



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CLIMA ORGANIZACIONAL EN LA SATISFACCIÓN DE LOS
CLIENTES DE LOS SERVICIOS DE SALUD INTEGRAL SANTA
CLARA DE LA CIUDAD DE CHIMBOTE 2013**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

LOURDES PILAR CERNA AGUIRRE

ASESORA:

Mag. TERESA GONZALES MONCADA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

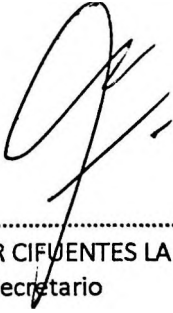
GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

LIMA – PERÚ

2014

JURADO

.....
Dr. RAÚL DELGADO ARENAS
Presidente



.....
Eco. CESAR CIFUENTES LA ROSA
Secretario



.....
Eco. VÍCTOR JÁUREGUI CONTRERAS
Vocal

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi madre Rosa, fuente de motivación, a mi padre, a mis hermanos quienes creyeron en mí y me dieron todo su apoyo, su confianza, lo cual me fortalece y compromete a seguir esforzándome día a día para lograr mucho más.

AGRADECIMIENTO

Gracias Dios, por ser mi luz y mi energía en esta aventura estudiantil.

Gracias a la Universidad Cesar Vallejo por darme la oportunidad de cumplir una de mis metas, a los docentes que durante toda la carrera me brindaron todos los conocimientos necesarios para ser una buena profesional.

Gracias a mis compañeros de aula de Chimbote y de San Juan de Lurigancho grupo 11, por compartir momentos alegres y difíciles lo cual deja en mí, muchas lecciones aprendidas.

Gracias, profesora Irma Neyra y profesora Teresa Gonzales mi asesora y gran maestra, gracias por ayudarme a concluir esta tesis mi eterna gratitud estará empre con ustedes.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Lourdes Pilar Cerna Aguirre, con DNI N° 32972733, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Lima 15 de febrero de 2014

Lourdes Pilar Cerna Aguirre

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada “Clima Organizacional en la Satisfacción de los Clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara de la ciudad de Chimbote, 2013”, con la finalidad de determinar la relación del clima organizacional en la satisfacción de los clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

Lourdes Pilar Cerna Aguirre

INDICE

Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
I. INTRODUCCIÓN:	14
Antecedentes y fundamentación científica, técnica o humanística (marco teórico)	
Justificación	
1.1. Problema	44
1.1.1. Problema principal	44
1.1.2. Problema específico	44
1.2. Hipótesis	
1.2.1. Hipótesis principal	44
1.2.2. Hipótesis específico	44
1.3. Objetivos	
1.3.1. Objetivo principal	45
1.3.2. Objetivo específico	45
II. MARCO METODOLÓGICO	45
2.1. Variables	45
2.2. Operacionalización de variables	46
2.3. Metodología	47
2.4. Tipos de estudio	47
2.5. Diseño	48
2.6. Población, muestra y muestreo	48
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	48
2.8. Métodos de análisis de datos	49
2.9. Aspectos éticos	49
III. RESULTADOS	50
IV. DISCUSIÓN	113
V. CONCLUSIONES	115
VI. RECOMENDACIONES	117
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.	118
VIII. ANEXOS	122
8.1. Matriz de consistencia	
8.2. Informe de opinión de expertos de instrumento de investigación	
8.3. Encuesta	

ÍNDICE DE TABLAS

VIABILIDAD DEL INSTRUMENTO ALFA DE CRONBACH

Tabla 1: Análisis de fiabilidad variable 1 clima organizacional	51
Tabla 2: Análisis de fiabilidad variable 2 Satisfacción de los clientes	51
Tabla 3: análisis de fiabilidad variable 01 y variable 02	52

ESTADÍSTICA DE LAS ENCUESTAS POR VARIABLE

CLIMA ORGANIZACIONAL

Tabla 01: La relación entre compañeros de trabajo está basada en el respeto	53
Tabla 02: La desconfianza predomina entre los compañeros de trabajo	54
Tabla 03: Expreso libremente mis opiniones y estas son reconocidas por mis compañeros y por la jefatura	55
Tabla 04: El trabajo en equipo con las diferentes áreas contribuye a generar mejores ideas para el bien de la institución.	56
Tabla 05: El desacuerdo que hay entre las diferentes áreas, dificulta realizar un trabajo en equipo eficaz.	57
Tabla 06: Siento que la jefatura me alienta a continuar y apoya las decisiones que tomo.	58
Tabla 07: La jefatura brinda confianza a los diferentes grupos de trabajo o áreas.	59
Tablas 08: Conozco los objetivos de la institución y los asumo como parte de mi trabajo.	60
Tabla 09: La jefatura nos hace partícipes de los logros obtenidos por la institución.	61
tabla 10: Me siento comprometido (a) con las metas de la institución y participo en su logro.	62
Tabla 11: De mi desempeño depende mi permanencia en la institución.	63
Tabla 12: La institución cuenta con equipos tecnológicos y recursos materiales para brindar al usuario una atención adecuada.	64
Tabla 13: En la institución hacemos nuestra la misión de la institución.	65

Tabla 14: Recibimos un trato justo y equitativo por parte de la jefatura.	66
Tabla 15: La institución me proporciona oportunidades para mi desarrollo Profesional.	67
Tabla 16: Me siento segura en mi puesto de trabajo en la institución	68
Tabla 17: El trabajo que realizo contribuye a mi auto-realización	69
Tabla 18: La institución brinda incentivos en reconocimiento a los esfuerzos y habilidades de los trabajadores.	70
Tabla 19: La institución se preocupa por brindar un buen servicio y nos capacita constantemente.	71
Tabla 20: Mi trabajo es evaluado en forma adecuada permitiendo el ascenso en merito a mis logros.	72
Tabla 21: En la institución se practican los valores colectivos; amistad, justicia, libertad, responsabilidad solidaridad, verdad y/o otros.	73
Tabla 22: Los comunicados que emite la Dirección, llegan adecuadamente a las diferentes áreas.	74
Tabla 23: Cuando se comente faltas en alguna área estas asumen sus equivocaciones.	75

SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

Tabla 24: Las instalaciones de la clínica se encuentran en buen estado para ofrecerle una buena atención.	76
Tabla 25: Los consultorios de la clínica se encuentran implementadas para brindarle una atención adecuada.	77
Tabla 26: La limpieza de las instalaciones, Salas de Espera, Consultorios, Baños y demás sitios para su atención, es óptima.	78
Tabla 27: El sistema que tiene la institución, es rápida en el servicio de farmacia y admisión.	79
Tabla 28: La clínica tiene los equipos tecnológicos médicos para darle un buen diagnóstico.	80
Tabla 29: El personal médico y de enfermería está debidamente identificándose en su centro de trabajo utilizando un uniforme.	81
Tabla 30: El personal en general viste adecuadamente, dándole una imagen de	

servicio.	82
Tabla 31: La atención recibida por el servicio de farmacia es ágil	83
Tabla 32: La Clínica Santa Clara le brinda una atención de servicio a tiempo.	84
Tabla 33: Su seguridad dentro de la instalación es garantizada.	85
Tabla 34: El personal médico de los diferentes servicios le transmite seguridad en la consulta y/o tratamiento.	86
Tabla 35: Usted recibe asistencia rápida y oportuna en los diferentes servicios.	87
Tabla 36: El trato que recibe por las diferentes áreas es cordial y amable	88
Tabla 37: La institución recoge de manera adecuada sus quejas y/o sugerencias.	89
Tabla 38: El personal médico conversa claramente sobre de la condición de su salud	90
Tabla 39: las diversas áreas de la clínica evidencian competencia profesional por el Conocimiento de los colaboradores, lo que nos da seguridad	91
Tabla 40: En la institución brindan un servicio cálido y cortés.	91
Tabla 41: Recomiendo la atención en general que brinda en la institución.	92
Tabla 42: Me siento a gusto por la atención que recibo en esta institución.	93
Tabla 43: Recibe un trato directo por un personal de la clínica que resuelva sus dudas e inconvenientes .	94
Tabla 44: La cantidad de personal que atiende es el necesario para brindar un servicio de calidad.	95
Tabla 45: El personal que atiende da una imagen de honestidad y sencillez.	96
 DIMENSIONES DE LA PRIMERA VARIABLE	
Grafica 46: relaciones	97
Grafica 47: liderazgo	98
Grafica 48: motivación	99
Grafica 49: recompensa	100
Grafica 50: comunicación	101

DIMENSIONES DE LA PRIMERA VARIABLE

Grafica 51: tangibles	102
Grafica 47: fiabilidad	103
Grafica 48: capacidad de respuesta	104
Grafica 49: aseguramiento	105
Grafica 50: empatía	106

COMPROBACION DE LAS HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

Gráfica 1: Clima organización * Satisfacción de los clientes	107
Gráfica 2: relaciones * confiabilidad	108
Gráfica 3: liderazgo * tangibles	109
Gráfica 4: motivación * capacidad de respuesta	110
Gráfica 5: recompensa * aseguramiento	111
Gráfica 6: comunicación * Empatía	112

RESUMEN

La presente tesis tuvo como finalidad desarrollar el tema sobre el Clima Organizacional y la Satisfacción de los Clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara de la ciudad de Chimbote, 2013, el objetivo de esta investigación fue, identificar la relación ente el clima organizacional y la satisfacción de los usuarios de la Clínica Santa Clara, tiene como variable independiente a Clima Organizacional y esta a su vez será medida por las siguientes dimensiones; relaciones, liderazgo, motivación, recompensa y comunicación y la variable dependiente que es La Satisfacción de los Clientes de la Clínica Santa Clara, el cual será medido a través de sus dimensiones, tangible, confiabilidad, capacidad de respuesta, aseguramiento y empatía según Evans & Lindsay.

El método de investigación es de enfoque cuantitativo, descriptivo correlacional, porque ambas variables están relacionadas, tiene un diseño no experimental porque no permite comprobar ningún hecho, no existe manipulación de las variables, de corte transversal porque los datos fueron recolectados en un momento dado. Para la primera variable se consideró una población de 21 trabajadores que integran Santa Clara, tomándose como muestra el total de empleados y para la segunda variable se tomó un población de 200 clientes que llegan a diario para recibir atención de los cuales se aplicó la muestra a 100 clientes, a todos ellos se le aplicó un cuestionario con respuestas cerradas medibles en la escala de Likert, el cual fue validad y respaldad por el programa SPSS-21, y finalmente se realizó la discusión, las conclusiones y recomendaciones.

Palabras claves: Clima Organizacional; Satisfacción del Cliente.

ABSTRACT

This thesis aimed to develop the topic Organizational Climate and Customer Satisfaction Services Comprehensive Health Santa Clara city of Chimbote, 2013, the objective of this research was to identify the relationship entity organizational climate and satisfaction of users Clinic Santa Clara, is independent variable to Organizational Climate and this in turn will be measured by the following dimensions; relationships, leadership, motivation, reward and communication and the dependent variable is the Customer Satisfaction of Santa Clara Clinic, which will be measured by their dimensions, tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy as Evans & Lindsay.

The research method is quantitative, descriptive correlational approach because the two variables are related, has a non-experimental design because it allows you to check any facts, there is no manipulation of variables, cross section because the data were collected at a given time. For the first variable in a population of 21 workers that make Santa Clara, taken as showing the total number of employees for the second variable and a population of 150 customers arriving daily for care which a sample of 100 was taken was considered customers, all of them applied a questionnaire with closed measurable responses in Likert scale, which was seconded by the validity and SPSS-21 program, and finally the discussion, conclusions and recommendations are made.

Keywords: Organizational Climate, satisfaction of the client.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente las organizaciones consideran un reto mejorar cada vez más el ambiente donde los trabajadores día a día interactúan, es por ello que el tema del clima organizacional es ampliamente investigado. Sabemos que los mejores climas producen un mejor resultado, conociéndolo y entendiéndolo podemos crear un excelente lugar para trabajar. Un Clima organizacional positivo, agradable es importante para que la organización sea más competitiva y productiva, las organizaciones están conformadas por su gente con sus características sus personalidades, su comportamiento ante una determinada situación, muchos de ellos llegan al trabajo con diferentes costumbres, valores, actitudes entre otros. En el sector salud, el escenario no es distinto podemos hacer diferencia entre las entidades públicas y las privadas, la calidad de atención que ambas tienen, en este rubro una institución debe estar mucho más capacitada para brindar al usuario un excelente servicio en todas las áreas ya que se trata de la salud de los usuarios/pacientes que llegan a recibir atención médica tanto en el servicio de atención de atención externo y en casos de emergencia.

Los clientes se han convertido en un tema muy amplio de investigación, no solamente a una organización le interesa si es que les van a comprar el producto o servicio que brinda, resulta ser más complejo, buscar su satisfacción no siempre ha sido una prioridad como en la actualidad es por ello que muchas instituciones privadas de salud han apostado por mejorar la calidad de atención, y en la actualidad existen muchas instituciones que prestan servicio en salud y todas desean tener el liderazgo en un determinado lugar. Por lo tanto a fin de afrontar la competitividad que existe actualmente, donde los clientes se hacen más exigentes, mejorar la calidad de la atención, se ha convertido en uno de los principales objetivos, y es por eso que actualmente realizan una mejor selección de su personal, buscan que estos queden satisfechos con ambos, podría decirse que en la actualidad la fidelización de un cliente es tanto voluble es por lo exigente que se ha vuelto en los últimos tiempos, y esto hace que las empresas inviertan más en su personal capacitándolos a brindar un mejor servicio, también invierten en tecnología que les ayudará a mejorar la calidad de su producto y esto será igual a mejor servicio, producto de calidad, clientes satisfechos y buena rentabilidad.

Manteniendo un adecuado clima laboral donde el colaborador pueda sentirse realizado profesionalmente y personalmente y brindar al cliente una atención con calidad y calidez, existe, diversos beneficios que toda empresa puede obtener grandes beneficios como tener un cliente satisfecho siempre va a regresar a comprar o a solicitar un servicio, otro de los beneficios es que el cliente satisfecho comunica a otros su experiencia positiva con un

producto o servicio y finalmente el cliente satisfecho marca como preferencia y por lo tanto gana a la competencia. A través de esta investigación, se busca reconocer la relación entre ambas variables considerando la importancia que tiene un clima organizacional favorable, con colaboradores comprometidos con la institución, que brinden un nivel de atención por encima del mercado y que a su vez los clientes/pacientes queden satisfechos por los servicios recibidos, para toda institución sus clientes son su razón de ser por lo que buscar su satisfacción se ha convertido todo un tema para analizar, a través de ellos se tiene una publicidad directa, confiable y segura.

Esta investigación está basada en teorías de diferentes autores que han estudiado los diferentes comportamientos del ser humano dentro de una organización, mantener un clima organizacional propicio para el desarrollo laboral en sus puestos de trabajo, es la base de la productividad y del buen desarrollo de organización para ello deben tener un líder capaz de influir de forma positiva en los trabajadores, llevando esta investigación a la práctica, toda la información recopilada nos sirve para actuar sobre la organización mejorando o realizando cambios que contribuyan a mejorar la calidad de servicio, mediante estrategias que puedan solucionar cualquier dificultad que exista tanto con el personal y con los usuarios.

Los precedentes tomados son estudios realizados por otros autores de nivel internacional como nacional, que han servido como guía de los cuales podemos mencionar alguna.

Nelsy Cortés Jiménez (2009) Diagnóstico del clima organizacional. Hospital "Dr. Luis F. Nachón". Xalapa, Ver., 2009 – México. Tesis para obtener el grado de maestría en Salud Pública.

Esta investigación tiene como propósito diagnosticar el Clima Organizacional del Hospital "Dr. Luis F. Nachón" de la ciudad de Xalapa, Veracruz, el cual cuenta con una extensa plantilla y 146 años de historia, que hacen de la institución un hospital con características muy particulares, que han determinado la cultura del hospital, reflejando esto en el clima de la organización.

Con base en los resultados obtenidos se concluye de la siguiente manera: El clima organizacional general en el hospital Dr. Luis F. Nachón no es satisfactorio.

En lo referente a liderazgo, existe preocupación de los directivos para la comprensión del trabajo por parte del personal; que la distribución del trabajo es organizada, hay claridad en la distribución de las funciones, conocimiento en las metas de las áreas de trabajo, además de que si existe un conocimiento del porqué de los trabajos que se realizan, existe información de las nuevas técnicas implementadas para mejorar el trabajo; esfuerzo por cumplir las

obligaciones; preocupación por ofrecer ideas que mejoren la calidad del trabajo y existe intención de cumplir con los objetivos del departamento.

De la motivación, se concluye que, prevalece una sensación orgullo de pertenencia, existe libertad de acción para la realización de su trabajo, el personal se siente realizado profesionalmente, no existe un reconocimiento por el buen desempeño del personal, las autoridades no favorecen la iniciativa de los trabajadores, existe apatía por propuesta para el mejoramiento de la calidad del trabajo y las condiciones de trabajo no son buenas y no hay preocupación por mejorarlas.

Uría Calderón Diana (2011) el clima organizacional y su incidencia en el desempeño laboral de los trabajadores de Andelas Cía. Ltda. De la ciudad de Ambato – Ecuador. Tesis para obtener el título de ingeniera de empresas.

La presente investigación, detalla un análisis de todos los aspectos relacionados al clima organizacional y al desempeño laboral de los trabajadores, de Andelas Cía. Ltda., con la finalidad de proponer alternativas de mejora, que sirvan de guía a los directivos de la empresa, para fomentar un ambiente laboral agradable y motivador para sus trabajadores, y de esta manera incrementar su desempeño laboral.

Esta investigación tiene como resultados la inconformidad por parte de los trabajadores en cuanto al clima organizacional existente en Andelas Cía. Ltda, el desempeño laboral de los trabajadores se ve afectado en gran parte por la aplicación del liderazgo autocrático, ya que impide la aportación de nuevas ideas y los cohibe en cierto modo dar un valor agregado a su trabajo diario.

Existe desmotivación en los trabajadores por la falta de reconocimiento a su labor por parte de los directivos, los sistemas de comunicación que se aplican actualmente en la empresa son formales y se mantiene el estilo jerarquizado lo que impide fortalecer los lazos entre directivos y trabajadores.

No fomentar trabajo en equipo ocasiona una falta de compañerismo y participación en las actividades empresariales, lo que incide finalmente en la falta de compromiso organizacional, ya que los directivos señalan que el desempeño laboral de sus trabajadores se encuentra en un nivel medio y no es el esperado por ellos para el cumplimiento de las metas organizacionales.

Peláez León A. (2010) Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en una empresa de servicios telefónicos – Lima, Tesis para obtener el grado de Doctorado.

Peláez en su investigación tiene como objetivo identificar la relación directa entre ambas variables lo cual guarda similitud con las variables Clima Organizacional y Satisfacción de los Clientes, presentado en este trabajo de investigación a diferencia por el rubro de las instituciones totalmente diferentes, toda la información contenida aportaron mucho al desarrollo de la investigación. El autor llegó a demostrar la relación directa que existe en tener un buen clima organización y tener como resultado a un cliente satisfecho, la demostración se realizó aplicando pruebas de comprobación a las diferentes hipótesis planteadas durante la investigación entre ellas podemos mencionar: Relaciones interpersonales, estilo de dirección, sentido de pertenencia, retribución, disponibilidad de recursos, estabilidad, claridad, coherencia y dirección, valores colectivos y satisfacción del cliente.

Monteza Chanduvi Nancy (2010) Influencia del Clima Laboral en la Satisfacción de las Enfermeras del Centro Quirúrgico Hospital EsSalud Chiclayo, 2010. Tesis para obtener el grado de Magister en Enfermería.

Como conclusión se determinó que, las enfermeras del centro quirúrgico del Hospital Nacional "Almanzor Aguinaga Asenjo" de Chiclayo, respecto al clima laboral calificaron como medianamente favorable, predominando como potencial la autorrealización, estando impedidas de lograrlo en su máxima expresión debido al exceso de trabajo, logros poco valorados, escaso compromiso y supervisión, contribuyendo en la insatisfacción y desmotivación, necesidad que no es atendida por los directivos de dicho Hospital.

Respecto a la satisfacción laboral las enfermeras se ubican en un nivel medianamente satisfactorio, justificándose por la falta de fortalecimiento de los beneficios sociales y/o remunerativos, así como el mejoramiento del ambiente donde se realiza el trabajo, a esto se añade el capital humano y material no suficientes, las debilitadas relaciones interpersonales y las políticas administrativas que son inestables para la profesión. Se pudo observar un predominio de la dimensión de beneficios sociales y/o remunerativos.

Se encontró que existe asociación y por lo tanto influencia entre el clima laboral y la satisfacción de las enfermeras del centro quirúrgico del Hospital Nacional "Almanzor Aguinaga Asenjo" de Chiclayo, situación que se comprobó vía la contrastación de hipótesis realizada.

García Meysi (2011) Medición de la Satisfacción del Cliente en una empresa de Retail - Piura. Tesis para obtener el grado de licenciado en Administración de Empresas.

El propósito de la investigación es medir y controlar el nivel de satisfacción de los clientes de una empresa de RETAIL, exactamente en el área electro 1, mediante un cuestionario, el cual nos proporcionó la información respectiva, para luego ser procesada y de esta manera se pudo

analizar mediante el uso de gráficos de control estadístico. De esta manera se pudo evaluar cómo es que van a variar los niveles de satisfacción de los clientes y si éstos están dentro o fuera de unos niveles estadísticamente aceptables. Los resultados obtenidos mediante el análisis de los gráficos de control estadísticos, permitieron conocer en tiempo real, cuándo la empresa brinda un buen o mal servicio; gracias a esto, se mejorará los niveles de satisfacción de sus clientes en forma continua.

Cada uno de los estudios realizados aportó mucho para demostrar que hoy en día muchas empresas ponen énfasis en mejorar el ambiente de trabajo, donde el personal se sienta tranquilo, feliz realizando la labor encomendada, las instituciones mencionadas son un modelo de muchas que actualmente necesitan mejorar su clima laboral, son instituciones que prestan servicios, que tratan a diario con los clientes, proveedores, por lo tanto se espera que al demostrar las deficiencias que se encuentran puedan empezar a corregir y mejorar.

El clima organizacional es uno de los temas a tratar más frecuentes dentro del diagnóstico organizacional, ya que propone realizar un análisis desde dentro de la misma organización.

El estudio por el comportamiento de las personas dentro de las organización se da inicio con el estudio que realiza el psicólogo, sociólogo Elton Mayo su aporte en este tema ha sido fundamental ya que el modificó un modelo que ya existía y que era algo mecánico por algo más funcional tomando en cuenta las actitudes, sentimientos, emociones y toda la complejidad que es el ser humano.

Para Elton Mayo el hombre no era una máquina, sino era un ser que brindándole un incentivo, su rendimiento en el trabajo sería muy óptima. El concepto de clima organizacional vienen siendo parte de los expertos de recursos humanos desde los años 60 como parte de las innovaciones que los Estados Unidos desarrollaba en aquella época, es así que los países europeos solamente aplicaron un sistema ya demostrado en las empresas transnacionales norteamericanas. A partir de las últimas décadas este concepto viene siendo motivo de estudio para explicar su comportamiento y a la vez buscar formas de poder medirlo.

Margarita Chiang Vega, María José Martín Rodrigo, Antonio Núñez Partido (2010):

El termino clima es un concepto metafórico derivado de la meteorología que, al referirse a las organizaciones, traslada analógicamente una serie de rasgos atmosférico (lluvia, temperatura o viento) que mantienen unas regularidades determinadas y que denominamos clima de un

lugar o región, al clima organizacional, traduciéndolos como un conjunto particular de prácticas y procedimientos organizacionales (p. 23)

Los autores definen al clima como un tema meteorológico, nos habla sobre las condiciones atmosféricas de un medio ambiente ya sea temperatura, vientos, precipitaciones y otros, y el clima organizacional, se refiere a un determinado ambiente de trabajo, circunstancias de un lugar o una situación en específico, dentro de una organización.

CHIAVENATO I. (2000):

“El clima organizacional se refiere al ambiente interno existente entre los miembros de una empresa, y está estrechamente relacionado con su grado de motivación” (p. 314)

Lo define como el conjunto de cualidades, permanentes en un ambiente de trabajo que son percibidas, sentidas o experimentadas por las personas que componen la organización, y esta va a influir en su conducta hacia los demás.

CHIAVENATO I. (2000):

En términos más prácticos, el clima organizacional depende del estilo de liderazgo utilizado, de las políticas y los valores existentes, de la estructura organizacional, de las características de las personas que participan en la empresa, de la naturaleza del negocio (ramo de actividad de la empresa) y de la etapa de vida de la empresa. (p. 314)

En esta definición menciona al estilo de liderazgo como punto determinante para el desarrollo de un clima organizacional esto va a depender el comportamiento de las personas que integran la organización.

CHIAN M. (2002) cita a Campbell:

“Conjunto de atributos específicos de una organización particular que puede ser inducido por el modo como la organización se enfrenta con sus miembros y su entorno. Para el miembro en particular dentro de la organización.” (p. 33)

Es evidente que si dentro de la organización se respira un clima organizacional adecuado u óptimo repercutirá positivamente en el desempeño del trabajador y la organización en general, por lo tanto tener un adecuado clima organizacional influirá directamente sobre la gestión y por lo tanto los que van a percibir serán los usuarios, al recibir una atención diferente a lo que les brinda otros establecimiento.

MINSA (2012):

El clima organizacional está dado por las percepciones compartidas por los miembros de una organización respecto al trabajo, el ambiente físico en que éste se da, las relaciones interpersonales que tienen lugar en torno a él y las diversas regulaciones formales e informales que afectan a dicho trabajo.

Toda organización mucho más allá de ser una institución sólida, necesita ser competitiva en el mercado y para ello una de sus fortalezas es su personal, si éste no está capacitado, motivado, no podrá cumplir con las metas y objetivos que la organización se ha trazado por el contrario deberá enfrentar la rotación del personal el cual puede significar un costo a la organización.

El clima organizacional está condicionado de alguna manera por las personas que se encuentran dentro de una organización y como esta se encuentra conformada estructuralmente.

ROBBINS S. (2010)

Se ha descrito como los valores, principios, tradiciones y formas de hacer las cosas que influyen en la forma en que actúan los miembros de la organización. En la mayoría de las organizaciones, estos valores y prácticas compartidas han evolucionado con el tiempo y determinan en gran medida como se hacen las cosas en la organización (p. 46)

CHIAVENATO I. (2010):

“La cultura organizacional expresa un modo de vida, un sistema de creencias, expectativas y valores, una forma particular de interacción y de relación de determinada organización.” (p. 589)

Si partimos del concepto general de lo que significa cultura pues se diría que es la creencia, costumbre, los hábitos que el hombre ha adquirido a través del tiempo, las organizaciones también son constituidas con hábitos, valores costumbres, creencias, que son los que sostienen y mantienen a una organización entre las demás, dentro de la organización todos los miembros van siguiendo ciertas normas, por ejemplo dentro de la Clínica Santa Clara, el personal que ingresa se rige a ciertas normas establecidas, dentro de la institución como seguir un manual de organización y funciones, existe un hábito que por ser una institución religiosa se mantiene desde los inicios, la oración al inicio de las labores cada miembro se encarga de dirigir la oración cada día, también los valores que identifican a la institución y que todo

MINSA (2012):

El clima organizacional está dado por las percepciones compartidas por los miembros de una organización respecto al trabajo, el ambiente físico en que éste se da, las relaciones interpersonales que tienen lugar en torno a él y las diversas regulaciones formales e informales que afectan a dicho trabajo.

Toda organización mucho más allá de ser una institución sólida, necesita ser competitiva en el mercado y para ello una de sus fortalezas es su personal, si 'éste no está capacitado, motivado, no podrá cumplir con las metas y objetivos que la organización se ha trazado por el contrario deberá enfrentar la rotación del personal el cual puede significar un costo a la organización.

El clima organizacional está condicionado de alguna manera por las personas que se encuentran dentro de una organización y como esta se encuentra conformada estructuralmente.

ROBBINS S. (2010)

Se ha descrito como los valores, principios, tradiciones y formas de hacer las cosas que influyen en la forma en que actúan los miembros de la organización. En la mayoría de las organizaciones, estos valores y prácticas compartidas han evolucionado con el tiempo y determinan en gran medida como se hacen las cosas en la organización (p. 46)

CHIAVENATO I. (2010):

"La cultura organizacional expresa un modo de vida, un sistema de creencias, expectativas y valores, una forma particular de interacción y de relación de determinada organización." (p. 589)

Si partimos del concepto general de lo que significa cultura pues se diría que es la creencia, costumbre, los hábitos que el hombre ha adquirido a través del tiempo, las organizaciones también son constituidas con hábitos, valores costumbres, creencias, que son los que sostienen y mantienen a una organización entre las demás, dentro de la organización todos los miembros van siguiendo ciertas normas, por ejemplo dentro de la Clínica Santa Clara, el personal que ingresa se rige a ciertas normas establecidas, dentro de la institución como seguir un manual de organización y funciones, existe un hábito que por ser una institución religiosa se mantiene desde los inicios, la oración al inicio de las labores cada miembro se encarga de dirigir la oración cada día, también los valores que identifican a la institución y que todo

trabajador debe compartirlo es la responsabilidad en las labores asignadas, la honradez, la puntualidad, la alegría y/o otros.

STONER, FREEMAN, GILBERT (1996)

“Es una mezcla compleja de supuestos, conductas, relatos, mitos, metáforas y otras ideas que encajan todas para definir lo que significa trabajar en una organización en particular” (p. 200)

La cultura es la identificación de una organización, como está compuesta internamente que valores, vivencias, creencias se comparten, dentro de la organización y como esta influye en el clima, cada organización tiene su propia cultura esta va a depender del tamaño, tipo, generalmente en las organizaciones grandes existe una cultura general y a la vez subculturas que pertenecen a cada área de trabajo. La cultura influye en el clima existente en la organización. Existen algunos tipos de cultura organizacional que determinan el tipo de cultura que predomina dentro de una organización.

LUNA R., PEZO A. (2005), “Las decisiones se toman en el nivel directivo, se trabaja sin objetivos claros” (p. 56)

La cultura Rutinaria de alguna manera explícita por el nombre que tiene, en este tipo de cultura, todo está centralizado en los altos directivos ellos tienen el control directo, trabajan como llega el día sin tener una planificación, todo se hace como desde el principio, no realizan cambios siguen un modelo único de rutina.

LUNA R, PEZO A. (2005): “Este tipo de cultura se presentan en empresas que alcanzan un crecimiento desmedido y creen que, como consecuencia, el control deber incrementarse” (p. 56) Este tipo suele ser más burocrático, en algunas empresas en nuestro país podemos relacionar este tipo con las entidades públicas que pertenecen al estado. Este tipo siempre andan buscando encontrar alguna falla en las personas, por el mismo crecimiento que pueda tener, aumenta el control, y para hacer esto tendían que aumentar las normas y procedimientos que se necesita.

LUNA R., PEZO A. (2005), “Se perciben como entres cuya trayectoria no puede ser desaprovechada” (p. 56)

La cultura de tipo soñador esta entre lo rutinario y lo burocrático, en este tipo se realiza mediante el deseo de mejorar sin necesidad de modificar las estructuras internas, a veces confunden la creatividad con una ilusión por cambiar, sin adoptar medidas que hagan posible el ingreso a nuevas tecnologías.

LUNA R., PEZO A. (2005), "Todos los participantes de la empresa se sienten parte de un equipo que juega, participa, asume riesgos y está dispuesto a poner lo mejor de sus capacidades para sacar adelante la visión y compromisos de la institución" (p. 57)

La cultura de tipo Innovador basa su trabajo en programas sostenidos, aprovecha las oportunidades, tienen un mejoramiento continuo, tienen políticas clara, incentivos, en este tipo la creatividad y la capacidad innovadora son una parte esencial, este tipo se ve más cerca al idóneo lo que cada organización querría alcanzar. Una institución con una cultura de este tipo, crea un clima de confianza, tolerancia al error, pues se puede traducir como un conocimiento que lleva a mejorar y finalmente a tener éxito.

Veamos la relación que tienen tanto la cultura como el clima de una organización

Cultura organizacional	Clima organizacional
1. Es un constructo colectivo que comparten las personas sobre las características y/o atributos de la organización para la cual trabajan	1. Es un constructo de percepciones individuales que resultan del proceso de interacción social.
2. Su origen se explica en variables que propician comportamientos institucionalizada y aceptadas por la organización que todas las personas cumplen.	2. Su origen está en variables sobre las cuales se evalúan percepciones individuales que conducen a diferentes interpretaciones de la organización por parte de las personas.
3. Es resultado de la conciencia colectiva que orienta el comportamiento de las personas.	3. Es resultado de percepciones que produce el individuo y que influyen en actitudes y comportamientos.
4. Tiene permanencia relativa en el tiempo.	4. Es susceptible de cambios en el corto tiempo.
5. Se describe, no se califica, es una realidad de la cual personas forman parte y la legitiman con sus comportamientos	5. Se mide, puede ser calificado y recibe adjetivos de bueno, malo, satisfacción, insatisfacción y/o otros.
6. Desde la perspectiva de los procesos de interacción social puede ser considerada como una categoría mayor que guía el comportamiento colectivo.	6. Desde la perspectiva de los procesos de interacción social es una categoría menor que resulta de las mismas.
7. Los atributos y características que resultan de su descripción establecen el marco que regula las relaciones sociales.	7. Las fortalezas, situaciones aceptables, debilidades y situaciones críticas son consecuencias de la calidad de las relaciones sociales.

Fuente: IMCOC: un método de análisis para su intervención 1978

En este cuadro se menciona las definiciones más resaltantes que nos ayuden a diferenciar y a relacionar el clima y la cultura organizacional, en una institución están ambas, la cultura está más enfocada en las creencias, valores, estilos, principios y hábitos, como se menciona anteriormente los tipos de cultura, esto de alguna manera a identificar las características y relacionarlas con nuestras instituciones, mas allá de ser una identificación y diferenciación de los demás, ambas son importantes y necesarias y son parte de la organización, mientras que el clima es más interno, es la percepción individual que se tiene, y es medible, la cultura es el modelo que predomina en las organizaciones.

FERNANDEZ M, (1997) nos dice:

“En el proceso de desarrollo de una organización hay que considerar según Likert tres tipos de variables: variables causales, intervinientes o intermedias y variable de resultado”. (p. 164)

Variables causales, está orientada a indicar como una organización va evolucionando y al final cuáles son sus resultados, parte de esto podemos nombrar a la estructura organizativa y la administrativa, el tipo de decisiones que se van tomando, las reglas que maneja la organización y sobre todo el tipo de actitud que tienen frente a los demás.

Variables intermedias, esta variable analiza para parte interna de la organización, es una variable de gran importancia ya que la constituyen los procesos organizacionales como la motivación, rendimiento, comunicación, toma de decisiones entre otras.

Variables finales, surge del resultado de las dos variables anteriores, que están orientadas a establecer resultados obtenidos por la organización, tales como productividad, ganancia y pérdida.

Parte de la interacción de las variables surgen los tipos de clima organizacional, existen dos tipos de clima, el autoritario y participativo, dentro del clima autoritario encontramos dentro al tipo autoritario explotador.

GAN F. GASPAR B. (2007):

“La dirección no posee confianza en sus empleados, el clima que se percibe es de temor, la interacción entre los superiores y subordinados es casi nula y las decisiones son tomadas únicamente por los jefes.” (p. 195)

Este tipo de clima tiene ciertas características que lo identifican, como la Dirección que no posee confianza por parte de los empleados, solo pueden demostrar cierto temor por la

interacción entre la alta jerarquía y los empleados, en las decisiones que vayan a tomar por el buen funcionamiento de la organización a futuro, los empleados no son tomados en cuenta, es un sistema muy radical.

GAN F. GASPAR B. (2007):

“Existe confianza entre la dirección y sus subordinados, se utilizan recompensas y castigos como fuentes de motivación para los trabajadores, los supervisores manejan mecanismos de control. (p. 195)

En el clima autoritario paternalista, se nota la existencia de confianza entre la dirección y sus subordinados, si bien es cierto utilizan recompensas como una fuente de motivación para los trabajadores, supervisores al mismo tiempo también el castigo, como un mecanismo de control, aparentemente visto desde fuera se tiene la impresión de que existe un ambiente estable y estructurado.

El tipo de Clima participativo lo contrario al otro clima encontramos dos tipos el tipo Consultivo cada uno con sus propias características:

GAN F. GASPAR B. (2007):

“La atmosfera está definida por el dinamismo y la administración funcional a partir de los objetivos a alcanzar” (p. 195)

El clima de tipo consultivo está basado en la confianza, entre superiores y empleados, se permiten ciertas ventajas a los empleados como tomar algunas decisiones específicas, en este tipo se busca satisfacer la necesidad de estima, existe interacción entre ambas partes y existe la delegación.

GAN F. GASPAR B. (2007):

“El funcionamiento de este sistema es el equipo de trabajo como el mejor medio para alcanzar los objetivos a través de la participación estratégica” (p. 195)

El tipo de Participación en grupo también corresponde al tipo de clima participativo, este tipo es mucho más abierto, pues tiene plena confianza en los empleados por parte de la dirección, la integración de todos los niveles está presente en la toma de decisiones importantes, uno de los temas muy importantes dentro de la organización es la comunicación en este tipo esta

fluye de forma vertical-horizontal, ascendente-descendente, la clave de motivación es la participación.

Se trabaja en función de objetivos por rendimiento, las relaciones de trabajo (supervisor – supervisado) se basan en las responsabilidades compartidas.

Ciertas características existen hoy en las organizaciones, en algunas el tipo de clima se puede identificar y clasificar de acuerdo a lo mencionado, en otras puede existir la mezcla de las cuatro, en lo que respecta a la Clínica Santa Clara se podría decir que haciendo un análisis interno, surgen las 4 características en diferentes situaciones no tiene una definida, la situación se va adaptando al tiempo a las circunstancias donde se puede percibir e identificar el tipo de clima que se tiene.

Este cuadro nos ayuda a identificar a un clima muy cerrado, rígido, negativo, y también a otro muy opuesto como más participativo, positivo, abierto.

¿Porque es importante el Clima organizacional dentro de una organizacional?

Si bien es cierto que el clima está conformada por personas, también esta organización tiene un líder que dirige la empresa y a él lo que le interesa es que su gente este organizada que tenga claro el objetivo trazado, que logren las metas programadas, que se logre el incremento de más usuarios y mantener a los que ya son parte de la organización.

Por lo tanto si el líder quiere lograr todo los objetivos planeados, ha de tener un equipo de trabajo óptimo que le ayude a alcanzarlo.

Dentro del clima organizacional está enlazados tanto la estructura que se refiere a la parte física de la organización y a los procesos que se relaciona con la gestión del talento humano, en el siguiente gráfico se muestra los componentes del clima organizacional.

Existen muchas teorías acerca de las dimensiones del clima organizacional, para esta investigación se tomará las siguientes dimensiones de los siguientes autores:

GAN F. Y BERBEL G. (2007):

“Litwin y Stringer en una gran variedad de factores, propone la existencia de nueve dimensiones o enfoques por medir que explicarían el clima existente en una determinada empresa. Estructura, responsabilidad, recompensa, desafío, relaciones, cooperación, estándares, conflicto e identidad” (p. 196)

Como estructura se entiende a la percepción de las obligaciones, de las reglas y de las políticas que se encuentran en una organización., como responsabilidad individual se refiere a los sentimientos de autonomía, sentirse su propio patrón, en esta dimensión la recompensa, es la percepción de los trabajadores que pretenden obtener por un trabajo realizado, es la medición que utiliza la empresa según los resultados puede ser premio o castigo.

En lo que se refiere a los desafíos, riesgos y toma de decisiones podemos decir que es el nivel que promueve la organización y como sus miembros pueden lograr los objetivos que se propusieron, las relaciones, es la percepción por parte de los miembros de la organización acerca de la existencia de un ambiente de trabajo grato y de buenas relaciones sociales tanto entre pares como entre jefes y subordinados. En la cooperación o apoyo están involucrados los sentimientos de amistad, compañerismo, la solidaridad que experimentan los empleados en el trabajo.

La tolerancia al conflicto es la confianza que un empleado pone en el clima de su organización o cómo puede asimilar sin riesgo las divergencias de opiniones y finalmente la identidad, es el sentido de pertenecer a un determinado lugar, sentirse identificado con su trabajo e institución.

Para Likert existen ocho dimensiones que miden la percepción del clima organizacional dentro de una organización, como el Liderazgo, Motivación, Comunicación, Procesos de influencia, Toma de decisiones, Procesos de planificación, Procesos de control y Objetivos de rendimiento y perfeccionamiento.

El método de mando o Liderazgo, se refiere a la forma en que el líder influye en los trabajadores, la fuerza motivacional, es cómo motivar a los empleados y de qué manera poder responder a sus necesidades asertivamente.

El proceso de comunicación, en toda empresa la mantener una buena comunicación es vital, existen varios tipos de comunicación en la empresa, así como la manera de ejercerlos. El proceso de influencia, nos habla de la importancia de la interacción superior- empleado para establecer objetivos claros en la organización.

Es conveniente para la toma de decisiones, que la información se basa en buenas decisiones así como el reparto de funciones, el proceso de planificación, es la forma en que se establece

el sistema de fijación de objetivos o directrices, y finalmente tenemos al proceso de control, es la distribución del control entre las instancias organizacionales.

Las dimensiones del clima organizacional en el cual está basada esta investigación son las siguientes:

Relaciones, Liderazgo, Motivación, Recompensa y Comunicación

El Liderazgo según varios autores

CHIAVENATO I.:

Liderazgo es la influencia interpersonal ejercida en determinada situación, para la consecución de uno o más objetivos específicos mediante el proceso de comunicación humana. El liderazgo es un fenómeno social un tipo de influencia que ocurre exclusivamente en grupos sociales, la influencia es una fuerza psicológica que incluye conceptos como poder y autoridad y se refiere a la manera de introducir cambios en el comportamiento de personas o grupo de personas. (p. 315)

El liderazgo es alcanzar algo por conducto de otra gente, lo que no hubiera sucedido si uno no estuviera allí. Y en el mundo de hoy, eso significa menos y menos órdenes y control, y más y más cambio de mentalidad de la gente, y con ello modificar la forma en que se conduce. En la actualidad, el liderazgo es ser capaz de movilizar ideas y valores que energizan a la gente.

RUIZ M. (2008)

Liderar empresas supone autoimponerse la responsabilidad de guiar los caminos de competitividad. Parece obvio pero conviene recordarlo en el mercado empresarial no todos los que se creen líderes actúan de esa forma, lo que, a largo plazo, crea confusión, deterioro en las relaciones humanas dentro de la empresa y situaciones de riesgo laboral. Lo más importante para las empresas es manejarse en el éxito y nadie mejor que los líderes para conducirlos en ese trayecto. (p. 117)

Podemos decir que hay una diferencia entre ser un líder en general que tiene a su cargo a personas voluntarias que lo siguen por convicción y un líder empresarial que esta frente de una organización, lo cual no siempre tiene las características de un líder ideal, dentro de una organización tener un gerente como líder, sería lo ideal sin embargo no todos los líderes cuentan con la capacidad o habilidad que se requiere para que realice funciones administrativas, y que maneje diversas situación que haga a la organización sólida y

competente, es por ello que ante diferentes situaciones se debe seleccionar a las personas con diferentes tipos de liderazgo. Los Estilos de liderazgo basado en la autoridad.

KOONTS Y HEINZ (1998) "en algunas primeras explicaciones de los estilos de liderazgo, estos fueron clasificados según el uso de la autoridad por los líderes. De acuerdo a eso los líderes aplican a tres estilos básico, el líder, autocrático, democrático y liberal" (p. 537)

Autocrático, es duro e impositivo, fija las pautas sin participación del equipo de trabajo, no confía en sus trabajadores, piensa que el dinero es la mejor recompensa por el trabajo que realizan los trabajadores y lo cual es la única motivación que tienen, determina que pasos se debe seguir y las técnicas que se debe de utilizar para la ejecución de las tareas, da órdenes, no se está permitido las preguntas por lo mismo que no da explicaciones de nada, el nivel de producción es bueno cuando el líder está presente y en su ausencia es bajo, es dominante.

Democrático o participativo, la toma de decisiones se comparte entre el líder y el equipo de trabajo, toda idea, estrategias para alcanzar los objetivos, son debatidas y aprobadas por el equipo lo cual son apoyadas y reforzadas per el líder.

En el caso que haya tomado una decisión, lo sustenta ante el equipo de trabajo, los trabajadores tienen la libertad de poder realizar planes para alcanzar objetivos, el líder propone alternativas para que el grupo elija, en relación a la división de tareas cada trabajador tiene la libertad de elegir a su equipo de trabajo.

Todas las ideas innovadoras y propuestas de cambio y mejora son bien recibidas en este caso la productividad y la calidad generalmente son muy altas.

Líder liberal, es el otro extremo del autoritario, da demasiada libertad para la toma de decisiones individuales o grupales, el líder casi no tiene participación, es indeciso temeroso no tiene confianza en su habilidad de liderazgo

Su participación en el grupo de trabajo es limitada, no proporciona información que el grupo lo solicita, la división de las tareas está a cargo del grupo, y no establece metas para el grupo, este tipo de líder no evalúa regularmente los acontecimientos, solo los menciona cuando se los piden.

Los estilos de liderazgo van a depender del tipo de organización, también como es la cultura que predomina dentro de ella por lo que el estilo se desarrollará de acuerdo a la situación, es

importante conocerlo si, identificarlos y evaluar si es lo mejor para la organización o en base a eso se puede realizar cambios que favorezcan a la organización y a quienes lo conforman, estos estilos de liderazgo está más adaptado a la parte masculina, en cuando al liderazgo femenino se podría decir que es más interactivo su liderazgo, está orientado más a la parte del compartir y desarrollar la responsabilidad en sus colaboradores, en la parte masculina el estilo de liderazgo es más como de una transacción entre él y sus empleados, hoy en día hombres y mujeres de éxito ambos pueden compartir ambos estilos, adecuándolos a ciertas situaciones.

La Motivación atendida por autores diversos.

KOONTZ Y HEINZ (1998) "La motivación es un término genérico que se aplica a una amplia serie de impulsos, deseos, necesidades, anhelos y fuerzas similares" (p. 501)

Esta dimensión se apoya en los aspectos motivacionales que desarrolla la organización con sus empleados.

Según la teoría de Maslow:

"Una teoría sólida de la motivación debería... asumir que la motivación es constante, inacabable, fluctuante y compleja y que prácticamente, es una característica casi universal de todo estado orgánico de la cuestión." Abraham Maslow

Según Maslow establece que no son solo las necesidades sociales son las responsables de la satisfacción laboral, sino toda una gama de necesidades que se organizan y estructuran jerárquicamente. En este sentido Maslow destaca la necesidad de crear un ambiente organizativo tal, que el individuo puede dar satisfacción a todas sus necesidades. Desde las más básicas o elementales como la comida, ropa, vivienda, hasta las que él sitúa en el plano más elevado: la necesidad de autorrealización.

Maslow identifica estas necesidades mediante niveles que van de lo básico al nivel más alto:

Necesidades Fisiológicas, necesidades relevantes para la supervivencia básica del organismo: alimentos, líquidos, refugio, satisfacción sexual y otras exigencias corporales.

Necesidades de seguridad: es necesidades de estabilidad, protección, necesidad de estructura, orden, ausencia de miedos, u otros.

Necesidades de amor y el sentido de pertenencia. Son necesidades sociales, tales como afecto, cariño, sensación de pertenecer, aceptación y amistad.

Necesidades de estima, satisfacción de la necesidad de auto-estima da lugar a sentimientos de auto-confianza, valía, fuerza, capacidad y suficiencia, de ser útil y necesario en el mundo.

Factores internos de auto-estima: el respeto propio, autonomía y logros y Factores externos de estimación, el status reconocimiento y atención.

Necesidad de auto-realización, la necesidad de crecimiento, alcanzar el potencial de cada uno y la auto-satisfacción; el impulso para llegar a ser lo que cada uno es capaz de ser. El deseo de llegar a ser todo aquello en que uno es capaz de convertirse.

De acuerdo con esta teoría resultarán más satisfactorias para los empleados aquellos puestos capaces de cubrir todas sus expectativas dentro y fuera del trabajo, en función a estas llegan a cubrir con eficacia, y al mismo tiempo producirán una satisfacción diferencial.

La teoría propuesta por Maslow tiene indudablemente mérito, por una parte resalta los valores y los orígenes de la motivación injustamente ignorados y por otra parte tiene la ventaja de proponer un modelo claro y universal de la estructura de las necesidades humanas.

Una de las teorías que también nos acercan mucho más a la motivación de las personas dentro de una organización es la teoría X y Y.

KOONTZ Y HEINZ (1998) "La teoría X y la teoría Y son dos conjuntos de supuestos sobre la naturaleza de la gente. MacGregor eligió esos términos porque deseaba una terminología neutral sin connotaciones de "bondad" o "maldad" de ninguna especie." (p. 504)

Douglas McGregor, uno de los alumnos de Maslow, quien influyó en el estudio de la motivación formulando dos series de supuestos acerca de la naturaleza humana:

El estilo de administración basado en la Teoría X parte de una visión pesimista y presupone que.

A la persona promedio le desagrada trabajar y no trabajará si puede evitarlo. Como a las personas no les gusta trabajar, deben ser controladas, dirigidas o amenazadas con sanciones para conseguir que hagan un esfuerzo. La persona promedio prefiere que la dirijan, no quiere tener responsabilidades, tiene relativamente pocas ambiciones y quiere, más que nada, estar segura.

Esta visión de las personas sugiere que los administradores deben estar presionando a los empleados de manera constante para que trabajen y que deben controlar estrechamente su comportamiento en el trabajo.

Los administradores que se basan en la teoría X indican a las personas lo que deben hacer, son autoritarios, les gusta tener el control y confían muy poco en los empleados. Con frecuencia tienen subalternos dependientes, pasivos y resentidos.

El estilo de administración basado en la Teoría Y, por el contrario, parte de una visión más optimista y presupone que: Trabajar es algo tan natural como jugar o descansar. Las personas quieren y pueden dirigirse y controlarse solas, y tratarán de alcanzar las metas de la organización en las cuales creen.

Es posible motivar a los trabajadores mediante incentivos positivos, así éstos se esforzarán por alcanzar las metas de la organización si piensan que serán recompensados por hacerlo. En circunstancias adecuadas la persona promedio no sólo aceptará tener responsabilidades, sino que las buscará. Casi todos los trabajadores tienen un grado relativamente alto de imaginación y creatividad, y están dispuestos a contribuir a resolver problemas.

Los administradores que trabajan con base en los supuestos de la teoría Y reconocen las diferencias individuales y alientan a los trabajadores a aprender y a desarrollar sus habilidades. El planteamiento de la teoría Y se basa en la idea de que los trabajadores tienen los mismos intereses que la organización. (Carl McDaniel 1989, pág. 326)

En la teoría X nos presenta el lado deprimente en la que puede encontrarse el ser humano, un ser sin motivación, sin ambición, sin responsabilidad de asumir su propia vida, existen empleados con estas características y los directivos deben lidiar con ellos recurriendo muchas veces a la amenaza para lograr que hagan el trabajo que les corresponde.

En la teoría Y, se resaltan las actitudes y las posibilidades que tiene la persona, para desarrollarse dentro de una organización, mostrando interés, responsabilidad y disposición en colaborar con la organización para cumplir su objetivo ya que también lo asume como suyo.

William Ouchi autor de la Teoría Z, estudio las diferencias y el paralelismo que existía entre las grandes empresas de Japón y los Estados Unidos, fruto de esta investigación fue lo que denominó Teoría Z, tomando como referencia la existencia de las anteriores teorías X y Y del psicólogo McGregor. (Palom F. 1987 P. 15)

La teoría Z de Ouchi, busca crear una nueva cultura empresarial en la cual la gente encuentre un ambiente laboral integral que les permita a los empleados superarse no solo por el bien de la empresa sino también para su propio bien y el de la empresa.

Los principios fundamentales y básicos de la teoría Z, son tres, Confianza, Atención a las relaciones humanas y Relaciones sociales estrechas, siendo la Confianza la piedra angular de la cultura.

Z. Ouchi identificó los siguientes trece pasos que permiten transformar la organización en una empresa Z: Comprender primeramente el Tipo Z de organización y el papel que han de jugar los participantes en la transformación, Reevaluar la filosofía establecida en la organización a punto de transformarse, Definir la nueva filosofía a implementar y hacer partícipe a la directiva de la nueva dirección a tomar, Comenzar la implementación creando las estructuras y los incentivos, Desarrollar los lazos personales entre los participantes de la nueva organización.

Re-evaluar el progreso hasta este punto, participar al sindicato en el proceso, estabilizar el número y categorías de empleados, establecer el sistema (lento) de evaluación y promoción de los trabajadores, ampliar y generalizar las carreras de los trabajadores, implementación final hasta este punto, promover la participación y dedicación de los trabajadores a la organización. Promover la dedicación totalmente envolvente entre los empleados. Esto incluye todos los aspectos de la vida social y familiar de estos.

Ouchi, con su teoría, presenta una alternativa la donde resalta la confianza como una de las bases fundamentales dentro de la organización, aquí el trabajo en equipo, el incentivo al trabajador por una buena labor realizada es una característica de una empresas Z, es así como las denomina Ouchi, la participación de todos en los diferentes procesos es importante, reconoce mucho a la persona como tal.

Otra teoría que logra resaltar sobre la motivación es la Teoría de MCCLELLAND.

“David McClelland, contribuyó a la comprensión de la motivación al identificar tres tipos de necesidades básicas de motivación, las clasificó como necesidades, poder, asociación y logro” (p. 514)

Logro: son personas con gran impulso de sobresalir, de tener éxito, tienen temor al fracaso, lleva a los demás a retos, metas elevadas que alcanzar, posiblemente difíciles pero no

imposibles. Estas personas tienen una gran necesidad de desarrollar muchas actividades. Las personas movidas por esta necesidad tienen deseo de la excelencia, apuestan por el trabajo bien realizado, aceptan responsabilidades, tienden a ser infatigables en el trabajo, prefieren hacerse cargo ellos mismos de sus asuntos

Poder: Necesidad de influir y controlar a otras personas y obtener reconocimiento por parte de ellas, tiene la necesidad de ser considerado importante, desea adquirir prestigio y status, son por lo general buenos oradores, empeñosos, obstinados, francos exigentes y les gusta enseñar y hablar en público, están presentes en todo los ámbitos tanto social o político, generalmente asumen posiciones de liderazgo.

Asociación: Deseo de tener relaciones interpersonales amistosas y cercanas, formar parte de un grupo, y/o otros, les gusta ser habitualmente populares, el contacto con los demás, no sienten cómodos con el trabajo individual y le agrada trabajar en grupo y ayudar a otra gente, están prestos a confortar y auxiliar a quienes se ven en problemas.

Herzberg, psicólogo influyente en la gestión empresarial nos brinda una teoría que la denomina Teoría de los dos factores, donde se encuentra el factor de higiene y el factor de motivación.

STOONER, FREEMAN Y GILBERT (2010) "Este modelo más complejo de las necesidades en el que tanto satisfactores como insatisfactorios pueden estar presentes en una sola persona, subraya la importancia de que los gerentes entiendan las diferencias entre una persona y otra cuando diseñan sus posiciones para la motivación. (p. 496)

Factores de higiene o de insatisfacción: engloban a todas las condiciones del ambiente en el cual se mueve la persona, este tipo de factor no conduce a la insatisfacción, sino solo a la ausencia de satisfacción. Este tipo de factor ayuda a mantener un buen ambiente de trabajo

Los Factores de Motivación: se encuentran vinculados con aspectos más profundos respecto del puesto específico que posee el individuo. La motivación que brinda su atención, este tipo de factor mejora notablemente el desempeño en el trabajo.

En los Factores de higiene, encontramos a: sueldo y beneficios, política de la empresa y su organización, relaciones con los compañeros de trabajo, ambiente físico, supervisión, status, seguridad laboral, crecimiento, madurez y consolidación.

Así mismo dentro del Factor de motivación encontramos al logro, reconocimiento, independencia laboral, responsabilidad, promoción.

Según las investigaciones de Herzberg, cuando los factores higiénicos son óptimos, los empleados mantienen un grado de satisfacción, difícilmente sostenida por mucho tiempo, y cuando sucede lo contrario los empleados muestran un grado de insatisfacción considerable, pues esto nos refleja la dependencia que existe entre el factor de higiene y el factor motivación.

Para mantener un clima favorable dentro de una organización uno de los puntos importantes más allá de conocer la estructura de la organización es conocer el comportamiento de las personas.

Ver más allá de una simple apariencia física, es creer como una persona puede desarrollar su máximo potencial y ser una pieza importante dentro de la organización, para ellos conoceremos más de la motivación y las teorías en las que se amparan. La comunicación dentro de una organización juega un papel importante pero no solo es tener una comunicación simple si no una Comunicación integral.

CHIAVENATO I. (2000)

“La comunicación se aplica en todas las funciones administrativas, pero es particularmente importante en la función de dirección, ya que representa el intercambio pensamiento e información para proporcionar comprensión y confianza mutuas además de buenas relaciones humanas”. (p. 324)

Uno de los elementos fundamentales y la más importante dentro y fuera de una organización es la comunicación, en los últimos tiempos tenemos la facilidad de comunicarnos por muchos medios y sin embargo aún se puede encontrar dentro de deficiencias, en una organizaciones tener una comunicación deficiente trae consigo muchas dificultades creando conflictos muchas veces innecesarios.

El comunicarse uno con otros implica intercambiar hechos, ideas, opiniones y emociones, interrelaciones mediante palabras, letras, símbolos o mensajes, la comunicación es un medio con el cual los miembros de una organización pueden compartir el significado y su comprensión.

Para poder entender más sobre la Comunicación tenemos varios tipos.

REYES A. (2004),

“Es responsable del éxito de la comunicación aquel en quien se origina la misma” (p. 394)

Comunicación formal e informal, se refiere a un estilo de comunicación donde se envía y recibe un mensaje a través de un patrón de autoridad determinado por la jerarquía de la empresa, mayormente dentro de una organización la comunicación que se da es informal.

La comunicación formal, es la que se da a través de las fuentes y/o canales oficiales de la organización y la comunicación informal, es la que utiliza la red no oficial de relaciones interpersonales, generalmente de boca en boca.

Comunicación oral o escrita, existen ventajas y desventajas al utilizar este tipo de comunicación, mientras que unas prefieren la comunicación oral porque les parece más íntima, cercana hay otras que prefieren la formalidad, exactitud y precisión de la Comunicación escrita, pero al final para decidir por una de las dos, se toman en cuenta algunos elementos como tiempo, costo y preferencias personales.

Comunicación descendente, ascendente y lateral, según el flujo direccional de la institución puede clasificarse la comunicación. Descendente, es la que fluyen de arriba hacia abajo, el intercambio de información se da cara a cara entre jefe a empleado a través de informes administrativos, manuales de procedimientos, cartas, circulares y/o otros.

La comunicación ascendente, se da en los casos cuando los empleados presentan informes acerca del trabajo realizado a los jefes de nivel superior o también sus quejas. El lateral u horizontal, se dan en los intercambios de información entre áreas del mismo nivel.

Las personas que se dedican al servicio de los demás en este caso en salud, necesitan conocer a quien es que van a ayudar, en este caso a qué tipo de paciente, el trabajo en equipo es vital para que se pueda brindar una buena atención, por lo que las Relaciones Interpersonales juegan un papel importante en el desarrollo integral de las personas.

GAMEIRO A. (2003)

“La mitad del éxito está en la competencia profesional, la otra mitad esta en las relaciones apropiadas con las demás personas” (p.8)

El trabajo con personas en ocasiones se torna complicado o también se puede desarrollada en armonía, es importante el trabajo de líder con todo el grupo de personas a su cargo, tiene que ser capaz de mantener un equilibrio, entre la libertad plena y la limitación extrema en los equipos de trabajo.

Para lograr una gestión eficaz de la relaciones interpersonales, es fundamental que el líder se centre en cinco áreas muy concretas como: el control hacia las personas, establecer una buena comunicación, estimular una buena escucha de todos los integrantes, gestionar la realimentación y controlar las reacciones personales negativas (MAPCAL 1998, p 143)

Mantener buenas relaciones dentro del trabajo traerá muchos beneficios para la organización y para los mismos colaboradores, porque ellos mismo se sentirán bien en su puesto de trabajo, tendrán menos desgaste físico y mental lo cual aumentará su productividad. La Recompensa Laboral, ofrecida a manera de incentivar a los trabajadores a realizar una labor significativa.

ROBINNS (1998) "Casi todas las organizaciones creen que sus sistemas y recompensas están destinados a premiar los méritos" (p. 248)

Un criterio para la recompensa es el desempeño, que se mide por resultados, también el esfuerzo que también suele ser recompensado, se premia los medios antes que los fines, otros criterios pueden ser la antigüedad del trabajador, las habilidades de los empleados, el tipo de recompensas no siempre son económicas, existen las compensaciones no económicas, como capacitaciones, días libres, reconocimientos, y/o otros, aunque en general los trabajadores siempre esperan una compensación directa que es recompensa económica.

Hoy en día ganarse un lugar en la mente de un usuario es importante para una organización, mantener a un usuario satisfecho es vital, es por ello que ahora hablaremos sobre la Satisfacción del Usuario

GOSSO F. (2008) nos dice:

La satisfacción es un estado de ánimo resultante de la comparación entre las expectativas del usuario y el servicio ofrecido por la empresa. Si el resultado es neutro, no se habrá movilizado ninguna emoción positiva en el usuario, lo que implica que la empresa no habrá conseguido otra cosa más que hacer lo que tenía que hacer, sin agregar ningún valor añadido a su desempeño (p. 77)

EVANS J., LINDSAY W. (2008)

“Los deseos y necesidades de los clientes son la base de la ventaja competitiva y las estadísticas demuestran que el aumento de la participación en el mercado tiene elevada correlación con la satisfacción del cliente” (p. 156)

En un centro que presta servicios en salud la atención que se brinda a los usuarios/pacientes es importante, porque de la mejor manera de proveer un servicio adecuado es tener en cuenta siempre a tres grupos dentro de la organización como son, usuario/paciente, empleados y comunidad.

La organización podría anticiparse a las necesidades futuras de los usuarios/pacientes, esto lo lograría estudiando de forma continua el mercado cambiante, las tendencias en la industria, las preferencias de los usuarios/pacientes y las recomendaciones que dan los médicos.

El término paciente hoy en día es usado de manera distinta y la palabra es reemplazada por Usuario término que utilizamos en las organizaciones que brindan servicio en general.

SAN JOSÉ P. (1994) nos dice:

En el caso de los servicios sanitarios, el paciente como término implica una pasividad que encaja bien con nuestra cultura en la que la gente es cuidada o tratada por una estructura profesional, pero es un concepto restringido ya que hay personas que pueden ser consideradas usuarios pero no pacientes, la gente que se encuentra enferma no tiene que ser necesariamente un carácter pasivo, ni que padece. Sin embargo, dado su uso interno, este concepto (paciente) se utilizará en ocasiones en lugar del anterior de usuario en el mismo sentido. (p. 44)

Habitualmente en los establecimientos de salud, se acostumbra a llamar pacientes a los clientes, pero como bien lo dice la teoría, el significado que le daban anteriormente hoy no significa lo mismo, el paciente ha ido evolucionando, ellos son nuestros clientes y por lo tanto sabemos que un cliente significa mucho para una organización.

La importancia de tener satisfechos a nuestros usuarios y crear una lealtad en ellos, es importante porque, se ve reflejado en las utilidades que tiene la organización cada cierre de periodo, un nivel alto de ingresos pero no solo deberá lograr una alta productividad o una participación en el mercado también debe buscar la lealtad de estos clientes aquellos que

permanecen con la empresa y dan referencias positivas acerca de ella o también puede resultar todo lo contrario.

La satisfacción y la lealtad tienen conceptos distintos para Patrick Mehna, La satisfacción es una actitud y la lealtad es un comportamiento, esto nos quiere decir que un cliente satisfecho puede adquirir un producto o puede acceder a un servicio debido a la conveniencia, los clientes leales dan prioridad a una organización en particular y son los que están dispuestos a pagar precios altos, y a la vez recomiendan a clientes nuevos lo cual para una organización le hace menos costoso invertir en publicidad.

EVANS J., LINDSAY W. (2008)

“Una empresa no puede crear clientes leales sin crear primero clientes satisfechos” (p. 157)

Muchas veces la satisfacción y la lealtad de un usuario se ven afectados en gran medida por la calidad de servicio que se les brinda, es muy probable que un usuario cambie de empresa debido a los problemas de servicio que les puedan brindar a que estén preocupados por el precio que tendrán que pagar, es importante la relación que la organización establezca con sus usuarios,

Los usuarios evalúan las percepciones de calidad y desarrollo, si la calidad de servicio supera sus expectativas el usuario se sentirá satisfecho, si fuera lo contrario, se estaría creando a un usuario insatisfecho por lo que estos puede tener efectos en la rentabilidad ya que estos usuarios transmitirán su molestia formando una cadena de usuarios que aún si ir en busca de un servicio está ya recibió información sobre la calidad de atención.

EVANS J., LINDSAY W. (2008)

“las empresas deben seleccionar con cuidado a los empleados que tienen contacto con los clientes, capacitarlos bien y facultarlos para cubrir y superar las expectativas del cliente” (p. 173)

La selección y desarrollo de empleados que tienen contacto con los usuarios son particularmente importante, son las personas que tienen la responsabilidad del contacto constante con el usuario ya sea persona a persona, por teléfono o por otra vía.

Para tener un mejor contacto con los usuarios la organización debe tener reglas o requisitos de contacto con los usuarios lo cual debe realizarse de acuerdo a la realidad de la organización, estos requisitos debe conocer los colaboradores mediante una buena orientación en especial

con los nuevos integrantes, esto debe retroalimentarse con frecuencia con el fin de mejorar su desempeño.

Después de realizar muchos esfuerzos por satisfacer a los usuarios pues siempre habrá usuarios insatisfechos, y en este caso surgen las quejas y para ello los colaboradores deben estar preparados para manejar este tipo de situación con un usuario.

En realidad una organización de servicio difícilmente se entera de lo que opinan los usuarios insatisfechos, algunos pueden expresarlos y otros simplemente ya no regresan, de los usuarios que presentan su queja por algún motivo en la atención, si estos son resueltos eficazmente, volverán porque su queja fue resuelta con rapidez y si por el contrario su queja no fuera resuelta esto generaría una cantidad de comentarios desfavorables acerca de la organización.

Con la tecnología que actualmente se maneja, en el internet las redes sociales ahora son un medio donde los usuarios pueden manifestar su experiencia favorable o desfavorable por el servicio recibido.

La organización debe considerar a estas quejas como oportunidad para mejorar el servicio que brinda, y en vez de evitarlos motivarlos a que puede hacerlo facilitándoles la forma de hacerlo, y al mismo tiempo brindándoles una solución eficaz, esto podría generar su lealtad con la organización, cuando se tiene una queja de un usuario la mejor manera de poder tratar con ello es,

Atender a la persona que se queja, no dejarla que se vaya con ese malestar de decir algo y no lo dijo porque nadie supo escucharla , reconocer el error, posiblemente no sea fácil asumir un error pero al hacerlo habrá creado una confianza entre institución y usuario, compensar al usuario, esto es importante no solo basta con escucharlo, haber reconocido la equivocación, sino también tratar de que el usuario sienta que es retribuida por la falta.

Pedir disculpas, es un gesto humilde, humano pero muy valiente y justo, demostrar resultados de la queja, pues ante una equivocación mejorarla para que no se vuelva a repetir.

Las dimensiones en las que se basa esta dimensión para la segunda variable como es la satisfacción de los clientes, esta apoyada en esta teoría: Tangibles, confiabilidad, capacidad de respuestas, aseguramiento y empatía.

Los usuarios o clientes esperan recibir un servicio o un producto que colmen sus expectativas y estas pueden ser: cuando hablamos de la parte **Tangible** como dimensión de la satisfacción del usuario nos referimos a lo que se puede tocar.

VAVRA T (2003) "Condición de medio de prueba, que acompaña a la entrega del servicio, las oficinas respiran profesionalidad" (p. 115)

Relacionado con la parte estructural, lo cual se refiere a las instalaciones de la organización, la infraestructura, que tan atractiva se presenta para los usuarios, la distribución de los consultorios, tener fácil acceso, en esta dimensión encontramos también a los equipos médicos, tecnológicos, que ayudan a brindar un servicio de calidad y eficiente, también en este punto recalca la apariencia de cada empleado, estar vestido adecuadamente vistiendo un uniforme para que sea fácil su identificación.

En cuanto a la segunda parte se refiere a la parte emocional, cómo espera sentir el servicio que le brinden, pero estas expectativas están sujetas a muchos cambios ya que va a depender de muchos elementos como:

Cómo va el mercado, que es lo que escuchan de los demás usuarios a cerca del servicio que brinda la organización, las experiencias que haya tenido anteriormente con el servicio, la necesidad que tenga en el momento de requerir el servicio, la publicidad que haya propagado para la atracción de nuevos usuarios, y uno de los elementos más influyentes en el momento de adquirir un producto o servicio, el precio.

Para Karl Albrecht, existen 4 niveles para satisfacer las expectativas de un usuario al momento de adquirir un servicio y ver el desempeño.

Básico, son elementos necesarios con lo que una organización que presta servicios debe contar. Por ejemplo la clínica Santa Clara, tiene un lugar adecuado para la atención del usuario en caso de urgencia, cuenta con un médico, enfermera y equipos que ayuden al usuario a sentirse seguro.

Esperado, son algunos elementos que el usuario espera encontrar al momento de adquirir un servicio, este nivel está sujeto a las expectativas creadas en el mercado acerca del servicio que se ofrece, por ejemplo, en la clínica Santa Clara en su publicidad esta que brinda atención con

especialistas reconocidos que vienen de otras ciudades, a los usuarios eso les llama la atención y el simple hecho que el especialista es de fuera crea una expectativa que al momento de recibir el servicio espera encontrar.

Deseado, en este nivel se puede decir que el usuario no necesariamente puede conocer alguna característica del servicio que se brinda pero que es lo que desea tener al momento de adquirir un servicio, por ejemplo en la clínica Santa Clara, tienen buenos especialistas, un lugar adecuado para la atención del usuario, pero este desea que tenga en las habitaciones televisión con cable, y/o otros.

Inesperado, es cuando el usuario recibe un servicio que ha superado sus expectativas y sus deseos, y logran sorprenderlo, es una buena estrategia sorprender gratamente al usuario es un éxito garantizado, ya que todas las sorpresas positivas, generan recuerdo y comentarios positivos lo cual es muy favorable para la organización. Por ejemplo, en la clínica Santa Clara, a través de la bocina se saluda muy alegremente el cumpleaños de algún usuario que está esperando por el servicio solicitado.

En la dimensión de Fiabilidad – Confiabilidad, el escritor Alcaide nos dice lo siguiente.

ALCAIDE J. (2010)

La empresa que logra un alto nivel de fiabilidad es aquella que ofrece un alto y constante nivel de consistencia en la confiabilidad de sus prestaciones; entrega el servicio correcto desde el primer momento, cumple siempre las promesas que hace, entrega siempre el servicio en las fechas y momentos prometidos, si se equivoca, admite su error y hace todo lo que sea necesario para dejar satisfecho al cliente. (p. 51)

Esta dimensión está orientada a la capacidad que tiene una organización de ofrecer un servicio y cumplir con lo ofrecido a los usuarios de manera segura y precisa, es uno de los puntos importante conocer la percepción de la calidad del servicio que tienen para lograr mantenerlos y no perderlos rápidamente.

Los clientes muchas veces evalúan el servicio después de haberlo adquirido, por lo que esta dimensión es el resultado del servicio a ofrecer, además es una de las más importantes en lo que se refiere a expectativas de los usuarios, la confiabilidad le hace a una organización más competente pero no es suficiente para crear un pensamiento en los usuarios de un servicio extraordinario, se tiene que ir más allá que solo prestar un servicio competente, crear un lazo

emocional con el usuario es importante porque hacen algo más que satisfacer al usuario, crean lealtades a largo plazo, es importante aprovechar todas las oportunidades para impresionar al usuario durante el servicio.

Es una realidad que muchas organizaciones no aprovechan esta oportunidad por el contrario están más concentrados en proteger sus activo o en buscar la manera de incrementarlos a corto plazo, y simplemente los colaboradores que tienen el contacto con los usuarios, no tienen el respaldo para resolver situaciones, correr riesgo, a ser creativos, una organización que solo enseña a sus empleados a sonreír no tendrán la oportunidad de llegar a ser distinta a las demás, solamente serán grandes aquellas organizaciones donde los empleados desean sonreír, responder a las necesidades de los usuarios, es algo que se debe manejar muy bien, dentro de una organización, por lo que es importante tener una buena Capacidad de Respuesta.

EVANS J, LINDSAY W. (2008) "Disposición para ayudar a los clientes y prestarles un servicio oportuno" (p. 166)

Es la respuesta que se da a los usuarios, la disponibilidad que se tiene para ayudar y brindarle los servicios rápidamente, según el grado de emergencia, también está la responsabilidad de solucionar algún inconveniente que tenga, la atención que reciben es de forma inmediata.

El proporcionar una respuesta rápida a las interrogantes de los usuarios es vital, ya que sabrán que el colaborador estará allí para darle servicio en todo momento, el tener flexibilidad para adecuarse a las necesidades de los usuarios, ayuda a manejar diversas situaciones que se les pueda presentar en el momento.

Por ello es importante la capacitación constante que se le pueda brindar a las personas que tienen el contacto directo con los usuarios esto ayudará a identificarse con su trabajo, su institución, consigo mismo y el brindar un servicio de calidad será dado muy naturalmente.

El Aseguramiento o Garantía, una forma de brindar al usuario una servicio de calidad.

Vavra T. (2003) "Competencia, poseer el conocimiento y la capacidad adecuada, es considerada la amabilidad, credibilidad y seguridad, no hay peligro ni riesgo, ni duda". (p. 114)

Se refiere al conocimiento que tiene a cerca del trabajo que realiza, la cortesía con la que son recibidos los usuarios ese poder de confianza que transmiten al brindarles el servicio que ofrecen.

Es un elemento importante en el servicio que se le brinda a un usuario, aquí cuenta la seguridad con la que nos comunicamos y sabemos lo que hacemos y lo que ofrecemos a nuestros usuarios, se debe transmitir seguridad al hablar sin dudar, transmitir tranquilidad y confianza. La Empatía, es un elemento clave para los profesionales de la salud.

COTTLE D. (1990) "Empatía quiere decir que usted está en disposición de ofrecer a sus usuarios cuidado y atención personalizados. Va más allá de la simple cortesía, a pesar de que la cortesía es parte importante de la empatía, como también es parte de la seguridad" (p. 42)

La atención personalizada que se le brinda a cada usuario que llegar para su atención, es tratarlos como seres humanos con amor y paciencia, transmitirles tranquilidad, identificarlos por su nombre, haciéndoles sentir a cada uno de ellos muy importante para la institución.

La empatía se logra teniendo una buena comunicación, lo cual significa que a los usuarios se les debe tener informados de toda situación que se presente en la prestación del servicio ofrecido, utilizando un lenguaje sencillo para que pueda ser entendido, y esto va a variar según el usuario que se tenga, para unos será suficiente utilizar un lenguaje sencillo, y como para otros usuarios el tipo de lenguaje será más sofisticado.

1.1. Problema

1.1.1. Problema General

El problema en el que se centra la presente investigación responde a la interrogante:

¿Cómo se relaciona el clima organizacional con la satisfacción de los Clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara?

1.1.2. Problemas específicos

¿Cómo las relaciones interpersonales se vinculan con la satisfacción de los Clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara?

¿Cómo repercute el Liderazgo en la satisfacción de los Clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara?

¿Qué relación tiene la motivación con la satisfacción de los Clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara?

¿Cómo la recompensa de los colaboradores se vincula con la satisfacción de los Clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara?

¿Cómo se relacionan los procesos de comunicación con la satisfacción de los Clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara?

1.2. Hipótesis

Hernandez R. (2005) “Son las guías para una investigación o estudio. La hipótesis indican lo que tratamos de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado”. (pág. 92)

1.2.1. Hipótesis Principal:

El clima organizacional tiene relación significativamente con la satisfacción de los Clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara.

1.2.2. Hipótesis específica:

Las Relaciones Interpersonales se vinculan adecuadamente, con la satisfacción de los Clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara.

El Liderazgo repercute directamente en la satisfacción de los Clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara

La motivación de los colaboradores se relaciona específicamente con la satisfacción de Clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara.

La recompensa se vincula adecuadamente con la satisfacción de los Clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara.

Los procesos de comunicación se relacionan específicamente con la satisfacción de Clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo Principal

Identificar la relación ente el clima organizacional y la satisfacción de los Clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara.

1.3.2. Objetivos Específicos

Determinar el vínculo de las relaciones interpersonales y la satisfacción de los Clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara.

Establecer la repercusión del Liderazgo en la satisfacción de los Clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara.

Determinar la relación entre la motivación y la satisfacción de los Clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara.

Determinar el vínculo de la recompensa de los colaboradores y la satisfacción de los Clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara.

Establecer la relación de los procesos de comunicación y la satisfacción de los Clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara.

II. MARCO METODOLOGICO

2.1. Variables

Definición conceptual de la variable

Variable 1: Clima organizacional

El clima organizacional se refiere al ambiente interno existente entre los miembros de la organización y está estrechamente ligado al grado de motivación de los empleados. (Chiavenato I. 2002, p. 314)

Variable 2: Satisfacción de los usuarios

Se define como el nivel del estado de ánimo de un individuo, que resulta de la comparación entre el rendimiento percibido del producto o servicio con sus expectativas. (Gosso F. 2008, P. 77)

2.2. Operacionalización de las variables

Cuadro Nº 01: Variable Independiente y Dependiente

Tabla Nº 01

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICION
VARIABLE 01 CLIMA ORGANIZACIONAL	El clima organizacional se refiere al ambiente interno existente entre los miembros de la organización y está estrechamente ligado al grado de motivación de los empleados. (Chiavenato I. 2002, p. 314)	El Clima organizacional se medirá a través de las dimensiones de Relaciones, Liderazgo, Motivación, Comunicación y Recompensa utilizando una encuesta donde mediremos el clima organizacional de la Clínica Santa Clara.	Relaciones	- Relaciones Interpersonales	1, 2	ORDINAL 1. siempre 2. casi siempre 3. A veces 4. Casi nunca 5. Nunca
				- Libertad de expresión	3	
				- Equipo de trabajo	4 y 5	
			Liderazgo	- Orientado al logro	6, 7	
				- Conocimiento de objetivos	8	
				- Liderazgo participativo	9 y 10	
			Motivación	- Desempeño	11, 12	
				- Trato justo	13, 14	
				- Logro profesional	15	
			Recompensa	- Estabilidad	16, 17	
				- Capacitación	18	
				- Ascenso	19 y 20	
			Comunicación	- Valores colectivos	21	
				- Optima	22	
- Honestidad	23					
VARIABLE 02 SATISFACCION DE LOS CLIENTES DE LOS SERVICIOS DE SALUD INTEGRAL SANTA	Se define como el nivel del estado de ánimo de un individuo, que resulta de la comparación entre el rendimiento percibido del producto o servicio con sus expectativas. (Gosso F. 2008, P. 77)	la variable Satisfacción de los usuarios está orientada a todos los usuarios que reciben un servicio se medirá mediante una encuesta de satisfacción del usuario.	Tangibles	- Instalaciones	1,2,3	ORDINAL 1. siempre 2. casi siempre 3. A veces 4. Casi nunca 5. Nunca
				- Tecnología	4,5	
				- Presencia	6 y 7	
			Confiability	- Exactitud	8, 9	
				- seguridad	10, 11	
			Capacidad de respuesta	- Servicio oportuno	12, 13	
				- Predisposición	14,	
				- Conocimiento	15 y 16	
			Aseguramiento	- Cortesía	17, 18	
				- Confianza	19	
			Empatía	- Atención personalizada	20, 21	
				- Sencillez	22	

Fuentes: (Chiavenato I. 2002 y Gosso F. 2008)

2.3. Metodología

Enfoque cuantitativo.- Parte de una idea, que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. Sampieri R. (2010 p. 4).

2.4. Tipo de estudio

Exploratorio.- se realizan cuando el objetivo es examina un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tiene muchas dudas, o no se ha abordado” (Hernández R. 2006, p. 100)

Este tipo de estudio nos sirve para familiarizarnos con situaciones o fenómenos relativamente desconocidos.

Descriptivo.- Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

Este tipo de estudio nos ayuda a mostrar con precisión las dimensiones de un fenómeno, suceso o situación

Correlacional.- Este tipo de estudios tiene como propósito conocer la relación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular.

Es decir, intentar predecir el valor aproximado que tendrá un grupo de individuos o casos en una variable, a partir del valor que poseen en la o las variables relacionadas.

Este tipo de investigación tiene, en alguna medida, un valor explicativo, aunque parcial, ya que el hecho de saber que dos conceptos o variables se relacionan aporta cierta información explicativa.

Explicativos.- quiere decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar porque ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o porque se relacionan dos o más variables.

La presente investigación es de tipo descriptivo, porque describe situaciones, evento y hechos sobre lo que se está investigando y correlacional, porque busca la relación entre el Clima Organizacional y la Satisfacción del cliente de la Clínica Santa Clara.

2.5. Diseño de investigación

HERNÁNDEZ S. (2006)

“La investigación no experimental, no hay manipulación intencional ni asignada al azar. (p. 207)

La investigación es de diseño no experimental transversal, porque las variables no se manipulan, y transversal, porque los datos recopilados se dan en un momento indicado.

2.6. Población muestra y muestreo

En las muestras no probabilísticas, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra (Hernández R. 2004 P. 241)

La población está conformada por los empleados entre varones y mujeres y los clientes/pacientes que son atendidos diariamente.

La muestra estuvo conformada por 21 empleados entre varones y mujeres y 100 usuarios/pacientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara.

El tipo de muestra que se utilizó es el no probabilístico, de tipo criterial porque el investigador seleccionó su muestra de acuerdo a su criterio y a los objetivos de la investigación.

2.7. Técnicas de recolección de datos.

Escalamiento tipo Likert, este método fue desarrollado por Rensis Likert a principios de los treinta; sin embargo, se trata de un enfoque vigente y bastante popularizado. Consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se pide la reacción de los sujetos a los que se les administra. (Sampieri, R 2004 p. 341)

La Técnica que se aplicaron en la presente investigación es la Encuesta tipo Likert, con respuestas alternativas de (siempre, casi siempre, alguna vez, casi nunca y nunca) esta

encuesta fue aplicada a 21 empleados, que constaba de 23 preguntas y 100 usuarios que constaba de 22 preguntas.

Esta encuesta estuvo diseñada para obtener resultados que se necesitaría para que los objetivos puedan lograrse.

2.8. Método de análisis de datos

Los datos obtenidos se han agrupado en tablas y gráficos correspondientes a cada pregunta.

Para el análisis de datos se empleó el paquete estadístico SPSS y el programa Excel. Para la prueba de hipótesis se empleó la prueba del Chi Cuadrado.

2.9. Aspectos éticos

Se utilizó la validación del contenido de la encuesta, utilizando el juicio de expertos, por lo que los resultados serán un fiel reflejo de los datos obtenidos.

III. RESULTADOS

ANÁLISIS DE FIABILIDAD DE LAS VARIABLES

Variable 01: Clima Organizacional

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	21	21,0
	Excluido ^a	79	79,0
	Total	100	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,934	23

En el resultado de la primera variable apreciamos en el análisis de confiabilidad interna a través del Coeficiente del Alfa de Cronbach, es superior a ,934, lo cual nos indica que presenta una alto nivel de confiabilidad, lo que significa que las dimensiones son consistentes.

Variable 02: Satisfacción Del Usuario

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	100	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,719	22

En el resultado de la Segunda variable apreciamos en el análisis de confiabilidad interna a través del Coeficiente del Alfa de Cronbach, es superior a ,719 lo cual nos indica que presenta una alto nivel de confiabilidad, lo que significa que las dimensiones son consistentes.

FIABILIDAD GENERAL DE LOS INSTRUMENTOS

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	21	21,0
	Excluido ^a	79	79,0
	Total	100	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,860	45

Los instrumentos a utilizar en esta investigación, tanto del clima organización como de la satisfacción del usuario, según el Alfa de Cronbach, tenemos un ,886 por lo tanto son significativamente confiables.

RESULTADO DE LAS ENCUESTA

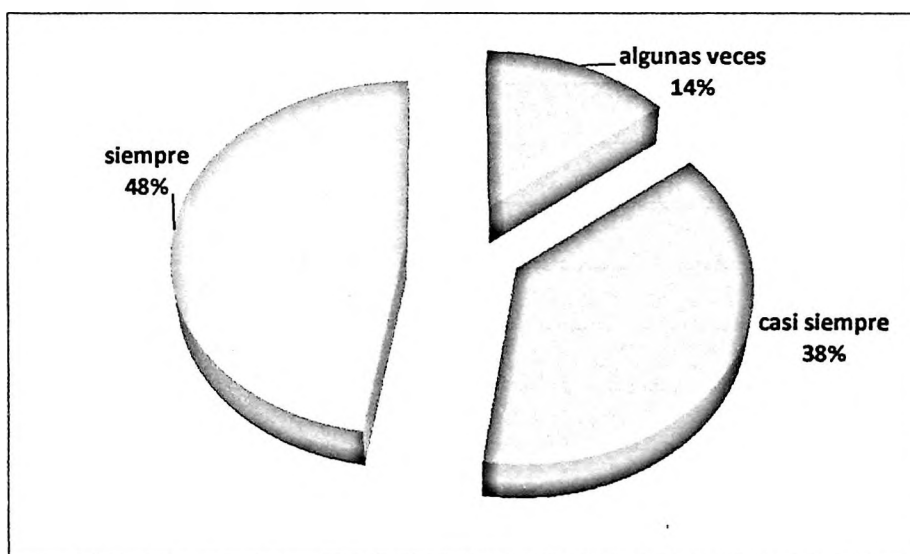
Primera variable: Clima Organizacional

1. La relación entre compañeros de trabajo está basada en el respeto

Tabla N° 1

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	algunas veces	3	14.3	14.3
	casi siempre	8	38.1	52.4
	siempre	10	47.6	100.0
	Total	21	100.0	100.0

Gráfico N° 1



El 48% de los encuestados asume que el respeto entre los trabajadores es primordial, seguido de un 38% que nos dice que no siempre es así, y un 14 % que cree que solo se da en algunas veces.

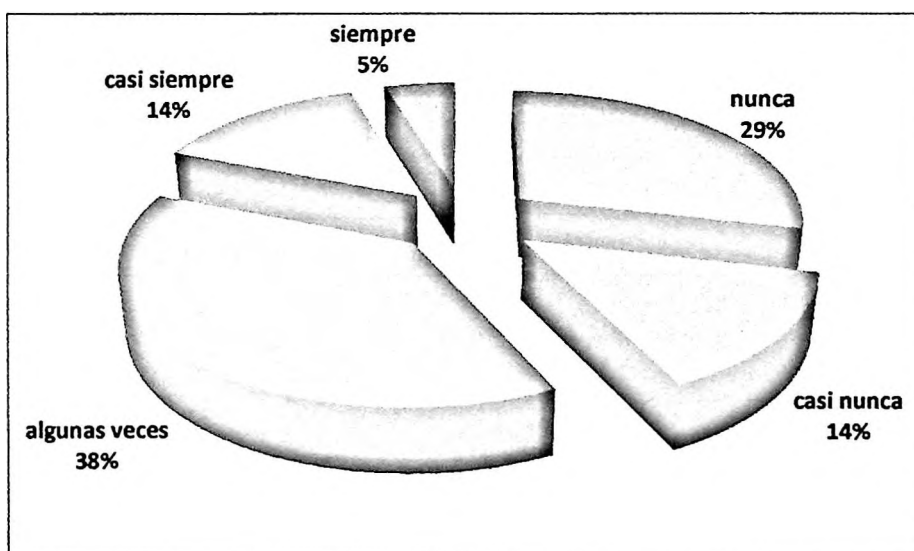
Esto nos muestra que el respeto entre compañeros de trabajo no siempre se da, lo cual no es favorable para tener un buen clima laboral.

2. La desconfianza predomina entre los compañeros de trabajo

Tabla N° 2

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	6	28.6	28.6
	casi nunca	3	14.3	42.9
	algunas veces	8	38.1	81.0
	casi siempre	3	14.3	95.2
	siempre	1	4.8	100.0
	Total	21	100.0	100.0

Gráfica N° 2



Un 38% responde que solo algunas veces seguido por un 29% que asegura que nunca existe la desconfianza, y un empate con el 14% que nos dice que se da casi siempre, y casi nunca. Solo un 5% asegura que la desconfianza se da siempre.

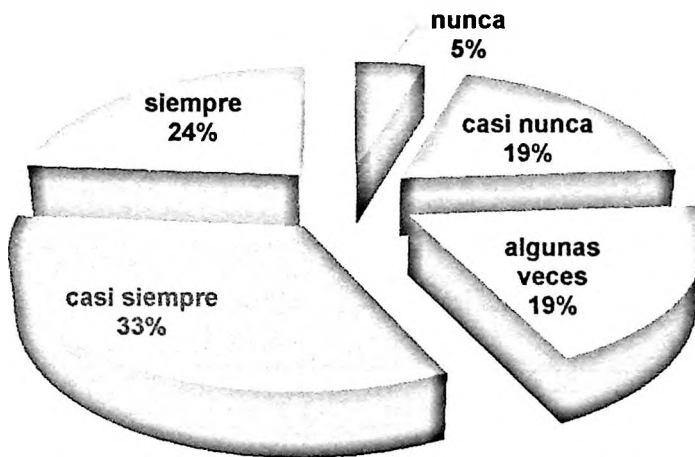
Como se puede observar las respuestas están divididas en porcentajes que se siguen de cerca, las opiniones dadas sobre la desconfianza varían.

3. Expreso libremente mis opiniones y estas son reconocidas por mis compañeros y por la jefatura

Tabla N° 3

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	1	4.8	4.8	4.8
	casi nunca	4	19.0	19.0	23.8
	algunas veces	4	19.0	19.0	42.9
	casi siempre	7	33.3	33.3	76.2
	siempre	5	23.8	23.8	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Gráfica N° 3



El 33 % respondieron que son escuchados casi siempre, seguido por siempre con un 24%, donde la alternativa de algunas veces y casi nunca tienen un buen porcentaje 19% que tomaremos en cuenta en esta investigación.

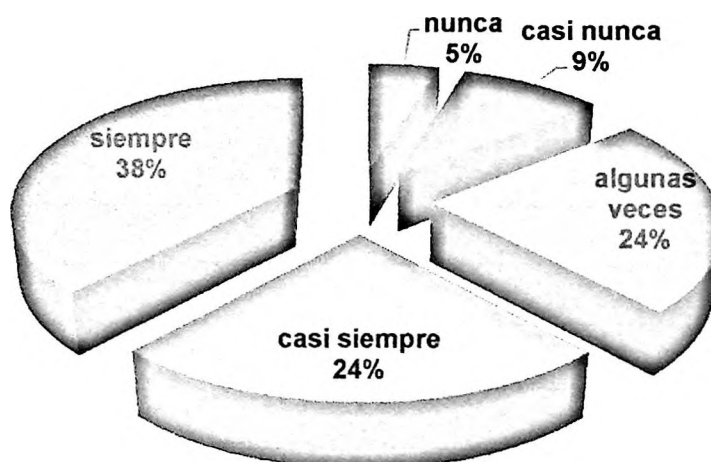
Nuevamente los trabajadores muestran que no todos son escuchados hay un porcentaje considerable que sienten que casi nunca se les escucha.

4. El trabajo en equipo con las diferentes áreas contribuye a generar mejores ideas para el bien de la institución

Tabla N° 4

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	1	4.8	4.8	4.8
	casi nunca	2	9.5	9.5	14.3
	algunas veces	5	23.8	23.8	38.1
	casi siempre	5	23.8	23.8	61.9
	siempre	8	38.1	38.1	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Gráfica N° 4



El 38 % piensa que el trabajo en equipo siempre contribuye a generar nuevas ideas, seguido con un empate del 24% que dice casi siempre, algunas veces seguido con un 9% que nos dice que el equipo de trabajo con las diferentes áreas casi nunca contribuye a generar mejores ideas, y un 5% siente que nunca es favorable.

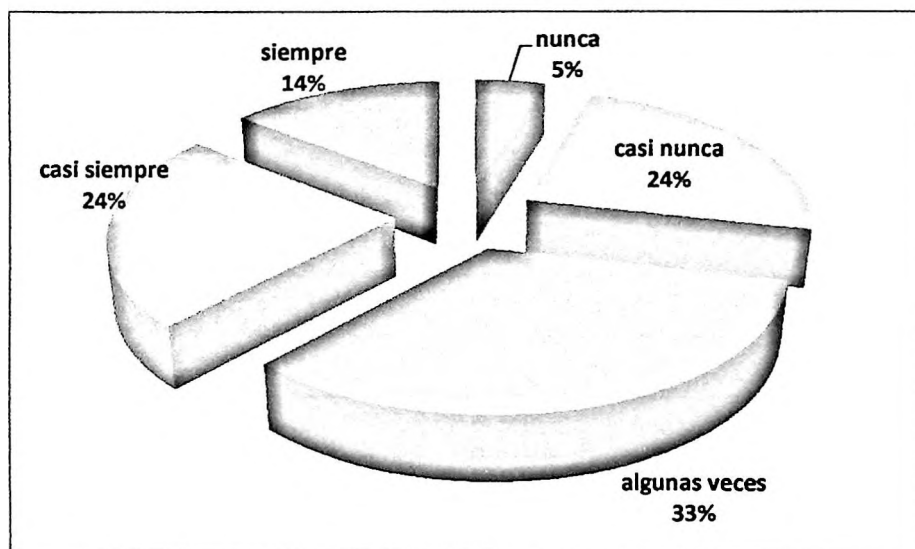
Es un grupo muy dividido, que unos se muestran a favor y otros en contra, todos están por debajo del 50% aun así si sumamos los porcentajes altos pues se diría que la mayoría está de acuerdo con la afirmación.

5. El desacuerdo que hay entre las diferentes áreas, dificulta realizar un trabajo en equipo eficaz

Tabla N° 5

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido nunca	1	4.8	4.8	4.8
casi nunca	5	23.8	23.8	28.6
algunas veces	7	33.3	33.3	61.9
casi siempre	5	23.8	23.8	85.7
siempre	3	14.3	14.3	100.0
Total	21	100.0	100.0	

Gráfica N° 5



A esta frase el 33 % nos dice que algunas veces el desacuerdo con las otras áreas dificulta realizar un trabajo eficaz, sigue el empate del 24% que dice casi siempre, casi nunca, seguido con un 14% que nos dice que el equipo de trabajo con las diferentes áreas es favorable, y un rotundo 5% que siente que el desacuerdo no interfiere en realizar un trabajo eficaz.

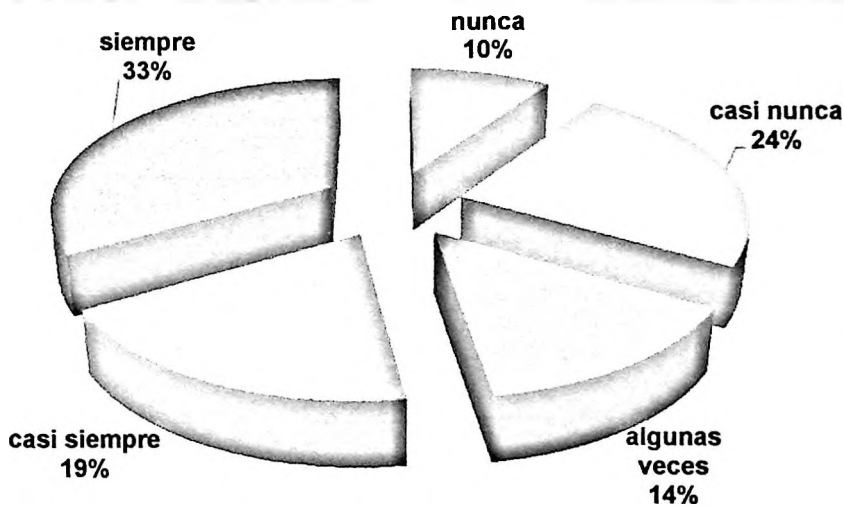
Las posiciones que asumen los trabajadores, acerca de esta afirmación es diversa los porcentajes están muy cerca lo cual nos muestra que hay opiniones distintas.

6. Siento que la jefatura me alienta a continuar y apoya las decisiones que tomo

Tabla N° 6

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	2	9.5	9.5	9.5
	casi nunca	5	23.8	23.8	33.3
	algunas veces	3	14.3	14.3	47.6
	casi siempre	4	19.0	19.0	66.7
	siempre	7	33.3	33.3	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Gráfica N° 6



En esta posición el 33% siente que es alentado y apoyado por la jefatura en sus decisiones, seguido de un 24% que dice que casi nunca es apoyado, seguido de un 19% que dice casi siempre siente apoyo en sus decisiones, el 14% piensa que algunas veces muy seguido el 10% dice nunca apoyan las decisiones ni es animado a continuar.

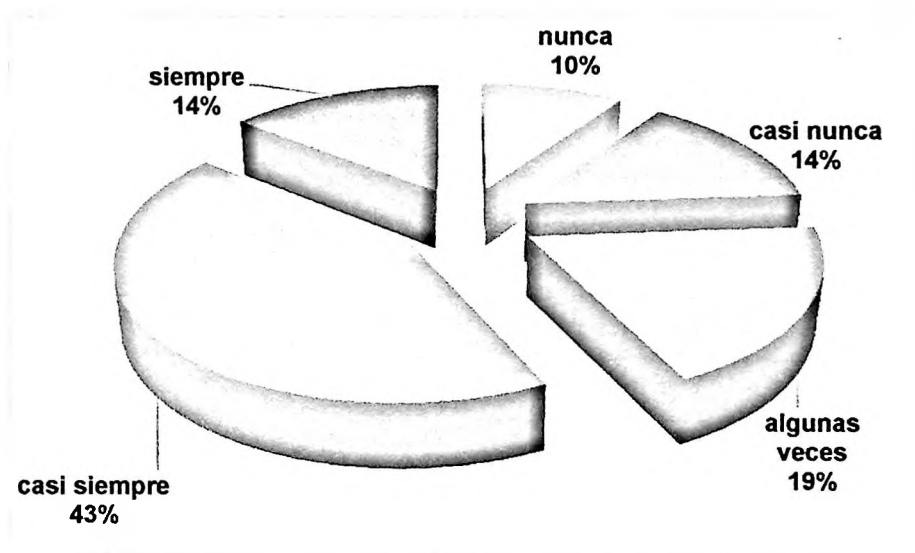
Las puntuaciones más altas en este ítem son contrarias, siempre y casi nunca es un resultado a tomar en cuenta.

7. La jefatura brinda confianza a los diferentes grupos de trabajo o áreas

Tabla N° 7

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	2	9.5	9.5	9.5
	casi nunca	3	14.3	14.3	23.8
	algunas veces	4	19.0	19.0	42.9
	casi siempre	9	42.9	42.9	85.7
	siempre	3	14.3	14.3	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Gráfica N° 7



El 43% siente que la confianza que muestra la jefatura hacia las decisiones se da casi siempre, seguido de un 19% que dice que casi nunca la confianza es mostrada, seguido de un 19% que dice algunas veces la confianza es mostrada, el 14% piensa que siempre y casi siempre veces muy seguido el 10% dice nunca la confianza esta dada por la jefatura.

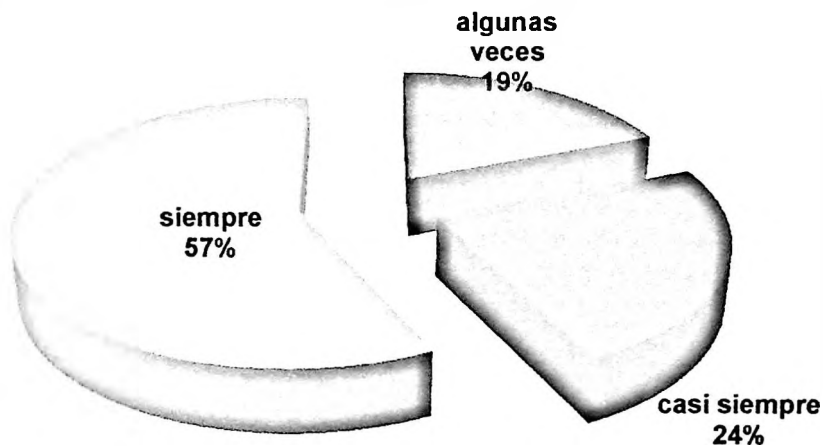
Las puntuaciones más altas está casi siempre, eso quiere decir que la confianza como punto principal dentro de una organización no se da completamente.

8. conozco los objetivos de la institución y los asumo como parte de mi trabajo

Tabla N° 8

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	algunas veces	4	19.0	19.0	19.0
	casi siempre	5	23.8	23.8	42.9
	siempre	12	57.1	57.1	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Gráfico N° 8



En este ítem un 57% reconoce conocer los objetivos de la institución y los asume como propio de su trabajo, seguido del 24% que nos dice que piensan que se da casi siempre y un 19% piensa que solo algunas veces.

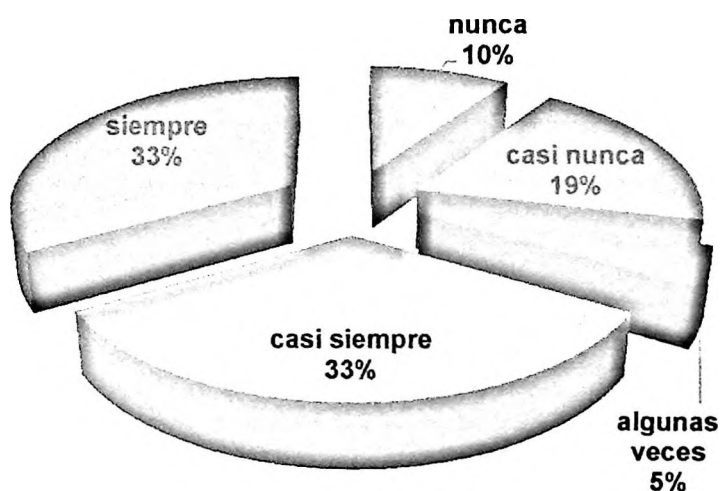
En este ítem más del 50% conoce los objetivos de la institución esto es favorable.

9. La jefatura nos hace partícipes de los logros obtenidos por la institución

Tabla N° 9

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	2	9.5	9.5	9.5
	casi nunca	4	19.0	19.0	28.6
	algunas veces	1	4.8	4.8	33.3
	casi siempre	7	33.3	33.3	66.7
	siempre	7	33.3	33.3	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Gráfica N° 9



El 33% dice siempre y casi siempre, esto sumados hacen un 66% por muy debajo le sigue el 19% con casi nunca, el 10% que dice nunca y el 5% piensa que algunas veces.

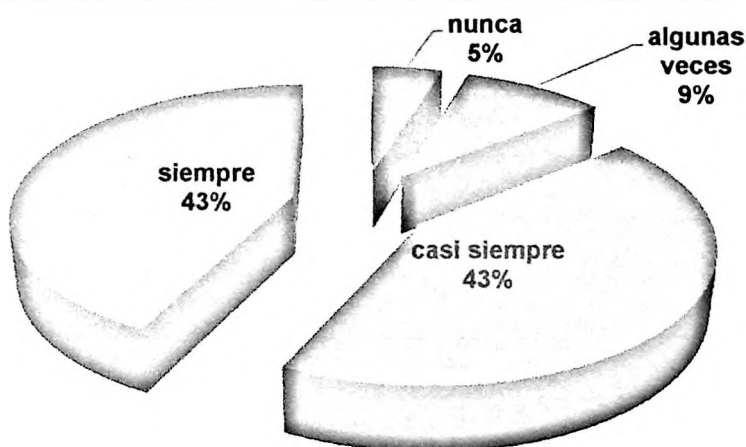
Aquí podemos observar a la mayoría estar de acuerdo y es partícipe de los logros obtenidos.

10. Me siento comprometido (a) con las metas de la institución y participo en su logro.

Tabla N° 10

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	1	4.8	4.8	4.8
	algunas veces	2	9.5	9.5	14.3
	casi siempre	9	42.9	42.9	57.1
	siempre	9	42.9	42.9	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Gráfica N° 10



Nuevamente podemos observar aquí un resultado positivos el 43% dice siempre y casi siempre, esto sumados hacen un 86% asume que se siente comprometido con las metas, por muy debajo le sigue el 9% con algunas veces el 5% que dice no se siente comprometido.

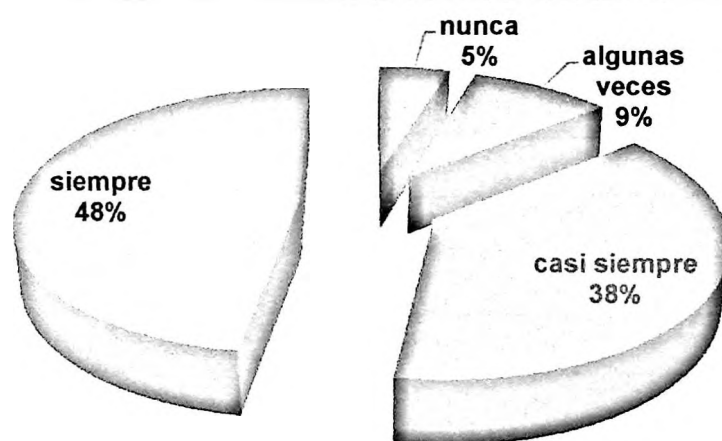
Esto muestra el compromiso que tienen los trabajadores con la institución.

11. De mi desempeño depende mi permanencia en la institución

Tabla N° 11

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	1	4.8	4.8	4.8
	algunas veces	2	9.5	9.5	14.3
	casi siempre	8	38.1	38.1	52.4
	siempre	10	47.6	47.6	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

gráfica N° 11



El 48 % siente que de su desempeño depende su permanencia en la institución, el 38% siente que casi siempre, sumados ambos nos da un alto porcentaje que siente tiene que desempeñar su trabajo bien para que siga trabajando en la institución.

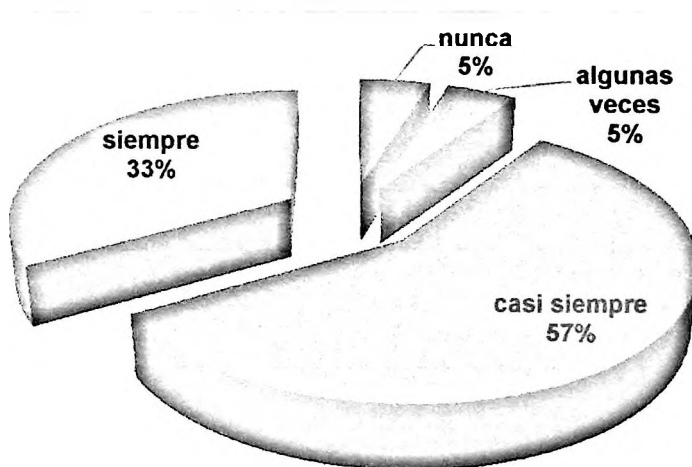
Solo un 9% muestra que eso sucede solo algunas veces y un pequeño 5% dice que eso no sucede.

12. La institución cuenta con equipos tecnológicos y recursos materiales para brindar al usuario una atención adecuada

Tabla N° 12

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	1	4.8	4.8	4.8
	algunas veces	1	4.8	4.8	9.5
	casi siempre	12	57.1	57.1	66.7
	siempre	7	33.3	33.3	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Gráfica N° 12



El 57% nos dice que casi siempre la tecnología que cuenta la institución ayuda a brindar una buena atención le sigue el 33% que asegura que siempre esta la tecnología para ayudar en los diagnósticos de los usuarios, un 5% nos dice que algunas veces y nunca.

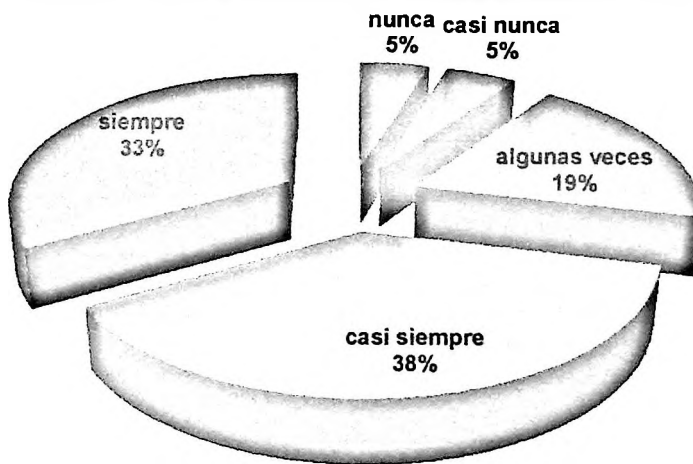
En este cuadro podemos ver claramente que importante es la tecnología para poder realizar un buen servicio al usuario.

13. Los jefes de área brindan buen trato a todos los colaboradores

Tabla N° 13

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	1	4.8	4.8
	casi nunca	1	4.8	9.5
	algunas veces	4	19.0	28.6
	casi siempre	8	38.1	66.7
	siempre	7	33.3	100.0
	Total	21	100.0	100.0

Gráfica N° 13



El 38% le parece que los jefes de área brindan un buen trato casi siempre, le sigue siempre con un 33%, un 19% responde que algunas veces lo hacen, y con un 5% le parece que no es así.

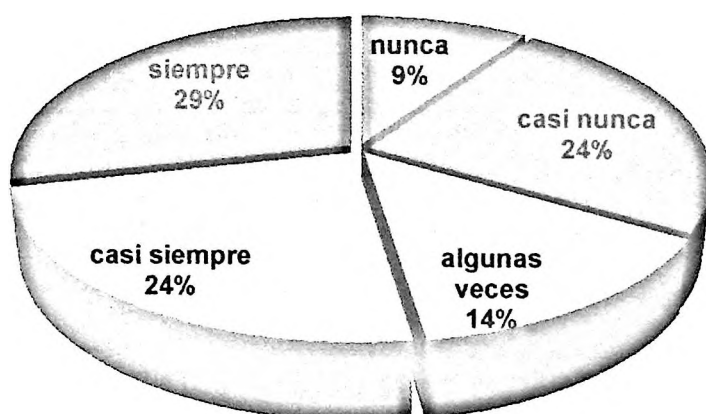
Es un resultado favorable ya que los mayores porcentajes sienten que si reciben buen trato.

14. Recibimos de la jefatura comprensión a nuestros problemas laborales y personales, al mismo tiempo un trato justo y equitativo

Tabla N° 14

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	2	9.5	9.5
	casi nunca	5	23.8	33.3
	algunas veces	3	14.3	47.6
	casi siempre	5	23.8	71.4
	siempre	6	28.6	100.0
	Total	21	100.0	100.0

Gráfica N° 14



A esta afirmación un 29 % afirma que si recibe comprensión por parte de la jefatura, al mismo tiempo un 24% tanto para un grupo que piensa que la comprensión se da casi siempre, y el otro grupo con el mismo porcentaje opina que el apoyo casi nunca lo recibe, en tanto que el 14% dice que solo algunas veces y un 9% opina que nunca recibe por parte de la jefatura comprensión ya sea a problemas personales o del trabajo.

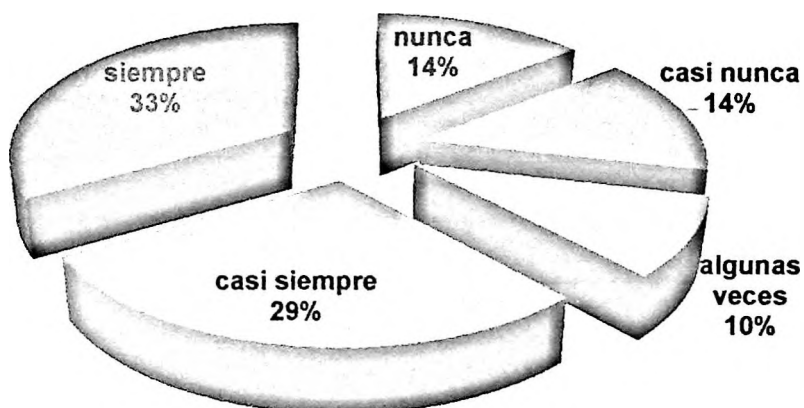
Es una opinión y un sentir dividido aunque el mayor porcentaje este de acuerdo con esta afirmación no podemos dejar de mencionar a la parte contraria, situaciones que se presentan en un ambiente de trabajo.

15. La Institución me proporciona oportunidades para mi desarrollo profesional

Tabla N° 15

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	3	14.3	14.3
	casi nunca	3	14.3	28.6
	algunas veces	2	9.5	38.1
	casi siempre	6	28.6	66.7
	siempre	7	33.3	100.0
	Total	21	100.0	100.0

Gráfica N° 15



A esta afirmación, un gran porcentaje está de acuerdo con un 33% de siempre y un 29% de casi siempre, el 14% le pertenece a la opción casi nunca y nunca, y un 10% opina que solo algunas veces.

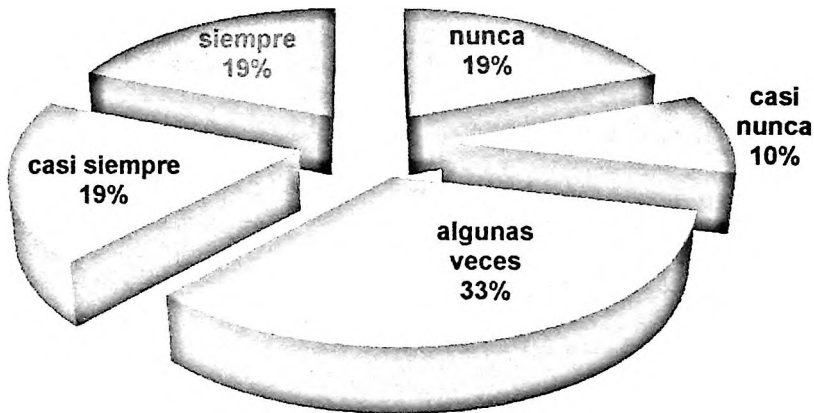
En este caso vemos que un gran porcentaje ve a la institución favorablemente para su desarrollo profesional, lo cual significa que hay muchas probabilidades de que el 28% que piensa lo contrario, vea que existen posibilidades de desarrollo profesional dentro de la institución.

16. Me siento segura en mi puesto de trabajo en la institución

Tabla N° 16

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	4	19.0	19.0	19.0
	casi nunca	2	9.5	9.5	28.6
	algunas veces	7	33.3	33.3	61.9
	casi siempre	4	19.0	19.0	81.0
	siempre	4	19.0	19.0	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Gráfica N° 16



Un 33% opina que solo algunas veces se siente segura en su puesto de trabajo, a esta afirmación existe un triple empate, con un 19% se siente segura del puesto de trabajo, al igual otro 19% solo cree que esto sucede casi siempre, y por lo contrario otro 19% nos dice que nunca se siente segura en su puesto de trabajo y un 10% opina que casi nunca se siente segura.

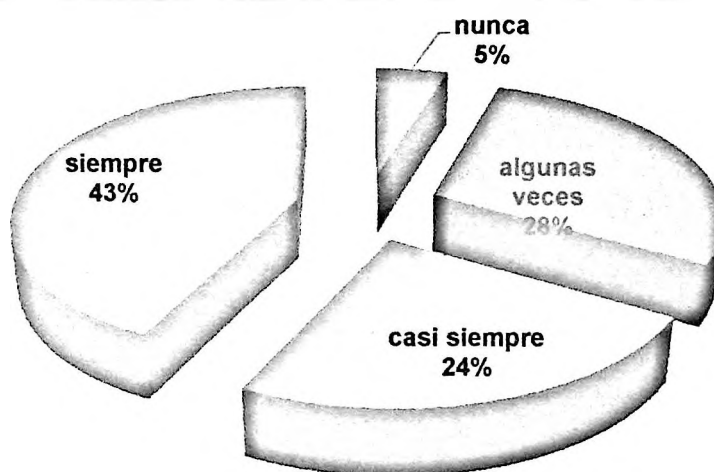
Por lo que vemos en este grafico la incertidumbre y la inseguridad, si juntamos las tres últimas opciones mostraríamos un gran porcentaje que muestra inseguridad acerca de su permanencia dentro de la institución.

17. El trabajo que realizo contribuye a mi auto-realización

Tabla N° 17

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	1	4.8	4.8	4.8
	algunas veces	6	28.6	28.6	33.3
	casi siempre	5	23.8	23.8	57.1
	siempre	9	42.9	42.9	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Gráfica N° 17



En este gráfico podemos ver que un 43% está realizando el trabajo que le gusta, en tanto que un 28% piensa que solo algunas veces, y otro 24% piensa que casi siempre realiza el trabajo correcto para su persona, en tanto que solo un 5% nos dice que el trabajo que realiza dentro de la institución no contribuye a su auto-realización.

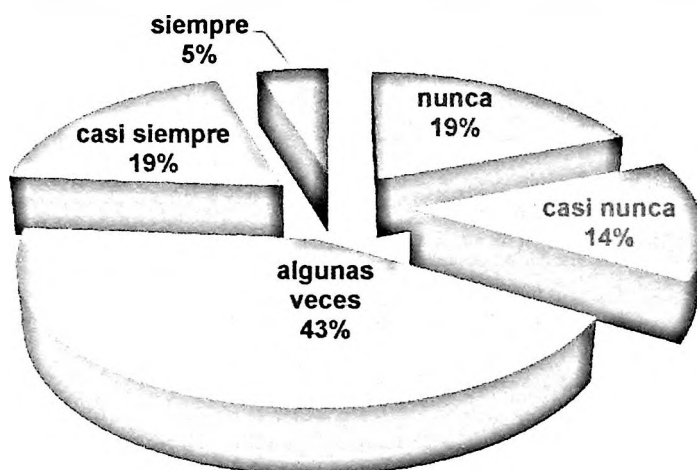
Al juntar las tres últimas opciones podemos visualizar un gran porcentaje que no se siente que el trabajo que realiza logra su auto-realización, tendría que revisarse bien los motivos

18. La institución se preocupa por brindar un buen servicio y nos capacita constantemente

Tabla N° 18

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	4	19.0	19.0	19.0
	casi nunca	3	14.3	14.3	33.3
	algunas veces	9	42.9	42.9	76.2
	casi siempre	4	19.0	19.0	95.2
	siempre	1	4.8	4.8	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

gráfica N° 18



Algunas veces siente el 43% que la institución se preocupa por la buena atención y los capacita, mientras que un 19% piensa que casi siempre sucede esto, el otro 19% nos dice que nunca recibe la capacitación, y no siente la preocupación de la institución, el 14% opina que casi nunca se da esta situación de apoyo y solo un 5% dice que siempre la institución se preocupa por la buena atención.

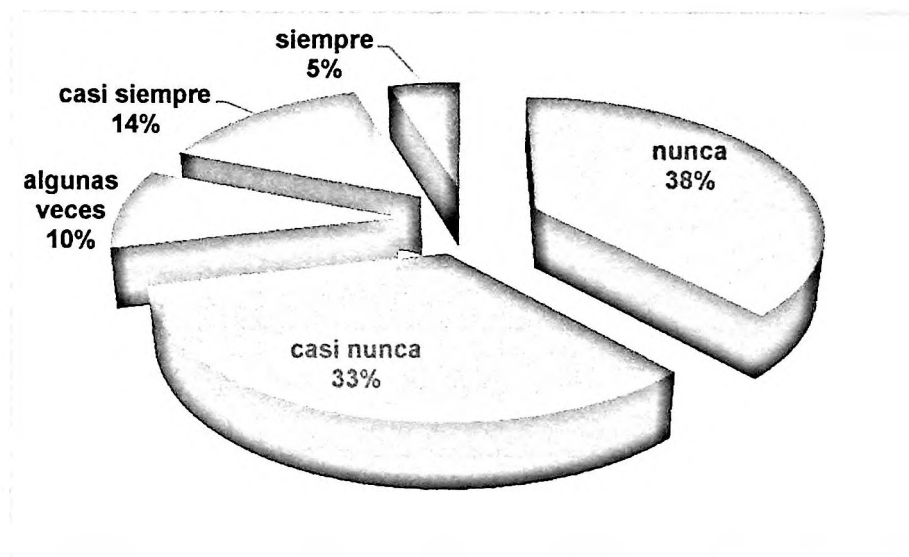
Si seguimos juntando los últimos porcentajes estaremos encontrando mucho descontento por parte de los colaboradores de la institución con algunas situaciones.

19. La institución brinda incentivos en reconocimiento a los esfuerzos y habilidades de los trabajadores

Tabla N° 19

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	8	38.1	38.1	38.1
	casi nunca	7	33.3	33.3	71.4
	algunas veces	2	9.5	9.5	81.0
	casi siempre	3	14.3	14.3	95.2
	siempre	1	4.8	4.8	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Gráfica N° 19



En este gráfico podemos visualizar claramente que un 38% respondió nunca, recibe incentivos por reconocimiento, seguido con un 33% que opina casi nunca, un 14% dice que casi siempre, un 10% que solo algunas veces y solo un 5% piensa que si se le reconoce al trabajador su trabajo y es bien recompensado por ello.

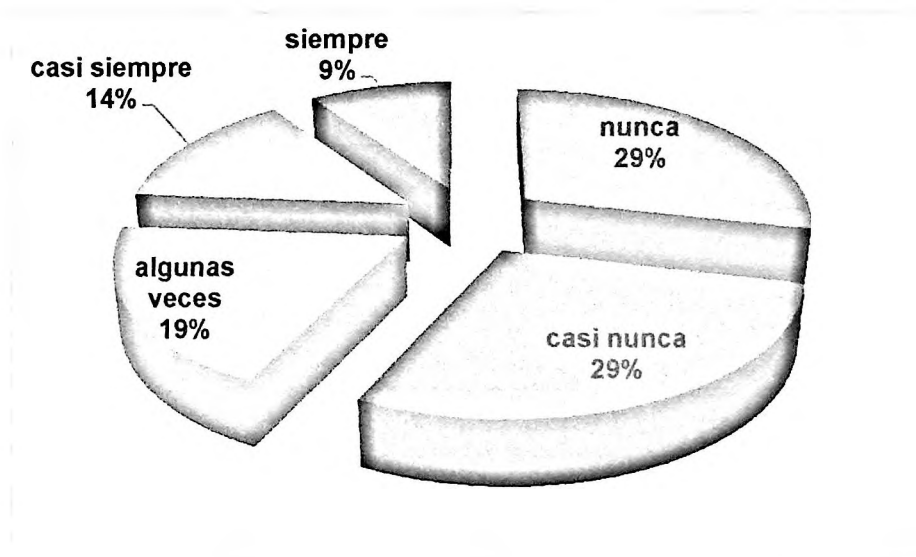
Este cuadro refleja que los incentivos que maneja la institución no está llegando directamente a todos los trabajadores o simplemente no se están reconociendo a los colaboradores, el buen desempeño que realizan.

20. Mi trabajo es evaluado en forma adecuada permitiendo el ascenso en mérito a mis logros.

Tabla N° 20

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	6	28.6	28.6
	casi nunca	6	28.6	57.1
	algunas veces	4	19.0	76.2
	casi siempre	3	14.3	90.5
	siempre	2	9.5	100.0
	Total	21	100.0	100.0

Gráfica N° 20



Un 29% comparte la opción nunca y casi nunca a la frase, sobre la evaluación del trabajo que realizan para lograr un ascenso, un 19% piensa que esto se da algunas veces, el 14% opina que se da casi siempre, y un 9% nos dice que se da siempre.

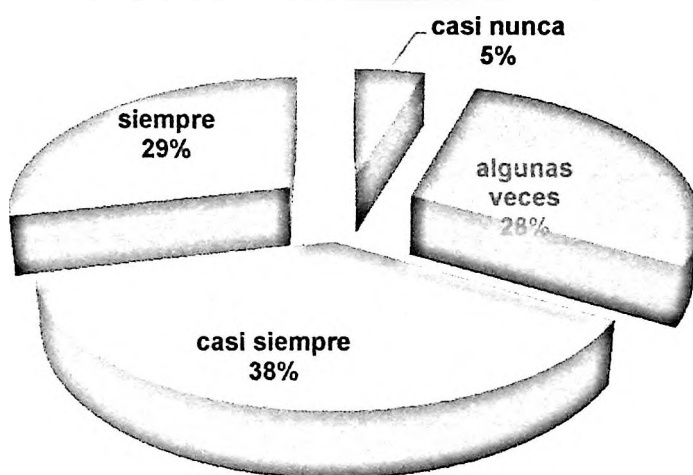
En este cuadro podemos ver claramente que la evaluación para un posible ascenso no se da, es un alto porcentaje que piensa que es así, podemos revisar los posibles ascensos que la institución tiene para ofrecer a sus colaboradores.

21. En la institución se practican los valores colectivos, amistad, justicia, libertad, responsabilidad, solidaridad y/o otros.

Tabla N° 21

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	casi nunca	1	4.8	4.8
	algunas veces	6	28.6	33.3
Válido	casi siempre	8	38.1	71.4
	siempre	6	28.6	100.0
	Total	21	100.0	

Gráfica N° 21



Un 38% siente que casi siempre se practican, mientras que un 29% opina que siempre, el 28 % piensa que solo algunas veces, y solo un 5% nos dice que casi nunca.

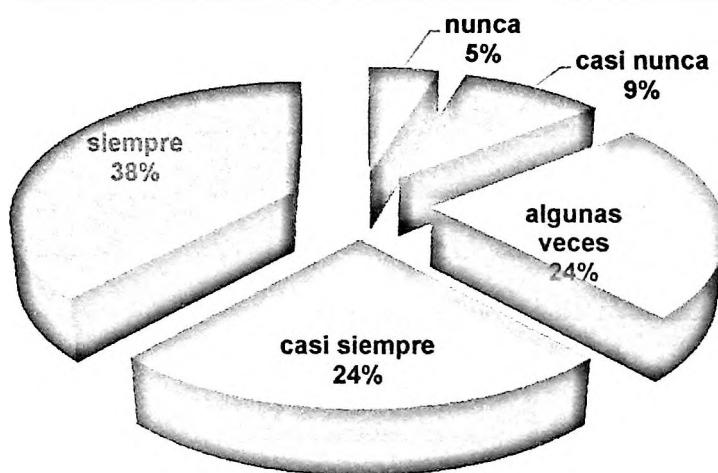
Este dato refleja que si existe el compañerismo dentro del trabajo, que los valores colectivos son puestos en práctica por los colaboradores.

22. Los comunicados que emite la Dirección, llegan adecuadamente a las diferentes áreas

Tabla N° 22

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	1	4.8	4.8
	casi nunca	2	9.5	14.3
	algunas veces	5	23.8	38.1
	casi siempre	5	23.8	61.9
	siempre	8	38.1	100.0
	Total	21	100.0	100.0

Gráfica N° 22



El 38% piensa que si llega siempre, el 24% casi siempre, el otro 24% piensa que solo algunas veces, mientras que un 9% dice que casi nunca para terminar con un 5% dice que nunca.

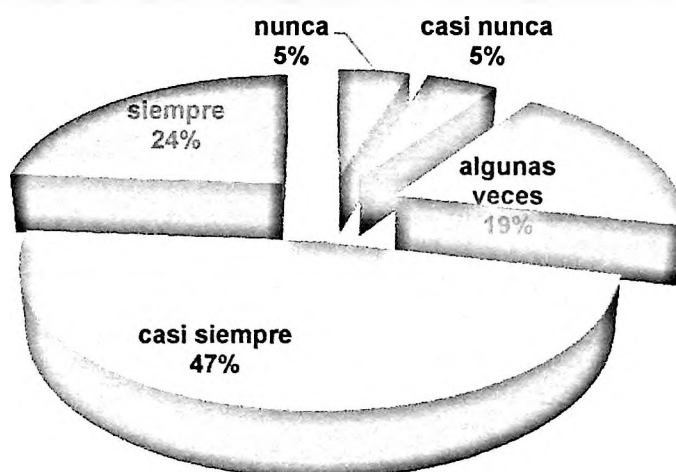
Este gráfico nos muestra que los altos porcentajes muestran que la comunicación entre niveles se da a través de los comunicados y al parecer esto llega bien a su destino final.

23. Cuando se cometen faltas en alguna área estas asumen sus equivocaciones

Tabla N° 23

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	1	4.8	4.8
	casi nunca	1	4.8	9.5
	algunas veces	4	19.0	28.6
	casi siempre	10	47.6	76.2
	siempre	5	23.8	100.0
	Total	21	100.0	100.0

Gráfica N° 23



Un 47% piensa que esto se da casi siempre, seguido de un 24% que dice siempre sucede esta situación, el 19% piensa que solo para algunas veces, mientras que el 5% lo comparten la opción de nunca y casi nunca.

Un buen porcentaje nos muestra que las áreas saben reconocer sus faltas y las asumen como tal, es bueno tener ese dato,

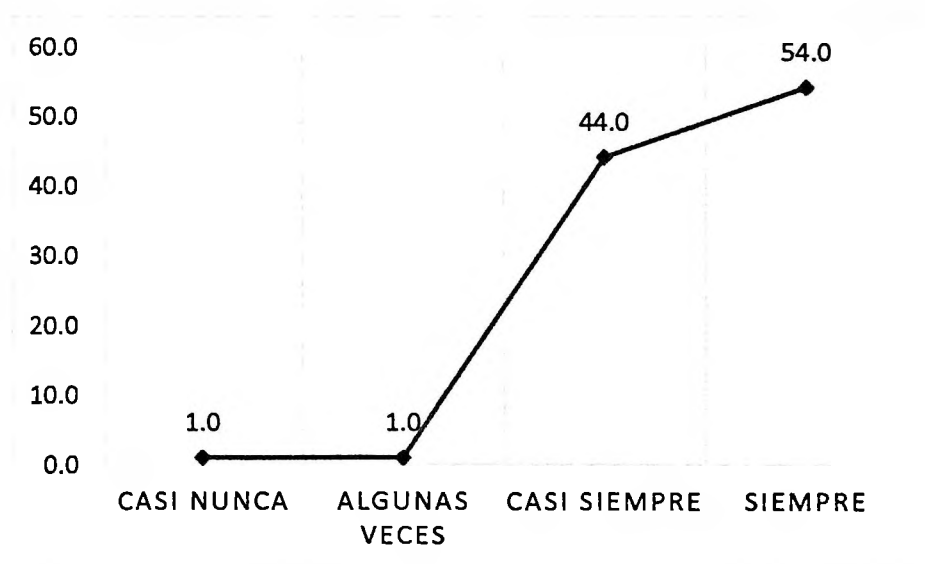
Segunda variable: Satisfacción de los clientes de los servicios de Salud Integral Santa Clara.

24. Las instalaciones de la clínica se encuentran en buen estado para ofrecerle una buena atención.

Tabla N° 24

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	casi nunca	1	1.0	1.0	1.0
	algunas veces	1	1.0	1.0	2.0
	casi siempre	44	44.0	44.0	46.0
	siempre	54	54.0	54.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Gráfica N° 24



En este gráfico podemos visualizar que un 54% opina que la institución se encuentra en buenas condiciones físicas para atender al usuario, seguido de un 44% que opina casi siempre, ante un mínimo de 1% para algunas veces y casi nunca.

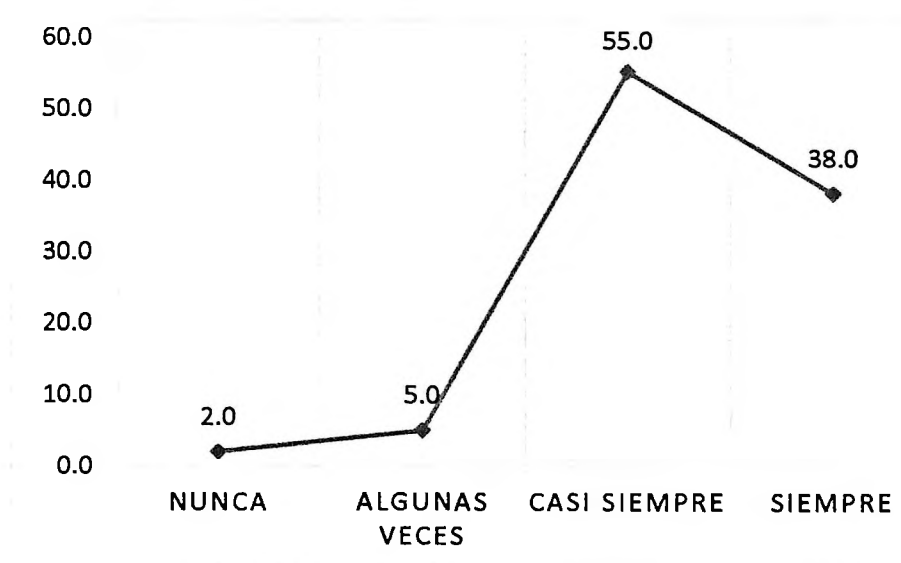
Esto nos dice que la institución físicamente si esta apta para continuar atendiendo, sus instalaciones son las adecuadas para brindar un servicio.

25. Los consultorios de la clínica se encuentran implementadas para brindarle una atención adecuada

Tabla N° 25

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	2	2.0	2.0
	algunas veces	5	5.0	7.0
	casi siempre	55	55.0	62.0
	siempre	38	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

Gráfica N° 25



Un 55 piensa que casi siempre, con respecto a la implementación, un 38% nos dice que siempre esta bien equipado para brindarle una buena atención al usuario solo un 5% nos dice algunas veces y un bajo 2% nos dice que nunca.

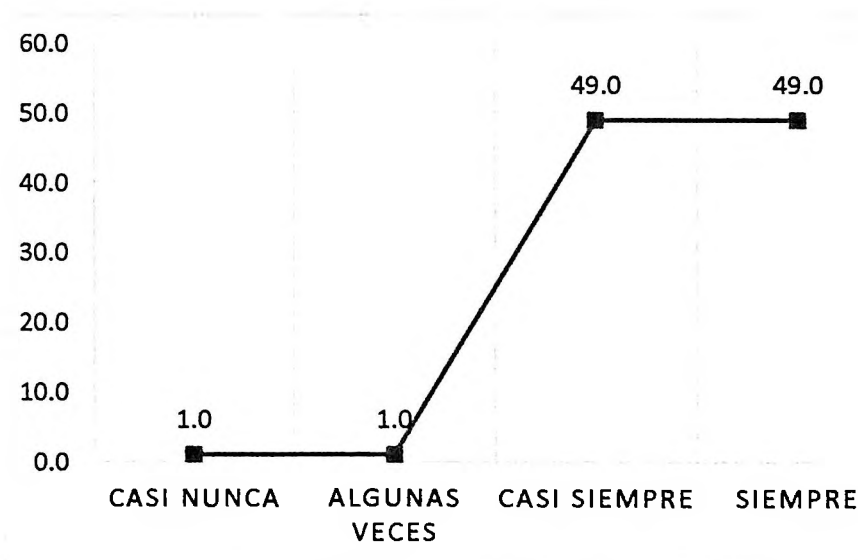
Este resultado muestra que la mayoría de los usuarios siente que la institución tiene la capacidad para brindarle un buen servicio utilizando la tecnología,

26. La limpieza de las instalaciones, salas de espera, consultorios baños y demás sitios para su atención es óptima

Tabla N° 26

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido casi nunca	1	1.0	1.0	1.0
algunas veces	1	1.0	1.0	2.0
casi siempre	49	49.0	49.0	51.0
siempre	49	49.0	49.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Gráfica N° 26



Tenemos una opinión dividida en porcentajes iguales el 49% nos dice casi siempre y siempre, existe una limpieza óptima en la institución, el 1% dice que solo se da algunas veces y un 1% opina que nunca.

Aún teniendo la opción siempre un buen porcentaje, al igual que casi siempre esto nos da a entender que no siempre las condiciones de limpieza óptima no se dan al 100% por lo que necesita ubicar dónde se encuentra las deficiencias y mejorar.

27. el sistema que tiene la institución, es rápida en el servicio de farmacia y admisión

Tabla N° 27

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	2	2.0	2.0
	algunas veces	37	37.0	39.0
	casi siempre	47	47.0	86.0
	siempre	14	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

Gráfica N° 27



En cuanto al sistema que tiene la institución y al servicio que se brinda mediante ella, un 51% de los usuarios nos dice que algunas veces. Seguido de un 33% que piensa que es rápida casi siempre y un 14% nos dice que siempre se tiene un buen sistema, y un mínimo de 2% piensa que nunca.

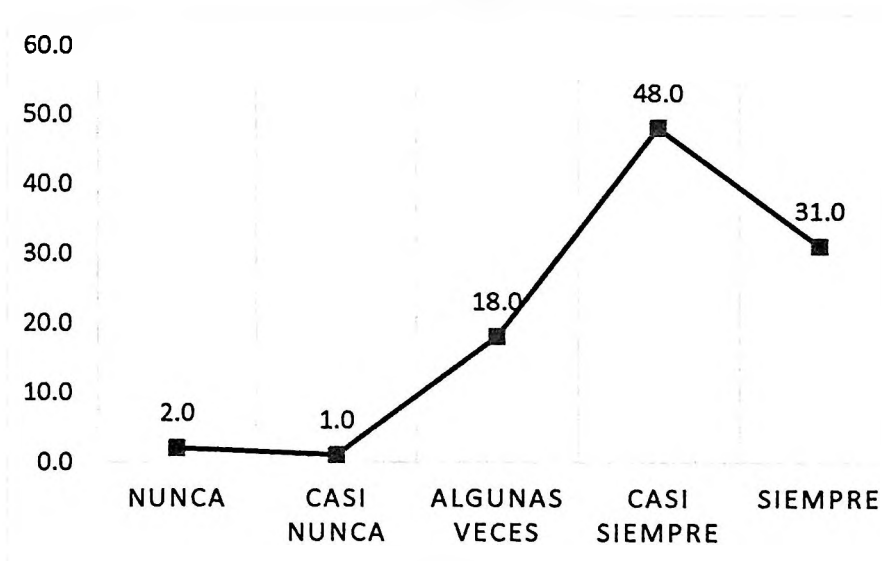
En cuanto al sistema que utiliza la institución, según los resultados no está funcionando adecuadamente haciendo de la atención menos eficiente.

28. La clínica tiene los equipos tecnológicos médicos para darle un buen diagnóstico

Tabla N° 28

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
nunca	2	2.0	2.0	2.0
casi nunca	1	1.0	1.0	3.0
algunas veces	18	18.0	18.0	21.0
casi siempre	48	48.0	48.0	69.0
siempre	31	31.0	31.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Gráfica N° 28



Un 48% siente que los tiene casi siempre, un 31% opina que siempre está bien equipado, un 18% nos dice que solo algunas veces y un bajo porcentaje de 2% dice nunca al igual que un 1% casi nunca.

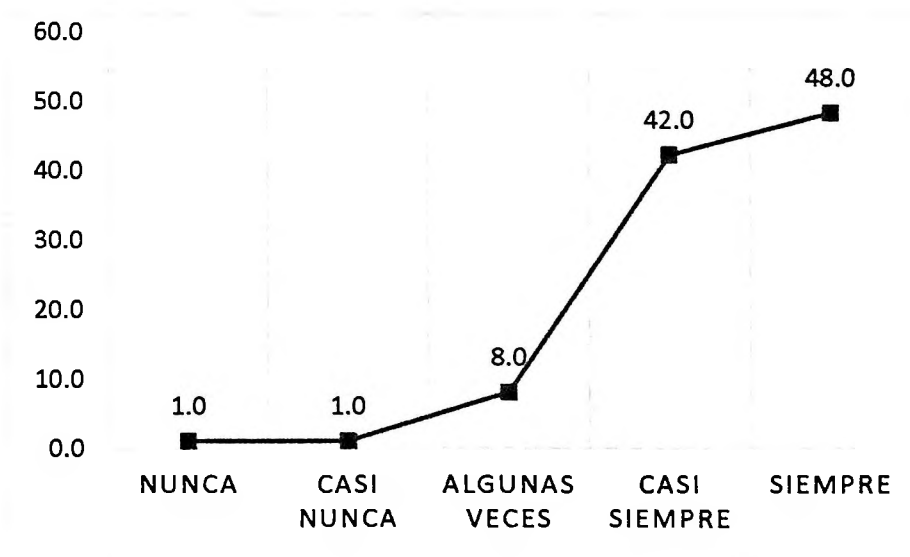
Este gráfico nos da como resultado un gran porcentaje de usuarios que son atendidos donde no siempre encuentran el o los equipos para realizar algún diagnóstico o prueba, habría que revisar con qué equipo se cuenta y cuáles son los que no se tienen y que son necesarios para darle un mejor servicio del que ya se brinda en la actualidad.

29. El personal médico y de enfermería está debidamente identificados en su centro de trabajo utilizando un uniforme

Tabla N° 29

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
nunca	1	1.0	1.0	1.0
casi nunca	1	1.0	1.0	2.0
algunas veces	8	8.0	8.0	10.0
casi siempre	42	42.0	42.0	52.0
siempre	48	48.0	48.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Gráfica N° 29



Un 48% opina que si pueden identificar al personal médico por el uniforme que llevan, seguido de un 42% que nos dice que casi siempre se están identificados, el 8% dice que solo algunas veces y el 1% esta para casi nunca y nunca.

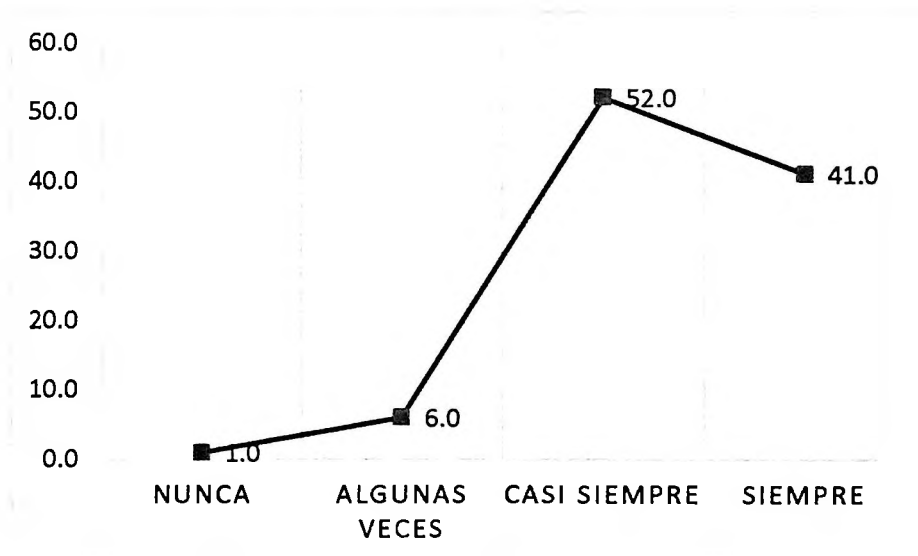
Este cuadro nos ayuda a visualizar que el equipo de salud, no están totalmente identificados, es una alerta para conocer los motivos por el cual no se llega a la identificación siempre.

30. El personal en general viste adecuadamente, dándole una imagen de servicio

Tabla N° 30

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido nunca	1	1.0	1.0	1.0
algunas veces	6	6.0	6.0	7.0
casi siempre	52	52.0	52.0	59.0
siempre	41	41.0	41.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Gráfica N° 30



El 52% nos dice que casi siempre, seguido de un 41% que opina que siempre el personal viste adecuadamente, el 6% opina que solo algunas veces, y el 1% piensa que nunca se da esta afirmación.

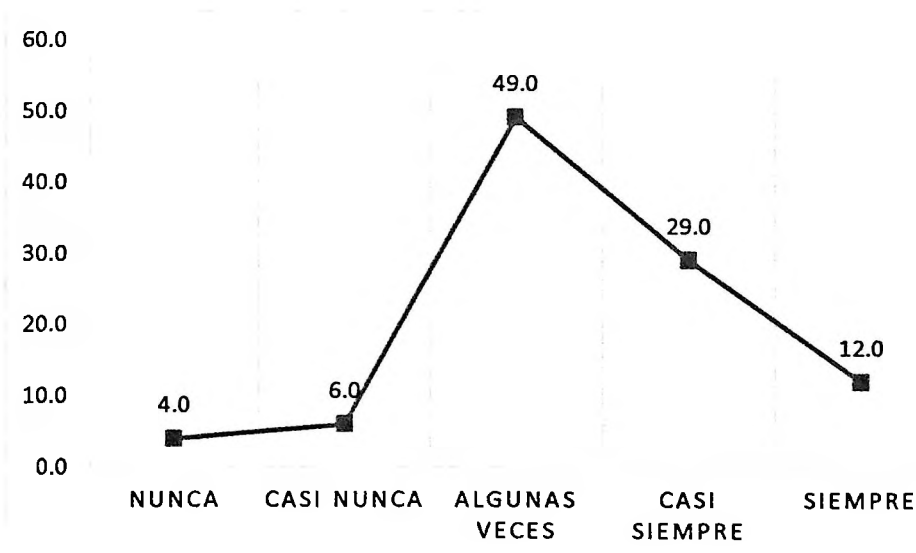
Seguimos viendo en este gráfico que el usuario aún no identifica al personal en general a través de la vestimenta que lleva, esto muestra que el personal en general debe identificarse ya sea con un uniforme o algo que les distinga de los demás y como trabajadores de la institución.

31. La atención recibida por los servicios de la clínica es ágil, dinámica y sin pérdida de tiempo

Tabla N° 31

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido nunca	4	4.0	4.0	4.0
casi nunca	6	6.0	6.0	10.0
algunas veces	49	49.0	49.0	59.0
casi siempre	29	29.0	129.0	88.0
siempre	12	12.0	12.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Gráfica N° 31



El 49% opina que solo algunas veces recibe una atención a tiempo, el 29% muestra que casi siempre recibe un servicio ágil, un 12% lo recibe siempre, un 4% nunca recibe una atención a tiempo, y un 6% casi nunca lo recibe.

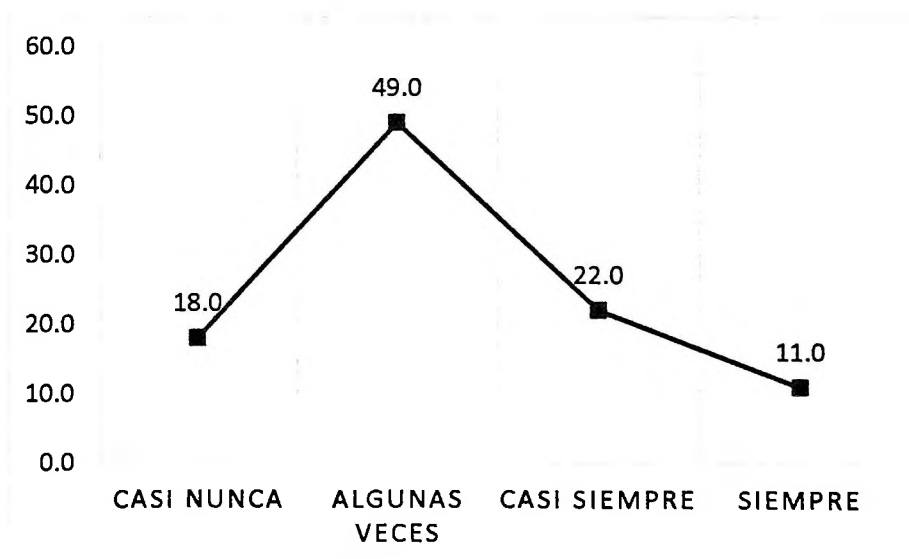
El servicio ágil, dinámico y sin pérdida de tiempo, según este gráfico no está llegando a todos los usuarios de manera óptima, está presentando algunas deficiencias las cuales se debe corregir.

32. La clínica Santa Clara brinda una atención de servicio a tiempo

Tabla N° 32

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido casi nunca	18	18.0	18.0	18.0
algunas veces	49	49.0	49.0	67.0
casi siempre	22	22.0	22.0	89.0
siempre	11	11.0	11.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Tabla N° 32



El 49% siente que se da el servicio a tiempo solo algunas veces, el 22% opina que el servicio lo recibe casi siempre, un considerable 18% no recibe una atención rápida y solo un 11% nos dice que si recibe un servicio a tiempo siempre.

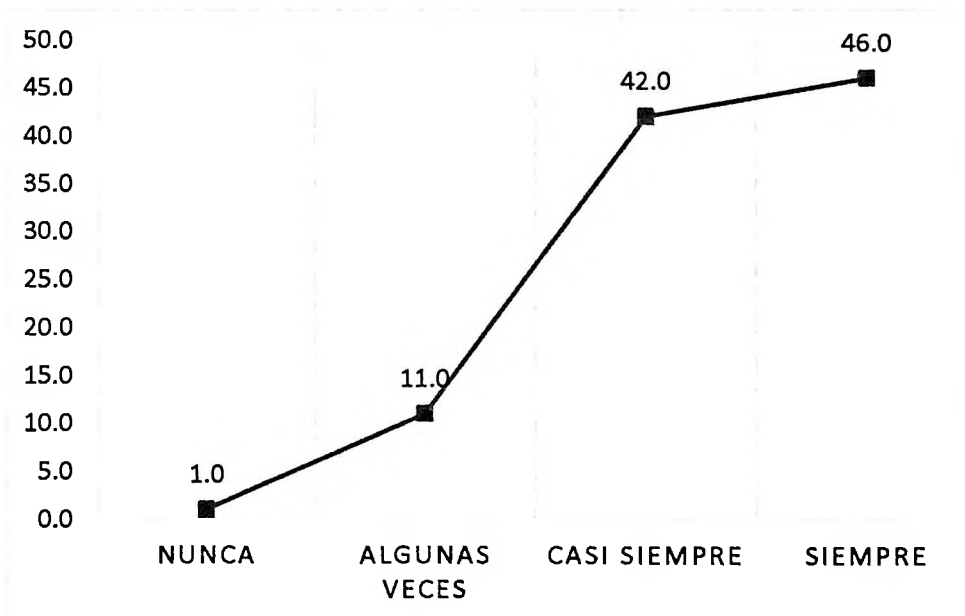
El servicio a tiempo es uno de los puntos fuertes y positivos en cualquier organización, por lo que se tiene que evaluar si este punto es frecuente o solo en temporadas donde la demanda de usuarios es fuerte.

33. Su seguridad dentro de la instalación es garantizada

Tabla N° 33

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido nunca	1	1.0	1.0	1.0
algunas veces	11	11.0	11.0	12.0
casi siempre	42	42.0	42.0	54.0
siempre	46	46.0	46.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Gráfica N° 33



El 46% de los usuarios siente seguridad dentro de la institución, muy cerca el 42% piensa que casi siempre y un 11% solo algunas veces y un 1% nunca sintió seguridad.

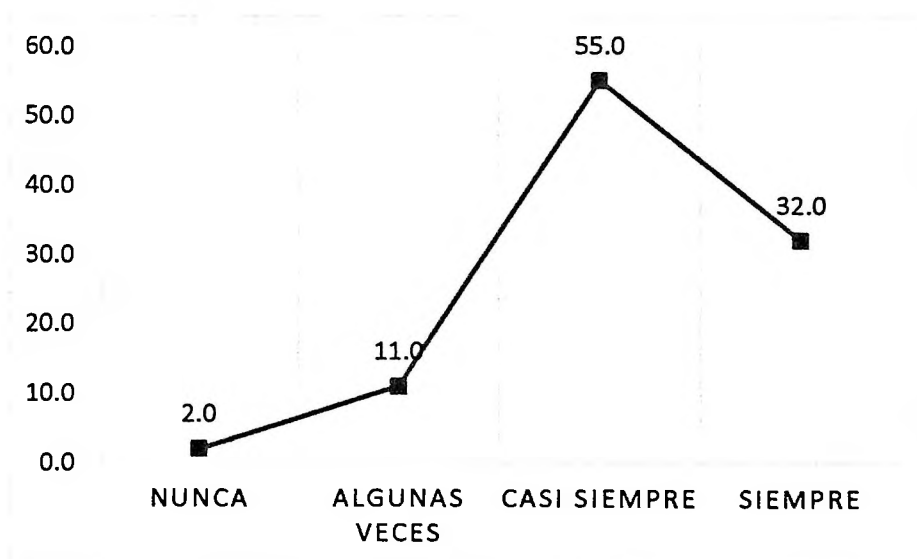
La seguridad que sienten los usuarios dentro de una institución que brinda servicios es importante, por lo que se debe resolver los puntos débiles y fortalecer los puntos positivos..

34. El personal médico de los diferentes servicios le transmite seguridad en la consulta y/o tratamiento

Tabla N° 34

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido nunca	2	2.0	2.0	2.0
algunas veces	11	11.0	11.0	13.0
casi siempre	55	55.0	55.0	68.0
siempre	32	32.0	32.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Gráfica N° 34



El 55% siente que casi siempre, el médico especialista le transmite seguridad al momento de la consulta. Seguido de un 32% que piensa que si recibe siempre, un 11% solo algunas veces y un 2% opina que nunca sintió confianza al momento de la consulta.

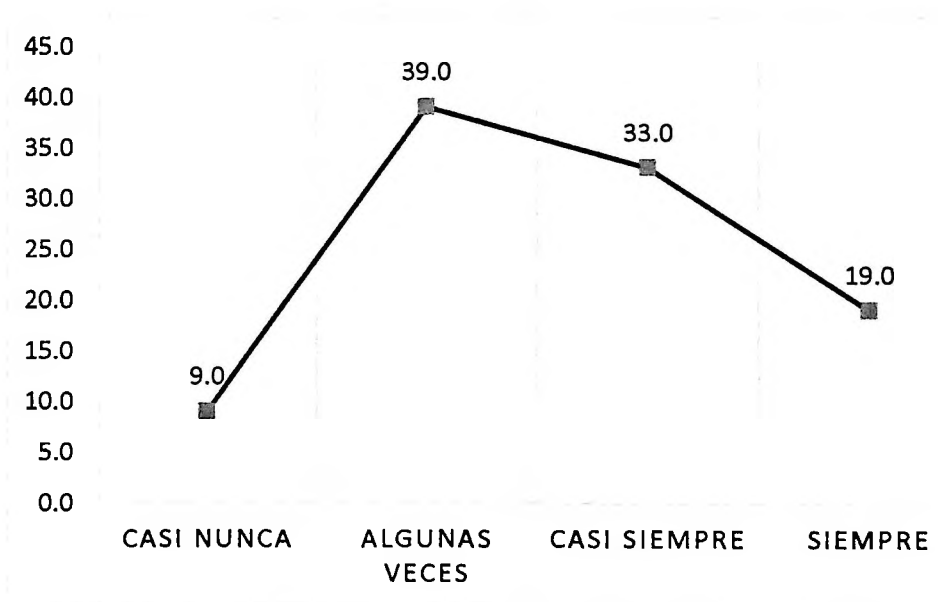
Este gráfico muestra que los usuarios en la mayoría de los encuestados aún no están totalmente convencidos con el grado de confianza que el especialista muestra al momento de la consulta, hay muchos aspectos que puedan estar influenciando, aunque más del 50% es considerablemente aceptable.

35. Usted recibe asistencia rápida y oportuna en los diferentes servicios

Tabla N° 35

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido casi nunca	9	9.0	9.0	9.0
algunas veces	39	39.0	39.0	48.0
casi siempre	33	33.0	33.0	81.0
siempre	19	19.0	19.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Tabla N° 35



El 39% siente que solo algunas veces recibe una asistencia rápida, el 33% que piensa que recibe casi siempre, un 19% lo recibe siempre y un mínimo 9% opina que casi nunca recibió un servicio.

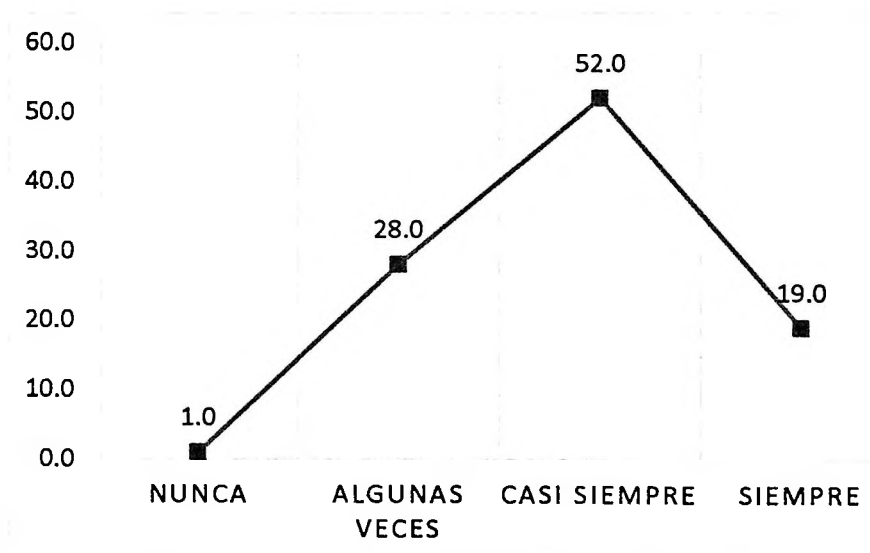
Este gráfico nos muestra que hay puntos que se deben tomar en cuenta y mejorar porque lo que se busca es que el usuario se vaya satisfecho después de haber recibido atención en cualquiera de los servicios que se brinda en la institución.

36. El trato que recibe por las diferentes áreas es cordial y amable

Tabla N° 36

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	1	1.0	1.0	1.0
algunas veces	28	28.0	28.0	29.0
casi siempre	52	52.0	52.0	81.0
Siempre	19	19.0	19.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Gráfica N° 36



El 52% siente que casi siempre, recibe un trato cordial. Seguido de un 28% opina que solo algunas veces y un 19% piensa que si recibe siempre y un 12% opina que nunca recibió un trato Cortez y amable.

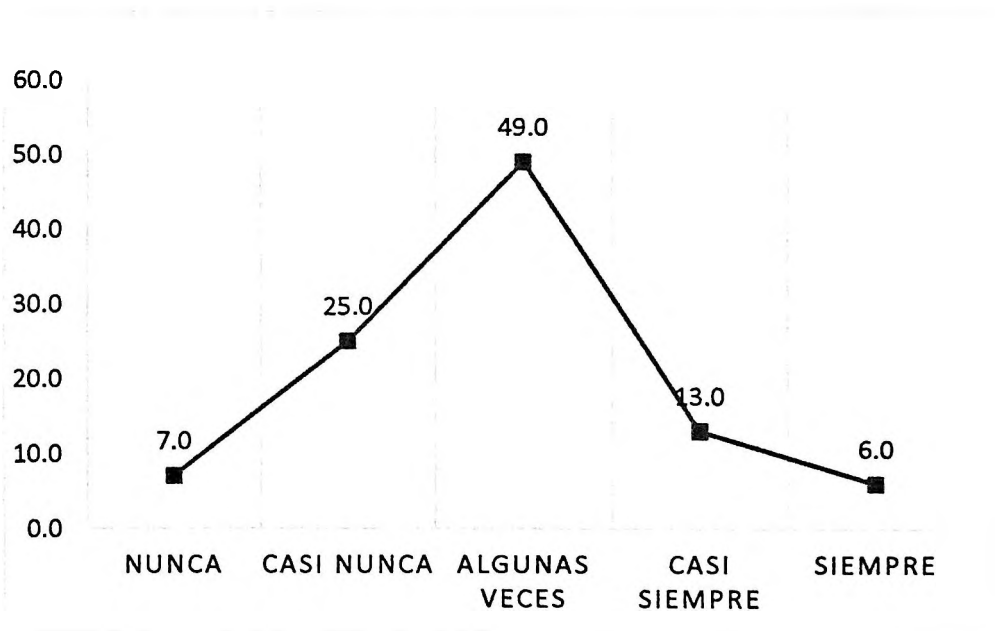
La cortesía la amabilidad siempre se tiene que dar, en este gráfico muestra que no esta del todo presente en todos los servicios que ofrece la institución.

37. la institución recoge de manera adecuada sus quejas y/o sugerencia

Tabla N° 37

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido nunca	7	7.0	7.0	7.0
casí nunca	25	25.0	25.0	32.0
algunas veces	49	49.0	49.0	81.0
casí siempre	23	23.0	23.0	94.0
siempre	6	6.0	6.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Gráfica N° 37



El 49% opina que sus quejas son atendidas solo algunas veces, frente a un 25% que casi nunca su queja es atendida o solucionada, el 13% nos dice que casi siempre y solo un 6% acogen de manera adecuada siempre sus reclamos y un 7% opina que nunca son considerados su quejas y reclamos.

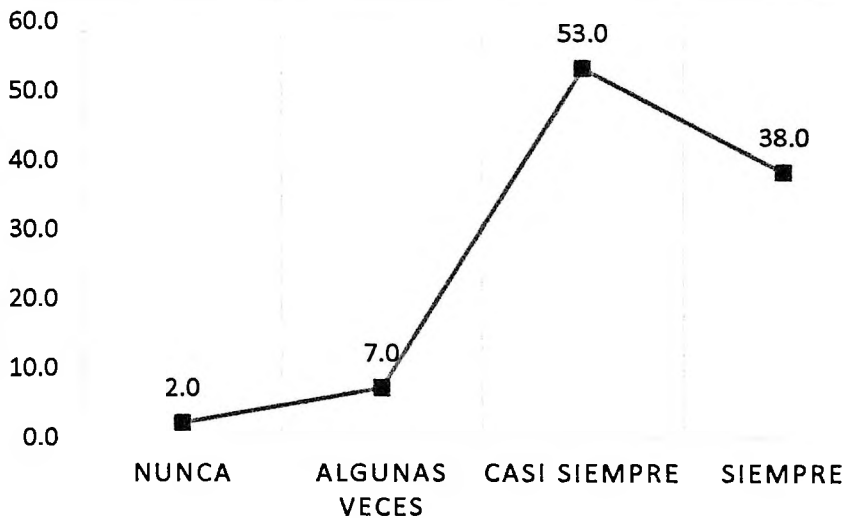
Un porcentaje considerable que no esta de acuerdo con la forma como se acoge sus reclamos o sugerencias, es un indicador para fortalecer y mejorar en este aspecto.

38. El personal médico informa claramente sobre la condición de sus salud

Tabla N° 38

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido nunca	2	2.0	2.0	2.0
algunas veces	7	7.0	7.0	9.0
casi siempre	53	53.0	53.0	62.0
siempre	38	38.0	38.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Tabla N° 38



El 53% siente que casi siempre, el médico informa al usuario sobre la situación de su salud y que este lo pueda atender el 38% piensa que siempre recibe una información clara sobre la situación de su salud, un 7% opina que solo algunas veces recibió este servicio, y un 2% opina que nunca.

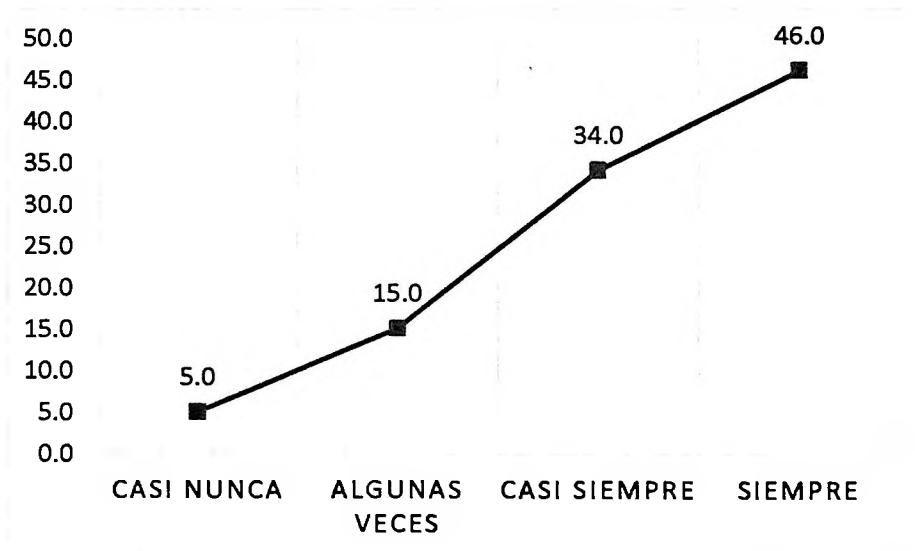
Que el paciente se vaya con una información clara sobre su salud es primordial, este gráfico nos muestra que aún hay un porcentaje que no está totalmente convencido, acerca de la información que recibe del médico.

39. Las diversas áreas de la clínica evidencian competencia profesional por el conocimiento de los colaboradores, lo que nos da seguridad

Tabla N° 39

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido casi nunca	5	5.0	5.0	5.0
algunas veces	15	15.0	15.0	20.0
casi siempre	34	34.0	34.0	54.0
siempre	46	46.0	46.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Gráfica N° 39



El 46% siente que siempre, se evidencia competencia ente el personal médico, el 34% piensa que algunas veces, un 15% opina que si están capacitados, y solo un 5% opina que casi nunca.

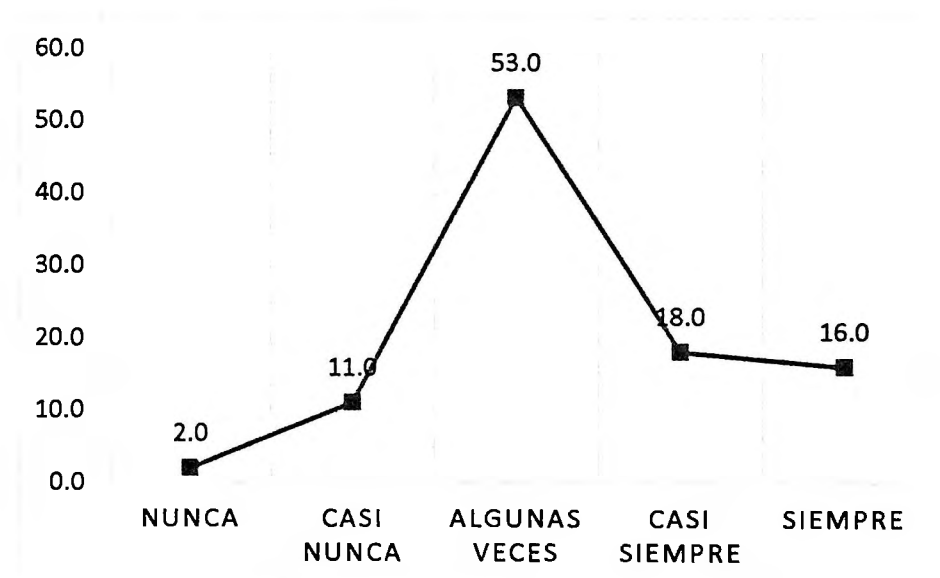
Es importante que el personal muestre tener conocimientos y plena seguridad para ayudar a los usuarios con las dudas que tengan sobre la prestación de algún servicio que brindan, este grafico nos muestra un punto positivo.

40. En la institución brindan un servicio cálido y cortés

Tabla N° 40

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido nunca	2	2.0	2.0	2.0
casi nunca	11	11.0	11.0	13.0
algunas veces	53	53.0	53.0	66.0
casi siempre	18	18.0	18.0	84.0
siempre	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Gráfica N° 40



El 53% opina que algunas veces la institución le brinda una atención cálida, un 18% piensa que casi siempre, un 16% opina que recibió una atención cálida, un 11% opina que casi nunca recibió cortesía por parte de los que atienden en los diferentes servicios y un 2% opina que nunca fue atendida de manera óptima.

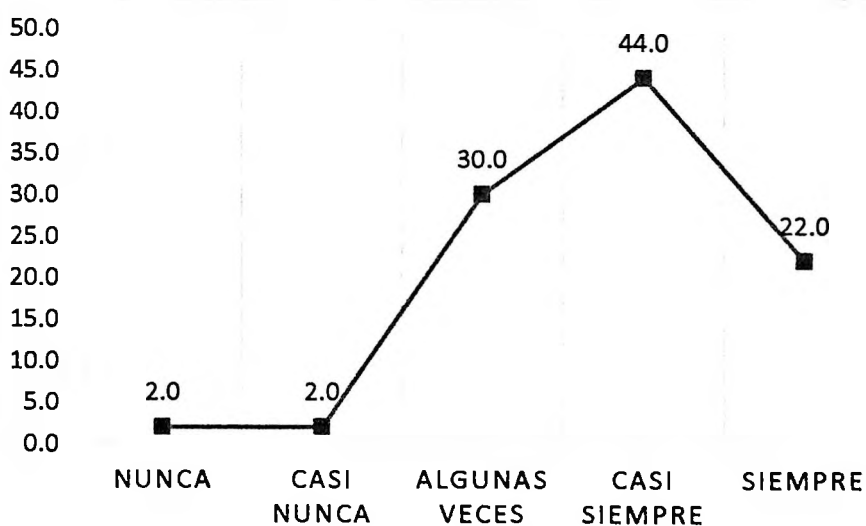
En este cuadro muestra que la calidad y cortesía que se brinda en la institución debe fortalecerse mejor para obtener mejores resultados., este grafico nos permite identificar dentro de la institución las debilidades que hacen que la atención de calidad no se dé al 100%

41. Recomiendo la atención en general que brinda en la institución

Tabla N° 41

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	2	2.0	2.0	2.0
casi nunca	2	2.0	2.0	4.0
algunas veces	30	30.0	30.0	34.0
casi siempre	44	44.0	44.0	78.0
Siempre	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Gráfica N° 41



El 44% nos dice que casi siempre, recomienda a la institución, el 30% piensa que algunas veces, un 22% opina que siempre recomienda a la institución, un 2% opina que nunca y casi nunca ha recomendado a la institución.

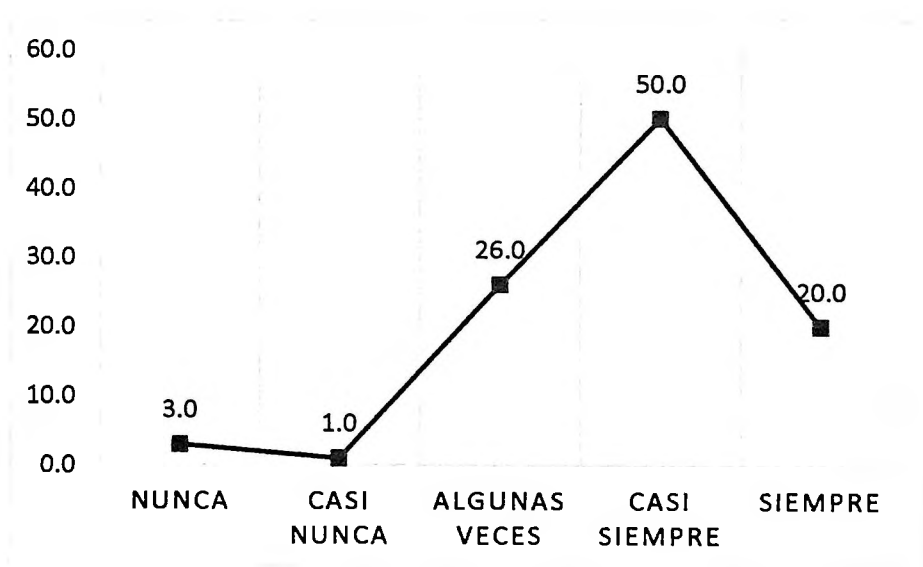
Este cuadro muestra que el usuario no siempre recomienda a la institución, lo cual no es tan favorable como institución ya que es una manera de tener publicidad sin tener que invertir directamente.

42. Me siento a gusto por la atención que recibo en esta institución

Tabla N° 42

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido nunca	3	3.0	3.0	3.0
casi nunca	1	1.0	1.0	4.0
algunas veces	26	26.0	26.0	30.0
casi siempre	50	50.0	50.0	80.0
siempre	20	20.0	20.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Gráfica N° 42



El 50% siente que casi siempre, se siente a gusto por la atención que recibe, el 26% piensa que algunas veces, un 20% opina que siempre está a gusto con la atención que le brindan, un 3% opina que nunca está satisfecho con la atención que recibe en la institución y un 1% opina que casi nunca.

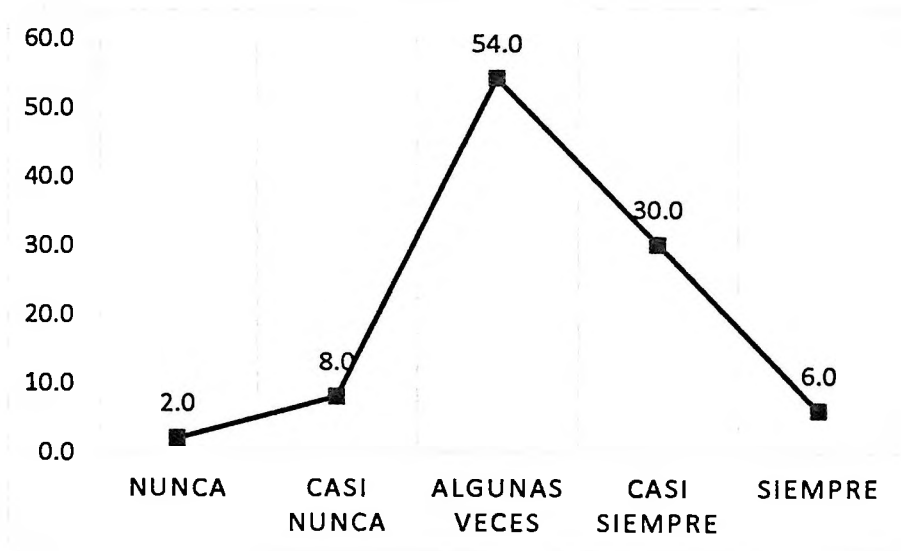
Para la institución es importante hasta muy necesario que un usuario se vaya contento, satisfecho por la atención que recibió, según el gráfico no esta tan mal la atención, sin embargo es importante reconocer aquellas falencias que existen para que la atención que se brinda llegue a ser óptima.

43. Recibe un trato directo por un personal de la clínica que resuelva sus dudas e inconvenientes

Tabla N° 43

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido nunca	2	2.0	2.0	2.0
casi nunca	8	8.0	8.0	10.0
algunas veces	54	54.0	54.0	64.0
casi siempre	30	30.0	30.0	94.0
siempre	6	6.0	6.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Gráfica N° 43



El 54% siente que algunas veces el personal muestra un trato directo con un usuario, el 30% piensa que casi siempre, un 8% opina que casi nunca un 6% siempre recibe un trato directo personalizado, un 2% opina que nunca recibió un trato directo por algún personal de la institución y un 4% opina que casi nunca.

El trato directo y personalizado para los usuarios es muy necesario porque hace que el usuario se sienta importante para la institución, en este cuadro muestra un alto porcentaje de usuarios que han recibido solo algunas veces la atención, por lo que la atención personalizada aún no está muy arraigada.

44. La cantidad de personal que atiende es el necesario para brindar un servicio de calidad

Tabla N° 44

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido nunca	5	5.0	5.0	5.0
casi nunca	8	8.0	8.0	13.0
algunas veces	17	17.0	17.0	30.0
casi siempre	46	46.0	46.0	76.0
siempre	24	24.0	24.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Gráfica N° 44



El 46% piensa que casi siempre, la institución cuenta con el personal suficiente para la atención en los diferentes servicios, el 24% piensa que siempre tiene el personal necesario, para la atención, un 17% opina que algunas veces, un 8% opina que casi nunca está el personal necesario para la atención, un 5% opina que nunca cuentan con el personal suficiente para la atención.

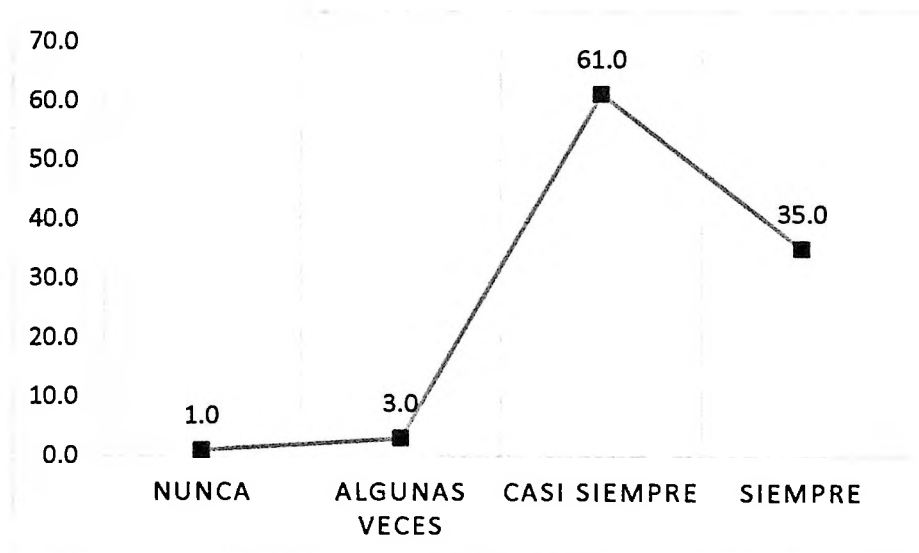
Según esta imagen podemos visualizar que el punto más alto está en la opción casi siempre lo cual nos quiere decir que el personal que tiene la institución no es suficiente, en momentos claves posiblemente necesite refuerzos para poder mantener la operatividad en todas las áreas.

45. El personal que atiende da una imagen de honestidad y sencillez

Tabla N° 45

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido nunca	1	1.0	1.0	1.0
algunas veces	3	3.0	3.0	4.0
casi siempre	61	61.0	61.0	65.0
siempre	35	35.0	35.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Gráfica N° 45



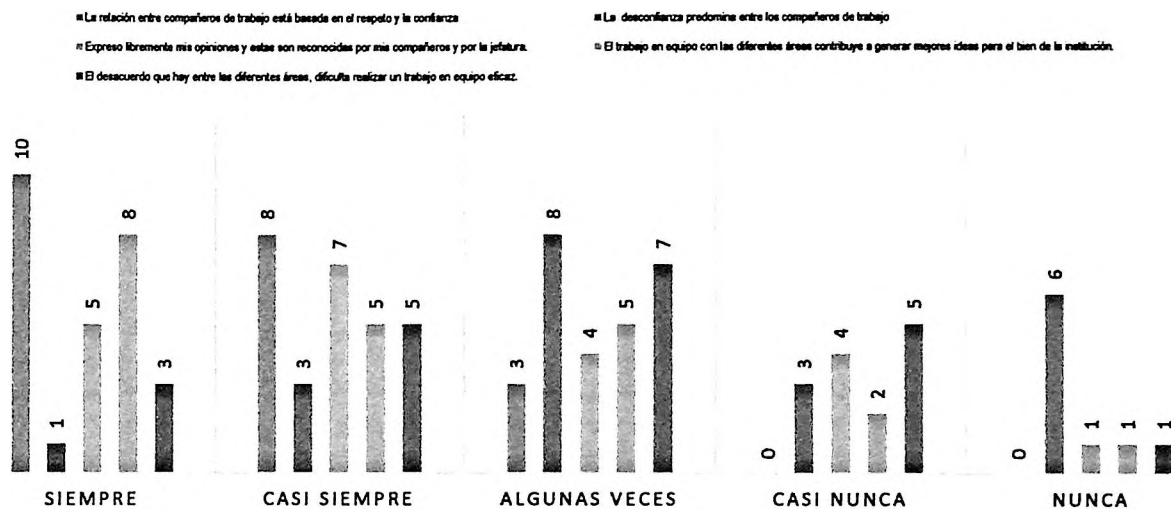
El 61% de los usuarios respondió que casi siempre, el personal lleva la imagen de honestidad y sencillez, el 35% piensa que siempre recibe una atención cálida y cortés, un 3% opina que algunas ves y el 1% opina que nunca ha observado la imagen de honestidad y sencillez que muestra el personal en la atención al usuario.

Llevar la imagen de honestidad y sencillez es muy importante, ya que representa la imagen de la institución es por ello que se debe reforzar más este punto y mejorar.

Dimensiones de la primera variable - Clima organizacional

Gráfica N° 46

RELACIONES



Esta dimensión está representada por 3 indicadores y esta a su vez con 5 ítems en total.

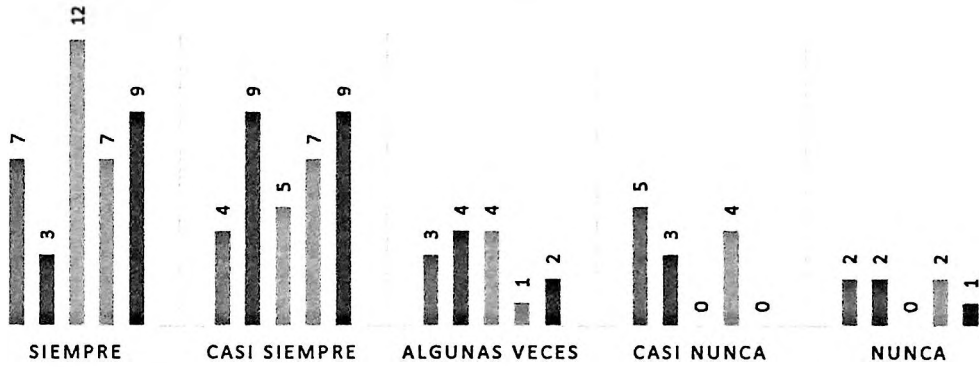
La aplicación del instrumento se realizó a los trabajadores de la Clínica Santa Clara, teniendo como resultado una diversidad de opiniones, sentir de cada trabajador ante las preguntas realizadas, vemos que cada uno desde su propia experiencia va respondiendo, mezclando entre un personal con más tiempo de permanencia y otro personal relativamente nuevo que está iniciando su experiencia laboral.

En resumen existe desacuerdo entre las diferentes áreas quienes conforman los equipos de trabajo.

Gráfica N° 47

LIDERAZGO

- Siento que la jefatura me alienta a continuar y apoya las decisiones que tomo.
- La jefatura brinda confianza a los diferentes grupos de trabajo o áreas.
- Conozco los objetivos de la institución y los asumo como parte de mi trabajo.
- La jefatura nos hace partícipes de los logros obtenidos por la institución.
- Me siento comprometido (a) con las metas de la institución y participo en su logro.



En esta dimensión se encuentran 3 indicadores con 5 items

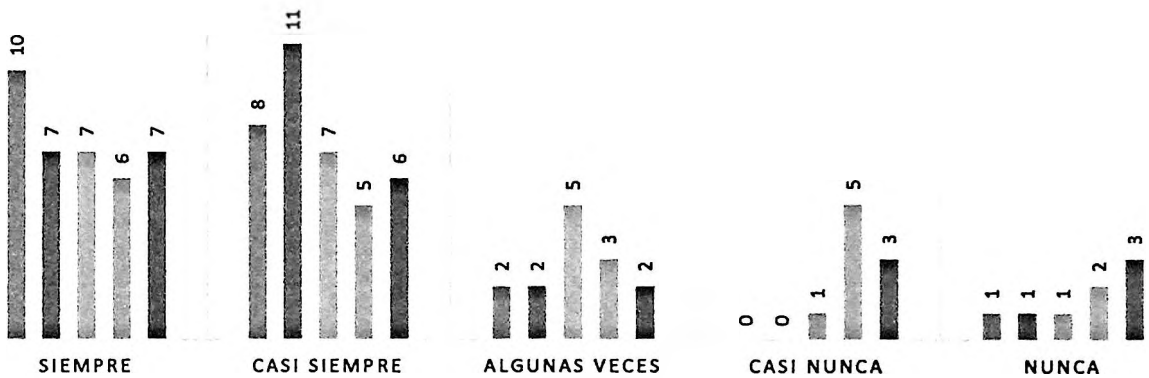
En lo que se refiere al liderazgo, los participantes responden de manera variada existe un punto muy alto en que podríamos decir que la mayoría está de acuerdo, en el conocimiento de los objetivos de la institución y lo asumen como suyo, esto da a entender que existe una identificación con la institución, más allá de cualquier inconveniente que puedan tener dentro de la institución.

El compromiso con la institución es muy importante, así como es importante la participación de los logros obtenidos, es otro de las afirmaciones con alto puntaje, el liderazgo que dirige la institución, según las respuestas de esta dimensión es favorable en su conjunto, aunque de todos los encuestados hay cierto número que no está totalmente de acuerdo con este estilo y esto se refleja en un par de preguntas.

Gráfica N° 48

MOTIVACION

- De mi desempeño depende mi permanencia en la institución.
- La institución cuenta con equipos tecnológicos y recursos materiales para brindar al usuario una atención adecuada.
- Los jefes de área brindan buen trato a todos los colaboradores
- Recibimos de la jefatura comprensión a nuestros problemas laborales y personales, al mismo tiempo un trato justo y equitativo.
- La institución me proporciona oportunidades para mi desarrollo profesional



En esta dimensión está compuesta por 3 indicadores que a su vez tiene 5 items

Esta dimensión tiene como objetivo conocer el grado de motivación que tienen los trabajadores y así ver su relación con la satisfacción de los usuarios, los puntos más altos tenemos en el desempeño del trabajo que realizan y su dependencia para continuar en su puesto de trabajo, donde la mayoría siente que siempre y casi siempre es así.

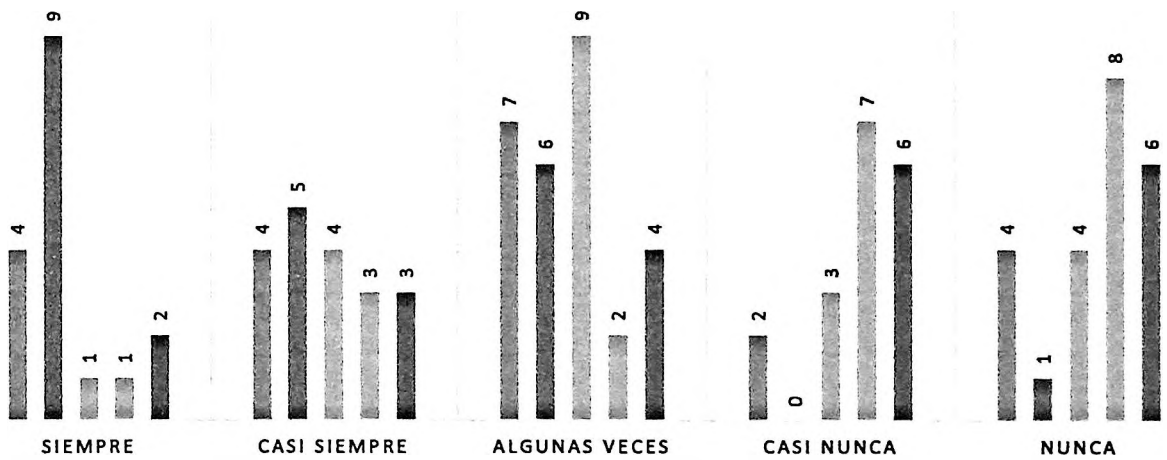
Otro punto alto que notamos es sobre los equipos que cuenta la institución que ayude a brindar una buena atención a los usuarios.

La motivación resulta no ser tan alta, para el desempeño de su trabajo pero a la vez no es un determinante para lo que realizan lo hagan bien.

Gráfica N° 49

RECOMPENSA

- Me siento segura en mi puesto de trabajo en la institución.
- El trabajo que realizo contribuye a mi auto-realización
- La institución se preocupa por brindar un buen servicio y nos capacita constantemente
- La institución brinda incentivos en reconocimiento a los esfuerzos y habilidades de los trabajadores.
- Mi trabajo es evaluado en forma adecuada permitiendo el ascenso en merito a mis logros



Esta dimensión está compuesta por 3 indicadores y 4 ítems

En esta dimensión está orientada a la parte más importante que el trabajador espera de su institución, obtener una recompensa a la labor que realiza cada día, como vimos en la motivación no es tan elevada, y aquí podemos entender la razón, en este gráfico existen 3 puntos altos.

El primero es que muchos sienten que el trabajo que realizan siempre les ayuda a su auto realizarse como profesional.

El otro punto es que solo algunas veces la institución se preocupa por el buen servicio y solo entonces el personal es capacitado.

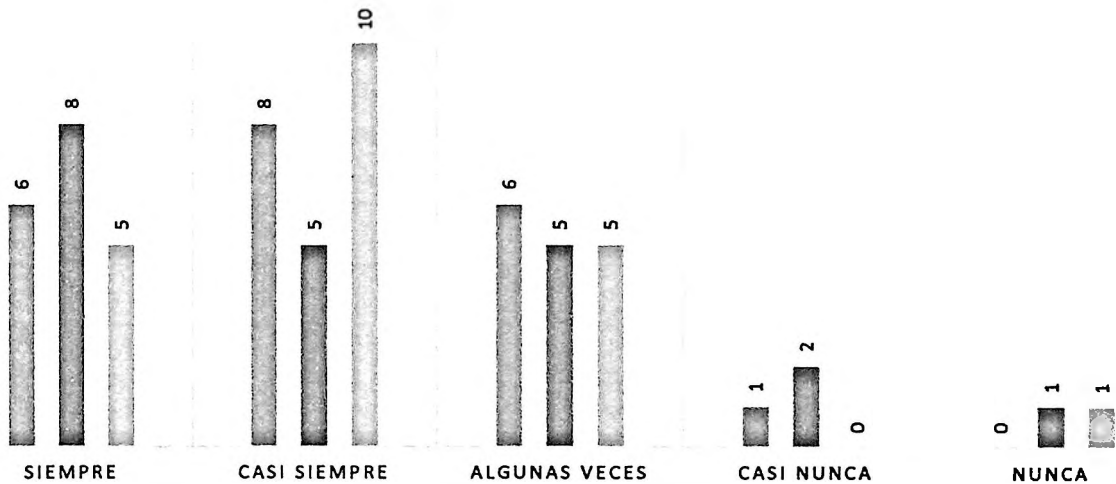
Y otro punto alto está en la opción nunca, y se refiere a que el personal no es recompensado por la labor que realiza.

Y en lo que se refiere al ascenso dentro de la institución, según los resultados nunca se da, no realiza ningún tipo de evaluación donde los trabajadores puedan aspirar a un ascenso.

Gráfica N° 50

COMUNICACIÓN

- En la institución se practican los valores colectivos; amistad, justicia, libertad, responsabilidad solidaridad, verdad y/o otros
- Los comunicados que emite la Dirección, llegan adecuadamente a las diferentes áreas.
- Cuando se comente faltas en alguna área estas asumen sus equivocaciones.



Esta dimensión tiene 3 indicadores y esta a su vez 4 ítems

Con esta dimensión se espera conocer cómo se maneja la comunicación dentro de la institución, y si esta tiene relación con la segunda variable que es la satisfacción del usuario.

En este gráfico se muestra 3 puntos altos que describiremos, el primer punto se refiere a los comunicados que emite la dirección llega adecuadamente a las diferentes áreas, esto es importante, ya que muchas veces la comunicación se va perdiendo en el camino y cuando llega a su destino final, no es la que inicialmente era.

Aunque esta opinión está dividida entre los que piensan que si llega correctamente y otros que piensa que la comunicación llega bien a su destino solo algunas veces, pero aun así, eso quiere decir que en su mayoría de veces si llega de manera adecuada.

Otro punto a resaltar es la equivocación que es reconocida por el área o persona que la cometió, este es un punto positivo el cual se debe tener en cuenta para posibles recompensas.

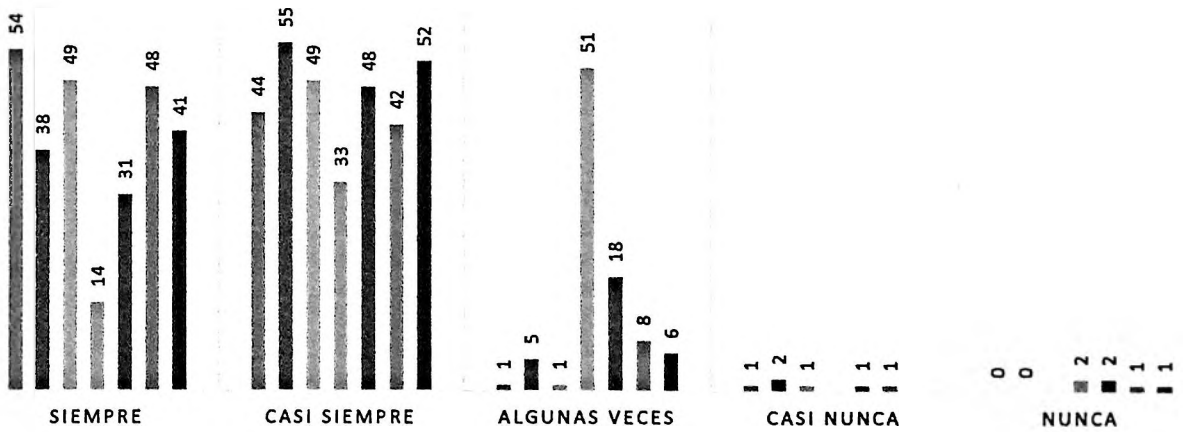
Así mismo los valores colectivos está dividido entre siempre, casi siempre y algunas veces, lo que indica es que no siempre se practican estos valores dentro de la institución.

Segunda variable por dimensiones: satisfacción de los usuarios

Gráfica N° 51

TANGIBLE

- Las instalaciones de la clínica se encuentran en buen estado para ofrecerle una buena atención
- Los consultorios de la clínica se encuentran implementadas para brindarle una atención adecuada.
- La limpieza de las instalaciones, Salas de Espera, Consultorios, Baños y demás sitios para su atención, es óptima
- El sistema que tiene la institución, es rápida en el servicio de farmacia y admisión.
- La clínica tiene los equipos tecnológicos médicos para darle un buen diagnóstico.
- El personal médico y de enfermería está debidamente identificados en su centro de trabajo utilizando un uniforme.
- El personal en general viste adecuadamente, dándole una imagen de servicio.

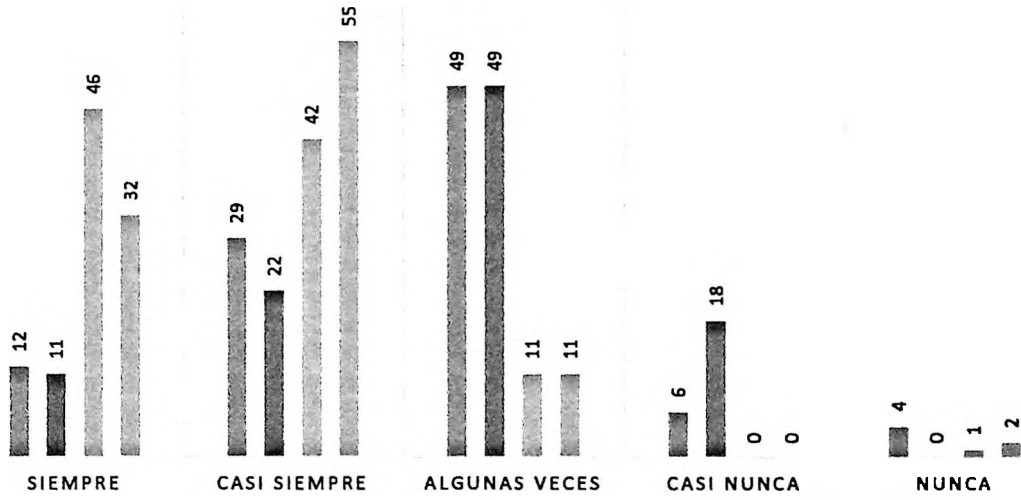


Esta dimensión está conformada por 3 indicadores y esta a su vez 7 items, lo que se espera conocer en esta dimensión es como se siente el usuario con la infraestructura, la tecnología y la presencia de los trabajadores, son la primera percepción que tiene un usuario cuando llega para ser atendido.

Como podemos observar la apreciación es favorable para la institución a primeva vista, a la pregunta sobre el sistema de farmacia y admisión el usuario es un punto a mejorar en calidad de urgente, para poder realizar una buena atención al usuario.

FIABILIDAD

- La atención recibida por los servicios de la clínica es ágil, dinámica y sin pérdida de tiempo.
- La Clínica Santa Clara le brinda una atención de servicio a tiempo.
- Su seguridad dentro de la instalación es garantizada
- El personal médico de los diferentes servicios le transmite seguridad en la consulta y/o tratamiento.



En esta dimensión se encuentran 2 indicadores y 4 ítems

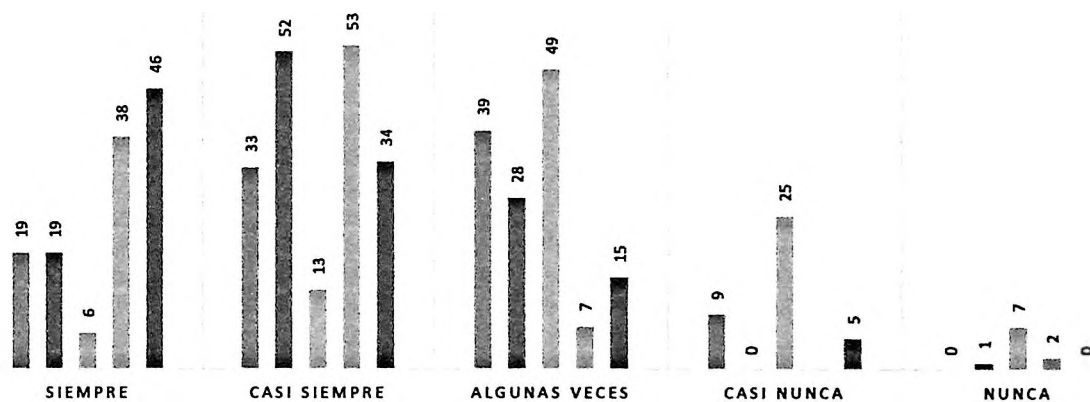
Las respuestas dadas por los usuarios vemos que los más altos puntajes está en la opción casi siempre y algunas veces, este gráfico nos permite identificar los indicadores que se deben mejorar como, la atención que reciben, el tiempo de espera, la seguridad que el usuario siente acerca del diagnóstico que le brinda el médico, lo positivo de este gráfico es la seguridad.

Un punto donde cabe resalta es que el usuario siempre se siente seguro estando dentro de la institución.

Gráfica N° 53

CAPACIDAD DE RESPUESTA

- Usted recibe asistencia rápida y oportuna en los diferentes servicios.
- El trato que recibe por las diferentes áreas es cordial y amable
- La Institución recoge de manera adecuada sus quejas y/o sugerencias
- El personal médico informa claramente sobre de la condición de su salud
- Las diversas áreas de la clínica evidencian competencia profesional por el conocimiento de los colaboradores, lo que nos da seguridad.



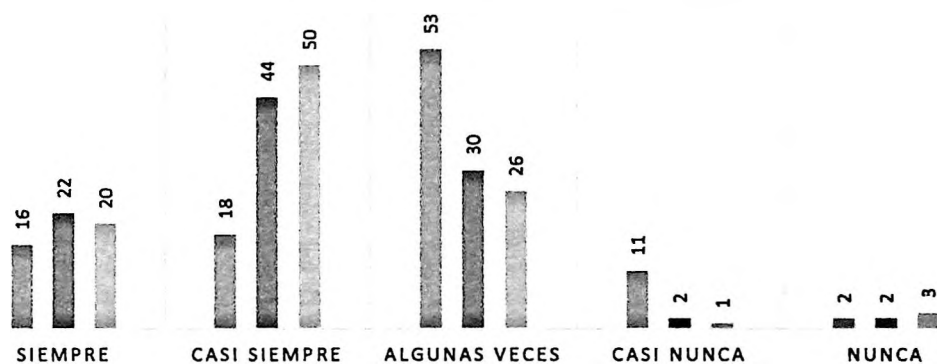
La dimensión está compuesta por 3 indicadores y 5 items

Está orientada a la capacidad que tiene el personal para resolver situaciones de manera inmediata y como es que el usuario se siente ante esta situación.

Al ver el gráfico podemos observar que los puntos más sobresalientes están en las 3 primeras opciones, brindar una rápida respuesta ante las preguntas realizadas, la cordialidad, el manejo de las quejas o sugerencia, un punto positivo que podemos visualizar es que el personal que brinda atención en la clínica Santa Clara es competente.

ASEGURAMIENTO

- En la institución brindan un servicio cálida y cortés
- Recomiendo la atención en general que brinda en la institución
- Me siento a gusto por la atención que recibo en esta institución



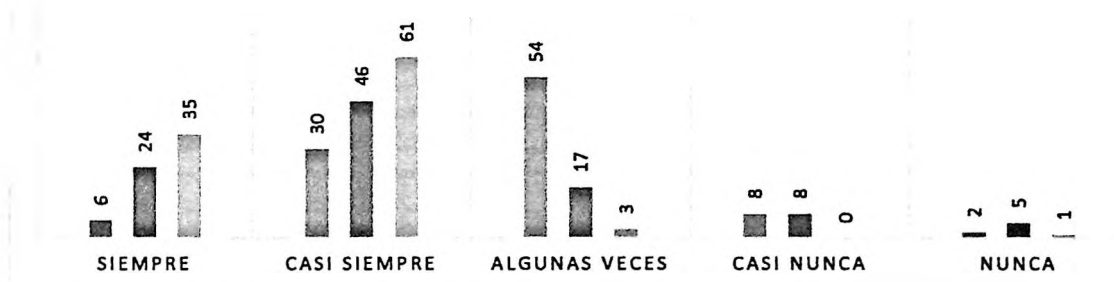
En esta dimensión se encuentran 2 indicadores y 3 ítems

Con las preguntas que se le plantea al usuario se pretende conocer la confianza y la cortesía con la que es atendido si realmente el usuario siente que es atendido cortésmente y siente la confianza necesaria para disipar toda duda que tenga sobre el servicio que espera recibir.

El mayor porcentaje está agrupado en la opción casi siempre y algunas veces está un poco alto, lo cual podemos observar en el gráfico y a la vez analizar que si bien es cierto la atención que se brinda no está tan mal, pero a la vez nos indica que aún se puede mejorar si en realidad se espera que todos los usuarios que llegan a la clínica por algún servicio, pueda irse felices.

EMPATIA

- Recibe un trato directo por un personal de la clínica que resuelva sus dudas e inconvenientes
- La cantidad de personal que atiende es el necesario para brindar un servicio de calidad.
- El personal que atiende da una imagen de honestidad y sencillez



Esta última dimensión, tiene 2 indicadores y 3 ítems

La empatía es una característica primordial que se debe manejar muy bien hoy en día, pues no basta tener un buen producto o servicio y ofrecerlo, pues el tener un buen servicio que ofrecer es una ventaja, pero a la vez manejar una buena relación con el usuario eso supera toda expectativa.

La atención personalizada, hacerle sentir que el usuario es importante para la institución, no siempre encontramos instituciones que brinden este tipo de servicio, manejar la empatía, ponerse siempre en el lugar del otro, hará la diferencia.

En el presente gráfico observamos que se mantiene los puntos altos en la opción casi siempre, y un punto alto también en algunas veces, esto nos permite hacer una evaluación sobre los servicios que se ofrece y al mismo tiempo mejorarlo, e ir trabajando en ofrecer más una atención personalizada.

PRUEBA DE LAS HIPOTESIS - PRUEBA DEL CHI CUADRADO

HIPOTESIS GENERAL:

Ha. El clima organizacional tiene una relación significativa con la satisfacción de los clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara de la ciudad de Chimbote, 2013.

Ho. El clima organizacional No tiene una relación significativa con la satisfacción de los clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara de la ciudad de Chimbote, 2013.

clima organizacional' satisfacción del usuario tabulación cruzada

Recuento

		satisfacción del usuario				Total
		nunca	algunas veces	casi siempre	siempre	
clima organizacional	nunca	0	1	0	0	1
	casi nunca	1	0	0	0	1
	algunas veces	0	2	1	1	4
	casi siempre	0	4	5	1	10
	siempre	0	0	5	0	5
Total		1	7	11	2	21

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	29,270 ^a	12	,004
Razón de verosimilitud	17,916	12	,118
Asociación lineal por lineal	4,525	1	,033
N de casos válidos	21		

a. 19 casillas (95,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,05.

El PV = .004, entonces rechazamos la hipótesis nula.

Ho El clima organizacional No tiene una relación significativa con la satisfacción de los clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara de la ciudad de Chimbote, 2013.

Por lo tanto se acepta la siguiente hipótesis

Ha. El clima organizacional tiene una relación significativa con la satisfacción de los clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara de la ciudad de Chimbote, 2013.

H1. Las Relaciones Interpersonales se vinculan adecuadamente, con la satisfacción de los clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara de la ciudad de Chimbote, 2013.

Ho. Las Relaciones Interpersonales No se vinculan adecuadamente, con la satisfacción clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara de la ciudad de Chimbote, 2013.

relaciones*confiabilidad tabulación cuadrada

	confiabilidad				total
	nunca	casi nunca	casi siempre	siempre	
Reacciones algunas veces	2	0	1	0	3
casi siempre	0	0	4	4	8
siempre	0	1	4	5	10
total	2	1	9	9	21

Prueba del Chi-cuadrado

	valor	gr	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	14,778 ^a	6	,022
Razón de verosimilitud	12,221	6	,057
Asociación lineal por lineal	4,550	1	,033
N de casos válidos	21		

a.12 casillas (100.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,14

El PV = ,022 es menor a 0,05 entonces rechazamos la Hipótesis nula.

Ho. Las Relaciones Interpersonales No se vinculan adecuadamente, con la satisfacción clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara de la ciudad de Chimbote, 2013.

Por lo tanto aceptamos

H1. Las Relaciones Interpersonales se vinculan adecuadamente, con la satisfacción de los usuarios de la Clínica Santa Clara

H2. El Liderazgo repercute directamente en la satisfacción de los clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara de la ciudad de Chimbote, 2013.

Ho. El Liderazgo No repercute directamente en la satisfacción clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara de la ciudad de Chimbote, 2013.

liderazgo*tangibles tabulación cruzada

Recuento		tangibles			Total
		algunas veces	casi siempre	siempre	
liderazgo	nunca	1	1	0	2
	casi nunca	0	3	1	4
	algunas veces	1	0	0	1
	casi siempre	3	3	1	7
	siempre	7	0	0	7
Total		12	7	2	21

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	12,357 ^a	8	,136
Razón de verosimilitud	16,986	8	,031
Asociación lineal por lineal	4,313	1	,038
N de casos válidos	21		

a. 15 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,10.

El PV = ,136 es mayor que 0,05 entonces rechazamos.

H2. El Liderazgo repercute en la satisfacción de los clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara de la ciudad de Chimbote, 2013.

En este caso el liderazgo no repercute en la satisfacción de los clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara de la ciudad de Chimbote, 2013.

H3. La Motivación se relaciona específicamente con la satisfacción de los clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara de la ciudad de Chimbote, 2013.

Ho. La Motivación NO se relaciona específicamente con la satisfacción de los clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara de la ciudad de Chimbote, 2013.

Motivación*Capacidad de Respuesta tabulación cruzada

Recuento		Capacidad de Respuesta			Total
		algunas veces	casi siempre	siempre	
Motivación	nunca	2	1	0	3
	casi nunca	1	2	0	3
	algunas veces	0	0	2	2
	casi siempre	0	3	3	6
	siempre	0	5	2	7
Total		3	11	7	21

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	15,745 ^a	8	,046
Razón de verosimilitud	16,950	8	,031
Asociación lineal por lineal	4,912	1	,027
N de casos válidos	21		

a. 15 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,29.

El PV = ,046 es menor a 0,05 entonces rechazamos la Hipótesis nula

Ho. La Motivación NO se relaciona específicamente con la satisfacción de los clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara de la ciudad de Chimbote, 2013.

Por lo tanto aceptamos.

H3. La Motivación se relaciona específicamente con la satisfacción de los clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara de la ciudad de Chimbote, 2013.

H4. La Recompensa se vincula adecuadamente con la satisfacción de los clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara de la ciudad de Chimbote, 2013.

Ho. La Recompensa No se vincula adecuadamente con la satisfacción de los clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara de la ciudad de Chimbote, 2013.

Recompensa*Aseguramiento tabulación cruzada

Recuento

		Aseguramiento				total
		casi nunca	Algunas veces	casi siempre	siempre	
Recompensa	Nunca	0	3	2	3	8
	Casi nunca	0	5	2	0	7
	algunas veces	0	1	1	0	2
	casi siempre	0	2	1	0	3
	siempre	1	0	0	0	1
total		1	11	6	3	21

Pruebas de Chi-cuadrado

	valor	gr	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	27,008 ^a	12	.008
Razón de verosimilitud	14,741	12	.256
Asociación lineal por lineal	4,627	1	.033
N de casos válidos	21		

a. 20 casillas (100.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,05

El PV = ,008 es menor a 0,05 entonces rechazamos la Hipótesis nula

Ho. La Recompensa No se vincula adecuadamente con la satisfacción de los clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara de la ciudad de Chimbote, 2013.

Por lo tanto aceptamos la H4.

H4. La Recompensa se vincula adecuadamente con la satisfacción de los clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara de la ciudad de Chimbote, 2013.

H5. Los procesos de comunicación se relacionan específicamente con la satisfacción de los clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara de la ciudad de Chimbote, 2013.

Ho. Los procesos de comunicación No se relacionan específicamente con la satisfacción de los clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara de la ciudad de Chimbote, 2013.

Gráfica N° 6

comunicacion*empatia tabulación cruzada

Recuento		empatia				Total
		nunca	algunas veces	casi siempre	siempre	
comunicacion	nunca	0	0	1	0	1
	casi nunca	0	1	0	0	1
	algunas veces	2	2	0	0	4
	casi siempre	0	6	2	2	10
	siempre	0	1	3	1	5
Total		2	10	6	3	21

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	17,080 ^a	12	,147
Razón de verosimilitud	16,900	12	,153
Asociación lineal por lineal	2,323	1	,128
N de casos válidos	21		

a. 20 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,10.

El PV = ,147 es mayor que 0,05 podemos decir entonces rechazamos la hipótesis 5. Los procesos de comunicación impactan positivamente con la satisfacción de los usuarios de la Clínica Santa Clara

Por lo tanto la hipótesis nula es aceptada, los proceso de comunicación no impactan positivamente con la satisfacción de los usuarios de la clínica Santa Clara.

IV. DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos en esta investigación tienen como objetivo principal identificar si la relación que tiene el clima organizacional y la satisfacción de los usuarios, es significativa.

Esta investigación se apoya en estudios realizados anteriormente, tanto al nivel internacional como nacional, con estas investigaciones realizadas, podemos percibir que las dificultades que presentan las organizaciones hoy en día no solo son las que están a nuestro alrededor, la preocupación va más allá por lograr un equilibrio con los trabajadores y clientes o usuarios.

Al nivel internacional la preocupación se sigue dando en las empresas, hoy en día existen grupos de trabajo que ofrecen sus servicios y están capacitados para manejar este tema y darles herramientas a los ejecutivos que manejan las organización para que puedan tomar decisiones que al fin y al cabo les permitirá ser más competitivas y que la imagen que tengan pues sea de un buen lugar para trabajar.

El tema del clima organizacional podría decirse que es un tema muy investigado, analizado, estudiado, pues más allá de encontrarse con un tema muy común, sigue siendo un tema muy extenso porque el comportamiento del ser humano dentro de las organizaciones, va evolucionando, los climas laborales de hace unos años atrás, ya no son los mismos, las personas que ocupan puestos importantes en las diferentes empresas son de una nueva generación.

Nelsy Cortés (2009) realiza una investigación sobre el diagnóstico del clima organizacional dentro de un hospital de larga trayectoria y que pertenece al estado, tiene semejanza con la presente investigación ya que ambas tratan sobre el clima organizacional dentro de un establecimiento de salud, al realizar su estudio llegó a la conclusión que dentro de la institución no existe un clima laboral favorable, el personal que trabaja allí, está insatisfecho.

En el ítem 05, el 38% de los encuestados manifiesta que el desacuerdo entre grupos de trabajo prevalece y que dificulta tener un buen trabajo en equipo.

Las relaciones interpersonales, dentro de una organización es un punto muy importante que se debe tener en cuenta, ya que es la interacción de todos los miembros, lo cual no es fácil ya que todos llegan con diferentes formas de ser, el interactuar, el tener una buena comunicación ayuda a solucionar posibles conflictos que puedan generarse, la buena relación que exista dentro del centro de labores permitirá que la personas se sientan a gusto y por lo tanto la productividad aumentaría.

Una similitud encontramos con una investigación nacional del Sr. Peláez A. (2010) el estudio que el realiza es *Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente de la empresa de Telefónica*, encontrar esta investigación sirvió de apoyo para profundizar en este tema, el punto de vista de esa investigación es una empresa sólida, grande que brinda muchos servicios a los clientes, es por ello que existe el problema a investigar.

Al relacionarlo con la presente investigación encontramos relación con el tema a investigar, pero ambas investigaciones están orientadas a instituciones muy diferentes donde el cliente o usuario tiene un comportamiento diferente, pero al mismo tiempo tienen un mismo objetivo encontrar la relación entre estas dos variables.

Uno de los elementos importantes del clima organizacional es la recompensa es uno de los más sobresalientes, en el ítem 03 podemos observar que el 33 % de los encuestados manifiestan que solo sucede casi siempre.

Los resultados obtenidos en esta investigación nos muestra que el personal que labora en los Servicios de Salud Integral Santa Clara, no está muy consolidada, existen muchos aspectos donde la relación entre ellos es muy débil mientras que unos reciben apoyo en diversas situaciones otras carecen de atención.

Si bien es cierto la institución no cuenta con un área de recursos humanos, y quien ve la parte del personal sigue siendo directamente responsabilidad de la dirección ejecutiva, esta no se abastece por la misma responsabilidad que tiene al representar una institución.

Dentro de los Servicios de Salud Integral Santa Clara el tema de clima organizacional aún a pesar de ser un tema muy tratado, este tema viene a ser algo nuevo, por lo tanto no están preparados para manejar situaciones como desmotivación del personal, mala atención a los usuarios, y/o otros.

Después de lo investigado el tener un buen clima laboral, automáticamente mejora todo dentro de la institución, todas las áreas funcionan mejor, esta se ve reflejada en la atención que el usuario recibe, se cometen menos errores, y por lo tanto hay más en cuanto a recursos materiales.

Otro punto a investigar en la presente investigación es la satisfacción del usuario, las estadísticas reflejan a un usuario que no está insatisfecho, pero tampoco está totalmente satisfecho por la atención que le brinda, en este punto podríamos ver varios aspectos para entender lo reflejado en los resultados de las encuestas, Santa Clara es una institución que brinda todos los servicios en salud, en la ciudad de Chimbote muy pocas instituciones ofrecen

realmente un servicio completo, excepto los hospitales, en lo que se refiere a entidades privadas, Santa Clara tiene esa ventaja competitiva de ofrecer al usuario todas las especialidades para un diagnóstico, tratamiento y rehabilitación.

Muchos pacientes acuden porque encuentran todo en un solo lugar, es un punto a favor de la institución, por lo que el usuario/paciente siempre acudirá a recibir un servicio, la atención que reciben si bien es cierto no es de mala calidad, pero tampoco tiene una calidad de atención excelente.

Es por ello que los resultados de esta investigación identifica la relación que tiene el clima que existe dentro de la institución y esta se ve reflejada en la calidad de atención que el personal brinda al usuario.

Como se menciona al inicio el objetivo principal es a través de los resultados identificara la relación entre el clima organizacional y la satisfacción de los usuarios de acuerdo a los resultado podemos decir que ambas variables tienen una relación significativa, por lo que queda comprobada la Hipótesis general, en cuanto a las hipótesis específicas, el liderazgo no repercute en la satisfacción del usuario, así como los procesos de comunicación, no tiene un impacto con la satisfacción del usuario, quedando así la aceptación de tres hipótesis planteadas en la investigación, las relaciones, la motivación y la recompensas tienen una relación significativa con la satisfacción del usuario.

Este trabajo se realiza para que tanto la dirección como los colaboradores se den cuenta cuán importante es el trabajo que realizan, que si ellos no lo harían tendría una repercusión grande porque de ellos depende el bienestar de muchas personas, teniendo ese concepto claro se puede empezar a trabajar en la unificación de todas las áreas y lograr que Santa Clara sea un lugar donde se pone al servicio de los demás el talento y habilidad que cada uno posee.

Además de que la institución se convierta en unos de los mejores lugares para para trabajar, puedan verlo como un modelo a seguir por otras instituciones que ofrecen servicios en salud, ya que en nuestro país la mayoría de instituciones de salud que pertenecen al estado, son conocidas no precisamente por el buen servicio que brindan.

V. CONCLUSIÓN

En el presente trabajo se llevó a cabo un estudio sobre la relación entre la primera variable del clima organizacional y segunda variable la satisfacción de los usuarios, por lo cual llegamos a las siguientes conclusiones, según los resultados obtenidos de las encuestas

Primera: el 38% de los empleados encuestados manifiestan la existencia de la desconfianza entre compañeros de trabajo, por lo que necesita mejorar las relaciones interpersonales para que el trabajo en equipo pueda tener buenos resultados.

Si bien es cierto que la persona reconoce que el trabajo en equipo ayudaría a la generación de nuevas ideas, es necesario que la confianza sea la base principal dentro del grupo.

Segunda: el 48% de los trabajadores dieron a conocer su malestar al expresar que depende de su desempeño depende la permanencia en el trabajo, de alguna manera esto crea gran inseguridad, todo trabajador debe poseer un alto grado de desempeño, de acuerdo al área a la que corresponde, al mismo tiempo este desempeño debe darse en un ambiente tranquilo, confiable.

Tercera: según los resultados obtenidos de la encuesta el 38% de los trabajadores manifiesta que la institución, no reconoce los logros que los trabajadores vienen realizando. Si la institución brinda algún tipo de incentivo, no se está evidenciando en todo el personal.

Cuarta: en cuanto a ascender dentro de la institución, el 29% de los empleados consideran que su trabajo no es evaluado de forma adecuada, el cual pueda generar un ascenso y mejorar su puesto en el trabajo, este porcentaje permite evaluar la situación algo dividida dentro de la institución.

Quinta: en cuanto a los clientes de Santa Clara, un 53% siente que solo algunas veces el personal brinda un servicio cálido y cortés, este porcentaje importante permite identificar unas de las debilidades de la atención, que necesita ser fortalecida.

Sexta: El sistema que maneja la institución según un 51% manifiesta que solo algunas veces es rápida, esto indica que en la mayor tiempo hay dificultades en los dos servicios principales donde se concentra la atención y se genera la congestión en los clientes.

Séptima: un 49% de los clientes encuestados, siente que la atención recibida por los servicios de la institución no es del todo ágil, sin pérdida de tiempo, esto indica que existe una demora en la atención de los servicios, el tiempo es importante y por ello se debe mejorar la atención.

Octava: en cuanto a los reclamos que puedan tener los clientes acerca de algún servicio un 49% de clientes siente que su quejas no son bien llevadas ni recibidas de manera adecuada, en este aspecto tendría que manejarse mejor el proceso de resolver los reclamos y quejas de los clientes.

Finalmente se concluye que el clima organizacional que presenta los Servicios de Salud Integral Santa Clara, guarda relación con la satisfacción de los clientes, este resultado es obtenido en el Chi Cuadrado, 0,004 un resultado menor a 0.05 lo que se observa una relación significativa entre ambas variables.

VI. RECOMENDACIONES

En referencia a las conclusiones se recomienda los siguientes:

Primera: Desarrollar actividades que fortalezcan la integración y cohesión grupal tales como actividades recreativas y deportivas, paseos, al mismo tiempo generar reuniones más seguidas donde se pueda realzar la participación del representante de cada área o servicio, brindándoles la confianza, seguridad dentro del equipo de trabajo.

Segunda: Crear la posibilidad de tener un jefe de personal, que se encargue de coordinar, motivar y supervisar al personal que laboran en la empresa, resolviendo las dudas o inconvenientes que se presenten dentro del área de trabajo. Esta área ayudaría mucho a que el personal se sienta escuchado, atendido, así también realizar evaluaciones periódicas acerca de su desempeño, esto ayudará a fortalecer las áreas donde se necesita mejorar y a las áreas que mantienen un buen nivel de trabajo continuar incentivándolos con incentivos que en coordinación con la Dirección se pueda ofrecer.

El tema de personal, es una debilidad dentro de los Servicios de Salud Integral Santa Clara, que necesita ser fortalecida, a través de incentivos a los trabajadores más destacados, reconociendo en ellos la importancia del talento humano creando un ambiente, un clima favorable dentro de Santa Clara.

Tercera: Desarrollar cursos de empoderamiento, atención al cliente, para que les ayude a los trabajadores que tienen el contacto directo con los usuarios puedan estar mejor preparados para poder resolver cualquier situación difícil que pueda presentarse.

Realizar encuesta a los clientes/pacientes para evaluar el servicio de atención, e ir corrigiendo situaciones al mismo tiempo valorar y reconocer lo positivo dentro de la atención.

VII. REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

Alcaide J.C. (2010) *Fidelización de los clientes* España

ESIC Editorial

Chiang M, Martín M, Núñez A (2010), *Relaciones entre el clima organizacional y la satisfacción laboral* R.B. Editorial S.L. Madrid.

Chiavenato I. (2000) *Administración de Recursos Humanos* 5ta. Ed.

Editorial Lyly Solano Arévalo Brasil

Chiavenato I., *Administración Teoría, Proceso y Práctica* 3ra. Ed.

Makron Books Do Brasil Editora Ltda.

Cortés N (2009) Diagnóstico del clima organizacional. Hospital "Dr. Luis F. Nachón".

Xalapa, Ver., 2009 – México. Recuperada en: <http://www.uv.mx/msp/files/2012/11/NELSYMARIENCORTESJ.pdf>

Cottle D. (1994) *El servicio centrado en el cliente* España

Edigrafos S.A. GETAFE

Evans J., Lindsay W. (2008) *Administración y control de calidad* 7ma. Edición

Ediciones Paraninfo S.A. México

Fernández M., Sánchez J. (1997) *Eficacia Organizacional*

Editorial Díaz de Santos - Madrid

Fuster F. (2007) *Retos laborales del nuevo milenio* Editorial LULU Pr España

Gameiro A. (2003) *Psicología y Relaciones Humanas en Salud* 1ra. Edición Editorial

SELARE – Bogotá

Gan F. y Berbel G. (2007) *Manual de Recursos Humanos* 1era. Edición Editorial UOC

Barcelona.

- García M. (2011) *Medición de la Satisfacción del Cliente en una empresa Retail*
 Recuperada en: http://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1464/AE_262.pdf?sequence=1
- Gosso F. (2008) *Hiper Satisfacción del Cliente* 1era. Ed. México
 Panorama Editorial S.A. de V.C.
- Hernández R. (2006) *Metodología de la Investigación* 4ta. Edición Editorial MCGRAW-HILL - México
- Koontz y Heinz (1998) *Administración una perspectiva global* 6ta. Edición
 Editorial Mc Graw Hill - México
- McClelland D. (1989) *Estudio de la Motivación Humana*
 Editorial Narcea S.A. Madrid
- MAPCAL S.A. *trabajo Gestión eficaz del en equipo*
 Editorial Díaz de Santos S.A. España
- Martínez Ma. (2003) *La Gestión Empresarial* Editorial Díaz de Santos s.a. Madrid
- Maslow A. (1997) *Motivación y Personalidad* Editorial, Editorial Díaz de Santos S. A.
- Méndez C. (2006) *Clima Organizacional en Colombia*. El IMCOC
 Editorial U. del Rosario – Colombia
- Monteza Chanduvi Nancy (2010) *Influencia del Clima Laboral en la Satisfacción de las Enfermeras del Centro Quirúrgico Hospital EsSalud Chiclayo*, 2010. Recuperada de:
http://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=1&ved=0CCkQFjAA&url=http%3A%2F%2Ftesis.usat.edu.pe%2Fjsui%2Fbitstream%2F12345679%2F82%2F1%2FTM_Monteza_Chanduvi_Nancy.pdf&ei=J_0tUvfpFYW84AOAhoGQBA&usgAFQjCNH403d_CP8ubsg9bl

Palom F. (1987) *Círculos de calidad* Editorial Marcombo S.A. Barcelona

Peláez León A. (2010) *Relación entre el clima organizacional y la satisfacción del cliente en una empresa de servicios telefónicos – Lima* Recuperado en:
http://www.cybertesis.edu.pe/sisbib/2010/pelaez_lo/pdf/pelaez_lo.pdf

Pezo A. Luta R. (2005) *Cultura de la innovación la gestión tecnológica para el desarrollo de los pueblos* 1era. Ed.
Editorial Convenio Andrés Bello - Colombia

Reyes, A. (2004) *Administración Moderna*
Editorial LIMUSA S.A. México

Robbins, S., Coulter M. (2010) *Administración* 10a. Ed.
Editorial PRENTICE HALL México

Robbins (1998) *Fundamentos de comportamientos organizacional* 5ta. Ed.
Editorial PRENTICE HALL México

Ruiz, M. (2008) *¿Para qué sirve un líder?*
Editorial Díaz de Santos España

San Jose P. (1994) *Reformas Sanitarias En Europa y la Elección del Usuario,*
Editorial Díaz de Santos S. A.

Setó D. (2004) *De la calidad de servicio a la fidelización de los clientes*
Editorial ESIC España

Stoner J. Freeman R., Gilbert D. (1996) *Administración* 6ta. Edición
Editorial PRENTICE HALL México

Tejada J. (2007) *Formación de formadores: escenario institucional. Tomo II*
Editorial, Ediciones PARANINFO S.A.

Uría Calderón Diana (2011) el clima organizacional y su incidencia en el desempeño laboral de los trabajadores de Andelas cía. Ltda. De la ciudad de Ambato – Ecuador.
Recuperada en: <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/handle/123456789/1376/296%20Ing.pdf?sequence=1>

Vavra T. (2003) Como medir la satisfacción del cliente según ISO 9001:2000 2da. Ed.
Editorial *FUND CONFEMETAL*

ANEXOS

PROBLEMA		OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES		
PROBLEMA PRINCIPAL	OBJETIVO PRINCIPAL	HIPÓTESIS PRINCIPAL	VARIABLE I: CLIMA ORGANIZACIONAL			
			DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMs	NIVELES O RANGOS
¿Cómo se relaciona el clima organizacional con la satisfacción de los Clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara?	Identificar la relación ente el clima organizacional y la satisfacción de los Clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara.	El clima organizacional se relaciona significativamente con la satisfacción de los Clientes de los Servicios de Salud Integral Santa Clara.	Relaciones	- Relaciones Interpersonales - Libertad de expresión - Equipo de trabajo	1,2 3, 4 y 5	1. Siempre 2. Casi siempre 3. Algunas veces 4. Casi nunca 5. nunca
			Liderazgo	- Orientado al logro - Conocimiento de objetivos - Liderazgo participativo	6, 7 8 9 y 10	
			Motivación	- Desempeño - Trato justo - Logro profesional	11, 12 13, 14 15	
			Recompensa	- Estabilidad - Capacitación - Ascenso	16, 17 18, 19 y 20	
			Comunicación	- Valores colectivos - Optima - Honestidad	21 22, 23	
PROBLEMAS SECUNDARIOS			VARIABLE II: SATISFACCIÓN DEL USUARIO			
		HIPÓTESIS SECUNDARIOS	Tangibles	- Instalaciones - Tecnología - Presencia	1,2,3 4,5 6 y 7	1. Siempre 2. Casi siempre 3. Algunas veces 4. Casi nunca 5. nunca
			Confiability	- Exactitud - seguridad	8, 9 10, 11	
			Capacidad de respuesta	- Servicio oportuno - Predisposición - Conocimiento	12, 13 14, 15,16	
			Aseguramiento	- Cortesía - Confianza	17, 18, 19	
			Empatía	- Atención personalizada - Sencillez	20, 21, 22	

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador.: Dr. Mg. COTAL WDLI B
 1.2 Cargo e Institución donde labora: DIRECTOR UCV
 1.3 Especialidad del validador: ECONOMISTA
 1.4 Nombre del Instrumento y finalidad de su aplicación: _____
 1.5 Título de la Investigación: _____
 1.6 Autor del Instrumento: Jourdes Cerna Aguirre

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

1 CRITERIOS	2 INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos técnico-científicos				X	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				X	
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				X	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					75%	

Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento.

Primera variable: Clima Organizacional

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	/		
Item 2	/		
Item 3	/		
Item 4	/		
Item 5	/		
Item 6	/		
Item 7	/		
Item 8	/		

23

Item 9	/		
Item 10	/		
Item 11	/		
Item 12	/		
Item 13	/		
Item 14	/		
Item 15	/		
Item 16	/		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

Segunda variable: Satisfacción de los usuarios

Instrumento	Suficiente	Medianamente suficiente	Insuficiente
Item 1	/		
Item 2	/		
Item 3	/		
Item 4	/		
Item 5	/		
Item 6	/		
Item 7	/		
Item 8	/		
Item 9	/		
Item 10	/		
Item 11	/		
Item 12	/		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la segunda variable

22

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 75 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
- El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:



Firma del Experto Informante.

DNI. N° 7898066 Teléfono N° 966547895

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador.: Dr/ Mg. Fernando Arce
 1.2 Cargo e Institución donde labora: Gonzales M. Teresa
 1.3 Especialidad del validador: SUBE UCV
 1.4 Nombre del Instrumento y finalidad de su aplicación: Encuesta
 1.5 Título de la Investigación: "CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN RESTAURANTES CAMPESTRES DE CARAPONGO"
 1.6 Autor del Instrumento: Roger Alberto Palomino Huarcaya.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

1 CRITERIOS	2 INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente lente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.				✓	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				✓	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				✓	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				✓	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias				✓	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos				✓	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				✓	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				✓	
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				✓	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					65%	

Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento.

Primera variable: Clima Organizacional

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	Medianamente SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		

23

La evaluación se realiza de todos los Items de la primera variable

Segunda variable: *Satisfacción de los usuarios*


Instrumento	Suficiente	Medianamente suficiente	Insuficiente
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		

La evaluación se realiza de todos los Items de la segunda variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 65 % V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
- El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:


Firma del Experto Informante.

DNI. N° _____ Teléfono N° _____

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador.: Dr/ Mg. CARDENAS CAMALEO DOMITIL
 1.2 Cargo e Institución donde labora: UCU - ESTE
 1.3 Especialidad del validador: DOCENCIA E INVESTIGACION
 1.4 Nombre del Instrumento y finalidad de su aplicación: _____
 1.5 Título de la Investigación: Clima Organizacional y Satisfacción del Usuario
 1.6 Autor del Instrumento: Jourdes Cerna Aguirre.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

1 CRITERIOS	2 INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.				/	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				/	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				/	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				/	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias				/	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos				/	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				/	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				/	
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				/	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					70%	

Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento.

Primera variable: Clima Organizacional

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	/		
Item 2	/		
Item 3	/		
Item 4	/		
Item 5	/		
Item 6	/		
Item 7	/		
Item 8	/		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

Segunda variable: *Satisfacción del Usuario.*

Instrumento	Suficiente	Medianamente suficiente	Insuficiente
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		

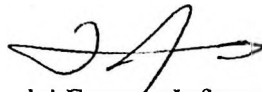
#22

La evaluación se realiza de todos los items de la segunda variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 70 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
- El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:



Firma del Experto Informante.

DNI. N° 27081168 Teléfono N° 205 617 817

ENCUESTA - EMPLEADO

Edad:..... Sexo:..... Estado Civil:..... Hijos:.....
 Profesión:..... Cargo en la Institución:..... Tiempo:.....

INSTRUCCIONES:

Responda marcando con una X eligiendo la que más se acerque a su opinión, de acuerdo a lo indicado, es importante que sus respuestas sean totalmente honestas, se le garantiza que serán manejadas de forma estrictamente confidencial.

Item	Descripción	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	nunca
01	La relación entre compañeros de trabajo está basada en el respeto y la confianza					
02	La desconfianza predomina entre los compañeros de trabajo					
03	Expreso libremente mis opiniones y estas son reconocidas por mis compañeros y por la jefatura.					
04	El trabajo en equipo con las diferentes áreas contribuye a generar mejores ideas para el bien de la institución.					
05	El desacuerdo que hay entre las diferentes áreas, dificulta realizar un trabajo en equipo eficaz.					
06	Siento que la jefatura me alienta a continuar y apoya las decisiones que tomo.					
07	La jefatura brinda confianza a los diferentes grupos de trabajo o áreas.					
08	Conozco los objetivos de la institución y los asumo como parte de mi trabajo.					
09	La jefatura nos hace partícipes de los logros obtenidos por la institución.					
10	Me siento comprometido (a) con las metas de la institución y participo en su logro.					
11	De mi desempeño depende mi permanencia en la institución.					
12	La institución cuenta con equipos tecnológicos y recursos materiales para brindar al usuario una atención adecuada.					
13	Los jefes de área brindan buen trato a todos los colaboradores					
14	Recibimos de la jefatura comprensión a nuestros problemas laborales y personales, al mismo tiempo un trato justo y equitativo.					
15	La institución me proporciona oportunidades para mi desarrollo profesional					
16	Me siento segura en mi puesto de trabajo en la institución.					
17	El trabajo que realizo contribuye a mi auto-realización					
18	La institución se preocupa por brindar un buen servicio y nos capacita constantemente					
19	La institución brinda incentivos en reconocimiento a los esfuerzos y habilidades de los trabajadores.					
20	Mi trabajo es evaluado en forma adecuada permitiendo el ascenso en merito a mis logros					
21	En la institución se practican los valores colectivos; amistad, justicia, libertad, responsabilidad solidaridad, verdad y/o otros					
22	Los comunicados que emite la Dirección, llegan adecuadamente a las diferentes áreas.					
23	Cuando se comente faltas en alguna área estas asumen sus equivocaciones.					

ENCUESTA - USUARIO

DATOS GENERALES:

Edad:.....Sexo: M..... F.....Dirección:.....

Motivo de consulta:.....

INSTRUCCIONES:

Responda marcando con una X eligiendo la que más se acerque a su opinión, de acuerdo a lo indicado, es importante que sus respuestas sean totalmente honestas, se le garantiza que serán manejadas de forma estrictamente confidencial.

Item	Descripción	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	nunca
01	Las instalaciones de la clínica se encuentran en buen estado para ofrecerle una buena atención					
02	Los consultorios de la clínica se encuentran implementadas para brindarle una atención adecuada.					
03	La limpieza de las instalaciones, Salas de Espera, Consultorios, Baños y demás sitios para su atención, es óptima					
04	El sistema que tiene la institución, es rápida en el servicio de farmacia y admisión.					
05	La clínica tiene los equipos tecnológicos médicos para darle un buen diagnóstico.					
06	El personal médico y de enfermería está debidamente identificados en su centro de trabajo utilizando un uniforme.					
07	El personal en general viste adecuadamente, dándole una imagen de servicio.					
08	La atención recibida por los servicios de la clínica es ágil, dinámica y sin pérdida de tiempo.					
09	La Clínica Santa Clara le brinda una atención de servicio a tiempo.					
10	Su seguridad dentro de la instalación es garantizada					
11	El personal médico de los diferentes servicios le transmite seguridad en la consulta y/o tratamiento.					
12	Usted recibe asistencia rápida y oportuna en los diferentes servicios.					
13	El trato que recibe por las diferentes áreas es cordial y amable					
14	La institución recoge de manera adecuada sus quejas y/o sugerencias					
15	El personal médico informa claramente sobre de la condición de su salud					
16	Las diversas áreas de la clínica evidencian competencia profesional por el conocimiento de los colaboradores, lo que nos da seguridad.					
17	En la institución brindan un servicio cálida y cortés					
18	Recomiendo la atención en general que brinda en la institución					
19	Me siento a gusto por la atención que recibo en esta institución					
20	Recibe un trato directo por un personal de la clínica que resuelva sus dudas e inconvenientes					
21	La cantidad de personal que atiende es el necesario para brindar un servicio de calidad.					
22	El personal que atiende da una imagen de honestidad y sencillez					