

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



Clima organizacional y atención a usuarios en la Municipalidad
Provincial de Yungay - 2017

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN**

Autor:

Villafranca López, Isai Betuel

Asesor:

Daniel Pérez, Jorge Augusto

Huaraz - Perú

2017

1. Palabras clave:

Tema:	Clima organizacional y atención a usuarios
Especialidad:	Administración

Key words

Theme	Organizational Climate and User Service
Specialty	Administration

Líneas de investigación:

CÓDIGO OCDE

5. Área : Ciencias sociales

5.2 Sub Área : Economía y Negocios

5.2.4 : Negocios y Management

2. TITULO:

**Clima organizacional y atención a usuarios en la
municipalidad provincial de Yungay - 2017**

Title:

**Organizational climate and user service in the provincial
municipality of Yungay - 2017**

3. Resumen:

El presente trabajo de investigación tuvo como propósito describir la influencia del Clima organizacional y atención a usuarios en la municipalidad provincial de Yungay, 2017. La investigación correspondió a un estudio No experimental, de corte transversal, descriptivo y se aplicó como instrumento de investigación un cuestionario. La población estuvo conformada por los 54963 habitantes de Yungay, y la muestra fue de 100.

Mediante los resultados obtenidos, un 63% de los trabajadores del área de licencias municipales mencionaron que el clima organizacional es buena y un 58% de los usuarios opinaron que la atención al cliente es mala por lo que se concluyó que, el clima organizacional y la atención a los usuarios influye positivamente y negativamente en la municipalidad provincial de Yungay.

4. Abstract:

The purpose of this research was to describe the influence of organizational climate and attention to users in the provincial municipality of Yungay, 2017. The research corresponded to a non-experimental, cross-sectional, descriptive study and a questionnaire. The population was conformed by the 54963 inhabitants of Yungay, and the sample was of 100.

Through the results obtained, 63% of the workers in the municipal licensing area mentioned that the organizational climate is good and 58% of the users felt that the customer service is bad, so it was concluded that the organizational climate and the attention to users influences positively and negatively in the provincial municipality of yungay

Índice General

CARATULA

1. Palabras clave	i
2. Título	ii
3. Resumen	iii
4. Abstract	iv
5. Introducción	01
5.1. Antecedentes y fundamentación científica	02
5.2. Justificación	34
5.3. Problema	35
5.4. Marco referencial	35
5.5. Hipótesis	39
5.6. Objetivos	40
6. Metodología	40
6.1. Tipo y diseño de investigación	40
6.1.1. Tipo de investigación	40
6.1.2. Diseño de la investigación	40
6.2. Población y muestra	41
6.3. Técnicas e instrumentos de investigación	41
6.4. Procedimiento y análisis de la información	41
7. Resultados	42
8. Analisis y discussion	54
9. Conclusiones y recomendaciones	59
9.1. Conclusiones	59
9.2. Recomendaciones	60
10. Agradecimiento	61
11. Referencias bibliograficas	62
12. Apendices y anexos	64
12.1. Anexos	64

5. Introducción

El clima organizacional es un factor clave en el desarrollo de negocios, y un estudio profundo, diagnóstico y de mejora afecta directamente al llamado espíritu de la organización.

Por lo concerniente al proyecto de investigación se enfocó en la descripción del clima organizacional y la atención a usuarios, con la finalidad de determinar cómo es el clima organizacional en la unidad de licencias municipales y la atención a los usuarios en la Municipalidad de Yungay; asimismo, se esperó conocer las características del clima organizacional y la atención a los usuarios en la unidad de licencias municipales del mismo municipio.

También se tomaron los antecedentes sobre investigaciones realizadas con anterioridad, buscando encontrar la influencia de las variables y el aporte científico de cada una de ellas. Para la obtención de los resultados se usó indicadores que permitieron medir las variables, objeto de estudio y adicionalmente se efectuaron recomendaciones que redundaran en beneficio de los usuarios y de la municipalidad como Institución.

5.1. Antecedentes y fundamentación científica

Antecedentes

Guedez Ceiba, Marlene del Carmen (2002) Venezuela, la empresa debe diseñar, aplicar y evaluar estrategias de cambio dentro de su contexto organizacional y de esta manera mejorar la productividad y excelencia del individuo en el proceso de producción y desarrollo gerencial.

Blondon Arias, Dora Inés y Patiño Mejía Isabel Cristina (2000) Colombia, las organizaciones de servicio social deben replantar el conocimiento “antiguo” de que uno de los factores que más importa al empleado es la retribución económica, ya que los resultados de su investigación muestran que las personas valoran con mucha intensidad las variables de desarrollo humano de políticas organizacionales abiertas.

El clima organizacional se define: “...las percepciones compartidas por un grupo de individuos acerca de su entorno laboral: estilo de supervisión, calidad de la capacitación, relaciones laborales, políticas organizacionales, prácticas comunicacionales, procedimientos administrativos, ambiente laboral en general”

González Burboa y colaboradores, citando a otros autores, plantean que el clima organizacional ha despertado el especial interés de muchos investigadores desde el pasado siglo, principalmente al analizar la influencia que los cambios tecnológicos, económicos y sociales han producido en las organizaciones modernas. Su estudio es de vital importancia a causa del enorme impacto que tiene sobre el comportamiento de los miembros de una organización,

constituyendo una especie de reflejo de la vida de la organización y las condiciones en las cuales los trabajadores se desenvuelven en el ámbito laboral. El clima organizacional se refiere al conjunto de propiedades medibles de un ambiente de trabajo, según son percibidas por quienes trabajan en él. Para las empresas resulta importante medir y conocer el clima organizacional, ya que este puede impactar significativamente los resultados. Numerosos estudios han indicado que el clima organizacional puede hacer la diferencia entre una empresa de buen desempeño y otra de bajo desempeño.

Pelaes León, Oswaldo Clemente (2010), existe relación directa entre el clima organizacional (área de relaciones interpersonales) y la satisfacción del cliente en la empresa telefónica del Perú, a medida que mejoran las relaciones interpersonales mejora correlativamente la satisfacción del cliente. Por lo que demuestra que si existe relación directa entre estas dos variables.

Flores Jaime, Juliana (2007), el adecuado conocimiento del clima organizacional y un favorable desarrollo del mismo contribuye al incremento en sus niveles de eficacia y eficiencia en un modelo de administración bajo un enfoque basado en competencias.

No existen autores locales que tengan trabajos previos o contemporáneos sobre clima organizacional y atención a usuarios.

Fundamentación científica

Análisis Organizacional

Es una disciplina teórica, metodológica y científica particular referida a un objeto específico: la organización.

Es teórica por su modelo de abordaje de casos. Es metodológica por ser analítica y de intervención de una determinada situación organizacional, dentro de un encuadre de larga duración. Es científica por la aplicación de las Ciencias sociales al campo de la organización.

TIPOS DE CLIMA ORGANIZACIONAL: según Likert

a) CLIMA DE TIPO AUTORITARIO: Sistema I Autoritarismo Explotador:

En este tipo de clima la dirección no tiene confianza en sus empleados. La mayor parte de las decisiones y de los objetivos se toman en la cima de la organización y se distribuyen según una función puramente descendente. Los empleados tienen que trabajar dentro de una atmósfera de miedo, de castigos, de amenazas, ocasionalmente de recompensas, y la satisfacción de las necesidades permanece en los niveles psicológicos y de seguridad. Este tipo de clima presenta un ambiente estable y aleatorio en el que la comunicación de la dirección con sus empleados no existe más que en forma de directrices y de instrucciones específicas.

b) CLIMA DE TIPO AUTORITARIO: Sistema II – Autoritarismo paternalista.

Este tipo de clima es aquel en el que la dirección tiene una confianza condescendiente en sus empleados, como la de un amo con su siervo. La mayor parte de las decisiones se toman en la cima, pero algunas se toman en los escalones inferiores. Las recompensas y algunas veces los castigos son los métodos utilizados por excelencia para motivar a los trabajadores. Bajo este tipo de clima, la dirección juega mucho con las necesidades sociales de sus

empleados que tienen, sin embargo, la impresión de trabajar dentro de un ambiente estable y estructurado.

c) CLIMA DE TIPO PARTICIPATIVO: Sistema III –Consultivo

La dirección que evoluciona dentro de un clima participativo tiene confianza en sus empleados. La política y las decisiones se toman generalmente en la cima, pero se permite a los subordinados que tomen decisiones más específicas en los niveles inferiores. La comunicación es de tipo descendente. Las recompensas, los castigos ocasionales y cualquier implicación se utilizan para motivar a los trabajadores; se trata también de satisfacer sus necesidades de prestigio y de estima. Este tipo de clima presenta un ambiente bastante dinámico en el que la administración se da bajo la forma de objetivos por alcanzar.

d) CLIMA DE TIPO PARTICIPATIVO: Sistema IV–Participación en grupo.

La dirección tiene plena confianza en sus empleados. Los procesos de toma de decisiones están diseminados en toda la organización y muy bien integrados a cada uno de los niveles. La comunicación no se hace solamente de manera ascendente o descendente, sino también de forma lateral. Los empleados están motivados por la participación y la implicación, por el establecimiento de objetivos de rendimiento, por el mejoramiento de los métodos de trabajo y por la evaluación del rendimiento en función de los objetivos. Existe una relación de amistad y confianza entre los superiores y subordinados. En resumen, todos los empleados y todo el personal de dirección forman un equipo para alcanzar los fines y los objetivos de la organización que se establecen bajo la forma de planeación estratégica.

ANALISIS DEL CLIMA ORGANIZACIONAL

Clima Organizacional:

Tagiuri (1968), afirmo que el clima organizacional es una cualidad relativa del medio ambiente interno de una organización que la experimenta sus miembros e influye en la conducta de estos.

a. Características:

- Características del entorno en donde se desempeña la organización, las cuales pueden ser internas o externas.
- Interpretación de estas circunstancias por parte de los miembros de la organización.
- Las estructuras y los integrantes de las organizaciones forman un sistema organizacional dinámico. Estamos ante un concepto que está cambiando constantemente.

Un buen clima organizacional tendrá consecuencias positivas en la empresa, las cuales van a estar definidas en cómo las personas perciben el ambiente interno y externo de la organización.

b. Ventajas y desventajas del clima organizacional:

- Como veremos ahora en mayor profundidad, las consecuencias positivas pueden ser el logro, la afiliación, el poder, la productividad, la satisfacción, la integración, la retención de talentos, la mejor imagen de la empresa, entre muchas otras.
- Cuanto mejor es el clima laboral, mayores son las consecuencias positivas y mejor se aprecian tanto dentro como fuera de la organización.

- Con respecto a las consecuencias negativas se pueden mencionar la inadaptación, el absentismo, la baja productividad, el malestar en el trabajo, entre otras. Estas se producen cuando el clima es malo.
- c. Beneficios de un buen clima en la organización: Un buen clima dentro de la empresa puede suponer muchos beneficios:
- Mayor rendimiento laboral.
 - Mayores beneficios para la empresa.
 - Se favorece el trabajo en equipo.
 - Los talentos permanecen en la empresa.
 - Mayor satisfacción en el trabajo.
 - Mayor integración por parte de los trabajadores.
 - Los trabajadores colaboran más y dan buenas ideas.
 - Mejora la imagen de la empresa.
 - La empresa se adapta mejor a entornos competitivos y se enfrenta mejor a los cambios.
 - Se consiguen los resultados propuestos.
- d. Peligros de un clima organizacional negativo en una empresa

En el otro lado de la moneda tenemos:

- Falta de motivación.
 - Baja productividad.
 - Mayor absentismo laboral.
 - Falta de implicación por la empresa y los compañeros.
 - Mala imagen.
- e. Factores que influyen en el clima organizacional

Algunos factores que influyen en el clima laboral y a los que hay que prestar atención a la hora de intentar mejorar el clima en la empresa son:

- Relaciones entre compañeros.
 - Relaciones entre personal y jefes.
 - Líder y estilo de liderazgo.
 - Comunicación interna (y externa).
 - Espacio de trabajo.
 - Condiciones de trabajo.
 - Motivación en la empresa.
 - Política salarial.
 - Imagen de la empresa de cara al exterior.
 - La propia forma de estar y sentir de la persona
 - Factores no relacionados con el puesto de trabajo
- f. Las nueve dimensiones del clima organizacional

Para estudiar el clima organizacional de una empresa es necesario prestar atención a ciertos factores que influyen en el comportamiento de los individuos y que pueden ser medidos. Dichas causas pueden originarse en base a distintas variables dentro de la organización, como el ambiente físico, social, las distintas formas de comportamiento, etc. La gama de variables puede ser tan amplia que los especialistas no han llegado a un consenso sobre cómo definir la cantidad y naturaleza de estos factores, que han sido bautizados en la literatura empresarial como dimensiones.

Para los profesores Litwin y Stinger, existen nueve dimensiones que repercuten en la generación del clima organizacional. Estas son:

1) Estructural

Esta dimensión engloba todo lo referente a las reglas, procedimientos y niveles jerárquicos dentro de una organización. La estructura de una

empresa puede condicionar la percepción que los colaboradores tienen sobre su centro de trabajo.

2) Responsabilidad

También conocida como 'empowerment', esta dimensión se refiere al nivel de autonomía que tienen los trabajadores para la realización de sus labores. En este aspecto es importante valorar el tipo de supervisión que se realiza, los desafíos propios de la actividad y el compromiso hacia los resultados.

3) Recompensa

Consiste en la percepción que tienen los colaboradores sobre la recompensa que reciben en base al esfuerzo realizado. Conlleva no sólo el establecimiento de un salario justo, sino de incentivos adicionales (no necesariamente monetarios) que motiven al trabajador a realizar un mejor desempeño.

4) Desafío

Este aspecto se enfoca en el control de los trabajadores sobre el proceso de producción, sean bienes o servicios, y de los riesgos asumidos para la consecución de los objetivos propuestos. Se trata de un factor muy importante en la medida que contribuye a generar un clima saludable de competitividad.

5) Relaciones

El respeto, la colaboración y el buen trato son aspectos determinantes en esta dimensión en la medida que influyen en la productividad y en la generación de un ambiente grato de trabajo.

6) Cooperación

Aunque guarda similitudes con la dimensión anterior, la 'cooperación' se enfoca principalmente en el apoyo oportuno y la existencia de un sentimiento de equipo que contribuya al logro de objetivos grupales.

7) Estándares

Se refiere a la percepción de los trabajadores sobre los parámetros establecidos por la empresa en torno a los niveles de rendimiento. En cuanto las exigencias sean razonables y coherentes, los colaboradores percibirán que existe justicia y equidad.

8) Conflictos

¿Cuál es la reacción ante una crisis? La forma en la que los superiores enfrentan los problemas y manejan las discrepancias influye en la opinión generalizada que tienen los trabajadores sobre el manejo de conflictos dentro de la empresa.

9) Identidad

Esta última dimensión evoca el sentimiento de pertenencia hacia la organización. Este factor indica qué tan involucrados están los trabajadores con los objetivos de la empresa y qué tan orgullosos se sienten de formar parte de esta.

DEFINICIÓN DE SERVICIOS

- Un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente. Se define un marco en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de éstas. Es el

equivalente no material de un bien. La presentación de un servicio no resulta en posesión, y así es como un servicio se diferencia de proveer un bien físico.

- Los servicios son como propósito u objetivo principal de una transacción
- El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico.

Características del servicio:

- Intangible: no se puede tocar, sentir, escuchar y oler antes de la compra.
- Inseparable: se fabrica y se consume al mismo tiempo.
- Variable: depende de quién, cuándo, cómo y dónde se ofrece.
- Perecedero: No se puede almacenar.

DEFINICIÓN DE ATENCIÓN

- Focalización u orientación de la energía hacia un lugar, espacio o situación determinada, con la intención consciente o inconsciente de lograr un objetivo
- Consiste en el despliegue que un organismo realiza en el transcurso de su actividad de obtención de información en su entorno. Esta actividad consiste en una búsqueda que tiene, por una parte, aspectos conductuales y, por otro, manifestaciones neurofisiológicas.

Tipos de atención.

La atención puede ser de tres tipos:

- Activa y voluntaria.

Es atención activa y voluntaria cuando se orienta y proyecta mediante un acto consciente, volitivo y con un fin de utilidad práctica y en su aplicación buscamos aclarar o distinguir algo.

- Activa e involuntaria

Es la orientada por una percepción.

- Pasiva

Es atención pasiva la que es atraída sin esfuerzo porque el objeto es grato y es este quien la orienta.

DEFINICIÓN DE CLIENTE

- La definición de cliente en economía: Un cliente es alguien que compra o alquila algo a un individuo u organización.
- En el comercio y el marketing, un cliente es quien accede a un producto o servicio por medio de una transacción financiera (dinero) u otro medio de pago. Quien compra, es el comprador y quien consume, el consumidor. Normalmente, cliente, comprador y consumidor son la misma persona. Véase cliente (economía).

Cliente es un ordenador que accede a recursos y servicios brindados por otro llamado Servidor, generalmente en forma Un cliente:

- Es la persona más importante de nuestro negocio.
- No depende de nosotros, nosotros dependemos de él.
- Nos está comprando un producto o servicio y no haciéndonos un favor.
- Es el propósito de nuestro trabajo, no una interrupción al mismo.
- Es un ser humano de carne y hueso con sentimientos y emociones (como uno), y no una fría estadística.

- Es la parte más importante de nuestro negocio y no alguien ajeno al mismo.
- Es una persona que nos trae sus necesidades y deseos y es nuestra misión satisfacerlo.
- Es merecedor del trato más cordial y atento que le podemos brindar.
- Es alguien a quien debemos complacer y no alguien con quien discutir o confrontar.
- Es la fuente de vida de un negocio.

En términos de procesos, existe y se definen también los clientes internos y los clientes externos a la organización, entendiéndose a los primeros como parte de la cadena de producción y o provisión de un servicio, y a los segundos como los consumidores finales o intermedios.

TIPOS DE CLIENTES

- El cliente discutidor: Son agresivos por naturaleza y seguramente no estarán de acuerdo o discutan cada cosa que digamos. No hay que caer en la trampa.
- El cliente enojado: Cuando se trata este tipo de clientes no hay que negar su enojo y decirle, "No hay motivo para enojarse".
- El cliente conversador: Estas personas pueden ocupar mucho de nuestro tiempo. Además de entrar a comprar algo, nos cuentan la historia de su vida. No hay que tratar de sacárselo de encima de un plumazo, se debe demostrar interés y tener un poco de paciencia, ya que el motivo real de su comportamiento es que se encuentran solas.
- El cliente ofensivo: El primer pensamiento que se nos cruza al tratar con individuos ofensivos es volverse "irónico" o "ponerlos en vereda". ¡NO LO

HAGA! Lo mejor es ser amables, excepcionalmente amables. Esto los descoloca y hacer bajar el nivel de confrontación.

- El cliente infeliz: Entran en un negocio y hacen esta afirmación: "Estoy seguro que no tienen lo que busco". Estas personas no necesariamente tienen un problema con nosotros o con la empresa, su conflicto es con la vida en general. No hay que intentar cambiarlos, se debe procurar de mejorar la situación, mostrarse amable y comprensivo, tratando de colaborar y satisfacer lo que están buscando.
- El que siempre se queja: No hay nada que le guste. El servicio es malo, los precios son caros, etc. etc. Hay que asumir que es parte de su personalidad. Se debe intentar separar las quejas reales de las falsas. Dejarlo hablar y una vez que se desahogue encarrilar la solución teniendo en cuenta el tema principal.
- El cliente exigente: Es el que interrumpe y pide atención inmediata. Esta reacción nace de individuos que se sienten inseguros y de esta forma creen tener más control. Hay que tratarlos con respeto, pero no acceder a sus demandas.
- El cliente coqueteador: Las insinuaciones, comentarios en doble sentido con implicancias sexuales, pueden provenir tanto de hombres como de mujeres. Se debe mantener una actitud calma, ubicada y de tipo profesional en todo momento. Ayudarles a encontrar lo que buscan y así se van lo más rápido posible.
- El que no habla y el indeciso: Hay que tener paciencia, ayudarlos, no hacerles preguntas donde su respuesta tiene que ser muy elaborada. Sugerirles alternativas y colaborar en la decisión.

SERVICIOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

Objetivos:

Dentro de la amplia variedad de instrumentos o sistemas para mejorar la fidelización de los clientes y retenerlos en la empresa se encuentran los Servicios de Atención al Cliente. Los objetivos fundamentales de estos son:

- Mejorar la atención y el servicio a los clientes. El centro de atención al cliente debe investigar a los consumidores y proponer mejoras en el servicio y en el proceso de prestación del mismo.
- Detectar deficiencias en los servicios. Obtener información sobre errores, problemas y deficiencias en los servicios.
- Reclamaciones por quebrantos económicos. De especial importancia en los bancos es el tratamiento de las reclamaciones por quebrantos económicos. Es preciso un tratamiento organizado y profesional de estas reclamaciones. Es precisa la existencia de procedimientos conocidos y varios niveles de atención.
- Tratamiento de la insatisfacción en los servicios. Son numerosas las posibles causas de insatisfacción a las que es preciso dar respuestas.
- Sugerencias. El servicio debe constituirse en una valiosa fuente de información para la mejora del servicio. Es preciso tener en cuenta que muchos consumidores en vez de quejarse simplemente se marchan con la competencia.

CARACTERÍSTICAS DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE

- Conocimiento de las necesidades y expectativas del cliente. Antes de diseñar cualquier política de atención al cliente es necesario conocer a profundidad las necesidades de los diferentes segmentos de clientes para poder satisfacer sus expectativas.
- Flexibilidad y mejora continua. Las empresas han de estar preparadas para adaptarse a posibles cambios en su sector y a las necesidades crecientes de los clientes. Para ello, el personal que está en contacto directo con el cliente ha de tener la formación y capacitación adecuadas para tomar decisiones y satisfacer las necesidades de los clientes incluso en los casos más inverosímiles.
- Orientación al trabajo y al cliente. Los trabajos que implican atención directa al cliente integran dos componentes: el técnico propio del trabajo desempeñado y el humano, derivado del trato directo con personas.
- Plantearse como meta de la atención al cliente la fidelización.
- Considerando que la satisfacción del consumidor es el objetivo final de cualquier empresa, es necesario conocer las características que ésta presenta:
- Es subjetiva. Al cliente le mueven las razones y las emociones al mismo tiempo, por lo que la atención al cliente ha de ser cerebral y emocional.
- Es una variable compleja difícilmente medible dada su subjetividad.
- No es fácilmente modificable. Para conseguir un cambio de actitud en un cliente son necesarias sucesivas experiencias que el cliente perciba como exitosas.
- El cliente no necesariamente se siente satisfecho por una buena relación calidad/precio.
- La dirección debe segmentar a los clientes para poder lograr la satisfacción de los mismos. No todos los clientes son iguales, ya que cada uno llega al

mercado motivado por unas necesidades diferentes, por lo que hemos de ofertar a cada grupo homogéneo de clientes lo que desea y necesita.

- La satisfacción de un cliente no está exclusivamente determinada por factores humanos. Es un error pensar que la gestión de la atención al cliente debe centrarse de forma exclusiva en el componente humano de la venta, ya que toda venta personal está integrada en un contexto comercial cuyos componentes físicos deben ayudar a ofrecer un mayor y mejor servicio al cliente.

IMPORTANCIA DEL SERVICIO AL CLIENTE

Un buen servicio al cliente puede llegar a ser un elemento promocional para las ventas tan poderosas como los descuentos, la publicidad o la venta personal.

Atraer un nuevo cliente es aproximadamente seis veces más caro que mantener uno. Por lo que las compañías han optado por poner por escrito la actuación de la empresa.

Se han observado que los clientes son sensibles al servicio que reciben de sus suministradores, ya que significa que el cliente obtendrá a las finales menores costos de inventario.

Contingencias del servicio:

El vendedor debe estar preparado para evitar que las huelgas y desastres naturales perjudiquen al cliente.

Todas las personas que entran en contacto con el cliente proyectan actitudes que afectan a éste el representante de ventas al llamarle por teléfono, la recepcionista en la puerta, el servicio técnico al llamar para instalar un nuevo equipo o servicio en las dependencias, y el personal de las ventas que finalmente, logra el pedido. Consciente o inconsciente, el comprador siempre está evaluando la forma como

la empresa hace negocios, cómo trata a los otros clientes y cómo esperaría que le trataran a él.

PASOS A SEGUIR PARA LOGRAR LA EFICIENCIA ESTRATEGIAS DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE

- El liderazgo de la alta gerencia es la base de la cadena.
- La calidad interna impulsa la satisfacción de los empleados.
- La satisfacción de los empleados impulsa su lealtad.
- La lealtad de los empleados impulsa la productividad.
- La productividad de los empleados impulsa el valor del servicio.
- El valor del servicio impulsa la satisfacción del cliente.
- La satisfacción del cliente impulsa la lealtad del cliente.
- La lealtad del cliente impulsa las utilidades y la consecución de nuevos públicos.

ALCANCES

Deben ser innumerables las situaciones que se cuentan entre ventajosas para las empresas que prestan un adecuado servicio al cliente; no sólo porque les proporcionará mayor entrega a sus clientes trayendo consigo mayor estabilidad en el mercado, porque sin duda "El fin de cualquier negocio, es hacer y conservar clientes" sino; porque podemos advertir a manera de mención simplemente; que en el caso de atención de reclamos de los consumidores hacia la empresa, las instituciones pueden evitar el daño que pueden originar los clientes descontentos, con el simple hecho de atender esas quejas, mediante estrategias adecuadas.

Una pérdida en las utilidades puede ser el resultado de un cliente que no se ha quejado, o cuya queja no ha sido bien tratada, porque, aunque invisible el fenómeno, puede darse que el cliente no se queja del servicio, sino simplemente se aleja de él.

El mejoramiento de los planes futuros, mediante remedios rápidos y acciones preventivas que mejoren el atractivo conjunto de todos los servicios.

Complementación de una manera permanente la información de los mercados, que reciba por otros medios.

Conocimiento de lo que es importante para cada cliente en particular.

Incremento de la confianza del reclamante de la empresa, porque un reclamo bien atendido tiene frecuentemente el efecto de aproximar más al cliente de lo que estaba antes a la empresa y su producto o servicio. Esto puede derivarse de la oportunidad de haber mantenido un trato más directo con el reclamante y haberle podido demostrar una eficiencia y una atención personalizada al rectificar la causa del problema.

EL SERVICIO EXTERNO E INTERNO COMO ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

De manera externa debido a que el valor varía según las expectativas individuales, los esfuerzos para mejorar el servicio inevitablemente requieren que las organizaciones del servicio acerquen más al cliente todos los niveles de la administración y concedan a los empleados de servicio de las líneas del frente la libertad de ajustar un servicio estándar a las necesidades individuales.

Para transmitir la información concerniente a las expectativas de los clientes a menudo se requiere la formación de equipos de personas responsables de ventas, operaciones y diseño del servicio o del producto, así como las asignaciones

frecuentes de diseñadores del servicio a las tareas que requieren un contacto con los clientes en el campo. Las diferencias entre las experiencias y las expectativas se pueden medir en dimensiones genéricas, como la confiabilidad y la puntualidad del servicio, la empatía y la autoridad con las cuales se proporcionó el servicio y el grado hasta el cual el cliente se queda con una evidencia tangible.

Con respecto a la parte interna para los empleados, es particularmente difícil identificar a sus clientes cuando esos clientes son internos de la compañía. Estos empleados a menudo no saben cuál ha sido el impacto de su trabajo en otros departamentos. La identificación de los clientes internos requiere un delineamiento y una comunicación de las características del flujo del trabajo, juntas inter-departamentales periódicas de organización entre los "clientes" v los "prestadores de servicios" v el reconocimiento de un buen desempeño en el servicio interno.

SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DESDE EL PUNTO DE VISTA FINANCIERO

Una de las razones principales del incremento de los servicios a clientes es el aumento de sus ingresos, que hacen más exigentes a los consumidores. Es decir, estos están mejor capacitados para satisfacer sus necesidades por encima de las básicas y se interesan en la variedad y en la calidad de los servicios que puedan obtener al hacer sus compras, además, tiene los medios de gastar más en servicios como viajes, mejor presentación de sus personas, y atención a su salud. Muchos grandes comerciantes detallistas han reaccionado a la demanda de servicios de los consumidores ofreciéndoles seguros, mejoras para el hogar, gran variedad de ayudas consultivas.

Y también los servicios han adquirido mayor importancia en el campo de los negocios.

Las empresas han llegado a ser tan complejas y tan especializadas que casi todas requieren muchos servicios entre los cuales se cuentan asesoría financiera, investigación científica, planeación y desarrollo, ingeniería, publicidad, relaciones y envasados o empaques.

Se prevé un aumento incesante de servicios; y puesto que casi todas las compañías productoras están capacitadas para fabricar suficientes productos que satisfagan la demanda de sus mercados, se concentran en proporcionar servicios que rindan satisfacciones adicionales a las empresas y a los consumidores.

Concluimos que desde el punto de vista financiero todas las empresas tienen que determinar lo que sus clientes desea, como pueden satisfacer sus deseos y seguir ganando dinero. Con este objetivo en mente, la organización formula sus planes y coordina sus operaciones de comercialización, definiendo así las metas que esta desea obtener dentro de un cierto periodo y permitiéndole ser más rentable al mantener e incrementar su cartera de clientes.

El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes. Ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios.

Un Cliente es un ordenador que accede a recursos y servicios brindados por otro llamado Servidor.

Un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente.

La atención es la focalización u orientación de la energía hacia un lugar, espacio o situación determinada, con la intención consciente o inconsciente de lograr un objetivo.

Un buen servicio al cliente puede llegar a ser un elemento promocional para las ventas tan poderosas como los descuentos, la publicidad o la venta personal.

Finalmente, el servicio de atención al cliente es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

a. Desempeño

Se denomina desempeño al grado de desenvolvimiento que una entidad cualquiera tiene con respecto a un fin esperado. Así, por ejemplo, un trabajador puede tener buen o mal desempeño en función de su laboriosidad, una empresa puede tener buen o mal desempeño según la calidad de servicios que brinda en función de sus costos, una máquina tendrá un nivel de desempeño según los resultados obtenidos para la que fue creada, un estado tendrá un desempeño determinado según la concreción de las políticas que haya establecido quien esté en el gobierno, etc.

b. Productividad

Según el diccionario de la Real Academia Española (RAE), la productividad es un concepto que describe la capacidad o el nivel de producción por unidad de superficies de tierras cultivadas, de trabajo o de equipos industriales. De acuerdo a la perspectiva con la que se analice este término puede hacer referencia a diversas cosas, aquí presentamos algunas posibles definiciones.

En el campo de la economía, se entiende por productividad al vínculo que existe entre lo que se ha producido y los medios que se han empleado para conseguirlo (mano de obra, materiales, energía, etc.). La productividad suele estar asociada a la eficiencia y al tiempo: cuanto menos tiempo se invierta en lograr el resultado anhelado, mayor será el carácter productivo del sistema.

Por medio de la productividad se pone a prueba la capacidad de una estructura para desarrollar los productos y el nivel en el cual se aprovechan los recursos disponibles. La mejor productividad supone una mayor rentabilidad en cada empresa. De esta manera, la gestión de calidad busca que toda firma logre incrementar su productividad.

c. Responsabilidad

La palabra responsabilidad contempla un abanico amplio de definiciones. De acuerdo al diccionario de la Real Academia Española (RAE), hace referencia al compromiso u obligación de tipo moral que surge de la posible equivocación cometida por un individuo en un asunto específico. La responsabilidad es, también, la obligación de reparar un error y compensar los males ocasionados cuando la situación lo amerita.

Otra definición posible mencionada por la RAE señala que la responsabilidad es la habilidad del ser humano para medir y reconocer las consecuencias de un episodio que se llevó a cabo con plena conciencia y libertad.

d. Liderazgo

Se denomina de esta forma al conjunto de habilidades que debe poseer determinada persona para influir en la manera de pensar o de actuar de las personas, motivándolos para hacer que las tareas que deben llevar a cabo

dichas personas sean realizadas de manera eficiente ayudando de esta forma a la consecución de los logros, utilizando distintas herramientas como el carisma y la seguridad al hablar además de la capacidad de socializar con los demás.

e. Trabajo

Deriva del término latino, “tripalium”, que significa tres palos, que se empleaban como instrumento de tortura. El castellano arcaico cambió el vocablo a “trebejare”, y de allí pasó a nuestro idioma como trabajo.

Es toda actividad humana lícita, remunerada, que expresa la capacidad creativa del hombre, manifestada como esfuerzo físico, intelectual o artístico. Extensivamente puede usarse el término para designar la acción de la herramienta, utensilio, o máquina que la persona utiliza para realizar su propio trabajo personal.

f. Participación

Del latín participatĭo, participación es la acción y efecto de participar (tomar o recibir parte de algo, compartir, noticiar). El término puede utilizarse para nombrar a la capacidad de la ciudadanía de involucrarse en las decisiones políticas de un país o región.

En este sentido, puede hablarse de la participación ciudadana a través de las elecciones, los referendos o los plebiscitos. El método más habitual de participación es el sufragio cada una determinada cantidad de tiempo para escoger a los representantes del pueblo. Esto se conoce como democracia representativa (la gente elige a los integrantes del Poder Ejecutivo y del Poder Legislativo).

Más allá de la participación electoral, la participación ciudadana en política puede concretarse a través de otros mecanismos, como la acción en organizaciones no gubernamentales o las manifestaciones públicas. Por ejemplo: “Necesitamos de la participación de la gente para bloquear este proyecto autoritario del gobierno”, “El plebiscito contó con una participación masiva de la ciudad”.

La participación también es la parte que una persona o un grupo posee en el capital de un negocio: “El magnate ruso acaba de adquirir una participación minoritaria en el grupo de telecomunicaciones”, “Telefónica decidió vender su participación en la operadora italiana ante el incremento de su pasivo”, “Un joven inglés invirtió sus ahorros en la compra de una participación en el club de sus amores”.

Dentro de ese ámbito comercial, habría que subrayar la existencia de lo que se conoce como cuenta en participación, que supone que unos comerciantes se preocupen por las operaciones de otros sin tener establecido ningún tipo de contrato formal entre ellos.

g. Consistencia del servicio

Con origen en el término latino *servitium*, la palabra servicio define a la actividad y consecuencia de servir (un verbo que se emplea para dar nombre a la condición de alguien que está a disposición de otro para hacer lo que éste exige u ordena).

Esta noción brinda además la posibilidad de nombrar al ofrecimiento de una celebración religiosa, a un equipo de sirvientes que se desempeña en un hogar, al dinero que se abona cada año por el ganado y a la prestación

humana que permite cubrir necesidades sociales y que no guardan relación con la elaboración de bienes materiales.

Partiendo de dicha acepción podíamos establecer las siguientes frases como perfectos ejemplos de aquella: “María y Juan eran el ama de llaves y el chófer que se encontraban trabajando al servicio de los marqueses”; o “El rey llegó a su palacio el cual era cuidado por un servicio formado por más de quince personas”.

A nivel económico y en el ámbito del marketing, se suele entender por servicio a un cúmulo de tareas desarrolladas por una compañía para satisfacer las exigencias de sus clientes. De este modo, el servicio podría presentarse como un bien de carácter no material. Por lo tanto, quienes ofrecen servicios no acostumbran hacer uso de un gran número de materias primas y poseen escasas restricciones físicas. Asimismo, hay que resaltar que su valor más importante es la experiencia. Por otra parte, es necesario destacar que quienes proveen servicios integran el denominado sector terciario de la escala industrial.

h. Seguridad

La palabra Seguridad proviene del latín securitas, que a su vez deriva de securus (sin cuidado, sin precaución, sin temor a preocuparse), que significa libre de cualquier peligro o daño, y desde el punto de vista psicosocial se puede considerar como un estado mental que produce en los individuos (personas y animales) un particular sentimiento de que se está fuera o alejado de todo peligro ante cualquier circunstancia. La seguridad es la garantía que tienen las personas de estar libre de todo daño, amenaza, peligro o riesgo; es la necesidad de sentirse protegidas, contra todo aquello que

pueda perturbar o atentar contra su integridad física, moral, social y hasta económica.

i. Trato personal

Trato es la acción y efecto de tratar (gestionar algún negocio, relacionarse con un individuo, proceder con una persona de obra o de palabra, conferir un asunto). El término puede utilizarse como sinónimo de tratado, convenio, pacto o contrato.

El trato, por lo tanto, es la conclusión sobre un asunto o materia, una vez que se haya conferido y hablado sobre el tema. Esta conclusión puede constar en un documento o haber quedado definida de palabra. Por ejemplo: “Acabo de hacer un trato con Miguel: el me presta su coche los fines de semana y yo le limpio la casa todos los días”, “Voy a viajar a Córdoba para establecer un trato preferencial con el proveedor”, “Juana hizo un trato con Marcela y ambas juraron no divulgar los motivos de la pelea”.

j. Amabilidad

El término amabilidad que ahora vamos a analizar en profundidad tenemos que establecer que tiene su origen etimológico en el latín. Concretamente podemos exponer que toma como punto de partida lo que es el verbo amare, que es sinónimo de “amar”, y el sufijo -idad, que es equivalente a “cualidad”.

La amabilidad es la cualidad de amable. Este adjetivo se refiere a aquel o aquello que es afable, afectuoso o digno de ser amado. Por extensión, se conoce como amabilidad a la acción amable: “Tenga la amabilidad de pasar a mi despacho”, “Mirta se caracteriza por su amabilidad con los invitados”.

Además de todo lo expuesto tenemos que subrayar el hecho de que la verdadera amabilidad es aquella que nace de manera espontánea, natural y sin ningún tipo de interés o de intención de conseguir algo.

k. Personalidad

La personalidad es el conjunto de características físicas, genéticas y sociales que reúne un individuo, y que lo hacen diferente y único respecto del resto de los individuos. En tanto, la interrelación y la comunión de todas estas características, generalmente estables, serán las que determinarán la conducta y el comportamiento de una persona y porque no también, de acuerdo a la estabilidad de las mismas, predecir la respuesta que puede dar un individuo al cual conocemos ante determinada circunstancia o estímulo.

l. Experiencia laboral

Una definición de experiencia laboral Sobre la base de Meyer y Schwager (2007), podríamos definir una experiencia laboral como la respuesta interna y subjetiva de los trabajadores ante cualquier contacto directo o indirecto con alguna práctica, política o procedimientos de gestión de personas.

El contacto directo usualmente es iniciado por la unidad responsable de las decisiones sobre selección, remuneraciones, entrenamiento y otras. También incluye las interacciones de las personas con ejecutivos y supervisores que, a través del ejercicio de su cargo, dan instrucciones, comunican, reconocen, disciplinan y realizan una amplia gama de conductas que tienen un impacto en lo que las personas piensan sobre su trabajo y la organización.

CLIMA ORGANIZACIONAL

La fundamentación teórica básica sobre el clima organizacional se desarrolla a partir de los estudios de Lewin (1951), para quien el comportamiento del individuo en el trabajo no depende solamente de sus características personales, sino también de la forma en que éste percibe su clima de trabajo y los componentes de la organización.

Cuando se refiere a características personales se está hablando por nombrar algunas, de la motivación, la satisfacción y las actitudes del individuo que al ser unidas a la percepción que éste se hace de su mundo laboral al cual pertenece y a los procesos y la estructura organizacional de la empresa de la que forma parte, determinan en gran medida el comportamiento que el individuo tendrá en cuanto al rendimiento y productividad de la empresa se refiere.

Posteriormente, Morse y Reimer (1956) publicaron un estudio realizado en cuatro divisiones de una gran compañía. En este estudio analizaban la influencia que tiene la participación de los empleados en el proceso de toma de decisiones y sus resultados. Según los autores, bajo la influencia de un proceso no participativo la productividad se incrementaba en un 25%, mientras que en procesos participativos el incremento era tan sólo de un 20%, sin embargo, en los procesos no participativos se encontraban con una importante disminución de la lealtad, actitudes, interés y desarrollo del trabajo.

Estos autores son muy explícitos sobre este punto. Esbozan la situación de tensión típica que se presenta al interior de un equipo de trabajo en donde la participación de ellos frente a la toma de decisiones es mínima, si bien incrementa la productividad en donde el beneficio es únicamente para la organización, la lealtad y el interés frente al desempeño laboral disminuye,

consecuencia negativa tanto para la empresa como para el empleado, ya que este hecho genera grandes pérdidas a largo plazo viéndose afectada la eficacia de la organización, mientras que para el empleado su satisfacción disminuirá en razón de sus necesidades de logro y autorrealización.

Siguiendo el estudio desarrollado por Morse y Reimer, primero Likert (1961) y después Katz y Kahn (1966), desarrollaron estudios enfatizando el contexto humano de las organizaciones, en los que no sólo analizaban los resultados y la eficacia de la organización, sino también las consecuencias sobre el personal. Estos autores consideraban que las condiciones (atmósfera, clima) creadas en el lugar de trabajo tienen importantes consecuencias sobre los empleados de la organización.

Para estos autores dichas consecuencias hacen referencia tanto a nivel de rendimiento como de satisfacción de los trabajadores quienes perciben de manera negativa o positiva el ambiente que está inmerso en el ámbito laboral en el cual se desempeñan.

Más adelante, Litwin y Stringer (1968) consideraron que el clima organizacional atañe a los efectos subjetivos percibidos del sistema formal y del estilo de los administradores, así como de otros factores ambientales importantes sobre las actitudes, creencias, valores y motivaciones de las personas que trabajan en una organización.

Estos autores hacen manifiesto que el estilo de dirección al interior de una empresa es clave en la percepción del clima de una empresa, ya que por medio de éste los trabajadores se ubicarán dentro de un sistema abierto o cerrado, participativo o no participativo, tomando como referente su satisfacción y rendimiento laboral.

Hubo más investigaciones de la misma línea de esta época, por lo que algunos acuñaron el término “los mágicos de 1960s” en lo que concierne a la investigación sobre clima organizacional.

Así, por ejemplo, Tagiuri (1968) afirmó que el clima organizacional es una cualidad relativa del medio ambiente interno de una organización que la experimenta sus miembros e influye en la conducta de estos. Se puede describir en términos de los valores de un conjunto particular de características.

Durante la década de los sesenta continuaron publicándose libros y artículos que trataban de delimitar el concepto de clima organizacional y presentar los resultados empíricos obtenidos en las investigaciones llevadas a cabo en las organizaciones (Litwin y Stringer, 1968; Tagiuri y Litwin, 1968). Los estudios experimentales y de campo de esta época incidía en la operacionalización del clima organizacional que parecía consolidarse definitivamente.

Por su parte, Hall (1972) definió clima como el conjunto de propiedades del ambiente laboral, percibido directa o indirectamente por los empleados. Y es a su vez una fuerza que influye en la conducta del empleado.

Así mismo, James y Jones (1974) definieron el clima por medio de un modelo integrador de conducta organizacional. En donde algunas dimensiones del clima intervienen, modulan las influencias entre los componentes de la organización e integran actitudes individuales y comportamientos relacionados con el desarrollo del trabajo.

Campbell (1976) considera que el clima organizacional es causa y resultado de la estructura y de diferentes procesos que se generan en la organización, los cuales tienen incidencia en la perfilación del comportamiento.

Más adelante, Brunet (1987) define el clima organizacional como las percepciones del ambiente organizacional determinado por los valores, actitudes u opiniones personales de los empleados, y las variables resultantes como la satisfacción y la productividad que están influenciadas por las variables del medio y las variables personales. Esta definición agrupa entonces aspectos organizacionales tales como el liderazgo, los conflictos, los sistemas de recompensas y castigos, el control y la supervisión, así como las particularidades del medio físico de la organización.

Brunet en su libro *El clima de Trabajo en la Organizaciones* (2011), resalta la existencia de una polémica bastante grande respecto a la definición que se tiene del concepto de clima organizacional. En efecto, el clima de una organización puede ser percibido por un individuo sin que esté consciente del papel y la existencia de los factores que lo componen, es así como resulta difícil medir el clima, ya que nunca se sabe concretamente si el empleado lo evalúa en función de sus opiniones personales o de las características de la organización.

“No obstante, se ve claramente, en la documentación consultada, que los investigadores han querido más bien circunscribirse al aspecto metodológico de la investigación sobre clima que llegar a una definición en común. Dos investigadores estadounidenses James y Jones, han circunscrito muy bien la problemática al identificar tres modos diferentes de investigación, no mutuamente excluyentes, del clima (...), estas son: la medida múltiple de los atributos organizacionales, la medida perceptiva de los atributos organizacionales y la medida perceptiva de los atributos individuales.”

Centrados en este aspecto, y basándose en las aportaciones de estos autores Brunet (2011) manifiesta que la medida múltiple de los atributos

organizacionales considera el clima como un conjunto de características que describen una organización y la distinguen de otras en cuanto a sus productos fabricados o servicios ofrecidos, aspecto económico, organigrama, etc., considerando que son relativamente estables en el tiempo y que en cierta medida influyen y determinan el comportamiento de los empleados dentro de la organización, esta definición se apoya sobre bases fácilmente criticables, en cuanto a que se limita al estudio de la relación que existe entre el tamaño de una empresa y el rendimiento de sus empleados, a través del análisis de la tasa de rotación, el ausentismo y el número de accidentes, dejando a un lado la interpretación que el individuo hace de su situación en el trabajo causa directamente relacionada con su comportamiento.

Actualmente en algunas empresas colombianas, se ve como sus dirigentes en el afán de acrecentar el factor económico, dejan a un lado los factores que influyen en el comportamiento de los individuos en cuanto a su motivación y satisfacción se refiere, es decir, el aspecto psicológico y humano de la empresa pasa a un segundo plano, centrándose en aspectos más estructurales que de los mismos procesos organizacionales.

Brunet (2011) la medida perceptiva de los atributos individuales define el clima como elementos individuales relacionados con los valores, necesidades e incluso el grado de satisfacción del empleado, es decir, el individuo percibe el clima organizacional en función de las necesidades que la empresa le puede satisfacer. Cabe resaltar que, en la documentación existente, las investigaciones sobre clima raramente se abordan según esta definición, ya que el hecho de considerar el clima organizacional como un atributo individual se vuelve sinónimo de opiniones personales de acuerdo a características personales y no a los factores organizacionales.

Se hace evidente entonces, la dificultad de identificar el clima en función de opiniones personales e individuales, ya que, si bien se toman en cuenta dichos juicios, se considera de mayor valor el análisis de la información general acerca de la percepción que se tiene del clima dentro de una empresa, que el análisis por separado de cada una de las diversas opiniones que resultan para tal caso.

5.2. Justificación de la investigación

Justificación Teórica

Mediante la investigación se aportó la aplicación de los enfoques teóricos que se manejan actualmente en cuanto al clima organizacional y atención a usuarios. Cabe señalar que el éxito de una empresa depende en gran parte de un buen clima organizacional; si el rendimiento del trabajador es malo es muy probable que la empresa no cumpla con los objetivos y metas planteadas.

En ese sentido, la ejecución de la investigación permitió expresar en la práctica los elementos teóricos propios del clima organizacional y la aplicación de indicadores que ayudaron a determinar si los trabajadores de la municipalidad, unidad de licencias municipales desempeñan correctamente las funciones en la atención a clientes, contribuyendo a plantear alternativas para elevar el desempeño de los colaboradores.

Justificación Práctica

A nivel práctico, la investigación ayudó a la municipalidad como objeto de estudio, a tener conocimiento sobre el estado actual del clima organizacional y desempeño laboral de sus trabajadores, además la identificación de los problemas que actualmente se presentan en ambas variables.

Justificación Metodológica

Desde el punto de vista metodológico, la investigación tuvo un enfoque No experimental, de corte transversal, descriptivo y la recolección de datos se realizó mediante una encuesta.

Justificación social

Finalmente, no existen a nivel local investigaciones descriptivas sobre el clima organizacional y atención a usuarios, por lo que científicamente se aportó nuevos conocimientos sobre las variables de estudio, además servirá como referencia para futuras investigaciones, el cual redundara en beneficio de la ciudadanía.

5.3. Problema

¿Cómo es el Clima Organizacional y atención a usuarios en la Municipalidad Provincial de Yungay - 2017?

5.4. Marco referencial

5.4.1. Marco conceptual

CLIMA ORGANIZACIONAL

Brunet (2011), finalmente, la medida perceptiva de los atributos organizacionales considera el clima como un conjunto de características que son percibidas de una organización y/o de sus departamentos que pueden ser deducidas según la forma en la que la organización y/o sus departamentos actúan (consciente o inconscientemente) con sus empleados. Así, “las variables propias

de la organización, como la estructura y el proceso organizacional, interactúan con la personalidad del individuo para producir las percepciones”.¹¹ Al formar sus percepciones del clima el individuo utiliza información que viene de los acontecimientos que ocurren a su alrededor, de las características de su organización y de sus características personales. La medida perceptiva de los atributos organizacionales sigue siendo la definición más utilizada entre los investigadores ya que permite medir más fácilmente el clima y respeta mejor la teoría de Lewin ¹² que postula la influencia conjunta del medio y de la personalidad del individuo en la determinación de su comportamiento.

Se hace explícita la importancia en la identificación del clima de una organización tomar como base los procesos y la estructura organizacional sumado a las características personales del individuo, componentes del clima que al ser analizados y estudiados con detalle permiten tener una perspectiva clara y definida de la situación que se presenta al interior de una empresa en cuanto a su ambiente o clima laboral se refiere.

“Para resumir, las tres variables importantes implicadas en esta definición son: a) las variables del medio como el tamaño, la estructura de la organización y la administración de 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 el liderazgo, los conflictos, los sistemas de recompensa y de castigos, el control y la supervisión, así como las particularidades del medio físico de la organización.

Teniendo en cuenta que el clima organizacional puede presentar diferentes características dependiendo de cómo se sientan los miembros de una

organización. Genera ciertas dinámicas en los miembros como es la motivación, la satisfacción en el cargo, ausentismo y productividad.

Robbins (1990) en un intento por delimitar el concepto de clima lo define como la personalidad de la organización y se puede asimilar con la cultura ya que permite reafirmar las tradiciones, valores, costumbres y prácticas.

Frente a esta definición que hace énfasis en la cultura organizacional, cabe resaltar que esta última es considerada como un factor estable y permanente en el tiempo, que diferencia una organización de otra, disímil al clima que si bien su modificación requiere de tiempo es posible cambiarlo, sin embargo, más adelante se retomara con detalle este importante concepto.

Chiavenato (1990) por su parte, considera que el clima organizacional es el medio interno y la atmósfera de una organización. Factores como la tecnología, las políticas, reglamentos, los estilos de liderazgo, la etapa de la vida del negocio, entre otros, son influyentes en las actitudes, comportamientos de los empleados, desempeño laboral y productividad de la organización.

Por último, autores más recientes, basados en investigaciones anteriores, como **Silva (1996)** define el clima organizacional como una propiedad del individuo que percibe la organización y es vista como una variable del sistema que tiene la virtud de integrar la persona y sus características individuales (actitudes, motivación, rendimiento, satisfacción, etc.), los grupos (relación intergrupala) y la organización (procesos y estructura organizacional).

Por su parte **Goncalves (1997)**, sustenta que el clima organizacional es un fenómeno interviniente que media entre los factores de la organización y las tendencias motivacionales que se traducen en un comportamiento que tiene consecuencias sobre la organización (productividad, satisfacción, rotación, etc.)

A fin de comprender mejor el concepto de Clima Organizacional es necesario resaltar los siguientes elementos:

- El clima se refiere a las características del medio ambiente de trabajo.
- Estas características son percibidas directa o indirectamente por los trabajadores que se desempeñan en ese medio ambiente.
- El clima tiene repercusiones en el comportamiento laboral.
- El clima es una variable interviniente que media entre los factores del sistema organizacional y el comportamiento individual.
- Estas características de la organización son relativamente permanentes en el tiempo, se diferencian de una organización a otra y de una sección a otra dentro de una misma empresa.
- El clima, junto con las estructuras y características organizacionales y los individuos que la componen, forman un sistema interdependiente altamente dinámico.”

Claramente esta definición de manera resumida presenta una forma clara de estudiar el clima al interior de una organización, sin excluir por supuesto aquellas definiciones que integran los procesos, la estructura organizacional y los comportamientos individuales, considerados éstos últimos como componentes del clima organizacional y que al ser estudiados y analizados como un todo permiten tener una precisa identificación del clima que se presenta en una organización determinada.

SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Sociales. Herramientas administrativas. Servicios. Atención. Cliente. Contingencias del servicio. Servicio externo e interno

La correcta relación con los clientes permite a las empresas conocer los cambios en sus actitudes y expectativas para poder anticiparse a sus necesidades. Las buenas relaciones con los clientes pueden constituir una ventaja competitiva real, ya que los entornos comerciales contemporáneos se perfilan cada vez más uniformes en cuanto al uso de tecnologías avanzadas de la información y comercialización de productos, pero se diferencian notablemente en el trato ofrecido a sus clientes.

La atención constituye el segundo paso del proceso técnico de la venta y procede de la curiosidad lograda en la presentación. “Haz a los demás lo que quisieras que te hicieran”; este es el principio en el cual se basan los servicios a los clientes, y ganar dinero aplicando este principio significa que nos hallamos en el mundo de los negocios.

5.5. Hipótesis

Se ha creído conveniente no formular hipótesis, por tratarse de un estudio descriptivo, que va a permitir describir el comportamiento de las variables de estudio (Según Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

5.6. Objetivos

5.6.1. Objetivo General

Determinar cómo es el clima organizacional y atención a usuarios en la Municipalidad Provincial de Yungay -2017.

5.6.2. Objetivos Específicos

- Conocer las características del clima organizacional en la municipalidad provincial de Yungay - 2017.
- Conocer las características de atención a usuarios en la municipalidad provincial de Yungay - 2017.

6. Metodología de trabajo

6.1. Tipo y Diseño de Investigación

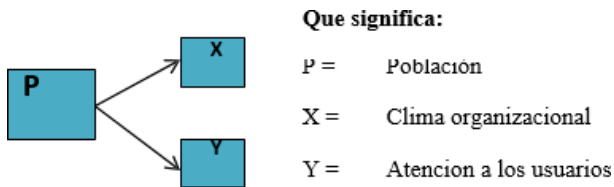
6.1.1. Tipo de Investigación

El tipo de investigación realizado; fue un estudio empírico, descriptivo, cualitativo de nivel exploratorio, que nos permitió obtener una información más detallada y entendible, para solucionar el problema y con la ayuda encontrar alternativas para mejorar la atención de los usuarios que demandan licencias municipales en Yungay.

6.1.2. Diseño de la investigación

El diseño de investigación fue representada en la siguiente figura:

Que significa:



Se utilizó este diseño porque se evaluó la influencia que tienen las variables x, y, las cuales se pudo obtener de una misma población.

6.2. Población – Muestra

La población: Estuvo determinada por la población de Yungay.

La Muestra: Según tabla Fisher Colton, la muestra fue de 100 con un margen de error de + - 10.

6.3. Técnicas e instrumentos de investigación

La investigación se realizó tipo censo a través de un Cuestionario a los usuarios que demandan licencias municipal y entrevista a los colaboradores de la unidad de Licencias municipal a la población de Yungay.

6.4. Procesamiento y análisis de la información

En esta parte utilizamos el paquete estadístico IBM SPSS. Statistics 23 para procesar la información, la misma que fue distribuida en tablas en cantidades y porcentajes.

7. Resultados

1. Desempeño

Conocer las características del clima organizacional en la municipalidad provincial de Yungay -2017.

¿El ambiente en el cual se desempeña es satisfactorio?

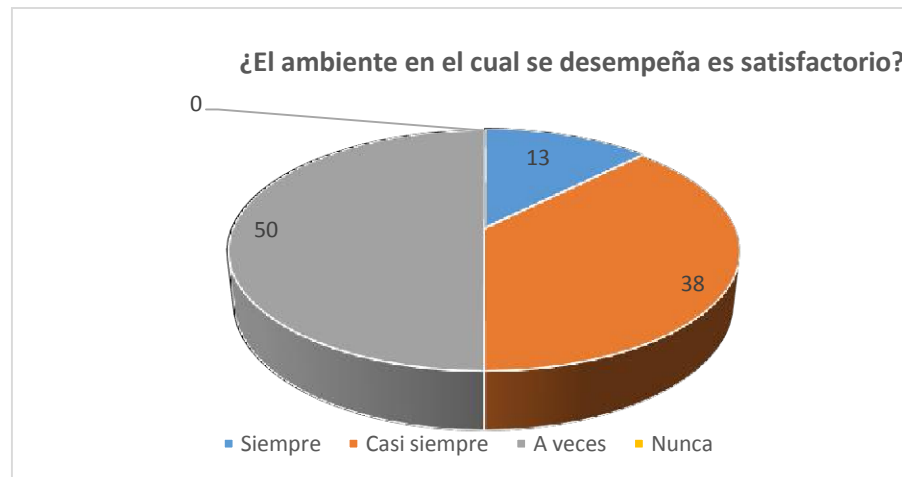
TABLA N° 01

Alternativas	f(x)	%
Siempre	1	13
Casi siempre	3	38
A veces	4	50
Nunca	0	0
Total	8	100

Fuente: cuestionario

Elaborado por: Autor

Grafico N° 01



Fuente: cuestionario

Elaborado por: Autor

Interpretación: Según la encuesta realizada se puede apreciar que el 50% respondió que a veces el ambiente en el cual se desempeña es satisfactorio, el 13% siempre, el 38% casi siempre 0% respondió nunca.

2. Productividad

¿Los recursos que le brinda la municipalidad le ayudan a cumplir su trabajo de atención al usuario?

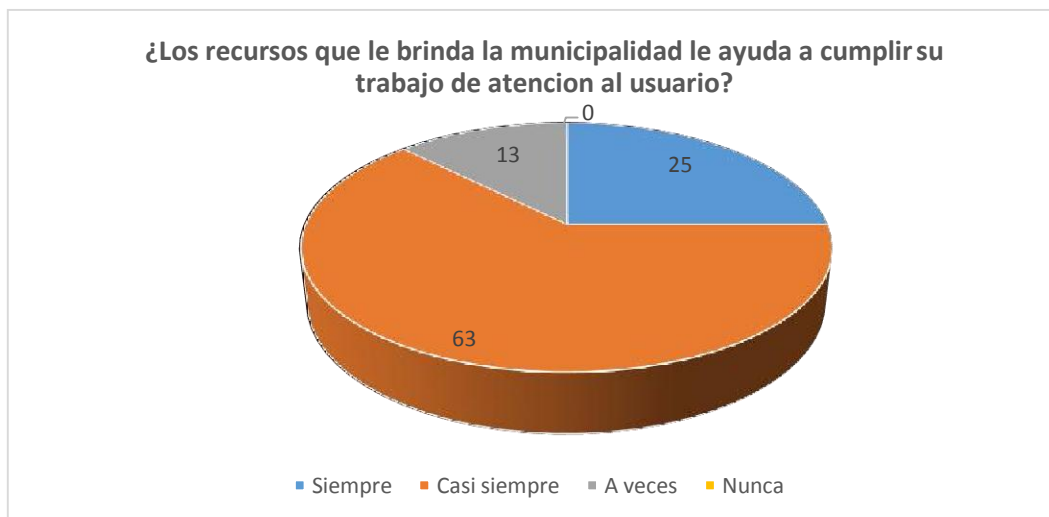
TABLA N° 02

ALTERNATIVAS	f(x)	%
Siempre	2	25
Casi siempre	5	63
A veces	1	13
Nunca	0	0
Total	8	100

Fuente: cuestionario

Elaborado por: Autor

Grafico N° 02



Fuente: cuestionario

Elaborado por: Autor

Interpretación: Según la encuesta realizada se puede apreciar que, que el 63% respondió que casi siempre los recursos que le brinda la municipalidad le ayuda a cumplir su trabajo al usuario, el 25% siempre, el 13% a veces y el 0% respondió nunca.

3. Responsabilidad

¿Usted como trabajador cumple con responsabilidad las funciones, actividades y tareas asignadas?

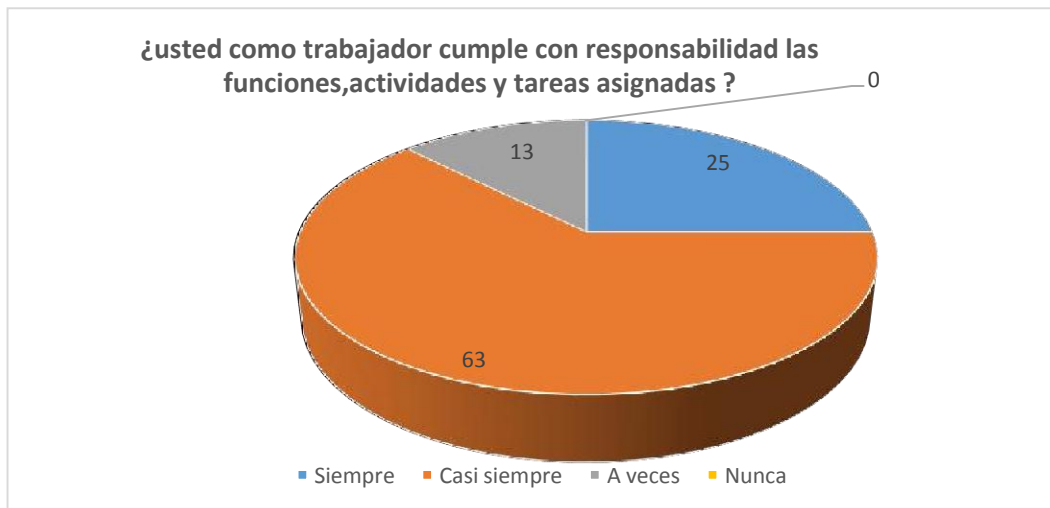
TABLA N° 03

ALTERNATIVAS	f(x)	%
Siempre	5	63
Casi siempre	2	25
A veces	1	13
Nunca	0	0
Total	8	100

Fuente: cuestionario

Elaborado por: Autor

Grafico N° 03



Fuente: cuestionario

Elaborado por: Autor

Interpretación: Según la encuesta realizada se puede apreciar que el 63% respondió que siempre ellos como trabajador cumplen con responsabilidad las funciones, actividades y tareas asignadas, el 25% casi siempre, el 13% a veces y el 0% respondió nunca.

4. Liderazgo

¿Considera usted que en el área de licencias municipales el liderazgo contribuye al cumplimiento de objetivos, propósitos y metas organizacionales?

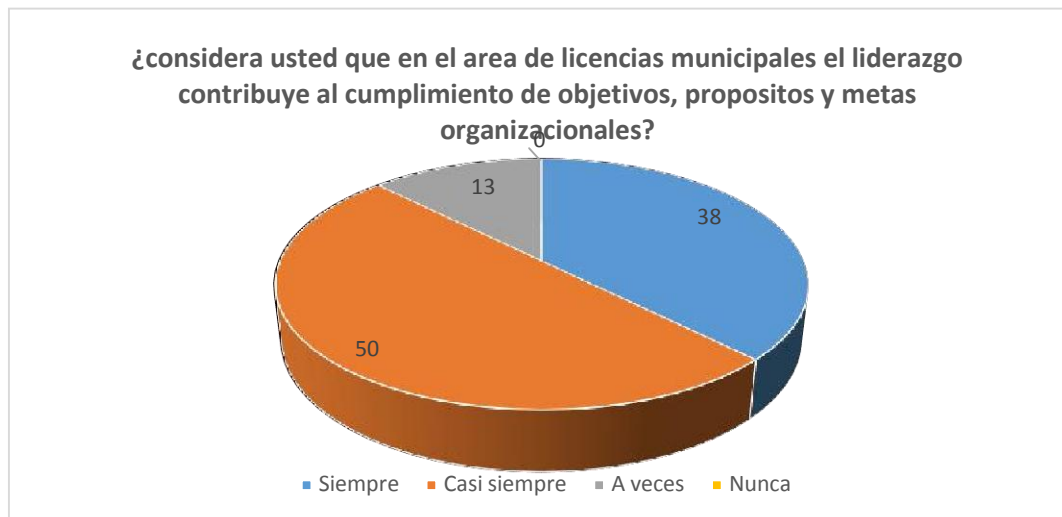
TABLA N° 04

ALTERNATIVAS	f(x)	%
Siempre	3	38
Casi siempre	4	50
A veces	1	13
Nunca	0	0
Total	8	100

Fuente: cuestionario

Elaborado por: Autor

Grafico N° 04



Fuente: cuestionario

Elaborado por: Autor

Interpretación: Según la encuesta realizada se puede apreciar que, el 38% respondió que casi siempre el liderazgo contribuye al cumplimiento de objetivos, propósitos y metas organizacionales, el 50% casi siempre, el 13% a veces y el 0% respondió nunca.

5. Trabajo

¿Cree usted que en el área de licencias municipales se fortalece el trabajo en equipo Favoreciendo en la toma de decisiones y solución de conflictos?

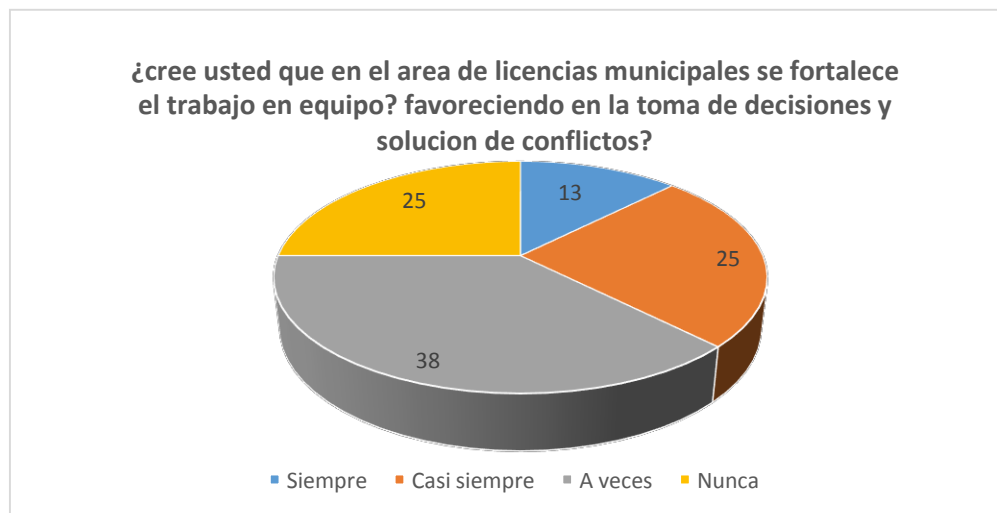
TABLA N° 05

ALTERNATIVAS	f(x)	%
Siempre	1	13
Casi siempre	2	25
A veces	3	38
Nunca	2	25
Total	8	100

Fuente: cuestionario

Elaborado por: Autor

Grafico N° 05



Fuente: cuestionario

Elaborado por: Autor

Interpretación: Según la encuesta realizada se puede apreciar que el 38% respondió que a veces se fortalece el trabajo en equipo en el área de licencias, Favoreciendo en la toma de decisiones y solución de conflictos el, el 25% casi siempre, el 13% siempre y el 25% respondió nunca.

6. Participación

¿Usted participa activamente en las actividades municipales, demostrando respeto, colaboración y solidaridad en el entorno empresarial?

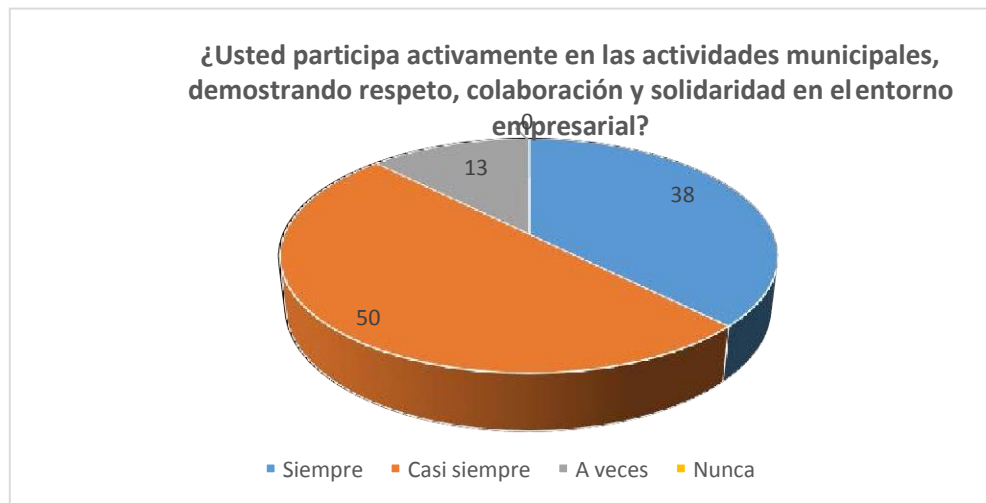
TABLA N° 06

ALTERNATIVAS	f(x)	%
Siempre	3	38
Casi siempre	4	50
A veces	1	13
Nunca	0	0
Total	8	100

Fuente: cuestionario

Elaborado por: Autor

Grafico N° 06



Fuente: cuestionario

Elaborado por: Autor

Interpretación: Según la encuesta realizada se puede apreciar que, el 50% respondió que casi siempre los empleados del área de licencias municipales participan activamente en las actividades municipales, demostrando respeto, colaboración y solidaridad en el entorno empresarial, el 38% casi siempre, el 13% a veces y el 0% respondió nunca.

7. Consistencia del servicio

Conocer las características de atención a usuarios en la municipalidad provincial de Yungay -2017.

¿Se realizó el servicio solicitado en un plazo adecuado?

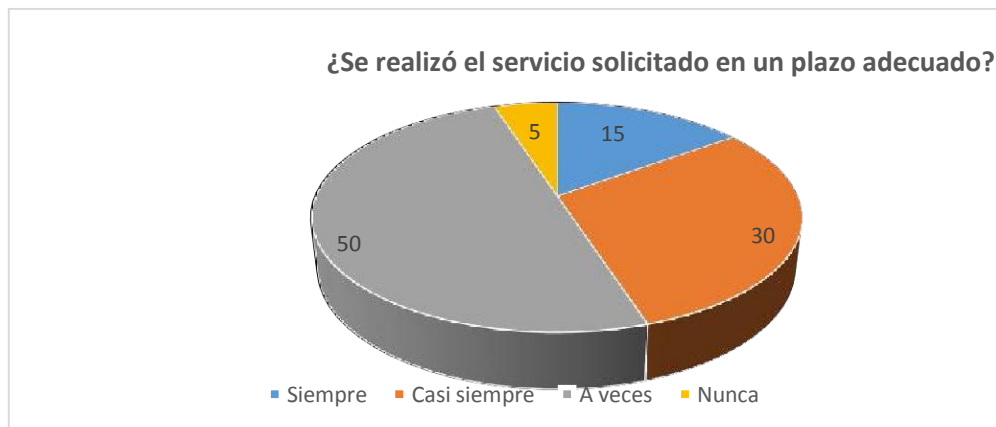
TABLA N° 07

ALTERNATIVAS	f(x)	%
Siempre	15	15
Casi siempre	30	30
A veces	50	50
Nunca	5	5
Total	100	100

Fuente: cuestionario

Elaborado por: Autor

Grafico N° 07



Fuente: cuestionario

Elaborado por: Autor

Interpretación: Según la encuesta realizada se puede apreciar que el 50% respondió que a veces el servicio se cumple en el plazo determinado, el 30% casi siempre, el 15% siempre y el 5% respondió nunca.

8. Seguridad

¿Considera que el personal que lo atendió le inspira confianza y muestra buena disposición para atenderlo?

TABLA N° 08

ALTERNATIVAS	f(x)	%
Siempre	25	25
Casi siempre	35	35
A veces	40	40
Nunca	0	0
Total	100	100

Fuente: cuestionario

Elaborado por: Autor

Grafico N° 08



Fuente: cuestionario

Elaborado por: Autor

Interpretación: Según la encuesta realizada se puede apreciar que el 40% respondió que a veces el personal que lo atendió le inspira confianza y muestra buena disposición para atenderlo, el 35% casi siempre, el 25% siempre y el 0% nunca.

9. Trato personal

¿El personal que lo atendió se expresa en un lenguaje comprensible que Ud. pueda entenderla?

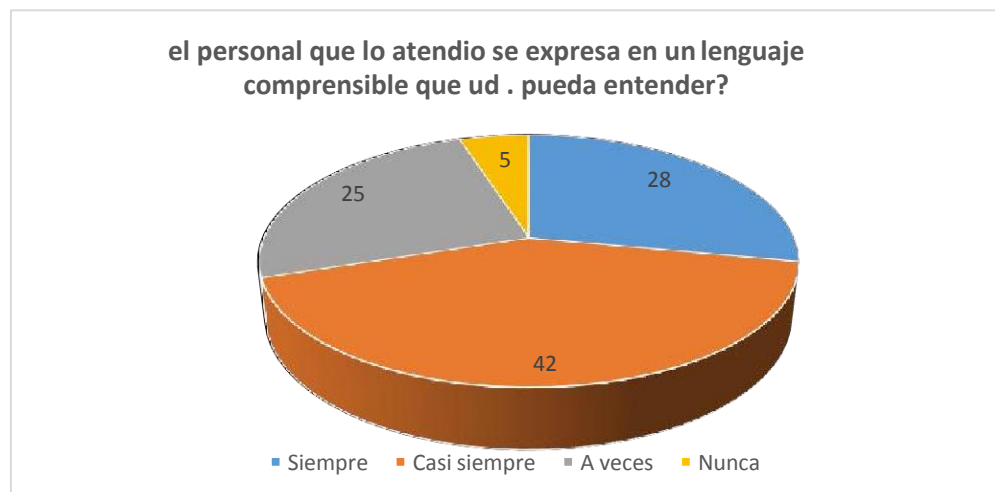
TABLA N° 09

ALTERNATIVAS	f(x)	%
Siempre	28	28
Casi siempre	42	42
A veces	25	25
Nunca	5	5
Total	100	100

Fuente: cuestionario

Elaborado por: Autor

Grafico N° 09



Fuente: cuestionario

Elaborado por: Autor

Interpretación: Según la encuesta realizada se puede apreciar que el 42% respondió que casi siempre es tratado con un lenguaje comprensible, el 28% siempre, el 25% a veces y el 5% manifestó que nunca.

10. Amabilidad

¿El personal que lo atendió muestra un trato respetuoso hacia usted?

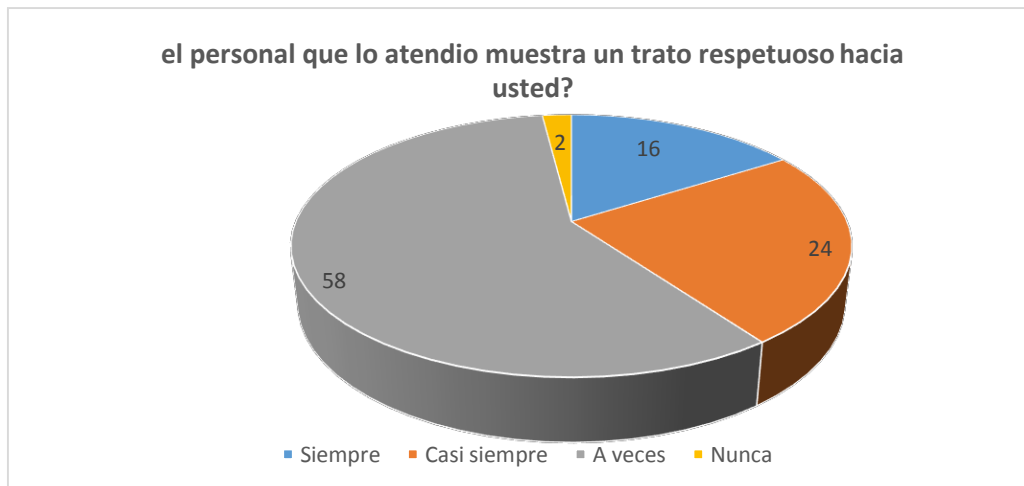
TABLA N° 10

ALTERNATIVAS	f(x)	%
Siempre	16	16
Casi siempre	24	24
A veces	58	58
Nunca	2	2
Total	100	100

Fuente: cuestionario

Elaborado por: Autor

Grafico N° 10



Fuente: cuestionario

Elaborado por: Autor

Interpretación: Según la encuesta realizada se puede apreciar que, el 58% respondió que a veces reciben trato respetuoso, el 24 % casi siempre recibe un trato respetuoso, el 16% siempre y el 2% nunca recibe trato respetuoso.

11. Personalidad

¿El personal da una imagen de honestidad y confianza?

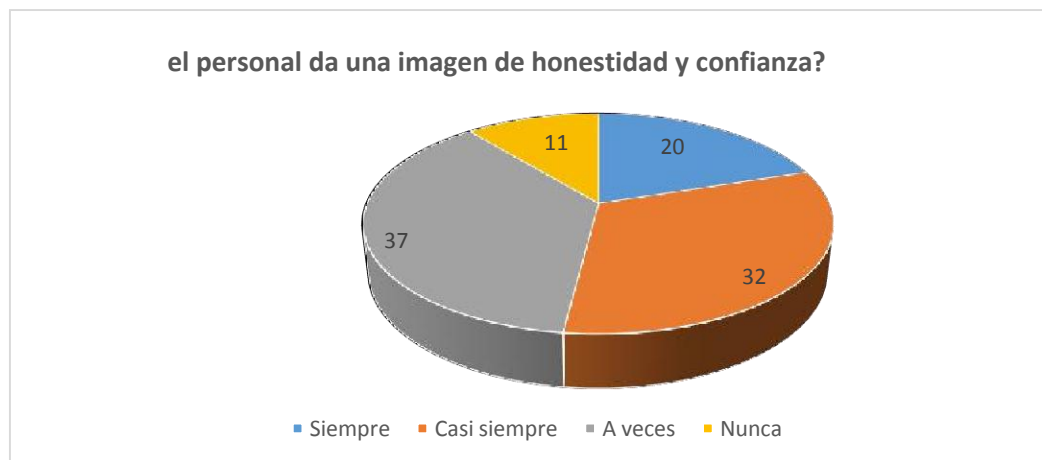
TABLA N° 11

ALTERNATIVAS	f(x)	%
Siempre	20	20
Casi siempre	32	32
A veces	37	37
Nunca	11	11
Total	100	100

Fuente: cuestionario

Elaborado por: Autor

Grafico N° 11



Fuente: cuestionario

Elaborado por: Autor

Interpretación: Según la encuesta realizada se puede apreciar que el 37% respondió que a veces el personal da una imagen de honestidad y confianza el, el 32% dice que casi siempre, el 20% siempre y el 11% contestó que el personal nunca da una imagen de honestidad y confianza.

12. Experiencia laboral

¿El personal que lo atendió muestra dominio en el puesto que se desempeña?

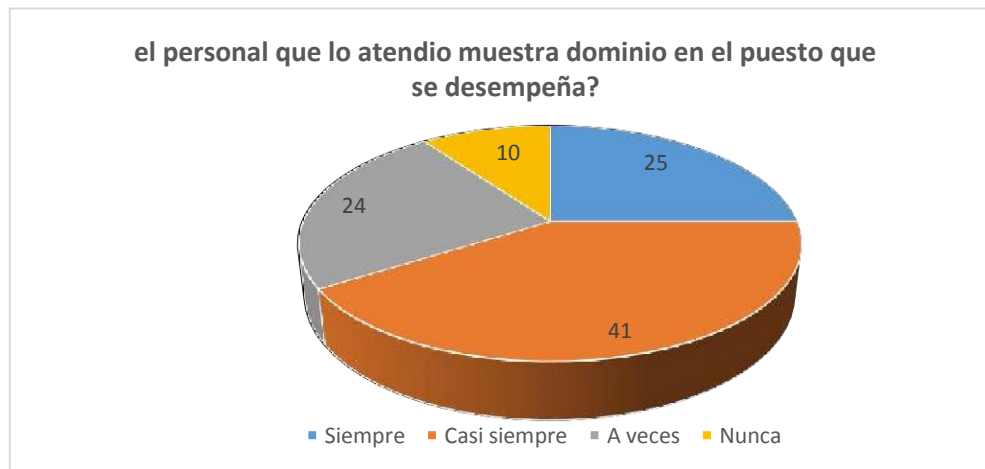
TABLA N° 12

ALTERNATIVAS	f(x)	%
Siempre	25	25
Casi siempre	41	41
A veces	24	24
Nunca	10	10
Total	100	100

Fuente: cuestionario

Elaborado por: Autor

Grafico N° 12



Fuente: cuestionario

Elaborado por: Autor

Interpretación: Según la encuesta realizada se puede apreciar que, el 41% respondió que el personal casi siempre demuestra dominio en el puesto de trabajo, el 24% a veces, el 25% siempre y el 10% indica que el personal que lo atendió nunca muestra dominio en el puesto.

8. Análisis y discusión

Análisis y discusión de los resultados para Conocer las características del clima organizacional en la municipalidad provincial de Yungay -2017.

En el Desempeño, en un 50% a veces el ambiente en el cual se desempeña es satisfactorio (tabla N° 01), Según Mx “el desempeño puede medirse como el grado de desenvolvura que una entidad cualquiera tiene con respecto a un fin esperado. Así, por ejemplo, un trabajador puede tener buen o mal desempeño en función de su laboriosidad, una empresa puede tener buen o mal desempeño según la calidad de servicios que brinda en función de sus costos.

Por tal motivo las deficiencias antes mencionadas pueden darse por un mal desempeño en los trabajadores de licencias municipales.

En cuanto a la **Productividad**, el 63% respondió que casi siempre los recursos que le brinda la municipalidad le ayuda a cumplir su trabajo al usuario (tabla N° 02), Frente a esto la Real Academia Española (RAE), platea que, “la productividad es un concepto que describe la capacidad o el nivel de producción por unidad de superficies de tierras cultivadas, de trabajo o de equipos industriales. De acuerdo a la perspectiva con la que se analice este término puede hacer referencia a diversas cosas, aquí presentamos algunas posibles definiciones.

En el campo de la economía, se entiende por productividad al vínculo que existe entre lo que se ha producido y los medios que se han empleado para conseguirlo (mano de obra, materiales, energía, etc.). La productividad suele estar asociada a la eficiencia y al tiempo.

Los empleados del área de licencias de la Municipalidad de Yungay, manifestaron que casi siempre los recursos que brinda la municipalidad le ayuda en su desempeño pero que sería bueno que la entidad les provea de mayores recursos con la finalidad de que la producción de cada trabajador sea mayor.

En la **Responsabilidad**, el 63% respondió que siempre ellos como trabajador cumplen con responsabilidad las funciones, actividades y tareas asignadas (tabla N° 03), Para los autores Julián Pérez Porto y María Merino. (2008) “la responsabilidad es aquella persona que desarrolla una acción en forma consciente y que puede ser imputada por las derivaciones que dicho comportamiento posea. De este modo, la responsabilidad es una virtud presente en todo hombre que goce de su libertad”.

Determinando que la mayoría de los trabajadores de licencias municipales son responsables en sus funciones y actividades que realizan.

Para el **Liderazgo**, el 38% respondió que casi siempre el liderazgo contribuye al cumplimiento de objetivos, propósitos y metas organizacionales (table N°04), los Autores Julián Pérez Porto y María Merino, indican que, “ El liderazgo se refiere al conjunto de habilidades que debe poseer determinada persona para influir en la manera de pensar o de actuar de las personas, motivándolos para hacer que las tareas que deben llevar a cabo dichas personas sean realizadas de manera eficiente ayudando de esta forma a la consecución de los logros, utilizando distintas herramientas como el carisma y la seguridad al hablar además de la capacidad de socializar con los demás”.

Determinado así, que se necesita mejorar el liderazgo para que se logre el cumplimiento de objetivos, propósitos y metas.

En cuanto al **Trabajo**, un 38% respondió que a veces se fortalece el trabajo en equipo en el área de licencias (tabla N° 05), Para los autores Julián Pérez Porto y María Merino “El trabajo Es toda actividad humana lícita, remunerada, que expresa la capacidad creativa del hombre, manifestada como esfuerzo físico, intelectual o artístico. Extensivamente puede usarse el término para designar la acción de la herramienta, utensilio, o máquina que la persona utiliza para realizar su propio trabajo personal”.

De acuerdo a lo descrito en el área de licencias municipales a veces se da el trabajo en equipo y esto no coincide con lo que dicen los autores.

En la **participación**, un 50% respondió que casi siempre los empleados del área de licencias municipales participan activamente en las actividades municipales, demostrando respeto, colaboración y solidaridad en el entorno empresarial (tabla N°6), Los Autores Julián Pérez Porto y María Merino “la participación como la acción y efecto de participar (tomar o recibir parte de algo, compartir, noticiar). El término puede utilizarse para nombrar a la capacidad de la ciudadanía de involucrarse en las decisiones políticas de un país o región”.

Los empleados del área de licencias municipales casi siempre están involucrados en las actividades municipales entonces como mencionan los autores ellos toman o reciben parte en muchas de las actividades de la municipalidad provincial de Yungay

En la Consistencia **de servicio**, un 50% respondió que a veces el servicio se cumple en el plazo determinado (tabla N°07), Para los autores Julián Pérez Porto y María Merino. (2012)” servicio es a un cúmulo de tareas desarrolladas por una compañía para satisfacer las exigencias de sus clientes. De este modo, el servicio podría presentarse como un **bien de carácter no material**. Por lo tanto, quienes ofrecen servicios no acostumbran hacer uso de un gran número de materias primas y poseen escasas restricciones físicas. Asimismo, hay que resaltar que su valor más importante es la experiencia”.

En vista a lo dicho por los autores y a los usuarios quienes dijeron que a veces el servicio se cumple a tiempo, quiere decir que los empleados de licencias municipales no son siempre puntuales en el servicio.

En cuanto a la **Seguridad**, un 40% respondió que a veces el personal que lo atendió le inspira confianza y muestra buena disposición para atenderlo (cuadro N° 08), para Los Autores Julián Pérez Porto y María Merino “La seguridad es la garantía que tienen las personas de estar libre de todo daño, amenaza, peligro o riesgo; es la necesidad de sentirse protegidas, contra todo aquello que pueda perturbar o atentar contra su integridad física, moral, social y hasta económica”.

Entonces se diría ya que los empleados muestran a veces confianza y disposición para atender a los usuarios no puedan llevar una atención correcta y los usuarios no se sentirán cómodos.

En cuanto al **Trato personal**, un 42% respondió que casi siempre es tratado con un lenguaje comprensible (cuadro N° 09), “Trato es la acción y efecto de tratar (gestionar algún negocio, relacionarse con un individuo, proceder con una persona de obra o de palabra, conferir un asunto). El término puede utilizarse como sinónimo de tratado, convenio, pacto o contrato.

El trato, por lo tanto, es la conclusión sobre un asunto o materia, una vez que se haya conferido y hablado sobre el tema”.

De esto se deduce que los usuarios reciben casi siempre un trato agradable entonces se puede decir que el personal cuenta con una formación para tratar de una manera correcta a los clientes.

En la **Amabilidad**, un 58% respondió que a veces reciben trato respetuoso (cuadro N°10), para Los autores Julián Pérez Porto y María Merino “La amabilidad puede definirse como un comportamiento o acto que resulta caritativo, solidario o afectuoso con otras personas. Por eso engloba diversas actitudes, como la simpatía, la generosidad, la compasión y el altruismo”.

En vista a esto se nota que entre los empleados del área y los usuarios no existe esa confianza y amabilidad.

Para la **Personalidad**, un 37% respondió que a veces el personal da una imagen de honestidad y confianza (cuadro N°11), El autor ABC “La personalidad es el conjunto de características físicas, genéticas y sociales que reúne un individuo, y que lo hacen diferente y único respecto del resto de los individuos. En tanto, la interrelación y la comunión de todas estas características, generalmente estables, serán las que determinarán la conducta y el comportamiento de una persona y porque no también, de

acuerdo a la estabilidad de las mismas, predecir la respuesta que puede dar un individuo al cual conocemos ante determinada circunstancia o estímulo”.

Al haber analizado sobre la personalidad de los empleados del área de licencias municipales y lo que dice el autor se entenderá que bajo estas circunstancias la personalidad no ayuda mucho al desempeño laboral.

En la **Experiencia laboral**, un 41% respondió que el personal casi siempre demuestra dominio en el puesto de trabajo (cuadro N°12), Según Meyer y Schwager (2007), podríamos definir una experiencia laboral como la respuesta interna y subjetiva de los trabajadores ante cualquier contacto directo o indirecto con alguna práctica, política o procedimientos de gestión de personas. El contacto directo usualmente es iniciado por la unidad responsable de las decisiones sobre selección, remuneraciones, entrenamiento y otras. También incluye las interacciones de las personas con ejecutivos y supervisores que, a través del ejercicio de su cargo, dan instrucciones, comunican, reconocen, disciplinan y realizan una amplia gama de conductas que tienen un impacto en lo que las personas piensan sobre su trabajo y la organización”.

Entonces de la encuesta realizada casi la mitad de la muestra de usuarios considera que el personal del área de licencias municipales tiene experiencia laboral demostrando dominio en el puesto que ocupa habiendo un grupo menor que aún no posee conocimientos para desempeñarse adecuadamente, esto puede deberse al poco tiempo de experiencia en el área.

9. Conclusiones y Recomendaciones

9.1. Conclusiones

- ✓ Mediante la investigación realizada se concluye que, las características del clima organizacional en la unidad de licencias en la municipalidad provincial de Yungay, no es muy buena, puesto que existe las diferentes idiosincrasias, aptitudes, valores, políticas, etc. tanto de los directivos y empleados de dicha dependencia.
- ✓ Según el trabajo de investigación la atención a los usuarios en la municipalidad provincial de Yungay es en su mayor parte es de regular a óptima, y que los usuarios han manifestado que la atención recibida se llevó a cabo casi siempre en un plazo adecuado, también manifestaron que la mayoría del personal que los atendió se desempeña de una manera óptima y demuestra dominio en su puesto de trabajo.
- ✓ Se concluye que el área de licencias municipales y los usuarios están en la responsabilidad de mejorar sus relaciones comerciales ya que el trato personal y la amabilidad deben ser más afines.

9.2. Recomendaciones

- ✓ Fijar metas al personal de licencias para su cumplimiento, todos los requerimientos que lleguen a su dependencia deben ser atendidos en el tiempo estipulado, para evitar el retraso en su atención.
- ✓ Asignar las funciones según las habilidades y capacidades del trabajador, con el propósito de que se desempeñen mejor en cada una de las actividades.
- ✓ La gerencia de la cual depende el área de licencias municipales debe motivar al trabajador premiándoles y recompensándolos por su buen desempeño laboral ya que así el empleado se desempeñará con satisfacción y será más eficiente.
- ✓ Establecer un programa de capacitaciones para el personal y de esta forma mejorar la eficiencia y la eficacia en cuanto a la atención al usuario.

10. Agradecimiento

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

A mis padres, Hugo y Amandina por ser los apoyos más grandes durante mi educación universitaria, ya que sin ello no hubiera logrado mis metas y sueños.

A mis hermanos que confiaron en mí, cuyo amor incondicional permitieron que tomara la fuerza y energía necesarias para terminarla.

A mis maestros, que compartieron conmigo sus conocimientos para convertirme en un profesional, por su tiempo, dedicación y por su pasión por la actividad docente.

A mis amigos y compañeros, gracias por su apoyo y conocimientos hicieron de esta experiencia una de las más especiales.

EL AUTOR

11. Referencias Bibliográficas

- ✓ Arias Jiménez. (2004). Factores del clima organizacional influyentes en la satisfacción laboral de enfermería concerniente a los cuidados intensivos neonatales del Hospital Nacional de Niños [versión electrónica]. *Enfermería*, 28, 23-7.
- ✓ Bernal González, I, Angélica Pedraza Melo, N,
- ✓ CONCEPTODEFINICION.DE. (2011). Seguridad. Recuperado el 20 de agosto del 2017, de <http://conceptodefinicion.de/seguridad/>
- ✓ CONCEPTODEFINICIÓN.DE. (2014). Liderazgo. Recuperado el 20 de agosto del 2017, de <http://conceptodefinicion.de/liderazgo/>
- ✓ Definición ABC. (s/f). personalidad. Recuperado el 21 de agosto del 2017, de <https://www.definicionabc.com/social/personalidad.php>
- ✓ Definición en DeConceptos.com. (s/f). trabajo. recuperado el 20 de agosto del 2017, de <http://deconceptos.com/ciencias-naturales/trabajo>
- ✓ Definición MX. (s/f). desempeño. recuperado el 21 de agosto de 2017, de <https://definicion.mx/derecho>
- ✓ González Burboa, A. (2014). Clima Organizacional de Administración de Salud Municipal. [versión electrónica]. *Cienc Trab*, 12p
- ✓ John.A.L.(2015). Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Pachupa Andahuaylas 2015. Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración de empresas. Universidad maría Arguedas facultad de ciencias de la empresa. Pachuca Andahuaylas, Perú
- ✓ Julián P y María M. (2008). Responsabilidad. recuperado el 21 de agosto del 2017 , de (<https://definicion.de/responsabilidad/>)
- ✓ Julián P y María M. (2009). Amabilidad. Recuperado el 21 de agosto del 2017, de (<https://definicion.de/amabilidad/>)
- ✓ Julián P y María M. (2010). Participación. recuperado el 20 de agosto del 2017, de (<https://definicion.de/participacion/>)
- ✓ Julián, P; María, M. (2008). consistencia de servicio. Recuperado el 11 de setiembre de,

- ✓ Julián, P; María, M. (2010). Trato personal. Recuperado el 11 de setiembre de 2017 de,
- ✓ Leila, C.L. (2014). El clima organizacional y su influencia en la atención al cliente en la plataforma de atención de la oficina de normalización previsional la libertad. Tesis de grado no publicada de ciencias económicas y administrativas. Universidad de Trujillo. Facultad de Ciencias Económicas. Trujillo, Perú.
- ✓ Meyer, C; Schwager, A. (2007). experiencia laboral. Recuperado el 11 de setiembre de 2017, de <http://personasorganizaciones.blogspot.pe/2009/07/una-definicion-de-experiencia-laboral.html>
- ✓ Noriega Bravo, V. (2015). Instrumento para evaluar el clima organizacional en los Grupos de Control de Vectores. [versión electrónica]. spu,37,02_11
- ✓ Ramos Moreno, D.C. (2012). El Clima Organizacional, definición, teoría, dimensiones y modelos de abordaje Fusagasugá, Cundinamarca, Colombia, dinaramos: el autor
- ✓ Sánchez Limón, M. (2015). El clima organizacional y su relación con la calidad de los servicios públicos de salud: diseño de un modelo teórico [versión electrónica]. Estudios Gerenciales, 9p.
- ✓ Segredo Pérez, A. (2015). Clima organizacional en la gestión del cambio para el desarrollo de la organización [versión electrónica]. spu, 139,2_13
- ✓ Segura Massó A. (2012) Clima organizacional: un modo eficaz para dirigir los servicios de salud [versión electrónica]. Ava Enferm, XXX 107-13.

- ✓ (<https://definicion.de/servicio/>)
- ✓ (<https://definicion.de/trato/>)

12. Apéndices y Anexos

ANEXO 01

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO	PROBLEMA	HIPOTESIS	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS
“Clima organizacional y atención a usuarios en la municipalidad provincial de Yungay-2017”	¿Cómo es el Clima Organizacional y atención a usuarios en la Municipalidad Provincial de Yungay -2017?	Se ha creído conveniente no formular hipótesis, en razón que se trata de un estudio descriptivo, que va a permitir describir el comportamiento de las variables de estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).	Determinar cómo es el clima organizacional en la unidad de licencias municipales y la atención a los usuarios en la Municipalidad Provincial de Yungay 2017.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las características del clima organizacional en la unidad de licencias municipales en la municipalidad provincial de Yungay 2017. • Conocer las características de la atención a los usuarios en la municipalidad provincial de Yungay 2017.

ANEXO 02

MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM
<u>Variable 01:</u> Clima Organizacional	Es un conjunto de propiedades del ambiente laboral, percibidas; directamente o indirectamente por los empleados que se supone que son una fuerza que influye en la conducta del empleado. Hall, R., (1996)	El clima organizacional en la municipalidad de Yungay es buena por ello la población yungaina sin temor alguno acude a la municipalidad provincial de Yungay	Ambiente laboral	Desempeño	¿El ambiente en el cual se desempeña es satisfactorio?
				Productividad	¿Los recursos que le brinda la municipalidad le ayuda a cumplir su trabajo de atención al usuario?
			Conducta	Responsabilidad	¿Usted como trabajador cumple con responsabilidad las funciones, actividades y tareas asignadas?
				Liderazgo	¿Considera usted que en el área de licencias municipales el liderazgo contribuye al cumplimiento de objetivos, propósitos y metas organizacionales?
			Empleado	Trabajo	¿Cree usted que en el área de licencias municipales se fortalece el trabajo en equipo? Favoreciendo en la toma de decisiones y solución de conflictos?
				participación	¿Usted participa activamente en las actividades municipales, demostrando respeto, colaboración y solidaridad en el entorno empresarial?

<p>Variable 02:</p> <p>Atención a Usuarios</p>	<p>El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa. (HUMBERTO SERNA GÓMEZ 2006)</p>	<p>Los usuarios son atendidos con respeto, cortesía y amabilidad y ellos notan un clima agradable en la municipalidad provincial de Yungay.</p>	<p>Capacidad de respuesta</p>	<p>Consistencia del servicio</p>	<p>¿Se realizó el servicio solicitado en un plazo adecuado?</p>
				<p>Seguridad</p>	<p>¿Considera que el personal que lo atendió le inspira confianza y muestra buena disposición para atenderlo?</p>
			<p>La cortesía</p>	<p>Trato personal.</p>	<p>¿El personal que lo atendió se expresa en un lenguaje Comprensible que Ud. Pueda entender?</p>
				<p>Amabilidad</p>	<p>¿El personal que lo atendió muestra un trato Respetuoso hacia usted?</p>
			<p>Competencias personales</p>	<p>Personalidad</p>	<p>¿El personal da una imagen de honestidad y Confianza?</p>
				<p>Experiencia laboral</p>	<p>¿El personal que lo atendió muestra dominio en el Puesto que se desempeña?</p>

INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

Instrucciones: puede escribir o marcar con una (x) la alternativa que Ud. Crea conveniente. Marque solo una alternativa según sea el caso, se le recomienda responder con la mayor sinceridad posible. Si necesita ayuda puede solicitarlo a la persona encargada gracias. Marque de acuerdo al siguiente cuadro:

Siempre	1
Casi Siempre	2
A veces	3
Nunca	4

Clima organizacional

¿El ambiente en el cual se desempeña es satisfactorio?	1	2	3	4
¿Los recursos que le brinda la municipalidad le ayuda a cumplir su trabajo de atención al usuario?	1	2	3	4
¿Usted como trabajador cumple con responsabilidad las funciones, actividades y tareas asignadas?	1	2	3	4
¿Considera usted que en el área de licencias municipales el liderazgo contribuye al cumplimiento de objetivos, propósitos y metas organizacionales?	1	2	3	4
¿Cree usted que en el área de licencias municipales se fortalece el trabajo en equipo? ¿Favoreciendo en la toma de decisiones y solución de conflictos?	1	2	3	4
¿Usted participa activamente en las actividades municipales demostrando respeto, colaboración y solidaridad en el entorno empresarial?	1	2	3	4

Atención a Usuarios

¿Se realizó el servicio solicitado en un plazo adecuado?	1	2	3	4
¿Considera que el personal que lo atendió le inspira confianza y muestra buena disposición para atenderlo?	1	2	3	4
¿El personal que lo atendió se expresa en un lenguaje comprensible que Ud. Pueda entender?	1	2	3	4
¿El personal que lo atendió muestra un trato respetuoso hacia usted?	1	2	3	4
¿El personal da una imagen de honestidad y confianza?	1	2	3	4
¿El personal que lo atendió muestra dominio en el puesto que se desempeña?	1	2	3	4

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

PLANILLAS DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Encuesta para medir Clima Organizacional y Atención a usuarios en la municipalidad provincial de Yungay -2017 que es parte de la investigación Titulada, "Clima Organizacional y Atención a usuarios en la municipalidad provincial de Yungay -2017". La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración de las Tesis de los alumnos de Administración como a sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EXPERTO: MANUEL FERNANDO SOLDZAR GONZALES
 FORMACIÓN ACADÉMICA: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
 AREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL: ADMINISTRACIÓN Y OPERACIONES
 TIEMPO ONCE AÑOS CARGO ACTUAL DOCENTE UNIVERSITARIO
 INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD SAN PEDRO

Objetivo de la investigación: Determinar cómo es el clima organizacional y atención a usuarios en la Municipalidad Provincial de Yungay -2017.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORIA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- Los ítems no son suficientes para medir la dimensión - Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total - Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. - Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem no es claro - El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. - Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. - El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem no tiene relación lógica con la dimensión - El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. - El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. - El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión - El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. - El ítem es relativamente importante. - El ítem es muy importante en la dimensión.

MATRIZ DE VALIDACION POR EXPERTOS

TITULO DE LA TESIS: “Clima Organizacional y Atención a usuarios en la municipalidad provincial de Yungay, 2017”

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA*	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES (si debe modificarse un ítem por favor indique)
Ambiente Laboral	1.¿El ambiente en el cual se desempeña es satisfactorio?	4	4	4	4	
	2.¿Los recursos que le brinda la municipalidad le ayuda a cumplir su trabajo de atención al usuario?	4	4	4	4	
Conducta	3.¿Usted como trabajador cumple con responsabilidad las funciones, actividades y tareas asignadas?	4	4	4	4	
	4.¿Considera usted que en el área de licencias municipales el liderazgo contribuye al cumplimiento de objetivos, propósitos y metas organizacionales?	4	4	4	4	
Empleado	5 ¿Cree usted que en el área de licencias municipales se fortalece el trabajo en equipo? ¿Favoreciendo en la toma de decisiones y solución de conflictos?	4	4	4	3	
	6.¿Usted participa activamente en las actividades municipales demostrando respeto, colaboración y solidaridad en el entorno empresarial?	4	4	4	4	

Capacidad de respuesta	7. ¿Se realizó el servicio solicitado en un plazo adecuado?	4	4	4	4	
	8. ¿Considera que el personal que lo atendió le inspira confianza y muestra buena disposición para atenderlo?	4	4	4	4	
La cortesía	9. ¿El personal que lo atendió se expresa en un lenguaje comprensible que Ud. pueda entender?	4	4	3	4	
	10- ¿El personal que lo atendió muestra un trato respetuoso hacia usted?	4	4	4	4	
Competencias personales	11. ¿El personal da una imagen de honestidad y confianza?	4	4	4	4	
	12. ¿El personal que lo atendió muestra dominio en el puesto que se desempeña?	4	4	4	4	

*Para los casos de equivalencia semántica se deja una casilla por ítem, ya que se evaluará si la traducción o el cambio en vocabulario son suficientes

ASPECTO GENERALES

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario.	✓		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	✓		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial	✓		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir	✓		
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada		✓	
VALIDEZ			
APLICABLE	(SI)	NO APLICABLE	NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			SI NO
Validado por: MANUEL FERNANDO SALAZAR GONZALEZ			Fecha: 15 DIC. 2017
Firma: 	Teléfono: 943954863	Email: fsalazar_osp@hotmail.com	

ANEXO 01

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO	PROBLEMA	HIPOTESIS	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS
<p>“Clima organizacional y atención a usuarios en la municipalidad provincial de Yungay-2017”</p>	<p>¿Cómo es el Clima Organizacional y atención a usuarios en la Municipalidad Provincial de Yungay -2017?</p>	<p>Se ha creído conveniente no formular hipótesis, en razón que se trata de un estudio descriptivo, que va a permitir describir el comportamiento de las variables de estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).</p>	<p>Determinar cómo es el clima organizacional en la unidad de licencias municipales y la atención a los usuarios en la Municipalidad Provincial de Yungay 2017.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las características del clima organizacional en la unidad de licencias municipales en la municipalidad provincial de Yungay 2017. • Conocer las características de la atención a los usuarios en la municipalidad provincial de Yungay 2017.

ANEXO 02

MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM
<u>Variable 01:</u> Clima Organizacional	Es un conjunto de propiedades del ambiente laboral, percibidas; directamente o indirectamente por los empleados que se supone que son una fuerza que influye en la conducta del empleado. Hall, R., (1996)	El clima organizacional en la municipalidad de Yungay es buena por ello la población yungaina sin temor alguno acude a la municipalidad provincial de Yungay	Ambiente laboral	Desempeño	¿El ambiente en el cual se desempeña es satisfactorio?
				Productividad	¿Los recursos que le brinda la municipalidad le ayuda a cumplir su trabajo de atención al usuario?
			Conducta	Responsabilidad	¿Usted como trabajador cumple con responsabilidad las funciones, actividades y tareas asignadas?
				Liderazgo	¿Considera usted que en el área de licencias municipales el liderazgo contribuye al cumplimiento de objetivos, propósitos y metas organizacionales?
			Empleado	Trabajo	¿Cree usted que en el área de licencias municipales se fortalece el trabajo en equipo? Favoreciendo en la toma de decisiones y solución de conflictos?
				participación	¿Usted participa activamente en las actividades municipales, demostrando respeto, colaboración y solidaridad en el entorno empresarial?

<p>Variable 02:</p> <p>Atención a Usuarios</p>	<p>El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa. (HUMBERTO SERNA GÓMEZ 2006)</p>	<p>Los usuarios son atendidos con respeto, cortesía y amabilidad y ellos notan un clima agradable en la municipalidad provincial de Yungay.</p>	<p>Capacidad de respuesta</p>	<p>Consistencia del servicio</p>	<p>¿Se realizó el servicio solicitado en un plazo adecuado?</p>
				<p>Seguridad</p>	<p>¿Considera que el personal que lo atendió le inspira confianza y muestra buena disposición para atenderlo?</p>
			<p>La cortesía</p>	<p>Trato personal.</p>	<p>¿El personal que lo atendió se expresa en un lenguaje comprensible que Ud. pueda entender?</p>
				<p>Amabilidad</p>	<p>¿El personal que lo atendió muestra un trato respetuoso hacia usted?</p>
			<p>Competencias personales</p>	<p>Personalidad</p>	<p>¿El personal da una imagen de honestidad y confianza?</p>
				<p>Experiencia laboral</p>	<p>¿El personal que lo atendió muestra dominio en el Puesto que se desempeña?</p>

INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

Instrucciones: puede escribir o marcar con una (x) la alternativa que Ud. Crea conveniente. Marque solo una alternativa según sea el caso, se le recomienda responder con la mayor sinceridad posible. Si necesita ayuda puede solicitarlo a la persona encargada gracias. Marque de acuerdo al siguiente cuadro:

Siempre	1
Casi Siempre	2
A veces	3
Nunca	4

Clima organizacional	¿El ambiente en el cual se desempeña es satisfactorio?	1	2	3	4
	¿Los recursos que le brinda la municipalidad le ayuda a cumplir su trabajo de atención al usuario?	1	2	3	4
	¿Usted como trabajador cumple con responsabilidad las funciones, actividades y tareas asignadas?	1	2	3	4
	¿Considera usted que en el área de licencias municipales el liderazgo contribuye al cumplimiento de objetivos, propósitos y metas organizacionales?	1	2	3	4
	¿Cree usted que en el área de licencias municipales se fortalece el trabajo en equipo? ¿Favoreciendo en la toma de decisiones y solución de conflictos?	1	2	3	4
	¿Usted participa activamente en las actividades municipales demostrando respeto, colaboración y solidaridad en el entorno empresarial?	1	2	3	4

Atención a Usuarios	¿Se realizó el servicio solicitado en un plazo adecuado?	1	2	3	4
	¿Considera que el personal que lo atendió le inspira confianza y muestra buena disposición para atenderlo?	1	2	3	4
	¿El personal que lo atendió se expresa en un lenguaje comprensible que Ud. Pueda entender?	1	2	3	4
	¿El personal que lo atendió muestra un trato respetuoso hacia usted?	1	2	3	4
	¿El personal da una imagen de honestidad y confianza?	1	2	3	4
	¿El personal que lo atendió muestra dominio en el puesto que se desempeña?	1	2	3	4

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

PLANILLAS DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Encuesta para medir Clima Organizacional y Atención a usuarios en la municipalidad provincial de Yungay -2017 que es parte de la investigación Titulada, "Clima Organizacional y Atención a usuarios en la municipalidad provincial de Yungay - 2017". La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración de las Tesis de los alumnos de Administración como a sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EXPERTO: ROGER ROBERT TORRES REYES
 FORMACIÓN ACADÉMICA: LICENCIADO EN ADMINISTRACION
 AREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL: ADMINISTRACION - MARKETING
 TIEMPO 06 AÑOS CARGO ACTUAL DOCE UNIVERSITARIO
 INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD SAN PEDRO
 Objetivo de la investigación: Determinar cómo es el clima organizacional y atención a usuarios en la Municipalidad Provincial de Yungay -2017.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORIA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- Los ítems no son suficientes para medir la dimensión - Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total - Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. - Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem no es claro - El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. - Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. - El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem no tiene relación lógica con la dimensión - El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. - El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. - El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión - El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. - El ítem es relativamente importante. - El ítem es muy importante en la dimensión.

MATRIZ DE VALIDACION POR EXPERTOS


TITULO DE LA TESIS: "Clima Organizacional y Atención a usuarios en la municipalidad provincial de Yungay, 2017"

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA*	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES (si debe modificarse un ítem por favor indique)
Ambiente Laboral	1.¿El ambiente en el cual se desempeña es satisfactorio?	4	4	4	4	
	2.¿Los recursos que le brinda la municipalidad le ayuda a cumplir su trabajo de atención al usuario?	4	4	4	4	
Conducta	3.¿Usted como trabajador cumple con responsabilidad las funciones, actividades y tareas asignadas?	4	4	4	4	
	4.¿Considera usted que en el área de licencias municipales el liderazgo contribuye al cumplimiento de objetivos, propósitos y metas organizacionales?	4	4	4	4	
Empleado	5 ¿Cree usted que en el área de licencias municipales se fortalece el trabajo en equipo? ¿Favoreciendo en la toma de decisiones y solución de conflictos?	4	4	3	3	
	6.¿Usted participa activamente en las actividades municipales demostrando respeto, colaboración y solidaridad en el entorno empresarial?	4	4	4	4	

Capacidad de respuesta	7. ¿Se realizó el servicio solicitado en un plazo adecuado?	4	4	4	4	
	8. ¿Considera que el personal que lo atendió le inspira confianza y muestra buena disposición para atenderlo?	4	4	4	4	
La cortesía	9. ¿El personal que lo atendió se expresa en un lenguaje comprensible que Ud. Pueda entender?	4	4	4	4	
	10- ¿El personal que lo atendió muestra un trato respetuoso hacia usted?	4	4	4	4	
Competencias personales	11. ¿El personal da una imagen de honestidad y confianza?	4	4	3	4	
	12. ¿El personal que lo atendió muestra dominio en el puesto que se desempeña?	4	4	3	4	

*Para los casos de equivalencia semántica se deja una casilla por ítem, ya que se evaluará si la traducción o el cambio en vocabulario son suficientes

ASPECTO GENERALES

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES		
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario.	✓				
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	✓				
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial	✓				
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir	✓				
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada	✓				
VALIDEZ					
APLICABLE	SI	NO APLICABLE	NO		
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">SI</td> <td style="text-align: center;">NO</td> </tr> </table>	SI	NO
SI	NO				
Validado por:	Lic. Adm. Roger Roberto Torres Reyes.		Fecha: 15 DIC. 2017		
Firma:		Teléfono: 972053128	Email: roger197178@gmail.com		

ANEXO 01

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO	PROBLEMA	HIPOTESIS	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS
<p>“Clima organizacional y atención a usuarios en la municipalidad provincial de Yungay-2017”</p>	<p>¿Cómo es el Clima Organizacional y atención a usuarios en la Municipalidad Provincial de Yungay -2017?</p>	<p>Se ha creído conveniente no formular hipótesis, en razón que se trata de un estudio descriptivo, que va a permitir describir el comportamiento de las variables de estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).</p>	<p>Determinar cómo es el clima organizacional en la unidad de licencias municipales y la atención a los usuarios en la Municipalidad Provincial de Yungay 2017.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las características del clima organizacional en la unidad de licencias municipales en la municipalidad provincial de Yungay 2017. • Conocer las características de la atención a los usuarios en la municipalidad provincial de Yungay 2017.

ANEXO 02

MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM
<u>Variable 01:</u> Clima Organizacional	Es un conjunto de propiedades del ambiente laboral, percibidas; directamente o indirectamente por los empleados que se supone que son una fuerza que influye en la conducta del empleado. Hall, R., (1996)	El clima organizacional en la municipalidad de Yungay es buena por ello la población yungaina sin temor alguno acude a la municipalidad provincial de Yungay	Ambiente laboral	Desempeño	¿El ambiente en el cual se desempeña es satisfactorio?
				Productividad	¿Los recursos que le brinda la municipalidad le ayuda a cumplir su trabajo de atención al usuario?
			Conducta	Responsabilidad	¿Usted como trabajador cumple con responsabilidad las funciones, actividades y tareas asignadas?
				Liderazgo	¿Considera usted que en el área de licencias municipales el liderazgo contribuye al cumplimiento de objetivos, propósitos y metas organizacionales?
			Empleado	Trabajo	¿Cree usted que en el área de licencias municipales se fortalece el trabajo en equipo? Favoreciendo en la toma de decisiones y solución de conflictos?
				participación	¿Usted participa activamente en las actividades municipales, demostrando respeto, colaboración y solidaridad en el entorno empresarial?

<p>Variable 02:</p> <p>Atención a Usuarios</p>	<p>El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa. (HUMBERTO SERNA GÓMEZ 2006)</p>	<p>Los usuarios son atendidos con respeto, cortesía y amabilidad y ellos notan un clima agradable en la municipalidad provincial de Yungay.</p>	Capacidad de respuesta	Consistencia del servicio	¿Se realizó el servicio solicitado en un plazo adecuado?
				Seguridad	¿Considera que el personal que lo atendió le inspira confianza y muestra buena disposición para atenderlo?
			La cortesía	Trato personal.	¿El personal que lo atendió se expresa en un lenguaje Comprensible que Ud. Pueda entender?
				Amabilidad	¿El personal que lo atendió muestra un trato Respetuoso hacia usted?
			Competencias personales	Personalidad	¿El personal da una imagen de honestidad y Confianza?
				Experiencia laboral	¿El personal que lo atendió muestra dominio en el Puesto que se desempeña?

INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

Instrucciones: puede escribir o marcar con una (x) la alternativa que Ud. Crea conveniente. Marque solo una alternativa según sea el caso, se le recomienda responder con la mayor sinceridad posible. Si necesita ayuda puede solicitarlo a la persona encargada gracias. Marque de acuerdo al siguiente cuadro:

Siempre	1
Casi Siempre	2
A veces	3
Nunca	4

Clima organizacional	¿El ambiente en el cual se desempeña es satisfactorio?	1	2	3	4
	¿Los recursos que le brinda la municipalidad le ayuda a cumplir su trabajo de atención al usuario?	1	2	3	4
	¿Usted como trabajador cumple con responsabilidad las funciones, actividades y tareas asignadas?	1	2	3	4
	¿Considera usted que en el área de licencias municipales el liderazgo contribuye al cumplimiento de objetivos, propósitos y metas organizacionales?	1	2	3	4
	¿Cree usted que en el área de licencias municipales se fortalece el trabajo en equipo? ¿Favoreciendo en la toma de decisiones y solución de conflictos?	1	2	3	4
	¿Usted participa activamente en las actividades municipales demostrando respeto, colaboración y solidaridad en el entorno empresarial?	1	2	3	4

Atención a Usuarios	¿Se realizó el servicio solicitado en un plazo adecuado?	1	2	3	4
	¿Considera que el personal que lo atendió le inspira confianza y muestra buena disposición para atenderlo?	1	2	3	4
	¿El personal que lo atendió se expresa en un lenguaje comprensible que Ud. Pueda entender?	1	2	3	4
	¿El personal que lo atendió muestra un trato respetuoso hacia usted?	1	2	3	4
	¿El personal da una imagen de honestidad y confianza?	1	2	3	4
	¿El personal que lo atendió muestra dominio en el puesto que se desempeña?	1	2	3	4

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

PLANILLAS DE JUICIO DE EXPERTOS

Respetado Experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Encuesta para medir el Clima Organizacional y Atención a usuarios en la municipalidad provincial de Yungay -2017 que es parte de la investigación Titulada, "Clima Organizacional y Atención a usuarios en la municipalidad provincial del Yungay - 2017". La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de éstos sean utilizados eficientemente; aportando tanto a la elaboración de las Tesis de los alumnos de Administración como a sus aplicaciones. Agradecemos su valiosa colaboración.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EXPERTO: JULIO AMANCIO GONZALES HIDALGO

FORMACIÓN ACADÉMICA: LIC. ADMINISTRACIÓN

AREAS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL: DIS. ORG. LOGISTICA MARKETING.

TIEMPO SIETE AÑOS CARGO ACTUAL DOCENTE

INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD SAN PEDRO

Objetivo de la investigación: Determinar cómo es el clima organizacional y atención a usuarios en la Municipalidad Provincial de Yungay -2017.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORIA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- Los ítems no son suficientes para medir la dimensión - Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total - Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente. - Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem no es claro - El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas. - Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. - El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem no tiene relación lógica con la dimensión - El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. - El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo. - El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1 No cumple con el criterio 2. Bajo Nivel 3. Moderado nivel 4. Alto nivel	- El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión - El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. - El ítem es relativamente importante. - El ítem es muy importante en la dimensión.

MATRIZ DE VALIDACION POR EXPERTOS


TITULO DE LA TESIS: “Clima Organizacional y Atención a usuarios en la municipalidad provincial de Yungay, 2017”

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA*	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	OBSERVACIONES (si debe modificarse un ítem por favor indique)
Ambiente Laboral	1.¿El ambiente en el cual se desempeña es satisfactorio?	4	4	4	4	
	2.¿Los recursos que le brinda la municipalidad le ayuda a cumplir su trabajo de atención al usuario?	4	4	4	4	
Conducta	3.¿Usted como trabajador cumple con responsabilidad las funciones, actividades y tareas asignadas?	4	4	4	4	
	4.¿Considera usted que en el área de licencias municipales el liderazgo contribuye al cumplimiento de objetivos, propósitos y metas organizacionales?	4	4	3	4	
Empleado	5.¿Cree usted que en el área de licencias municipales se fortalece el trabajo en equipo? ¿Favoreciendo en la toma de decisiones y solución de conflictos?	4	4	4	3	
	6.¿Usted participa activamente en las actividades municipales demostrando respeto, colaboración y solidaridad en el entorno empresarial?	4	4	4	4	

Capacidad de respuesta	7. ¿Se realizó el servicio solicitado en un plazo adecuado?	4	4	4	4	
	8. ¿Considera que el personal que lo atendió le inspira confianza y muestra buena disposición para atenderlo?	4	4	4	4	
La cortesía	9. ¿El personal que lo atendió se expresa en un lenguaje comprensible que Ud. Pueda entender?	4	4	3	4	
	10- ¿El personal que lo atendió muestra un trato respetuoso hacia usted?	4	4	4	4	
Competencias personales	11. ¿El personal da una imagen de honestidad y confianza?	4	4	4	4	
	12. ¿El personal que lo atendió muestra dominio en el puesto que se desempeña?	4	4	3	4	

*Para los casos de equivalencia semántica se deja una casilla por ítem, ya que se evaluará si la traducción o el cambio en vocabulario son suficientes

ASPECTO GENERALES

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario.	✓		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	✓		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial	✓		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir	✓		
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada		✓	
VALIDEZ			
APLICABLE	(SI)	NO APLICABLE	NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			SI NO
Validado por: <u>JULIO AMANCIO GONZALES HIDALGO</u>			Fecha: 15 Dic. 2017
Firma: 	Teléfono: 951807721	Email: juliogonzalesh@gmail.com	