

11.3%

Fecha: 2023-12-12 03:34 UTC

* Todas las fuentes 36 Fuentes de internet 34 Documentos propios 2

- [0] [kupdf.net/download/manual-de-recursos-humanos_Sbc92597e2b6f5c859d82ed7_pdf](#)
4.3% 38 resultados
- [1] [www.gestiopolis.com/clima-organizacional-motivacion-y-satisfaccion-laboral/](#)
1.5% 12 resultados
- [2] [www.biblioteca.usac.edu.gt/tesis/13/13_1999.pdf](#)
1.4% 13 resultados
- [3] [www.academia.edu/39683599/Clima_Organización_y_satisfacción_Laboral_de_los_trabajadores_de_la_empresa_LA_YAYA_DEL_AÑO_2019](#)
1.1% 10 resultados
- [4] "16. PASTOR ORTIZ.pdf" fechado del 2023-12-12
0.8% 14 resultados
- [5] [www.worki360.com/clima-laboral/Clima-Organizacional-Chiavenato](#)
0.7% 10 resultados
- [6] "4. Informe de tesis completo - engagement laboral y comunicación interna 13-11-2023.pdf" fechado del 2023-12-06
0.2% 7 resultados
- [7] [repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/11660/2018carlosdiazsebastiangranados.pdf?sequence=1](#)
0.4% 5 resultados
- [8] [repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/43718/8/2022_Manosalva_Villamizar_factores_familiares_predominantes.pdf](#)
0.3% 5 resultados
- [9] [sites.google.com/site/capacitacionalosdocentes/proceso-de-comunicaci](#)
0.5% 4 resultados
- [10] [dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/25153/1/MSQ616.pdf](#)
0.3% 5 resultados
- [11] [scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000200022](#)
0.2% 5 resultados
- [12] [www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-05312023000200101](#)
0.1% 4 resultados
- [13] [repositorio.uroosevelt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14140/897/TESIS_NELLY_YENNY.pdf?sequence=1](#)
0.3% 5 resultados
- [14] [blog.hubspot.es/sales/ejemplos-metas-de-empresa](#)
0.3% 3 resultados
- [15] [www.zendesk.com.mx/blog/como-fidelizar-los-clientes/](#)
0.2% 3 resultados
- [16] [invasat.gva.es/documents/161660384/161741933/TUDELA_CARRILLO_Francisco_Andres_2013_La_prevenición_y_el_afrontamiento_del_sindrome_de_burnout_en_los_do](#)
0.2% 3 resultados
- [17] [blog.hubspot.es/service/guia-fidelidad-cliente](#)
0.2% 3 resultados
- [18] [tesisymasters.com.co/tecnicas-de-investigacion/](#)
0.0% 2 resultados
- [19] [www.bing.com/ck/a?!&p=877f700c2d81a091JmldHM9MTcwMj1MjgwMCZpZ3VpZD0xOTk0NTE1MS1mZTY4LTZhOGYtMmZhYi00MmI0ZmYyNjZiZTQmaW5zaWQ9NTIxNg&ptn=3&ver=2&hs](#)
0.3% 1 resultados
- [20] [www.academia.edu/39600705/TRABAJO_EN_EQUIPO_Y_CLIMA_ORGANIZACIONAL_Estudio_realizado_en_colaboradores_del_Hotel_del_Campo_de_Quetzaltenango_](#)
0.2% 3 resultados
- [21] [context.reverso.net/translation/spanish-english/producto_o_del_servicio_prestado](#)
0.2% 2 resultados
- [22] [www.bing.com/ck/a?!&p=aa4f9e189bc1846JmldHM9MTcwMj1MjgwMCZpZ3VpZD0xOTk0NTE1MS1mZTY4LTZhOGYtMmZhYi00MmI0ZmYyNjZiZTQmaW5zaWQ9NTE5NA&ptn=3&ver=2&f](#)
0.2% 1 resultados
- [23] [www.bing.com/ck/a?!&p=fbca380cefb5247JmldHM9MTcwMj1MjgwMCZpZ3VpZD0yMGwWZGQwYS00YTMT3LTZhDYmZgwNy1jZWVwNGlwZDZINGQmaW5zaWQ9NTE5NA&ptn=3&ver=2](#)
0.2% 1 resultados
- [24] [estudyando.com/hipotesis-causales-y-relacionales-definiciones-y-ejemplos/](#)
0.2% 2 resultados
- [25] [ayudacontable.com/tributario/compliance-tributario-servicios-intragrupos/](#)
0.2% 3 resultados
- [26] [www.rsm.global/peru/es/aportes/blog-rsm-peru/precios-de-transferencia-que-es-un-test-de-beneficio](#)
0.2% 3 resultados
- [27] [www.linguee.com/spanish-english/translation/estos_resultados_coinciden_con_los_hallazgos_de.html](#)
0.2% 2 resultados
- [28] [www.bing.com/ck/a?!&p=b2218f67eeefc122JmldHM9MTcwMj1MjgwMCZpZ3VpZD0yNWwWZGQwYS00MmI0ZmYyNjZiZTQmaW5zaWQ9NTE5NA&ptn=3&ver=2&hs](#)
0.2% 1 resultados
1 documento con coincidencias exactas
- [30] [www.linguee.com/spanish-english/translation/estos_resultados_coinciden_con.html](#)
0.2% 2 resultados
1 documento con coincidencias exactas
- [32] [www.monografias.com/trabajos108/comunicacion-powerpoint/comunicacion-powerpoint](#)
0.1% 1 resultados
- [33] [www.bing.com/ck/a?!&p=093104f0563fd170JmldHM9MTcwMj1MjgwMCZpZ3VpZD0yOTFMTVINI1jNTgwLTZjODctMmZjMy0wNjAzYzQ1YjZkY2QmaW5zaWQ9NTE5MA&ptn=3&ver=2&hsh=](#)
0.0% 1 resultados
- [34] [www.bing.com/ck/a?!&p=39eb28fdd6acba3eJmldHM9MTcwMj1MjgwMCZpZ3VpZD0yYmZiYy0yNTZiLTZlY4NWwWZGQwYS00MmI0ZmYyNjZiZTQmaW5zaWQ9NTE5MQ&ptn=3&ver=2&hs](#)
0.1% 1 resultados
- [35] [es.scribd.com/document/443383239/ANDRAGOGIA-EN-LA-UNESR](#)

0.1% 1 resultados

✓ [36] 0.1% 1 resultados
www.linguee.com/spanish-english/translation/relación significativa entre.html

✓ [37] 0.1% 1 resultados
dof.gob.mx/2021/CRE/CRE_311221.pdf

60 páginas, 9224 palabras

⚠ Se detectó un color de texto muy claro que podría ocultar caracteres utilizados para combinar palabras.

Nivel del plagio: 11.3% seleccionado / 13.9% en total

113 resultados de 38 fuentes, de ellos 36 fuentes son en línea.

Configuración

Directiva de data: *Comparar con fuentes de internet, Comparar con documentos propios*

Sensibilidad: *Media*

Bibliografía: *Considerar Texto*

Detección de citas: *Reducir PlagLevel*

Lista blanca: --

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**CLIMA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD DEL
SERVICIO AL CLIENTE EN LA CLÍNICA SAN
LORENZO S.R.L., CAJAMARCA 2023.**

Abanto Medina Jhon Alexander

Quiroz Infante Yovanna Carito

Asesor:

Mg. Anthony Rabanal Soriano

Cajamarca – Perú

Agosto – 2023

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CLIMA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD DEL SERVICIO AL
CLIENTE EN LA CLÍNICA SAN LORENZO S.R.L., CAJAMARCA 2023.**

Tesis presentada en cumplimiento parcial de los requerimientos para optar por el
Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas

PRESENTADA POR:

Bach: Abanto Medina Jhon Alexander

Bach: Quiroz Infante Yovanna Carito

Asesor:

Mg. Anthony Rabanal Soriano

Cajamarca – Perú

Agosto – 2023

COPYRIGHT © 2023 by
Bach. ABANTO MEDINA, Jhon Alexander
Bach. QUIROZ INFANTE, Yovanna Carito
Todos los derechos reservados

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBACIÓN DE TESIS PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL

**CLIMA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD DEL SERVICIO AL
CLIENTE EN LA CLÍNICA SAN LORENZO S.R.L., CAJAMARCA 2023.**

Presidente: Dr. MONTENEGRO DÍAZ, Víctor Hugo

Secretario: Mg. VELASCO LUZA, Luis Felipe

Vocal: Mg. RABANAL SORIANO, Anthony

Asesor: Mg. RABANAL SORIANO, Anthony

A:

Dios quien supo guiarme por el buen camino, darme la sabiduría y fuerzas necesarias para no desmayar antes los problemas; a mis hijos (Caleb Said, Thiago Alexander), a mi esposo Elmer, a mis padres (Carmen Rosa y Salatiel) y mis hermanos, personas más importantes de mi vida quienes me brindaron su apoyo incondicional para luchar y seguir adelante cumpliendo cada una de mis metas.

Yovanna Carito Quiroz Infante

Dedico esta tesis a Dios, por darme la fuerza necesaria para culminar mi profesión. A mis padres, por todo su apoyo para culminar esta meta. Y finalmente a mi esposa e hija que siempre estuvieron a mi lado brindándome también todo ese apoyo incondicional para luchar y seguir adelante.

Jhon Alexander, Abanto Medina

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a mis hijos, a mi esposo, a mis padres, a mis hermanos quienes siempre me brindaron su apoyo incondicional para cumplir mis objetivos personales y académicos. Agradezco también a la Universidad UPAGU por haberme aceptado ser parte de ella para poder estudiar mi carrera profesional, así como también a los diferentes docentes que brindaron sus conocimientos y su apoyo para seguir adelante día a día. Por último, a todos mis compañeros quien mucho de ellos se han convertido en mis amigos, hermanos con lo que compartí muchas horas, días de estudio, trabajos realizados y las anécdotas vividas con cada uno de ellos. Agradezco a cada directivo por su trabajo y su gestión que me ha permitido obtener mi tan ansiado título.

Yovanna carito Quiroz Infante

Primeramente, doy gracias a Dios por permitirme tener tan buena experiencia dentro de mi universidad, gracias a la universidad por permitirme convertirme en un profesional en lo que tanto me apasiona. Gracias a cada maestro que hizo parte de este proceso integral de formación, que deja como producto terminado a este grupo de graduados y como recuerdo y prueba viviente en la historia de mi carrera profesional y ahora poder obtener mi tan ansiado título profesional.

Jhon Alexander Abanto Medina

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar la relación del clima organizacional en la satisfacción al cliente de la Empresa clínica San Lorenzo SRL; la metodología que se usará en la presente investigación será de tipo descriptiva correlacional con corte transversal, investigación básica y se identificarán en la empresa deficiencias que afectan en el ambiente de trabajo, en la gestión de la administración y en el desarrollo productivo de la empresa.

Esta investigación sea de gran utilidad a los directores para poder tomar acciones para mejorar el ambiente de trabajo y principalmente el clima que presenta la organización.

PALABRAS CLAVES: Clima, comunicación, motivación, ambiente físico, clima organizacional, compromiso.

ABSTRACT

The objective of this research work is to analyze the relationship between the organizational climate in customer satisfaction of the San Lorenzo SRL Clinic Company; The methodology that will be used in the present investigation will be of a descriptive correlational type with a cross-section, basic research and deficiencies that affect the work environment, the administration management and the productive development of the company will be identified in the company.

This research is very useful for directors to take actions to improve the work environment and mainly the organization's climate

KEYWORDS: Climate, communication, motivation, physical environment, organizational climate, commitment.

ÍNDICE (CONTENIDO)

Dedicatoria	2
Agradecimiento	3
Resumen	4
Abstract	5
Índice	6
LISTA DE TABLAS	7
LISTA DE GRÁFICOS	7
LISTA DE FIGURAS	7
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	8
1. Planteamiento del problema	10
1.1. Descripción de la realidad problemática	11
1.2. Definición del Problema	11
1.3. Objetivos	12
1.4. Justificación e Importancia	12
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	14
2. Fundamentos teóricos de la investigación	14
2.1. Antecedentes Teóricos	14
2.2. Marco Histórico	16
2.3. Marco Teórico	20
2.4. Marco Conceptual	29
2.5. Hipótesis	32
CAPÍTULO III: MÉTODO	35
3.1. Tipo de Investigación	35
3.2. Diseño de Investigación	35
3.3. Área de Investigación	35
3.4. Población	36
3.5. Muestra 28	37
3.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	37
3.7. Técnicas para el procesamiento y análisis de datos	37
3.8. Interpretación de datos	37
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	53
4. Presentación, análisis e interpretación de resultados	53
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	56
5.1. Conclusiones	56
5.2. Recomendaciones	56

REFERENCIAS.....	58
LISTA DE ABREVIATURAS	60
GLOSARIO.....	61
ANEXOS.....	62
ANEXOS A.....	63
ANEXOS B.....	65

LISTA DE TABLAS
LISTA DE GRÁFICOS
LISTA DE FIGURAS

INTRODUCCIÓN

La empresa Clínica San Lorenzo según sus trabajadores cuentan con muchas deficiencias con respecto al clima organizacional; lo cual si existe desmotivación del personal eso llevará a bajar la productividad, afectando así el servicio que brindan al usuario. Es por ello que mediante esta investigación se pretende responder a esta pregunta ¿De qué manera el clima organizacional se relaciona con la calidad del servicio al cliente en La clínica San Lorenzo de Cajamarca, 2023?

Asimismo, tiene como objetivo determinar la relación del clima organizacional y la calidad del servicio al cliente en la empresa Clínica San Lorenzo S.R.L.

La Justificación teórica, donde las variables de investigación empleadas permitirán a través del uso de teorías dar consistencia a la investigación científica; en donde se buscará determinar la relación entre el clima laboral y calidad del servicio al cliente en La clínica San Lorenzo de Cajamarca, 2023.

Justificación metodológica, para el logro de los objetivos se utilizará técnicas de investigación e instrumentos de validación que permitan medir las variables para dar a conocer una propuesta de mejora que ayude contribuir con algunas precisiones para mejorar la discusión de la comunidad científica en la temática y, asimismo, servirá de base, antecedente y fuente de consulta para otras investigaciones.

Justificación práctica, es fundamental porque demostrará los resultados obtenidos después de realizada la investigación, porque permitirá a los empresarios tomar decisiones en función a esta investigación para optimizar el clima laboral de su empresa, mejorar el servicio al cliente y posicionarse en el mercado frente a su competencia.

Y como Diseño Metodológico de investigación que se utilizó Descriptivo Correlacional, ya que tiene como objetivo principal determinar la relación que existe entre dos variables en este caso particular, determinar la relación entre el clima organizacional y la calidad del servicio al cliente en la Clínica San Lorenzo S.R.L; la cual se analizó a través de instrumento de análisis (IBM SPSS Statistics 20) para identificar el nivel de relación entre las variables.

CAPITULO I:

1. Planteamiento del problema.

El clima organizacional es un tema que no tiene mucha importancia por los gerentes de la Universidad Nacional del Pilar ya que están enfocándose en la competencia y dejan de lado el ambiente laboral de sus trabajadores afectando así el desempeño y la atención que brindan a los clientes. (Cristaldo, 2020).

Asimismo, por la falta de interés en el clima laboral puede afectar en la educación que brindan a sus estudiantes como en el servicio prestado por personal administrativo ya que deben cumplir con los altos estándares de calidad. (Cristaldo, 2020).

En las empresas que brindan el servicio de call center están capacitados para resolver consultas sobre dudas de cliente sobre el servicio brindado o el producto adquirido; pero estas empresas tienen deficiencias que desmotiva al personal como presión para lograr los indicadores propuestos, y los teleoperadores trabajan muchas horas por poca rotación. (Alvarado, 2022).

En la Empresa de Telecomunicaciones su clima laboral es ineficiente; lo cual ha provocado que los trabajadores se sientan desmotivados y bajen su rendimiento en el logro de indicadores de rendimiento afectando así la atención que brindan a los clientes. (Salcedo, 2022).

La empresa del rubro Facility Services está orientado a brindar un servicio de calidad a sus clientes porque el mayor porcentaje de sus ventas influyen en la solvencia de su empresa. (Meza y Chicchón, 2019)

1.1. Descripción de la realidad problemática

La realidad problemática de la relación entre el clima organizacional y calidad de servicio, es una preocupación constante del ambiente laboral de la clínica; teniendo en cuenta la problemática del desempeño de los trabajadores para brindar la calidad del servicio al cliente.

1.2. Definición del Problema.

La investigación se puede formular mediante la siguiente interrogante general.

¿De qué manera el clima organizacional se relaciona con la calidad del servicio al cliente en La clínica San Lorenzo de Cajamarca, 2023?

Interrogantes específica

- a) ¿Cómo es el clima organizacional en la empresa Clínica San Lorenzo SRL?
- b) ¿Cómo es la calidad del servicio al cliente en la empresa Clínica San Lorenzo SRL?
- c) ¿Cómo es la relación del clima organizacional en la calidad del servicio al cliente en la empresa Clínica San Lorenzo SRL?

1.3. Objetivos.

1.3.1. Objetivo general.

Determinar la relación del clima organizacional y la calidad del servicio al cliente en la empresa Clínica San Lorenzo S.R.L.

1.3.2. Objetivos específicos.

- Identificar el clima organizacional en la empresa Clínica San Lorenzo S.R.L.
- Identificar la calidad del servicio al cliente en la empresa Clínica San Lorenzo S.R.L.
- Identificar la relación del clima organizacional en la calidad del servicio al cliente en la empresa Clínica San Lorenzo S.R.L.

1.4. Justificación e importancia.

Justificación teórica, donde las variables de investigación empleadas permitirán a través del uso de teorías dar consistencia a la investigación científica; en donde se buscará determinar la relación entre el clima laboral y calidad del servicio al cliente en La clínica San Lorenzo de Cajamarca, 2023.

Justificación metodológica, para el logro de los objetivos se utilizará técnicas de investigación e instrumentos de validación que permitan medir las variables para dar a conocer una propuesta de mejora que ayude contribuir con algunas precisiones para mejorar la discusión de la

comunidad científica en la temática y asimismo, servirá de base, antecedente y fuente de consulta para otras investigaciones.

Justificación práctica, es fundamental porque demostrará los resultados obtenidos después de realizada la investigación, porque permitirá a los empresarios tomar decisiones en función a esta investigación para optimizar el clima laboral de su empresa, mejorar el servicio al cliente y posicionarse en el mercado frente a su competencia.

CAPITULO II:

MARCO TEÓRICO

2. Fundamentos teóricos de la investigación.

2.1. Antecedentes Teóricos

Pino, Perdomo y Almario (2022) en su tesis titulada “*Clima organizacional y percepción de calidad de los servicios de salud en la ESE SAVID Molina Muñoz*”, tiene como objetivo identificar el clima laboral que rodea los funcionarios de la ESE DAVID MOLINA MUÑOZ, y determinar si existe una relación directa entre el ambiente laboral y la percepción que se tiene externamente sobre la calidad de los servicios de salud ofertados por la institución, se utilizó una investigación de enfoque cuantitativo, analítico transversal, y se llegó a las conclusiones el clima organizacional en la ESE DAVID MOLINA MUÑOZ en las dimensiones y las variables que se analizaron no se encuentra con calificación por debajo de 2,5; sin embargo, con respecto al clima organización podemos indicar que se evidencia en un nivel satisfactorio basado en el desempeño laboral, visualizando que el liderazgo y la motivación prevalece en los dos tipos de contratación y abarca a nivel administrativo y asistencial, mientras que la participación y la reciprocidad se visualizan como las más debilidades en lo que abarca el intercambio de la información, involucración al cambio y la retribución, siendo este aspecto a tener en cuenta para fortalecer en la institución.

Racho (2022) en su tesis titulada “*Clima organizacional y calidad del servicio de trabajadores de una unidad de gestión educativa local en una provincia de Amazonas*”, tiene como objetivo analizar la relación que existe entre el clima organizacional y la calidad del servicio de los trabajadores de una Unidad de Gestión Educativa Local de una provincia de Amazonas, utilizó la metodología de tipo básica con diseño no experimental, descriptiva correlacional, de corte transversal, y se llegó a las siguientes conclusiones el clima organizacional tuvo una relación positiva muy fuerte con la calidad del servicio, siendo la Correlación de Spearman es 992, y el valor de significancia es ,000 < ,05 margen de error permitido, en ese contexto se evidencia que, a mejor clima organizacional, mayor será la calidad del servicio de los trabajadores.

Cabanillas (2022) en su tesis “Relación de clima organizacional y calidad de servicio en farmacia, durante pandemia del Hospital Regional Docente de Trujillo, 2021”, se tuvo como objetivo determinar la relación entre clima organizacional y calidad de servicio en Farmacia, durante pandemia COVID-19 del Hospital Regional Docente de Trujillo, 2021, el diseño de investigación que se aplicó fue un diseño metodológico no experimental de corte transversal y nivel correlacional, así como un enfoque cuantitativo y se llegó a las siguientes conclusiones: el clima organizacional tiene el 64% de satisfacción los trabajadores, al igual que el nivel de calidad de servicio, de acuerdo al 74% de los mismos. Mientras que, a nivel inferencial se obtuvo una significancia de 0,015 ($p < 0,05$). Ante ello, se

aceptó la hipótesis de investigación concluyendo que existe una relación significativa entre el clima organizacional con la calidad de servicio, por lo que, cuanto mayor nivel de clima organizacional, mayor será la calidad del servicio.

Guerra y Ávila (2019) en su tesis *“Relación del clima laboral y la satisfacción del cliente externo de Daruchi Solutions S.A.C como parte de una estrategia de internacionalización”*, que tuvo como objetivo determinar la relación entre el clima laboral con la satisfacción al cliente externo de Daruchi Solutions S.A, aplicó el tipo de investigación descriptivo correlacional y llegó a las siguientes conclusiones:

- El clima laboral no tiene relación con la satisfacción del cliente externo de la empresa Daruchi Solutions S.A.C., debido a que no todas las dimensiones del clima laboral tienen relación con la satisfacción del cliente externo de Daruchi Solutions S.A.C. Por otro lado, se halló que el clima laboral de la empresa es favorable.

2.2. Marco Histórico

2.2.1. Clima Laboral

➤ Modelo De Octavio García.

Esta teoría fue diseñada por Octavio García en 1987, diseñado para identificar las estrategias de motivación al personal para realizar un análisis de la situación económica, financiera y operativa de la empresa a través de un estudio de la situación actual de la empresa

para evaluar el nivel de satisfacción del personal, mejorar el clima laboral a través de factores que motivan. (García, 2009) .

➤ **Modelo de Fernando Toro.**

Este modelo fue propuesto por Fernando Toro, está enfocado en el clima laboral, es fundamental para incentivar al personal y a esforzarse en su centro laboral para tener logros orientados a la visión de la empresa. (García, 2009).

➤ **Modelo de Hernán Álvarez.**

En 1995 se desarrolló la teoría de Hernán Álvarez; la cual consiste en realizar un análisis para identificar las causas a través de la aplicación de una encuesta al personal para mejorar el clima organizacional. (García, 2009).

➤ **Modelo de Eduardo Méndez**

En 1980 se creó el instrumento que permite medir el clima organizacional, el cual fue validado por muchas empresas, el cual Méndez lo usó para probar su modelo y demostrar que permite medir mediante indicadores la satisfacción del personal con respecto al clima organizacional. (García, 2009)

➤ **Modelo autocrático.**

Este modelo fue el primero que surgió en la revolución industrial,

los jefes de poder ordenaban a sus empleados y ellos no tenían decisión sólo obedecer. (Guevara, 2018)

➤ **Modelo de custodia.**

Surgió este modelo con la finalidad de identificar sentimientos de insatisfacción, inseguridad y frustración de los empleados habían sufrido en el modelo autocrático. (Guevara, 2018)

➤ **Modelo de apoyo.**

Este modelo se caracteriza porque el trato se maneja mediante el liderazgo en lugar del ejercer poder se da opción al personal de tomar decisiones e involucrarse más con la empresa. (Guevara, 2018)

➤ **Modelo colegiado.**

Su principal característica de este modelo es que el personal trabaja articuladamente con el equipo a través de la empatía, autorresponsabilidad, y llegan a un acuerdo para decidir ya que participación. (Guevara, 2018)

2.2.1. Calidad del servicio al cliente

➤ **Modelos de calidad del servicio al cliente.**

El cliente y la calidad del producto o servicio ha sido considerado como lo más importante y a través de los años las empresas se han enfocado en esos dos puntos para mejorar; ya sea aplicando

estrategias para fidelizar a los clientes y nuevas innovaciones tecnológicas. (Mora, 2011)

➤ **Modelo de la calidad percibida.**

Este modelo es más importante porque se enfoca en dos perspectivas para evaluar un servicio brindado, uno de ellos es evaluar la calidad del diseño del producto o servicio, y el otro la manera de como el personal brinda la atención del servicio o al vender un producto (Mora, 2011)

Llamado también SERVQUAL, mediante este instrumento se puede medir la calidad del servicio percibida, es decir las expectativas y requerimientos de los clientes en función a un producto o servicio específico esperado entre las deficiencias identificadas como fallas en las políticas, normativa de calidad. (Duque, 2005)

➤ **Modelo de los tres componentes.**

En este modelo indica que es fundamental para medir la calidad del servicio ya sea en compra de un bien o servicio específico se necesitan tres componentes muy importantes las características únicas y diferenciadoras del producto o servicio, el proceso de envío o entrega y el ambiente en donde se percibe el producto o servicio. (Duque, 2005)

2.3. Marco Teórico

2.3.1. Clima Organizacional.

Es el ambiente interno de una organización que intervienen los trabajadores para medir su nivel de satisfacción, a mayor satisfacción mayor rendimiento y logro de objetivos y a menor satisfacción deficiente calidad al cliente. (Pino, Perdomo y Almario, 2022)

Son herramientas indispensables para lograr mejoramiento continuo en una organización o entidad a través de factores motivacionales que están orientados los trabajadores. (Díaz, Prieto y Moreno, 2023).

La cultura organizacional es un conjunto de valores, creencias, tradiciones y modos de ejecutar las tareas, de manera consciente e inconsciente, cada organización adopta y acumula con el tiempo, que condiciona fuertemente el pensamiento y el comportamiento de sus miembros. Estas creencias y expectativas producen reglas que configuran el comportamiento de los grupos y las personas dentro de la organización. La cultura organizacional es la forma aceptada y estable de interacciones y relaciones sociales características de cada organización. (Chiavenato, 2002)

2.3.2. Clima laboral y cultura organizacional.

Gan y Berbel (2007) considera que es interesante aproximarnos a la relación y diferencias que hay entre clima laboral y cultura organizacional o de empresa y menciona a:

Pumpin (1988); concepción donde la cultura de la organización, “conjunto de normas, valores y formas de pensar que caracterizan la actividad de la empresa en el día a día; enfoque y forma de abordar incidencias e imprevistos, así como la solución de problemas y de conflictos “, determina el clima laboral que se vive dentro de la organización.

En una línea similar Pooles (1985) el clima laboral, conglomerado de actitudes y conductas que caracterizan la vida en la organización; se origina y desarrolla en las interacciones entre los individuos y el entorno de la organización”, refleja la cultura.

Para Gordon (1985) la cultura supone un constructo de mayor profundidad y alcance que el clima, de modo que este es una manifestación significativa de aquella.

2.3.3. Clima organizacional y comunicación interna.

Gan y Berbelet (2007) explica que en el clima organizacional es fundamental que personal cuenten con una excelente comunicación entre trabajadores y el jefe.

Es importante hacernos conscientes de algunas cuestiones de comunicación que no favorecerían un buen clima:

- Recurrir al jefe para que este reclame los datos al jefe de otro departamento.

- Críticas y ataques en las reuniones interdepartamentales.
- Bromas y críticas a costa de los fracasos de los demás departamentos.
- Reuniones largas y poco productivas.
- Frecuente aparición de rumores antes de que aparezca por vía formal la información.
- Comentarios jocosos sobre el contenido/forma de las notas o informes de otros departamentos.
- Sentimiento de que hay departamentos privilegiados.
- Falta de transparencia en la información.
- Inadecuado tratamiento de las quejas.
- Desautorizaciones en la línea de mando frente a informaciones dadas.
- Propensión a guardar celosamente como se ha resuelto un problema.
- Sentimiento generalizado de que la mayor parte de la información es confidencial.
- Distorsión de los mensajes dados entre los diferentes niveles jerárquicos.

Gan y Berbelet (2007) afirma que los niveles de comunicación-información y actitudes. sentimientos están conectados entre sí, lo cual significa que si hay mala comunicación provoca mayor esfuerzo por compañeros para cumplir una tarea, eso distorsiona la percepción provocando molestias entre compañeros por no detectar que hubo un teléfono malogrado.

2.3.4. Condiciones para el buen clima organizacional

Baguer (2009), menciona que las condiciones para que exista un buen clima laboral son:

A. Satisfacción en el puesto de trabajo:

- Proceso de selección adecuado.
- Colocar al trabajador en su sitio.
- Buen ambiente laboral con compañeros y superiores.
- Trabajar sin estrés.
- Trabajar sin rutina.
- Delegación de trabajo.
- Proporcionar adecuadas condiciones ambientales y ergonómicas.

B. Trato personal-ambiente de trabajo

- Salarios justos.
- Tiempo de dedicación, atención y motivación de los líderes a sus subordinados.
- Comunicación ascendente y descendente.
- Ofrecer programas de formación profesional.
- Conciliación del trabajo con la vida familiar.
- Motivación a través de imaginación libre.

C. Carrera profesional y promoción

- Asociar la promoción a la carrera profesional del empleado.

- Prioridad respecto a los externos, siempre que se justifique, para acceder a puestos superiores.
- Promoción exenta de tráfico de influencias.

D. Reconocimiento del trabajo

- Reconocimiento del trabajo individual y de equipo.
- Celebrar éxitos individuales y colectivos.
- Seguir las indicaciones para el reconocimiento del trabajo con dinero y sin dinero.

2.3.5. Características del clima organizacional

Peláez León (2010) define las siguientes características:

- El clima organizacional es un aspecto que se relaciona con el ambiente laboral.
- Se puede contar con una cierta estabilidad en el clima de una organización, con cambios relativamente graduales, pero esta estabilidad puede sufrir perturbaciones de importancia derivadas de decisiones que afecten en forma relevante el devenir organizacional.
- Un buen clima organizacional es fundamental porque influye en el comportamiento y desempeño del personal.
- El clima laboral puede afectar el grado de compromiso e identificación de los miembros de la organización con ésta; ya que un buen clima laboral tiene mayor identificación de sus miembros en caso contrario hay desmotivación por parte del personal.

- El comportamiento de algunos trabajadores puede afectar el ambiente laboral y todo debe ser conversado para solucionarlo.
- Es afectado por diferentes variables estructurales, como estilo de dirección, políticas y planes de gestión, sistemas de contratación y despidos, etc.
- El clima laboral y el estilo de dirección se relacionan directamente.
- Dos factores fundamentales que afectan el clima organizacional es el ausentismo y la rotación excesiva.

2.3.6. Motivación:

- De acuerdo con Robbins (1999) motivación es el motor importante que mueve a los trabajadores para lograr metas organizacionales.
- Robbins (1999) comenta que mucha gente percibe a la motivación como una característica personal, o sea que algún personal la tienen y otras no, ya que algunos gerentes etiquetan a los empleados que parecen carecer de motivación, como perezosos (p.168)

2.3.7. Importancia de la motivación.

- Robbins (1999) explica que, la motivación son los factores importantes capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo. Como un ejemplo esencial cuando tienes hambre, esto provoca la conducta que consiste en ir a buscar porque la motivación dirige para satisfacer la necesidad.

- Moreno (2001) establece que existen tres tipos de motivación:
 - a) La motivación intrínseca. Corresponde a la satisfacción que siente el sujeto producido por la misma conducta o tarea al ser realizada.
 - b) La motivación extrínseca. En este caso, lo que mueve a la persona es el beneficio obtenido como resultado de su desempeño.
 - c) La motivación trascendente. Dada nuestra condición de seres sociales, de lograr satisfacción por la reacción de un tercero frente a una publicación.

2.3.8. Atención al cliente.

Definición:

Brown (1992), define a la atención al cliente como la manera de brindar un servicio personalizado en función a sus gustos, preferencias, y expectativas en función a un producto o servicio.

Derechos del cliente

Ariza y Ariza (2020), Todo cliente al adquirir un producto o servicio tiene los siguientes derechos y obligaciones:

1. Proteger sus intereses monetarios contra cláusulas de contrato abusivas en reparación e indemnización por daños y perjuicios sufridos por la compra de un producto.

2. Proteger sus intereses contra riesgos que afectan su salud o seguridad a través de la comercialización de productos en óptimas condiciones.
3. Proteger sus intereses de información para el adecuado uso, consumo o disfrute del producto o servicio que adquiriera, Es por ello que todo producto debe tener en su etiqueta datos reales con información veraz sobre las características, condiciones del producto que se está dando a conocer.
4. Derecho a participar en Asociaciones de consumidores, velar por el cumplimiento de su derecho mediante Asociaciones que velen por los intereses y les permitan participar en la elaboración de leyes que les afectan directamente.
5. Derecho a la protección de sus intereses monetarios por lo que deben recibir información clara, precisa y veraz de las características, plazos, condiciones, procedimiento de pago, precio, y procedimiento de anulación el contrato por el producto o servicio adquirido.

Pero, todo cliente también cuenta con obligaciones al realizar una compra o adquirir un servicio, tales como actuar de buena fe al realizar una queja o reclamo por adquirir un producto o servicio, a realizar el pago según lo acordado en tiempo y forma, a seguir las instrucciones de uso del producto a fin de evitar daños. (Ariza y Ariza, 2020)

Organización de la atención al cliente

En toda empresa debe haber un área orientada sólo en brindar un servicio de atención al cliente, esto es una ventaja competitiva porque es fundamental estratégicamente para fidelizarlo. (Brown, 1992)

En esta área orientada a brindar el servicio de atención al cliente es fundamental porque va a permitir a los clientes tener mayor información del producto o servicio, solucionar una queja o reclamo.

Importancia de la atención al cliente en la imagen empresarial

La importancia de que toda empresa debe mantener una identidad visual corporativa (marca, logo, diseño y valores organizaciones); ya que permite darse a conocer por el cliente para resultar atractivo empresarialmente y afecte en el aumento de las ventas. (Ariza y Ariza, 2020)

La empresa está orientada a cumplir con la normativa, protocolos de negocio, tener catálogos virtuales y presenciales, página Web (demostrando profesionalismo), mantener la imagen de la empresa y del producto preocupándose en el diseño para generar una imagen única en la mente del cliente, tener buenas relaciones tanto con clientes como con proveedores, empresas asociadas y competidores; ya que inciden en mostrar una imagen empresarial a los clientes. (Ariza y Ariza, 2020)

Dimensiones

Pincay y Parra (2020), clasifico a la atención al cliente en las siguientes dimensiones:

- a. Capacidad de respuesta:** Es la manera de atender a un cliente rápida y oportuna en función a sus necesidades, expectativas y requerimientos. Entre los indicadores para medir tenemos la voluntad y la atención rápida.
- b. Empatía:** Capacidad de brindar una atención personalizada en función a sus gustos y preferencias. Para medirla tenemos los indicadores siguientes atención de empleados y Cuidado
- c. Seguridad:** el conocimiento del personal de atención en brindar un servicio personalizado para generar confiabilidad en el servicio que brinda. Entre los indicadores identificados tenemos conocimientos, habilidades para inspirar y confianza.

2.4. Marco Conceptual

- **Accesibilidad.** - En consecuencia, podemos definir la accesibilidad como la posibilidad de que un producto o servicio pueda ser accedido y usado por el mayor número posible de personas, indiferentemente de las limitaciones propias del individuo o de las derivadas del contexto de uso.
- **Capacidad de respuesta.** - Disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido y oportuno.
- **Comunicación.** Es el proceso mediante el cual se transmite información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación son interacciones

mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes. Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como "el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales.

- **Comprensión del Cliente.** - Es la acción de comprender y la facultad, capacidad o perspicacia para entender y penetrar las cosas. La comprensión es a su vez, el conjunto de cualidades que integran una idea. No se trata de sonreírles en todo momento a los clientes sino de mantener una buena comunicación que permita saber qué desea, cuándo lo desea y cómo lo desea.
- **Cooperación.** - Consiste en el trabajo en común llevado a cabo por parte de un grupo de personas o entidades mayores hacia un objetivo compartido.
- **Condiciones.** - Las condiciones físicas contemplan las características medioambientales en las que se desarrolla el trabajo.
- **Credibilidad.** - Hay que demostrar seguridad absoluta para crear un ambiente de confianza, además hay que ser veraces y modestos, no sobre prometer o mentir con tal de realizar la venta.
- **Percepción.** - Es la manera de evaluar los servicios que brinda una empresa en relación a las características, confiabilidad, seguridad y empatía. (Matsumoto, 2014)
- **Propuesta.** - Es confiable, flexible y permite integrar una serie de nuevas acciones a corto y largo plazo mediante la lluvia de ideas, analizarlos

procesos, y establecer acciones de solución. (Proaño, 2017)

- **Cortesía.** - Atención, simpatía, respecto y amabilidad del personal. Es más fácil cautivar a nuestros clientes si les damos un excelente trato y brindarles una gran atención.
- **Efectividad.** - Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera.
- **Eficiencia.** - Capacidad de disponer de alguien o de algo para conseguir un efecto determinado.
- **Fiabilidad.** - Es la capacidad de nuestra organización de ejecutar el servicio de forma fiable, sin contraer problemas. Este componente se ata directamente a la seguridad y a la credibilidad.
- **Liderazgo.** - Mide la capacidad de los líderes para relacionarse con sus colaboradores. Un liderazgo que es flexible ante las múltiples situaciones laborables que se presentan y que ofrecen un trato a la medida de cada colaborador, genera un clima de trabajo positivo.
- **Mobiliario.** - Es el conjunto de muebles; son objetos que sirven para facilitar los usos y actividades habituales en casa, oficinas y otro tipo de locales, el término alude a los objetos que facilitan las actividades humanas comunes.
- **Organización.** - Hace referencia a si existen o no métodos operativos y establecidos de organización del trabajo.
- **Profesionalismo.** - Pertenencias de las destrezas necesarias y conocimiento de la ejecución del servicio, de parte de todos los miembros de la organización, recuerda que no solo las personas que se encuentran en el frente hacen el servicio sino todos.

- **Satisfacción. - Razón,** acción o modo con que se sosiega y responde enteramente a una queja, sentimiento o razón contraria. Confianza o seguridad del ánimo.
- **Recompensa.** - Es ofrecida a menudo como incentivo para la realización de una tarea a alguien no asociado generalmente al mencionado grupo.
- **Relaciones.** - Esta escala evalúa tanto los aspectos cualitativos como los cuantitativos en el ámbito de las relaciones. Con los resultados obtenidos.
- **Remuneraciones.** - Se refiere al salario medio y bajo con carácter fijo nocontribuyente al buen clima laboral, que recibe cada empleado en cada institución.
- **Seguridad.** Es bien cubierta cuando podemos decir que brindamos al cliente ceroriesgos, cero peligros y cero dudas en el servicio.

2.5. HIPÓTESIS

2.5.1. HIPÓTESIS GENERAL

- H1: Existe relación significativa entre el clima organizacional y la calidad del servicio al cliente en la empresa Clínica San Lorenzo S.R.L.
- H0: No existe relación significativa entre el clima organizacional y la calidad del servicio al cliente en la empresa Clínica San Lorenzo S.R.L.

2.5.2. VARIABLES

Para demostrar esta hipótesis, se identificaron las dimensiones con sus respectivos indicadores, nos hemos basado en:

- **Variable Independiente:**

Clima organizacional. - Es el conjunto de propiedades del ambiente laboral, percibida directa o indirectamente por los colaboradores que influyen en la conducta del empleado.

Indicadores:

Remuneración, comunicación, ambiente Físico.

- **Variable Dependiente:**

Calidad del servicio. - Es la percepción que tiene un cliente acerca de la correspondencia entre desempeño y las expectativas, relacionadas con el conjunto de elementos cuantitativos y cualitativos del servicio.

Indicadores:

Oportuno, satisfacción del cliente, eficiencia, precio adecuado.

2.5.3. OPERACIONALIZACION DE LAS HIPOTESIS

2.5.3.1. Variables

Variable independiente: Clima organizacional.

Variable dependiente: Calidad del servicio.

2.5.3.2.Operacionalización de las variables

VARIABLES		DEFINICIÓN	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO
INDEPENDIENTE	Clima organizacional	Es el conjunto de propiedades del ambiente laboral, percibida directa o indirectamente por los colaboradores que influyen en la conducta del empleado.	Remuneración	Muy Buena	Encuestas
				Buena	
				Regular	
				Mala	
			Comunicación	Jefe – subordinado.	
				Subordinado – subordinado.	
			Ambiente Físico	Oficina implementada.	
				Espacio adecuado.	
DEPENDIENTE	Calidad del servicio.	Es la percepción que tiene un cliente acerca de la correspondencia entre desempeño y las expectativas, relacionadas con el conjunto de elementos cuantitativos y cualitativos del servicio.	Oportuno	Si	Encuestas
				No	
			Satisfacción	Muy satisfecho	
				Satisfecho	
				Medianamente satisfecho	
			Eficiencia	Si	
				No	
			Precio adecuado	Si	
No					

CAPITULO III: MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación.

La investigación es Aplicada, este tipo de investigación tiene como objetivo descubrir respuestas prácticas a los problemas actuales, puede tratarse de cuestiones laborales, educativas o sociales. Este tipo de investigación utiliza enfoques empíricos, como los experimentos para recopilar datos adicionales en un determinado campo de estudio. Los resultados son relevantes y suelen aplicarse al final de la investigación (Arias, 2022).

Tiene un alcance Descriptivo Correlacional porque según Baptista et. Al (2014) este tipo de alcance de investigación intenta identificar aspectos y características significativos de cualquier fenómeno considerado, además describe los patrones de un grupo o población; y porque, vinculan variables mediante una predicción previsible para un grupo o población.

3.2. Diseño de investigación.

Esta investigación tendrá un diseño No experimental – Corte transversal, ya que es un tipo de investigación observacional puesto que la recolección de información se hizo en un solo momento y en un tiempo único, su objetivo es analizar los datos identificados en la encuesta después de ser aplicada de las variables de investigación recopiladas de una muestra predefinida (Hernández y Mendoza, 2018).

3.3. Área de investigación

Gestión Empresarial

3.4. Población

Para uno de nuestros cuestionarios la población la conformará el personal de la empresa Clínica San Lorenzo, laborando del semestre abril - junio del 2023. En este caso se ha considerado a todo el personal que es un número de 40 a los cuales se va a aplicar en la encuesta.

3.5. Muestra

Se va a aplicar a una muestra de 40 personas que reciben el servicio de Clínica San Lorenzo SRL, van a ser aplicadas a en lamisma empresa. Las personas que van a ser encuestadas están entre las edades de 18 años a 45 años de edad, además, con la capacidad de evaluar la calidad del servicio al cliente en dicha empresa.

Para el segundo bloque de encuestas la población la conformarán los clientes promedio de un día. En este caso 40 elementos. La muestra se calculó con base en la siguiente fórmula para variables finitas y cualitativas

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

Dónde:

Z: es el nivel de confianza = 1.96e:

Es el error de muestreo = 0.05

N. es la población = 40

P: es la probabilidad de éxito = 0.5

q: es la probabilidad de fracaso = 1-p = 0.5

3.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Técnica:

La investigación utilizó como técnica la Encuesta con que va ser estructurado por cada variable de acuerdo a las dimensiones del objeto de estudio.

3.7. Técnicas para el procesamiento y análisis de datos

El procesamiento de la información; se va hacer a través del empleo del software Excel que permite tabular la información recogida en forma precisa.

Respecto al análisis e interpretación de resultados, se presenta en forma textual y gráfica, lo cual permite plantear conclusiones.

3.8. Interpretación de datos

CLIMA ORGANIZACIONAL

Tabla 1

¿La relación que usted tiene con su jefe es fluida?

ITEM	CANTIDAD
SI	36
NO	4

Figura 1

¿La relación que usted tiene con su jefe es fluida?



Interpretación

En la tabla 1, de los 40 trabajadores de la clínica San Lorenzo S.R.L encuestados, el 90% señalan que Si que la relación que tiene con su jefe es fluida.

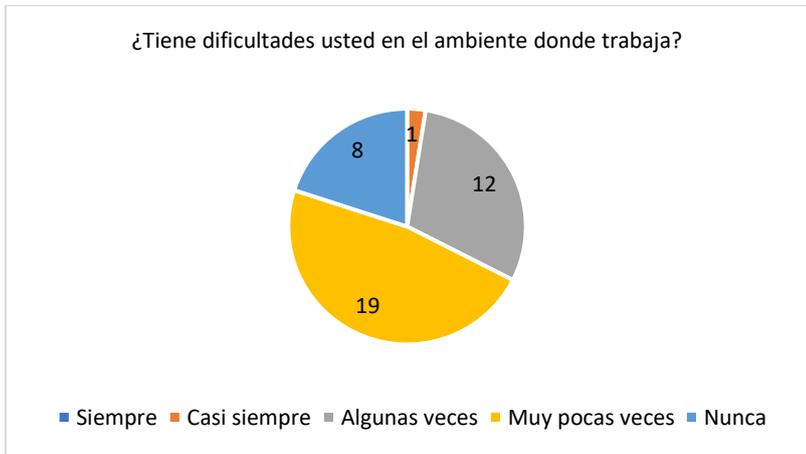
Tabla 2

¿Tiene dificultades usted en el ambiente donde trabaja?

ITEM	CANTIDAD
SIEMPRE	0
CASI SIEMPRE	1
ALGUNAS VECES	12
MUY POCAS VECES	19
NUNCA	8

Figura 2

¿Tiene dificultades usted en el ambiente donde trabaja?



Interpretación

En la tabla 2, de los 40 trabajadores de la clínica San Lorenzo S.R.L encuestados, el 19 señalan que Muy pocas veces se tienen dificultades en el ambiente donde trabajan.

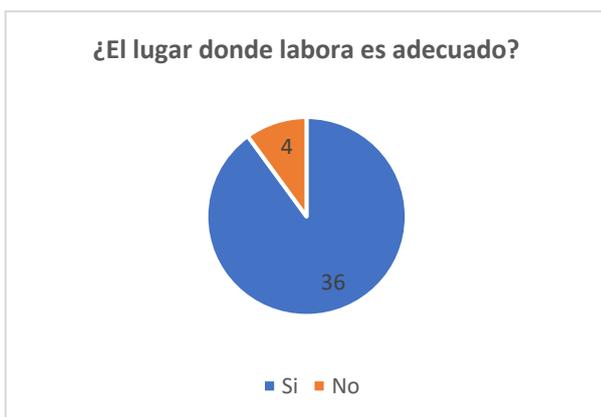
Tabla 3

¿El lugar donde labora es adecuado?

ITEM	CANTIDAD
SI	36
NO	4

Figura 3

¿El lugar donde labora es adecuado?



Interpretación

En la tabla 3, de los 40 trabajadores de la clínica San Lorenzo S.R.L encuestados, el 36 señalan que Si que su lugar es adecuado.

Tabla 4

¿La iluminación en su área de trabajo es deficiente?

ITEM	CANTIDAD
SIEMPRE	11
CASI SIEMPRE	4
ALGUNAS VECES	6
MUY POCAS VECES	9

Figura 4

¿La iluminación en su área de trabajo es deficiente?



Interpretación

En la tabla 4, de los 40 trabajadores de la clínica San Lorenzo S.R.L encuestados, el 14 señalan que Siempre hay poca iluminación en su área de trabajo es deficiente.

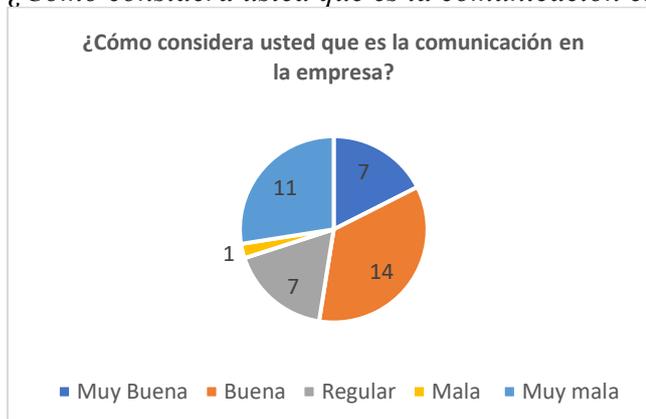
Tabla 5

¿Cómo considera usted que es la comunicación en la empresa?

ITEM	CANTIDAD
MUY BUENA	7
BUENA	14
REGULAR	7
MALA	1
MUY MALA	11

Figura 5

¿Cómo considera usted que es la comunicación en la empresa?



Interpretación

En la tabla 5, de los 40 trabajadores de la clínica San Lorenzo S.R.L encuestados, el 14 señalan que Buena la comunicación de la empresa.

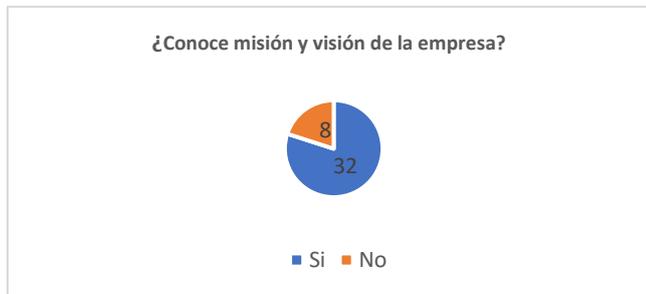
Tabla 6

¿Conoce la misión y visión de la empresa?

ITEM	CANTIDAD
SI	32
NO	8

Figura 6

¿Conoce la misión y visión de la empresa?



Interpretación

En la tabla 6, de los 40 trabajadores de la clínica San Lorenzo S.R.L encuestados, el 32 señalan que Si que conocen la misión y visión de la empresa.

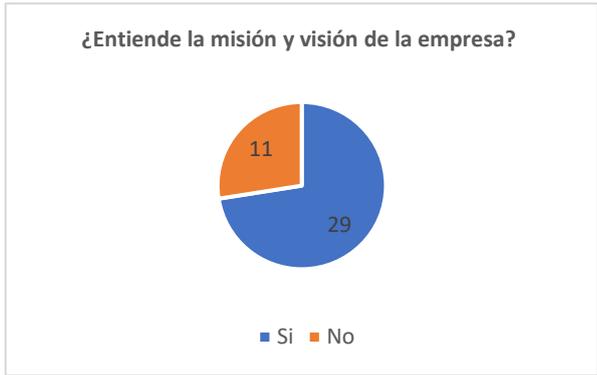
Tabla 7

¿Entiende la misión y visión de la empresa?

ITEM	CANTIDAD
SI	29
NO	11

Figura 7

¿Entiende la misión y visión de la empresa?



Interpretación

En la tabla 7, de los 40 trabajadores de la clínica San Lorenzo S.R.L encuestados, el 29 señalan que Si que se entiende la misión y visión de la empresa.

Tabla 8

¿Cree usted que las labores que realizan tienen relación con la misión y visión de la empresa?

ITEM	CANTIDAD
SI	32
NO	8

Figura 8

¿Cree usted que las labores que realizan tienen relación con la misión y visión de la empresa?



Interpretación

En la tabla 8, de los 40 trabajadores de la clínica San Lorenzo S.R.L encuestados, el 32 señalan que Si que los laboran que realizan tienen relación con la misión y visión de la empresa.

Tabla 9

¿El gerente da a conocer los logros de la empresa?

ITEM	CANTIDAD
SI	28
NO	12

Figura 9

¿El gerente da a conocer los logros de la empresa?



Interpretación

En la tabla 9, de los 40 trabajadores de la clínica San Lorenzo S.R.L encuestados, el 28 señalan que Si el gerente da conocer los logros de la empresa.

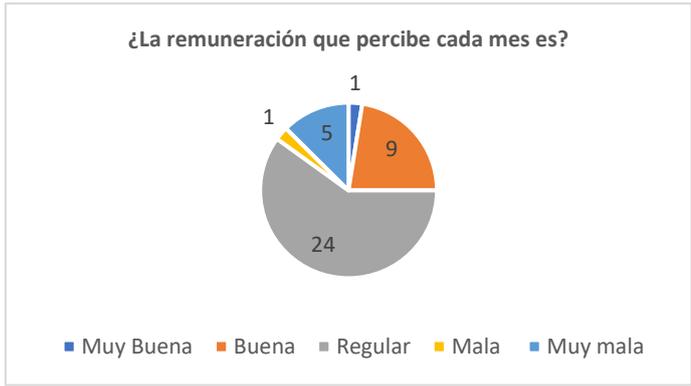
Tabla 10

¿La remuneración que percibe cada mes es?

ITEM	CANTIDAD
MUY BUENA	1
BUENA	9
REGULAR	24
MALA	1
MUY MALA	5

Figura 10

¿La remuneración que percibe cada mes es?



Interpretación

En la tabla 10, de los 40 trabajadores de la clínica San Lorenzo S.R.L encuestados, el 24 señalan que Regular es la remuneración que percibe cada mes.

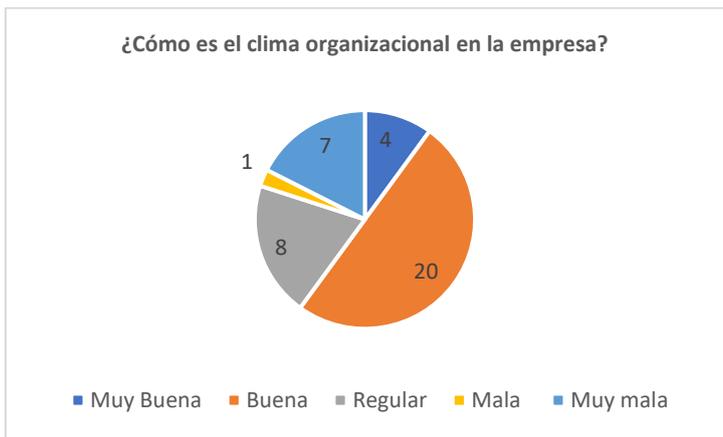
Tabla 11

¿Cómo es el clima organizacional en la empresa?

ITEM	CANTIDAD
MUY BUENA	4
BUENA	20
REGULAR	8
MALA	1
MUY MALA	5

Figura 11

¿Cómo es el clima organizacional en la empresa?



Interpretación

En la tabla 11, de los 40 trabajadores de la clínica San Lorenzo S.R.L encuestados, el 20 señalan que es malo el clima organizacional de la empresa.

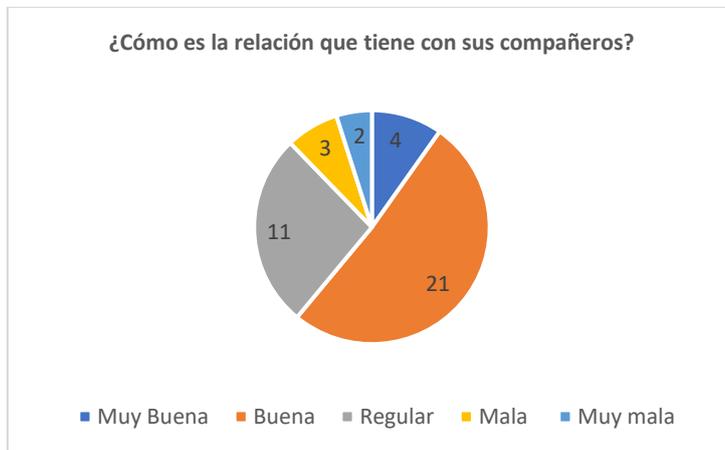
Tabla 12

¿Cómo es la relación que tiene con sus compañeros?

ITEM	CANTIDAD
MUY BUENA	4
BUENA	21
REGULAR	11
MALA	8
MUY MALA	2

Figura 12

¿Cómo es la relación que tiene con sus compañeros?



Interpretación

En la tabla 12, de los 40 trabajadores de la clínica San Lorenzo S.R.L encuestados, el 21 señalan que Buena es la relación que tiene con sus compañeros.

CALIDAD DEL SERVICIO

Tabla 1

¿Cómo se siente usted con la atención que le brindaron?

ITEM	CANTIDAD
Muy satisfecho	4
Satisfecho	30
Medianamente satisfecho	6
Satisfecho indiferente	0
Insatisfecho	0

Figura 1

¿Cómo se siente usted con la atención que le brindaron?



Interpretación

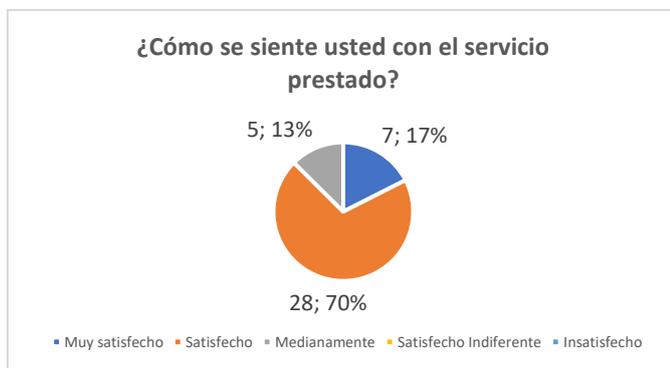
En la tabla 1, de los 40 clientes encuestados, 30 señalan que están satisfechos con la atención brindada por la Clínica San Lorenzo.

Tabla 2

¿Cómo se siente usted con el servicio prestado?

ITEM	CANTIDAD
Muy satisfecho	7
Satisfecho	28
Medianamente satisfecho	5
Satisfecho indiferente	0
Insatisfecho	0

Figura 2
¿Cómo se siente usted con el servicio prestado?



Interpretación

En la tabla 2, de los 40 clientes encuestados se sienten satisfechos con el servicio prestado por la clínica San Lorenzo S.R.L.

Tabla 3
¿El servicio prestado por la empresa es oportuno?

ITEM	CANTIDAD
SI	36
NO	4

Figura 3
¿El servicio prestado por la empresa es oportuno?



Interpretación

En la tabla 3, de los 40 clientes encuestados, 34 afirman que el servicio prestado por la clínica San Lorenzo S.R.L es oportuno.

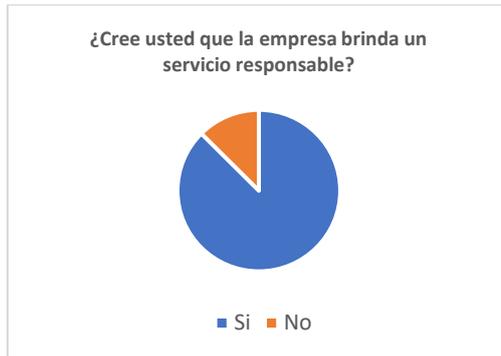
Tabla 4

¿Cree usted que la empresa brinda un servicio responsable?

ITEM	CANTIDAD
SI	35
NO	5

Figura 4

¿Cree usted que la empresa brinda un servicio responsable?



Interpretación

En la tabla 4, de los 40 clientes encuestados, 35 afirman que si el servicio prestado es responsable de la clínica San Lorenzo S.R.L.

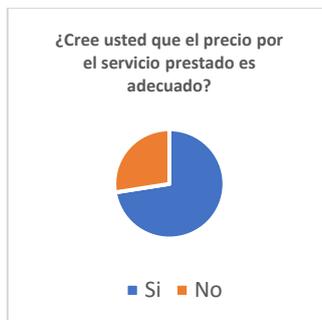
Tabla 5

¿Cree usted que el precio por el servicio prestado es adecuado?

ITEM	CANTIDAD
SI	35
NO	5

Figura 5

¿Cree usted que el precio por el servicio prestado es adecuado?



Interpretación

En la tabla 5, de los 40 clientes encuestados, 29 afirman que el precio es adecuado para el servicio que brinda clínica San Lorenzo S.R.L.

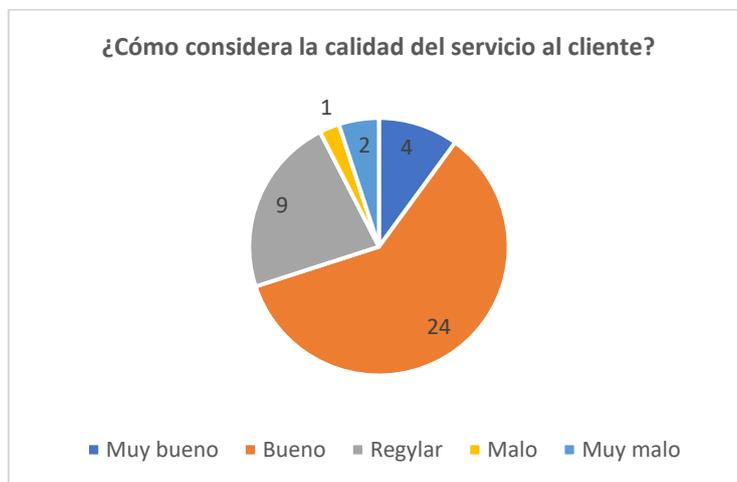
Tabla 6

¿Cómo considera la calidad del servicio al cliente?

ITEM	CANTIDAD
Muy satisfecho	4
Satisfecho	24
Medianamente satisfecho	9
Satisfecho indiferente	1
Insatisfecho	2

Figura 6

¿Cómo considera la calidad del servicio al cliente?



Interpretación

En la tabla 6, de los 40 clientes encuestados, 24 afirman que es bueno la calidad del servicio al cliente de la clínica San Lorenzo S.R.L.

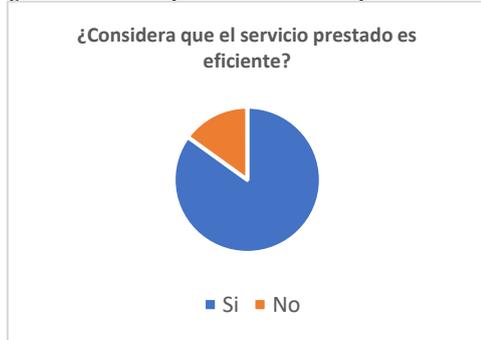
Tabla 7

¿Considera que el servicio prestado es eficiente?

ITEM	CANTIDAD
SI	34
NO	6

Figura 7

¿Considera que el servicio prestado es eficiente?



Interpretación

En la tabla 7, de los 40 clientes encuestados, 34 afirman que el servicio prestado es eficiente de trabajadores de la clínica San Lorenzo S.R.L.

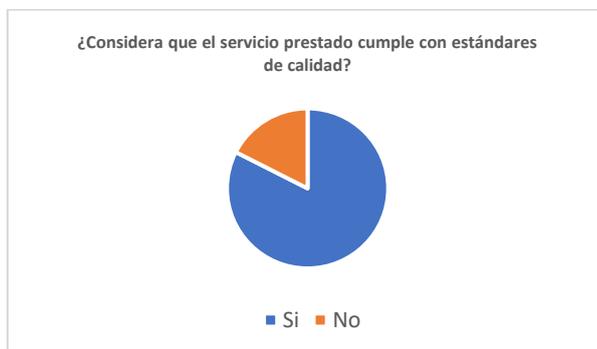
Tabla 8

¿Considera que el servicio prestado cumple con estándares de calidad?

ITEM	CANTIDAD
SI	33
NO	7

Figura 8

¿Considera que el servicio prestado cumple con estándares de calidad?



Interpretación

En la tabla 8, de los 40 clientes encuestados, 33 afirman que si el servicio prestado cumple con los estándares de calidad por la clínica San Lorenzo S.R.L.

Tabla 9

¿Cree usted que el servicio que ofrece la empresa es seguro?

ITEM	CANTIDAD
SI	34
NO	6

Figura 9

¿Cree usted que el servicio que ofrece la empresa es seguro?



Interpretación

En la tabla 9, de los 40 clientes encuestados, afirman que 34 si están de acuerdo con el servicio que brinda la clínica San Lorenzo S.R.L es seguro.

Calculando el Coeficiente de Correlación de Pearson

Para determinar los niveles de cada variable, primero se calculó el promedio de cada variable para proceder a calcular la covarianza y la desviación estándar.

PROMEDIO	CLIMA ORGANIZACIONAL	CALIDAD DEL SERVICIO
1	20	13
2	10	13
3	20	20
4	8	20
5	8	20
6	20	8
7	20	20
8	20	20
9	20	20
10	8	0
11	8	0
12	8.2	0

$$r = \frac{\text{(Covarianza Clima Organizacional; Covarianza Calidad del servicio)}}{\text{(Desviación Estándar Muestral Clima Organizacional*Desviación Estándar Muestral Calidad del servicio)}}$$

$$r = 0.49242652$$

	CLIMA ORGANIZACIONAL	CALIDAD DEL SERVICIO
CLIMA ORGANIZACIONAL	1	
CALIDAD DEL SERVICIO	0.492426523	1

Interpretación:

Tras realizar la prueba Correlación de Pearson, se demostró que, el nivel de significancia es cerca de 1; teniendo así que se encuentra una correlación alta positiva entre el clima organizacional y la calidad del servicio en la Clínica San Lorenzo S.R.L

**CAPÍTULO IV:
RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

4. Presentación, análisis e interpretación de resultados.

Se investigó la relación que existe entre el clima organizacional y la calidad del servicio al cliente en la Clínica San Lorenzo S.R.L, se trabajó con un total de 40 trabajadores y 40 clientes, aplicándose el cuestionario para la recolección de la información.

El clima organizacional es un tema que no tiene mucha importancia por los gerentes de la Universidad Nacional del Pilar ya que están enfocándose en la competencia y dejan de lado el ambiente laboral de sus trabajadores afectando así el desempeño y la atención que brindan a los clientes. (Cristaldo, 2020)

Estos resultados coinciden con las conclusiones de Pino, Perdomo y Almario (2022) en su tesis titulada “*Clima organizacional y percepción de calidad de los servicios*

de salud en la ESE SAVID Molina Muñoz”, tiene como objetivo identificar el clima laboral que rodea los funcionarios de la ESE DAVID MOLINA MUÑOZ, y determinar si existe una relación directa entre el ambiente laboral y la percepción que se tiene externamente sobre la calidad de los servicios de salud ofertados por la institución, se utilizó una investigación de enfoque cuantitativo, analítico transversal, y se llegó a las conclusiones el clima organizacional en la ESE DAVID MOLINA MUÑOZ en las dimensiones y las variables que se analizaron no se encuentra con calificación por debajo de 2,5; sin embargo, con respecto al clima organización podemos indicar que se evidencia en un nivel satisfactorio basado en el desempeño laboral, visualizando que el liderazgo y la motivación prevalece en los dos tipos de contratación y abarca a nivel administrativo y asistencial, mientras que la participación y la reciprocidad se visualizan como las más debilidades en lo que abarca el intercambio de la información, involucración al cambio y la retribución, siendo este aspecto a tener en cuenta para fortalecer en la institución.

Estos resultados coinciden con las conclusiones de Racho (2022) en su tesis titulada *“Clima organizacional y calidad del servicio de trabajadores de una unidad de gestión educativa local en una provincia de Amazonas”*, tiene como objetivo analizar la relación que existe entre el clima organizacional y la calidad del servicio de los trabajadores de una Unidad de Gestión Educativa Local de una provincia de Amazonas, utilizó la metodología de tipo básica con diseño no experimental, descriptiva correlacional, de corte transversal, y se llegó a las siguientes conclusiones el clima organizacional tuvo una relación positiva muy fuerte con la calidad del servicio, siendo la Correlación de Spearman es 992, y el valor de significancia es ,000 < ,05 margen de error permitido, en ese contexto se evidencia que, a mejor clima

organizacional, mayor será la calidad del servicio de los trabajadores.

Estos resultados coinciden con las conclusiones de Cabanillas (2022) en su tesis “Relación de clima organizacional y calidad de servicio en farmacia, durante pandemia del Hospital Regional Docente de Trujillo, 2021”, se tuvo como objetivo determinar la relación entre clima organizacional y calidad de servicio en Farmacia, durante pandemia COVID-19 del Hospital Regional Docente de Trujillo, 2021, el diseño de investigación que se aplicó fue un diseño metodológico no experimental de corte transversal y nivel correlacional, así como un enfoque cuantitativo y se llegó a las siguientes conclusiones: el clima organizacional tiene el 64% de satisfacción los trabajadores, al igual que el nivel de calidad de servicio, de acuerdo al 74% de los mismos. Mientras que, a nivel inferencial se obtuvo una significancia de 0,015 ($p < 0,05$). Ante ello, se aceptó la hipótesis de investigación concluyendo que existe una relación significativa entre el clima organizacional con la calidad de servicio, por lo que, cuanto mayor nivel de clima organizacional, mayor será la calidad del servicio.

En la Empresa de Telecomunicaciones su clima laboral es ineficiente; lo cual ha provocado que los trabajadores se sientan desmotivados y bajen su rendimiento en el logro de indicadores de rendimiento afectando así la atención que brindan a los clientes. (Salcedo, 2022)

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones:

- En la investigación se tuvo como objetivo general determinar la relación clima organizacional y la calidad del servicio al cliente en la Clínica San Lorenzo S.R.L, existiendo una relación positiva por parte de los usuarios que acudieron a dicha clínica, debido a que existen aspectos vinculados al ambiente del trabajo, tales como la motivación, liderazgo y la satisfacción misma del personal que labora dentro de dicha clínica, lo cual tiene una relación directa en la calidad de los servicios que ofrece al público.

- El clima organizacional en la Clínica San Lorenzo S.R.L no presenta limitaciones; ya el personal con comunicación asertiva entre compañeros, de tal manera que al existir un clima laboral favorable este beneficia el entorno de trabajo y con ello el compromiso y desempeño de cada trabajador y funciones estén orientados a su logro.

- Así mismo, se identifica que el ambiente de trabajo juega un papel importante en el comportamiento de cada uno de sus trabajadores, ya que engloba un conjunto de valores, objetivos, reglas de funcionamiento, relación entre jefe y subordinados, a nivel grupal, individual.

- La calidad del servicio al cliente en la Clínica San Lorenzo S.R.L no presenta deficiencias, demostrando así que existe una buena calidad del servicio al cliente y estos se sientan satisfechos con la atención brindada.
- Finalmente se concluye que existe una relación positiva entre clima organizacional y calidad del servicio que el usuario recibe, teniendo como Coeficiente de Correlación de Pearson que tiene un valor rho de 0,492; y por el nivel de significancia que es de 0.000 (<0.005), en el cual afirma que mientras mejor sea el nivel de clima organizacional en dicha clínica, la satisfacción de los usuarios va ir en la misma dirección.

5.2. Recomendaciones

Debido a la investigación de dicha tesis se ha encontrado la existencia entre clima organizacional y calidad del servicio al cliente, se recomienda lo siguiente.

- Darle mayor prioridad a la necesidad de implementar adecuadamente el clima organizacional de la empresa, y que llevara consigo la satisfacción del cliente y con ello una mayor expiación como grupo empresarial
- Para seguir mejorando el clima organizacional aplicar estrategias de motivación al personal a través de charlas de liderazgo, estableciendo desafíos relacionados a liderazgo de equipos de trabajo.
- Los incentivos o recompensas adheridas al trabajo de los colaboradores deben ser parte necesaria de las políticas implementadas en el clima

organizacional de la Clínica San Lorenzo, ya que ello refuerza a la predisposición a superarse y generar mejoras para dicha clínica.

- Al sentirse identificados con la labor que los trabajadores desempeñan en la clínica, estos van a brindar y proporcionar ese mismo bienestar a los clientes, lo cual se recomienda trabajar constantemente en los métodos que les permita a los trabajadores reforzar su identificación con la clínica.

CAPÍTULO VI

REFERENCIAS

- A, B. (2009). *Dirección de personas: Un timón en la tormenta*. Ediciones Diaz de Santos.
- Alvarado Velasquez , M. Y., & Casimiro Cardenas, L. A. (2022). *El clima laboral en el área de atención al cliente de la empresa Contac Service S.A.C. en el distrito de Ate - 2017*. Lima. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14039/7246/El%20clima%20laboralen%20el%20%C3%A1rea%20de%20atenci%C3%B3n%20al%20cliente.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arias, J., Holgado, J., Tafur, T. y Vásquez, M. (2022). Metodología de la investigación: El método Arias para realizar un proyecto de tesis. https://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/3109/1/2022_Metodologia_de_la_investigacion_El_metodo_%20ARIAS.pdf
- Baptista, M., Fernández, C. y Hernández, R. (2014). Metodología de la Investigación. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista%20Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Cabanillas Vargas, Y. Y. (2022). *Relación de Clima organizacional y calidad de servicio en Farmacia, durante pandemia COVID-19 del Hospital Regional Docente de Trujillo, 2021*. Trujillo.
- Calahorrano Castellano , O. I., & Suárez Erazo , R. T. (2013). “*La influencia del clima laboral sobre la calidad de servicio que se brinda al cliente interno y externo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “La Nueva Jerusalén*”. Ecuador. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/3644/1/T-UCE-0007-154.pdf

Chiavenato, E. (2002). *Introducción a la Teoría General de Administración*. México: McGraw Hill Interamericana.

Díaz González , L., Prieto Rodríguez , K., & Moreno Jaramillo, N. (2023). *La comunicación en los trabajadores el área de la salud, como factor en la atención del usuario posterior a la pandemia de COVID 19 en el año 2022*. Bogotá. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/https://repositorio.fucsalud.edu.co/bitstream/handle/001/3247/LA%20COMUNICACION%20INTERNA%20ENTRE%20TRABAJADORES%20DE%20LA%20SALUD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Duque Oliva, E. J. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar*, 18. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/https://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf

Fernández Crisaldo, A. (2020). Clima organizacional y calidad de servicio. *Universidad Nacional de Pilar*. Obtenido de <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/166/213>
Gan, & Barbel. (2007). *Manual de recursos humanos*. UOC.

García Solante, M. (2009). Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una aproximación Conceptual. *Cuadernos de administración*, 20. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/https://www.redalyc.org/pdf/2250/225014900004.pdf

Guerra Huayllasco, C. C., & Ávila Bolívar, L. A. (2019). Relación entre el clima laboral y la satisfacción del cliente externo: Daruchi Solutions S.A.C. *Global Business Administration*, 7. Obtenido de <file:///C:/Users/Emperatriz/Downloads/1784-Texto%20completo%20del%20art%C3%ADculo-5540-1-10-20191004.pdf>

Guevara , X. (2018). *Clima organizacional Nivel de satisfacción en la Unidad Educativa Particular La Dolorosa*. Quito. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6169/1/T2597-MIE-Guevara-Clima.pdf

Meza Ramos, M. R., & Chicchón Dionicio, D. A. (2019). *Clima organizacional y su relación con la satisfacción del cliente de la empresa del rubro facility Services, 2019*. Callao. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/4586/%e2%80%9cEL%20CLIMA%20ORGANIZACIONAL%20Y%20SU%20RELACION%20CON%20LA%20SATISFACCION%20DEL%20CLIENTE%20EN%20UNA%20EMPRESA%20DEL%2

Pelaéz León, O. (2010). *Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en una empresa*. Lima.

Pino Muñoz, E., Perdomo Muñoz, D. Y., & Almario Agudelo, Y. Y. (2022). *Clima organizacional y percepción de calidad de los servicios de salud en la ESE David Molina Muñoz*. Santander. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/https://repositorio.ucm.edu.co/bitstream/10839/4066/1/EidaliPinoMu%c3%b1oz_2022_EAS.pdf

Racho González, M. M. (2022). *Clima organizacional y calidad del servicio de trabajadores de una unidad de gestión educativa local de una provincia de Amazonas*. Chiclayo. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/95516/Racho_GMM-SD.pdf?sequence=8&isAllowed=y

Salcedo Arteaga, J. J. (2022). *Clima Organizacional y la Satisfacción del Cliente en una Empresa de Telecomunicaciones de Lima - Perú 2019*. Lima. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/2248/1.Tesis%20Jhimmy%20Salcedo%20Arteaga.pdf?sequence=1&isAllowed=y

LISTA DE ABREVIATURAS

- **IBM SPSS Statistics 20:** IBM SPSS Estadísticas 20
- **SERVQUAL:** Método de la medición de calidad de un servicio mediante la satisfacción de expectativas y requerimientos de los clientes.
- **Covid-19:** Enfermedad infecciosa causada por un virus llamado SARS-CoV-2.
- **ESE DAVID:** Denominación de una empresa.
- **Know How:** (Saber cómo), es un conjunto de conocimientos técnicos y administrativos para llevar a cabo un proceso comercial de una patente.

GLOSARIO

- **Ambiente laboral.**

Es el espacio físico donde intervienen los trabajadores y los directivos (Alta gerencia), mediante condiciones como salario, condiciones de seguridad, higiene laboral.

- **Atención al cliente.**

Es una herramienta de marketing orientada al cliente en brindar servicio de atención y después de vender un producto.

- **Calidad.**

Es la capacidad que tiene un bien para satisfacer necesidades y aportar valor al cliente.

- **Clientes.**

Es la persona que adquiere un bien y satisface un servicio mediante una remuneración.

- **Clima laboral.**

Entorno organizacional en donde se dan relaciones laborales que pueden motivar a los trabajadores.

- **Desempeño.**

Es el rendimiento de un trabajador por realizar actividades y funciones asignadas.

- **Estrategia.**

Es un plan diseñado para dar cumplimiento a un objetivo trazado.

- **Gestión.**

Conjunto de procedimientos, y acciones para lograr un objetivo determinado.

- **Indicadores.**

Son índices de información que se realiza a través del análisis para tomar decisiones.

- **Rendimiento.**

Es el resultado dado en un proceso como jurídico, técnico, y comercial.

- **Satisfacción.**

Es la respuesta positiva dada por un servicio brindado.

- **Servicio.**

Es una prestación brindada para satisfacer una necesidad, expectativas y requerimientos.

- **Trabajadores.**

Persona física que presta un servicio a una empresa mediante una retribución económica.

- **Teleoperadores.**

Trabajadores encargados de atender consultas, quejas mediante llamadas telefónicas.

- **Telecomunicaciones.**

Son transmisiones a distancia de datos de información mediante medios electrónicos y recepción de señales.

ANEXOS.

ANEXO A

I. DATOS GENERALES DE LA EMPRESA.

- CLINICA SAN LORENZO SRL, se constituyó e inició actividades en marzo del 2005 siendo su primer domicilio fiscal Av. San Martín de Porres N° 546 de la ciudad de Cajamarca.
- Su actividad principal de inicio fue atención de consultas externas, hospitalización, cirugías, laboratorio, farmacia, hasta el año 2006, donde inicia su actividad en salud ocupacional cuyo rubro venimos desarrollando hasta la actualidad. La Clínica ha venido creando soluciones orientadas a satisfacer las necesidades de sus clientes de las diferentes compañías mineras del Perú.
- Tenemos ya 17 años de experiencia en manejo de los procesos de las diferentes compañías mineras, los cuales han permitido a la Clínica adquirir la experiencia y el know how requerido para el permanente desarrollo de nuevos servicios y productos, orientados a satisfacer las necesidades operacionales de sus clientes

II. **UBICACIÓN:** Se encuentra ubicado en Av. San Martín N°546- Cajamarca.

III. ACTIVIDAD ECÓNOMICA.

Principal: CIU 85193 – OTRAS ACTIVIDADES –OTRAS ACTIVIDADES CON SALUD HUAMANA.

IV. VISIÓN.

Ser la Clínica Privada de referencia en Cajamarca y la de primera elección en los servicios de salud ocupacional a nivel nacional.

V. MISIÓN.

Hacer sentir a nuestros clientes que su salud está en las mejores manos. Mejorando permanentemente la calidad y eficiencia de nuestros servicios. Combinando nuestra calidez en la atención, nuestra pasión por la medicina y la innovación en los procedimientos médicos.

VI. VALORES

- Honestidad.
- Responsabilidad.
- Puntualidad.
- Respeto.



ANEXO B



**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO
URRELO FACULTAD DE CIENCIAS
EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



ENCUESTA: Clima Organizacional y Calidad de servicio en la Clínica San Lorenzo S.R.L

INTRODUCCION: La siguiente encuesta tiene como finalidad conocer que factores que inciden en. Clima Organizacional en la Clínica San Lorenzo S.R.L Los datos y la información que usted proporcionara serán estrictamente confidenciales. Este trabajo es realizado por exalumnos de la carrera de Administración de la UPAGU, quienes agradecen de antemano su colaboración.

(señale con un aspa o cruz)

I. DATOS GENERALES

1.1 Puesto que ocupa en la empresa Clínica San Lorenzo S.R.L.

1.2. Tiempo que lleva trabajando usted en la empresa Clínica San Lorenzo S.R.L.

1.3. Genero
Masculino () Femenino ()

1.4. Edad.

1.5. Nivel de instrucción

Sin instrucción	()	secundaria incompleta	()
Primaria incompleta	()	secundaria completa	()
Primaria completa	()	superior – te	()

II. CLIMA ORGANIZACIONAL

2.1. ¿La relación que usted tiene con su jefe es fluida?

- SI
 No

2.2. ¿Tiene dificultades usted en el ambiente donde trabaja?

- Siempre
 Casi siempre
 Algunas veces
 Muy pocas veces
 Nunca

2.3. ¿El lugar donde labora es adecuado?

- Si
 No

2.4. ¿La iluminación en su área de trabajo es deficiente?

- Siempre
 Casi siempre
 Algunas veces
 Muy pocas veces
 Nunca

2.5. ¿Cómo considera usted que es la comunicación en la empresa?

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala

2.6. ¿Conoce misión y visión de la empresa?

- Si
- No

2.7. ¿Entiende la misión y visión de la empresa?

- Si
- No

2.8. ¿Cree usted que las labores que realizan tienen relación con la misión y visión de la empresa?

- Si
- No

2.9. ¿El gerente da a conocer los logros de la empresa?

- Si
- No

2.10. ¿La remuneración que percibe cada mes es?

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala

2.11. ¿Cómo es el clima organizacional en la empresa?

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala

2.12. ¿Cómo es la relación que tiene con sus compañeros?

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala

¡MUCHAS GRACIAS!

ENCUESTADOR.....

.....

OBSERVACIÓN

.....

ENCUESTA: Clima Organizacional y Calidad de servicio en la Clínica San Lorenzo S.R.L

INTRODUCCION: La siguiente encuesta tiene como finalidad conocer la calidad de servicio que se brinda en la Clínica San Lorenzo S.R.L Los datos y la información que usted proporcionara serán estrictamente confidenciales. Este trabajo es realizado por exalumnos de la carrera de Administración de la UPAGU, quienes agradecen de antemano su colaboración.

(Señale con un aspa o cruz)

I. DATOS GENERALES

a. Genero

Masculino

()

Femenino

()

b. Edad.

II. CALIDAD DEL SERVICIO

2.1. ¿Cómo se siente usted con la atención que le brindaron?

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Medianamente
- Satisfecho indiferente
- Insatisfecho

2.2. ¿Cómo se siente usted con el servicio prestado?

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Medianamente
- Satisfecho indiferente
- Insatisfecho

2.3. ¿El servicio prestado por la empresa es oportuno?

- Si
- No

2.4. ¿Cree usted que la empresa brinda un servicio responsable?

- Si
- No

2.5. ¿Cree usted que el precio por el servicio prestado es adecuado?

- Si
- No

2.6. ¿Cómo considera la calidad del servicio al cliente?

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy malo

2.7. ¿Considera que el servicio prestado es eficiente?

- Si
- No

2.8. ¿Considera que el servicio prestado cumple con estándares de calidad?

- Si
- No

2.9.¿Cree usted que el servicio que ofrece la empresa es seguro?

- Si
- No

ENCUESTADOR.....
.....

OBSERVACION.....
.....