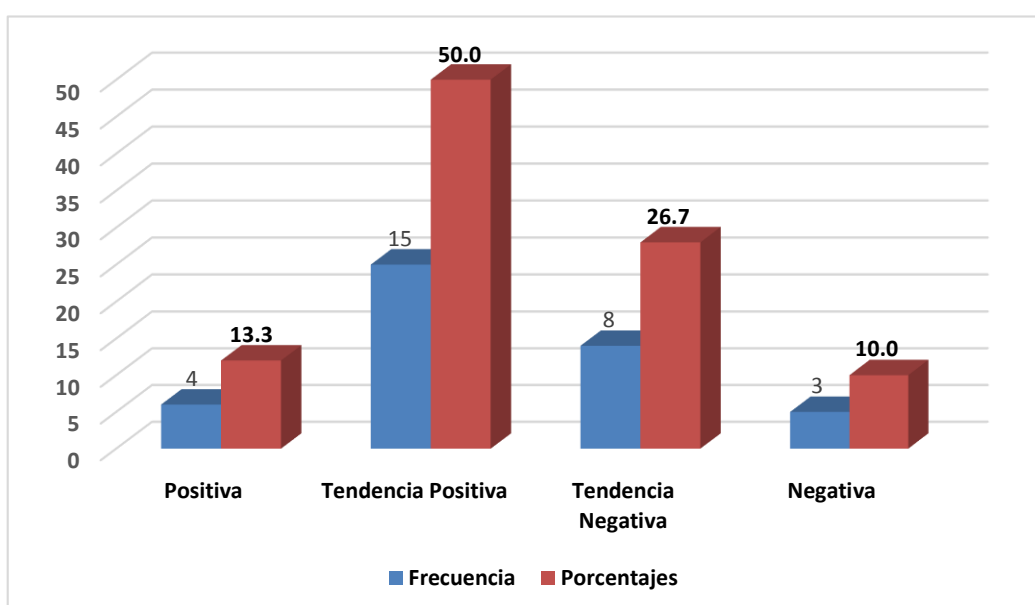


Figura 3. Percepción de los trabajadores del diseño organizacional en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017.

Interpretación: En la figura 3, percepción de los trabajadores del diseño organizacional en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017, el 50.0% ubican con una tendencia positiva, mientras que el 26.7% tendencia negativa, 13.3% positiva, y el 10.0% negativa. De una muestra de 30 trabajadores.

Tabla 9.

Percepción de los trabajadores del potencial humano en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017.

Niveles	f	%
Positiva	5	16.7
Tendencia Positiva	17	56.7
Tendencia Negativa	6	20.0
Negativa	2	6.6
n	30	100.0

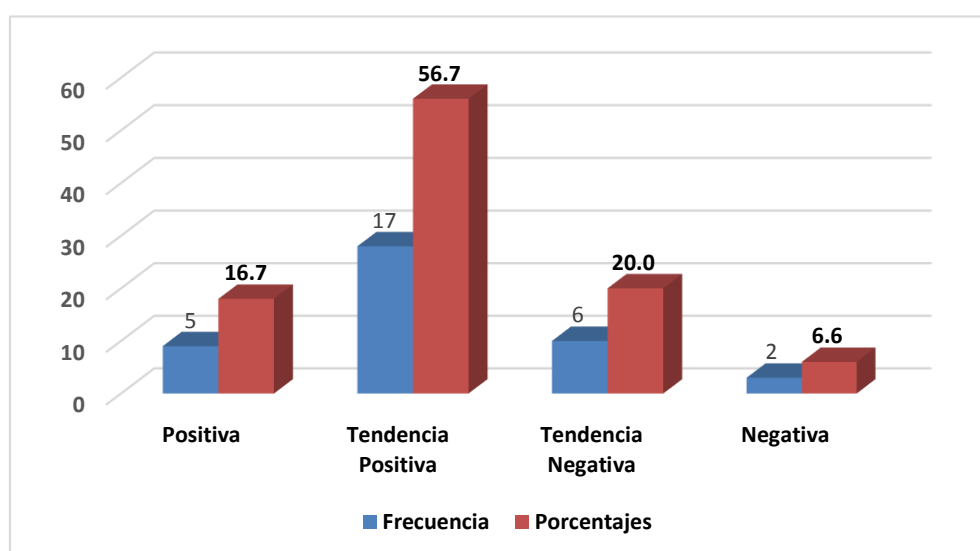


Figura 4. Percepción de los trabajadores del potencial humano en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. -2017.

Interpretación:

En la figura 4, percepción de los trabajadores del potencial humano en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017, el 56.7% ubican con una tendencia positiva, mientras que el 20.0% tendencia negativa, 16.7% positiva, y el 6.6% negativa. De una muestra de 30 trabajadores.

Tabla 10.

Percepción de la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. -2017.

Niveles	f	%
Muy Buena	5	16.7
Buena	15	50.0
Mala	8	26.7
Muy Mala	2	6.6
n	30	100.0

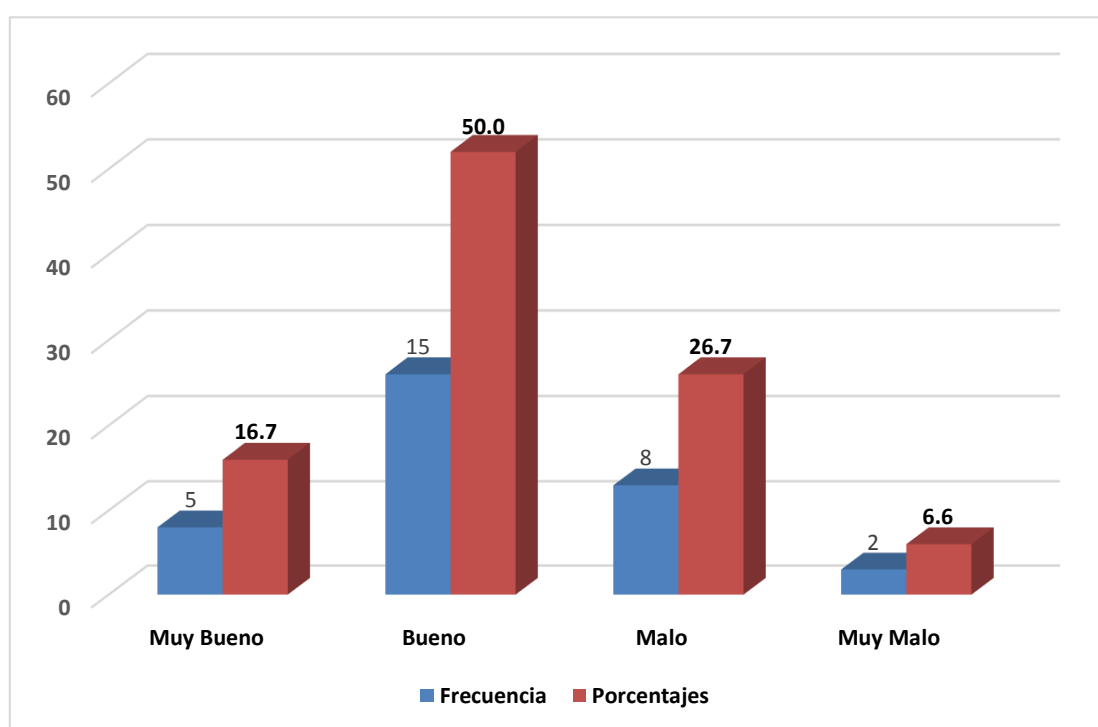


Figura 5. Percepción de la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017.

Interpretación:

En la figura 5, percepción de la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. 2017., el 50,0% ubican con un nivel bueno, mientras que el

26.7% muestra un nivel malo, seguidamente el 16.7% manifiesta un nivel muy bueno, y una minoría el 6.6% considera como muy malo. De una muestra de 30 trabajadores.

4.2. Contraste de la hipótesis

4.2.1 Hipótesis general

Planteo de hipótesis Principal:

Hipótesis Nula (Ho):

No existe relación directa entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017.

Hipótesis alterna (Ha):

Existe relación directa entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. -2017.

Regla de contraste de hipótesis

La contrastación de hipótesis se realizó mediante el Valor $p = 0.05$. Si en la colecta y procesamiento de los datos se halla un Valor $p > 0.05$, se aceptará la hipótesis nula (Ho). Pero si en la colecta y procesamiento de los datos se halla un Valor $p \leq 0.05$, se aceptará la hipótesis alternativa (Ha).

Tabla 11.

Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente.

		Clima organizacional
Satisfacción del cliente.	Correlación de Pearson	,453
	Valor p (bilateral)	,000
	n	30

Interpretación

Aplicándose el coeficiente de correlación de Pearson se obtuvo como el valor $p = 0.000 < 0.05$, es decir que se rechaza la hipótesis nula y por consecuencia se acepta la hipótesis alternativa, es decir que existe relación directa entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. -2017.

4.2.2 Contraste de hipótesis específicas

Hipótesis específica 1

Planteo de hipótesis

Hipótesis Nula (Ho):

No existe relación directa entre la cultura organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. 2017.

Hipótesis alterna (Ha):

Existe relación directa entre la cultura organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. 2017.

Regla de contraste de hipótesis

La contrastación de hipótesis se realizó mediante el Valor $p = 0.05$. Si en la colecta y procesamiento de los datos se halla un Valor $p > 0.05$, se aceptará la hipótesis nula (H_0). Pero si en la colecta y procesamiento de los datos se halla un Valor $p \leq 0.05$, se aceptará la hipótesis alternativa (H_a).

Tabla 12.

Relación entre la cultura organizacional y la satisfacción del cliente.

		Cultura organizacional
Satisfacción del cliente.	Correlación de Pearson	,507
	Valor p (bilateral)	,000
	n	30

Interpretación

Aplicándose el coeficiente de correlación de Pearson se obtuvo como el valor $p = 0.000 < 0.05$, es decir que se rechaza la hipótesis nula y por consecuencia se acepta la hipótesis alternativa, es decir que existe relación directa entre la cultura organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017.

Hipótesis específica 2

Planteo de hipótesis

Hipótesis Nula (Ho):

No existe relación directa entre el diseño organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. 2017.

Hipótesis alterna (Ha):

Existe relación directa entre el diseño organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017.

Regla de contraste de hipótesis

La contrastación de hipótesis se realizó mediante el Valor $p = 0.05$. Si en la colecta y procesamiento de los datos se halla un Valor $p > 0.05$, se aceptará la hipótesis nula (Ho). Pero si en la colecta y procesamiento de los datos se halla un Valor $p \leq 0.05$, se aceptará la hipótesis alternativa (Ha).

Tabla 13.

Relación entre el diseño organizacional y la satisfacción del cliente.

		Diseño organizacional
Satisfacción del cliente.	Correlación de Pearson	,484
	Valor p (bilateral)	,000
	n	30

Interpretación

Aplicándose el coeficiente de correlación de Pearson se obtuvo como el valor $p = 0.000 < 0.05$, es decir que se rechaza la hipótesis nula y por consecuencia se acepta la hipótesis alternativa, es decir que existe relación directa entre el diseño organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. -2017.

Hipótesis específica 3

Planteo de hipótesis

Hipótesis Nula (Ho):

No existe relación directa entre el potencial humano y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017.

Hipótesis alterna (Ha):

Existe relación directa entre el potencial humano y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017.

Regla de contraste de hipótesis

La contrastación de hipótesis se realizó mediante el Valor $p = 0.05$. Si en la colecta y procesamiento de los datos se halla un Valor $p > 0.05$, se aceptará la hipótesis nula (Ho). Pero si en la colecta y procesamiento de los datos se halla un Valor $p \leq 0.05$, se aceptará la hipótesis alternativa (Ha).

Tabla 14.

Relación entre el potencial humano y la satisfacción del cliente.

		Potencial humano
Satisfacción del cliente.	Correlación de Pearson	,433
	Valor p (bilateral)	,000
	n	30

Interpretación

Aplicándose el coeficiente de correlación de Pearson se obtuvo como el valor $p = 0.000 < 0.05$, es decir que se rechaza la hipótesis nula y por consecuencia se acepta la hipótesis alternativa, es decir que existe relación directa entre el potencial humano y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017.

Conclusiones

Según los resultados obtenidos en el estudio de investigación “**RELACIÓN ENTRE EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA CORPORACIÓN AGRICOLA EL CAMPESINO E.I.R.L.-2017**”, se llega a las siguientes conclusiones:

1. Con respecto a la hipótesis general. Se evidenció que existe relación directa entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017. Correlación Pearson positiva media de 0.453.
2. Con respecto a la hipótesis específica 1. Se evidenció que existe relación directa entre la cultura organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. -2017. Correlación Pearson positiva media de 0.507.
3. Con respecto a la hipótesis específica 2. Se evidenció que existe relación directa entre el diseño organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. -2017. Correlación Pearson positiva media de 0.484.
4. Con respecto a la hipótesis específica 3. Se evidenció que existe relación directa entre el potencial humano y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. -2017. Correlación Pearson positiva media de 0.433.

Recomendaciones

Ante los planteamientos expuestos en la presente investigación se presentan las siguientes recomendaciones:

- 1.** Se recomienda proseguir las investigaciones sobre clima organizacional y la satisfacción del cliente, aplicando los cuestionarios a diferentes segmentos de la población.
- 2.** La cultura organizacional debe ser fortalecida, ya que existe la mayor correlación lineal con la satisfacción del cliente. Se recomienda que las metas a corto plazo deben ser evaluados permanentemente para alcanzar los objetivos del plan estratégico acorde con la misión y visión de la organización.
- 3.** Se recomienda dinamizar el diseño organizacional, no puede permanecer estático en el tiempo, la innovación en este sector debe ser constante.
- 4.** El potencial humano se desarrolla mediante capacitaciones, seminarios y congresos. El recurso humano de la empresa no puede permanecer dentro de la obsolescencia. Cuando el activo fijo se desarrolla conjuntamente con las capacitaciones hay mayor productividad y competitividad empresarial.

Referencias Bibliográficas

Alcalá, E. (2011). El clima organizacional en una institución pública de Educación Superior. Recuperado de Universidad del Papaloapan Campus Tuxtepec México.

http://www.unpa.edu.mx/tesis_Tux/tesis_digitales/TESIS%20FINALMONSERRAT.pdf.

Alfaro, C. (2012). Metodología de investigación científica aplicado a la Ingeniería. Recuperado de:

http://www.unac.edu.pe/documentos/organizacion/vri/cdcitra/Informes_Finales_Investigacion/IF_abril_2012/if_alfaro%20rodriguez_fiee.pdf.

Álvarez S. (2001). *La cultura y el clima organizacional como factores relevantes en la eficacia del instituto de oftalmología*. Abril-agosto 2001 (tesis doctoral) Lima Perú: Universidad Mayor de San Marcos;2001.

Arias W., Arias G., *Relación entre el Clima Organizacional y la Satisfacción Laboral en una Pequeña Empresa del Sector Privado*. Scielo. Dic. 2014. vol.16 no.51. Citado 13 Set 2013. Disponible desde:

http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-244920140003000.

Arias W. (2013). *Clima organizacional en ocho empresas de Arequipa*. Ilustro. 2013; 4:39-56.

Arias y Jiménez, (2007). *Factores del clima organizacional influyentes en la satisfacción laboral de enfermería, concerniente a los cuidados intensivos neonatales del Hospital Nacional de Niños, 2004*.

Anderson, P. F. (2002). Marketing, Strategic Planning and the Theory of the Firm. *Journal of Marketing*, 46 (Spring), 15-26.

- Argyris, Ch. (1964). *Integrating the individual and the organization*. Pág. 7.
- Ayala y Zurita, (2013). *diagrama de causa-efecto, de espina de pescado o de Ishikawa*. Recuperado de:
<http://www.udla.cl/portales/tp6c6191b55q52/uploadImg/File/autoaprendizaje/Ficha%205%20Diagrama%20de%20causa-efecto.pdf>.
- Becerra (2010), Influencia del clima organizacional en la gestión institucional de la sede administrativa UGEL N°01-LIMA Sur-2009. De la Universidad Nacional Mayor de San Marcos Lima-Perú, en la tesis, para optar el grado académico de Magister en Educación
- Bennis, W; NANUS, B. (1995). *Líderes: las cuatro claves del liderazgo eficaz*. Colombia: Norma.
- Briones, G., (1990). *Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales*. Pág. 56
- Brown, W.; Moberg, D. (1990). *Teoría de la organización y la administración*. México: Noriega – Limusa.
- Brunet L. (2004). *El clima de trabajo en las organizaciones. Definiciones, diagnóstico y consecuencias*. México: Trillas.
- Brunet, L. (1999). *El clima de trabajo en las organizaciones (Tercera ed.)*. México, D.F.: Trillas, S.A.
- Cabrera, G. (1999). *Clima organizacional de las empresas chilenas*. Revista de Psicología Social e institucional, 1 (2). Santiago de Chile.
- Carballo A., Romeo H., Ávalos M., (2015). *Clima organizacional y satisfacción laboral en el personal operativo federal del programa caravanas de la salud en tabasco, Hitos de Ciencias Económico Administrativas*.2015En. Citado 10 set. 2016; (59): 43-52. Disponible desde:

file:///C:/Users/Administrador/Downloads/1011-3866-1-PB%20(3).pdf.

Carrasco (2005), *la muestra probabilística intencionada*.

Castillo, J.J.; Prieto, C. (1990). *Condiciones de trabajo, un enfoque renovador de la sociología del trabajo*. Madrid: CIS.

Cichocky, P. & Irwin, C. (2011). *Organization design. A guide to building effective organizations*. London, UK: Kogan Page Limited, 2011.

Cifuentes, J (2012). Satisfacción Laboral en Enfermería en una Institución de Salud de Cuarto Nivel de Atención. Universidad Nacional de Colombia: Honduras.

Cifuentes, J., N., (2012). Satisfacción Laboral en enfermería en una Institución de salud de cuarto nivel de atención. (Tesis para obtener el grado de Magister en Enfermería), de la Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de: <http://www.bdigital.unal.edu.co/8907/1/539680.2012.pdf>

Chávez, N. (2001). *La imagen corporativa “Teoría y metodología de la identificación institucional”*. Pág.6.

Chiavenato I. (1989). *Introducción a la teoría general de la administración*. México: McGraw – Hill Interamericana.

Chiavenato, I. (1996). *Administración de recursos humanos* (5.a ed.). Bogotá.

Chruden, H., Sherman, A. (1997). *Administración de personal*. Pág. 302-304.

Comité Técnico de Clima Organizacional (2009). *Metodología para el estudio del clima organizacional*: Documento técnico/Ministerio de Salud. Lima: Ministerio de Salud.

Cortés, N., (2009). Diagnóstico del clima organizacional. Hospital Dr. Luis F. Nachón. Xalapa. (Tesis para obtener el grado de Maestra en Salud Pública),

- de la Universidad Veracruzana - México. Recuperado de:
<http://www.uv.mx/msp/files/2012/11/coleccion8NelsyCortesJ.pdf>
- Cottle, D. W. (1999). *Client-Centered Service: How to Keep Them Coming Back for More*, John Wiley and Sons, Nueva York.
- Cuervo A.(2011). las competencias “del ser” del gerente del talento humano y su evidencia en los procesos de evaluación de desempeño, selección y capacitación en un grupo de empresas manizaleñas. Universidad de Manizales.
- Cruz Cordero, T. (2003). *Motivación y satisfacción laboral*. La experiencia de una empresa productiva. La Habana, Cuba: Siglo XXI.
- Davis, K. y Newstrom, J. (1999). *Comportamiento humano en el trabajo*. Pág 304.
- Dayinel,, et al.(2008). *Evaluación del clima y cultura organizacional del Centro de Rehabilitación Neuromuscular*.
- Da Silva, R. O. (2002). *Teorías de la administración*. Internacional Thomson Editores.
- Dessler. G. (1980). *Organización y administración de empresas*. Colombia: Prentice Hall.
- Dessler, G., (1979). *Organización y Administración, enfoque situacional*.
- Dessler, G. (1979). *Organización y Administración*. Pág. 183.
- Echegaray, V. (2014), tesis de maestría. *Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente de la CMAC TACNA en el año 2013*.
- Elasri, Triadó, Aparicio (2015). *La satisfacción de los clientes de los centros deportivos municipales de Barcelona*.
- Hernández, Fernández y Baptista. (2014). *Metodología de la investigación*. (6a ed.) México: Mc Gram - Hill.

- Hernández, V. Fernández, M. (2011). Propuesta de creación de un instrumento e medición de clima organizacional para una industria Farmacéutica, (Tesis para optar el grado de Maestría en Administración con énfasis en gestión estratégica), de la Universidad ICESI Santiago de Cali - Colombia. Recuperado de.: https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/66959/1/propuesta_creacion_instrumento.pdf
- Escorihuela L (2003). *El Clima Organizacional en la Escuela de Aviación Militar*.
- Farfan (2009), *Relación del Clima laboral y síndrome de Burnout en docentes de educación secundaria en centros educativos estatales y particulares*.
- Fernández R., Cobos P., Figueroa M., Revista (2015). *Evaluación del clima organizacional en un centro de rehabilitación y educación especial Cubana de Salud Pública*, Scielo. 2015 oct. citado 11 set. 2016; 41(4):593-602 disponible desde:
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662015000400003.
- Fernández C. (2002), *La Comunicación en las Organizaciones*. Trillas, México, 2ª. Edición 2002.
- Fuentes, S., (2012). *Satisfacción Laboral y su influencia en la Producción*. (Tesis para obtener el título de Psicóloga Industrial/Organizacional), de la Universidad Rafael Landívar, Campus de Quetzaltenango - Guatemala. Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/2012/05/43/FuentesSilvia.pdf>
- Flores, (2007). *Aplicación de los estímulos organizacionales para el mejoramiento del clima organizacional en el Laboratorio Farmacéutico Corporación Infarmasa S.A.*

- Franco, R. (2001). *Customer Satisfaction ¿Por qué Satisfacción del Cliente?* Buenos Aires: Paidós.
- Freeman, E., Stoner, J. (1994). *Administración*. Pág. 658.
- Gan, Federico; Berbel, G. (2007). *Manual de recursos humanos: 10 Programas para la gestión y el desarrollo del Factor Humano en las organizaciones actuales*. Editorial UOC.
- García A., Moro M., Medina M., (2010). *Evaluación y dimensiones que definen el clima y la satisfacción laboral en el personal de enfermería*. ELSEVIER Julio Agosto 2010. Vol. 25. Núm. 4. citado 13 Set. 2016. Disponible desde <http://www.elsevier.es/es-revista-revista-calidad-asistencial-256-articulo-evaluacion-dimensiones-que-definen-el-S1134282X10000448>
- Garcés, A. (2004). *Medición del clima organizacional*. Madrid: Aguilar.
- Garza, Jiménez, Koelliker, Martínez & Salinas (2012). *Mejorando la Satisfacción del Cliente en una Empresa de Promoción de Ventas a través de la Implementación de un Sistema de Calidad Basado en las Dimensiones Relevantes del Servicio*. México.
- Gil, F. (1990). *Liderazgo*. México: Ed. Instituto de Capacitación Política.
- Grande, Ildfonso; Abascal, E. (2005). *Análisis de Encuestas*. ESIC.
- Hall, Richard H. (1996). *Organizaciones: estructura y proceso*. Ediciones Prentice-Hall Hispanoamérica.
- Harris, J. (2001). *Buscar la satisfacción del cliente es buen negocio*. Buenos Aires: Sur.
- Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C.; Baptista.
- Hernández, R., Medina, A., Hernández, G. (2014). *Satisfacción del cliente en empresas de base tecnológica del sector hidráulico cubano*.

- Hernandez, M. (2010). Estudio de Clima Organizacional En La Empresa JMC Comunicaciones Integradas, C.A. (tesis). Venezuela: Universidad Católica Andres Bello.
- Izcara Palacios, Simón Pedro (2007). Introducción al Muestreo. México, Editorial Miguel Angel Porrúa. Pág. 55.
- Lawler, Nadler y Camman. Cit. por Rodríguez, Darío. (2002). *Diagnóstico organizacional*. Pág. 37.
- Likert, R., (1967). *The human organization*.
- Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana de México.
- Lusthaus, C., (2002). *Evaluación organizacional*. Pág. 7.
- Malhotra, K., (2004). *Investigación de mercados. Un enfoque aplicado*. Pág. 74.
- Moliner y Berenguer (2011). *El Efecto de la satisfacción del cliente En la lealtad: aplicación en establecimientos minoristas*. Colombia.
- Mardones, J., Muñoz F., Torres J., Alejandro L., (2012). *Análisis de clima organizacional de la Tesorería General de la República*. Universidad Academia de Humanismo Cristiano. Santiago de Chile.
- Juez, P.; Diez, F. (1997). *Probabilidad y estadística*. Editorial Díaz de Santos.
- Koontz, H.; Wehrich, H. *Administración – Una perspectiva global*. (11.a ed.). McGraw Hill.
- Kotter, J. (1989). *El factor liderazgo*. México: Apagea.
- Bernal I., Pedraza N., Sánchez M. (2014). *El clima organizacional y su relación con la calidad de los servicios públicos de salud*. México.

- Lima.Q., (2005). *Clima organizacional, una propuesta para desarrollar la excelencia laboral en la dirección de servicio al cliente en la empresa municipal de agua de la ciudad de Guatemala.*
- Likert, R. (1967). *The human organization: its management and value.* New York: Mac Graw-Hill.
- Litwin, G. y Stringer, R. (1968). *Motivation and organizational climate.* Boston, USA: Harvard University Press.
- Lussier, Robert N.; Achua, Christopher F. (2005). *Liderazgo: Teoría, aplicación, desarrollo de habilidades.* (2.aed). Internacional Thomson Editores.
- Mc Donald (2004). *Análisis del clima organizacional de servicios intensivos del Hospital Instituto de Neurocirugía Dr. Asenjo, Región Metropolitana de Chile.*
- Machado, J. (2002). *La satisfacción del cliente.* Madrid: Bruquera.
- Martínez (2005). *Efecto modulador del tipo de segmento en la predicción de la satisfacción del consumidor.*
- Mejías y Manrique (2011). *Dimensiones de la satisfacción de clientes bancarios universitarios: una aproximación mediante el análisis de factores.* Venezuela.
- Melia, J.L. & Peiró, J.M. (1989). *El cuestionario de satisfacción S10/12: Estructura factorial, fiabilidad y validez.* Revista de Psicología del trabajo y de las organizaciones, 4, Valencia, España.
- Munive (2010). *Clima Organizacional y desempeño laboral desde la perspectiva docente.*
- Nieves, F., (2003). *Desempeño docente y clima organizacional en el Liceo "Agustín Codazzi" de Maracay, Estado Aragua".* ERT.
- Orellana, Ramón & Bossio, (2010). "Clima organizacional y desempeño docente en la Facultad de Comunicación en Huancayo"

- Palma, A., (1993). *Dirección de organizaciones* Pág. 183-185.
- Palma, S. (2002). *Motivación y clima laboral en personal de entidades universitarias*. Lima.
- Palma, S. (2004) *Diagnóstico del Clima Organizacional en trabajadores dependientes de Lima Metropolitana*. Lima. OPTIM.
- Payne, R.; Pugh, D.S. (1976). *Organizational Structure and Climate*. Handbook of industrial and organizational psychology. Chicago: Rand McNally.
- Pelaes, O. (2010). *Relación entre el clima laboral y satisfacción laboral del cliente de una empresa de servicio*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Pelaes, O., (2010). *Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en una empresa de servicio telefónicos*, (Tesis para optar el grado académico de Doctor en Ciencias Administrativa), de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima - Perú. Recuperado de: http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/1140/1/pelaez_lo.pdf
- Pelekais, Nava & Tirado (2006). *Inteligencia emocional y su influencia en el clima organizacional en los niveles gerenciales medios de las PYMES*.
- Pérez (2005). *Estrategias para mejorar el clima organizacional en Confitería El Loro S.A.*
- Pérez, Rafael (2012), *El Ambiente Laboral y su Incidencia en el Desempeño de las Organizaciones: estudio en las mejores empresas para trabajar en Colombia* (Tesis para obtener el Título de Doctor).
- Piccio y Weisner, Cit. Por Charles Lusthaus(2002). *Evaluación organizacional* Pág. 2.

- Quintero, Africano & Faría (2008). *Clima organizacional y desempeño laboral del personal de la empresa de Vigilantes Asociados Costa Oriental del Lago*.
- Rivera, M. (2000). El Clima Organizacional de Unidades Educativas y la Puesta en Marcha de la Reforma Educativa: (Tesis para optar al grado académico de Magister en Educación con Mención en Gestión Educacional), de la Universidad de Antofagasta - Chile. Recuperado de:
<http://ww2.educarchile.cl/UserFiles/P0001/File/CLIMA%20ORGANIZACIONAL%20EN%20UNIDADES%20EDUCATIVAS.pdf>
- Robbins & Coulter. (2005). *Administration* (8.a ed.). Pearson –Prentice Hall.
- Rodríguez V. Joaquín. (2006). *Dirección Moderna de Organizaciones*. México: Thomson.
- Rodríguez, D (2002). *Diagnostico Organizacional*. Pág. 146.
- Rodríguez A., Retamal M., Lizama J., Cornejo F., (2016). *Clima y Satisfacción Laboral como predictores del desempeño: en una organización estatal chilena*, Salud & Sociedad 30 Ago. 2011. Vol. 2, Nº. 2, págs. 219-234 citado 12 set. 2016. Disponible desde:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3899629>.
- Romero, R., (2008). La Satisfacción Laboral de los trabajadores de servicio de salud como un factor de calidad, (Tesis para obtener el grado de Maestra en Salud Pública), de la Universidad Veracruzana, Xalapa - México. 105 Recuperado de:
<http://cdigital.uv.mx/bitstream/123456789/30012/1/RafaelRomeroArias.pdf>
- Salvador A.,(2016). *Clima organizacional y satisfacción laboral*, MedInst Mex Seguro Soc. 2012; 50 (3): 307-314. citado 12 set. 2016 Disponible desde
<http://www.medigraphic.com/pdfs/imss/im-2012/im123n.pdf>.

Sánchez, J., (2015). Influencia de la gestión universitaria en el clima organizacional: un estilo comparativo de tres universidades", (Tesis para optar el grado Magister en administración con mención en gestión empresarial), de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima - Perú. Recuperado de: http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/2711/1/sanchez_sj.pdf

Stoner, J. y Otros (1996). *Administración*. Prentice – Hall Hispanoamericana.

Vega, S., Constanza y Giraldo (2006). *“Panorama sobre los estudios de clima organizacional en Bogotá, Colombia (1994–2005)”*.

Valencia, P. (2008). Estilo Gerencial y Satisfacción Laboral. (Tesis para Optar el grado de Magister en Administración), de la Universidad Nacional Mayor de San Marco Facultad de Ciencias Administrativas. Recuperado de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/414/1/valencia_pp.pdf.

Valle, R (1995). *Gestión estratégica de recursos humanos*. Estados Unidos: Addison Wesley Iberoamericana.

Wimmer, R. Dominick, J. (1996). *La investigación Científica de los medios de comunicación*. Pág.28.

Zeithamy, Berry y Parasuraman (1993) The Nature and Determinant of Customer Expectatives of Service. *Journal of the Academic of Marketing Science*, 21, 1, 1993, p. 1 – 12.

ENLACES ELECTRÓNICOS

Gómez, Omar (2006). Liderazgo, gerencia y carisma. Disponible en: http://ucvvirtual.edu.pe/portal/escuelas/psicologia/tesis_ps/TESIS/T75.doc

Goncalves, A. (2000). *Fundamentos del clima organizacional*. *Sociedad americana para la sociedad*. Disponible en:

<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/rrhh/clio.htm/>

Leceta D., L. J. *Diferencias en la autopercepción de liderazgo en dos empresas de la ciudad de Trujillo*. [en línea] Disponible en:

http://ucvvirtual.edu.pe/portal/escuelas/psicologia/tesis_ps/TESIS/T75.doc.

Litwin, G., Cit por Chiavenato, Idalberto. 2004. *Administración de recursos humanos*. Pág. 86.

Palma, Sonia. (2004). *Elaboración y validación de una escala de satisfacción laboral SL – SPC para trabajadores de Lima Metropolitana*. Disponible en: <http://www.ilustrados.com/tema/5330/Elaboración-validaciónEscala-Satisfacción-Laboral-para.htm>.

Philip K. (2018). Dirección de Mercadotecnia, de, 8va Edición, Págs. 40.

Recuperado de:

http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion_del_Cliente.pdf

Rodríguez, M., (2002). *Diagnóstico Organizacional*, Pág. 147.

Anexos

**Anexo N° 1
MATRIZ DE CONSISTENCIA**

Título: Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el campesino E.I.R.L.-2017				
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS PRINCIPAL	VARIABLES	METODOLOGÍA
¿Cómo se relaciona el clima organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017?	Determinar cómo se relaciona el clima organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017.	Existe relación directa entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. -2017.	<p>Variable Independiente:</p> <p>CLIMA ORGANIZACIONAL</p> <p>DIMENSIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cultura Organizacional • Diseño Organizacional • Potencial Humano <p>INDICADORES</p> <p>1.- Nunca 2.- A veces 3.- Frecuentemente 4.- Siempre</p>	<p>Tipo de Investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Según la finalidad:</u> Aplicada • <u>Según la carácter, nivel o profundidad:</u> Descriptiva • <u>Según su enfoque o naturaleza:</u> Cuantitativa <p>Diseño de la investigación: No-experimental y transeccional</p> <p>Su esquematización es:</p> <p>Dónde: n = Muestras tomadas para Observaciones. Y = Variable 2: Satisfacción del Cliente X = Variable 1: Clima Organizacional r = Correlación.</p> <p>Población: N: 100 personas</p> <p>Muestra: n: 60 personas { 30 trabajadores 30 clientes</p> <p>Técnica de recolección de datos: Observación y entrevistas</p> <p>Instrumentos de recolección de datos: Fichas de registro de datos y cuestionarios.</p>
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS		
1. ¿Cómo se relaciona la cultura organizacional con la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017?	1. Determinar cómo se relaciona la cultura organizacional con la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017.	1. Existe relación directa entre la cultura organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. -2017.	<p>Variable Dependiente:</p> <p>SATISFACCION DEL CLIENTE</p> <p>INDICADORES</p> <p>1.-Muy Insatisfecho 2.-Insatisfecho 3.-Indiferente 4.- Satisfecho 5.-Muy Satisfecho.</p>	
2. ¿Cómo se relaciona el diseño organizacional con la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. - 2017?	2. Determinar cómo se relaciona el diseño organizacional con la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017.	2. Existe relación directa entre el diseño organizacional y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017.		
3. ¿Cómo se relaciona el potencial humano con la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. -2017?	3. Determinar cómo se relaciona el potencial humano con la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L.- 2017.	3. Existe relación directa entre el potencial humano y la satisfacción del cliente en la corporación agrícola el Campesino E.I.R.L. -2017.		

EL CLIMA ORGANIZACIONAL

Anexo N° 2

Cuestionario

CUESTIONARIO PARA EL ESTUDIO DEL CLIMA ORGANIZACIONAL

Dimensión: Cultura Organizacional

1.- Mi centro de labores me ofrece la oportunidad de hacer lo que mejor se hacer

1. Nunca 2. A veces 3. Frecuentemente 4. Siempre

2.- Mi jefe inmediato se preocupa por crear un ambiente agradable

1. Nunca 2. A veces 3. Frecuentemente 4. Siempre

3.- Recibo buen trato en mi establecimiento

1. Nunca 2. A veces 3. Frecuentemente 4. Siempre

4.- Mi contribución juega un papel importante en el éxito de mi organización

1. Nunca 2. A veces 3. Frecuentemente 4. Siempre

5.- Estoy comprometido con mi organización

1. Nunca 2. A veces 3. Frecuentemente 4. Siempre

6.- Me interesa el desarrollo de mi organización

1. Nunca 2. A veces 3. Frecuentemente 4. Siempre

7.- Las otras áreas o servicios me ayudan cuando lo necesito

1. Nunca 2. A veces 3. Frecuentemente 4. Siempre

8.- Puedo contar con mis compañeros de trabajo cuando los necesito

1. Nunca 2. A veces 3. Frecuentemente 4. Siempre

Dimensión: Diseño Organizacional

9.- Mi remuneración es adecuada en relación al trabajo que realizo

1. Nunca 2. A veces 3. Frecuentemente 4. Siempre

10.- Mi salario y beneficios son razonables

1. Nunca 2. A veces 3. Frecuentemente 4. Siempre

11.- Conozco las tareas o funciones específicas que debo realizar en mi organización

1. Nunca 2. A veces 3. Frecuentemente 4. Siempre

12.- Las tareas que desempeño corresponden a mi función

1. Nunca 2. A veces 3. Frecuentemente 4. Siempre

13.- Mi jefe inmediato trata de obtener información antes de tomar una decisión

1. Nunca 2. A veces 3. Frecuentemente 4. Siempre

14.- En mi organización participo en la toma de decisiones

1. Nunca 2. A veces 3. Frecuentemente 4. Siempre

15.- Mi jefe inmediato se comunica regularmente con trabajadores para recabar apreciaciones técnicas o percepciones relacionadas al trabajo

1. Nunca 2. A veces 3. Frecuentemente 4. Siempre

16.- Mi jefe inmediato me comunica si estoy realizando bien o mal mi trabajo

1. Nunca 2. A veces 3. Frecuentemente 4. Siempre

17.- Presto atención a los comunicados que emiten mis jefes

1. Nunca 2. A veces 3. Frecuentemente 4. Siempre

18.- La limpieza de los ambientes es adecuada

1. Nunca 2. A veces 3. Frecuentemente 4. Siempre

19.- En términos generales me siento satisfecho con mi ambiente de trabajo

1. Nunca 2. A veces 3. Frecuentemente 4. Siempre

20.- Mi trabajo es evaluado en forma adecuada

1. Nunca 2. A veces 3. Frecuentemente 4. Siempre

Dimensión: Potencial Humano

21.- Los premios y reconocimientos son distribuidos en forma justa

1. Nunca 2. A veces 3. Frecuentemente 4. Siempre

22.- Existen incentivos laborales para que yo trate de hacer bien mi trabajo

1. Nunca 2. A veces 3. Frecuentemente 4. Siempre

23.- La innovación es característica de nuestra organización

1. Nunca 2. A veces 3. Frecuentemente 4. Siempre

24.- Mis compañeros de trabajo toman iniciativas para la solución de problemas

1. Nunca 2. A veces 3. Frecuentemente 4. Siempre

25.- Es fácil para mis compañeros de trabajo que sus nuevas ideas sean consideradas

1. Nunca 2. A veces 3. Frecuentemente 4. Siempre

26.- Mi organización es flexible y se adapta bien a los cambios

1. Nunca 2. A veces 3. Frecuentemente 4. Siempre

27.- Mi jefe está disponible cuando lo necesito

1. Nunca 2. A veces 3. Frecuentemente 4. Siempre

28.- Nuestros directivos contribuyen a crear condiciones adecuadas para el progreso de la organización

1. Nunca 2. A veces 3. Frecuentemente 4. Siempre

ANEXO 03

CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Estimado Cliente:

El presente cuestionario servirá para obtener información que permitirá brindarle una mejor atención, motivo por el cual pedimos su colaboración respondiendo a las siguientes preguntas.

1. ¿Cómo se siente con el proceso de atención al cliente, es decir el servicio que recibe por parte del personal de la empresa?
 1. Muy Insatisfecho
 2. Insatisfecho
 3. Indiferente
 4. Satisfecho
 5. Muy Satisfecho

2. ¿Cómo se siente con la atención recibida por parte de los analistas de la empresa?
 1. Muy Insatisfecho
 2. Insatisfecho
 3. Indiferente
 4. Satisfecho
 5. Muy Satisfecho

3. ¿Cómo se siente con el horario de atención de la empresa?
 1. Muy Insatisfecho
 2. Insatisfecho
 3. Indiferente
 4. Satisfecho
 5. Muy Satisfecho

4. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con las políticas comerciales establecidas en los contratos con la empresa?
 1. Muy Insatisfecho
 2. Insatisfecho
 3. Indiferente
 4. Satisfecho
 5. Muy Satisfecho

5. ¿Cómo se siente con el monto del crédito otorgado por la empresa?
 1. Muy Insatisfecho
 2. Insatisfecho
 3. Indiferente
 4. Satisfecho
 5. Muy Satisfecho

6. ¿Cómo se siente con el plazo otorgado por la empresa?

1. Muy Insatisfecho
2. Insatisfecho
3. Indiferente
4. Satisfecho
5. Muy Satisfecho

7. ¿Cómo se siente con las instalaciones de la empresa?

1. Muy Insatisfecho
2. Insatisfecho
3. Indiferente
4. Satisfecho
5. Muy Satisfecho

8. ¿Cómo se siente con el servicio de seguridad de la empresa?

1. Muy Insatisfecho
2. Insatisfecho
3. Indiferente
4. Satisfecho
5. Muy Satisfecho

ANEXO 04 Validación de instrumentos

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. APELLIDOS Y NOMBRES VALIDADOR: Dr. Ing. ACOSTA SOLORZANO, Williams Fernando
 1.2. CARGO E INSTITUCIÓN DONDE LABORA: Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Facultad de Ingeniería Administrativa e Ingeniería Industrial.
 1.3. NOMBRE DEL INSTRUMENTO MOTIVO DE EVALUACIÓN: Clima organizacional
 1.4. AUTORIA DEL INSTRUMENTO: APELLIDOS Y NOMBRES (2018): **ADAN TERRONES, Oswaldo R.**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE						MINIMAMENTE ACEPTABLE			ACEPTABLE			
		40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	1.00%
1. Claridad	Está formulado con lenguaje.													X
2. Objetividad	Está adecuado a las leyes y principios científicos.													X
3. Actualidad	Está adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.													X
4. Organización	Existe una organización lógica.													X
5. Eficiencia	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales.													X
6. Intencionalidad	Está adecuado para valorar las variables de las hipótesis.													X
7. Consistencia	Se respalda en fundamentos teóricos y/o científicos													X
8. Coherencia	Existe coherencia entre los problemas, objetivos, hipótesis, variables e indicadores.													X
9. Metodología	La estrategia responde a una metodología y diseño aplicados para lograr probar las hipótesis.													X
10. Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico,													X

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD.

EL INSTRUMENTO CUMPLE
LOS REQUISITOS PARA SU APLICACIÓN:

X

EL INSTRUMENTO NO CUMPLE CON
LOS REQUISITOS PARA SU APLICACIÓN:

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95 %

PUEBLO LIBRE, 05 DE MAYO DEL 2018

DNI: 064341869

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

V. DATOS GENERALES:

- 5.1. APELLIDOS Y NOMBRES VALIDADOR: Dr. Ing. ACOSTA SOLORZANO, Williams Fernando
 5.2. CARGO E INSTITUCIÓN DONDE LABORA: Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Facultad de Ingeniería Administrativa e Ingeniería Industrial.
 5.3. NOMBRE DEL INSTRUMENTO MOTIVO DE EVALUACIÓN: Satisfacción del cliente
 5.4. AUTORIA DEL INSTRUMENTO: APELLIDOS Y NOMBRES (2018): **ADAN TERRONES, Oswaldo R.**

VI. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE					MINIMAMENTE ACEPTABLE			ACEPTABLE				
		4.0%	4.5%	5.0%	5.5%	6.0%	6.5%	7.0%	7.5%	8.0%	8.5%	9.0%	9.5%	1.00%
11. Claridad	Está formulado con lenguaje.												X	
12. Objetividad	Está adecuado a las leyes y principios científicos.												X	
13. Actualidad	Está adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.												X	
14. Organización	Existe una organización lógica.												X	
15. Eficiencia	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales.												X	
16. Intencionalidad	Está adecuado para valorar las variables de las hipótesis.												X	
17. Consistencia	Se respalda en fundamentos teóricos y/o científicos												X	
18. Coherencia	Existe coherencia entre los problemas, objetivos, hipótesis, variables e indicadores.												X	
19. Metodología	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr probar las hipótesis.												X	
20. Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico,												X	

VII. OPINIÓN DE APLICABILIDAD.

EL INSTRUMENTO CUMPLE
 LOS REQUISITOS PARA SU APLICACIÓN:

X

EL INSTRUMENTO NO CUMPLE CON
 LOS REQUISITOS PARA SU APLICACIÓN:

VIII. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95 %

PUEBLO LIBRE, 05 DE MAYO DEL 2018

DNI: 064341869

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

IX. DATOS GENERALES:

- 9.1. APELLIDOS Y NOMBRES VALIDADOR: Dr. Ing. ESCOBEDO APESTEGUI, Franklin Macdonald
 9.2. CARGO E INSTITUCIÓN DONDE LABORA: Universidad Cesar Vallejo. Facultad de Ingeniería Civil.
 9.3. NOMBRE DEL INSTRUMENTO MOTIVO DE EVALUACIÓN: Clima organizacional
 9.4. AUTORIA DEL INSTRUMENTO: APELLIDOS Y NOMBRES (2018): **ADAN TERRONES, Oswaldo R.**

X. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE						MINIMAMENTE ACEPTABLE			ACEPTABLE			
		40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	100%
21. Claridad	Está formulado con lenguaje.													X
22. Objetividad	Está adecuado a las leyes y principios científicos.													X
23. Actualidad	Está adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.													X
24. Organización	Existe una organización lógica.													X
25. Eficiencia	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales.													X
26. Intencionalidad	Está adecuado para valorar las variables de las hipótesis.													X
27. Consistencia	Se respalda en fundamentos teóricos y/o científicos													X
28. Coherencia	Existe coherencia entre los problemas, objetivos, hipótesis, variables e indicadores.													X
29. Metodología	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr probar las hipótesis.													X
30. Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico,													X

XI. OPINIÓN DE APLICABILIDAD.

EL INSTRUMENTO CUMPLE
 LOS REQUISITOS PARA SU APLICACIÓN:

X

EL INSTRUMENTO NO CUMPLE CON
 LOS REQUISITOS PARA SU APLICACIÓN:

XII. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95 %

PUEBLO LIBRE, 05 DE MAYO DEL 2018



DNI: 08257238

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

XIII. DATOS GENERALES:

- 13.1. APELLIDOS Y NOMBRES VALIDADOR: Dr. Ing. ESCOBEDO APESTEGUI, Franklin Macdonald
- 13.2. CARGO E INSTITUCIÓN DONDE LABORA: Universidad Cesar Vallejo. Facultad de Ingeniería Civil.
- 13.3. NOMBRE DEL INSTRUMENTO MOTIVO DE EVALUACIÓN: Satisfacción del cliente
- 13.4. AUTORIA DEL INSTRUMENTO: APELLIDOS Y NOMBRES (2018): **ADAN TERRONES, Oswaldo R.**

XIV. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE						MINIMAMENTE ACEPTABLE			ACEPTABLE			
		4.0%	4.5%	5.0%	5.5%	6.0%	6.5%	7.0%	7.5%	8.0%	8.5%	9.0%	9.5%	1.00%
31. Claridad	Está formulado con lenguaje.													X
32. Objetividad	Está adecuado a las leyes y principios científicos.													X
33. Actualidad	Está adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.													X
34. Organización	Existe una organización lógica.													X
35. Eficiencia	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales.													X
36. Intencionalidad	Está adecuado para valorar las variables de las hipótesis.													X
37. Consistencia	Se respalda en fundamentos teóricos y/o científicos													X
38. Coherencia	Existe coherencia entre los problemas, objetivos, hipótesis, variables e indicadores.													X
39. Metodología	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr probar las hipótesis.													X
40. Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico,													X

XV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD.

EL INSTRUMENTO CUMPLE
LOS REQUISITOS PARA SU APLICACIÓN:

EL INSTRUMENTO NO CUMPLE CON
LOS REQUISITOS PARA SU APLICACIÓN:

XVI. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

PUEBLO LIBRE, 05 DE MAYO DEL 2018



DNI: 08257238

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

XVII. DATOS GENERALES:

- 17.1. APELLIDOS Y NOMBRES VALIDADOR: Mg. LEON PULIDO , Zonia Miriam
 17.2. CARGO E INSTITUCIÓN DONDE LABORA: Universidad Santo Domingo De Guzman.
 Facultad de Ingeniería de Sistemas.
 17.3. NOMBRE DEL INSTRUMENTO MOTIVO DE EVALUACIÓN: Clima organizacional
 17.4. AUTORIA DEL INSTRUMENTO: APELLIDOS Y NOMBRES (2018): **ADAN TERRONES, Oswaldo R.**

XVIII. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE						MINIMAMENTE ACCEPTABLE			ACCEPTABLE			
		4.0%	4.5%	5.0%	5.5%	6.0%	6.5%	7.0%	7.5%	8.0%	8.5%	9.0%	9.5%	1.00%
41. Claridad	Está formulado con lenguaje.													X
42. Objetividad	Está adecuado a las leyes y principios científicos.													X
43. Actualidad	Está adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.													X
44. Organización	Existe una organización lógica.													X
45. Eficiencia	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales.													X
46. Intencionalidad	Está adecuado para valorar las variables de las hipótesis.													X
47. Consistencia	Se respalda en fundamentos teóricos y/o científicos													X
48. Coherencia	Existe coherencia entre los problemas, objetivos, hipótesis, variables e indicadores.													X
49. Metodología	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr probar las hipótesis.													X
50. Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico,													X

XIX. OPINIÓN DE APLICABILIDAD.

EL INSTRUMENTO CUMPLE
 LOS REQUISITOS PARA SU APLICACIÓN:

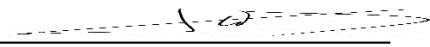
X

EL INSTRUMENTO NO CUMPLE CON
 LOS REQUISITOS PARA SU APLICACIÓN:

XX. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95 %

PUEBLO LIBRE, 05 DE MAYO DEL 2018



 DNI: 10040145376

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

XXI. DATOS GENERALES:

- 21.1. APELLIDOS Y NOMBRES VALIDADOR: Mg. LEON PULIDO, Zonia Miriam
 21.2. CARGO E INSTITUCIÓN DONDE LABORA: Universidad Santo Domingo De Guzmán.
 Facultad de Ingeniería de Sistemas.
 21.3. NOMBRE DEL INSTRUMENTO MOTIVO DE EVALUACIÓN: Satisfacción del cliente
 21.4. AUTORIA DEL INSTRUMENTO: APELLIDOS Y NOMBRES (2018): **ADAN TERRONES, Oswaldo R.**

XXII. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	INACEPTABLE						MINIMAMENTE ACCEPTABLE			ACCEPTABLE			
		4.0%	4.5%	5.0%	5.5%	6.0%	6.5%	7.0%	7.5%	8.0%	8.5%	9.0%	9.5%	1.00%
51. Claridad	Está formulado con lenguaje.													X
52. Objetividad	Está adecuado a las leyes y principios científicos.													X
53. Actualidad	Está adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.													X
54. Organización	Existe una organización lógica.													X
55. Eficiencia	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales.													X
56. Intencionalidad	Está adecuado para valorar las variables de las hipótesis.													X
57. Consistencia	Se respalda en fundamentos teóricos y/o científicos													X
58. Coherencia	Existe coherencia entre los problemas, objetivos, hipótesis, variables e indicadores.													X
59. Metodología	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr probar las hipótesis.													X
60. Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico,													X

XXIII. OPINIÓN DE APLICABILIDAD.

EL INSTRUMENTO CUMPLE
 LOS REQUISITOS PARA SU APLICACIÓN:


X

EL INSTRUMENTO NO CUMPLE CON
 LOS REQUISITOS PARA SU APLICACIÓN:

XXIV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95 %

PUEBLO LIBRE, 05 DE MAYO DEL 2018



 DNI: 10040145376

ANEXO N° 5
PANEL FOTOGRÁFICO



AREA DE VENTAS



RECEPCIÓN DE PRODUCTOS EN EL FRONTIS DE LA EMPRESA



DESCARGA DE PRODUCTOS EN EL FRONTIS DE LA EMPRESA



AREA DESPACHO



AREA DESPACHO DE LA EMPRESA