



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN

FACULTAD DE ECONOMIA

ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE CIENCIAS ECONOMICAS

**“EL CLIMA LABORAL Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE
ATENCIÓN AL SOCIO EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y
CREDITO SAN FRANCISCO LTDA N°289, HUANUCO – 2015”.**

TESISTAS: ROLANDO PALACIOS, Juan José

SÁNCHEZ LÓPEZ, Angelo Giovanni

ASESOR: Mg. ROQUE VALDIVIA JARA

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE ECONOMISTA

HUANUCO – PERÚ

2016



UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN

FACULTAD DE ECONOMIA

ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE CIENCIAS ECONOMICAS

**“EL CLIMA LABORAL Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DE
ATENCIÓN AL SOCIO EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y
CREDITO SAN FRANCISCO LTDA N°289, HUANUCO – 2015”.**

TESISTAS: ROLANDO PALACIOS, Juan José

SÁNCHEZ LÓPEZ, Angelo Giovanni

ASESOR: Mg. ROQUE VALDIVIA JARA

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE ECONOMISTA

HUANUCO – PERÚ

2016

DEDICATORIA

Nuestra tesis la dedicamos con todo nuestro amor y cariño.

A ti nuestro DIOS que nos diste la oportunidad de vivir y regalarnos una familia maravillosa.

Con mucho cariño principalmente a nuestros padres que nos dieron la vida y han estado con nosotros en todo momento. Gracias por darnos una carrera para nuestro futuro y por creer en nosotros, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre han estado apoyándonos y brindarnos todo su amor, por todo esto les agradecemos de todo corazón el que estén con nosotros a nuestro lado.

Este trabajo nos llevó un año haciéndolo es para ustedes solo estamos devolviendo lo que en principio nos dieron.

Y a nuestros profesores por confiar en nosotros, por la paciencia y apoyo agradecemos haber tenido unos profesores tan buenos como persona que son. Nunca los olvidaremos.

Y no nos podemos ir sin decir antes que sin la exigencia de nuestros profesores no lo hubiéramos logrado, tantas desveladas sirvieron de algo y aquí está el fruto.

RESUMEN

La presente investigación es del tipo descriptivo-correlacional teniendo un objetivo de saber cuan satisfechos se encuentran los Socios con la atención recibida, se utilizó la técnica de muestreo aleatorio simple para los SOCIOS donde todas las unidades de la población tuvieron la misma oportunidad de ser seleccionados para la aplicación de las encuestas. Se aplicó un cuestionario para la recolección de datos que luego pasaron a ser procesados y transformados en información útil para la Entidad en este caso La Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco LTDA N°289 de la Ciudad de Huánuco.

Para determinar la fiabilidad de los instrumentos se utilizó el Coeficiente de Alfa de Cronbach, para determinar la distribución normal utilizamos el Test de Jarque – Bera, La prueba de normalidad (Quantile- Quantile) y el Diagrama de Caja, Para determinar la correlación se utilizó el Test Estadístico sobre los coeficientes (Prueba de Wald), Para ver la Multicolinealidad Utilizamos el análisis de la Matriz de correlaciones en esta misma vimos la correlación de los datos. Para la autocorrelación realizamos el análisis de gráficos, Test de Durbin-Watson, análisis de correlograma, realizamos la autocorrelación a través de la incorporación del AR (Variables Autorregresivas) y por último realizamos el análisis de Heteroscedasticidad a través del contraste de White.

Se concluyó según los resultados obtenidos que existe un clima laboral favorable, así como también la atención brindada es buena puesto que los SOCIOS afirman estar satisfechos con la atención recibida. Aprobando la Hipótesis Nula la misma que fue contrastada con los Análisis Estadísticos y Econométricos.

INDICE

DEDICATORIA	4
RESUMEN.....	5
INTRODUCCIÓN.....	16
CAPITULO I: FUNDAMENTACIÓN.....	18
1. MARCO REFERENCIAL	18
1.1. Antecedentes de la Investigación	18
1.2. BASES TEÓRICAS.....	33
1.3. CONCEPTOS BASICOS.....	72
CAPITULO II: MARCO METODOLÓGICO	79
2.1. EL PROBLEMA.....	79
2.2.1. Antecedentes del Problema	80
2.2.2. Formulación del Problema.....	81
2.2.4. Limitaciones	83
2.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	85
2.2.1. Objetivo General.....	85
2.2.2. Objetivos Específicos	85
2.3. HIPOTESIS.....	86
2.3.1. Hipótesis General.....	86
2.3.2. Hipótesis Especificas.....	86
2.4. VARIABLES E INDICADORES	87
2.4.1. Sistema De Variables	87
2.4.2. Relación Funcional Entre Variables (Modelo):.....	88
2.4.3. Operacionalización De Variables.....	91
2.5. DISEÑO DE LA EJECUCIÓN DEL PLAN COMO DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN.....	92
2.5.1. Población y Muestra.....	92
2.5.2. Técnicas e Instrumentos de recopilación de datos	94
2.5.3. Forma de tratamiento de los datos	95
2.5.4. Forma de análisis de las informaciones	95
2.6. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	95
2.6.1. Nivel de Investigación.....	95
2.6.2. Tipo de Investigación.....	97
CAPITULO III: RESULTADOS	97
3. Resultados en los programas SPSS 22, Microsoft Excel y Eviews8	97
3.1. Resultados Presentados en SPSS 22:	97
3.1.1. Variable Clima Laboral índice de consistencia interna cálculo y resultado.....	98

3.1.2. Variable Calidad de Atención índice de consistencia interna cálculo y resultado.....	99
3.2. Resultados presentados en Microsoft Excel 2013.....	100
3.2.1. Resultados Variable Clima Laboral.....	101
3.2.2. Resultados de la Variable Calidad de Atención.....	142
3.3. Resultados presentados en Eviews8.....	178
CONCLUSIONES.....	204
SUGERENCIAS.....	206
BIBLIOGRAFIA.....	207
ANEXOS.....	213
NOTA BIOGRÁFICA.....	220

Índice de Cuadros

Cuadros	Pagina
Cuadro N°01: Operacionalización de Variables.	91
Cuadro N° 02: Estadísticas de fiabilidad	99
Cuadro N° 03: Estadísticas de fiabilidad	100
Cuadro N° 04: ¿Qué Nivel de Satisfacción tiene con respecto a la trayectoria de la Institución?	101
Cuadro N° 05: ¿En qué medida Le agrada trabajar en la institución?	103
Cuadro N° 06: ¿Cuán integrado se siente en esta institución?	104
Cuadro N° 07: ¿Cuán adecuada Iluminación tiene usted en su espacio de trabajo?	106
Cuadro N° 08: ¿Cuán adecuada es para usted la temperatura en su ambiente de trabajo?	107
Cuadro N° 09: ¿Cuán seguro son las condiciones contra el fuego, sismo u otros accidentes en la empresa?	109
Cuadro N° 10: ¿Cuán cómodo le resulta Su puesto de trabajo?	111
Cuadro N° 11: ¿Cuán Adecuadas son Las herramientas de trabajo?	112
Cuadro N° 12: ¿Qué nivel de apoyo tuvo los primeros días cuando ingresó a la institución?	113
Cuadro N° 13: ¿Qué Nivel de Percepción tiene Acerca de la existencia de preferencias laborales en la Institución?	115
Cuadro N° 14: ¿Qué nivel de cooperación y colaboración existe En su equipo de trabajo, aun en momentos difíciles?	117
Cuadro N° 15: ¿Qué nivel de relación laboral y amical existe entre usted y sus compañeros?	119
Cuadro N° 16: ¿Qué nivel de preocupación tiene La empresa por fomentar buenas relaciones interpersonales?	120
Cuadro N° 17: ¿Alguna vez Ha sido agredido verbalmente por alguno de sus compañeros?	122
Cuadro N° 18: ¿Alguna vez ha sido agredido físicamente por alguno de sus compañeros?	123
Cuadro N° 19: ¿Con qué frecuencia realiza reuniones la institución con todo el personal?	125
Cuadro N° 20: ¿Con que frecuencia realiza la empresa reconocimientos y premiaciones a los esfuerzos de sus trabajadores?	126
Cuadro N° 21: ¿Qué nivel de igualdad de oportunidades existe entre los empleados en la institución?	128
Cuadro N° 22: ¿Qué nivel de su remuneración y Beneficios recibe acorde al trabajo que realiza?	129

Cuadro N° 23: ¿Cuán conforme esta con el sueldo que le paga la institución?	131
Cuadro N° 24: ¿Con qué frecuencia participa usted en la solución conjunta de los problemas de la empresa?	133
Cuadro N° 25: ¿Qué nivel de comunicación considera usted que existe entre los jefes y empleados de la empresa?	134
Cuadro N° 26: ¿Qué nivel de trabajo de coordinación existe con las demás áreas y/o unidades de la empresa?	136
Cuadro N° 27: ¿Qué nivel de gusto siente usted con el trabajo que le corresponde hacer?	137
Cuadro N° 28: ¿Qué nivel de sensación de logro personal le suele dar su trabajo?	139
Cuadro N° 29: ¿Qué nivel de estabilidad laboral encuentra en la empresa?	140
Cuadro N° 30: ¿Cómo califica usted la calidad en general de la atención?	142
Cuadro N° 31: ¿Cómo califica usted el periodo de tiempo que espero antes de que lo atendieran?	144
Cuadro N° 32: ¿Qué opina con respecto a la explicación básica del producto o servicio por parte del vendedor?	145
Cuadro N° 33: ¿Qué nivel de conocimiento considera usted que tiene el trabajador sobre el producto o servicio?	147
Cuadro N° 34: ¿Cómo califica usted el ofrecimiento del vendedor de productos o servicios similares y económicos?	149
Cuadro N° 35: ¿Cómo califica usted la amabilidad del el personal en el momento de la atención?	150
Cuadro N° 36: ¿Cómo califica usted la localización del personal para la atención?	152
Cuadro N° 37: ¿Cómo califica usted la disponibilidad del personal para efectuar el servicio?	153
Cuadro N° 38: ¿Cómo califica usted la persuasión por parte del personal para efectuar el servicio?	155
Cuadro N° 39: ¿Cómo califica usted la atención personalizada por parte del personal?	157
Cuadro N° 40: ¿Cómo califica usted la paciencia del personal?	158
Cuadro N° 41: ¿Cómo califica usted la igualdad en la atención por parte del personal?	160
Cuadro N° 42: ¿Cómo califica usted el tiempo para completar la transacción?	161

Cuadro N° 43: ¿Cómo califica usted la temperatura del ambiente (Aire acondicionado)?	163
Cuadro N° 44: ¿Qué calificación merece la infraestructura e instalaciones de la institución?	164
Cuadro N° 45: ¿Cómo califica usted la comodidad mobiliaria?	166
Cuadro N° 46: ¿Cómo califica usted la comodidad en los ambientes administrativos de la institución?	167
Cuadro N° 47: ¿Cómo califica usted la apariencia de los empleados de la institución?	169
Cuadro N° 48: ¿Cómo calificaría usted la atención oportuna y esmerada en el aspecto administrativo?	170
Cuadro N° 49: ¿En qué medida considera usted que el trato de los empleados es cordial, atento y oportuno?	172
Cuadro N° 50: ¿En qué medida considera usted que el trato de la gerencia es cordial, atento y oportuno?	173
Cuadro N° 51: ¿Qué calificación merece la atención que brinda la presente institución?	175
Cuadro N° 52: ¿Qué calificación merece el nivel de conocimiento que posee el personal respecto al servicio que ofrece la institución?	176
Cuadro N° 53: Datos Globales	178

Índice de Gráficos

Gráficos	Pagina
Grafico N° 01: ¿Qué Nivel de Satisfacción tiene con respecto a la trayectoria de la Institución?	102
Grafico N° 02: ¿En qué medida Le agrada trabajar en la institución?	103
Grafico N° 03: ¿Cuán integrado se siente en esta institución?	105
Grafico N° 04: ¿Cuán adecuada Iluminación tiene usted en su espacio de trabajo?	106
Grafico N° 05: ¿Cuán adecuada es para usted la temperatura en su ambiente de trabajo?	108
Grafico N° 06: ¿Cuán seguro son las condiciones contra el fuego, sismo u otros accidentes en la empresa?	109
Grafico N° 07 ¿Cuán cómodo le resulta Su puesto de trabajo?	111
Grafico N° 08: ¿Cuán Adecuadas son Las herramientas de trabajo?	112
Grafico N° 09: ¿Qué nivel de apoyo tuvo los primeros días cuando ingresó a la institución?	114
Grafico N° 10: ¿Qué Nivel de Percepción tiene Acerca de la existencia de preferencias laborales en la Institución?	116
Grafico N° 11: ¿Qué nivel de cooperación y colaboración existe En su equipo de trabajo, aun en momentos difíciles?	118
Grafico N° 12: ¿Qué nivel de relación laboral y amical existe entre usted y sus compañeros?	119
Grafico N° 13: ¿Qué nivel de preocupación tiene La empresa por fomentar buenas relaciones interpersonales?	121
Grafico N° 14: ¿Alguna vez Ha sido agredido verbalmente por alguno de sus compañeros?	122
Grafico N° 15: ¿Alguna vez ha sido agredido físicamente por alguno de sus compañeros?	124
Grafico N° 16: ¿Con qué frecuencia realiza reuniones la institución con todo el personal?	125
Grafico N° 17: ¿Con que frecuencia realiza la empresa reconocimientos y premiaciones a los esfuerzos de sus trabajadores?	127
Grafico N° 18: ¿Qué nivel de igualdad de oportunidades existe entre los empleados en la institución?	128
Grafico N° 19: ¿Qué nivel de su remuneración y Beneficios recibe acorde al trabajo que realiza?	130

Grafico N° 20: ¿Cuán conforme esta con el sueldo que le paga la institución?	132
Grafico N° 21: ¿Con qué frecuencia participa usted en la solución conjunta de los problemas de la empresa?	133
Grafico N° 22: ¿Qué nivel de comunicación considera usted que existe entre los jefes y empleados de la empresa?	135
Grafico N° 23: ¿Qué nivel de trabajo de coordinación existe con las demás áreas y/o unidades de la empresa?	136
Grafico N° 24: ¿Qué nivel de gusto siente usted con el trabajo que le corresponde hacer?	138
Grafico N° 25: ¿Qué nivel de sensación de logro personal le suele dar su trabajo?	139
Grafico N° 26: ¿Qué nivel de estabilidad laboral encuentra en la empresa?	141
Grafico N° 27: ¿Cómo califica usted la calidad en general de la atención?	143
Grafico N° 28: ¿Cómo califica usted el periodo de tiempo que espero antes de que lo atendieran?	144
Grafico N° 29: ¿Qué opina con respecto a la explicación básica del producto o servicio por parte del vendedor?	146
Grafico N° 30: ¿Qué nivel de conocimiento considera usted que tiene el trabajador sobre el producto o servicio?	148
Grafico N° 31: ¿Cómo califica usted el ofrecimiento del vendedor de productos o servicios similares y económicos?	149
Grafico N° 32: ¿Cómo califica usted la amabilidad del el personal en el momento de la atención?	151
Grafico N° 33: ¿Cómo califica usted la localización del personal para la atención?	152
Grafico N° 34: ¿Cómo califica usted la disponibilidad del personal para efectuar el servicio?	154
Grafico N° 35: ¿Cómo califica usted la persuasión por parte del personal para efectuar el servicio?	156
Grafico N° 36: ¿Cómo califica usted la atención personalizada por parte del personal?	157
Grafico N° 37: ¿Cómo califica usted la paciencia del personal?	159
Grafico N° 38: ¿Cómo califica usted la igualdad en la atención por parte del personal?	160
Grafico N° 39: ¿Cómo califica usted el tiempo para completar la transacción?	161

Grafico N° 40: ¿Cómo califica usted la temperatura del ambiente (Aire acondicionado)?	163
Grafico N° 41: ¿Qué calificación merece la infraestructura e instalaciones de la institución?	165
Grafico N° 42: ¿Cómo califica usted la comodidad mobiliaria?	166
Grafico N° 43: ¿Cómo califica usted la comodidad en los ambientes administrativos de la institución?	168
Grafico N° 44: ¿Cómo califica usted la apariencia de los empleados de la institución?	169
Grafico N° 45: ¿Cómo calificaría usted la atención oportuna y esmerada en el aspecto administrativo?	171
Grafico N° 46: ¿En qué medida considera usted que el trato de los empleados es cordial, atento y oportuno?	172
Grafico N° 47: ¿En qué medida considera usted que el trato de la gerencia es cordial, atento y oportuno?	174
Grafico N° 48: ¿Qué calificación merece la atención que brinda la presente institución?	175
Grafico N° 49: ¿Qué calificación merece el nivel de conocimiento que posee el personal respecto al servicio que ofrece la institución?	177
Gráfico N° 50: T- Student	181
Gráfico N° 51: Jarque - Bera	183
Gráfico N° 52: Quantile - Quantile	184
Gráfico N° 53: Diagrama de Caja	185
Gráfico N° 54: Correlación entre Variables.	190
Gráfico N° 55: Autocorrelación.	192
Gráfico N° 56: E_t frente E_{t-1}	193
Gráfico N° 57: Correlograma	195
Gráfico N° 58: Prueba Calidad de Atención con Clima Laboral	200
Gráfico N° 59: Prueba de Resid con Clima Laboral	200
Gráfico N° 60: $GENR E2 = RESID * RESID$	201
Gráfico N° 61: $GENR R2 = (RESID)^2$	201
Gráfico N° 62: $GENR ABSR = ABS(RESID)$	202

Índice de Tablas

Tablas	Pagina
Tabla N° 01:R- Squared (R^2).	179
Tabla N° 02: Estimación del Modelo	180
Tabla N° 03: Test Estadísticos sobre los Coeficientes.	186
Tabla N° 04: Multicolinealidad	188
Tabla N° 05: Correlación	189
Tabla N° 06: Multicolinealidad Imperfecta	189
Tabla N° 07: Corrección de la Autocorrelación	196
Tabla N° 08: Coeficientes AR (1) Y AR (2)	197
Tabla N° 09: Heteroscedasticidad	203

INTRODUCCIÓN

La Globalización se encuentra presente en todos los sectores, no basta con ser innovadores y que nuestros productos sean de calidad; es necesario entregar un buen servicio a los socios para que los trabajadores de cierta forma consigan la lealtad de los mismos.

En nuestro país cada día se pone más énfasis a la calidad y principalmente a la calidad de atención y servicio. Siendo la calidad de atención algo intangible, es necesario orientar a toda la organización hacia la importancia que tiene para el cliente; todos los esfuerzos que se realicen dentro de la misma, se verán reflejados en la satisfacción del socio logrando así muchas veces sobrepasar las expectativas y percepciones del socio. La evaluación que tiene el cliente acerca de la entidad es reflejo de la calidad interna que tiene la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda. N°289, es decir su talento humano.

El recurso más importante en cualquier entidad lo forma su recurso humano implicado en las actividades laborales. “Los empleados satisfechos son una condición previa para el aumento de la productividad, de la rapidez de reacción, la calidad y el servicio al cliente” Kaplan y Norton (1997).

Visto en la realidad en el presente estudio demostramos como evidencia los resultados la relación estrecha entre el clima laboral y la calidad de atención al socio. El trabajo, se estructura en tres capítulos donde se detalla la presente investigación.

CAPITULO I: FUNDAMENTACIÓN

Comprende el marco referencial, antecedentes de la investigación las bases teóricas y conceptos básicos para entender la presente tesis.

CAPITULO II: MARCO METODOLÓGICO

Comprende el problema en estudio, los antecedentes del problema, la formulación del problema, la justificación y Limitaciones de la investigación, los objetivos, las hipótesis, variables e indicadores, el diseño de la investigación, el tipo de investigación.

CAPITULO III: RESULTADOS

Comprende la interpretación de gráficos estadísticos de los resultados y el Modelo de Regresión Lineal.

CAPITULO I: FUNDAMENTACIÓN

1. MARCO REFERENCIAL

1.1. Antecedentes de la Investigación

A continuación se presentan una serie de investigaciones que se han realizado, en diferentes sectores, sobre clima laboral y atención al cliente, esto con el fin de proporcionar evidencia sobre el estudio de éste; sin embargo, es oportuno mencionar que si bien, según la bibliografía, es un tema que se ha venido estudiando cada vez con mayor frecuencia, aún es difícil encontrar gran cantidad de evidencia.

La calidad de servicio al cliente es de mucha importancia para cualquier organización ya que los servicios constituyen el objeto principal de una transacción comercializable que no se toca, no se palpa, y que generalmente no se experimenta antes de la compra, cuyo fin es satisfacer las necesidades y deseos del cliente compensando el dinero invertido en su adquisición. Las empresas que están orientadas al mercado deben mantener una cultura de servicio. Una cultura es un contexto social que influye en la gente para comportarse y relacionarse con métodos orientados

hacia el servicio “el cliente primero”, la cultura de servicio debe transmitirla el equipo gerencial y ejecutivo a los clientes internos. Para poder tener una cultura sana que acepte y apoye el cambio, tienen los integrantes de dicha cultura, que estar de acuerdo con la transformación, es decir que se debe vender la idea y beneficios del cambio a cada cliente interno o ellos nunca venderán servicio a sus clientes. **Carla Maritza Amores Cevallos, Escuela Politécnica Del Ejercito Sede – Latacunga, Modelo De Calidad De Servicio Al Cliente Para Mejorar La Comercialización De Combustible En La Estación De Servicio El Fogón, Latacunga – Ecuador 2008**

Los resultados indican que los atributos de calidad influyen de forma diferente en la lealtad del cliente. Es decir, cada una de las dimensiones de calidad de servicio, no ejercen la misma fuerza para que un cliente decida ser leal a ese servicio.

Todo tipo de compañías han incrementado su interés por mejorar la lealtad del cliente. Los resultados de varios estudios de campo demuestran que los clientes leales a una determinada marca o compañía son mucho más

rentables para la compañía que crear otros clientes.

Schneider, 1998 Citado Por Esther Gracia Y Rosa Grau, Estudio De La Calidad De Servicio Como Base Fundamental Para Establecer La Lealtad Del Cliente En Establecimientos Turísticos. Universitat Jaume, Castellón De La Plana, España.

Una persona satisfecha compartirá su satisfacción con una o más personas de sus familiares o conocidos, también conocida como publicidad de boca en boca. De lo contrario, una persona desilusionada por una marca o un producto puede traducir la posible pérdida de clientes potenciales.

Hoy en día el mercado no solo exige calidad en los productos, precios bajos o tecnología de punta, sino también la calidad en el servicio es un requisito para el éxito. Desafortunadamente sólo algunos empresarios mexicanos se están dando cuenta de su importancia observando como la competencia crece con una importante estabilidad en el mercado. **Universidad de las Américas Puebla, Calidad de Servicio, Puebla – México.**

La calidad en el servicio al cliente no es un tema reciente dentro de las empresas, ya que desde siempre los clientes han exigido el mejor trato y la mejor atención al adquirir un producto o servicio, seguido de la confiabilidad, calidad, tiempos razonables, precios, y constante innovación por parte de las mismas, por lo cual cada una de las organizaciones se han visto a la tarea de buscar diversas alternativas para enriquecer dichas exigencias. **Grisell S. B. Y Jesus A.L., El Buzón De Pacioli, Revista Del Departamento De Contaduria Y Finanzas Publicada Por El Instituto Tecnológico De Sonora, Importancia De La Calidad Del Servicio Al Cliente Un Pilar En La Gestión Empresarial. Sonora – Mexico.**

La calidad en el servicio de los restaurantes es parte fundamental para alcanzar el éxito en el desempeño de sus operaciones; corresponde al grado de satisfacción que experimenta un cliente relacionada con la atención, eficiencia y manera en que el servicio fue brindado.

Conclusión: Las formas de atender al cliente se apoyan de los recursos de la empresa, las estrategias del negocio, comportamiento de los empleados y la

variedad de platillos. La atención de la empresa debe estar centrada en el cliente; en cómo satisfacerlo y retenerlo. Lo importante es fortalecer el contacto directo entre la organización y sus clientes. Los clientes se forman una imagen de la empresa dependiendo del servicio que recibieron y deciden continuar la relación o buscar otra opción. **Adela C.G., Nayeli D.C., Jose M.V., David S. C. Y Erica V.M., “La Calidad En El Servicio Al Cliente Del Restaurante Terraza 282, Ubicado En La Delegación Cuauhtémoc, D.F.”, Mexico, D.F., Mayo 2012.**

En la actualidad, las organizaciones se ven enfrentadas a un mundo totalmente cambiante en el que se imponen nuevas tendencias y todo se constituye en un verdadero reto. Es así como, a través de los años, la historia muestra la evolución del individuo y del mundo que lo rodea; un sinnúmero de avances económicos, políticos, sociales, tecnológicos y culturales entre otros, que exigen una mentalidad de cambio y actitud de renovación constante.

La economía ha sufrido muchos cambios a través de la historia, se observa como en la actualidad, el cliente

logra un papel importante que hace girar la funcionalidad de las organizaciones en torno a sus necesidades, expectativas y satisfacción.

El servicio al cliente se constituye entonces, como eje central de una cultura económica; en la cual, las relaciones toman más fuerza que los productos físicos como tal; considerándose un buen servicio ofrecido al cliente, una herramienta estratégica realmente eficiente, que genera innumerables beneficios a las organizaciones. **Ivette Liliana Canchila Vasquez, Diagnóstico Y Propuesta Del Servicio Al Cliente Para El Agenciamiento Aduanero En Almaviva S.A. Sucursal Cartagena Bogotá D.C., Colombia Abril Del 2010.**

Para todo tipo de empresas, es de gran importancia medir la calidad del servicio que brinda a sus clientes para conocer así su nivel de desempeño actual, y posteriormente lograr su satisfacción total, además de esforzarse en exceder sus expectativas para generar relaciones redituables con los mismos.

Resulta obvio que, para que los clientes se formen una opinión positiva, la empresa debe satisfacer

sobradamente todas sus necesidades y expectativas.

Esto es lo que se denomina calidad de servicio.

Por tanto, si satisfacer las expectativas del cliente es tan importante como se ha dicho, entonces es necesario disponer de información adecuada sobre la visión de los clientes y el negocio, que contenga aspectos relacionados con sus necesidades y con los atributos en los que se fijan para determinar el nivel de calidad conseguido.

Recomendación: Medir periódicamente el desempeño de los trabajadores, no solo recurriendo a la opinión del cliente sino también a la de los jefes y entre compañeros de trabajo, brindándole a la empresa una visión más general y amplia. **Br. María Del Carmen Sánchez Meza, Capacitación En Habilidades De Atención Al Cliente Para Mejorar La Calidad Del Servicio Brindado En “El Restaurant Mar Picante” De La Ciudad De Trujillo, Trujillo – Perú, 2014.**

La calidad de servicio es un concepto complejo que comprende tanto a los elementos tangibles como intangibles que perciben los consumidores al recibir un servicio. De igual manera, representa una de las

variables más importantes en la formulación de las estrategias de marketing, la cual ayuda a mejorar la competitividad de la empresa. La lealtad es otro concepto complejo que permite conocer la intención o decisión que asume el consumidor ante el estímulo calidad de servicio. Ambos conceptos se encuentran estrechamente relacionados, según lo muestra Heskett (1997) en su modelo del Service Profit Chain, el cual forma parte de la información esencial de las empresas, principalmente las de servicios, para el diseño de sus estrategias de calidad de servicio y fidelización de sus clientes, que, finalmente, impactará en sus resultados financieros. La investigación se enfocó en establecer la asociación entre ambos conceptos, calidad de servicio y la lealtad, en clientes de supermercados de Lima, considerando su percepción e intención de comportamiento.

Conclusión: El estudio demostró que hay una fuerte asociación entre la calidad de servicio percibida por el cliente y su lealtad de compra, lo cual no se pudo demostrar a nivel de cada supermercado limeño, debido a que las características de la muestra no permitieron

realizar algún tipo de análisis comparativo. El estudio permitió concluir que la calidad de servicio tiene mayor asociación con la lealtad como intención de comportamiento, frente a la lealtad como comportamiento efectivo. **Luis R., Jorge B., Yanela M., Calidad De Servicio Y Lealtad De Compra Del Consumidor En Supermercados Limeños, Surco – Lima, enero Del 2010.**

El estudio del clima laboral y su posterior gestión, requiere determinar las dimensiones que se abordarán en el diagnóstico de la relación organización-individuo. Estas dimensiones son conceptualizadas como los diversos elementos constitutivos del clima organizacional, a través de los cuales es posible caracterizar el medio ambiente de trabajo. Dada la naturaleza perceptual que posee el concepto del clima laboral, su medición ha estado centrada en la apreciación que cada uno de los integrantes de una organización posee en torno a un conjunto de aspectos de la experiencia laboral. Entre dichos aspectos se incluyen usualmente las relaciones laborales (de carácter vertical, con las jefaturas, y de carácter

horizontal, con los pares) y las características del apoyo material que ofrece la organización a sus integrantes (recompensas y remuneraciones, infraestructura física, oportunidades de desarrollo), entre otros.

Al momento de seleccionar las variables que conformarán la medición del Clima Laboral en el servicio, se ha de tener presente que este como cualquier otro acto de la Administración, está sujeto a los principios de Transparencia y Publicidad. Por lo cual, el criterio recomendado es producir exclusivamente aquella información que abre posibilidad de desarrollo para el servicio y que se está en condiciones de comunicar íntegramente.

El criterio de confidencialidad es correcto y no arbitrario en el caso de los datos que permitan la identificación de personas consultadas, pero no aplica ante resultados incómodos o no convenientes de comunicar.

Gobierno De Chile, Servicio Civil, Orientaciones Para La Gestión Del Clima Laboral En Los Servicios Públicos, Dirección Nacional Del Servicio Civil Y Subdirección Desarrollo De Las Personas, Chile, Diciembre 2012.

Los diagnósticos sobre cultura y clima organizacional son de importancia actual, porque por medio de estos se obtiene información fidedigna para elaborar estrategias o planes de acción que permiten mejorar o fortalecer el ambiente laboral, y así lograr que exista una mejor disposición de los colaboradores para realizar las tareas y por ende, una mejor actitud por la productividad de la organización. **Marlene Rodríguez González, Diagnostico Del Clima Organizacional En La Gerencia De Administración Y Finanzas (Gaf) De La Refinadora Costarricense De Petróleo S.A.. Universidad Latinoamericana De Ciencia Y Tecnología, Facultad De Ciencias Empresariales, San José – Costa Rica 2005.**

Las organizaciones están constituidas por personas y si estas no están motivadas o no cuentan con buen liderazgo se enfrentan a problemas internos que interfieren en el nivel productivo de cada individuo, manifestándose en las relaciones interpersonales con su equipo de trabajo y en el incumplimiento de metas u objetivos comunes.

Conclusión: A través de esta tesis se identificó y demostró la importancia de las empresas en la sociedad como una combinación de dinero y de personas que trabajan juntas para el bienestar de sus colaboradores, no solo en el ámbito laboral sino familiar. Para que esto funcione las empresas necesitan personas con ciertas características y habilidades que les permita desarrollar un liderazgo eficaz, utilizando diferentes estilos, que generen confianza entre la dirección y sus colaboradores, satisfaciendo necesidades y construyendo equipos de trabajo motivados que impacten positivamente en el clima organizacional.

Angélica Patricia Hernández, El Liderazgo Eficaz, Factor Determinante Para El Clima Organizacional De Las Empresas, Universidad EAN, Facultad De Administración, Finanzas Y Ciencias Económicas, Bogotá D.C., 2013.

En la organización estudiada se encontró un buen clima organizacional. No se observaron diferencias significativas en la valoración del clima entre mujeres y hombres, coincidiendo ambos que el ámbito más débil era el de recompensa. Se sugiere la creación de

instancias que permitan mejorar las comunicaciones entre la dirección y los trabajadores. Sumado a lo anterior, se hace necesario desarrollar mecanismos de recompensa que, pese a que existe una fuerte vinculación de los trabajadores con la organización y sus metas, favorezcan un ambiente de trabajo altamente motivante y productivo.

Se considera relevante el desarrollo de futuros trabajos que aborden el impacto del clima organizacional en el desempeño laboral dentro de organizaciones gestoras de cuidados en la atención primaria de salud. Artículo publicado por: **Alexis Gonzalez-Burboa, Camilo Manriquez, Macarena Venegas, Clima Organizacional En Una Dirección De Administración De Salud Municipal, Universidad De Concepción. Chile. Septiembre / diciembre 2014 Obtenida De:** Www.Cienciaytrabajo.Cl

El óptimo desempeño de una empresa radica en la satisfacción que sus empleados encuentran dentro de su ambiente de trabajo, la que se refleja en: la puntualidad, las ganas de trabajar, la efectividad de las actividades que realizan y la identificación con la misma.

En la era actual donde la competitividad requiere que las empresas se encuentren bien estructuradas y la cohesión de sus miembros permita lograr objetivos y metas trazadas por la empresa; la medición de la satisfacción laboral de los empleados es un indicativo importante para saber el grado de identificación y entrega para cumplir la misión y visión de la empresa. Asimismo, permite llegar a conocer sus necesidades e inquietudes dentro de sus áreas de trabajo y dentro de toda la organización. El encuestar a los empleados de una manera ordenada y práctica resulta un método eficaz de conseguir la información de las fortalezas de la empresa así como conocer las debilidades susceptibles de mejora. **Juan Carlos Lara Flores, Pontificia Universidad Católica Del Perú, Sistema De Información Para La Configuración Y Aplicación De Encuestas De Clima Laboral, Lima – Perú, Setiembre Del 2008.**

El clima organizacional es un tema de gran importancia hoy en día para casi todas las organizaciones, las cuales buscan un desarrollo continuo para así alcanzar incrementos de productividad, valorando que la

diferencia sostenible está en el "talento humano" que es la fuente de la innovación para adaptarse a nuevos cambios. Para llegar a un nivel donde las personas alcancen todo su potencial productivo e innovador es necesario la aplicación de los estímulos organizacionales, es por este motivo que se plantea desarrollar la presente investigación en la Comisaria PNP Huánuco.

La presente investigación concluye: Trabajo en equipo, Motivación, estructura organizacional, Identificación con la organización e Identificación con el trabajo constituyen una fortaleza organizacional por considerarse BUENO.

Podemos ver reflejado que existe semejanza entre la "Escuela de Aviación Militar" (Venezuela) y la PNP (Perú) en cuanto a Identificación con la organización e Identificación con el trabajo, constituyendo una Fortaleza en ambas instituciones. Finalmente se observa que en Latinoamérica existe una preocupación por estudiar y analizar el clima organizacional en organizaciones Policiales - Militares. **Darwin Dean Duran Janampa Y Keith Medrano Miranda, Clima**

**Organizacional En La Comisaría PNP De Huánuco,
Huánuco – 2013.**

1.2. BASES TEÓRICAS

1.2.1. CLIMA LABORAL

A. DEFINICIONES:

El clima organizacional se refiere al ambiente interno existente entre los miembros de la organización, está estrechamente ligado al grado de motivación de los empleados e indica de manera específica las propiedades motivacionales del ambiente organizacional. **CHIAVENATO, I. 2000, p.86**

El clima laboral está determinado por el conjunto de factores vinculados a la calidad de vida dentro de una organización, Constituye una percepción, y como tal adquiere valor de realidad en las organizaciones. **MARTINEZ, B. 2001, p.4**

Si una Organización no cuenta con un clima favorable, se verá en desventaja con otras que sí lo cuentan, puesto que proporcionará una mayor

calidad en sus productos o servicios.

VELÁSQUEZ, 2003, p.96

Un conjunto de características del lugar de trabajo, percibidas por los individuos que laboran en ese lugar y sirven como fuerza primordial para influir en su conducta de trabajo **HODGETTS Y ALTMAN, 1985, p.376**

Es la percepción que tienen los individuos de su organización, formada de ellos con relación al sistema organizacional **HEVIA, L, “Comportamiento organizacional: un enfoque de Sistemas y Gestión”, Obtenida el 14 de Noviembre del 2015 de:**

http://www.inf.utfsm.cl/~lhevia/asignaturas/sdeg/topicos/Comportamiento/1-05_Bases_Conceptuales.ppt

El Clima organizacional es el conjunto de características que describen a una organización tales como: la que distinguen otras

organizaciones, son relativamente perdurables en el tiempo e influyen en el comportamiento de las personas en las organizaciones. **FOREHAND Y GILMER Citados por FURNHAM, ADRIAN, 1964, p.362.**

El clima de la organización es el tono emocional de la organización basado en qué tan cómodo se sientan los miembros con los demás y con la organización. **TOMPKINS, 1994, p.97**

A pesar que el estudio del clima organizacional se encuentra enfocado a la comprensión de las variables ambientales internas que afectan el comportamiento de los individuos en la organización, su aproximación a estas variables es a través de las percepciones que los individuos tienen de ellas **RODRIGUEZ D., 1999, p.158**

Rodríguez D. considera las siguientes cinco variables para el concepto de clima organizacional:

- a) Variables del ambiente físico, tales como espacio físico, condiciones de ruido, calor, contaminación, instalaciones, maquinarias, etc.
- b) Variables estructurales, tales como tamaño de la organización, estructura formal, estilo de dirección, etc.
- c) Variables del ambiente social, tales como compañerismo, conflictos entre personas o entre departamentos, comunicaciones, etc.
- d) Variables personales, tales como aptitudes, actitudes, motivaciones, expectativas, etc.
- e) Variables propias del comportamiento organizacional, tales como productividad, ausentismo, rotación, satisfacción laboral, tensiones y estrés.

RODRIGUEZ, D, 1999, p.158-159

La percepción es el proceso activo de percibir la realidad y organizarla en interpretaciones o visiones sensatas **SOTO, 2001, p.53**

B. CARACTERISTICAS DEL CLIMA LABORAL

Existen una serie de características del clima laboral que son importantes conocer y se caracterizan por **CHIAVENATO, 2000, p.119**:

- ✓ El clima laboral hace referencia con la situación en que tiene lugar el trabajo de la organización. Las variables que definen el clima laboral, son aspectos que guardan relación con el ambiente laboral.
- ✓ El clima de una organización, tiene una cierta permanencia a pesar de experimentar cambios por situaciones coyunturales.
- ✓ El clima laboral, tiene un fuerte impacto sobre los comportamientos de los miembros de la Institución.
- ✓ El clima laboral, afecta el grado de compromiso e identificación de los miembros de la organización con ésta.
- ✓ El clima laboral, es afectado por los comportamientos y actitudes de los miembros de la organización a su vez,

afecta a dichos comportamientos y actitudes.

- ✓ El clima labora de una organización es afectado por diferentes variables estructurales, tales como estilo de dirección, políticas y planes de gestión, sistemas de contratación y despidos, etc. Estas variables a su vez pueden ser afectadas por el clima.
- ✓ El ausentismo y la rotación excesiva pueden ser indicadores de un mal clima laboral.

C. TEORIA DEL CLIMA LABORAL DE LIKERT.

En este apartado se encuentran las variables que influyen en el clima laboral. Como sabemos el clima laboral es influenciado por diversas variables que determinan el comportamiento de las personas.

LIKERT citado por Rodríguez D., 1999, p.161

establece tres tipos de variables que definen las

características propias de una organización y que influyen en la percepción individual del clima.

- a) Variables causales: orientadas a indicar el sentido en el que la organización se desarrolla y obtiene resultados. Si esta variable se modifica también modificará las otras variables.
- b) Variables Intervinientes: orientadas a medir el estado interno de la institución y se enfocan a los procesos que se dan en esta, reflejados en aspectos como la motivación, rendimiento, actitudes y comunicación.
- c) Variables finales: Resultan del efecto de las variables causales y de las intervinientes ya que se verán reflejados los logros de la organización tales como productividad, ganancias y pérdidas para la institución.

Estas variables influyen en la percepción de los miembros de la organización respecto al clima laboral.

Para **LIKERT citado por Rodríguez D. 1999, p.162** es importante que se trate de la

percepción del clima, más que del clima en si por cuanto él sostiene que los comportamientos y actitudes de las personas son una resultante de sus percepciones de la situación y no de una pretendida situación objetiva.

D. TIPOS DE CLIMA LABORAL

- **Clima de Tipo Autoritario:**

Sistema I: Autoritarismo de tipo Explotador:

Se caracterizan porque la dirección no posee confianza en sus empleados, el clima que se percibe es de temor, la interacción entre los superiores y los subordinados es casi nula y las decisiones son tomadas únicamente por los jefes **CHIAVENATO, 2000, p.119**

Sistema II: Autoritarismo Paternalista:

El tipo de relaciones característico de este sistema es paternalista, con autoridades que tienen todo el poder, pero conceden ciertas facilidades a sus subordinados, enmarcadas dentro de los límites de relativa flexibilidad, El

clima de este tipo de sistema organizacional se basa en relaciones de confianza condescendiente de la cumbre hacia la base y la dependencia de la base a la cúspide jerárquica. **LIKERT, 1961, 1967 Citado por Rodríguez D., 1999, p.162**

- **Clima de Tipo Participativo:**

- Sistema III: Consultivo:**

- Este es un sistema de organización en el que existe un mayor grado de descentralización y delegación de las decisiones. Se mantiene un sistema jerárquico, pero las decisiones específicas son adoptadas por los escalones medios e inferiores. También el control es delegado a escalones inferiores. El clima es de confianza y hay niveles de responsabilidad. **LIKERT, 1961, 1967 Citado por Rodríguez D., 1999, p.162.**

Sistema IV: Participación En Grupo:

Se caracterizan porque el proceso de toma de decisiones no se encuentra centralizado, sino distribuido en diferentes lugares de la organización. Las comunicaciones son tanto verticales como horizontales, generándose una participación grupal. El clima de este tipo de organización es de confianza y se logran los altos niveles de compromiso de los trabajadores con la organización y sus objetivos. **LIKERT, 1961, 1967 Citado por Rodríguez D., 1999, p.162.**

E. DIMENSIONES Y MEDIDAS DEL CLIMA ORGANIZACIONAL.

Existen varios instrumentos de medida que permiten evaluar el clima de la organización el más popular es el de LIKERT los cuestionarios se refieren en primer término, a la disposición de los componentes o de los factores que forman el clima organizacional y en segundo término, el examen de las características de los cuestionarios así

como las principales dimensiones que se estudian generalmente:

a) Componentes del Clima organizacional.

La interacción entre los componentes tales como: el comportamiento individual y grupal de los miembros de una organización, la estructura y los procesos organizacionales, para crear un clima organizacional que, a su vez, produce resultados que son observables a nivel de rendimiento organizacional, individual o de grupo y los resultados que se observan en una organización que provienen de su tipo de clima que es resultado de los diferentes aspectos objetivos, son realidad de la organización como la estructura, los procesos y los aspectos psicológicos y de comportamiento de los empleados, estos componentes se interrelacionan interactuando entre sí.

b) Características de los instrumentos de medición del clima.

El instrumento de medida privilegiado para la evaluación del clima, es por supuesto, el cuestionario escrito. La mayor parte de estos instrumentos presentan a los cuestionados las preguntas que describen hechos particulares de la organización, sobre los cuales ellos deben indicar hasta qué punto están de acuerdo con la descripción. **G.G.M.O Y N.E.N.V G.L.S, “Componentes del clima laboral”, Obtenido el 12 de noviembre del 2015 de:**

[http://galeon.com/glsvoca5/COMPORTAMIEN
TO.HTML](http://galeon.com/glsvoca5/COMPORTAMIEN
TO.HTML)

La investigación del clima de las organizaciones, utilizando cuestionarios como instrumento de medida, se desarrolla generalmente alrededor de dos temas según nos dice:

G.G.M.O Y N.E.N.V G.L.S, “Componentes del clima laboral”, Obtenido el 12 de noviembre del 2015 de:

[http://galeon.com/glsvoca5/COMPORTAMIEN
TO.HTML](http://galeon.com/glsvoca5/COMPORTAMIEN
TO.HTML)

- Una evaluación del clima organizacional existente en las diferentes organizaciones (Estudios comparativos)
- Un análisis de los efectos del clima organizacional en una organización (Estudios Longitudinales) – por periodos de tiempo.

c) Dimensiones del clima laboral

El comportamiento de un trabajador es o no una resultante de los factores organizacionales existentes, depende de las percepciones que tenga el trabajador de estos factores,

Estas dimensiones miden la percepción del clima, traducidas en un cuestionario utilizado para medir el clima organizacional.

El cuestionario desarrollado por LITWIN Y STRINGER mide la percepción de los empleados en función de nueve dimensiones. También llamados factores de interacción percibidos. **LITWIN Y STRINGER, 1978**

Exponen la existencia de estas nueve dimensiones que explicarían el clima existente en una determinada institución. **MARTINEZ, LUIS. “Clima Organizacional”**. Obtenida el **12 de noviembre del 2015 de:**

<http://www.monografias.com/trabajos6/clior/clior.shtml>

- Estructura: Representa la percepción que tiene los miembros de la organización limitaciones a que se ven enfrentados en el desarrollo de su trabajo acerca de la cantidad de reglas, procedimientos, trámites y otras.

- Responsabilidad (Empowerment): Es el sentimiento de los miembros de la organización acerca de su autonomía en la toma de decisiones relacionadas a su trabajo.
- Recompensa: Corresponde a la percepción de los miembros sobre la adecuación de la recompensa recibida por el trabajo bien hecho. Es la medida en que la organización utiliza más el premio que el castigo.
- Desafío: Es la medida en que la organización promueve la aceptación de riesgos calculados a fin de lograr los objetivos propuestos
- Relaciones: Es la percepción por parte de los miembros de la Institución acerca de la existencia de un ambiente de trabajo grato y de buenas relaciones sociales tanto entre pares como entre jefes y subordinados.

- Cooperación: Es el sentimiento de los miembros de la institución sobre la existencia de un espíritu de ayuda por parte de los directivos y de otros empleados del grupo. El énfasis está puesto en el apoyo mutuo, tanto de niveles superiores como inferiores.
- Estándares: Es la percepción de los miembros acerca del énfasis que pone las organizaciones sobre las normas de rendimiento.
- Conflictos: Es el sentimiento del grado en que los miembros de la organización, tanto pares como superiores, aceptan las opiniones discrepantes y no temen enfrentar y solucionar los problemas tan pronto surjan.
- Identidad: Es el sentimiento de pertenencia a la organización y que es un elemento importante y valioso dentro del grupo de trabajo. En general, es la

sensación de compartir los objetivos personales con los de la organización.

El Cuestionario desarrollado por LIKERT, mide la percepción del clima en función de ocho dimensiones que son las siguientes según: **El ensayo de administración de María del Carmen Sandoval Caravero citando a LIKERT “Concepto y Dimensiones del Clima Organizacional”** Obtenida el 14 de noviembre del 2015 de:

http://www.ceaamer.edu.mx/new/ae4/arh/MOD_3_LECT_3.pdf

- Los métodos de mando: La forma en que se utiliza el liderazgo para influir en los empleados
- Las características de las fuerzas motivacionales: Los procedimientos que se instrumentan para motivar a los empleados y responder a sus necesidades.
- Las características de los procesos de comunicación: La naturaleza de

los tipos de comunicación en la Institución, así como la manera de ejercerlos.

- Las características de los procesos de influencia: La importancia de la interacción superior/subordinado para establecer los objetivos de la organización.
- Las características de los procesos de toma de decisiones: La pertinencia de las informaciones en que se basan las decisiones así como el reparto de funciones.
- Las características de los procesos de planificación: La forma en que se establece el sistema de fijación de objetivos o directrices.
- Las características de los procesos de control: El ejercicio y la distribución del control entre las instancias organizacionales.

- Los Objetivos de rendimiento y de perfeccionamiento: La planificación así como la formación deseada.

F. FACTORES QUE AFECTAN AL CLIMA ORGANIZACIONAL

Para que un empresario logre que su grupo trabaje con entusiasmo es necesario que lo mantenga motiva.

Para ello existen variables que afectan a la Motivación dentro de las organizaciones. **GARCIA WERTHER Y DAVIS, 1995, p.115**

- a) Las características individuales: "...los intereses, actitudes y necesidades que una persona trae a una organización y que difieren de las de otras personas, por lo tanto sus motivaciones serán distintas".
- b) Las características del trabajo: "son aquellas inherentes a las actividades que va a desempeñar el empleado y que pueden o no satisfacer sus expectativas personales".

- c) Las características de situación de trabajo:
“son los factores del ambiente laboral del individuo, factores que se traducen en acciones organizacionales que influyen y motivan a los empleados”.

G. FACTORES QUE CONDICIONAN EL CLIMA LABORAL.

En el presente estudio existen factores que están vinculados al clima laboral, estos nos servirán al momento de evaluar al personal que labora en la institución en estudio ahora veremos los factores que condicionan el clima laboral.

- a) Motivación: Influencia sobre los trabajadores para crear en ellos el deseo de alcanzar un determinado objetivo **PEREZ, J, VILLALBA, M. 2002, p.332 citado por Martinez Cruz Abigail en el “plan de acción para mejorar el clima laboral de una agencia automotriz”**

Es la voluntad de desarrollar altos niveles de esfuerzo para alcanzar las metas

organizacionales, bajo la condición de que dicho esfuerzo ofrezca la posibilidad de satisfacer alguna necesidad. **ROBBINS, S. Y COULTER, M. p.484.**

b) Comunicación: El proceso de transmitir significados que van del emisor al receptor **HODGETT Y ALTMAN, 1985, p.324.**

Transferir y comprender el significado. **ROBBINS, S. y DECENZO, D., 2000, p.341.**

c) Satisfacción laboral: La satisfacción laboral es la sensación de bienestar que poseen los colaboradores en su centro de labor. **GIBSON Y OTROS, 1996, p.48.**

1.2.2. CALIDAD DE ATENCION AL CLIENTE

En la actualidad la calidad de servicio es considerada como una variable estratégica fundamentalmente como una ventaja competitiva.

El servicio constituye un valor institucional y personal que surge como herramienta para lograr plena satisfacción del cliente y obtener su fidelización.

A) CALIDAD Y SATISFACCIÓN

La calidad y la satisfacción desde el punto de vista del marketing no son propiedades del producto en sí sino de la evaluación que realiza el cliente o consumidor.

Calidad es dar al cliente lo que quiere, ya sea un bien o servicio apropiado para su uso, y hacer esto de tal modo que cada tarea se realice correctamente desde la primera vez. **BARRA, 1990. Citado por GALLARDO Y GALVÁN, 1993, p.25**

La calidad es herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que esta sea comparada con cualquier otra de su misma especie. **Obtenido el 14 de noviembre del**

2015 de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Calidad>

Consideración positiva del consumidor sobre un aspecto específico de una experiencia.

FERNÁNDEZ, P., 2004, p.349.

Es una sensación de placer o decepción que resulta de comparar la experiencia del producto con las expectativas de beneficios previos.

KOTLER, P., LANEKELLER, K., 2006 p.144.

La evaluación que el cliente realiza acerca de la excelencia del diseño y la consistencia en la producción de un servicio en relación con sus expectativas. **FERNANDEZ, P., 2004, p.350** “La

Gestión del Marketing de Servicios”,

Elementos: obtenido el 14 de noviembre del

2015 de:

<https://books.google.com.pe/books?id=I6-SO2u0FEYC&pg=PA349&lpg=PA349&dq=La+satisfacci%C3%B3n+excelencia+del+dise%C3%B1o,+consistencia+en+la+producci%C3%B3n,+relaci>

[on+con+las+expectativas&source=bl&ots= C3k19X78k&sig=0hSBTiBBw4QQTRPEwg5YuVTj5lg&hl=es&sa=X&ved=0CBoQ6AEwAGoVChMIkriR3pOQyQIVguYmCh2S9AXb#v=onepage&q&f=false](https://www.google.com/search?q=on+con+las+expectativas&source=bl&ots=C3k19X78k&sig=0hSBTiBBw4QQTRPEwg5YuVTj5lg&hl=es&sa=X&ved=0CBoQ6AEwAGoVChMIkriR3pOQyQIVguYmCh2S9AXb#v=onepage&q&f=false)

Y nos dice que encierra tres elementos como son:

- Excelencia en el diseño: medida en que el servicio responde, alcanza y excede las expectativas del cliente.
- Consistencia en la producción: define el grado de homogeneidad de la producción y del servicio a lo largo del tiempo a través de distintas personas que lo realizan.
- Relación con las expectativas de los Socios: está definida en función de lo que los Socios deseen a lo largo del tiempo.

B) CLIENTES

Son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que mi institución puede satisfacer. **BARQUERO, J. Y OTROS, 2007, p.1.**

Cliente es un término que define a la persona u organización que realiza una compra. Puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro. **Diccionario de Marketing, 1999, p.54.**

Vivimos en una economía en la que se considera que el cliente es el rey, así mismo afirma que Si no prestan atención a sus clientes, alguna otra Institución lo hará. **KOTLER, P., 2003, p.8-9.**

a) Expectativa del Cliente: Se entiende como el nivel de servicio que el cliente espera recibir, el nivel de desempeño que podría desear. Es una combinación de lo que el cliente considera que puede ser con lo que considera que debe ser.

Existen principalmente tres niveles de expectativas de acuerdo a **RUST, ZAHORICK Y KEININGHAM, 1996. Citados por KOENES, 1998, p.56-57. “Diseño del Servicio paso a**

paso” autor: Días de Santos obtenida el 14 de noviembre del 2015 de:

https://books.google.com.pe/books?id=QtlWeVkurosC&pg=PA56&lpg=PA56&dq=Expectativa+ideal,+lo+que+deberia+ser+y+esperada&source=bl&ots=LDwC9mhc5K&sig=m5nkJ5eIZwZbMv6_Cv43fLCi1aE&hl=es&sa=X&ved=0CB_oQ6AEwAGoVChMIvpj4hJiQyQIVieEmCh1nIANG#v=onepage&q=Expectativa%20ideal%20%20lo%20que%20deberia%20ser%20y%20esperada&f=false

Estos tres niveles de expectativas son:

- Expectativas ideales: Representan lo que debería suceder en la mejor de las circunstancias posibles (se satisfacen y superan todas las necesidades, deseos y expectativas de toda índole, de los clientes; constituyen el parámetro de la excelencia.
- Expectativas de lo que debería ser: Representan lo que los clientes consideran que merecen recibir en la

prestación; con frecuencia lo que debería ser se sitúa en un nivel más alto de lo que los clientes esperan recibir en realidad.

- Expectativas esperadas: Representan el nivel de prestación esperado en función de la información que disponen los clientes respecto a un servicio o situación; constituyen el nivel básico de las expectativas y que usualmente utilizan los clientes para calificar a un servicio deficiente si se encuentra por debajo de este nivel.

b) Percepciones del cliente:

Proceso por el cual un individuo selecciona, organiza e interpreta los estímulos para integrar una visión significativa y coherente del mundo, **“Ingreso a la Universidad: La Guía un Paso adentro” de Julieta Favila Vega y Otros p.88 obtenido el 14 de noviembre del 2015 de:**

https://books.google.com.pe/books?id=xiMwtwtpCrkC&pg=PA58&dq=Proceso+por+el+cual+un+individuo+selecciona,+organiza,+e+interpreta+los+estimulos+para+integrar&hl=es&sa=X&ved=0CBsQ6AEwAGoVChMIp_Hhrp2QyQIVBCQmCh22OgiY#v=onepage&q=Proceso%20por%20el%20cual%20un%20individuo%20selecciona%2C%20organiza%2C%20e%20interpreta%20los%20estimulos%20para%20integrar&f=false

La percepción incluye los deseos, necesidades, expectativas y estilo de vida de cada persona a su vez dependerá de aspectos tales como la atención que recibe, la calidad del producto, la limpieza del local, la organización del lugar, etc.

C) SATISFACCION DEL CLIENTE

El nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas. **PHILIP, K., 2004, p.40.**

a) Elementos que conforman la satisfacción del cliente:

La satisfacción del cliente está conformada por tres elementos. **THOMPSON, I. Obtenido el 15 de noviembre del 2015 de:**

<http://rosy-gestion-de-marketing.blogspot.pe/2011/10/44-elementos-para-la-satisfaccion-y-la.html>

- El rendimiento Percibido: Es el resultado que el cliente percibe después de haber adquirido un producto o un servicio, el cual tiene las siguientes características:
 - ✓ Se determina desde el punto de vista del cliente.
 - ✓ Se basa en los resultados que el cliente obtiene.
 - ✓ Basado en percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad.

- ✓ Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente.
- ✓ Depende del estado de ánimo del cliente.
- Las expectativas: Son las esperanzas que tiene el cliente por conseguir algo, se producen en efecto de una o más de estas cuatro situaciones:
 - ✓ Promesas de la institución acerca de los beneficios del producto o servicio.
 - ✓ Experiencias de compras anteriores.
 - ✓ Opiniones de amistades.
 - ✓ Promesas que ofrecen los competidores de la Institución.

No siempre significa una disminución en la calidad de los productos o servicios; en muchos casos, es el resultado de un aumento en las expectativas del cliente.

PHILIP, K., 2004, p.41

En todo caso es importante monitorear las expectativas regularmente de los clientes para determinar lo siguiente:

- ✓ Si es posible proporcionarles lo que buscan.
 - ✓ Si está a la par, por encima o por debajo de las expectativas que genera la competencia.
 - ✓ Si coinciden con lo que espera el cliente para animarse a adquirir el producto o servicio.
- Los niveles de satisfacción: Después de hacer la adquisición se generan tres niveles de satisfacción en el cliente:
 - ✓ Insatisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas.
 - ✓ Satisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas.

- ✓ Complacencia: Cuando el desempeño del producto o servicio excede las expectativas.

Conociendo el grado de satisfacción del cliente, se puede conocer el grado de lealtad hacia una marca o institución.

b) Beneficios de lograr la satisfacción del cliente:

Existen tres beneficios mencionados por **KOTTLER, P. Y ARMSTRONG, G., 2003, p.10:**

- El cliente satisfecho, por lo general vuelve a comprar.
- El cliente satisfecho comunica a otras experiencias positivas con un producto o servicio.
- El cliente satisfecho deja de lado a la competencia.

D) ATENCIÓN AL CLIENTE

Es un conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminados a identificar las necesidades de los

Clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas y, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes. **KUSTER, I. Y ROMAN, S., 2006, p.175.**

La calidad en la prestación del servicio y la satisfacción de los clientes dependerá de su sincronización. **DORADO, J. Y CERRA, J. 2004, p.249.**

a) Perfil del personal de atención al cliente: A continuación se detalla los seis atributos que debe reunir el personal de atención **DIB, A., 2004. p.56.**

- Verdadera vocación de servicio: La presencia de impulso interior hacia la satisfacción de nuestros semejantes constituye una cualidad esencial en quien debe tratar con ellos. Esto implica la necesidad de contar con valores básicos de convivencia, sentido de pertenencia a la organización,

autoestima y confianza suficiente para brindarse íntegramente en aras de su bienestar.

- Capacidad para escuchar al cliente: Implica no solo dejar de hablar, sino también concentrarse en las expresiones verbales y gestuales del interlocutor e interpretarlas del modo en que éste intenta transmitir las.
- Empatía: Se debe poner el lugar del cliente, comprendiendo sus sentimientos y necesidades tanto expresas como latentes para satisfacerlas plenamente.
- Simpatía natural: La sonrisa de dientes y fundamentalmente de ojos constituye otro requisito imprescindible para trabajar en el área.
- Paciencia, ecuanimidad y autocontrol: La atención de clientes de la más diversa naturaleza se torna imperiosa la necesidad de contar con la suficiente

tranquilidad para abordar sus múltiples facetas y reacciones sin responder a eventuales amenazas o provocaciones, o dejarse contagiar por actitudes que perjudicarían la calidad de servicio.

- Capacidad de adaptación: Se refiere a la flexibilidad para modificar la conducta en función de las disímiles características de los clientes y sus diversas situaciones que se presentan a diario.

Estos son todos los atributos que deben reunir las personas encargadas de tener un trato directo con el cliente.

E) SERVICIO

- a) Definición: El estudio está enfocado en la atención al cliente pero se debe entender la definición de este término.

Acción o efecto de servir, mérito que se adquiere sirviendo al estado o a otra entidad o persona cuidando sus intereses o satisfaciendo

necesidades. **REAL ACADEMIA ESPAÑOLA**
obtenido el 16 de noviembre del 2015 de:
<http://lema.rae.es/drae/srv/search?id=hAmfGypTrDXX2VKKD0KQ>

b) Calidad en el Servicio:

La calidad en el servicio es considerada como un determinante crítico para la competitividad **GHOBADIAN, SPELLER Y JONES, 1994, p.2 citados por CERVANTES, J. Y MOLINA, C., 2003.**

La calidad en el servicio es un componente primordialmente de las percepciones del cliente. **ZEITHMAL, V. Y BITNER, M.J., 2000, p.101.**

c) Servicio al cliente:

Son las actividades que uno realiza para llevar a cabo una tarea específica, que serán desarrolladas de manera directa o indirecta con el cliente y por ende lograr la satisfacción a este.

Conjunto de actividades realizadas por personas, con disposición de entrega a los demás para la construcción de procesos que conduzcan a incrementar la satisfacción, necesidades, deseos y expectativas de quien lo requiere. Como intangible adiciona valor al producto. Lleva consigo múltiples interrelaciones personales que producen beneficio mutuo. **VARGAS, M. Y ALDANA DE VEGA, L., 2006, p.59**

F) PAPEL DE LOS EMPLEADOS EN LA ENTREGA DE SERVICIOS

Los empleados a menudo son quienes brindan el servicio, los problemas de recursos humanos son la principal causa que genera un mal servicio al cliente. El talento humano es la cara visible de la institución, es el recurso más importante y se encuentra implicado en las actividades laborales son fundamentales para el éxito de cualquier organización.

En una institución de servicio, si no estás atendiendo al cliente más te vale atender a alguien que sí lo sea. **ZEITHMAL, V. Y BITNER, M., 2002, p.349.**

Los empleados de contacto representan a la organización y pueden influir de manera directa en la satisfacción del cliente. **ZEITHMAL, V. Y BITNER, M., 2002, p.350.**

1.2.3. CLIMA LABORAL Y ATENCION AL CLIENTE

Ahora al relacionar las dos variables de estudio se tiene como variable independiente al clima laboral y como variable dependiente la atención al cliente. El papel de los empleados en el servicio de atención al cliente es sumamente importante. Dentro de las distintas teorías, uno de los factores más importantes en el servicio al cliente tiene la relación con el sentido de pertenencia de los empleados a la Institución, es decir, empleados felices aumenta la posibilidad que los clientes en

nuestro caso los SOCIOS reciban un buen servicio.

Entendiendo las teorías ya mencionadas podemos decir que si la institución mantiene un clima positivo las personas que están inmersas en el área van a poder desempeñarse mejor y esto traerá consigo satisfacción y mejor calidad de vida para el colaborador, en consecuencia se identificará con la institución y tendrá mayor compromiso con ella afectando directa o indirectamente en la calidad de servicio y atención.

...Usted puede soñar, crear, diseñar y construir el más maravilloso lugar en el mundo...pero se requiere de gente para hacer que la magia se haga realidad. **WALT DISNEY citado por HERNÁNDEZ, 2004**

La institución debe cuidar a los empleados, porque ellos cuidarán a los clientes en nuestro caso los Socios y entonces los resultados se cuidarán solos. **HERNÁNDEZ, 2004**

Si el cliente llega a observar como los miembros de la organización tienen una mala relación interpersonal y presencian un conflicto, esto dañará la imagen de la institución y quizás llegue a ser un motivo para no regresar más al lugar.

Crea una causa, no un negocio. **PHILIP, K.,2003, p.150.**

El Cliente se sentirá satisfecho con el servicio y atención que ha sido brindada por parte de la institución, en conclusión las palmas se lleva la institución y un trabajador comprometido e identificado se sentirá orgulloso de pertenecer a ella brindando un buen servicio en calidad de atención al cliente.

1.3. CONCEPTOS BASICOS

En la presente investigación se recopiló varios conceptos que ayudarán a entenderla mejor.

Clima laboral: Por Clima Laboral se entiende el conjunto de cualidades, atributos o propiedades relativamente permanentes de un ambiente de trabajo

concreto que son percibidas, sentidas o experimentadas por las personas que componen la organización empresarial y que influyen sobre su conducta. **Obtenida de “Gestiopolis” el 16 de noviembre del 2015 de:**
<http://www.gestiopolis.com/clima-laboral/>

Condición del entorno laboral: Es una entidad junto con el “entorno”, con el cual forma un sistema complejo de interacciones y consecuencias, todos ellos afectan las condiciones de vida del trabajador. **CLERC, 1985 citado por Ministerio de trabajo y promoción del empleo en el Boletín de Economía laboral N°39 de 12 de abril del 2008, Obtenido el 16 de noviembre del 2015 de:**

http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/estadisticas/peel/bel/BEL_39.pdf

Satisfacción con el rol y potencial motivador del puesto: Actitud general o percepción positiva de un individuo hacia su empleo, podría definirse como la actitud del trabajador frente a su propio trabajo, dicha actitud está basada en las creencias y valores que el trabajador desarrolla de su propio trabajo. Las actitudes son determinadas conjuntamente por las

características actuales del puesto como por las percepciones que tiene el trabajador de lo que "deberían ser". **MONICA MARQUEZ PEREZ Obtenido el 16 de noviembre del 2015 de:**

<http://www.monografias.com/trabajos10/sala/sala.shtml>

Relación de Jefes: podemos definir el mando como el manejo que se ejerce sobre alguien, buscando que se realicen labores a través de órdenes y disposiciones; en una compañía debe entenderse no como algo que ejerza presión sobre los trabajadores, sino como la parte que más colabore para lograr los objetivos tanto individuales como empresariales. **Obtenida de “Gestiopolis” el 16 de noviembre del 2015 de:**

<http://www.gestiopolis.com/relacion-jefe-subordinado/>

Relación de Compañeros: La palabra compañero representa uno de esos casos de la lengua castellana en los cuales existe un amplio rango de matices que pueden afectar considerablemente el significado de una oración, según el contexto. Hablar de un compañero de trabajo es, para muchas personas, simplemente mencionar a alguien que desempeña sus tareas

laborales en el mismo espacio físico y con el mismo horario que nosotros; sin embargo, para algunos, este término sólo se utiliza si hay un vínculo afectivo de por medio, y su alternativa cuando no existe tal unión es colega. **Obtenida de “Definición de” el 16 de noviembre del 2015 de:**

<http://definicion.de/companero/>

Motivación: Se asocia muchas veces a las necesidades y los deseos, sin embargo existen diferencias sustanciales. La necesidad se convierte en un motivo cuando alcanza un nivel adecuado de intensidad, se puede definir como la búsqueda de satisfacción de la necesidad, que disminuye la tensión ocasionada por la misma. **Obtenida el 16 de noviembre del 2015 de:**

<http://www.um.es/docencia/pguardio/documentos/motivacion.pdf>

Líder: Un líder es una persona capaz de influir en otra.

Obtenida de “Liderazgo Hoy” el 16 de noviembre del 2015 de:

<http://www.liderazgohoy.com/que-es-un-lider/>

Percepción: La percepción del consumidor aplica el concepto de percepción sensorial al marketing y a la publicidad. Así como la percepción sensorial se refiere a cómo los seres humanos perciben y procesan los estímulos sensoriales a través de sus cinco sentidos, la percepción de los consumidores se refiere a cómo los individuos se forman una opinión sobre las empresas y la mercancía que ofrecen a través de las compras que hacen. **Obtenida de “La voz de Houston” el 16 de noviembre del 2015 de:**

<http://pyme.lavoztx.com/teora-de-la-percepcion-del-consumidor-6443.html>

Conflicto: Es una situación en que dos o más individuos con intereses contrapuestos, entran en confrontación. **Obtenida de “Wikipedia-Enciclopedia libre” el 16 de noviembre del 2015 de:**

<https://es.wikipedia.org/wiki/Conflicto>

Calidad de Servicio: Consiste en cumplir las expectativas del cliente. **Müller de la Lama, Enrique;** “**Cultura de la calidad de servicio**”; Editorial Trillas; **México, 1999; p. 56.**

Cliente: Es un Término que define a la persona u organización que realiza una compra. Puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro, como el caso de los artículos infantiles. Resulta la parte de la población más importante de la compañía. **Del «Diccionario de Marketing», de Cultural S.A., Edición 1999, Pág. 54.**

Frustración: La frustración es una típica respuesta emocional que manifestamos los seres humanos cuando se produce el fracaso de un deseo o esperanza.

Obtenida de “Definición ABC” el 16 de noviembre del 2015 de:

<http://www.definicionabc.com/social/frustracion.php>

Satisfacción al cliente: Satisfacción que experimenta un cliente en relación a un producto o servicio que ha adquirido, porque precisamente el mismo ha cubierto en pleno las expectativas depositadas en él, al momento de adquirirlo. **Obtenida de “Definición ABC” el 16 de noviembre del 2015 de:**

<http://www.definicionabc.com/negocios/satisfaccion-del-cliente.php>

El Servicio al cliente: Aquel servicio que prestan y

proporcionan las empresas de servicios o que comercializan productos, entre otras, a sus clientes para comunicarse directamente con ellos. **Obtenida de “Definición ABC” el 16 de noviembre del 2015 de:**

<http://www.definicionabc.com/economia/atencion-al-cliente.php>

Servicio: un servicio es el conjunto de actividades que lleva a cabo internamente una empresa para poder responder y satisfacer las necesidades de un cliente.

Obtenida de “Definición ABC” el 16 de noviembre del 2015 de:

<http://www.definicionabc.com/economia/servicio.php>

CAPITULO II: MARCO METODOLÓGICO

2.1. EL PROBLEMA

En la presente Investigación, se seleccionó el problema debido a la observación directa, se observó que no existe adecuada atención al cliente, este tipo de problema se presenta en diferentes sectores: Comercial, agroindustrial manufacturero, Financiero, etc.; y de esto no es ajena La Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco LTDA N°289 de la Ciudad de Huánuco.

Este problema de la mala atención al cliente está afectando a la institución de manera que los SOCIOS se retiran insatisfechos y el capital se ha visto disminuido.

La importancia de la gestión de todas las instituciones radica en brindar un buen servicio y atención al cliente para mantenerlos satisfechos y así obtener mejores ingresos para la Institución y para ello es importante una buena relación laboral que permite el desarrollo de las personas, que el trabajador pueda realizar su labor de manera eficiente y creativa, un buen ambiente aumenta la productividad y la calidad de trabajo, así progresa la institución y se benefician los trabajadores y la sociedad.

Para la siguiente investigación se cuenta con acceso a los datos que serán necesarios para que no se presenten futuros obstáculos que puedan afectar a la ejecución de la presente investigación.

Así mismo, para llevar acabo el estudio de la investigación, se contará con el asesoramiento de expertos en el tema de estudio.

2.2.1. Antecedentes del Problema

Teóricamente el clima laboral se constituye en uno de los factores muy importantes dentro de las organizaciones, pues el hecho de que las organizaciones operan con y mediante personas, estos son seres con dos tipos de estructura la primera observable e identificable y que aparentemente pueden mostrarnos perceptivamente como podría ser un hombre, no obstante en forma oculta se encuentra la otra estructura la estructura mental, que está compuesta por su forma de pensar, su carácter, sus emociones, su temperamento y actitudes que no necesariamente se expresan en su estructura física, este aspecto genera una personalidad la misma que presenta determinadas características que deben ser

conocidas por la organización a fin de lograr relaciones básicas y laborales favorables al desarrollo de las actividades empresariales en consecuencia si todos los hombres poseen una estructura no conocida a profundidad y si esto determina una conducta o comportamiento que influye en sus buenas o malas relaciones con los demás, determinando un ambiente entre grupos que este ambiente es denominado clima, entonces nos queda formular nuestro problema.

2.2.2. Formulación del Problema

2.2.2.1. Problema General:

- ¿Cómo Incide el Clima laboral de los trabajadores en la Calidad de atención al Socio en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco LTDA N°289, Huánuco - 2015?.

2.2.2.2. Problemas Específicos:

- ¿Cómo se encuentran las condiciones del Clima Laboral de los trabajadores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco LTDA N°289, Huánuco - 2015?

- ¿Qué características prevalecientes existen en el Clima laboral de los trabajadores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco LTDA N°289, Huánuco - 2015?
- ¿Cuán satisfechos se encuentra con la Calidad de atención el Socio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco LTDA N°289, Huánuco - 2015?
- ¿Cuáles son los atributos de la calidad de atención que brinda al socio la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco LTDA N°289, Huánuco - 2015?

2.2.3. Justificación de la Investigación

La presente investigación servirá de guía para muchos de los estudiantes de la Escuela Académica Profesional de Economía de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán para que tomen conciencia de cómo una variable puede afectar de manera directa en la atención del cliente en este caso el SOCIO.

A su vez Aportó al conocimiento, ya que al analizar la relación del clima laboral y la calidad de atención así

reafirmamos la teoría establecida dentro del campo de la Economía y Administración, con los resultados del presente estudio se pretende ayudar a resolver diferentes problemas que se presenten en la Institución.

También servirá como base para aquellas instituciones que deseen mantener un buen clima laboral y por lo tanto obtener buenos resultados referentes a la atención al cliente, así como también para otras investigaciones de la misma naturaleza.

Se crearon instrumentos y procedimientos que han sido validados y luego aplicados en el presente estudio y que serán de utilidad en otros probables estudios, todo esto constituyendo un aporte metodológico a la metodología de la investigación.

2.2.4. Limitaciones

- **Geográfico:**

La presente investigación se llevó a cabo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco LTDA N°289, en la oficina principal y en la oficina sucursal (de operaciones y centro hipotecario) ubicadas en el Jr. Dámaso Beraún N°389 y en el Jr.

Dámaso Beraún N°763-761 en el Distrito de Huánuco. La entidad se encuentra dentro de la zona urbana, el presente trabajo de tesis se realizó en estas oficinas, no se manifestaron limitaciones geográficas ya que la zona de estudio es accesible por ser una zona céntrica.

- **Temporal:**

El presente trabajo de investigación se realizó durante el periodo del mes de diciembre del 2015 como un análisis global de resultados del año.

- **Contenido:**

Las limitaciones en la presente investigación son del tipo teórico ya que las emociones se encuentran en plena exploración y aún no se resuelven algunos aspectos relacionados con el cerebro del hombre y esta a su vez con su pensamiento y actuación en general, los psicólogos tienen diferencias y contradicciones, por ello las limitaciones que muestran las investigaciones en este campo se trasladan a nuestro trabajo.

2.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

2.2.1. Objetivo General

- Determinar la incidencia del Clima Laboral de los trabajadores en la Calidad de atención al Socio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco LTDA N°289, Huánuco - 2015

2.2.2. Objetivos Específicos

- Analizar las condiciones del clima Laboral de los trabajadores en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco LTDA N°289, Huánuco – 2015.
- Describir las características prevaecientes que existen en el Clima laboral de los trabajadores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco LTDA N°289, Huánuco - 2015.
- Medir la satisfacción de la calidad de atención al Socio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco LTDA N°289, Huánuco – 2015.
- Describir Los Atributos De La Calidad De Atención Que Brinda Al Socio La Cooperativa De Ahorro Y Crédito San Francisco Ltda. N°289, Huánuco - 2015.

2.3. HIPOTESIS

2.3.1. Hipótesis General

- A Mayor Clima Laboral De Los Trabajadores De La Cooperativa De Ahorro Y Crédito San Francisco Ltda. N°289, Mayor Calidad De Atención Al Socio, Huánuco - 2015.

2.3.2. Hipótesis Especificas

- Las condiciones del clima Laboral de los trabajadores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco LTDA N°289, Son adecuadas, Huánuco – 2015.
- Las características prevalecientes de El clima Laboral en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco LTDA N°289, Huánuco – 2015 son factibles.
- EL Socio se encuentra satisfecho con La calidad de atención de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco LTDA N°289, Huánuco – 2015.
- Los atributos de la calidad de atención que brinda al socio la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco LTDA N°289, Huánuco – 2015 son adecuadas.

2.4. VARIABLES E INDICADORES

- **Variable independiente:** Clima Laboral
- **Variable dependiente:** Calidad de Atención

2.4.1. Sistema De Variables

- **CLIMA LABORAL**

DIMENSIONES:

- ✓ Percepción
- ✓ Características
- ✓ Comportamiento
- ✓ Relaciones Interpersonales

INDICADORES:

- ✓ Actitudes
- ✓ Factores
- ✓ Acciones

- **CALIDAD DE ATENCIÓN**

DIMENSIONES:

- ✓ Atributos
- ✓ Socios
- ✓ Productos o Servicios
- ✓ Satisfacción

INDICADORES:

- ✓ Amabilidad

- ✓ Cortesía
- ✓ Velocidad
- ✓ Registro de Socios
- ✓ Servicios Financieros
- ✓ Grado de Satisfacción

2.4.2. Relación Funcional Entre Variables (Modelo):

En la elaboración de un modelo econométrico se pueden distinguir las siguientes etapas: especificación, estimación y validación

Especificación

La primera etapa de la elaboración de un modelo econométrico la constituye la especificación.

En la etapa de especificación, vamos a considerar cuatro elementos: el modelo económico, el modelo econométrico, los supuestos estadísticos del modelo y los datos. El primer elemento que necesitamos es disponer de un modelo económico. En algunos casos, un modelo formal económico se especifica completamente mediante la utilización de la teoría económica. En otros casos, la teoría económica se utiliza menos formalmente en la construcción de un modelo económico. Después de obtener un modelo

económico, tenemos que convertirlo a un modelo econométrico.

$$\sum_{i=0}^{ca=384} K = f\left(\sum_{i=0}^{cl=66} K\right)$$

Por lo tanto nuestro modelo económico será:

$$ca = f(cl)$$

Donde:

ca: Calidad de Atención

cl: Clima Laboral

K: Numero de Ítems (23)

i: constante

Por lo tanto nuestro modelo econométrico será:

$$ca = \beta_1 + \beta_2 cl + \varepsilon_t$$

Donde:

ca: Calidad de Atención

cl: Clima Laboral

$\beta_1; \beta_2$: Estimadores

ε_t : Error

Estimación

En la estimación se obtienen los valores numéricos de los coeficientes de un modelo econométrico. Para completar esta etapa se debe disponer de un conjunto de observaciones de todas las variables observables que aparecen en el modelo econométrico especificado, y, por otro lado, es necesario seleccionar el método de estimación apropiado, teniendo en cuenta las implicaciones de esta elección en las propiedades estadísticas de los estimadores de los coeficientes.

Validación

En la etapa de validación se evalúan los resultados. En esta etapa se evalúa si las estimaciones obtenidas en la etapa anterior son aceptables, tanto por la teoría económica como desde el punto de vista estadístico. Se analiza, por un lado, si las estimaciones de los parámetros del modelo tienen los signos y magnitudes esperados, es decir, si satisfacen las limitaciones establecidas por la teoría económica.

2.4.3. Operacionalización De Variables.

Cuadro N°01: Operacionalización de Variables.

VARIABLES	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	UNIDAD DE MEDIDA
V₁ CLIMA LABORAL	Es el conjunto de percepciones y características que presenta el ambiente de trabajo, compartidas por los miembros de la organización y determinados por el comportamiento y relaciones interpersonales positivas y negativas	Percepción	Actitudes	Escala
		Características	Factores	Escala
		Comportamiento	Actitudes	Escala
		Relaciones Interpersonales	Acciones	N° y tipo de acciones
V₂ CALIDAD DE ATENCION AL SOCIO	Son los atributos que se orientan a identificar necesidades de los SOCIOS al momento de adquirir un servicio, para cubrir de manera óptima una expectativa y generar una alta satisfacción	Atributos	Amabilidad, cortesía, velocidad.	Actitud, Tiempo
		SOCIOS	Registro de Socios	N° de SOCIOS
		Productos o Servicios	Productos o Servicios Financieros	N° de Servicios o Productos Financieros
		Satisfacción	Grado de Satisfacción	Escala

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA DEL EQUIPO DE INVESTIGACIÓN

2.5. DISEÑO DE LA EJECUCIÓN DEL PLAN COMO DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN.

2.5.1. Población y Muestra

- **POBLACIÓN**

La población de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco, que laboró durante el año 2015 fue de 66 trabajadores, divididos en diferentes áreas administrativas de la institución en atención al cliente.

La calidad de atención, lo veremos reflejado en la satisfacción de los Socios. Nuestra población son todos los SOCIOS que asisten a la institución.

- **MUESTRA**

Por ser un número manejable de 66 trabajadores se tomó el mismo valor de la población.

Para obtener la muestra para la variable de calidad de atención se obtuvo por medio de la fórmula estadística de muestreo aleatorio simple.

- **TAMAÑO DE LA MUESTRA**

Se calculó considerando el método aleatorio simple con muestra representativa, a través de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Población

Z= Intervalo de confianza

E= Error de estimación o muestreo

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de Fracaso

Se tiene la siguiente información inicial:

N=59,248

Z=1.96 (95% de Intervalo de Confianza)

E=5%(0.05)

p = q = 50% = 0.5 (Probabilidades)

Reemplazando en la fórmula tenemos:

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}{(0.05)^2}$$

Obteniéndose un tamaño de muestra de **384** a través de la relación entre la muestra y la población determinamos si usamos el índice de corrección.

$$\frac{n}{N} = \frac{384}{59,248} = 0.006481 < 0.05$$

Por lo tanto nos quedamos con la muestra inicial correspondiente a **384** socios.

2.5.2. Técnicas e Instrumentos de recopilación de datos

La técnica viene a ser la aplicación práctica de una determinada disciplina a fin de alcanzar los objetivos de la investigación que se plantea.

El instrumento de recolección de datos en cambio, es el medio por el cual tenemos acceso al objeto de investigación para extraer y conseguir los datos primarios y secundarios. En la presente investigación se utilizarán las siguientes técnicas e instrumentos.

- **EL ANALISIS DOCUMENTAL:**

Esta fue una de las técnicas más utilizadas en la presente investigación y nos permitió la recopilación, sistematización y el análisis de la

bibliografía respecto al tema de investigación, textos, revistas, etc.

Los instrumentos en este caso son las fichas bibliográficas y hemerográficas, resúmenes de textos, apuntes, etc.

- **LA ENCUESTA:**

Esta técnica se aplicó a una muestra representativa de la población trabajadora de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco LTDA N°289, Huánuco – 2015

2.5.3. Forma de tratamiento de los datos

Los programas que utilizamos para el procesamiento de datos son:

- SPSS V.22
- Microsoft Excel 2013
- Eviews8

2.5.4. Forma de análisis de las informaciones

El informe final está presentado e impreso gracias al procesador de textos:

- Microsoft Word 2013

2.6. TIPO DE INVESTIGACIÓN

2.6.1. Nivel de Investigación

- **Descriptivo**

Porque nos permitió describir en forma clara y precisa las características propias de las variables en estudio en relación al contexto donde esta se desarrolla o han evolucionado como problema

- **Correlacional**

Porque mediante la hipótesis planteada podemos relacionar los motivos o causales de la Incidencia del Clima Laboral en la Calidad de Atención al Socio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco LTDA N°289 de Huánuco – 2015 para el surgimiento del problema o fenómeno de investigación.

El presente trabajo de investigación es del tipo aplicado ya que es de tipo descriptivo – correlacional.

Descriptivo porque se describe las variables de Clima laboral que definen a la institución en estudio y la calidad de atención al cliente.

Es del tipo Correlacional porque se midieron ambas variables de estudio: Clima y calidad de

atención estableciendo una correlación entre estas variables.

2.6.2. Tipo de Investigación

El presente proyecto de investigación consta de un estudio específico y detallado por ello se tomó el tipo de investigación aplicada ya que nos permitió conocer el problema y objeto de estudio y a la vez proponer alternativas de solución, esta investigación es el cimiento para el desempeño efectivo del proyecto que podrán ser tomado en cuenta por la entidad financiera, socios y trabajadores, para así en conjunto diseñar e implementar estrategias en temas de Clima laboral y Atención al cliente en este caso al Socio.

CAPITULO III: RESULTADOS

3. Resultados en los programas SPSS 22, Microsoft Excel y Eviews8

3.1. Resultados Presentados en SPSS 22:

Para proceder con el estudio se realizó una encuesta piloto a 10 personas para cada instrumento y Mediante el programa estadístico SPSS 22 realizamos la validación de los instrumentos (Cuestionarios para el Clima Laboral y La Calidad de Atención) en específico

para validarlos se utilizó el índice de consistencia interna “Alfa de Cronbach” ya que este índice nos muestra la fiabilidad cuando se cumple que es igual o supera al 0.8 y nos demuestra la inconsistencia del instrumento cuando el resultado se encuentra por debajo del 0.8.

Se utilizó el cálculo del “Alfa de Cronbach” mediante la varianza de los ítems.

3.1.1. Variable Clima Laboral índice de consistencia interna cálculo y resultado.

Formula:

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

Donde:

α : Alfa de Cronbach

K : Número de Items

Vi: Varianza de cada Item

Vt: Varianza del Total

Cálculo:

$$\alpha = \frac{26}{26 - 1} \left[1 - \frac{\sum 16.567}{102.011} \right]$$

$$\alpha = 0.8710997834$$

De esta manera con el cálculo manual obtenemos una fiabilidad alta y con el programa SPSS obtenemos el siguiente resultado:

Cuadro N° 02: Estadísticas de fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,871	26

De esta manera el instrumento queda validado con una fiabilidad alta con el programa SPSS y se pudo proceder a la aplicación a nuestra muestra de 66 Trabajadores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda. N°289 – Huánuco.

3.1.2. Variable Calidad de Atención índice de consistencia interna cálculo y resultado.

Formula:

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

Donde:

α : Alfa de Cronbach

K : Número de Ítems

Vi: Varianza de cada Ítem

Vt: Varianza del Total

Cálculo:

$$\alpha = \frac{23}{23 - 1} \left[1 - \frac{\sum 20.056}{87.167} \right]$$

$$\alpha = 0.8049089678$$

De esta manera con el cálculo manual obtenemos una fiabilidad alta y con el programa SPSS obtenemos el siguiente resultado:

Cuadro N° 03: Estadísticas de fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,805	23

De esta manera el instrumento queda validado con una fiabilidad alta con el programa SPSS y se pudo proceder a la aplicación a nuestra muestra de 384 Socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda. N°289 – Huánuco.

3.2. Resultados presentados en Microsoft Excel 2013

Después de validar los instrumentos procedimos a aplicarlos y de esta manera obtuvimos los siguientes

resultados. Los cuales nos sirvieron también para procesar los datos en Eviews8.

3.2.1. Resultados Variable Clima Laboral

Para obtener los siguientes resultados procedimos a aplicar el instrumento validado a los 66 trabajadores de la entidad.

Pregunta N° 01: ¿Qué Nivel de Satisfacción tiene con respecto a la trayectoria de la Institución?

Cuadro N° 04: ¿Qué Nivel de Satisfacción tiene con respecto a la trayectoria de la Institución?

1. ¿Qué Nivel de Satisfacción tiene con respecto a la trayectoria de la Institución?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Nada Satisfecho	0	0.00
b) Casi Nada Satisfecho	0	0.00
c) Poco Satisfecho	3	4.55
d) Satisfecho	40	60.61
e) Muy Satisfecho	23	34.85
Sub Total	66	100.00
Total	66	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 01: ¿Qué Nivel de Satisfacción tiene con respecto a la trayectoria de la Institución?



Interpretación:

- El 4% que representa a 3 trabajadores opinaron que se encuentran poco satisfechos con respecto a la trayectoria de la institución.
- El 61% que representa a 40 trabajadores opinaron que se encuentran satisfechos con respecto a la trayectoria de la institución.
- El 35% que representa a 23 trabajadores opinaron que se encuentran muy satisfechos con respecto a la trayectoria de la institución.

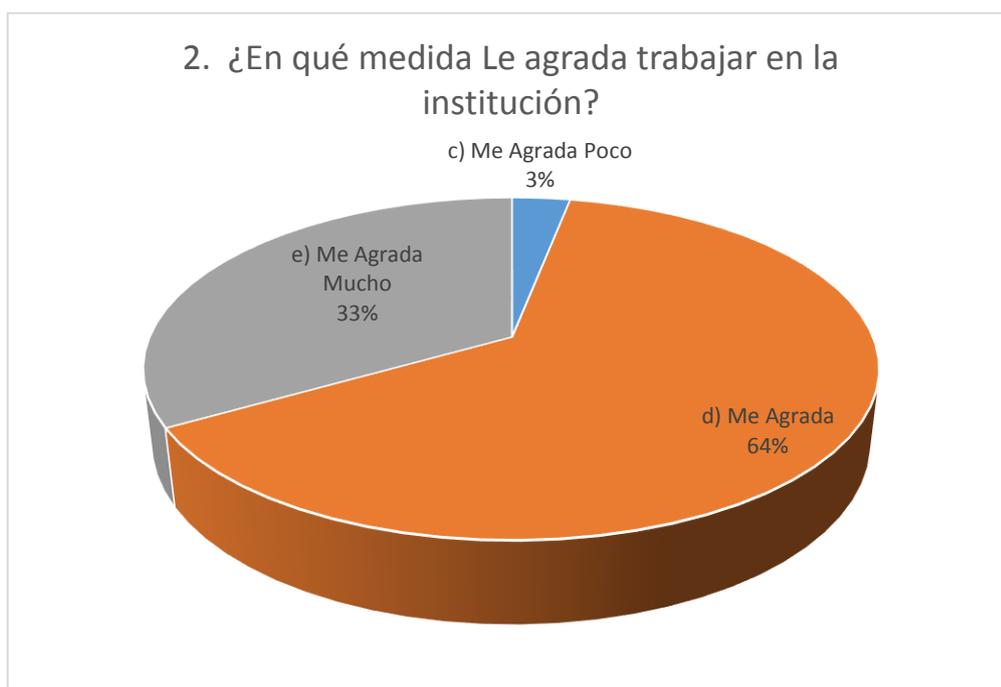
Pregunta N° 02: ¿En qué medida Le agrada trabajar en la institución?

Cuadro N° 05: ¿En qué medida Le agrada trabajar en la institución?

2. ¿En qué medida Le agrada trabajar en la institución?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) No Me Agrada	0	0.00
b) Casi No Me Agrada	0	0.00
c) Me Agrada Poco	2	3.03
d) Me Agrada	42	63.64
e) Me Agrada Mucho	22	33.33
Sub Total	66	100.00
Total	66	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 02: ¿En qué medida Le agrada trabajar en la institución?



Interpretación:

- El 3% que representa a 2 trabajadores opinaron que les agrada poco trabajar en la institución.
- El 64% que representa a 42 trabajadores opinaron que les agrada trabajar en la institución.
- El 33% que representa a 22 trabajadores opinaron que les agrada mucho trabajar en la institución.

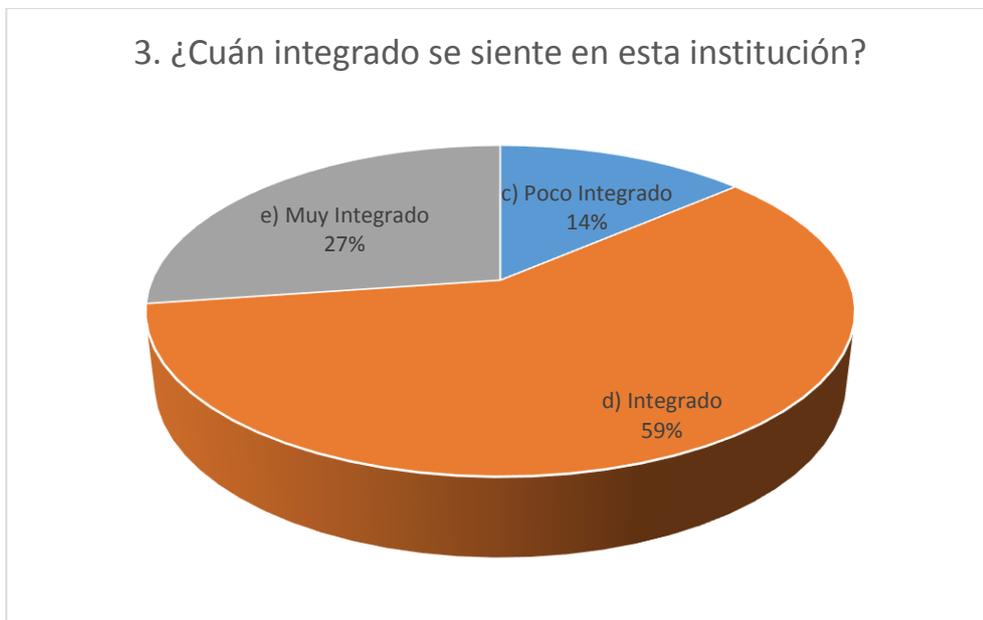
Pregunta N°03: ¿Cuán integrado se siente en esta institución?

Cuadro N° 06: ¿Cuán integrado se siente en esta institución?

3. ¿Cuán integrado se siente en esta institución?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Nada Integrado	0	0.00
b) Casi Nada Integrado	0	0.00
c) Poco Integrado	9	13.64
d) Integrado	39	59.09
e) Muy Integrado	18	27.27
Sub Total	66	100.00
Total	66	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 03: ¿Cuán integrado se siente en esta institución?



Interpretación:

- El 14% que representa a 9 trabajadores opinaron que se sienten poco integrados en la institución.
- El 59% que representa a 39 trabajadores opinaron que se sienten integrados en la institución.
- El 27% que representa a 18 trabajadores opinaron que se sienten muy integrados en la institución.

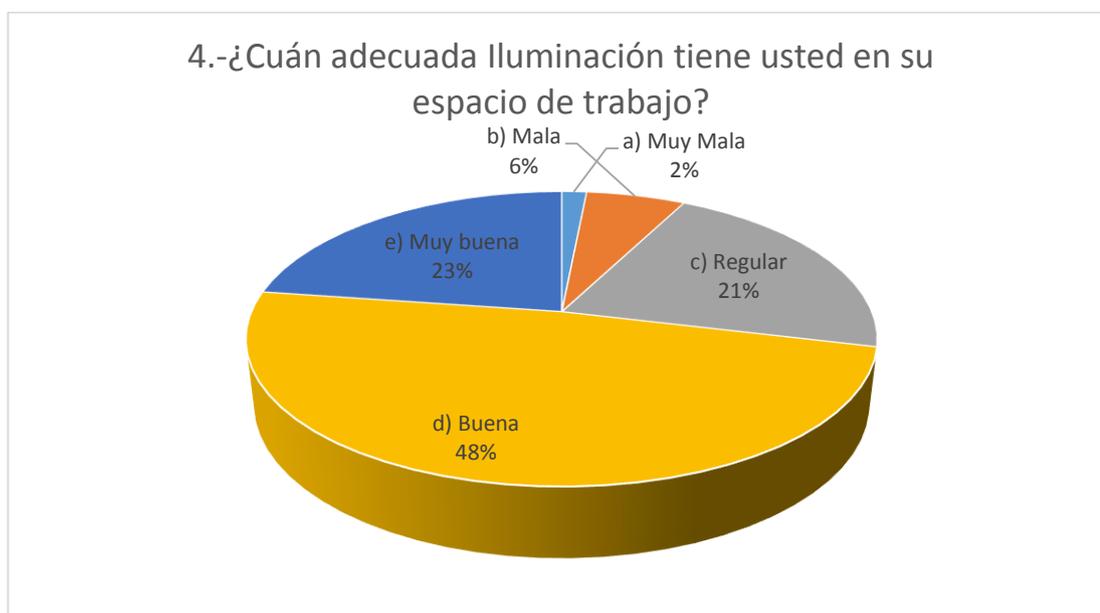
Pregunta N°04: ¿Cuán adecuada Iluminación tiene usted en su espacio de trabajo?

Cuadro N° 07: ¿Cuán adecuada Iluminación tiene usted en su espacio de trabajo?

4. ¿Cuán adecuada Iluminación tiene usted en su espacio de trabajo?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Mala	1	1.52
b) Mala	4	6.06
c) Regular	14	21.21
d) Buena	32	48.48
e) Muy buena	15	22.73
Sub Total	66	100.00
Total	66	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 04: ¿Cuán adecuada Iluminación tiene usted en su espacio de trabajo?



Interpretación:

- El 2% que representa a 1 trabajador opinó que la iluminación en su espacio de trabajo es Muy mala o no es muy adecuada.
- El 6% que representa a 4 trabajadores opinaron que la iluminación en su espacio de trabajo es Mala o no es adecuada.
- El 21% que representa a 14 trabajadores opinaron que la iluminación en su espacio de trabajo es Regular o simplemente es suficiente.
- El 48% que representa a 32 trabajadores opinaron que la iluminación en su espacio de trabajo es buena o es aceptable.
- El 23% que representa a 15 trabajadores opinaron que la iluminación en su espacio de trabajo es Muy buena o muy aceptable.

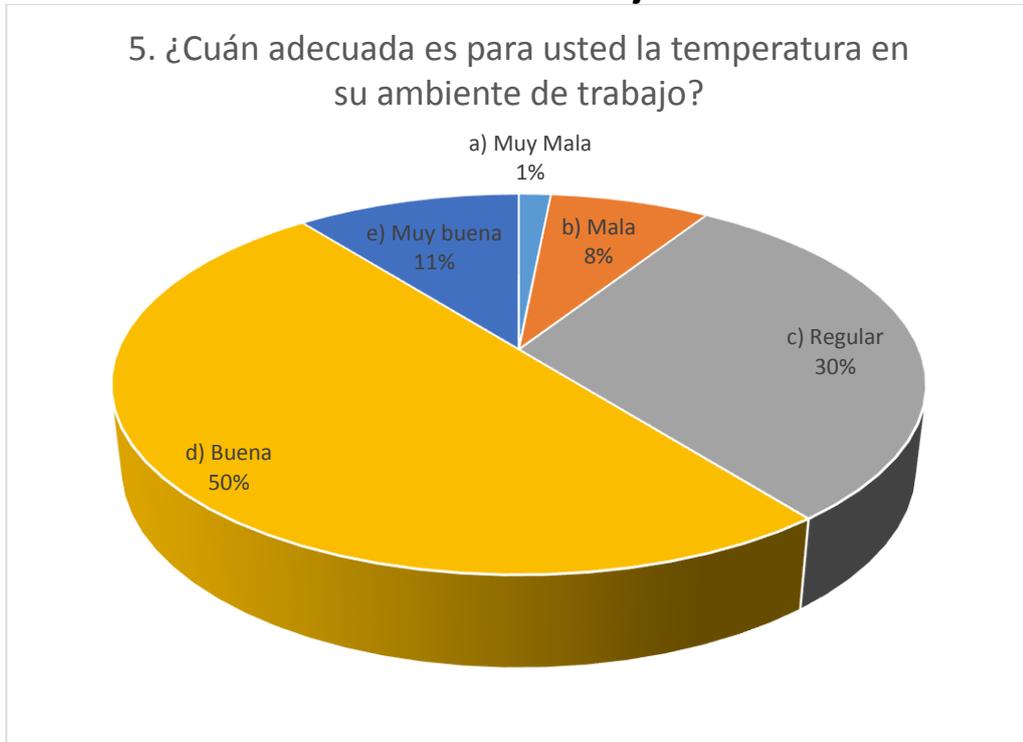
Pregunta N°05: ¿Cuán adecuada es para usted la temperatura en su ambiente de trabajo?

Cuadro N° 08: ¿Cuán adecuada es para usted la temperatura en su ambiente de trabajo?

5. ¿Cuán adecuada es para usted la temperatura en su ambiente de trabajo?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Mala	1	1.52
b) Mala	5	7.58
c) Regular	20	30.30
d) Buena	33	50.00
e) Muy buena	7	10.61
Sub Total	66	100.00
Total	66	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 05: ¿Cuán adecuada es para usted la temperatura en su ambiente de trabajo?



Interpretación:

- El 1% que representa a 1 trabajador opinó que la temperatura en su ambiente de trabajo es Muy mala o no es muy adecuada.
- El 8% que representa a 5 trabajadores opinaron que la temperatura en su ambiente de trabajo es Mala o no es adecuada.
- El 30% que representa a 20 trabajadores opinaron que la temperatura en su ambiente de trabajo es Regular o simplemente es suficiente.
- El 50% que representa a 33 trabajadores opinaron que la temperatura en su ambiente de trabajo es buena o es aceptable.
- El 11% que representa a 7 trabajadores opinaron que la temperatura en su ambiente de trabajo es Muy buena o muy aceptable.

Pregunta N°06: ¿Cuán seguro son las condiciones contra el fuego, sismo u otros accidentes en la empresa?

Cuadro N° 09: ¿Cuán seguro son las condiciones contra el fuego, sismo u otros accidentes en la empresa?

6. ¿Cuán seguro son las condiciones contra el fuego, sismo u otros accidentes en la empresa?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Mala	1	1.52
b) Mala	3	4.55
c) Regular	21	31.82
d) Buena	30	45.45
e) Muy buena	11	16.67
Sub Total	66	100.00
Total	66	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 06: ¿Cuán seguro son las condiciones contra el fuego, sismo u otros accidentes en la empresa?



Interpretación:

- El 1% que representa a 1 trabajador opinó que las condiciones contra fuego, sismo u otros accidentes en la empresa es Muy mala o no es muy adecuada.
- El 5% que representa a 3 trabajadores opinaron que las condiciones contra fuego, sismo u otros accidentes en la empresa es Mala o no es adecuada.
- El 32% que representa a 21 trabajadores opinaron que las condiciones contra fuego, sismo u otros accidentes en la empresa es Regular o simplemente es suficiente.
- El 45% que representa a 11 trabajadores opinaron que las condiciones contra fuego, sismo u otros accidentes en la empresa es buena o es aceptable.
- El 17% que representa a 7 trabajadores opinaron que las condiciones contra fuego, sismo u otros accidentes en la empresa es Muy buena o muy aceptable.

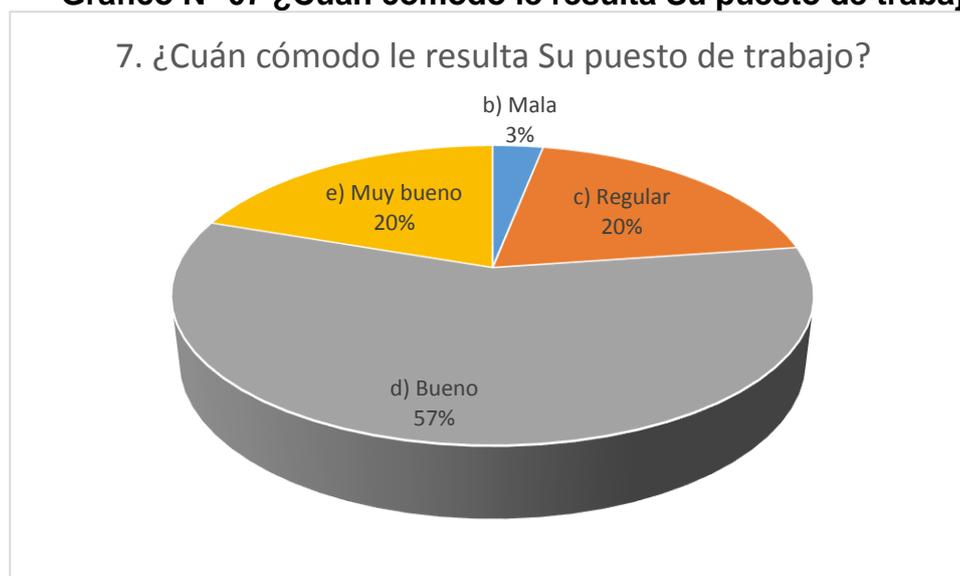
Pregunta N°07: ¿Cuán cómodo le resulta Su puesto de trabajo?

Cuadro N° 10: ¿Cuán cómodo le resulta Su puesto de trabajo?

7. ¿Cuán cómodo le resulta Su puesto de trabajo?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Malo	0	0.00
b) Mala	2	3.03
c) Regular	13	19.70
d) Bueno	38	57.58
e) Muy bueno	13	19.70
Sub Total	66	100.00
Total	66	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 07 ¿Cuán cómodo le resulta Su puesto de trabajo?



Interpretación:

- El 4% que representa a 2 trabajadores opinaron que su puesto o lugar de trabajo les resulta Malo o incómodo.
- El 20% que representa a 13 trabajadores opinaron que su puesto o lugar de trabajo les resulta regular o aceptable.

- El 57% que representa a 38 trabajadores opinaron que su puesto o lugar de trabajo les resulta bueno o cómodo.
- El 20% que representa a 13 trabajadores opinaron que su puesto o lugar de trabajo les resulta Muy bueno o Muy cómodo.

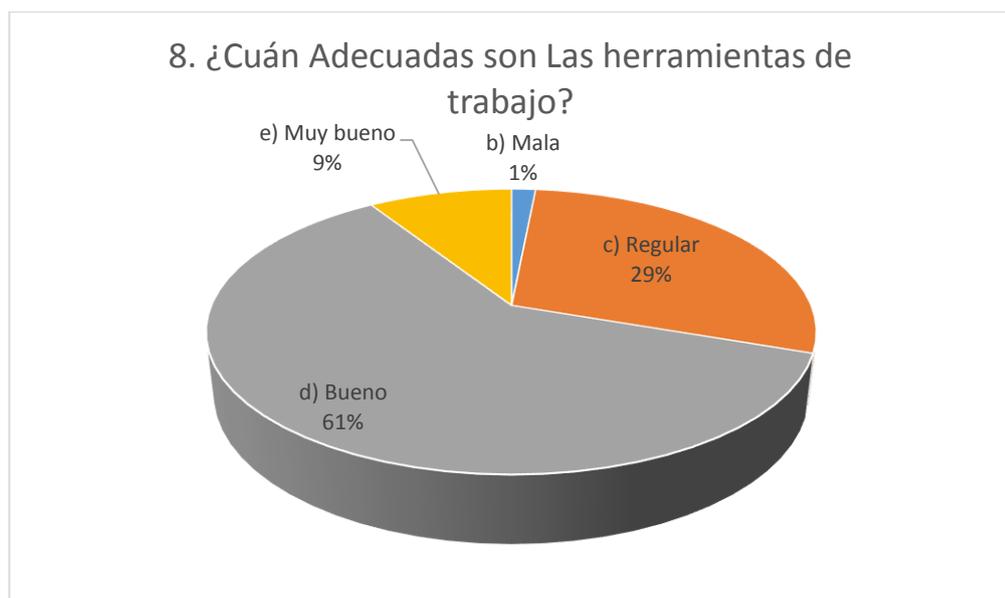
Pregunta N°08: ¿Cuán Adecuadas son Las herramientas de trabajo?

Cuadro N° 11: ¿Cuán Adecuadas son Las herramientas de trabajo?

8. ¿Cuán Adecuadas son Las herramientas de trabajo?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Malo	0	0.00
b) Mala	1	1.52
c) Regular	19	28.79
d) Bueno	40	60.61
e) Muy bueno	6	9.09
Sub Total	66	100.00
Total	66	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 08: ¿Cuán Adecuadas son Las herramientas de trabajo?



Interpretación:

- El 1% que representa a 1 trabajador opinó que sus herramientas de trabajo son Malos o inadecuados.
- El 29% que representa a 19 trabajadores opinaron que opinó que sus herramientas de trabajo son de tal forma regular, suficientes o aceptables.
- El 61% que representa a 40 trabajadores opinaron que sus herramientas de trabajo son buenos o adecuados.
- El 9% que representa a 6 trabajadores opinaron que sus herramientas de trabajo son muy buenos o muy adecuados.

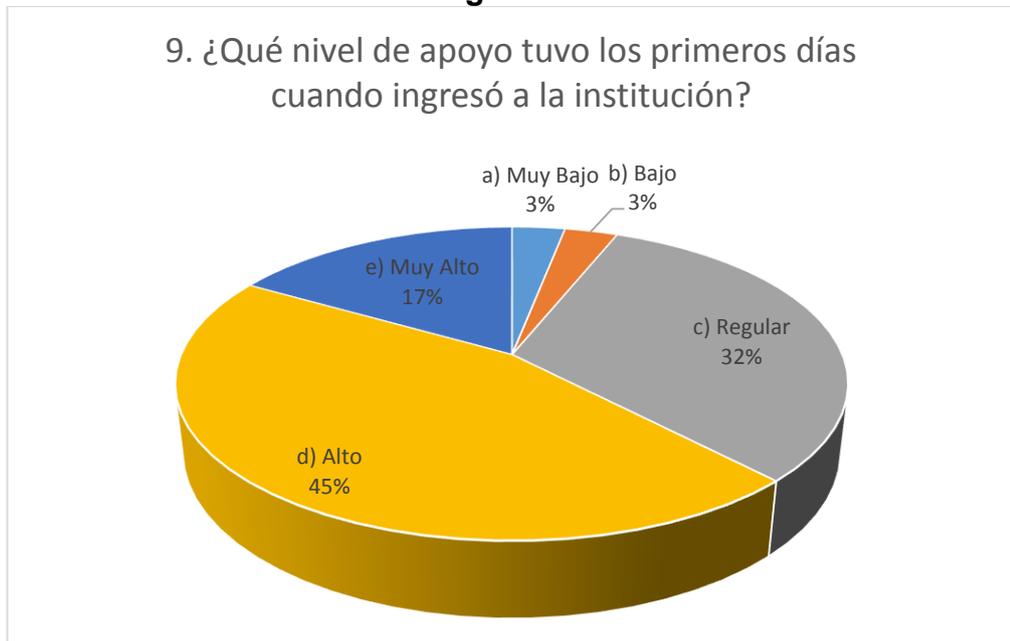
Pregunta N°09: ¿Qué nivel de apoyo tuvo los primeros días cuando ingresó a la institución?

Cuadro N° 12: ¿Qué nivel de apoyo tuvo los primeros días cuando ingresó a la institución?

9. ¿Qué nivel de apoyo tuvo los primeros días cuando ingresó a la institución?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Bajo	2	3.03
b) Bajo	2	3.03
c) Regular	21	31.82
d) Alto	30	45.45
e) Muy Alto	11	16.67
Sub Total	66	100.00
Total	66	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 09: ¿Qué nivel de apoyo tuvo los primeros días cuando ingresó a la institución?



Interpretación:

- El 3% que representa a 2 trabajadores opinaron que el apoyo que recibieron los primeros días cuando ingresaron a la institución fue Muy Bajo o Tuvieron poco o nada de apoyo.
- El 3% que representa a 2 trabajadores opinaron que el apoyo que recibieron los primeros días cuando ingresaron a la institución fue Bajo o Tuvieron poco apoyo.
- El 32% que representa a 21 trabajadores opinaron que opinó que el apoyo que recibieron los primeros días cuando ingresaron a la institución fue regular, suficientes o aceptables.

- El 45% que representa a 30 trabajadores opinaron que el apoyo que recibieron los primeros días cuando ingresaron a la institución fue Alta o tuvieron apoyo.
- El 17% que representa a 11 trabajadores opinaron que el apoyo que recibieron los primeros días cuando ingresaron a la institución fue muy alta o sintieron que tuvieron mucho apoyo.

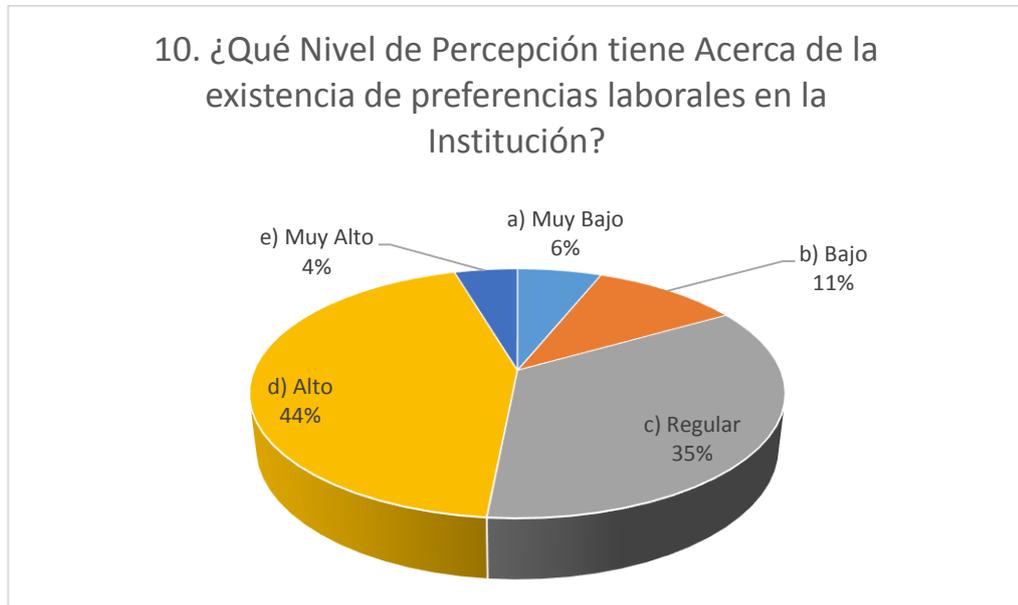
Pregunta N°10: ¿Qué Nivel de Percepción tiene Acerca de la existencia de preferencias laborales en la Institución?

Cuadro N° 13: ¿Qué Nivel de Percepción tiene Acerca de la existencia de preferencias laborales en la Institución?

10. ¿Qué Nivel de Percepción tiene Acerca de la existencia de preferencias laborales en la Institución?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Bajo	4	6.06
b) Bajo	7	10.61
c) Regular	23	34.85
d) Alto	29	43.94
e) Muy Alto	3	4.55
Sub Total	66	100.00
Total	66	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 10: ¿Qué Nivel de Percepción tiene Acerca de la existencia de preferencias laborales en la Institución?



Interpretación:

- El 6% que representa a 4 trabajadores opinaron que sienten que las preferencias laborales son muy bajas en la institución es decir que casi no existen.
- El 11% que representa a 7 trabajadores opinaron que sienten que las preferencias laborales son bajas en la institución es decir que existen.
- El 35% que representa a 23 trabajadores opinaron que sienten que las preferencias laborales se da de forma regular en la institución es decir que existe pero que no es ni mucho, ni poco.
- El 44% que representa a 29 trabajadores opinaron que sienten que las preferencias laborales se da de forma Alta en la institución es decir que existe con una percepción alta.

- El 4% que representa a 3 trabajadores opinaron que sienten que las preferencias laborales se da de tal forma que es muy alta en la institución es decir que existe con una percepción muy alta.

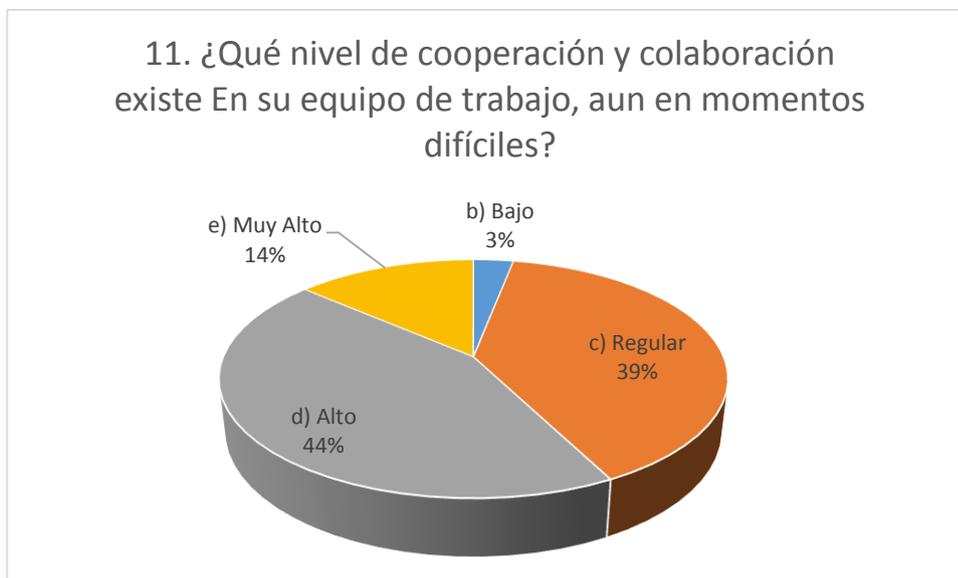
Pregunta N°11: ¿Qué nivel de cooperación y colaboración existe En su equipo de trabajo, aun en momentos difíciles?

Cuadro N° 14: ¿Qué nivel de cooperación y colaboración existe En su equipo de trabajo, aun en momentos difíciles?

11. ¿Qué nivel de cooperación y colaboración existe En su equipo de trabajo, aun en momentos difíciles?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Bajo	0	0.00
b) Bajo	2	3.03
c) Regular	26	39.39
d) Alto	29	43.94
e) Muy Alto	9	13.64
Sub Total	66	100.00
Total	66	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 11: ¿Qué nivel de cooperación y colaboración existe En su equipo de trabajo, aun en momentos difíciles?



Interpretación:

- El 3% que representa a 2 trabajadores opinaron que en momentos difíciles la cooperación y colaboración se da de forma baja, es decir no colaboran.
- El 39% que representa a 26 trabajadores opinaron que en momentos difíciles la cooperación y colaboración se da de forma regular, es decir algunos colaboran o es aceptable.
- El 44% que representa a 29 trabajadores opinaron que en momentos difíciles la cooperación y colaboración se da de forma Alta, es decir si colaboran.
- El 14% que representa a 9 trabajadores opinaron que en momentos difíciles la cooperación y colaboración se da de forma Muy Alta, es decir muchos colaboran.

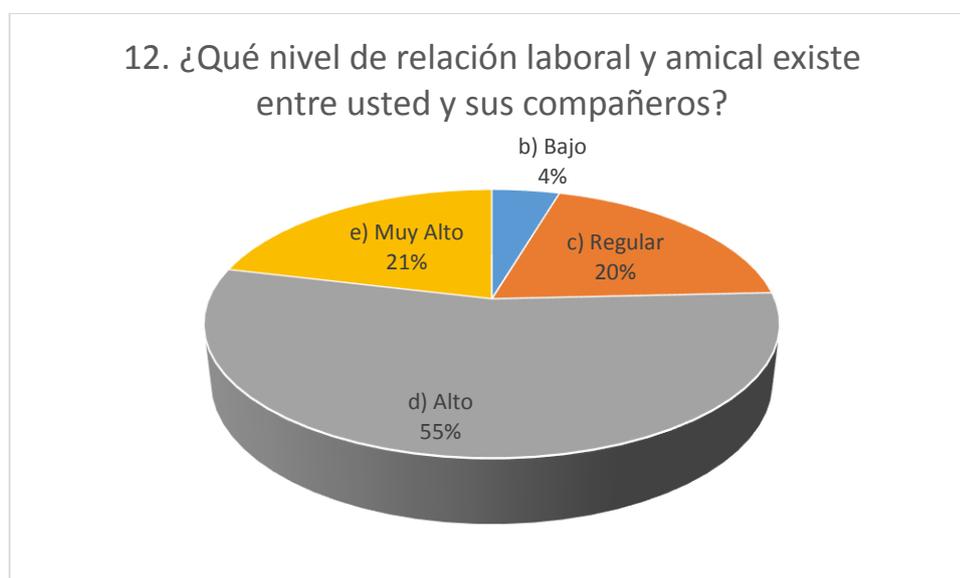
Pregunta N°12: ¿Qué nivel de relación laboral y amical existe entre usted y sus compañeros?

Cuadro N° 15: ¿Qué nivel de relación laboral y amical existe entre usted y sus compañeros?

12. ¿Qué nivel de relación laboral y amical existe entre usted y sus compañeros?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Bajo	0	0.00
b) Bajo	3	4.55
c) Regular	13	19.70
d) Alto	36	54.55
e) Muy Alto	14	21.21
Sub Total	66	100.00
Total	66	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 12: ¿Qué nivel de relación laboral y amical existe entre usted y sus compañeros?



Interpretación:

- El 4% que representa a 3 trabajadores opinaron que el nivel de relación laboral y amical entre ellos y sus compañeros es baja.

- El 20% que representa a 13 trabajadores opinaron que el nivel de relación laboral y amical entre ellos y sus compañeros es regular.
- El 55% que representa a 36 trabajadores opinaron que el nivel de relación laboral y amical entre ellos y sus compañeros es alta.
- El 21% que representa a 14 trabajadores opinaron que el nivel de relación laboral y amical entre ellos y sus compañeros es muy alta.

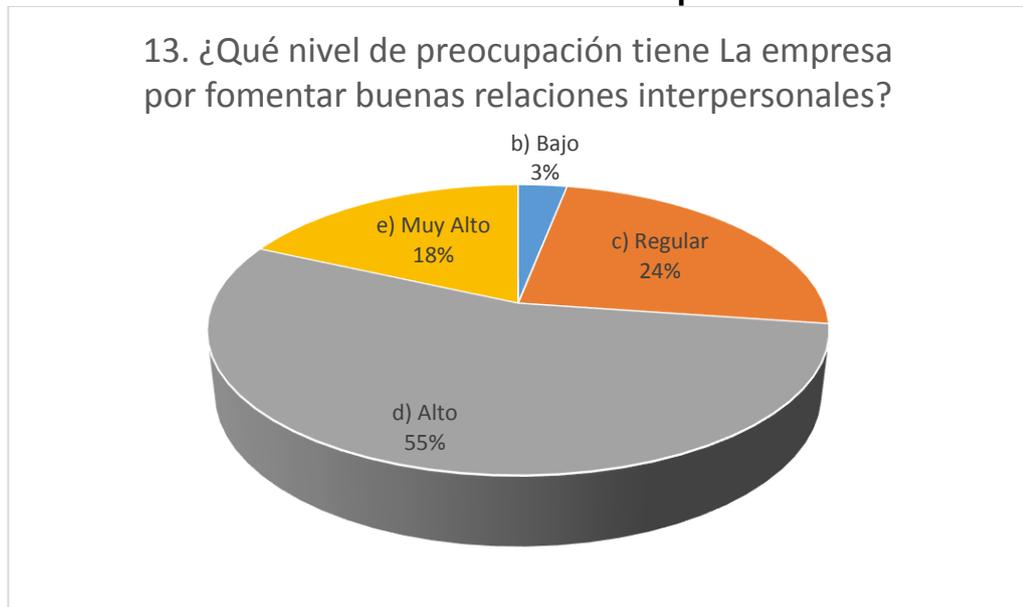
Pregunta N°13: ¿Qué nivel de preocupación tiene La empresa por fomentar buenas relaciones interpersonales?

Cuadro N° 16: ¿Qué nivel de preocupación tiene La empresa por fomentar buenas relaciones interpersonales?

13. ¿Qué nivel de preocupación tiene La empresa por fomentar buenas relaciones interpersonales?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Bajo	0	0.00
b) Bajo	2	3.03
c) Regular	16	24.24
d) Alto	36	54.55
e) Muy Alto	12	18.18
Sub Total	66	100.00
Total	66	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 13: ¿Qué nivel de preocupación tiene La empresa por fomentar buenas relaciones interpersonales?



Interpretación:

- El 3% que representa a 2 trabajadores opinaron que el nivel de preocupación que tiene la empresa por fomentar buenas relaciones interpersonales es baja.
- El 24% que representa a 16 trabajadores opinaron que el nivel de preocupación que tiene la empresa por fomentar buenas relaciones interpersonales es regular.
- El 55% que representa a 36 trabajadores opinaron que el nivel de preocupación que tiene la empresa por fomentar buenas relaciones interpersonales es alta.

- El 18% que representa a 12 trabajadores opinaron que el nivel de preocupación que tiene la empresa por fomentar buenas relaciones interpersonales es muy alta.

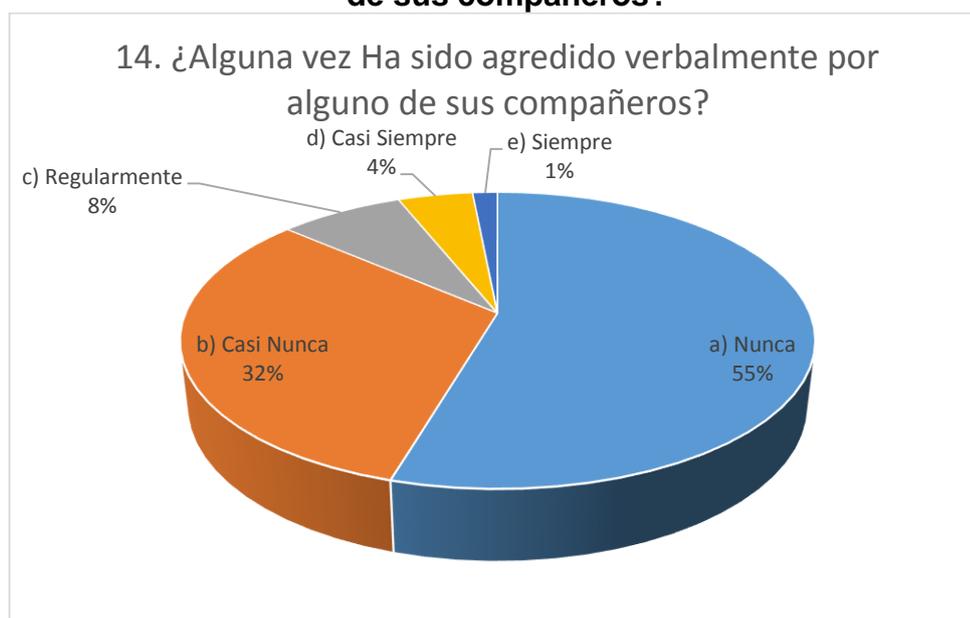
Pregunta N°14: ¿Alguna vez Ha sido agredido verbalmente por alguno de sus compañeros?

Cuadro N° 17: ¿Alguna vez Ha sido agredido verbalmente por alguno de sus compañeros?

14. ¿Alguna vez Ha sido agredido verbalmente por alguno de sus compañeros?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Nunca	36	54.55
b) Casi Nunca	21	31.82
c) Regularmente	5	7.58
d) Casi Siempre	3	4.55
e) Siempre	1	1.52
Sub Total	66	100.00
Total	66	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 14: ¿Alguna vez Ha sido agredido verbalmente por alguno de sus compañeros?



Interpretación:

- El 55% que representa a 36 trabajadores opinaron que nunca han sido agredidos verbalmente por alguno de sus compañeros.
- El 32% que representa a 21 trabajadores opinaron que casi nunca son agredidos verbalmente por alguno de sus compañeros, es decir que en algunas ocasiones se da la agresión verbal.
- El 8% que representa a 5 trabajadores opinaron que regularmente son agredidos verbalmente por alguno de sus compañeros.
- El 4% que representa a 3 trabajadores opinaron que casi siempre son agredidos verbalmente por alguno de sus compañeros.
- El 1% que representa a 1 trabajador opinó siempre es agredido verbalmente por alguno de sus compañeros.

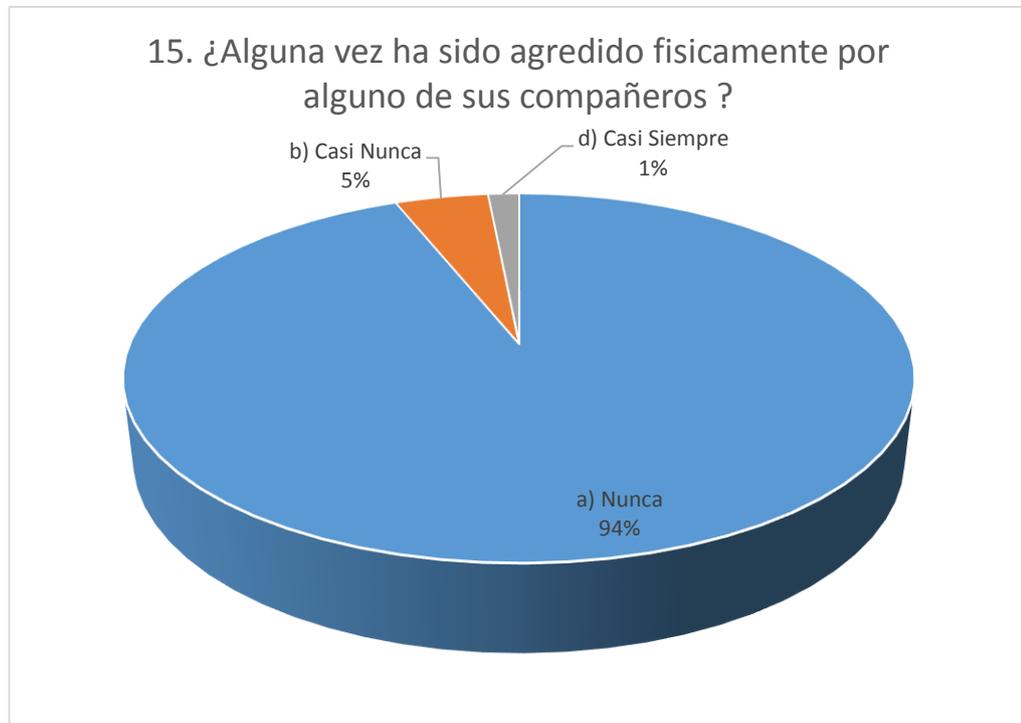
Pregunta N°15: ¿Alguna vez ha sido agredido físicamente por alguno de sus compañeros?

Cuadro N° 18: ¿Alguna vez ha sido agredido físicamente por alguno de sus compañeros?

15. ¿Alguna vez ha sido agredido físicamente por alguno de sus compañeros?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Nunca	62	93.94
b) Casi Nunca	3	4.55
c) Regularmente	0	0.00
d) Casi Siempre	1	1.52
e) Siempre	0	0.00
Sub Total	66	100.00
Total	66	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 15: ¿Alguna vez ha sido agredido físicamente por alguno de sus compañeros?



Interpretación:

- El 94% que representa a 62 trabajadores opinaron que nunca han sido agredidos físicamente por alguno de sus compañeros.
- El 5% que representa a 3 trabajadores opinaron que casi nunca son agredidos físicamente por alguno de sus compañeros, es decir que en algunas ocasiones se da la agresión física.
- El 1% que representa a 1 trabajador opinó que casi siempre es agredido físicamente por alguno de sus compañeros.

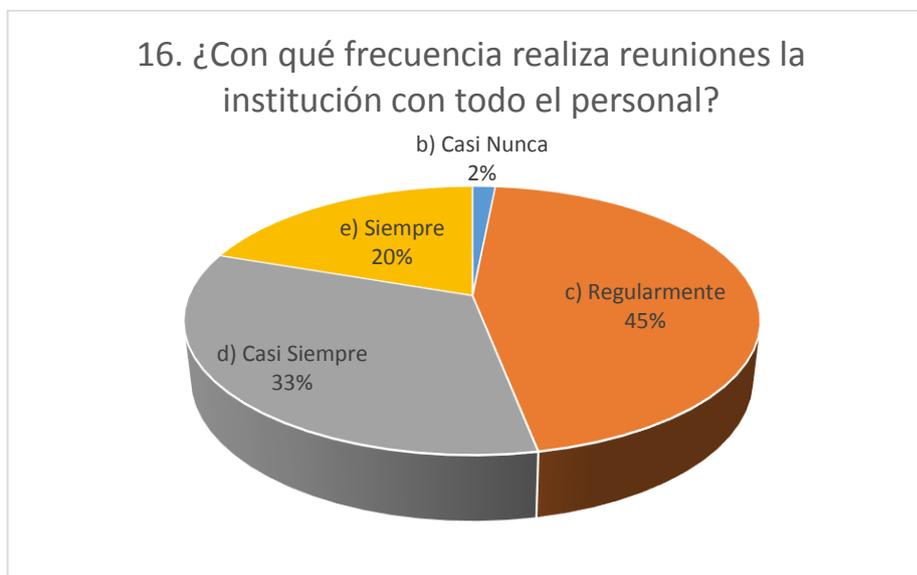
Pregunta N°16: ¿Con qué frecuencia realiza reuniones la institución con todo el personal?

Cuadro N° 19: ¿Con qué frecuencia realiza reuniones la institución con todo el personal?

16. ¿Con qué frecuencia realiza reuniones la institución con todo el personal?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Nunca	0	0.00
b) Casi Nunca	1	1.52
c) Regularmente	30	45.45
d) Casi Siempre	22	33.33
e) Siempre	13	19.70
Sub Total	66	100.00
Total	66	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 16: ¿Con qué frecuencia realiza reuniones la institución con todo el personal?



Interpretación:

- El 2% que representa a 1 trabajador opinó que casi nunca realiza reuniones la institución con todo el personal.
- El 45% que representa a 30 trabajadores opinaron que la institución regularmente realiza reuniones con todo el personal.
- El 33% que representa a 22 trabajadores opinaron que la institución casi siempre realiza reuniones con todo el personal.
- El 20% que representa a 13 trabajadores opinaron que la institución siempre realiza reuniones con todo el personal.

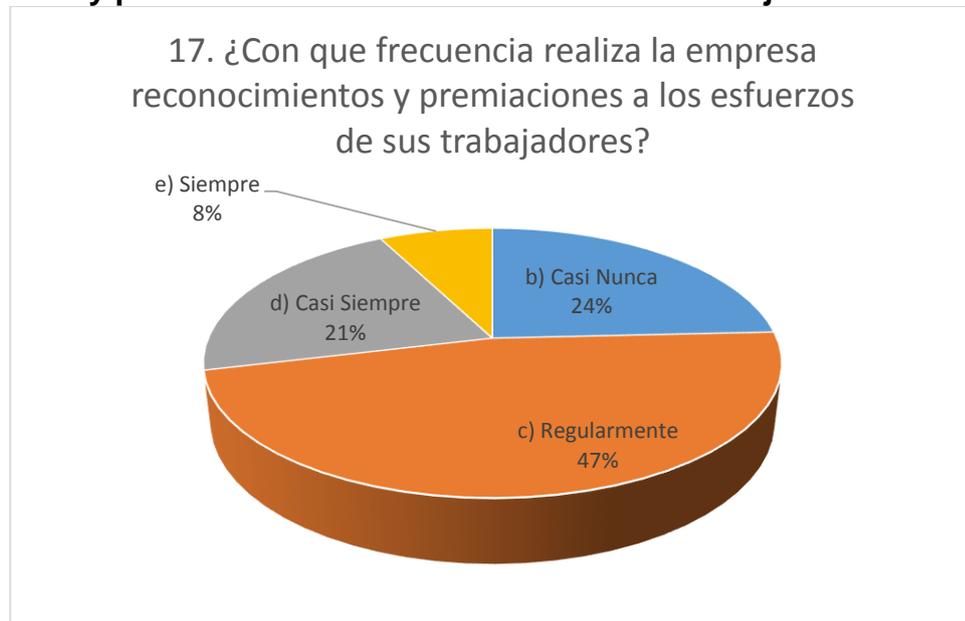
Pregunta N°17: ¿Con que frecuencia realiza la empresa reconocimientos y premiaciones a los esfuerzos de sus trabajadores?

Cuadro N° 20: ¿Con que frecuencia realiza la empresa reconocimientos y premiaciones a los esfuerzos de sus trabajadores?

17. ¿Con que frecuencia realiza la empresa reconocimientos y premiaciones a los esfuerzos de sus trabajadores?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Nunca	0	0.00
b) Casi Nunca	16	24.24
c) Regularmente	31	46.97
d) Casi Siempre	14	21.21
e) Siempre	5	7.58
Sub Total	66	100.00
Total	66	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 17: ¿Con que frecuencia realiza la empresa reconocimientos y premiaciones a los esfuerzos de sus trabajadores?



Interpretación:

- El 24% que representa a 16 trabajadores opinaron que la empresa casi nunca realiza reconocimientos y premiaciones a los esfuerzos de sus trabajadores.
- El 47% que representa a 31 trabajadores opinaron que la empresa regularmente realiza reconocimientos y premiaciones a los esfuerzos de sus trabajadores.
- El 21% que representa a 14 trabajadores opinaron que la empresa casi siempre realiza reconocimientos y premiaciones a los esfuerzos de sus trabajadores.
- El 8% que representa a 5 trabajadores opinaron que la empresa siempre realiza reconocimientos y premiaciones a los esfuerzos de sus trabajadores.

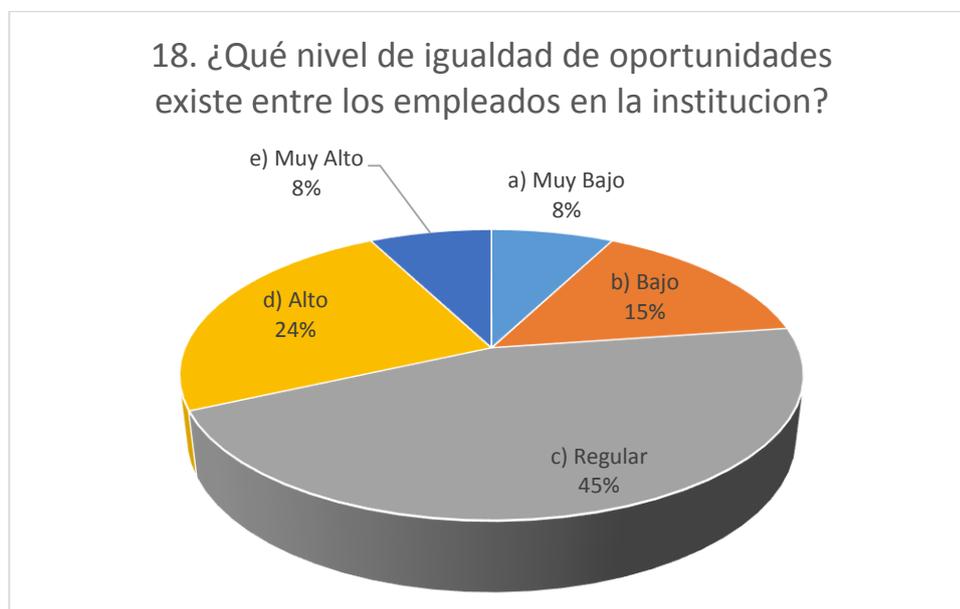
Pregunta N°18: ¿Qué nivel de igualdad de oportunidades existe entre los empleados en la institución?

Cuadro N° 21: ¿Qué nivel de igualdad de oportunidades existe entre los empleados en la institución?

18. ¿Qué nivel de igualdad de oportunidades existe entre los empleados en la institución?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Bajo	5	7.58
b) Bajo	10	15.15
c) Regular	30	45.45
d) Alto	16	24.24
e) Muy Alto	5	7.58
Sub Total	66	100.00
Total	66	100.00

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 18: ¿Qué nivel de igualdad de oportunidades existe entre los empleados en la institución?



Interpretación:

- El 8% que representa a 5 trabajadores opinaron que el nivel de igualdad que existe entre los empleados es muy bajo, es decir no existe igualdad en las oportunidades laborales.
- El 15% que representa a 10 trabajadores opinaron que el nivel de igualdad que existe entre los empleados es bajo, es decir existe poca igualdad en las oportunidades laborales.
- El 45% que representa a 30 trabajadores opinaron que el nivel de igualdad que existe entre los empleados es regular, es decir existe pero es limitado.
- El 24% que representa a 16 trabajadores opinaron que el nivel de igualdad que existe entre los empleados es Alto, es decir existe igualdad en las oportunidades laborales.
- El 8% que representa a 5 trabajadores opinaron que el nivel de igualdad que existe entre los empleados es muy Alto, es decir existe mucha igualdad en las oportunidades laborales.

Pregunta N°19: ¿Qué nivel de su remuneración y Beneficios recibe acorde al trabajo que realiza?

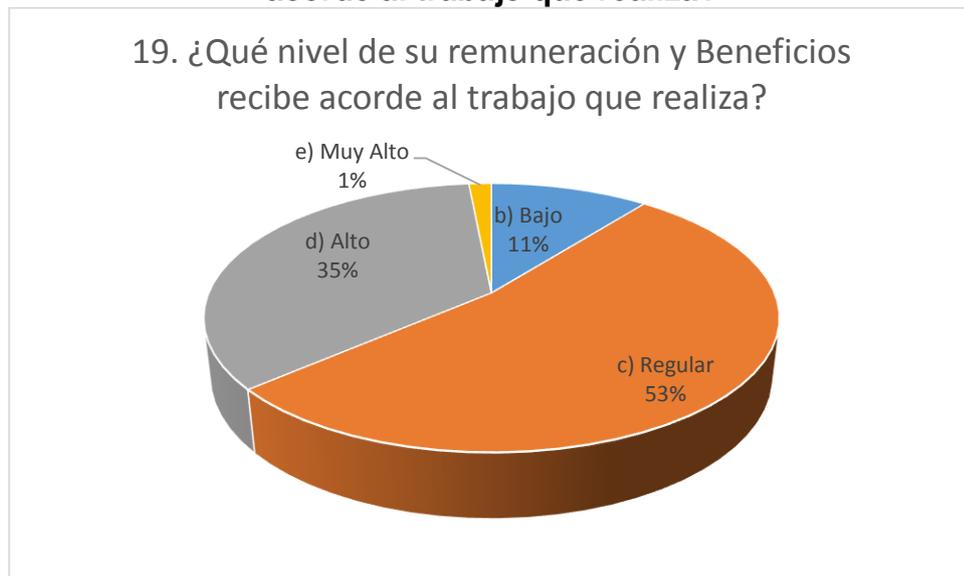
Cuadro N° 22: ¿Qué nivel de su remuneración y Beneficios recibe acorde al trabajo que realiza?

19. ¿Qué nivel de su remuneración y Beneficios recibe acorde al trabajo que realiza?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Bajo	0	0.00
b) Bajo	7	10.61

c) Regular	35	53.03
d) Alto	23	34.85
e) Muy Alto	1	1.52
Sub Total	66	100.00
Total	66	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 19: ¿Qué nivel de su remuneración y Beneficios recibe acorde al trabajo que realiza?



Interpretación:

- El 11% que representa a 7 trabajadores opinaron que el nivel de su remuneración y beneficios que reciben acorde al trabajo que realizan es Bajo.
- El 53% que representa a 35 trabajadores opinaron que el nivel de su remuneración y beneficios que reciben acorde al trabajo que realizan es Regular.

- El 35% que representa a 23 trabajadores opinaron que el nivel de su remuneración y beneficios que reciben acorde al trabajo que realizan es Alto.
- El 1% que representa a 1 trabajador opinó que el nivel de su remuneración y beneficios que reciben acorde al trabajo que realiza es Muy Alto.

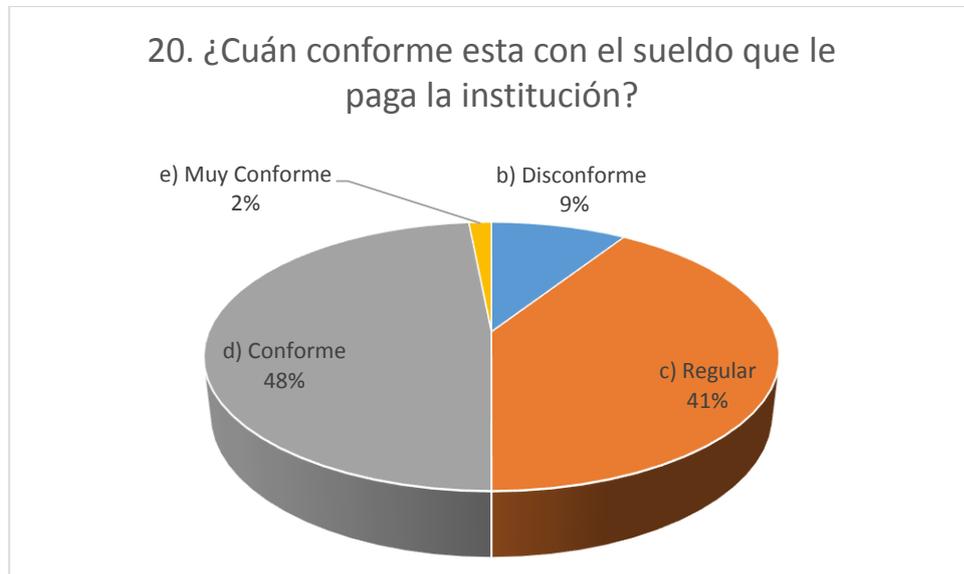
Pregunta N°20: ¿Cuán conforme esta con el sueldo que le paga la institución?

Cuadro N° 23: ¿Cuán conforme esta con el sueldo que le paga la institución?

20. ¿Cuán conforme esta con el sueldo que le paga la institución?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Disconforme	0	0.00
b) Disconforme	6	9.09
c) Regular	27	40.91
d) Conforme	32	48.48
e) Muy Conforme	1	1.52
Sub Total	66	100.00
Total	66	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 20: ¿Cuán conforme esta con el sueldo que le paga la institución?



Interpretación:

- El 9% que representa a 6 trabajadores opinaron que se encuentran disconformes con el sueldo que le paga la institución.
- El 41% que representa a 27 trabajadores opinaron que se encuentran Regular o traducido como indiferentes con el sueldo que le paga la institución.
- El 48% que representa a 32 trabajadores opinaron que se encuentran conformes con el sueldo que le paga la institución.
- El 2% que representa a 1 trabajador opinó que se encuentra muy conforme con el sueldo que le paga la institución.

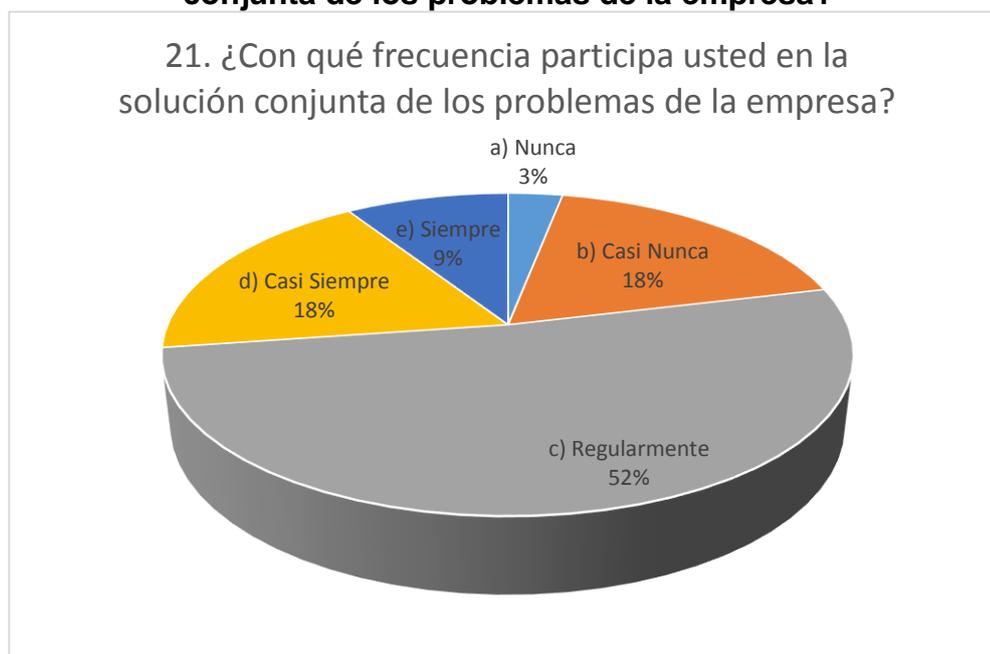
Pregunta N°21: ¿Con qué frecuencia participa usted en la solución conjunta de los problemas de la empresa?

Cuadro N° 24: ¿Con qué frecuencia participa usted en la solución conjunta de los problemas de la empresa?

21. ¿Con qué frecuencia participa usted en la solución conjunta de los problemas de la empresa?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Nunca	2	3.03
b) Casi Nunca	12	18.18
c) Regularmente	34	51.52
d) Casi Siempre	12	18.18
e) Siempre	6	9.09
Sub Total	66	100.00
Total	66	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 21: ¿Con qué frecuencia participa usted en la solución conjunta de los problemas de la empresa?



Interpretación:

- El 3% que representa a 2 trabajadores opinaron que nunca participan en la solución conjunta de los problemas que tenga la empresa.
- El 18% que representa a 21 trabajadores opinaron que casi nunca participan en la solución conjunta de los problemas que tenga la empresa.
- El 52% que representa a 34 trabajadores opinaron que regularmente participan en la solución conjunta de los problemas que tenga la empresa.
- El 18% que representa a 12 trabajadores opinaron que casi siempre participan en la solución conjunta de los problemas que tenga la empresa.
- El 9% que representa a 6 trabajadores opinaron que siempre participan en la solución conjunta de los problemas que tenga la empresa.

Pregunta N°22: ¿Qué nivel de comunicación considera usted que existe entre los jefes y empleados de la empresa?

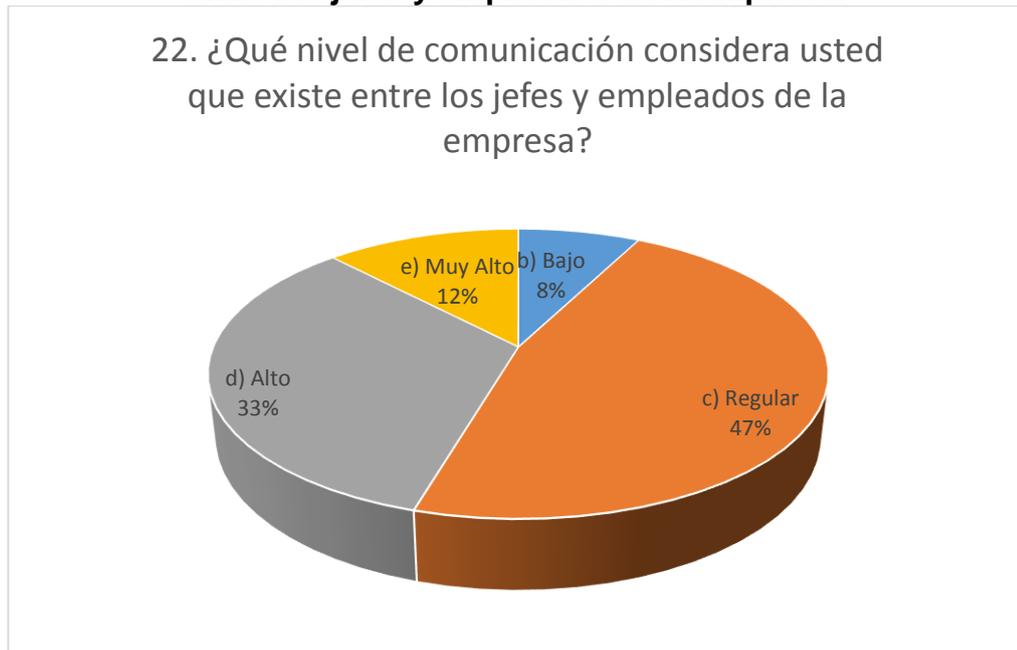
Cuadro N° 25: ¿Qué nivel de comunicación considera usted que existe entre los jefes y empleados de la empresa?

22. ¿Qué nivel de comunicación considera usted que existe entre los jefes y empleados de la empresa?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Bajo	0	0.00
b) Bajo	5	7.58
c) Regular	31	46.97
d) Alto	22	33.33

e) Muy Alto	8	12.12
Sub Total	66	100.00
Total	66	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 22: ¿Qué nivel de comunicación considera usted que existe entre los jefes y empleados de la empresa?



Interpretación:

- El 8% que representa a 5 trabajadores opinaron que la comunicación entre jefes y empleados en la empresa es Bajo.
- El 47% que representa a 31 trabajadores opinaron que la comunicación entre jefes y empleados en la empresa es Regular.
- El 33% que representa a 22 trabajadores opinaron que la comunicación entre jefes y empleados en la empresa es Alto.
- El 12% que representa a 8 trabajadores opinaron que la comunicación entre jefes y empleados en la empresa es Muy alto.

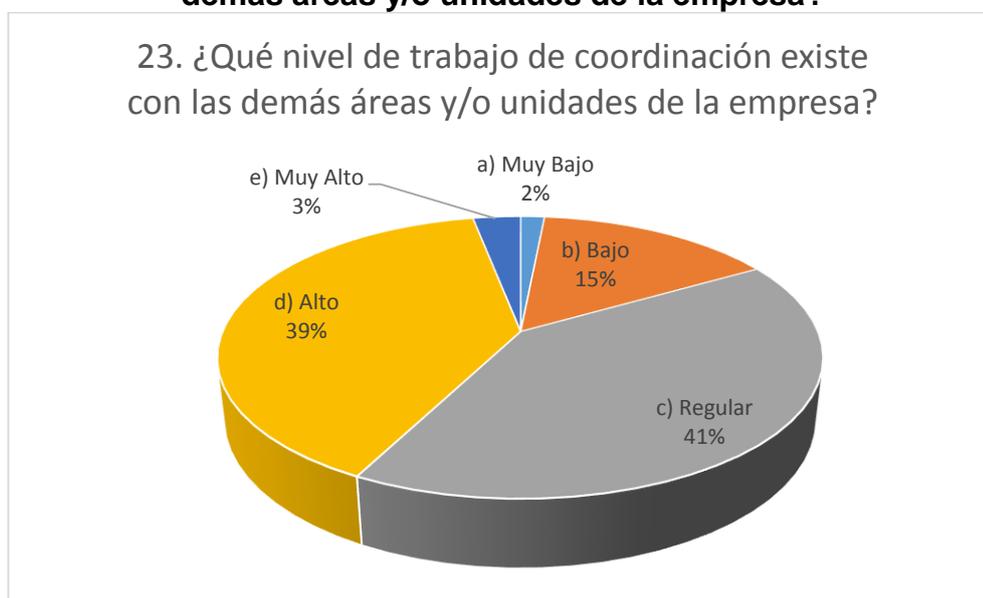
Pregunta N°23: ¿Qué nivel de trabajo de coordinación existe con las demás áreas y/o unidades de la empresa?

Cuadro N° 26: ¿Qué nivel de trabajo de coordinación existe con las demás áreas y/o unidades de la empresa?

23. ¿Qué nivel de trabajo de coordinación existe con las demás áreas y/o unidades de la empresa?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Bajo	1	1.52
b) Bajo	10	15.15
c) Regular	27	40.91
d) Alto	26	39.39
e) Muy Alto	2	3.03
Sub Total	66	100.00
Total	66	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 23: ¿Qué nivel de trabajo de coordinación existe con las demás áreas y/o unidades de la empresa?



Interpretación:

- El 2% que representa a 1 trabajador opinó que el nivel de coordinación entre las demás áreas o unidades de la empresa es Muy bajo.

- El 15% que representa a 10 trabajadores opinaron que el nivel de coordinación entre las demás áreas o unidades de la empresa es bajo.
- El 41% que representa a 27 trabajadores opinaron que el nivel de coordinación entre las demás áreas o unidades de la empresa es Regular.
- El 39% que representa a 26 trabajadores opinaron que el nivel de coordinación entre las demás áreas o unidades de la empresa es alto.
- El 3% que representa a 2 trabajadores opinaron que el nivel de coordinación entre las demás áreas o unidades de la empresa es Muy alto.

Pregunta N°24: ¿Qué nivel de gusto siente usted con el trabajo que le corresponde hacer?

Cuadro N° 27: ¿Qué nivel de gusto siente usted con el trabajo que le corresponde hacer?

24. ¿Qué nivel de gusto siente usted con el trabajo que le corresponde hacer?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Bajo	0	0.00
b) Bajo	3	4.55
c) Regular	12	18.18
d) Alto	36	54.55
e) Muy Alto	15	22.73
Sub Total	66	100.00
Total	66	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 24: ¿Qué nivel de gusto siente usted con el trabajo que le corresponde hacer?



Interpretación:

- El 4% que representa a 3 trabajadores opinaron que el nivel de gusto con respecto al trabajo que les corresponde hacer es Bajo.
- El 18% que representa a 12 trabajadores opinaron que el nivel de gusto con respecto al trabajo que les corresponde hacer es Regular.
- El 55% que representa a 36 trabajadores opinaron que el nivel de gusto con respecto al trabajo que les corresponde hacer es Alto.
- El 23% que representa a 15 trabajadores opinaron que el nivel de gusto con respecto al trabajo que les corresponde hacer es Muy Alto.

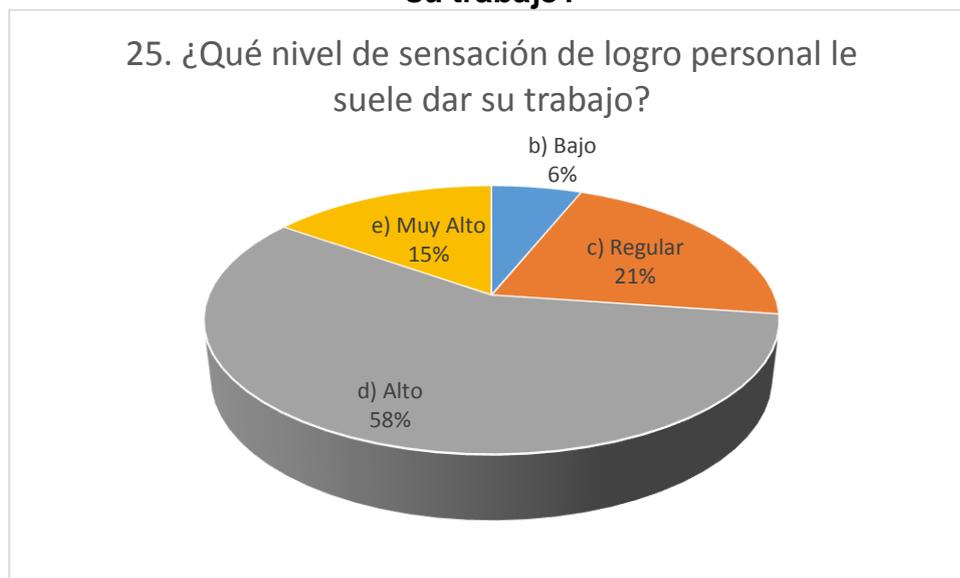
Pregunta N°25: ¿Qué nivel de sensación de logro personal le suele dar su trabajo?

Cuadro N° 28: ¿Qué nivel de sensación de logro personal le suele dar su trabajo?

25. ¿Qué nivel de sensación de logro personal le suele dar su trabajo?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Bajo	0	0.00
b) Bajo	4	6.06
c) Regular	14	21.21
d) Alto	38	57.58
e) Muy Alto	10	15.15
Sub Total	66	100.00
Total	66	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 25: ¿Qué nivel de sensación de logro personal le suele dar su trabajo?



Interpretación:

- El 6% que representa a 4 trabajadores opinaron que el nivel de sensación de logro personal que les da el trabajo que realizan es bajo.

- El 21% que representa a 14 trabajadores opinaron que el nivel de sensación de logro personal que les da el trabajo que realizan es Regular.
- El 58% que representa a 38 trabajadores opinaron que el nivel de sensación de logro personal que les da el trabajo que realizan es alto.
- El 15% que representa a 10 trabajadores opinaron que el nivel de sensación de logro personal que les da el trabajo que realizan es muy alto.

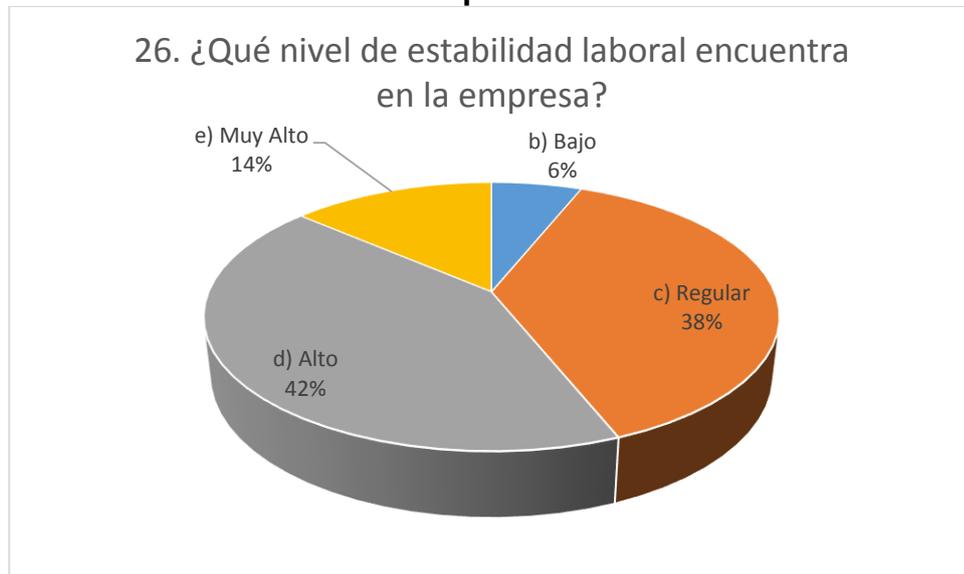
Pregunta N°26: ¿Qué nivel de estabilidad laboral encuentra en la empresa?

Cuadro N° 29: ¿Qué nivel de estabilidad laboral encuentra en la empresa?

26. ¿Qué nivel de estabilidad laboral encuentra en la empresa?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Bajo	0	0.00
b) Bajo	4	6.06
c) Regular	25	37.88
d) Alto	28	42.42
e) Muy Alto	9	13.64
Sub Total	66	100.00
Total	66	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 26: ¿Qué nivel de estabilidad laboral encuentra en la empresa?



Interpretación:

- El 6% que representa a 4 trabajadores opinaron que el nivel de estabilidad laboral en la empresa es bajo.
- El 38% que representa a 25 trabajadores opinaron que el nivel de estabilidad laboral en la empresa es Regular.
- El 42% que representa a 28 trabajadores opinaron que el nivel de estabilidad laboral en la empresa es alto.
- El 14% que representa a 9 trabajadores opinaron que el nivel de estabilidad laboral en la empresa es muy alto.

3.2.2. Resultados de la Variable Calidad de Atención.

Para obtener los siguientes resultados procedimos a aplicar el instrumento validado a 384 Socios basados en nuestro tamaño de muestra.

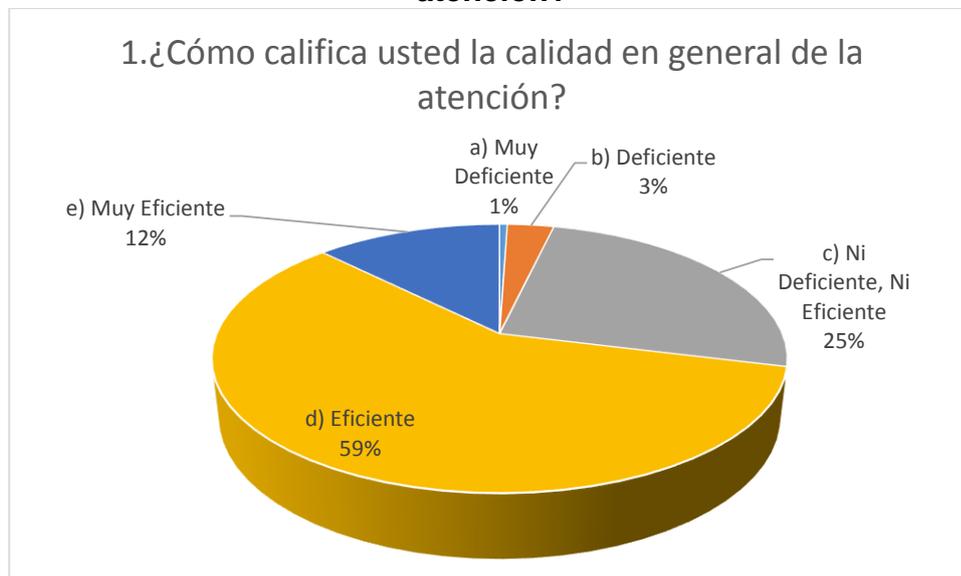
Pregunta N°01: ¿Cómo califica usted la calidad en general de la atención?

Cuadro N° 30: ¿Cómo califica usted la calidad en general de la atención?

1. ¿Cómo califica usted la calidad en general de la atención?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Deficiente	2	0.52
b) Deficiente	12	3.13
c) Ni Deficiente, Ni Eficiente	97	25.26
d) Eficiente	225	58.59
e) Muy Eficiente	48	12.50
Sub Total	384	100.00
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 27: ¿Cómo califica usted la calidad en general de la atención?



Interpretación:

- El 1% que representa a 2 Socios opinaron que la atención en general es muy deficiente.
- El 3% que representa a 12 Socios opinaron que la atención en general es Deficiente.
- El 25% que representa a 97 Socios opinaron que la atención en general es Regular, es decir Ni deficiente, ni eficiente.
- El 59% que representa a 225 Socios opinaron que la atención en general es Eficiente.
- El 12% que representa a 48 Socios opinaron que la atención en general es Muy Eficiente.

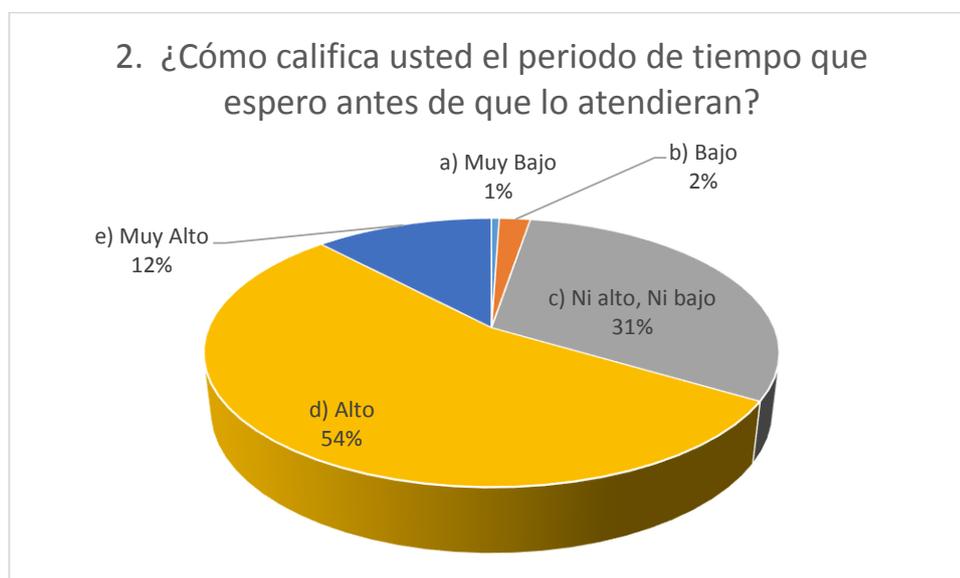
Pregunta N°02: ¿Cómo califica usted el periodo de tiempo que espero antes de que lo atendieran?

Cuadro N° 31: ¿Cómo califica usted el periodo de tiempo que espero antes de que lo atendieran?

2. ¿Cómo califica usted el periodo de tiempo que espero antes de que lo atendieran?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Bajo	2	0.52
b) Bajo	8	2.08
c) Ni alto, Ni bajo	119	30.99
d) Alto	209	54.43
e) Muy Alto	46	11.98
Sub Total	384	100.00
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 28: ¿Cómo califica usted el periodo de tiempo que espero antes de que lo atendieran?



Interpretación:

- El 1% que representa a 2 Socios opinaron que el tiempo de espera es muy bajo traducido como muy lento o muy malo.

- El 2% que representa a 8 Socios opinaron que el tiempo de espera es bajo traducido como lento o malo
- El 31% que representa a 119 Socios opinaron que el tiempo de espera es Regular es decir ni tan rápido, ni tan lento.
- El 54% que representa a 209 Socios opinaron que el tiempo de espera es Alto traducido como rápido o bueno.
- El 12% que representa a 46 Socios opinaron que el tiempo de espera es Muy Alto traducido como muy rápido o muy bueno.

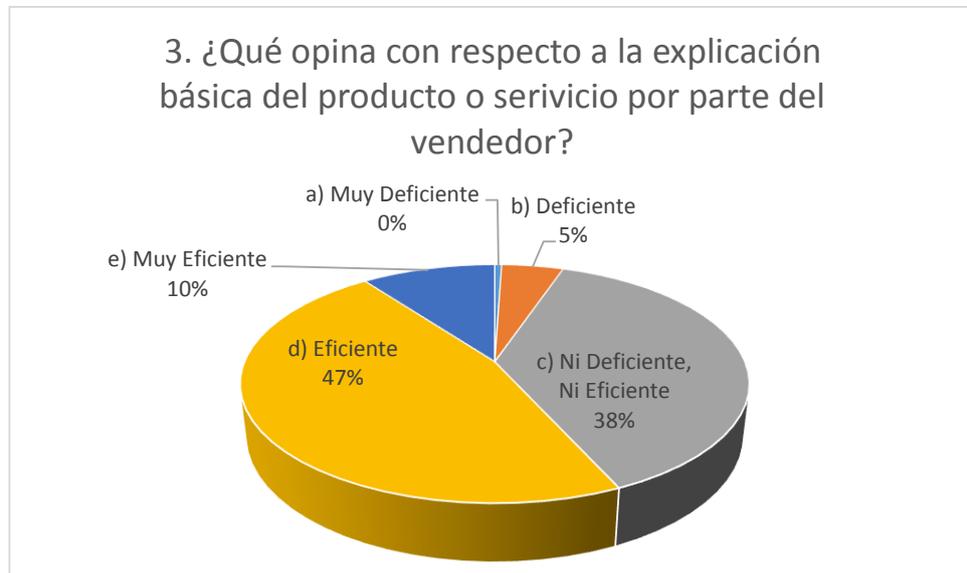
Pregunta N°03: ¿Qué opina con respecto a la explicación básica del producto o servicio por parte del vendedor?

Cuadro N° 32: ¿Qué opina con respecto a la explicación básica del producto o servicio por parte del vendedor?

3. ¿Qué opina con respecto a la explicación básica del producto o servicio por parte del vendedor?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Deficiente	2	0.52
b) Deficiente	18	4.69
c) Ni Deficiente, Ni Eficiente	146	38.02
d) Eficiente	179	46.61
e) Muy Eficiente	39	10.16
Sub Total	384	100.00
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 29: ¿Qué opina con respecto a la explicación básica del producto o servicio por parte del vendedor?



Interpretación:

- El 0.52% que representa a 2 Socios opinaron que la explicación básica sobre los productos o servicios por parte del trabajador o vendedor son Muy deficientes.
- El 5% que representa a 18 Socios opinaron que la explicación básica sobre los productos o servicios por parte del trabajador o vendedor son deficientes.
- El 38% que representa a 146 Socios opinaron que la explicación básica sobre los productos o servicios por parte del trabajador o vendedor es regular es decir ni deficiente, ni eficiente.

- El 47% que representa a 179 Socios opinaron que la explicación básica sobre los productos o servicios por parte del trabajador o vendedor es Eficiente.
- El 10% que representa a 39 Socios opinaron que la explicación básica sobre los productos o servicios por parte del trabajador o vendedor es Muy Eficiente.

Pregunta N°04: ¿Qué nivel de conocimiento considera usted que tiene el trabajador sobre el producto o servicio?

Cuadro N° 33: ¿Qué nivel de conocimiento considera usted que tiene el trabajador sobre el producto o servicio?

4. ¿Qué nivel de conocimiento considera usted que tiene el trabajador sobre el producto o servicio?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Deficiente	1	0.26
b) Deficiente	30	7.81
c) Ni Deficiente, Ni Eficiente	152	39.58
d) Eficiente	154	40.10
e) Muy Eficiente	47	12.24
Sub Total	384	100.00
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 30: ¿Qué nivel de conocimiento considera usted que tiene el trabajador sobre el producto o servicio?



Interpretación:

- El 0.26% que representa a 1 Socio opinó que El nivel de conocimiento que tiene el trabajador sobre el producto o servicio es Muy deficiente.
- El 8% que representa a 30 Socios opinaron que El nivel de conocimiento que tiene el trabajador sobre el producto o servicio es Deficiente.
- El 40% que representa a 152 Socios opinaron que El nivel de conocimiento que tiene el trabajador sobre el producto o servicio es Regular es decir ni deficiente, ni eficiente.
- El 40% que representa a 154 Socios opinaron que El nivel de conocimiento que tiene el trabajador sobre el producto o servicio es Eficiente.

- El 12% que representa a 47 Socios opinaron que El nivel de conocimiento que tiene el trabajador sobre el producto o servicio es Muy Eficiente.

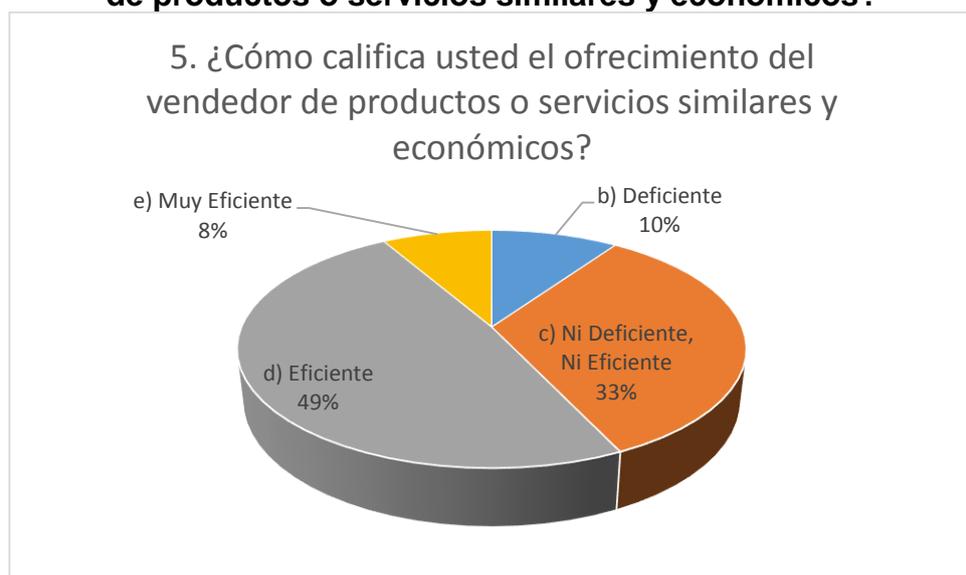
Pregunta N°05: ¿Cómo califica usted el ofrecimiento del vendedor de productos o servicios similares y económicos?

Cuadro N° 34: ¿Cómo califica usted el ofrecimiento del vendedor de productos o servicios similares y económicos?

5. ¿Cómo califica usted el ofrecimiento del vendedor de productos o servicios similares y económicos?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Deficiente	0	0.00
b) Deficiente	37	9.64
c) Ni Deficiente, Ni Eficiente	128	33.33
d) Eficiente	187	48.70
e) Muy Eficiente	32	8.33
Sub Total	384	100.00
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 31: ¿Cómo califica usted el ofrecimiento del vendedor de productos o servicios similares y económicos?



Interpretación:

- El 10% que representa a 37 Socios opinaron que el ofrecimiento por parte del trabajador con respecto a productos o servicios similares y económicos es Deficiente.
- El 33% que representa a 128 Socios opinaron que el ofrecimiento por parte del trabajador con respecto a productos o servicios similares y económicos es Ni Deficiente, Ni Eficiente es decir Regular.
- El 49% que representa a 187 Socios opinaron que el ofrecimiento por parte del trabajador con respecto a productos o servicios similares y económicos es Eficiente.
- El 8% que representa a 32 Socios opinaron que el ofrecimiento por parte del trabajador con respecto a productos o servicios similares y económicos es Muy Eficiente.

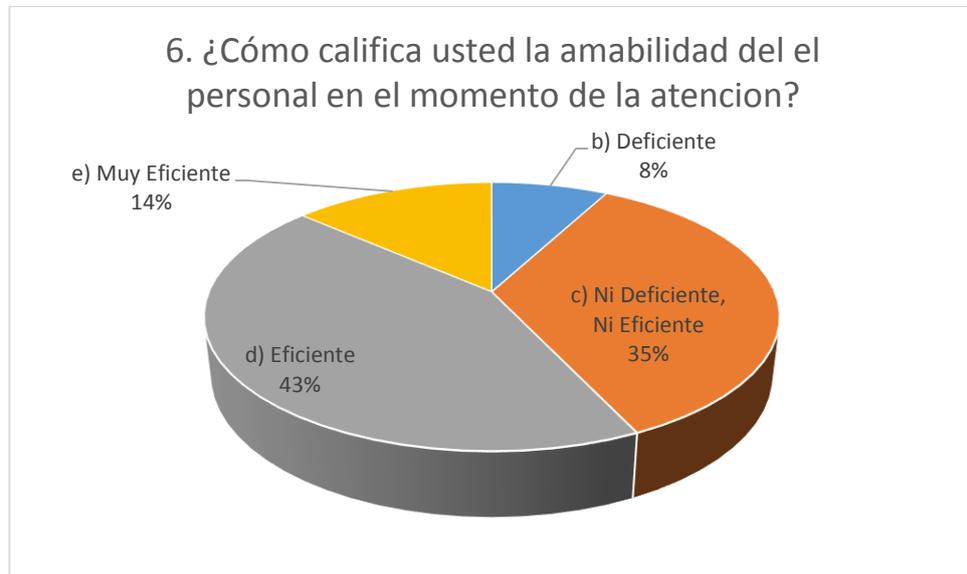
Pregunta N°06: ¿Cómo califica usted la amabilidad del el personal en el momento de la atención?

Cuadro N° 35: ¿Cómo califica usted la amabilidad del el personal en el momento de la atención?

6. ¿Cómo califica usted la amabilidad del el personal en el momento de la atención?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Deficiente	0	0.00
b) Deficiente	30	7.81
c) Ni Deficiente, Ni Eficiente	135	35.16
d) Eficiente	167	43.49
e) Muy Eficiente	52	13.54
Sub Total	384	100.00
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 32: ¿Cómo califica usted la amabilidad del el personal en el momento de la atención?



Interpretación:

- El 8% que representa a 30 Socios opinaron que la Amabilidad del personal en el momento de la atención es Deficiente o Mala.
- El 35% que representa a 135 Socios opinaron que la Amabilidad del personal en el momento de la atención es Regular es decir Ni Deficiente, ni Eficiente.
- El 43% que representa a 167 Socios opinaron que la Amabilidad del personal en el momento de la atención es Eficiente es decir Buena o Amable.
- El 14% que representa a 52 Socios opinaron que la Amabilidad del personal en el momento de la atención es muy Eficiente es decir muy Buena o muy Amable.

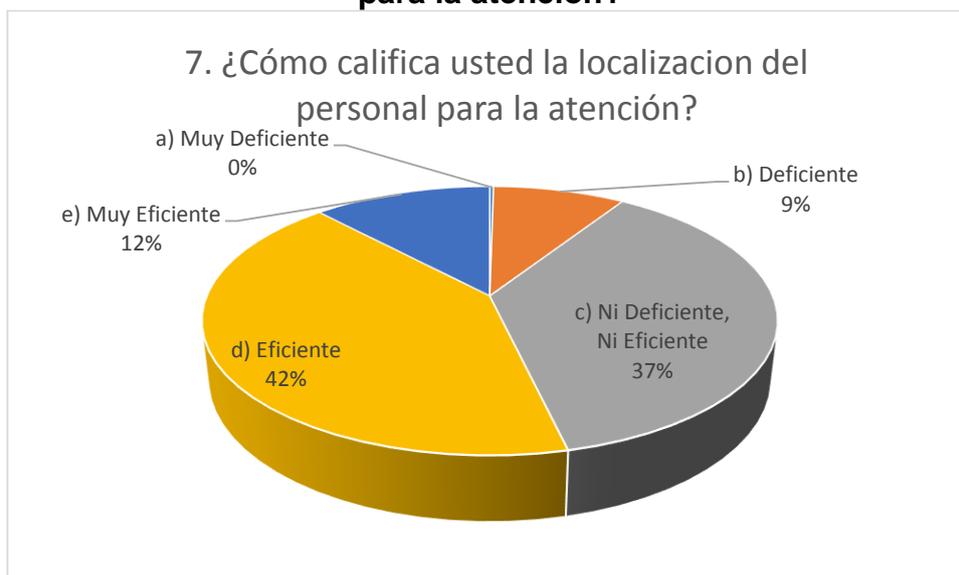
Pregunta N°07: ¿Cómo califica usted la localización del personal para la atención?

Cuadro N° 36: ¿Cómo califica usted la localización del personal para la atención?

7. ¿Cómo califica usted la localización del personal para la atención?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Deficiente	1	0.26
b) Deficiente	34	8.85
c) Ni Deficiente, Ni Eficiente	143	37.24
d) Eficiente	160	41.67
e) Muy Eficiente	46	11.98
Sub Total	384	100.00
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 33: ¿Cómo califica usted la localización del personal para la atención?



Interpretación:

- El 0.26% que representa a 1 Socio califica la localización del personal para la atención como muy deficiente.

- El 9% que representa a 34 Socios calificaron la localización del personal para la atención como Deficiente.
- El 37% que representa a 143 Socios calificaron la localización del personal para la atención como Ni deficiente, ni eficiente es decir Regular.
- El 42% que representa a 160 Socios calificaron la localización del personal para la atención como Eficiente.
- El 12% que representa a 46 Socios calificaron la localización del personal para la atención como Muy Eficiente.

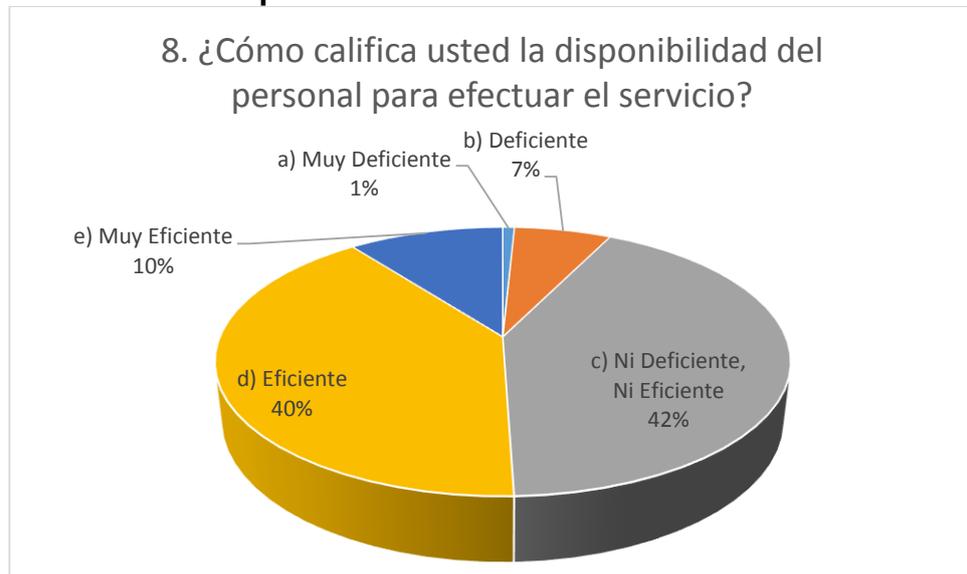
Pregunta N°08: ¿Cómo califica usted la disponibilidad del personal para efectuar el servicio?

Cuadro N° 37: ¿Cómo califica usted la disponibilidad del personal para efectuar el servicio?

8. ¿Cómo califica usted la disponibilidad del personal para efectuar el servicio?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Deficiente	3	0.78
b) Deficiente	25	6.51
c) Ni Deficiente, Ni Eficiente	162	42.19
d) Eficiente	154	40.10
e) Muy Eficiente	40	10.42
Sub Total	384	100.00
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 34: ¿Cómo califica usted la disponibilidad del personal para efectuar el servicio?



Interpretación:

- El 0.78% que representa a 3 Socios califican la disponibilidad del personal para efectuar el servicio como Muy Deficiente. Es decir sin disponibilidad.
- El 7% que representa a 25 Socios califican la disponibilidad del personal para efectuar el servicio como Deficiente. Es decir poca disponibilidad.
- El 42% que representa a 162 Socios califican la disponibilidad del personal para efectuar el servicio como Ni deficiente, ni eficiente. Es decir regular disponibilidad.
- El 40% que representa a 154 Socios califican la disponibilidad del personal para efectuar el servicio como Eficiente. Es decir alta disponibilidad.

- El 10% que representa a 40 Socios califican la disponibilidad del personal para efectuar el servicio como muy Eficiente. Es decir muy alta disponibilidad.

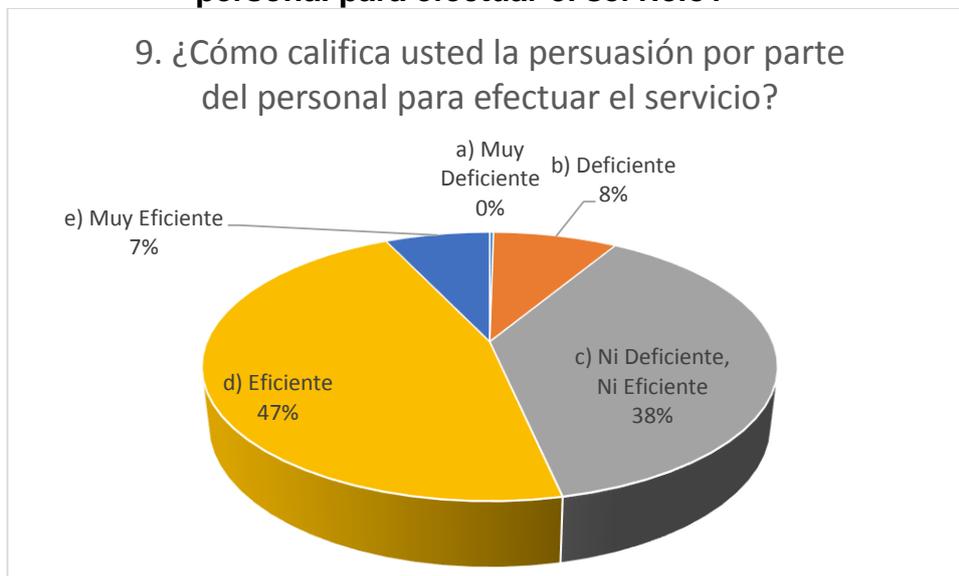
Pregunta N°09: ¿Cómo califica usted la persuasión por parte del personal para efectuar el servicio?

Cuadro N° 38: ¿Cómo califica usted la persuasión por parte del personal para efectuar el servicio?

9. ¿Cómo califica usted la persuasión por parte del personal para efectuar el servicio?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Deficiente	1	0.26
b) Deficiente	32	8.33
c) Ni Deficiente, Ni Eficiente	146	38.02
d) Eficiente	178	46.35
e) Muy Eficiente	27	7.03
Sub Total	384	100.00
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 35: ¿Cómo califica usted la persuasión por parte del personal para efectuar el servicio?



Interpretación:

- El 0.26% que representa a 1 persona opino que la persuasión por parte del personal para efectuar el servicio es Muy deficiente.
- El 8% que representa a 32 personas opinaron que la persuasión por parte del personal para efectuar el servicio es deficiente.
- El 38% que representa a 146 personas opinaron que la persuasión por parte del personal para efectuar el servicio es Ni eficiente, ni deficiente. Es decir regular.
- El 47% que representa a 178 personas opinaron que la persuasión por parte del personal para efectuar el servicio es eficiente.
- El 7% que representa a 27 personas opinaron que la persuasión por parte del personal para efectuar el servicio es muy eficiente.

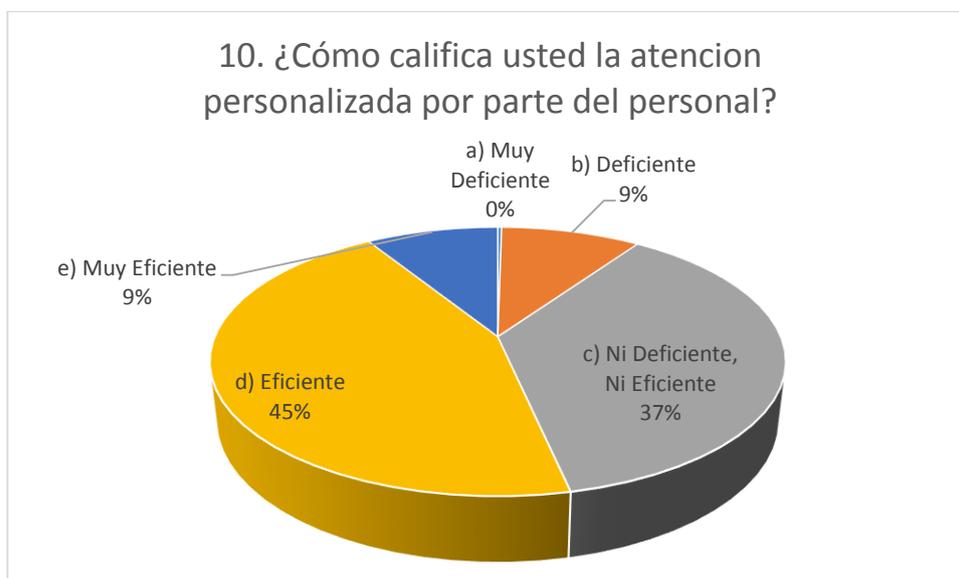
Pregunta N°10: ¿Cómo califica usted la atención personalizada por parte del personal?

Cuadro N° 39: ¿Cómo califica usted la atención personalizada por parte del personal?

10. ¿Cómo califica usted la atención personalizada por parte del personal?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Deficiente	1	0.26
b) Deficiente	36	9.38
c) Ni Deficiente, Ni Eficiente	142	36.98
d) Eficiente	171	44.53
e) Muy Eficiente	34	8.85
Sub Total	384	100.00
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 36: ¿Cómo califica usted la atención personalizada por parte del personal?



Interpretación:

- El 0.26% que representa a 1 persona califico la atención personalizada por parte del personal como Muy Deficiente.

- El 9% que representa a 36 personas calificaron la atención personalizada por parte del personal como Deficiente.
- El 37% que representa a 142 personas calificaron la atención personalizada por parte del personal como Ni Deficiente, Ni eficiente.
- El 45% que representa a 171 personas calificaron la atención personalizada por parte del personal como Eficiente.
- El 9% que representa a 34 personas calificaron la atención personalizada por parte del personal como Muy Eficiente.

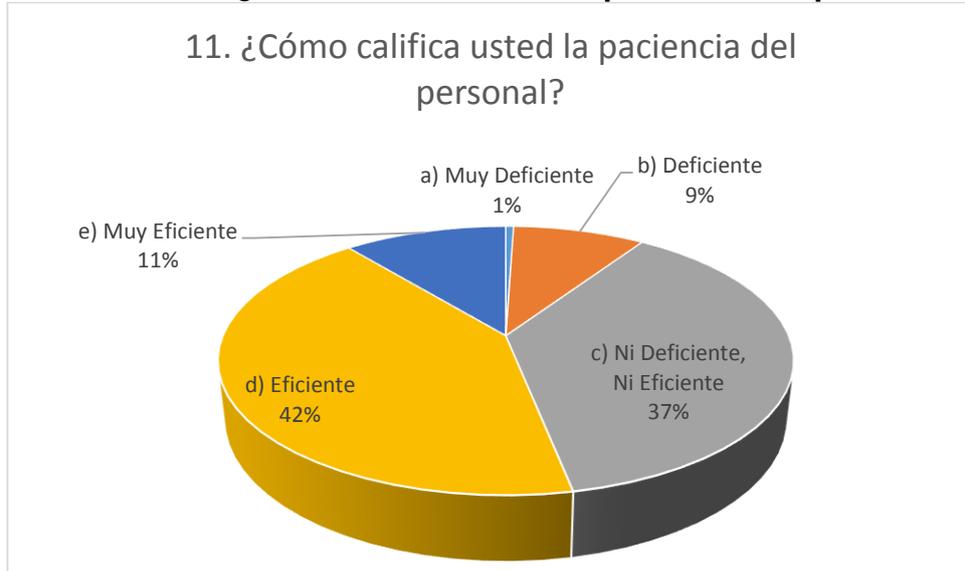
Pregunta N°11: ¿Cómo califica usted la paciencia del personal?

Cuadro N° 40: ¿Cómo califica usted la paciencia del personal?

11. ¿Cómo califica usted la paciencia del personal?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Deficiente	2	0.52
b) Deficiente	34	8.85
c) Ni Deficiente, Ni Eficiente	144	37.50
d) Eficiente	162	42.19
e) Muy Eficiente	42	10.94
Sub Total	384	100.00
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 37: ¿Cómo califica usted la paciencia del personal?



Interpretación:

- El 1% que representa a 2 Socios calificaron la paciencia del personal como muy deficiente.
- El 9% que representa a 34 Socios calificaron la paciencia del personal como deficiente.
- El 37% que representa a 144 Socios calificaron la paciencia del personal como ni deficiente, ni eficiente es decir Regular.
- El 42% que representa a 162 Socios calificaron la paciencia del personal como eficiente.
- El 11% que representa a 42 Socios calificaron la paciencia del personal como muy eficiente.

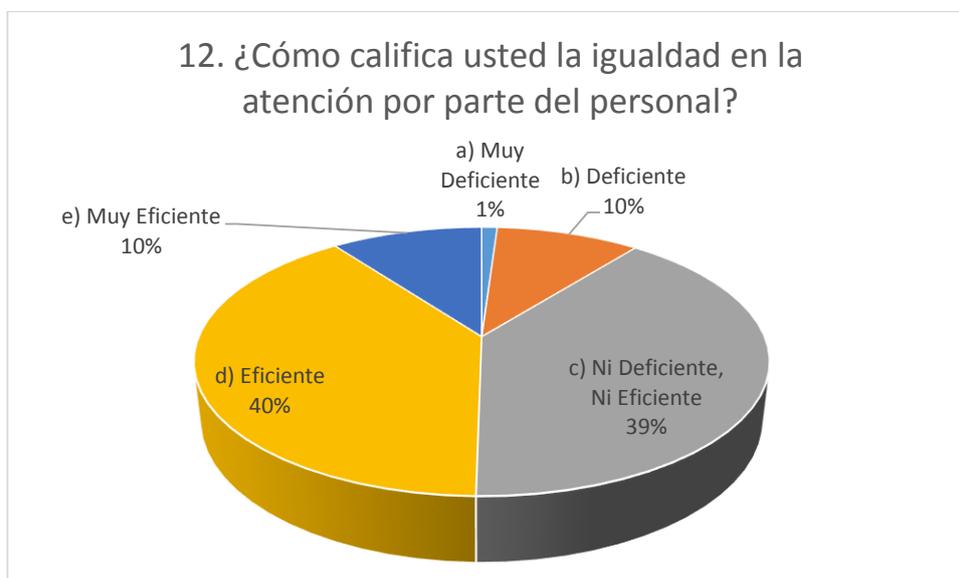
Pregunta N°12: ¿Cómo califica usted la igualdad en la atención por parte del personal?

Cuadro N° 41: ¿Cómo califica usted la igualdad en la atención por parte del personal?

12. ¿Cómo califica usted la igualdad en la atención por parte del personal?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Deficiente	4	1.04
b) Deficiente	37	9.64
c) Ni Deficiente, Ni Eficiente	152	39.58
d) Eficiente	152	39.58
e) Muy Eficiente	39	10.16
Sub Total	384	100.00
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 38: ¿Cómo califica usted la igualdad en la atención por parte del personal?



Interpretación:

- El 1% que representa a 4 personas califican la igualdad de atención por parte del personal como Muy deficiente es decir que No existe igualdad.

- El 10% que representa a 37 personas califican la igualdad de atención por parte del personal como deficiente es decir que existe poca igualdad.
- El 39% que representa a 152 personas califican la igualdad de atención por parte del personal como Ni deficiente, ni eficiente es decir que existe igualdad en algunos casos.
- El 40% que representa a 152 personas califican la igualdad de atención por parte del personal como eficiente es decir que existe igualdad.
- El 10% que representa a 39 personas califican la igualdad de atención por parte del personal como Muy eficiente es decir que existe mucha igualdad.

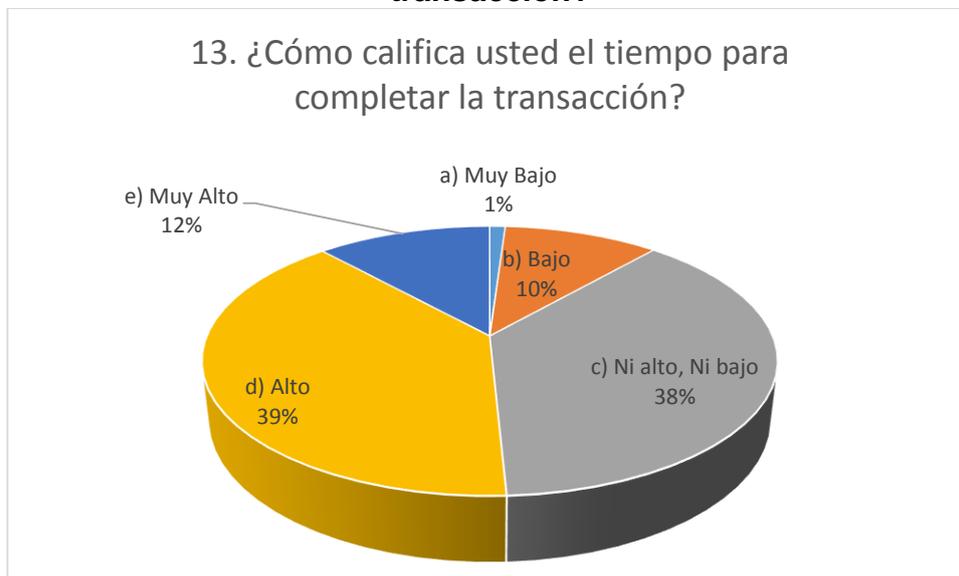
Pregunta N°13: ¿Cómo califica usted el tiempo para completar la transacción?

Cuadro N° 42: ¿Cómo califica usted el tiempo para completar la transacción?

13. ¿Cómo califica usted el tiempo para completar la transacción?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Bajo	4	1.04
b) Bajo	40	10.42
c) Ni alto, Ni bajo	145	37.76
d) Alto	150	39.06
e) Muy Alto	45	11.72
Sub Total	384	100.00
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 39: ¿Cómo califica usted el tiempo para completar la transacción?



Interpretación:

- El 1% que representa a 4 Socios calificaron que el tiempo para completar la transacción es muy bajo, es decir muy lento.
- El 10% que representa a 40 Socios calificaron que el tiempo para completar la transacción es bajo, es decir lento.
- El 38% que representa a 145 Socios calificaron que el tiempo para completar la transacción es Ni alto, ni bajo es decir regular.
- El 39% que representa a 150 Socios calificaron que el tiempo para completar la transacción es alto, es decir rápido.
- El 12% que representa a 45 Socios calificaron que el tiempo para completar la transacción es muy alto, es decir muy rápido.

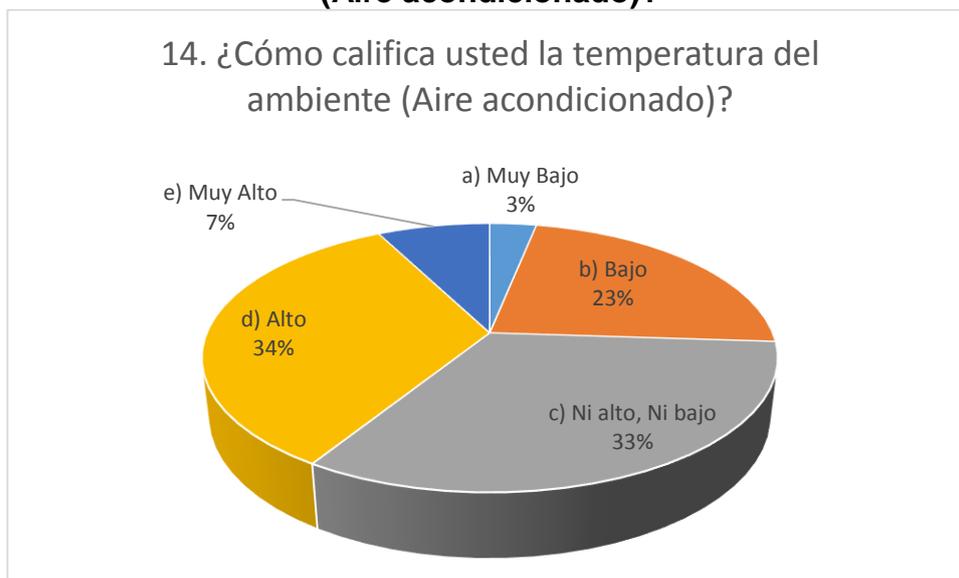
Pregunta N°14: ¿Cómo califica usted la temperatura del ambiente (Aire acondicionado)?

Cuadro N° 43: ¿Cómo califica usted la temperatura del ambiente (Aire acondicionado)?

14. ¿Cómo califica usted la temperatura del ambiente (Aire acondicionado)?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Bajo	12	3.13
b) Bajo	88	22.92
c) Ni alto, Ni bajo	126	32.81
d) Alto	129	33.59
e) Muy Alto	29	7.55
Sub Total	384	100.00
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 40: ¿Cómo califica usted la temperatura del ambiente (Aire acondicionado)?



Interpretación:

- El 3% que representa a 12 Socios opinaron que la temperatura del ambiente es muy bajo es decir es muy bueno.

- El 23% que representa a 88 Socios opinaron que la temperatura del ambiente es bajo es decir bueno.
- El 33% que representa a 126 Socios opinaron que la temperatura del ambiente es Regular es decir ni alto, ni bajo.
- El 34% que representa a 129 Socios opinaron que la temperatura del ambiente es Alta es decir buena,
- El 7% que representa a 29 Socios opinaron que la temperatura del ambiente es Muy alta es decir muy buena.

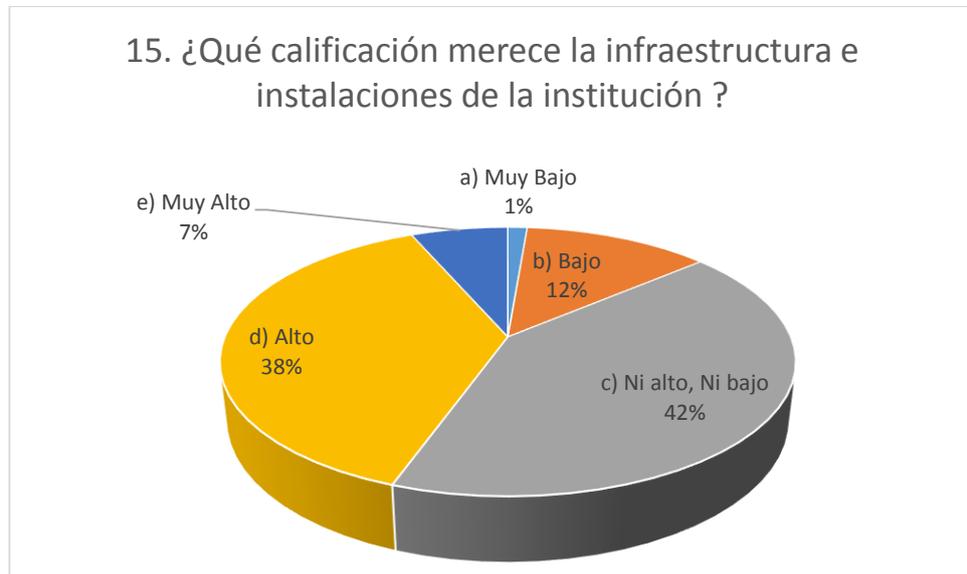
Pregunta N°15: ¿Qué calificación merece la infraestructura e instalaciones de la institución?

Cuadro N° 44: ¿Qué calificación merece la infraestructura e instalaciones de la institución?

15. ¿Qué calificación merece la infraestructura e instalaciones de la institución?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Bajo	5	1.30
b) Bajo	48	12.50
c) Ni alto, Ni bajo	160	41.67
d) Alto	146	38.02
e) Muy Alto	25	6.51
Sub Total	384	100.00
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 41: ¿Qué calificación merece la infraestructura e instalaciones de la institución?



Interpretación:

- El 1% que representa a 5 Socios opinaron que la infraestructura e instalaciones merece una puntuación muy baja.
- El 12% que representa a 48 Socios opinaron que la infraestructura e instalaciones merece una puntuación baja.
- El 42% que representa a 160 Socios opinaron que la infraestructura e instalaciones merece una puntuación ni alta, ni baja es decir regular.
- El 38% que representa a 146 Socios opinaron que la infraestructura e instalaciones merece una puntuación alta.
- El 7% que representa a 25 Socios opinaron que la infraestructura e instalaciones merece una puntuación muy alta.

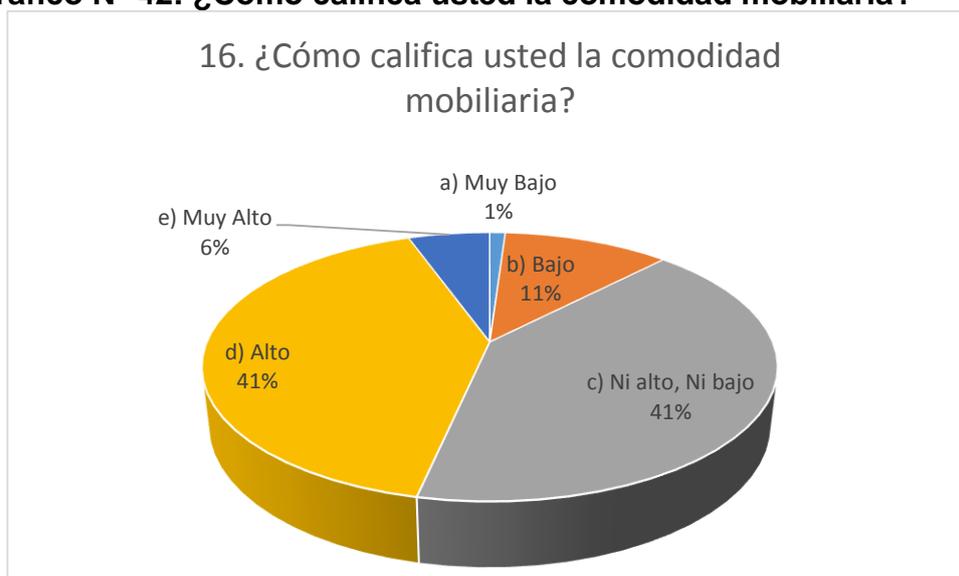
Pregunta N°16: ¿Cómo califica usted la comodidad mobiliaria?

Cuadro N° 45: ¿Cómo califica usted la comodidad mobiliaria?

16. ¿Cómo califica usted la comodidad mobiliaria?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Bajo	4	1.04
b) Bajo	43	11.20
c) Ni alto, Ni bajo	158	41.15
d) Alto	158	41.15
e) Muy Alto	21	5.47
Sub Total	384	100.00
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 42: ¿Cómo califica usted la comodidad mobiliaria?



Interpretación:

- El 1% que representa a 4 Socios calificaron la comodidad mobiliaria como muy baja o muy incómoda.
- El 11% que representa a 43 Socios calificaron la comodidad mobiliaria como baja o incómoda.

- El 41% que representa a 158 Socios calificaron la comodidad mobiliaria como ni alto, ni bajo es decir regular.
- El 41% que representa a 158 Socios calificaron la comodidad mobiliaria como alta o cómoda.
- El 6% que representa a 21 Socios calificaron la comodidad mobiliaria como muy alta o muy cómoda.

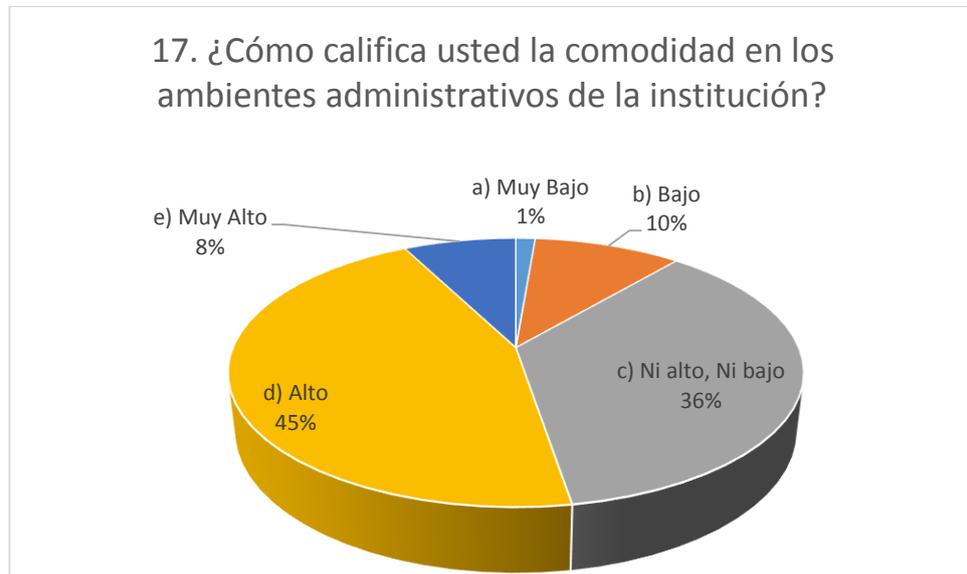
Pregunta N°17: ¿Cómo califica usted la comodidad en los ambientes administrativos de la institución?

Cuadro N° 46: ¿Cómo califica usted la comodidad en los ambientes administrativos de la institución?

17. ¿Cómo califica usted la comodidad en los ambientes administrativos de la institución?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Bajo	5	1.30
b) Bajo	38	9.90
c) Ni alto, Ni bajo	139	36.20
d) Alto	173	45.05
e) Muy Alto	29	7.55
Sub Total	384	100.00
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 43: ¿Cómo califica usted la comodidad en los ambientes administrativos de la institución?



Interpretación:

- El 1% que representa a 5 Socios calificaron la comodidad de los ambientes administrativos como muy bajo es decir muy malo.
- El 10% que representa a 38 Socios calificaron la comodidad de los ambientes administrativos como bajo es decir malo.
- El 36% que representa a 139 Socios calificaron la comodidad de los ambientes administrativos como ni alto, ni bajo es decir regular.
- El 45% que representa a 173 Socios calificaron la comodidad de los ambientes administrativos como alto es decir bueno.
- El 8% que representa a 29 Socios calificaron la comodidad de los ambientes administrativos como muy alto es decir muy bueno.

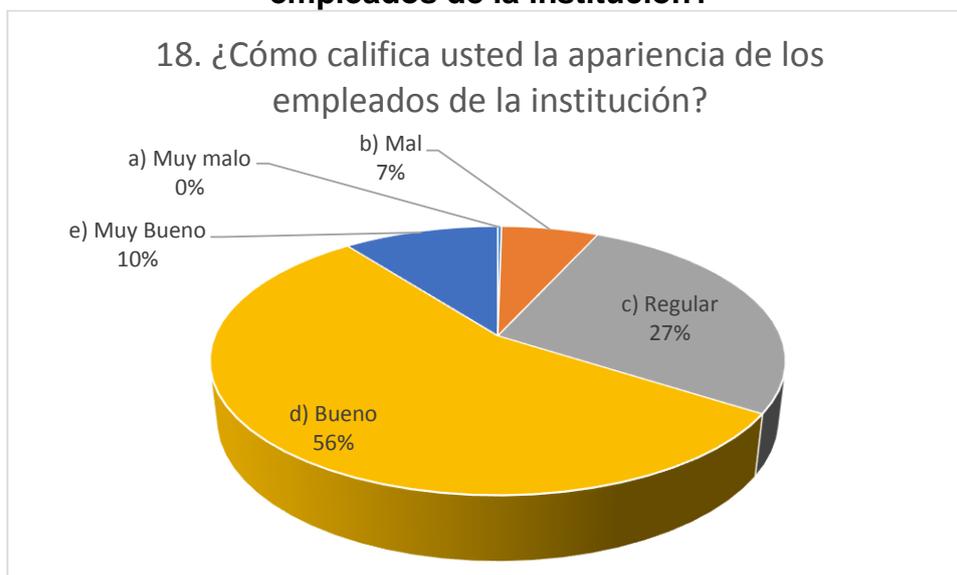
Pregunta N°18: ¿Cómo califica usted la apariencia de los empleados de la institución?

Cuadro N° 47: ¿Cómo califica usted la apariencia de los empleados de la institución?

18. ¿Cómo califica usted la apariencia de los empleados de la institución?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy malo	1	0.26
b) Mal	25	6.51
c) Regular	105	27.34
d) Bueno	213	55.47
e) Muy Bueno	40	10.42
Sub Total	384	100.00
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 44: ¿Cómo califica usted la apariencia de los empleados de la institución?



Interpretación:

- El 0.26% que representa a 1 Socio opinó que la apariencia de los empleados de la institución es muy mala traducido como muy inapropiada o muy fea.

- El 7% que representa a 25 Socios opinaron que la apariencia de los empleados de la institución es mala traducido como inapropiada o fea.
- El 27% que representa a 105 Socios opinaron que la apariencia de los empleados de la institución es Regular.
- El 56% que representa a 213 Socios opinaron que la apariencia de los empleados de la institución es Buena, Apropiable, bonita.
- El 10% que representa a 40 Socios opinaron que la apariencia de los empleados de la institución es Muy buena, muy apropiada, muy bonita y en algunos casos lo mencionaron como elegante.

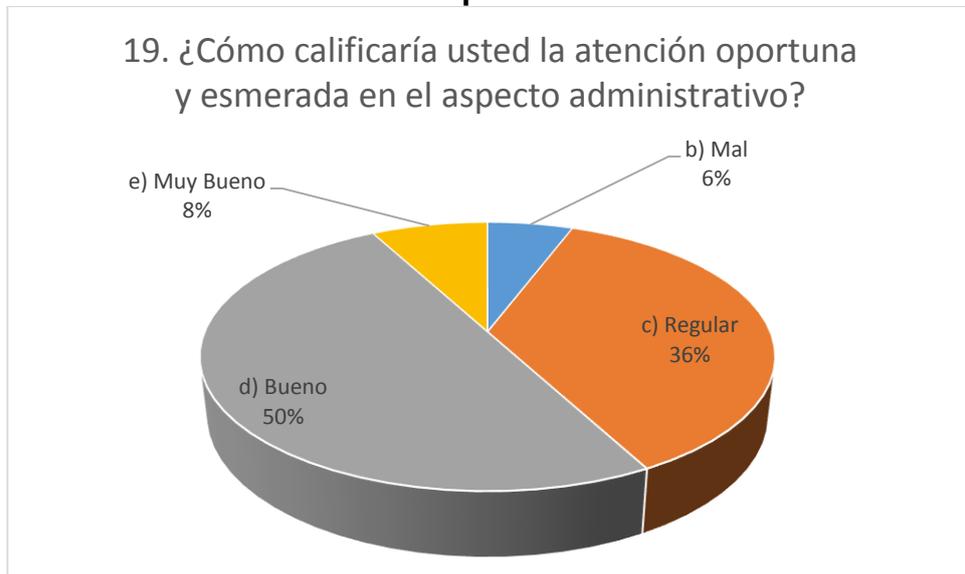
Pregunta N°19: ¿Cómo calificaría usted la atención oportuna y esmerada en el aspecto administrativo?

Cuadro N° 48: ¿Cómo calificaría usted la atención oportuna y esmerada en el aspecto administrativo?

19. ¿Cómo calificaría usted la atención oportuna y esmerada en el aspecto administrativo?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy malo	0	0.00
b) Mal	22	5.73
c) Regular	140	36.46
d) Bueno	192	50.00
e) Muy Bueno	30	7.81
Sub Total	384	100.00
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 45: ¿Cómo calificaría usted la atención oportuna y esmerada en el aspecto administrativo?



Interpretación:

- El 6% que representa a 22 Socios calificaron la atención oportuna y esmerada en el aspecto administrativo como Malo.
- El 36% que representa a 140 Socios calificaron la atención oportuna y esmerada en el aspecto administrativo como Regular.
- El 50% que representa a 192 Socios calificaron la atención oportuna y esmerada en el aspecto administrativo como Bueno.
- El 8% que representa a 30 Socios calificaron la atención oportuna y esmerada en el aspecto administrativo como Muy bueno.

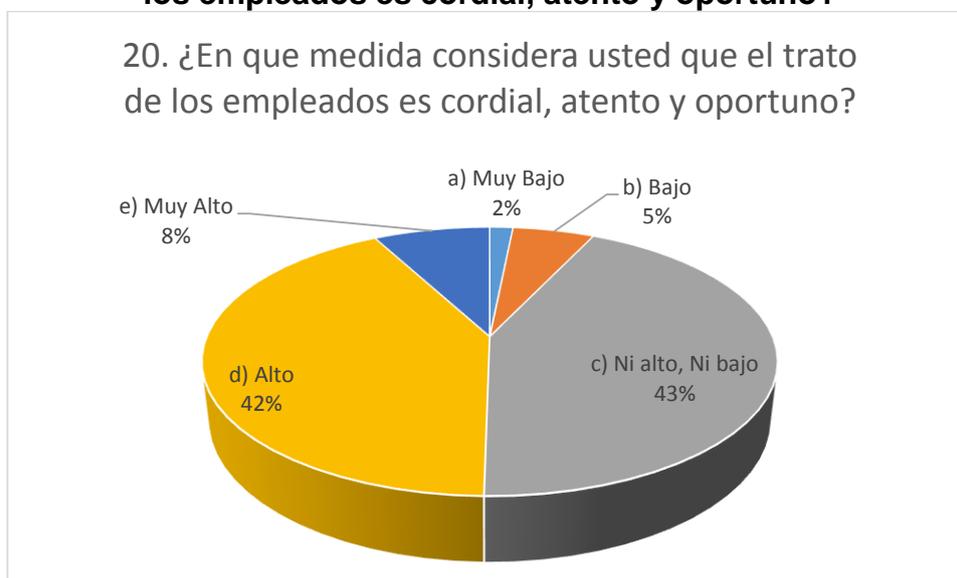
Pregunta N°20: ¿En qué medida considera usted que el trato de los empleados es cordial, atento y oportuno?

Cuadro N° 49: ¿En qué medida considera usted que el trato de los empleados es cordial, atento y oportuno?

20. ¿En qué medida considera usted que el trato de los empleados es cordial, atento y oportuno?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Bajo	6	1.56
b) Bajo	21	5.47
c) Ni alto, Ni bajo	166	43.23
d) Alto	161	41.93
e) Muy Alto	30	7.81
Sub Total	384	100.00
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 46: ¿En qué medida considera usted que el trato de los empleados es cordial, atento y oportuno?



Interpretación:

- El 2% que representa a 6 Socios calificaron el trato de los empleados con respecto al trato cordial atento y oportuno como Muy bajo es decir Malo.
- El 5% que representa a 21 Socios calificaron el trato de los empleados con respecto al trato cordial atento y oportuno como bajo es Malo.
- El 43% que representa a 166 Socios calificaron el trato de los empleados con respecto al trato cordial atento y oportuno como Ni alto, ni bajo es decir Regular.
- El 42% que representa a 161 Socios calificaron el trato de los empleados con respecto al trato cordial atento y oportuno como alto es decir bueno.
- El 8% que representa a 30 Socios calificaron el trato de los empleados con respecto al trato cordial atento y oportuno como Muy alto es decir Muy Bueno.

Pregunta N°21: ¿En qué medida considera usted que el trato de la gerencia es cordial, atento y oportuno?

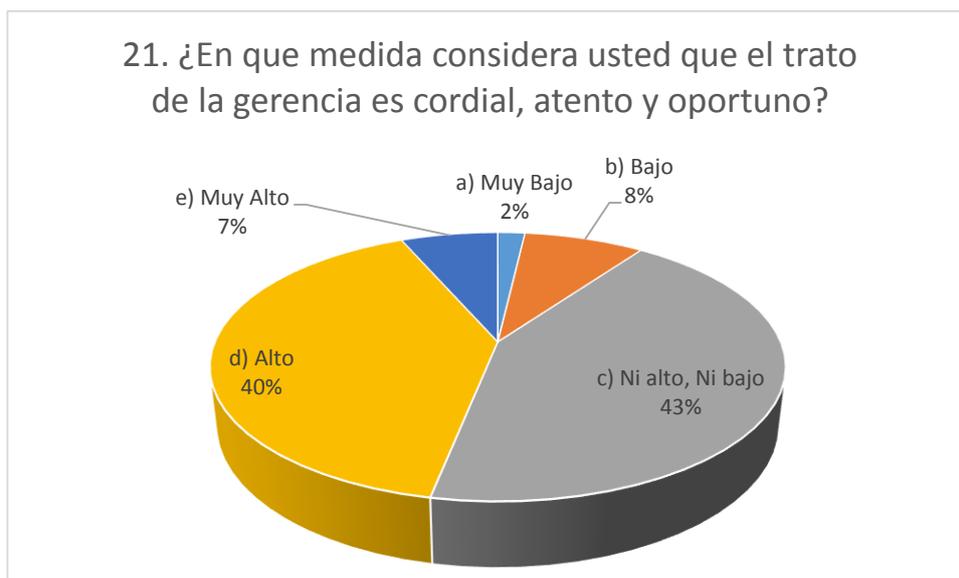
Cuadro N° 50: ¿En qué medida considera usted que el trato de la gerencia es cordial, atento y oportuno?

21. ¿En qué medida considera usted que el trato de la gerencia es cordial, atento y oportuno?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Bajo	7	1.82
b) Bajo	31	8.07
c) Ni alto, Ni bajo	166	43.23
d) Alto	155	40.36

e) Muy Alto	25	6.51
Sub Total	384	100.00
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 47: ¿En qué medida considera usted que el trato de la gerencia es cordial, atento y oportuno?



Interpretación:

- El 2% que representa a 7 Socios calificaron el trato cordial, atento y oportuno de la gerencia como Muy Bajo es decir Muy Malo.
- El 8% que representa a 31 Socios calificaron el trato cordial, atento y oportuno de la gerencia como Bajo es decir Malo.
- El 43% que representa a 166 Socios calificaron el trato cordial, atento y oportuno de la gerencia como Regular es decir Ni alto, ni Bajo.
- El 40% que representa a 155 Socios calificaron el trato cordial, atento y oportuno de la gerencia como Alto, es decir Bueno.

- El 7% que representa a 25 Socios calificaron el trato cordial, atento y oportuno de la gerencia como muy alto, es decir Muy bueno.

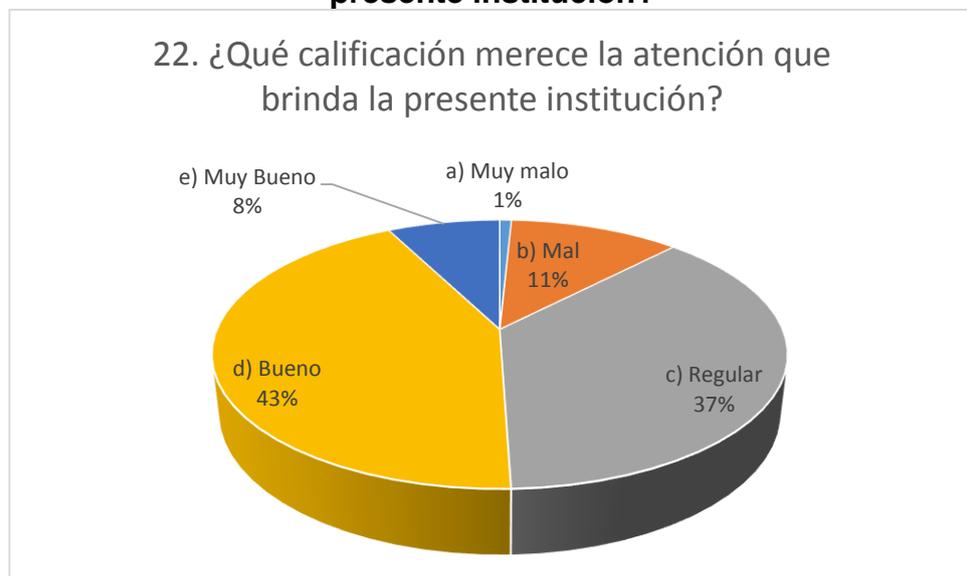
Pregunta N°22: ¿Qué calificación merece la atención que brinda la presente institución?

Cuadro N° 51: ¿Qué calificación merece la atención que brinda la presente institución?

22. ¿Qué calificación merece la atención que brinda la presente institución?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy malo	3	0.78
b) Mal	44	11.46
c) Regular	143	37.24
d) Bueno	165	42.97
e) Muy Bueno	29	7.55
Sub Total	384	100.00
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 48: ¿Qué calificación merece la atención que brinda la presente institución?



Interpretación:

- El 1% que representa a 3 Socios calificaron la atención brindada por la institución como Muy Malo
- El 11% que representa a 44 Socios calificaron la atención brindada por la institución como Mala.
- El 37% que representa a 143 Socios calificaron la atención brindada por la institución como Regular.
- El 43% que representa a 165 Socios calificaron la atención brindada por la institución como Buena.
- El 8% que representa a 29 Socios calificaron la atención brindada por la institución como Muy buena.

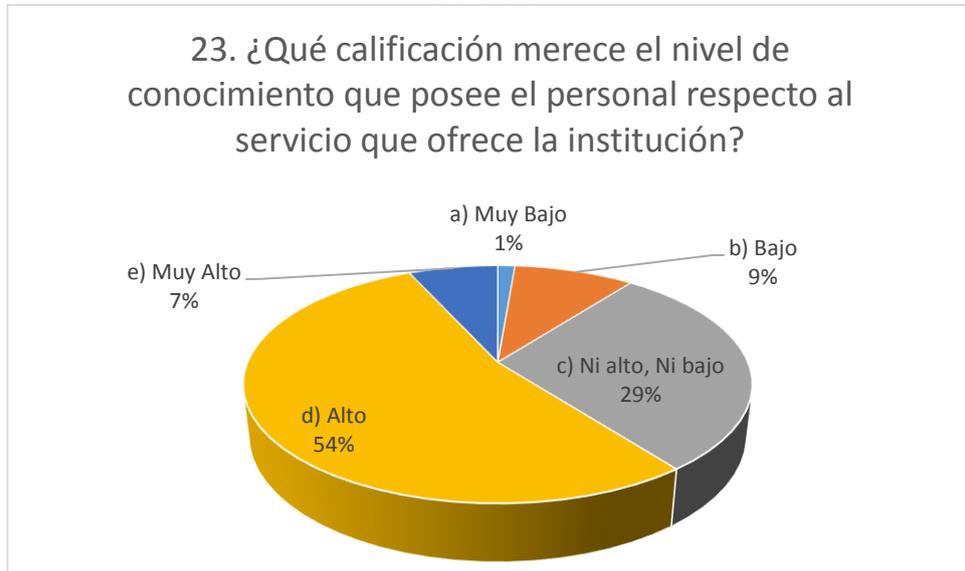
Pregunta N°23: ¿Qué calificación merece el nivel de conocimiento que posee el personal respecto al servicio que ofrece la institución?

Cuadro N° 52: ¿Qué calificación merece el nivel de conocimiento que posee el personal respecto al servicio que ofrece la institución?

23. ¿Qué calificación merece el nivel de conocimiento que posee el personal respecto al servicio que ofrece la institución?	<i>Cantidad</i>	<i>%</i>
a) Muy Bajo	5	1.30
b) Bajo	35	9.11
c) Ni alto, Ni bajo	112	29.17
d) Alto	206	53.65
e) Muy Alto	26	6.77
Sub Total	384	100.00
Total	384	100.00

Fuente: Elaboración propia

Grafico N° 49: ¿Qué calificación merece el nivel de conocimiento que posee el personal respecto al servicio que ofrece la institución?



Interpretación:

- El 1% que representa a 5 Socios calificaron el conocimiento que posee el personal respecto al servicio que ofrece en la institución como Muy bajo es decir Muy malo.
- El 9% que representa a 35 Socios calificaron el conocimiento que posee el personal respecto al servicio que ofrece en la institución como bajo es decir malo.
- El 29% que representa a 112 Socios calificaron el conocimiento que posee el personal respecto al servicio que ofrece en la institución como Ni alto, Ni bajo es decir Regular.
- El 54% que representa a 206 Socios calificaron el conocimiento que posee el personal respecto al servicio que ofrece en la institución como Alto es decir Bueno.

- El 7% que representa a 26 Socios calificaron el conocimiento que posee el personal respecto al servicio que ofrece en la institución como Muy alto es decir Muy bueno.

3.3. Resultados presentados en Eviews8

Se considera los datos globales por respuestas según el calificativo obtenido en cada pregunta, se consideró 23 preguntas en cada caso de las variables, por motivo de poder realizar el análisis en conjunto a través de programa del Eviews8 los datos globales son los siguientes:

Cuadro N° 53: Datos Globales

Nº	CA	CL
1	1457	284
2	1441	284
3	1387	273
4	1368	254
5	1366	238
6	1393	245
7	1368	260
8	1355	249
9	1350	244
10	1353	218
11	1360	243
12	1337	259
13	1344	256
14	1227	245
15	1290	206
16	1301	204
17	1335	226
18	1418	206
19	1382	231

20	1340	216
21	1312	261
22	1325	252
23	1365	240

3.3.1. R-Squared (R^2).

Tabla Nº 01:R- Squared (R^2).

The screenshot shows a software window titled "Equation: UNTITLED Workfile: UNTITLED::Untitled\" with a menu bar containing "View", "Proc", "Object", "Print", "Name", "Freeze", "Estimate", "Forecast", "Stats", and "Resids". The main area displays the following information:

Dependent Variable: CA
Method: Least Squares
Date: 01/16/16 Time: 12:21
Sample: 1 23
Included observations: 23

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1147.526	104.1948	11.01328	0.0000
CL	0.854646	0.426583	2.003470	0.0582

R-squared	0.160466	Mean dependent var	1355.391
Adjusted R-squared	0.120489	S.D. dependent var	49.04519
S.E. of regression	45.99569	Akaike info criterion	10.57791
Sum squared resid	44427.68	Schwarz criterion	10.67665
Log likelihood	-119.6460	Hannan-Quinn criter.	10.60275
F-statistic	4.013891	Durbin-Watson stat	1.110451
Prob(F-statistic)	0.058199		

Los coeficientes estimados por MCO. Si el clima laboral aumenta en 85,46% la calidad de atención aumentara en 85,46%.

Se observa en el modelo planteado que la R^2 (R- Squared) es baja en 0.160466 es decir no existe multicolinealidad imperfecta.

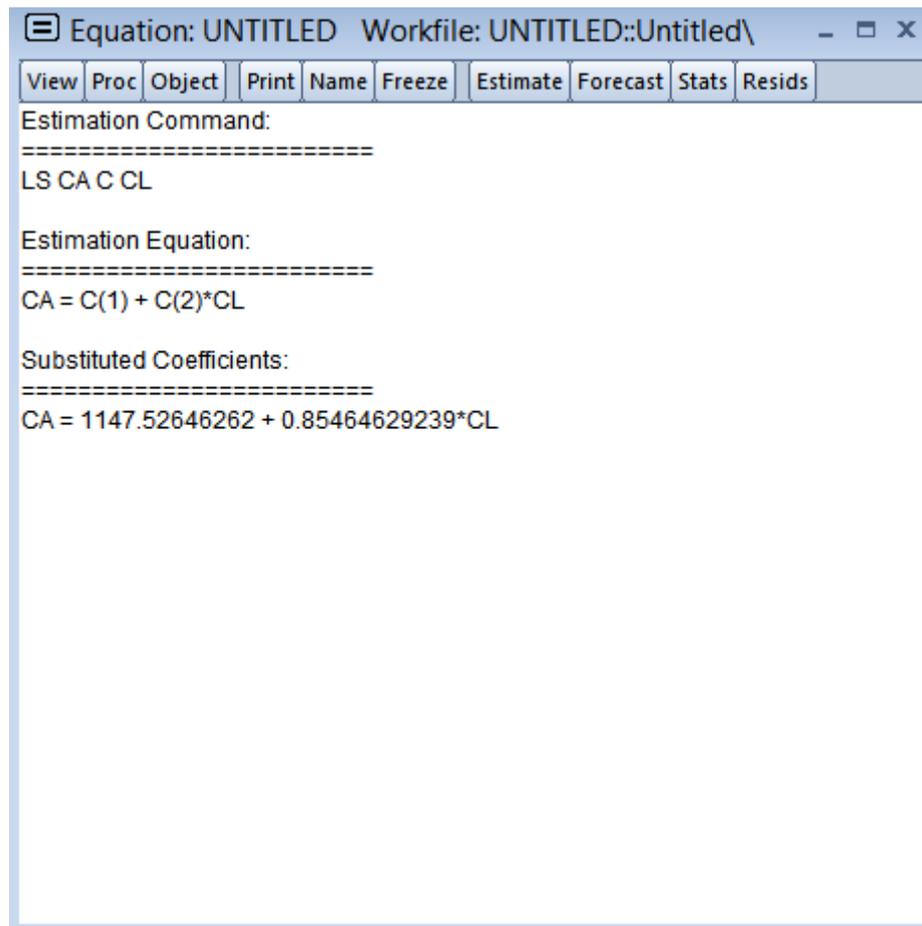
a) Estimación del Modelo

Nuestra ecuación de las variables será:

$$CA = C(1)+C(2)*CL$$

$$CA = 1147.52646262 + 0.85464629239*CL + Et$$

Tabla N° 02: Estimación del Modelo



The screenshot shows a software window titled "Equation: UNTITLED Workfile: UNTITLED::Untitled\" with a menu bar containing "View", "Proc", "Object", "Print", "Name", "Freeze", "Estimate", "Forecast", "Stats", and "Resids". The main area displays the following text:

```
Estimation Command:
=====
LS CA C CL

Estimation Equation:
=====
CA = C(1) + C(2)*CL

Substituted Coefficients:
=====
CA = 1147.52646262 + 0.85464629239*CL
```

b) Análisis de T-Student

- ✓ Número de Observaciones: $n = 23$
- ✓ $K+1=2$
- ✓ Error = 5%

Buscando en la tabla estadística de t-student $(n-k) = 23-2=21$

✓ $N.S/2 = 0.05/2 = 0.025$

✓ g.l. $(21, 0.025)$

✓ T-Tabla = 2.080

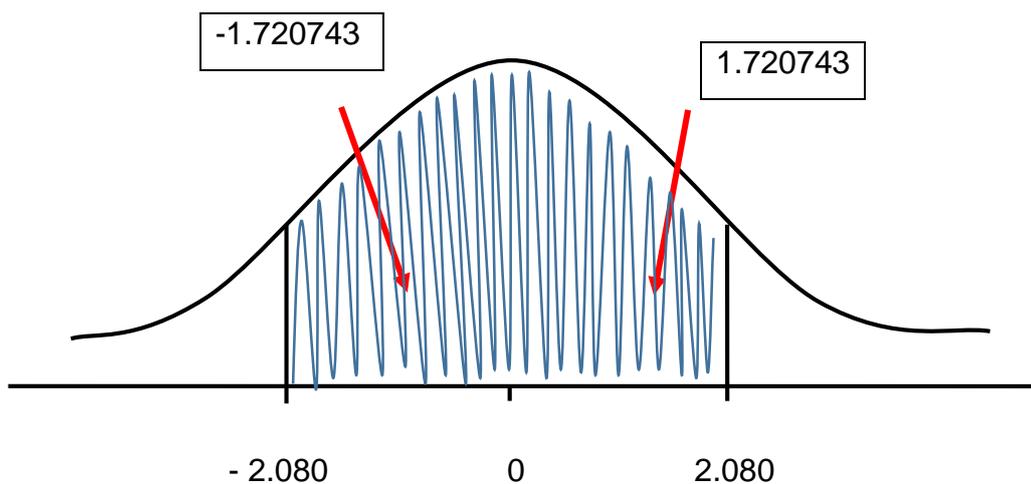
Hipótesis estadístico:

Con la Variable CL:

Ho: $B1 = 0$

Ha: $B1 \neq 0$

Gráfico N° 50: T- Student



Entonces sí:

$T_c > T_t$ Se rechaza la Ho (Nula) y se acepta la Ha (Alternativa)

Podemos observar que nuestra t calculada es menor a la t de tabla por lo tanto decimos que “El Clima laboral si influye en la Calidad de atención al socio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda. N°289”.

c) Test de Jarque – Bera

Aplicando la prueba al error del modelo se tiene la hipótesis de decisión:

H0: ε_t se aproxima a una distribución Normal.

H1: ε_t no se aproxima a una distribución Normal.

Jarque – Bera se formula de la siguiente manera:

$$JB = \frac{T - k}{6} \left[S^2 + \frac{(K - 3)^2}{4} \right]$$

Donde:

T: Tamaño de muestra

K: Es la Kurtosis

S: Es la asimetría

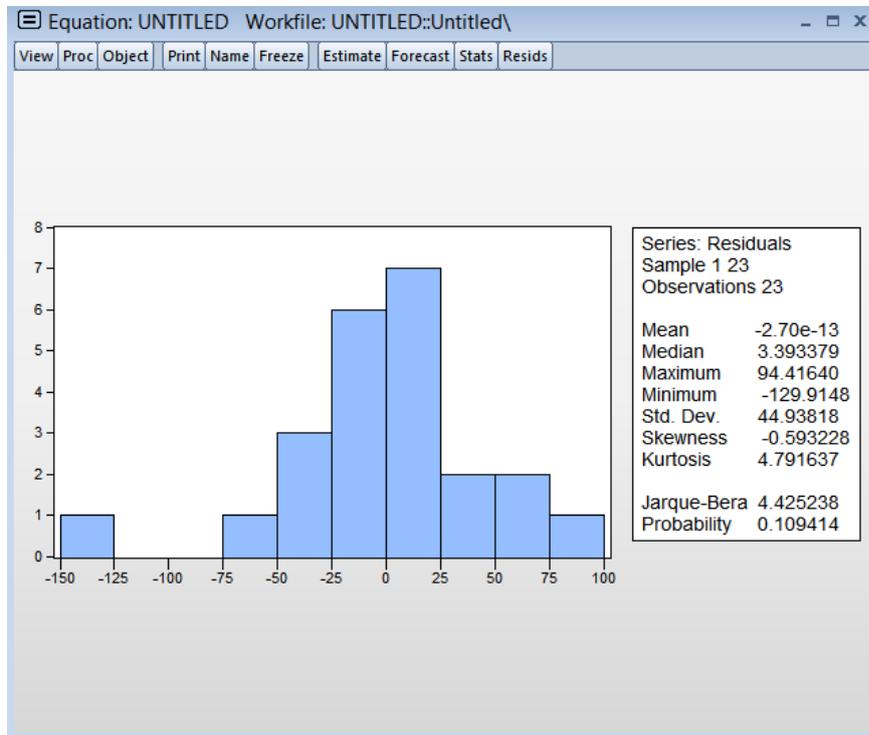
k: Número de regresoras

Regla de Decisión:

Si el JB es menor que 5.99 no se rechaza la hipótesis nula.

$$JB < \chi^2_{(5\%; 2)} = 5.99$$

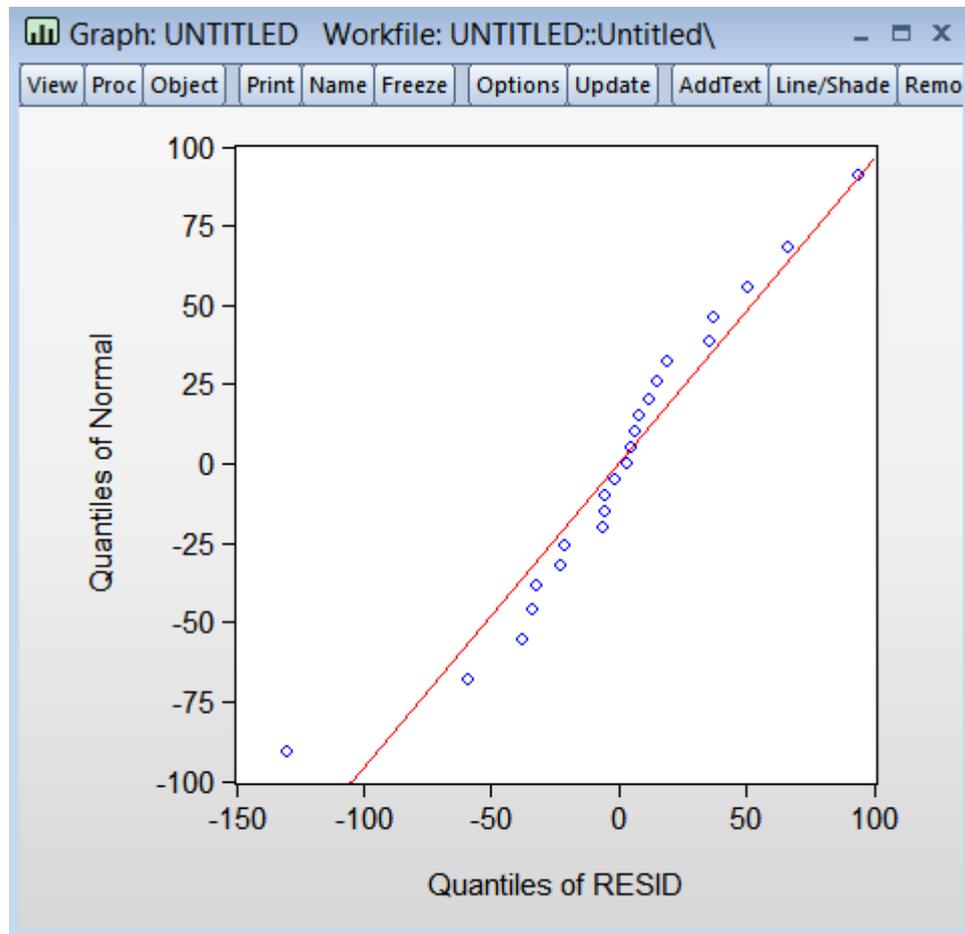
Gráfico N° 51: Jarque - Bera



- ✓ Skewness: La asimetría tiende a cero, lo que nos da indicios de normalidad.
- ✓ Kurtosis: La kurtosis no tiende a tres lo que nos da indicios que no hay normalidad de los errores.
- ✓ Jarque-Bera: El *JB* es menor que 5.99 entonces no se rechaza H_0 .
- ✓ Probability: Existe una probabilidad de 10.9414%(mayor 5%) de no rechazar H_0 .

d) Prueba de Normalidad (Quantile – Quantile)

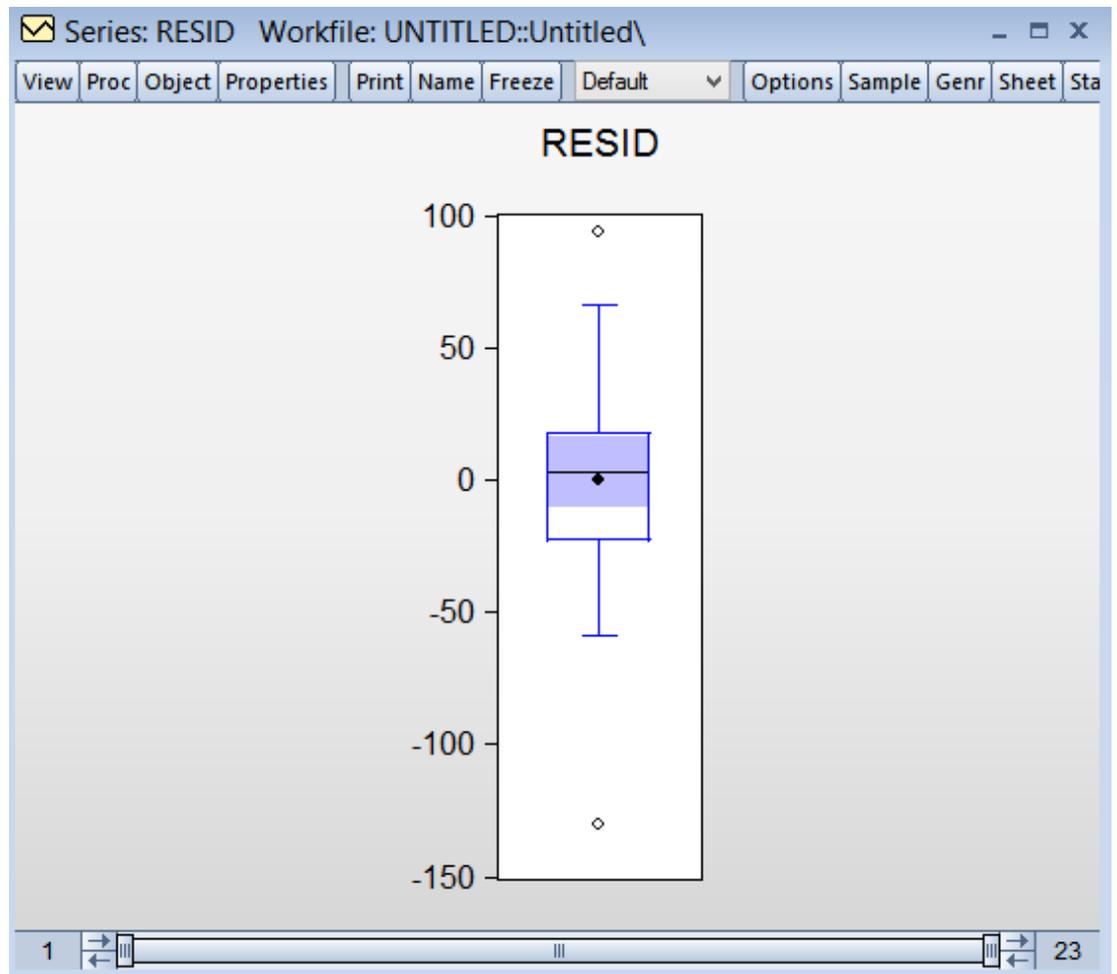
Gráfico N° 52: Quantile - Quantile



Como se puede apreciar los puntos no están sobre la recta entonces podemos decir que la variable Resid (Error) no tiene una distribución normal.

e) Diagrama de Caja

Gráfico N° 53: Diagrama de Caja



Como se observa en el gráfico la media no está en la mitad de la caja y los “bigotes” no tiene igual distancia a la caja, entonces el Resid (Error) no tiene una distribución normal.

f) Test Estadísticos sobre los Coeficientes

Prueba de Restricción de Coeficientes: Esta prueba se basa en la prueba de Wald, que puede ser individual ($H_0: \beta_i = 0$) o grupal ($H_0: \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_k = 0$).

$$W = (Rb - q)'[S^2 R(X'X)^{-1}R']^{-1}(Rb - q) \approx \chi^2$$

Tabla Nº 03: Test Estadísticos sobre los Coeficientes.

Test Statistic	Value	df	Probability
t-statistic	2.003470	21	0.0582
F-statistic	4.013891	(1, 21)	0.0582
Chi-square	4.013891	1	0.0451

Normalized Restriction (= 0)	Value	Std. Err.
C(2)	0.854646	0.426583

Restrictions are linear in coefficients.

Existe una baja probabilidad de 5.82% de no rechazar la hipótesis nula por lo que no se rechaza la H_0 .

g) Multicolinealidad

La multicolinealidad en el Modelo General se presenta cuando las variables independientes presentan alto nivel de correlación. Por lo que en términos empíricos hay que definir los límites de tolerancia de colinealidad.

Siguiendo a Klein en su versión de correlación indica un alto grado cuando:

$$r_{x_i x_j} > R_Y$$

R_Y: Es la raíz cuadrada del coeficiente de determinación

Multicolinealidad perfecta: $\rho (X'X) < k$

Multicolinealidad imperfecta: $\rho (X'X) = k \quad |X'X| \approx 0$

Consecuencias: Es el incremento de los errores estándar de la prueba “t”, se mantiene un buen ajuste R- Cuadrado alto, una prueba “F” Significativa y “t” bajo para las variables que presentan multicolinealidad.

Detección: Análisis de la matriz de correlaciones. Algunos autores recomiendan las correlaciones mayores a 0.8 ó 0.85 indica presencia de colinealidad pero estos valores son un poco cuestionados.

Análisis de la matriz X'X (es o no una matriz singular):

- ✓ La multicolinealidad no quiere decir que se esté rompiendo alguno de los supuestos. Pues no afecta la capacidad predictiva conjunta de las variables y, por lo tanto la capacidad predictiva.

- ✓ La multicolinealidad es un problema que no está bien definido. Por lo que no existe un límite a partir del cual el R^2_Y se le considere como multicolinealidad.
- ✓ Un intento por disminuir la varianza podría ser eliminar uno de los regresores, lo que disminuiría el R^2_Y .
- ✓ Suprimir las variables más culpables con justificación estadística y económica.

Tabla Nº 04: Multicolinealidad

Principal Components Analysis
Date: 01/16/16 Time: 15:44
Sample: 1 23
Included observations: 23
Computed using: Ordinary correlations
Extracting 2 of 2 possible components

Eigenvalues: (Sum = 2, Average = 1)

Number	Value	Difference	Proportion	Cumulative Value	Cumulative Proportion
1	1.400583	0.801165	0.7003	1.400583	0.7003
2	0.599417	---	0.2997	2.000000	1.0000

Eigenvectors (loadings):

Variable	PC 1	PC 2
CA	0.707107	-0.707107
CL	0.707107	0.707107

Ordinary correlations:

	CA	CL
CA	1.000000	
CL	0.400583	1.000000

Tabla Nº 05: Correlación

	C1	C2
R1	1.000000	0.400583
R2	0.400583	1.000000

Podemos apreciar una baja correlación lineal entre las variables:

$$\text{Cor}[(ca);(cl)] = 0.400583$$

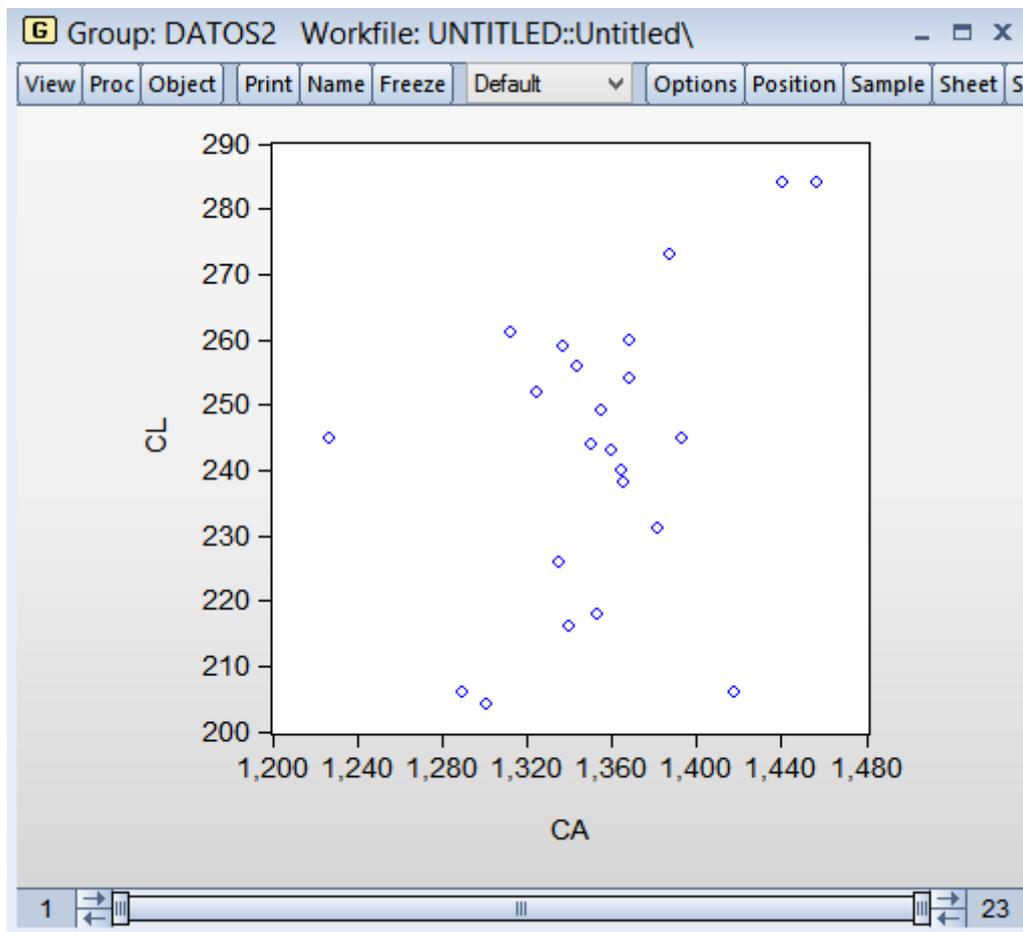
Porque la correlación no se aproxima a uno, también por la regla de Klein.

Tabla Nº 06: Multicolinealidad Imperfecta

	Value
DETCOR	0.839534

El valor que se muestra es 0.839534 que no es cercano a cero lo que es un indicativo que no existe multicolinealidad imperfecta.

Gráfico N° 54: Correlación entre Variables.



Podemos apreciar claramente que existe una baja correlación entre las variables.

h) Autocorrelación

Es un caso particular de Mínimos Cuadrados Generalizados (MCG) que se produce cuando los errores del modelo presentan correlaciones entre ellas (esto puede deberse a efectos inerciales del pasado como la inflación, una crisis mundial, rezagos de política, especulación, etc...). Este problema y la heteroscedasticidad originan que las

perturbaciones no sean **esféricas**. Por lo que la matriz de varianzas y covarianzas de las perturbaciones sean distintas a cero.

Violación del supuesto: $E(\epsilon_t; \epsilon_s) = 0 \quad t \neq s$

Sus efectos son: los estimadores por MCO de β son insesgados por ineficientes (varianza no es la mínima) e inconsistentes reduciendo la probabilidad de hacer pruebas de hipótesis.

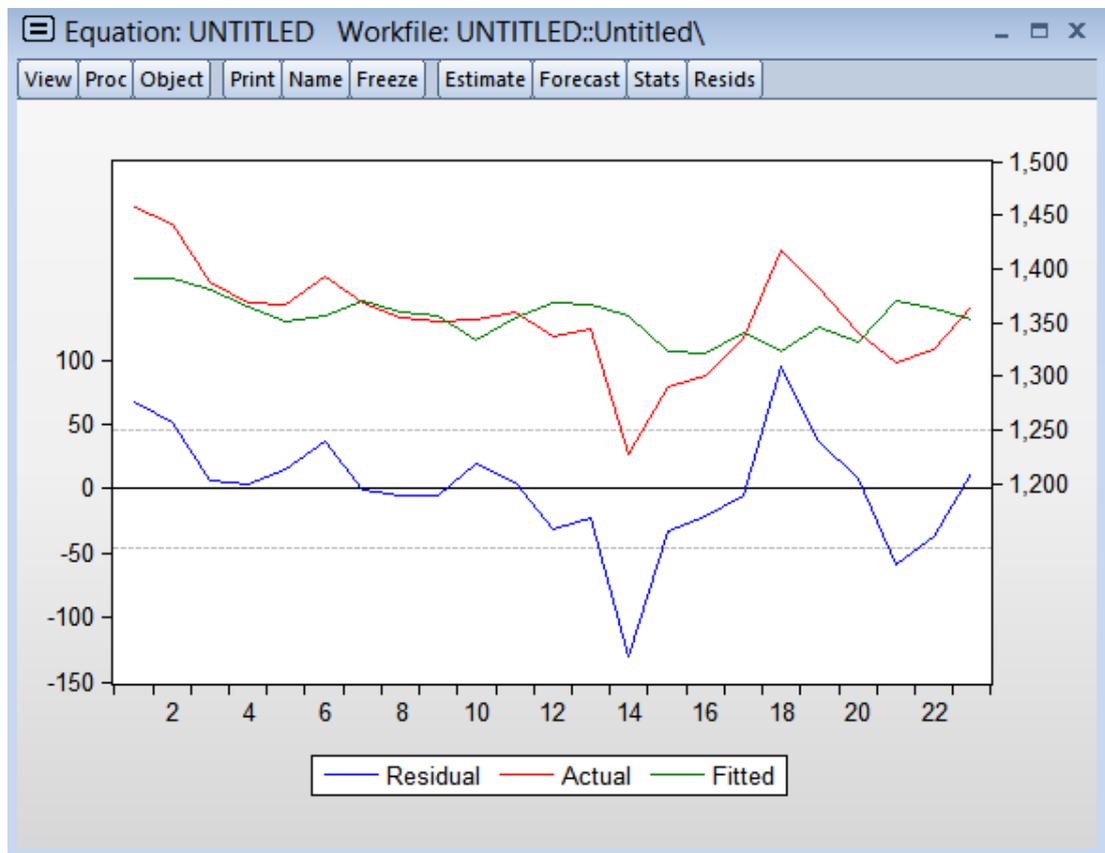
Solución: Reparametrizar el modelo y determinar el componente autorregresivo.

Causas posibles de Autocorrelación:

- ✓ Errores de especificación por la omisión de variables relevantes, existencia de relaciones dinámicas no recogidas en el modelo o formulación de una relación funcional lineal incorrecta.
- ✓ Utilización de datos manipulados.
- ✓ Existencia de efectos de proximidad entre otras observaciones.

Urcisino Carrascal, Yolanda Gonzales y Beatriz Rodríguez (2001). "Análisis Econométrico en EViews". ALFAOMEGA Grupo Editor, S.A. de C.V. pp: 262

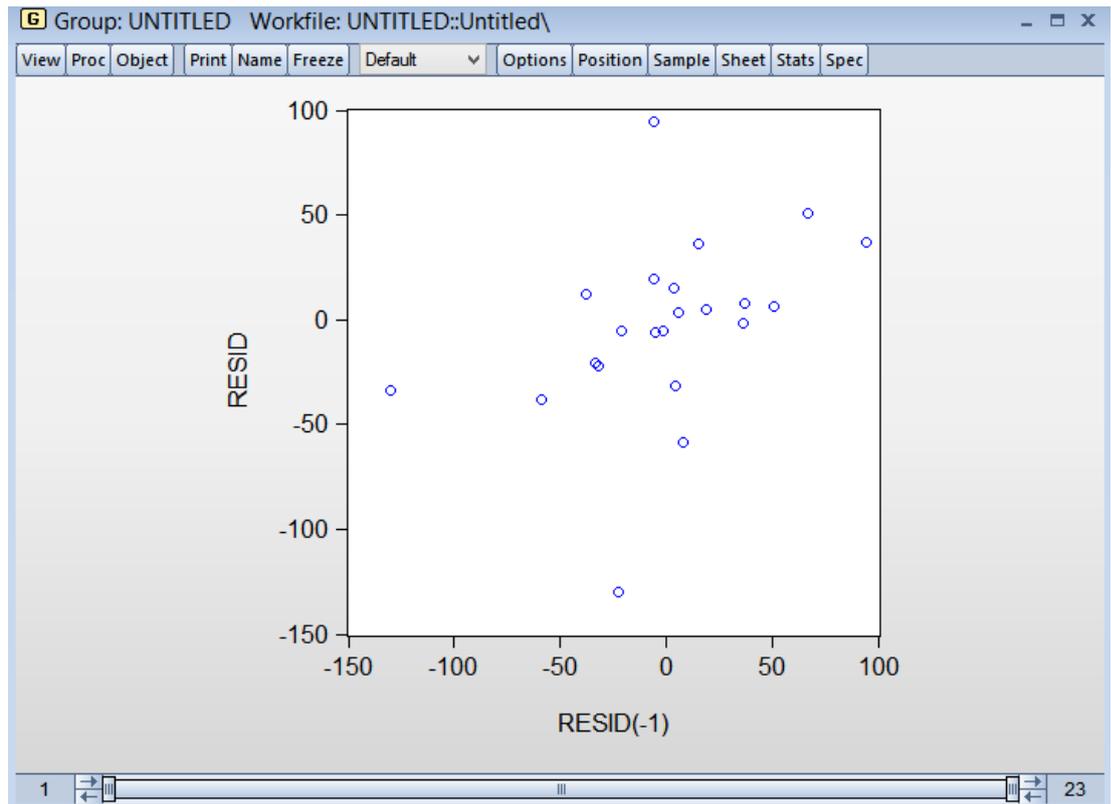
Gráfico N° 55: Autocorrelación.



Se puede apreciar que los residuos no se comportan de forma totalmente aleatoria, aunque no se observa una senda de signos continuamente alterada.

i) Gráfico de E_t frente E_{t-1}

Gráfico N° 56: E_t frente E_{t-1}



Se puede apreciar en el gráfico que la mayoría de los puntos se encuentran en el primer cuadrante, lo que nos lleva a pensar la existencia de autocorrelación de tipo AR(1) con coeficiente positivo.

j) Test de Durbin – Watson

Resultado: Nuestro Durbin-Watson obtenido en la estimación 2 es 1.916504 lo que nos da sospecha que nuestro modelo tiene problemas de autocorrelación de orden uno.

El Test De Durbin – Watson Somete a prueba la autocorrelación de Primer Orden AR(1)

$$Y_t = x_t' \beta + \varepsilon_t$$

$$\varepsilon_t = \rho \varepsilon_{t-1} + u_t$$

H0: $\rho = 0$ no existe autocorrelación de primer orden

$$DW = \frac{\sum_{t=2}^T (\hat{\varepsilon}_t - \hat{\varepsilon}_{t-1})}{\sum_{t=1}^T \hat{\varepsilon}_t^2} = 1(1 - \rho)$$

Si el $DW \approx 2$ no existe autocorrelación positiva, $DW > 2$ existe sospechas de una autocorrelación negativa y si $DW < 2$ existe sospechas de una autocorrelación positiva.

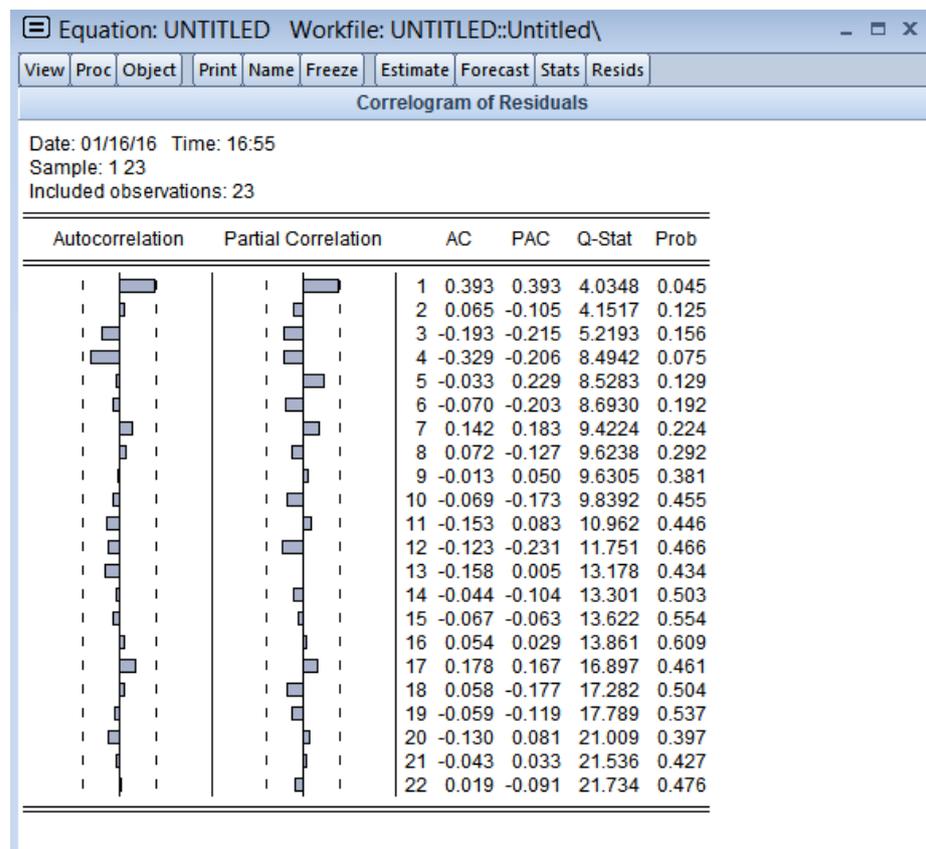
Crítica:

- ✓ Sólo es válido para autocorrelación de la perturbación autorregresiva de orden uno AR(1)
- ✓ Requiere de una muestra mínima de 15, para obtener resultados fiables
- ✓ Presenta zonas de indeterminación.

k) Análisis de Correlograma

Es otra forma de analizar e identificar la autocorrelación de orden “p”.

Gráfico N° 57: Correlograma



Como los coeficientes de Autocorrelación están dentro de las bandas se acepta la hipótesis nula.

I) Corrección de la Autocorrelación

Tabla Nº 07: Corrección de la Autocorrelación

Equation: UNTITLED Workfile: UNTITLED::Untitled\

View Proc Object Print Name Freeze Estimate Forecast Stats Resids

Dependent Variable: CA
 Method: Least Squares
 Date: 01/16/16 Time: 16:42
 Sample (adjusted): 2 23
 Included observations: 22 after adjustments
 Convergence achieved after 8 iterations

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1438.564	122.5781	11.73590	0.0000
CL	-0.395134	0.516615	-0.764852	0.4538
AR(1)	0.603882	0.161770	3.732968	0.0014

R-squared	0.399400	Mean dependent var	1350.773
Adjusted R-squared	0.336179	S.D. dependent var	44.78832
S.E. of regression	36.49138	Akaike info criterion	10.15815
Sum squared resid	25300.79	Schwarz criterion	10.30693
Log likelihood	-108.7397	Hannan-Quinn criter.	10.19320
F-statistic	6.317516	Durbin-Watson stat	1.916504
Prob(F-statistic)	0.007881		

Inverted AR Roots	.60
-------------------	-----

En nuestra nueva ecuación podemos observar que el Durbin – Watson mejoró llegando a 1.916504 siendo esta cercana a 2 podemos decir que se encuentra corregido.

Luego, se incorporó una variable autorregresiva de Primer Orden y otra variable autorregresiva de Segundo Orden, estas variables ayudaron a perfeccionar el modelo dando solución al problema de Autocorrelación

de los errores en el modelo, considerando de que el error está en función del mismo error pero rezagado hasta el segundo periodo.

Tabla Nº 08: Coeficientes AR (1) Y AR (2)

View	Proc	Object	Print	Name	Freeze	Estimate	Forecast	Stats	Resids
Equation: UNTITLED Workfile: UNTITLED::Untitled\ Dependent Variable: CA Method: Least Squares Date: 01/16/16 Time: 17:01 Sample (adjusted): 3 23 Included observations: 21 after adjustments Convergence achieved after 7 iterations									
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.					
C	1464.345	126.7819	11.55011	0.0000					
CL	-0.504707	0.532116	-0.948490	0.3562					
AR(1)	0.623227	0.252021	2.472912	0.0243					
AR(2)	-0.123691	0.207582	-0.595868	0.5591					
R-squared	0.313560	Mean dependent var	1346.476						
Adjusted R-squared	0.192424	S.D. dependent var	40.98612						
S.E. of regression	36.83227	Akaike info criterion	10.22027						
Sum squared resid	23062.47	Schwarz criterion	10.41923						
Log likelihood	-103.3128	Hannan-Quinn criter.	10.26345						
F-statistic	2.588491	Durbin-Watson stat	2.008545						
Prob(F-statistic)	0.086797								
Inverted AR Roots	.31-.16i	.31+.16i							

El coeficiente de AR(2) presenta una probabilidad de 55.91% de no rechazar H0 la hipótesis nula. Por lo que es significativo no se considera AR(2) y el modelo solo presenta AR(1).

m) Heteroscedasticidad

La heteroscedasticidad significa que la varianza de las perturbaciones no es constante a lo largo de las observaciones, violando un supuesto básico del modelo

Consecuencias

Una pérdida de eficiencia de los estimadores mínimos cuadrados. La varianza del estimador por MCO no es mínima.

Solución:

Reparametrizar el modelo para encontrar la ley de formación de la varianza para cada periodo.

*Como veremos a continuación Eviews8 tiene incorporado varias pruebas para detectar la heteroscedasticidad de los errores.

Supuesto Formal:

$$Y_t = x_t' \beta + \varepsilon_t$$
$$\text{Var}(\varepsilon_t) = E(\varepsilon_t, \varepsilon_t) = \begin{bmatrix} \sigma_1^2 & 0 & 0 \\ 0 & \sigma_2^2 & 0 \\ 0 & 0 & \sigma_T^2 \end{bmatrix}$$

✓ Detección de H

Este análisis se basa en los residuos

- i) Representación gráfica de residuos estimados versus la variable dependiente proyectada o tras variables conocidas, para explicar el comportamiento de la varianza y poder extraer su ley.
- ii) Prueba general de (Goldfeld y Quant, Breusch y Pagan, White)

* Si representamos gráficamente los residuales elevados al cuadrado con la variable dependiente pronosticada (o con cada uno de los regresores ordenados)

* Si en el cuadro de comando digitamos: **genr resid_2=resid^2**

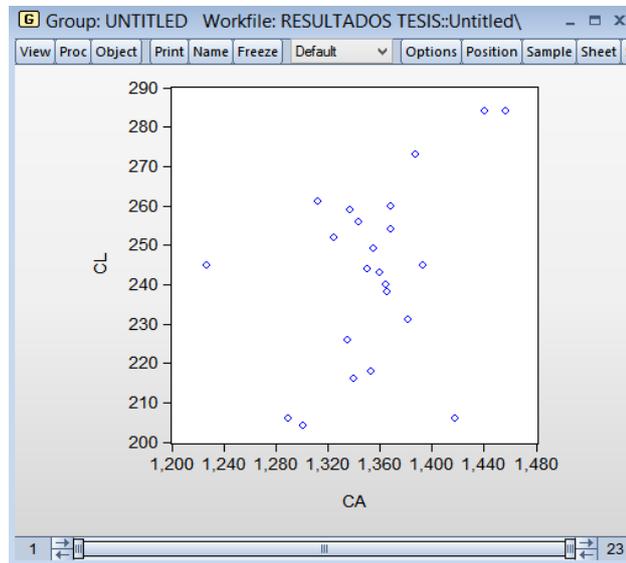
*del cuadro de resultado activamos Forecast/ok hemos generados los valores estimados de la variable dependiente Logmf.

✓ **Por el Contraste de White**

Para realizar el Contraste de White empezaremos a evaluar algunos gráficos el cual nos pueda permitir observar la existencia de dispersión y así poder darnos cuenta de la existencia del problema de heteroscedasticidad en la variable CL (clima laboral) ya que esta es la variable independiente la cual sería la única causante de este problema.

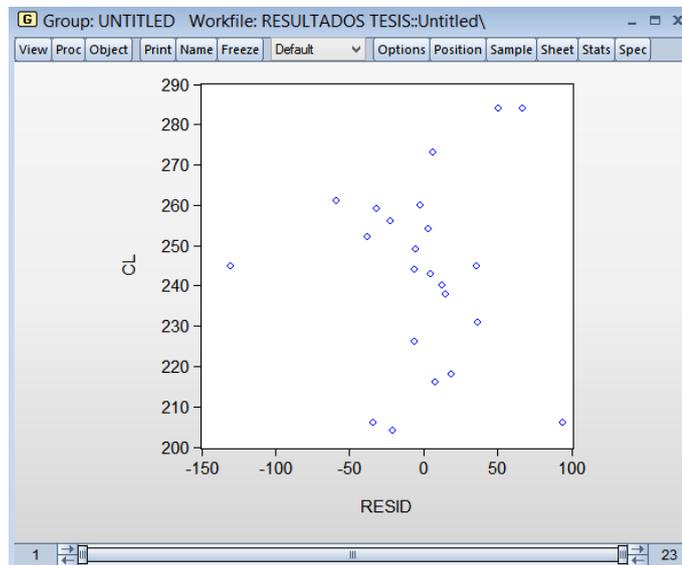
- Prueba Calidad de Atención con Clima Laboral

Gráfico N° 58: Prueba Calidad de Atención con Clima Laboral



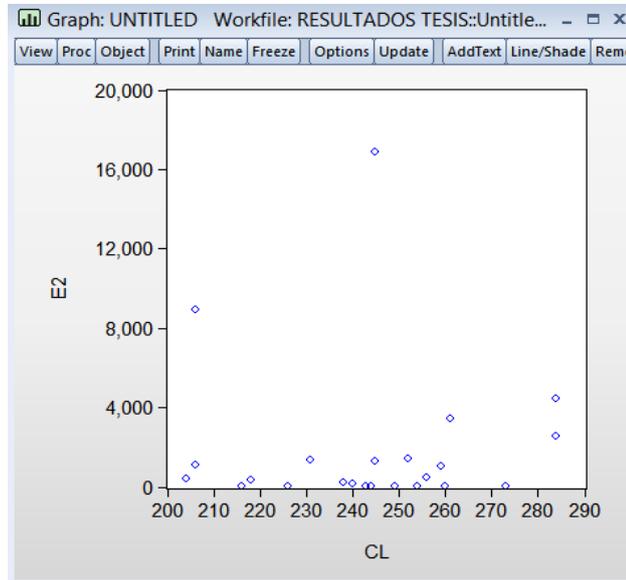
- Prueba de Resid con Clima Laboral

Gráfico N° 59: Prueba de Resid con Clima Laboral



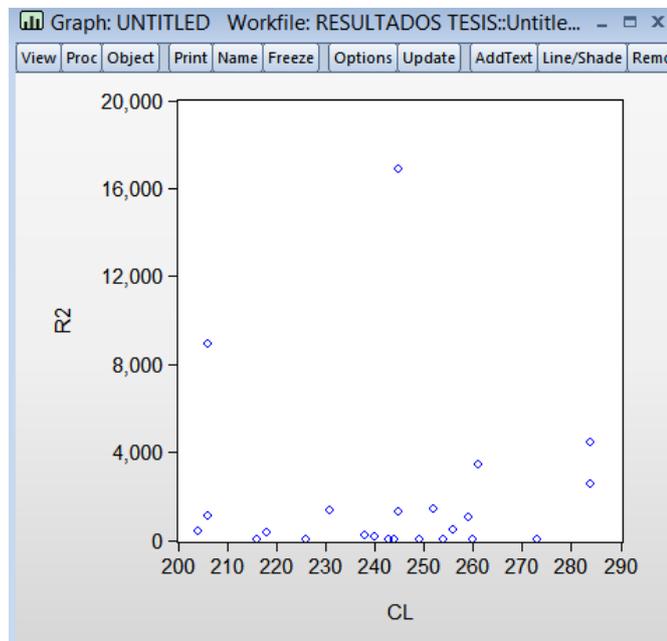
- **GENR E2 = RESID*RESID**

Gráfico N° 60: GENR E2 = RESID*RESID



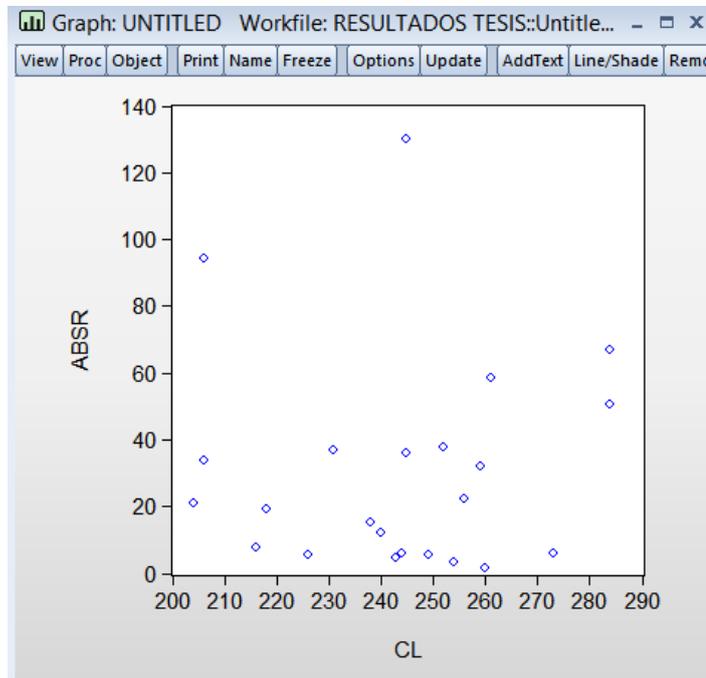
- **GENR R2 = (RESID) ^2**

Gráfico N° 61: GENR R2 = (RESID) ^2



- **GENR ABSR = ABS(RESID)**

Gráfico N° 62: GENR ABSR = ABS(RESID)



Al observar los gráficos nos damos cuenta que muestran un alto grado de dispersión de sus datos por lo tanto confirmamos hay un problema de heteroscedasticidad.

Para solucionar este problema utilizamos el Contraste de White:

La primera alternativa es estimar la matriz de varianzas y covarianzas a partir de una ecuación que se crea la más apropiada para representar la causa de la heterocedasticidad.

Realizamos la metodología de selección de heterocedasticidad con términos no cruzados de esta forma observaremos la existencia de heterocedasticidad entre las variables.

Tabla Nº 09: Heteroscedasticidad

View	Proc	Object	Print	Name	Freeze	Estimate	Forecast	Stats	Resids
Equation: UNTITLED Workfile: RESULTADOS TESIS... - □ ×									
Heteroskedasticity Test: White									
F-statistic		0.138358		Prob. F(2,20)					0.8716
Obs*R-squared		0.313880		Prob. Chi-Square(2)					0.8548
Scaled explained SS		0.496070		Prob. Chi-Square(2)					0.7803
Test Equation:									
Dependent Variable: RESID^2									
Method: Least Squares									
Date: 01/16/16 Time: 17:50									
Sample: 1 23									
Included observations: 23									
Variable		Coefficient	Std. Error	t-Statistic		Prob.			
C		45462.08	83101.12	0.547069		0.5904			
CL^2		0.747748	1.421698	0.525954		0.6047			
CL		-362.3968	689.3691	-0.525693		0.6049			
R-squared		0.013647	Mean dependent var			1931.638			
Adjusted R-squared		-0.084988	S.D. dependent var			3845.844			
S.E. of regression		4005.938	Akaike info criterion			19.55005			
Sum squared resid		3.21E+08	Schwarz criterion			19.69816			
Log likelihood		-221.8256	Hannan-Quinn criter.			19.58730			
F-statistic		0.138358	Durbin-Watson stat			2.169676			
Prob(F-statistic)		0.871613							

Con una probabilidad significativa 87.16% (mayor que 5%), se acepta la hipótesis nula, por lo tanto la varianza es constante y no existe heteroscedasticidad en el modelo. También podemos observar que nuestro Durbin-Watson es de 2.169676 siendo cercana a 2 y de muy buena aceptación.

CONCLUSIONES

- Nuestras Hipótesis son Tautológicas ya que han sido comprobadas por los resultados de la presente investigación.
- El Clima Laboral de los trabajadores incide en la Calidad de atención al Socio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco LTDA N°289, Huánuco - 2015 en un 85,46% según los coeficientes estimados por el método de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO).
- Las condiciones del clima Laboral de los trabajadores en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco LTDA N°289. Huánuco – 2015, Son buenas en 85,46%
- Como característica resaltamos El gusto o agrado por los trabajadores con la labor que les corresponde hacer en un nivel Alto de 54,55% y en un nivel muy alto de 22,73%, en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco LTDA N°289, Huánuco - 2015.
- La calidad en general de la atención al Socio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco LTDA N°289, Huánuco – 2015 fue calificado como Eficiente en un 58.59% y Muy Eficiente en un 12.50% los cuales son traducidos como Satisfechos y Muy Satisfechos.
- Los Atributos de la Calidad de atención son la Amabilidad que fue calificado como eficiente en un 43.49% y como muy eficiente en un 13.54% y La Velocidad en la atención fue calificado como Rápido en un 39.06% y como muy rápido en un 11.72%

- Los Socios Calificaron el ambiente (Aire acondicionado) como muy malo en un 7.55% y malo en un 33.59%.

SUGERENCIAS

- Planteamos que el modelo debe de ser estudiado a grandes rasgos, de acuerdo a las informaciones existentes.
- Incentivar a los estudiantes de la comunidad universitaria a realizar trabajos de investigación aplicada a las variables cualitativas y deben de ser publicadas en las revistas y medios comunicación de la región, a nivel nacional e Internacional.
- Sugerencia para la empresa, mejorar el aire acondicionado de la oficina ubicada en el Jr. Dámaso Beraún N°753 de la plaza de Armas de Huánuco.
- Mantener y mejorar el buen Clima Laboral Actual de la institución para una mayor incidencia positiva en la Calidad de Atención.

BIBLIOGRAFIA

- EZEQUIEL URIEL, Econometría y datos Económicos, Universidad de Valencia, versión: 09-2013 obtenido de:
<http://www.uv.es/uriel/5%20Análisis%20de%20regresión%20multiple%20con%20información%20cualitativa.pdf>
- GUSTAVO HERMINIO TRUJILLO CALAGUA, Econometría con Eviews, Universidad Nacional de Cajamarca, 1ra Edición, Perú, febrero 2010
- HERNÁNDEZ, Sampieri: Metodología de Investigación, quinta edición. México: McGraw-Hill, 2010.
- GUJARATI, Demudar: Econometría Básica, quinta edición, México: McGraw-Hill, 2009.
- HERNÁNDEZ Sampieri, Roberto & FERNÁNDEZ Collado, Carlos & BAPTISTA Lucio, Pilar. Metodología de la Investigación. Editorial McGraw-Hill Companies, Inc. 1a. Edición, Chile, 2010.
- BELTRAN, B.P. (2009). Clima organizacional y desempeño de los trabajadores de la Municipalidad provincial de Huancayo. Huancayo: Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional del Centro del Perú.
- CONTADORES. (1997). A.C.Manual Práctico de Calidad y Productividad a Nivel Internacional. México: Editorial Instituto Mexicano de Contadores Públicos. P.111.

- ESPAÑOLA, R. A. (2015). Diccionario de la lengua Española Obtenido de:
<http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae>
- GUILLEN, M. D. (2003). La Gestión Empresarial.- Equilibrando Objetivos y Valores. Madrid, España.: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- HERRERA, M. G. (2011). Detección de factores de Riesgo en el clima laboral. Mallorca: UNED.
- Likert, R.(1965). Teoría sobre Clima laboral
- Marx, C. (2000). El Capital. México: Editorial Fondo de Cultura Económica
- Moreno, D.C (2012). El Clima organizacional, Definición, Teorías, Dimensiones y Modelos de Abordaje Cundinamarca: UNAD.
- Pesantes, C.C. (2009). La Administración por procesos en la productividad de las empresas, Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial.
- PULIDO, H.G. (2005). Calidad total y la productividad. México: McGraw Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V. p. 25 y 26
- SUMANTH., D. J. (1999). Administración para la productividad total. México: Compañía Editorial Continental, S.A. DE C.V.
- VENEGAS, M. (2002). Productividad Total México: Ediciones Castillo, S.A. de C.V.
- HEVIA, L, “Comportamiento organizacional: un enfoque de Sistemas y Gestión”, Obtenida el 14 de Noviembre del 2015 de:
http://www.inf.utfsm.cl/~lhevia/asignaturas/sdeg/topicos/Comportamiento/1-05_Bases_Conceptuales.ppt

- G.G.M.O Y N.E.N.V G.L.S, “Componentes del clima laboral”, Obtenido el 12 de noviembre del 2015 de:
<http://galeon.com/glsvoca5/COMPORTAMIENTO.HTML>
- MARTINEZ, LUIS. “Clima Organizacional”. Obtenida el 12 de noviembre del 2015 de: <http://www.monografias.com/trabajos6/clior/clior.shtml>
- María del Carmen Sandoval Caravero en el ensayo de administración de citando a LIKERT “Concepto y Dimensiones del Clima Organizacional” Obtenida el 14 de noviembre del 2015 de:
http://www.ceaamer.edu.mx/new/ae4/arh/MOD_3_LECT_3.pdf
- PEREZ, J, VILLALBA, M. 2002, p.332 citado por Martinez Cruz Abigail en el “plan de acción para mejorar el clima laboral de una agencia automotriz”
- WIKIPEDIA DEFINICION DE CALIDAD Obtenido el 14 de noviembre del 2015 de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Calidad>
- FERNANDEZ, P., 2004, p.350 “La Gestión del Marketing de Servicios”, Elementos: obtenido el 14 de noviembre del 2015 de:
<https://books.google.com.pe/books?id=I6-SO2u0FEYC&pg=PA349&lpg=PA349&dq=La+satisfacci%C3%B3n+excelencia+del+dise%C3%B1o,+consistencia+en+la+producci%C3%B3n,+relacion+con+las+expectativas&source=bl&ots=C3k19X78k&sig=0hSBTiBBw4QQTRPEwg5YuVTj5lg&hl=es&sa=X&ved=0CBoQ6AEwAGoVChMIkriR3pOQyQIVguYmCh2S9AXb#v=onepage&q&f=false>

- RUST, ZAHORICK Y KEININGHAM, 1996. Citados por KOENES, 1998, p.56-57. “Diseño del Servicio paso a paso” autor: Días de Santos obtenida el 14 de noviembre del 2015 de:

https://books.google.com.pe/books?id=QtlWeVkurosC&pg=PA56&lpg=PA56&dq=Expectativa+ideal,+lo+que+deberia+ser+y+esperada&source=bl&ots=LDwC9mhk5K&sig=m5nkJ5eIZwZbMv6_Cv43fLCi1aE&hl=es&sa=X&ved=0CBoQ6AEwAGoVChMlvpi4hJiQyQIVieEmCh1nIANG#v=onepage&q=Expectativa%20ideal%2C%20lo%20que%20deberia%20ser%20y%20esperada&f=false

- Julieta Favila Vega y Otros “Ingreso a la Universidad: La Guía un Paso adentro” p.88 obtenido el 14 de noviembre del 2015 de:

https://books.google.com.pe/books?id=xiMwtwtpCrkC&pg=PA58&dq=Proceso+por+el+cual+un+individuo+selecciona,+organiza,+e+interpreta+los+estimulos+para+integrar&hl=es&sa=X&ved=0CBsQ6AEwAGoVChMlp_Hhrp2QyQIVBCQmCh22OgiY#v=onepage&q=Proceso%20por%20el%20cual%20un%20individuo%20selecciona%2C%20organiza%2C%20e%20interpreta%20los%20estimulos%20para%20integrar&f=false

- THOMPSON, I. Elementos que conforman la satisfacción del cliente Obtenido el 15 de noviembre del 2015 de:

<http://rosy-gestion-de-marketing.blogspot.pe/2011/10/44-elementos-para-la-satisfaccion-y-la.html>

- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA definición de Servicio obtenido el 16 de noviembre del 2015 de:
<http://lema.rae.es/drae/srv/search?id=hAmfGypTrDXX2VKKD0KQ>
- Gestipolis definición de Clima laboral Obtenida el 16 de noviembre del 2015 de: <http://www.gestipolis.com/clima-laboral/>
- Gestipolis definición de Relación de jefes Obtenida el 16 de noviembre del 2015 de: <http://www.gestipolis.com/relacion-jefe-subordinado/>
- Definición de, Relación de compañeros Obtenida el 16 de noviembre del 2015 de: <http://definicion.de/companero/>
- UM, Definición de Motivación Obtenida el 16 de noviembre del 2015 de:
<http://www.um.es/docencia/pguardio/documentos/motivacion.pdf>
- Liderazgo Hoy, definición de Líder Obtenida el 16 de noviembre del 2015 de: <http://www.liderazgohoy.com/que-es-un-lider/>
- La voz de Houston, definición de Percepción Obtenida el 16 de noviembre del 2015 de:
<http://pyme.lavoztx.com/teora-de-la-percepcin-del-consumidor-6443.html>
- CLERC, 1985 citado por Ministerio de trabajo y promoción del empleo en el Boletín de Economía laboral N°39 de 12 de Abril del 2008, Condición del entorno laboral. Obtenido el 16 de noviembre del 2015 de:
http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/estadisticas/peel/bel/BEL_39.pdf

- Diccionario de Marketing, Cultural S.A., Edición 1999, Pág. 54.
- Müller de la Lama, Enrique; “Cultura de la calidad de servicio”; Editorial Trillas; México, 1999; p. 56.
- “Wikipedia-Enciclopedia libre” el 16 de noviembre del 2015 de:
<https://es.wikipedia.org/wiki/Conflicto>
- MONICA MARQUEZ PEREZ, Satisfacción con el rol y potencial motivador del puesto. Obtenido el 16 de noviembre del 2015 de:
<http://www.monografias.com/trabajos10/sala/sala.shtml>
- “Definición ABC” el 16 de noviembre del 2015 de:
 - ✓ Frustración:
<http://www.definicionabc.com/social/frustracion.php>
 - ✓ Satisfacción del Cliente:
<http://www.definicionabc.com/negocios/satisfaccion-del-cliente.php>
 - ✓ Atención al Cliente:
<http://www.definicionabc.com/economia/atencion-al-cliente.php>
 - ✓ Servicio:
<http://www.definicionabc.com/economia/servicio.php>

ANEXOS

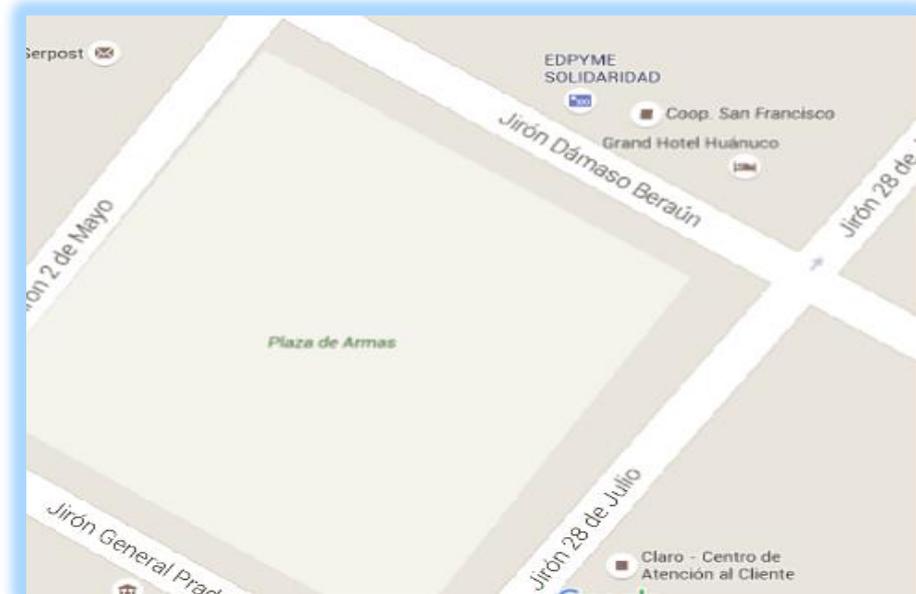
ANEXO N°01

Vista fotográfica y Mapa vial de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco LTDA N°289 del distrito de Huánuco, ubicada en el Jr. Dámaso Beraún N°389.



ANEXO N°02

Vista fotográfica y Mapa vial de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco LTDA N°289 del distrito de Huánuco, ubicada en el Jr. Dámaso Beraún N°753



ANEXO N° 03

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS SOCIOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SAN FRANCISCO LTDA N° PARA LA MEDICION DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE – HUÁNUCO, 2015.

Sr. Encuestado responda las preguntas marcando con una (X) con total sinceridad y de manera objetiva sobre su experiencia basada en la atención al cliente para garantizar los resultados del presente estudio, Gracias.

1. ¿Cómo califica usted la calidad en general de la atención?				
a) Muy deficiente	b) Deficiente	c) Ni Deficiente, Ni Eficiente	d) Eficiente	e) Muy Eficiente
2. ¿Cómo califica usted el Periodo de Tiempo que esperó antes de que lo atendieran?				
a) Muy Bajo	b) Bajo	c) Ni Alto, Ni bajo	d) Alto	e) Muy Alto
3. ¿Qué Opina con respecto a la Explicación básica del producto o servicio por parte del vendedor?				
a) Muy deficiente	b) Deficiente	c) Ni Deficiente, Ni Eficiente	d) Eficiente	e) Muy Eficiente
4. ¿Qué nivel de Conocimiento considera usted que tiene el trabajador sobre el producto o servicio?				
a) Muy deficiente	b) Deficiente	c) Ni Deficiente, Ni Eficiente	d) Eficiente	e) Muy Eficiente
5. ¿Cómo califica usted el Ofrecimiento del vendedor de productos o servicios similares y económicos?				
a) Muy deficiente	b) Deficiente	c) Ni Deficiente, Ni Eficiente	d) Eficiente	e) Muy Eficiente
6. ¿Cómo califica usted la Amabilidad del personal en el momento de la atención?				
a) Muy deficiente	b) Deficiente	c) Ni Deficiente, Ni Eficiente	d) Eficiente	e) Muy Eficiente
7. ¿Cómo califica usted la Localización del personal para la atención?				
a) Muy deficiente	b) Deficiente	c) Ni Deficiente, Ni Eficiente	d) Eficiente	e) Muy Eficiente
8. ¿Cómo califica usted la Disponibilidad del personal en el momento de la atención?				
a) Muy deficiente	b) Deficiente	c) Ni Deficiente, Ni Eficiente	d) Eficiente	e) Muy Eficiente
9. ¿Cómo califica usted la Persuasión por parte del personal para efectuar el servicio?				
a) Muy deficiente	b) Deficiente	c) Ni Deficiente, Ni Eficiente	d) Eficiente	e) Muy Eficiente
10. ¿Cómo califica usted la Atención personalizada por parte del personal?				
a) Muy deficiente	b) Deficiente	c) Ni Deficiente, Ni Eficiente	d) Eficiente	e) Muy Eficiente
11. ¿Cómo califica usted la Paciencia del personal?				
a) Muy deficiente	b) Deficiente	c) Ni Deficiente, Ni Eficiente	d) Eficiente	e) Muy Eficiente
12. ¿Cómo califica usted la Igualdad en la atención por parte del personal?				
a) Muy deficiente	b) Deficiente	c) Ni Deficiente, Ni Eficiente	d) Eficiente	e) Muy Eficiente
13. ¿Cómo califica usted el Tiempo para completar la transacción?				
a) Muy Bajo	b) Bajo	c) Ni Alto, Ni bajo	d) Alto	e) Muy Alto
14. ¿Cómo califica usted la temperatura del ambiente (aire acondicionado)?				

a) Muy Bajo	b) Bajo	c) Ni Alto, Ni bajo	d) Alto	e) Muy Alto
15. ¿Qué calificación merece la infraestructura e instalaciones de la institución?				
a) Muy Bajo	b) Bajo	c) Ni Alto, Ni bajo	d) Alto	e) Muy Alto
16. ¿Cómo califica usted la comodidad mobiliaria?				
a) Muy Bajo	b) Bajo	c) Ni Alto, Ni bajo	d) Alto	e) Muy Alto
17. ¿Cómo califica usted la comodidad en los ambientes administrativos de la institución?				
a) Muy Bajo	b) Bajo	c) Ni Alto, Ni bajo	d) Alto	e) Muy Alto
18. ¿Cómo califica usted la apariencia de los empleados de la institución?				
a) Muy Malo	b) Mal	c) Regular	d) Bueno	e) Muy bueno
19. ¿Cómo calificaría usted la atención oportuna y esmerada en el aspecto administrativo?				
a) Muy Malo	b) Mal	c) Regular	d) Bueno	e) Muy bueno
20. ¿En qué medida Considera usted que el trato de los empleados es cordial, atento y oportuno?				
a) Muy Bajo	b) Bajo	c) Ni Alto, Ni bajo	d) Alto	e) Muy Alto
21. ¿En qué medida Considera usted que el trato de la gerencia es cordial, atento y oportuno?				
a) Muy Bajo	b) Bajo	c) Ni Alto, Ni bajo	d) Alto	e) Muy Alto
22. ¿Qué calificación merece la atención que brinda la presente institución?				
a) Muy Malo	b) Mal	c) Regular	d) Bueno	e) Muy bueno
23. ¿Qué calificación merece el nivel de conocimiento que posee el personal respecto al servicio que ofrece la institución?				
a) Muy Bajo	b) Bajo	c) Ni Alto, Ni bajo	d) Alto	e) Muy Alto

¡Gracias por su tiempo!

ANEXO N° 04

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS TRABAJADORES DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SAN FRANCISCO LTDA N°289 PARA LA MEDICION DEL CLIMA LABORAL- HUÁNUCO, 2015.

Sr. Encuestado responda las preguntas marcando con una (X) con total sinceridad y de manera objetiva sobre su experiencia laboral para garantizar los resultados del presente estudio, Gracias.

1. ¿Qué Nivel de Satisfacción tiene con respecto a la trayectoria de la Institución?				
a) Nada Satisfecho	b) Casi Nada Satisfecho	c) Poco Satisfecho	d) Satisfecho	e) Muy Satisfecho
2. ¿En qué medida Le agrada trabajar en la institución?				
a) No Me Agrada	b) Casi No Me Agrada	c) Me Agrada Poco	d) Me Agrada	e) Me Agrada Mucho
3. ¿Cuán integrado se siente en esta institución?				
a) Nada Integrado	b) Casi Nada Integrado	c) Poco Integrado	d) Integrado	e) Muy Integrado
4. ¿Cuán adecuada Iluminación tiene usted en su espacio de trabajo?				
a) Muy Mala	b) Mala	c) Regular	d) Buena	e) Muy buena
5. ¿Cuán adecuada es para usted la temperatura en su ambiente de trabajo?				
a) Muy Mala	b) Mala	c) Regular	d) Buena	e) Muy buena
6. ¿Cuán seguro son las condiciones contra el fuego, sismo u otros accidentes en la empresa?				
a) Muy Mala	b) Mala	c) Regular	d) Buena	e) Muy buena
7. ¿Cuán cómodo le resulta Su puesto de trabajo?				
a) Muy Malo	b) Mal	c) Regular	d) Bueno	e) Muy bueno
8. ¿Cuán Adecuadas son Las herramientas de trabajo?				
a) Muy Malo	b) Mal	c) Regular	d) Bueno	e) Muy bueno
9. ¿Qué nivel de apoyo tuvo los primeros días cuando ingresó a la institución?				
a) Muy Bajo	b) Bajo	c) Regular	d) Alto	e) Muy Alto
10. ¿Qué Nivel de Percepción tiene Acerca de la existencia de preferencias laborales en la Institución?				
a) Muy Bajo	b) Bajo	c) Regular	d) Alto	e) Muy Alto
11. ¿Qué nivel de cooperación y colaboración existe En su equipo de trabajo, aun en momentos difíciles?				
a) Muy Bajo	b) Bajo	c) Regular	d) Alto	e) Muy Alto
12. ¿Qué nivel de relación laboral y amical existe entre usted y sus compañeros?				
a) Muy Bajo	b) Bajo	c) Regular	d) Alto	e) Muy Alto
13. ¿Qué nivel de preocupación tiene La empresa por fomentar buenas relaciones interpersonales?				
a) Muy Bajo	b) Bajo	c) Regular	d) Alto	e) Muy Alto
14. ¿Alguna vez Ha sido agredido verbalmente por alguno de sus compañeros?				
a) Nunca	b) Casi Nunca	c) Regularmente	d) Casi Siempre	e) Siempre
15. ¿Alguna vez Ha sido agredido Físicamente por alguno de sus compañeros?				
a) Nunca	b) Casi Nunca	c) Regularmente	d) Casi Siempre	e) Siempre
16. ¿Con qué Frecuencia realiza reuniones La institución con todo el personal?				
a) Nunca	b) Casi Nunca	c) Regularmente	d) Casi Siempre	e) Siempre

17. ¿Con qué Frecuencia realiza La empresa reconocimientos y premiaciones a los esfuerzos de sus trabajadores?				
a) Nunca	b) Casi Nunca	c) Regularmente	d) Casi Siempre	e) Siempre
18. ¿Qué nivel de igualdad de oportunidades existe entre los empleados en la Institución?				
a) Muy Bajo	b) Bajo	c) Regular	d) Alto	e) Muy Alto
19. ¿Qué nivel de su Remuneración y Beneficios recibe acorde al trabajo que realiza?				
a) Muy Bajo	b) Bajo	c) Regular	d) Alto	e) Muy Alto
20. ¿Cuán Conforme esta con el Sueldo que le paga la Institución?				
a) Muy Disconforme	b) Disconforme	c) Regular	d) Conforme	e) Muy Conforme
21. ¿Con qué Frecuencia Participa usted en la solución conjunta de los problemas de la empresa?				
a) Nunca	b) Casi Nunca	c) Regularmente	d) Casi Siempre	e) Siempre
22. ¿Qué Nivel De Comunicación considera usted que Existe entre los jefes y empleados de la Empresa?				
a) Muy Bajo	b) Bajo	c) Regular	d) Alto	e) Muy Alto
23. ¿Qué nivel de trabajo de coordinación existe con las demás áreas y/o unidades de la empresa?				
a) Muy Bajo	b) Bajo	c) Regular	d) Alto	e) Muy Alto
24. ¿Qué nivel de gusto siente usted con el trabajo que le corresponde hacer?				
a) Muy Bajo	b) Bajo	c) Regular	d) Alto	e) Muy Alto
25. ¿Qué nivel de Sensación de logro personal le suele dar Su trabajo?				
a) Muy Bajo	b) Bajo	c) Regular	d) Alto	e) Muy Alto
26. ¿Qué nivel de Estabilidad Laboral encuentra En la Empresa?				
a) Muy Bajo	b) Bajo	c) Regular	d) Alto	e) Muy Alto

¡Gracias por su tiempo!

Nota: Las preguntas 14, 15 y 19 son preguntas para el control interno.

NOTA BIOGRÁFICA

Autores: Rolando Palacios, Juan José, Sánchez López Angelo Giovanni

Lugar y Fecha de Nacimiento: Ciudad de Huánuco, Distrito de Amarilis y 17 de Julio de 1992, 7 de Noviembre de 1991 respectivamente.

Centro Educativo de Estudios Secundarios: Colegio Seminario San Luis Gonzaga de Huánuco.

Universidad: Universidad Nacional Hermilio Valdizán

Facultad: Ciencias Económicas

Bachillerato: 02 de Diciembre del año 2015.